

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М.І. ДОЛІШНЬОГО НАН УКРАЇНИ»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ГАЛАЧЕНКО ОЛЕКСАНДР ОЛЕКСАНДРОВИЧ

УДК 911.3:33:[379.8:616](477.82)

ДИСЕРТАЦІЯ

**РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-
КУРОРТНИХ ПОСЛУГ**

08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Подається на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О.О. Галаченко
(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий консультант Васильчак Світлана Василівна, доктор економічних наук, професор

ЛЬВІВ-2019

АНОТАЦІЯ

Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил та регіональна економіка». – ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України», Львів, 2019.

Дисертаційна робота виконана в ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України».

Дисертаційна робота присвячена розробці та обґрунтуванню теоретико-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо формування й реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. Доведено, що становлення, функціонування і розвиток санаторно-курортних послуг зумовлені історичними, природно-кліматичними та економічними умовами регіонів. Систематизовано науково-теоретичні підходи до з'ясування суті понять «послуга», «санаторно-курортна послуга». На основі узагальнення теоретичних основ сформовано кваліфікаційні ознаки послуги. З точки зору економічної теорії виокремлено особливості надання і доведено здатність супутніх послуг (харчування, проживання, дозвілля, розваги) додаватися (приєднуватися) до основної санаторно-курортної послуги та покращувати її.

Окреслено особливості понятійно-термінологічної системи «санаторно-курортна послуга», визначено приналежність санаторно-курортних послуг до категорії соціально-культурних та оздоровчих послуг. Проведено класифікацію санаторно-курортних послуг за різними ознаками. Досліджено економічні процеси в сфері санаторно-курортних послуг в контексті її розвитку. Розглянуто формування санаторно-курортних послуг, виходячи з соціальних і економічних умов регіонів та особливостей функціонування сфери рекреації. Запропоновано власне трактування поняття економічного змісту категорії «розвиток сфери санаторно-курортних послуг». Вивчено чинники впливу на розвиток регіональних ринків санаторно-курортних послуг.

Обґрунтовано, що формування регіональної політики на всіх рівнях органів влади є одним з важливих механізмів вирішення зазначених проблем в розвитку сфери санаторно-курортних послуг. На підставі дослідження сутності категорій «політика», «регіон», «розвиток», «регіональний розвиток» з'ясовано теоретичні основи дефініції «регіональна політика». Враховуючи науковий підхід до формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг, визначено об'єкт і суб'єкт, а також окреслено мету й завдання. Зумовлено основні принципи регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. Показано, що концепція регіональної політики і інноваційно-інвестиційна модель розвитку сфери санаторно-курортних послуг формується в довгострокових, середньо- та короткотермінових прогнозах, цільових програмах, зокрема в Стратегії розвитку. На основі доведеного, запропоновано власне трактування поняття економічного змісту категорії «регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг», визначено методи та інструменти її реалізації.

Окреслено теоретико-методологічну основу формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг на інноваційних засадах (в контексті використання ресурсного потенціалу оздоровчих закладів і регіону, інфраструктурного забезпечення, новітніх технологій, врахування впливу інституційного середовища і маркетингової діяльності) та створення сучасних санаторно-курортних продуктів.

Проаналізовано нормативно-правове забезпечення діяльності санаторно-курортних закладів та реалізації регіональної політики, спрямованої на розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Серед основних програмних документів виокремлено Стратегію регіонального розвитку до 2020 року, здійснення завдань якої спрямоване на покращення сфери санаторно-курортних послуг та створення умов для її інвестиційно-інноваційного розвитку.

Доведено, що формування регіональної політики підтримки розвитку сфери санаторно-курортних послуг набуває особливої актуальності за умови існуючого співвідношення середньомісячної заробітної плати і цін на

санаторно-курортні путівки, коли лєвова частка населення не спроможна скористатися послугами оздоровниць, що, своєю чергою, погіршує стан здоров'я, збільшує рівень захворюваності, сприяє поширенню хронічних хвороб, зокрема в дітей і людей похилого віку, та суттєво зменшує тривалість життя пересічного українця.

Виявлено, що регіональне розташування тих чи інших курортних підприємств залежить від природних, економічних та просторових умов кожної місцевості, де визначено регіони з більшою чи меншою концентрацією останніх. Встановлено, проблема рекреаційного районування і сьогодні залишається актуальною, оскільки досі відсутні єдиний методичний підхід до територіальної організації рекреаційного господарства, механізм регулювання рекреаційних потоків, єдине бачення перспектив розвитку сфери санаторно-курортних послуг і шляхів впровадження нових видів рекреаційних послуг.

Дослідження доводять, що належний рівень конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні визначають різні чинники. Узагальнивши їх сукупність, запропоновано власний підхід до класифікації факторів впливу на забезпечення та підвищення рівня конкурентного потенціалу сфери санаторно-курортних послуг в регіональному аспекті. Визначено сильні і слабкі сторони, які є внутрішніми факторами розвитку сфери санаторно-курортних послуг, в той час як можливості і загрози обумовлено зовнішніми чинниками розвитку. Проведено SWOT- та PEST-аналіз ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області. За допомогою маркетингового дослідження встановлено оцінки рівня вагомості та сили впливу факторів на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг вивченого регіону. На підставі отриманих даних показано, що інтенсивний розвиток з елементами економії й використанням засад диференційованого маркетингу є оптимальною стратегією розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Обґрунтовано важливість соціал медіа маркетингу, як особливого інструменту інтернет-маркетингу, що підвищує популяризацію й забезпечує

просування санаторно-курортних послуг на регіональному рівні за рахунок використання соціальних медіа, контент яких виникає й поновлюється за рахунок відвідувачів, сприяючи тим самим підвищенню конкурентоспроможності послуг на ринку. За результатами дослідження виокремлено тренди соціал медіа маркетингу, які гарантують прерогативи для санаторно-курортних послуг регіону. Оцінювання впливу засобів соціал медіа маркетингу на розвиток регіонального ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області, де предметом аналізу слугувала анкета, доводить, що лідерами серед переваг соціал медіа маркетингу є покращення бренду підприємства та формування каналів зворотнього зв'язку із споживачами.

Підтверджено, що впровадження брендингу є однією з ключових умов розвитку локального ринку оздоровчих послуг за умов сьогодення. Дослідження брендингу санаторно-курортних послуг проведено в комплексі з брендом дестинацій санаторно-курортних продуктів регіонального ринку. До основних компонент брендінгу дестинації санаторно-курортних послуг віднесено стратегічні інструменти, засоби рекламної, корпоративної ідентичності та паблік рілейшнз. Процес формування бренду дестинації представлений п'ятьма послідовними етапами: позиціювання, створення стратегії, розробка ідеї, пошук імені та тестування.

Методичним підходом до визначення ефективності бренду обрано спосіб оцінки на основі функціональної, психологічної, інтелектуальної та символічно–комунікаційної складових. Окреслено моделі маркетингового стратегічного управління в орієнтації на внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. Розроблено схему управління системно-рефлексивним маркетингом розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону в контексті забезпечення конкурентоспроможності та взаємодії із зовнішнім середовищем.

Досліджено регіональну варіативність діяльності санаторіїв окремо та загалом усіх закладів надання санаторно-курортних і оздоровчих послуг. З метою проведення кластерного аналізу ринку послуг санаторіїв України сформовано систему параметрів, які згруповано у п'ять блоків: інфраструктура,

трудоий потенціал, діяльність, соціальна та зовнішньоекономічна роль. На основі проведеної кластеризації (за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв) регіони України виокремлено у шість кластерів.

Проведено оцінку ефективності сфери санаторно-курортних послуг регіону з позицій ефективності самого санаторно-курортного закладу, курорту, регіону та споживачів. Окреслено модель підвищення ефективності функціонування та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, котра дає змогу теоретично обґрунтувати положення щодо збільшення конкурентноспроможності рекреаційних послуг, визначити роль в цьому процесі самих оздоровчих закладів, органів державної влади на регіональному рівні, місцевого самоврядування та держави, як одного з головних учасників формування регіональної політики.

Розроблено концептуальні засади вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні, основними серед яких визначено інституційну, економічну, соціальну та інтеграційну складові. Даний концепт передбачає комплекс заходів і передумов у площині децентралізаційних процесів, оскільки фінансова підтримка, залучення інвестиційних проектів залежатиме від місцевих бюджетів регіонів та органів самоврядування на місцях. Базовими принципами реалізації рекомендованих концептуальних засад є системність, безперервність, ефективність, плановість, цілеспрямованість, ієрархічність, науковість та законність. Досягнення мети концептуальних засад визначено через розроблені цільові орієнтири управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг на основі збереження і раціонального використання природних ресурсів, удосконалення інституційно-правового забезпечення діяльності оздоровчих закладів, підвищення зайнятості населення в сфері санаторно-курортних послуг.

Запропоновано впровадити економічні механізми стимулювання розвитку сфери санаторно-курортних послуг із застосуванням інноваційних управлінських підходів, широку модернізацію наявного курортного потенціалу на основі реалізації ефективних програм державно-приватного партнерства.

Ключові слова: регіональна політика, розвиток, сфера санаторно-курортних послуг, регіональні особливості, конкурентоспроможність, маркетингові інструменти, оцінка, формування, реалізація, стратегія.

SUMMARY

Halachenko O.O. Regional policy of development of the sphere of sanatorium and resort services. - Qualifying scientific work as a manuscript.

Thesis for obtaining the academic degree of a doctor of economic sciences by specialty 08.00.05 Development of Productive Forces and Regional Economics – State Institution «Institute for Regional Research named after M.I. Dolishniy of the National Academy of Sciences of Ukraine», Lviv, 2019.

The thesis has been done at the State Institution «Institute of Regional Research named after M. I. Dolishniy of the National Academy of Science of Ukraine».

Thesis is devoted to the development and substantiation of the theoretical and methodological foundations and practical recommendations for the formulation and implementation of regional policy of the development of sanatorium and resort services sphere. It is proved in the work that the restoration, functioning and development of sanatorium and resort services are due to the historical, natural, climatic and economic conditions of the regions. Scientific and theoretical approaches to finding out the essence of the concepts of «service», «sanatorium and resort service» are systematized. Based on the generalization of theoretical foundations, the qualification features of the service are identified. In terms of economic theory, the features to provide services are singled out and the ability of accompanying services (meals, accommodation, leisure, entertainment) to add (join) to the main sanatorium and resort service improving it are proved.

The features of the conceptually terminological system «sanatorium and resort service» are outlined and their affiliation with the sanatorium and resort services to the category of social-cultural and health-improving services is defined. Classification of the sanatorium and resort services by various features is carried out. Economic processes in the field of sanatorium and resort services in the context of its

development, and the formation of sanatorium services based on social and economic conditions of the regions based on their functioning are studied. Our own interpretation of the notion of economic content of the category «development of the sphere of sanatorium and resort services» is offered. The factors influencing the development of regional markets for sanatorium and resort services are determined.

The formation of regional policy at all levels of government as one of the most important mechanisms to solve these problems in the development of sanatorium and resort services. Based on the study of the essence of concepts «politics», «region» and «development» and «regional development», the theoretical foundations of the definition of «regional policy» are found out. The notion of «regional policy» is defined on the basis of three levels: state, regional and local. The object and subject were determined given the scientific approach to the development of regional policy of the development of sanatorium and resort services, and the purpose and objectives are outlined. The basic principles of the regional policy development of sanatorium and resort services are determined, its relation with government economic policy and social policy is proved. It is proved that regional policy concept and an innovation-investment model of the development of the sphere of sanatorium and resort services are formed in the long, medium and short forecast, certain applications, in particular in the Development Strategy. On the basis of the proof, our own interpretation of the concept of economic content category «the regional policy of development of the sphere of sanatorium and resort services» is offered and the methods and tools for its realization are defined.

Theoretical and methodological foundations of a regional policy formation for the development of sanatorium and resort services on innovative basis in the context of the use of the resource potential of health institutions and the region, infrastructure provision, the latest technologies and innovations, taking into account the influence of the institutional environment and marketing activities of health resorts, and on this basis the formation of modern sanatorium and resort products, are outlined based on the study.

The legal support of the sanatorium and resort establishments activity and the implementation of regional development policy spheres of sanatorium and resort services are investigated. Among the main program documents, the Strategy for Regional Development until 2020 is singled out, where implementation of the declared tasks is aimed at the improvement of the sanatorium and resort services sphere and creation of conditions for its investment-innovation development.

It is proved that in order to ensure the population's solvent demand for sanatorium and resort services, it is expedient to increase wages of Ukrainians with the state support of treatment, prevention and rehabilitation of the majority of citizens. Formation of a regional policy to support the development of sanatorium and resort services is of particular relevance in circumstances where with the existing ratio of average monthly wages and prices for sanatorium and resort vouchers the lion's share of the population is not able to use the services of health resorts, which, in turn, worsens the state of health, increases the illnesses rate, contributes to the spread of chronic diseases, particularly in children and the elderly, and significantly reduces the life expectancy of an average Ukrainian.

It is found out that the regional location of certain resort enterprises depends on the natural, economic and spatial conditions of each locality, where regions with greater or lesser concentration are identified. It is established that the problem of recreational zoning remains relevant since still there is no single methodological approach to the territorial organization of recreational economy, the mechanism of regulation of recreational flows, cohesive vision of the prospects for the development of the sanatorium and resort services sphere and ways of developing new types of recreational services.

Researches prove that the proper level of competitiveness of the sanatorium and resort services sphere at the regional level is determined by various factors. Summing up their totality, our own approach to the classification of factors of influence the provision and raising the level of competitive potential of the sanatorium and resort services sphere in the regional aspect is offered. Definitions of strengths and weaknesses as internal factors of the development of sanatorium and resort services

sphere are given, while opportunities and threats are defined by the external factors of its development. SWOT-analysis and PEST-analysis of the market of sanatorium and resort services of Vinnytsia region are conducted. With the results of marketing research, estimates of the importance and the influence of factors on the activity of the sanatorium and resort services institutions of Vinnytsia region are made. Based on the results obtained, the intensive development with the elements of economy and using the principles of differentiated marketing as optimal in the strategy of development of the sphere of sanatorium and resort services is defined.

The importance of social media marketing in ensuring the competitiveness of sanatorium and resort services at the regional level as a special tool of Internet marketing that increases the popularization and provides the promotion of sanatorium and resort services at the regional level through the use of social media content, which arises thanks to their visitors and thus contributes to increasing of their competitiveness in the market of health services, is substantiated. According to the study, the trends of social media marketing are singled out guaranteeing the prerogatives for sanatorium and resort services of the region. The evaluations of the level of influence of social media marketing tools on the development of the regional market of sanatorium and resort services, where the questionnaire served as the tool of analysis, prove that leaders among the advantages of social media marketing in the regional market of sanatorium and resort services of Vinnitsa region are the improvement of the brand of the enterprise and the formation of feedback with consumers of sanatorium and resort services.

It is determined that implementation of branding as a marketing tool is one of the key conditions for the development of the local health market services nowadays. Research of sanatorium and resort services branding is held in conjunction with the brand of the destinations of sanatorium and resort products of the regional market. Strategic tools and corporate identity tools, advertising companies' tools and Public Relations tools are given to the main branding tools of sanatorium and resort services destination; and the process of forming brand of the destination of sanatorium and

resort services includes five successive stages: positioning, strategy formation, ideas development, name search and testing.

Methodological approach to determining the effectiveness of the brand is chosen methodology for evaluation based on functional, psychological, intellectual and symbolic and communication components. The models of marketing strategic management to focus on internal and external stakeholders are outlined. The scheme for the management by the system-reflexive marketing development of sanatorium and resort in the region in the context of competitiveness and their interaction with the external environment is created.

The regional variation of sanatorium activity separately and in general and all institutions providing sanatorium and resort services are studied. For the purpose of cluster analysis of market of sanatorium and resort services in Ukraine, the system of parameters was formed and grouped into five units: infrastructure, labor potential, activity, social and foreign economic role. On the basis of the conducted cluster analysis, the regions of Ukraine by the level of development of the market of sanatorium services are isolated into six clusters.

An evaluation of the effectiveness in the sanatorium and resort services sphere of the region is conducted from the point of view of the effectiveness of the sanatorium and resort establishment itself, the resort of the region and consumers. The model to improve the functioning and development of sanatorium and resort services is outlined, giving the possibility to theoretically substantiate the position of increasing the effectiveness and the development of sanatorium and resort services sphere determining the role of health improving institutions, bodies of state power at the regional level and bodies of local self-government, the state as one of the main ones participants formation of regional policy in this process.

The conceptual fundamentals to improve the management of the development of sanatorium and resort services sphere at the regional level are designed; institutional, economic, social and integration are defined as the main component of which and which provide a range of measures and assumptions, including taking into account the decentralization process, as it is proven that financial support, attraction of investment

projects will depend on local budgets of regions and self-government bodies on the ground. The basic principles of implementation of the proposed conceptual foundations are outlined as follows: systemic, continuity, efficiency, planning, purposefulness, hierarchy, scientific and legality. Achieving the aim of conceptual principles are determined through the proposed target guidelines of management of the development of sanatorium and resort services based on the conservation and rational use of natural resources, improvement of institutional and legal support activity of health institutions, increasing employment in the field of sanatorium and resort services.

It is proposed to introduce economic mechanisms for stimulating the development of sanatorium and resort services with the use of innovative management approaches, extensive modernization of the existing resort potential on the basis of implementation of effective public-private partnership programs.

Key words: regional policy, development, sanatorium and resort services sphere, regional differences, competitiveness, marketing tools, evaluation, formation, implementation, strategy.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Монографії

1. Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг: регіональний аспект: монографія. Львів: Вид-во ПП «Арал», 2017. 360 с. (24,3 друк. арк.).

Статті у наукових фахових виданнях України

2. Галаченко О.О. Розвиток санаторно-курортного сектору як фактор зростання соціально-економічного становища регіону. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2014. Вип. 6 (110). С. 304-310. (0,33 друк. арк.).

3. Галаченко О.О. Засади формування механізму реалізації курортних послуг в умовах конкуренції. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2015. Вип. 6 (116). С. 99-101. (0,35 друк. арк.).

4. Галаченко О.О. Наукові засади регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2015. № 12 (175). С. 190-195. (0,32 друк. арк.).

5. Галаченко О.О. Соціальне страхування як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств України. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2016. № 5 (180). С. 43-45. (0,34 друк. арк.).

6. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Оцінка виробничого потенціалу санаторно-курортних підприємств в розрізі туристичних регіонів. *Економічний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Г. Сковороди*»: зб. наук. пр.* Переяслав-Хмельницький, 2016. Вип. 29/2. С. 134-138. (0,38 друк. арк., особистий внесок здобувача: проведено оцінку виробничого потенціалу санаторно-курортних підприємств в розрізі туристичних регіонів - 0,31 друк. арк.).

* Статті у наукових виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз

7. Галаченко О.О. Маркетингові інструменти розвитку санаторно-курортних підприємств регіону. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2016. № 9 (184). С. 133-136. (0,34 друк. арк.).

8. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортного послуг: теоретичний аспект. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2016. Вип. 6 (122). С. 64-66. (0,32 друк. арк.).

9. Галаченко О.О., Вівчарук О.М. Передумови розвитку санаторно-курортних закладів України в регіональному аспекті. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2016. Вип. 4 (120). С. 53–55. (0,31 друк. арк., особистий внесок здобувача: проведено аналіз та визначено передумови розвитку санаторно-курортних закладів України за регіонами - 0,30 друк. арк.).

10. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних закладів. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. Київ, 2016. № 11 (186). С. 68-70. (0,34 друк. арк.).

11. Галаченко О.О. Санаторно-курортні послуги: особливості та проблеми реалізації. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Серія: економічні науки**. Мелітополь, 2016. № 3 (32). С. 57-62. (0,37 друк. арк.).

12. Галаченко О.О. Підходи до формування структури регіональної політики розвитку санаторно-курортної сфери. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. Київ, 2017. № 1 (188). С. 76-79. (0,41 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено підходи до формування структури регіональної політики розвитку санаторно-курортної сфери - 0,33 друк. арк.).

13. Галаченко О.О. Фінансове забезпечення сфери санаторно-курортних послуг у регіонах України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Серія: економічні науки**. Мелітополь, 2017. № 1-2 (33-34). С. 188-193. (0,37 друк. арк.).

14.Галаченко О.О., Васильчак С.В., Стручок Н.М. Стратегічне управління санаторно-курортними закладами в регіонах як складова національної економічної безпеки. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 4 (191). С. 84-88. (0,42 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено напрями стратегічного управління санаторно-курортними закладами в регіонах та визначено їх як складову національної економічної безпеки - 0,32 друк. арк.).

15.Галаченко О.О. Регіональні особливості сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Економічні науки*, 2017. Вип. 12, Т. 2. м. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, С. 186-191. (0,36 друк. арк.).

16.Галаченко О.О., Замрій О.М. Стратегії розвитку санаторно-курортних закладів на регіональному ринку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»**, 2017. Вип. 1 (49), Т. 2. м. Ужгород. С. 139-142. (0,35 друк. арк., особистий внесок здобувача: розроблено та запропоновано стратегію розвитку санаторно-курортних закладів на регіональному ринку - 0,32 друк. арк.).

17.Галаченко О.О. Сучасний стан та регіональні особливості розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 9 (196). С. 96-102. (0,39 друк. арк.).

18.Галаченко О.О. Кластерний аналіз регіонів України за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 11 (198). С. 117-123. (0,38 друк. арк.).

19.Галаченко О.О. Парадигма системно-рефлексивного маркетингу як інструмент підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в умовах регіону. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 12 (199). С. 206-212. (0,41 друк. арк.).

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав

20.Галаченко А.А. Оценка экономического положения курортного потенциала Украины. *Карельский научный журнал. «НП ОДПО Институт*

направленого професійного освіти». Тольятти: Типогр. «Полиар Плюс», 2015. № 4 (13). С. 72-75. (0,38 друк. арк.).

21.Halachenko O.O. Information support of field sanatorium in the international market of tourist services. *Sciences of Europe*. VOL. 3. №14 (14). 2017. Economic sciences, (Praha, Czech Republic). P. 14-17. (0,39 друк. арк.).

22.Halachenko O., Vasylchak S. Regional policy of the development of the sanatorium-resort services: directions for the formation and implementation. *Slovak international scientific journal*. Slovakia, VOL. 1. №7 (7). 2017. P. 32-33. (0,32 друк. арк., особистий внесок здобувача: окреслено регіональну політику розвитку сфери надання санаторно-курортних послуг, визначено напрями формування та шляхи реалізації - 0,28 друк. арк.).

23.Halachenko O., Vasylchak S. Theoretical basis for the development of resort services: regional aspect. *An International Refereed Economic Journal*. International Economics Letters, VOL. 5. №2 (2). 2016. Economic sciences, (Praha, Czech Republic). P. 54-62. (0,39 друк. арк., особистий внесок здобувача: досліджено теоретичні основи розвитку санаторно-курортних послуг, визначено регіональний аспект - 0,32 друк. арк.).

24.Halachenko O. Assessment of trends of development of the sphere of sanatorium and resort services: regional aspect. *Eurasian Academic Research Journal*. Multilanguage science journal, №11 (17), 2017. Eurasian Social Sciences Association (Yerevan, Armenia). P. 96-102. (0,41 друк. арк.).

25.Halachenko O. Theoretical approaches to the formation of a systemic-reflexive paradigm of marketing for sanatorium services. *European Journal of Economics and Management*. 2018. V. 4 (1). P. 106-111. (0,40 друк. арк.).

Публікації, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

26.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Формування стратегії розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу України. *Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи*: Міжнар. наук.-практ. конф. (Ужгород, 15-16 квіт. 2016 р.): тези доп. Ужгород, 2016. С. 64-67. (0,21 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено підходи до

формування стратегії розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу України - 0,18 друк. арк.).

27.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Маркетинг як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин: X Міжнар. наук.-практ. конф. (Умань, 21-22 квіт. 2016 р.). Ч. 1.: тези доп. Умань, 2016. С. 36-38. (0,20 друк. арк., особистий внесок здобувача: доведено, що маркетинг є одним із інструментів розвитку санаторно-курортних підприємств - 0,17 друк. арк.).*

28.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Розвиток спеціалізованих підприємств розміщення в контексті економічної безпеки. *Економічна безпека України: стан, проблеми та перспективи: Всеукр. наук.-практ. конф. (Львів, 22 квіт. 2016 р.): тези доп. Львів, 2016. С. 39-42. (0,22 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено розвиток спеціалізованих підприємств розміщення та доведено його як основний елемент економічної безпеки - 0,19 друк. арк.).*

29.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Основні інструменти впливу на розвиток санаторно-курортних підприємств. *Проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства, регіону, країни: Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Полтава, 19 трав. 2016 р.). Ч. 1.: тези доп. Полтава, 2016. С. 116-118. (0,20 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено основні інструменти впливу на розвиток санаторно-курортних підприємств - 0,18 друк. арк.).*

30.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Інвестиційний клімат санаторно-курортного комплексу України. *Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи: II Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 27-28 трав. 2016 р.): зб. матеріалів. Одеса, 2016. С. 230-231. (0,16 друк. арк., особистий внесок здобувача: досліджено та визначено передумови формування сприятливого інвестиційного клімату розвитку санаторно-курортного комплексу України - 0,12 друк. арк.).*

31.Галаченко О.О. Бренд як інструмент маркетингової регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Модернізація економіки:*

виклики і можливості економічного зростання: Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Київ, 15 лют. 2017 р.). Київ, 2017. С. 191-193. (0,15 друк. арк.). ел. вид.

32.Галаченко О.О. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів. *Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення: Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23 бер. 2017 р.): зб. матеріалів. Львів: ЛІЕТ, 2017. С. 58-61. (0,18 друк. арк.).*

33.Галаченко О.О. Фінансове забезпечення сфери санаторно-курортних послуг регіонів в умовах децентралізації влади. *Проблеми сталого розвитку економіки в умовах посилення глобалізаційних процесів: Міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 14 квіт. 2017 р.): зб. тез доп. Полтава, 2017. С. 44-45. (0,14 друк. арк.).*

34.Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг регіонів: проблеми та шляхи вирішення. *Сучасні економічні, соціальні та екологічні детермінанти активізації розвитку країни та її регіонів: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Ужгород, 28-29 квіт. 2017 р.). Ч. 2. Ужгород, 2017. С. 76-78. (0,16 друк. арк.).*

35.Галаченко О.О., Стручок Н.М. Тренди маркетингової стратегії реалізації санаторно - курортних послуг на регіональному рівні в умовах децентралізації. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки: Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 18-19 трав. 2017 р.). Львів, 2017. С. 99-100. (0,18 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено тренди маркетингової стратегії реалізації санаторно - курортних послуг на регіональному рівні в умовах децентралізації - 0,16 друк. арк.). ел. вид.*

36.Галаченко О.О. Інструменти економічної безпеки санаторно-курортного сектору на регіональному рівні. *Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції: Матеріали X*

Міжнар. наук.-практ. конф. (Суми, 20-21 трав. 2017 р.). Суми, 2017. С. 228-230. (0,17 друк. арк.).

37.Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних послуг: досвід та практика. *Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет- конф. (Полтава, 11 трав. 2017 р.). Ч. 1. Полтава, 2017. С. 71-73. (0,18 друк. арк.).

38.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті економічної безпеки. *Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Мелітополь, 14-15 червня 2018 р.). Ч. 1. Мелітополь, 2018. – С. 71-73. (0,19 друк. арк., особистий внесок здобувача: визначено напрями регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті економічної безпеки - 0,16 друк. арк.).

39.Галаченко О.О. Інноваційні вектори розвитку сфери санаторно-курортних послуг як складової туристичної індустрії. *Туристичні послуги на світовому ринку як фактор розвитку міжнародного туризму*: Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 10 травня 2018 р.). Львів, 2018. – С. 90-97. (0,16 друк. арк.).

Публікації, які додатково відображають наукові результати дисертації

40.Галаченко О.О., Васильчак С.В., Пушак Я.Я. Розвиток санаторно-курортних послуг регіону як складова економічної безпеки. *Туристична освіта: європейський вимір*: зб. наук. пр.* Львівський інститут економіки і туризму. Львів: Компанія «Манускрипт», 2017. С. 150-155. (0,44 друк. арк., особистий внесок здобувача: окреслено розвиток санаторно-курортних послуг регіону і доведено як складову економічної безпеки - 0,35 друк. арк.).

ЗМІСТ

ВСТУП	22
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ	34
1.1. Соціально-економічний зміст сфери санаторно-курортних послуг	34
1.2. Наукові засади регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг	61
1.3. Ресурсне забезпечення розвитку сфери санаторно-курортних послуг	74
1.4. Нормативно-правове забезпечення діяльності санаторно-курортних закладів та реалізації регіональної політики	94
Висновки до розділу 1	117
РОЗДІЛ 2. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ	120
2.1. Тенденції розвитку сфери санаторно-курортних послуг в Україні, регіональний аспект	120
2.2. Регіональні особливості формування сфери санаторно-курортних послуг	139
2.3. Фактори формування конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг регіону	161
Висновки до розділу 2	182
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ У РЕГІОНАХ	186
3.1. Соціал медіа маркетинг у забезпеченні конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг на регіональному рівні	186
3.2. Бренд-підхід у підвищенні конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону	199

3.3. Парадигма системно-рефлексивного маркетингу як інструмент активізації конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в умовах регіону.....	218
Висновки до розділу 3.....	239
РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ	242
4.1. Кластеризація санаторно-курортних послуг України у регіональному зрізі.....	242
4.2. Детермінанти діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів в регіонах України.....	271
4.3. Оцінка ефективності сфери санаторно-курортних послуг регіону та заходи по її підвищенню.....	291
Висновки до розділу 4.....	308
РОЗДІЛ 5. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ.....	313
5.1. Імплементация міжнародного досвіду формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг.....	313
5.2. Концептуальні засади вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів.....	336
5.3. Формування та реалізація регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті децентралізаційних процесів...	350
Висновки до розділу 5.....	377
ВИСНОВКИ.....	381
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	388
ДОДАТКИ.....	425

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасні зміни, що відбуваються в регіонах України за умов децентралізації влади, відображають необхідність розширення і поглиблення регіональної політики розвитку різних сфер економіки, у тому числі й санаторно-курортної, модернізація якої сприятиме диверсифікації економіки регіону, підвищенню рівня зайнятості, оздоровленню населення, еволюції та збереженню культурного потенціалу, формуванню екологічно безпечного природного середовища. Політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг має важливе практичне значення та вимагає теоретичного осмислення проблем і використання нетрадиційних підходів до управління нею, адже організація нових адміністративно-територіальних утворень може впливати на її функціонування, сприяти мобілізації наявних рекреаційних ресурсів для продуктивнішого та ефективнішого розвитку зазначеної сфери.

Соціально-економічні та політичні події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим і військовими діями на сході країни, також вплинули на розвиток сфери санаторно-курортних послуг у регіонах. Таке становище потребує коригування політики розвитку цієї сфери на рівні держави, регіонів і місцевому рівні. Тому виникає необхідність перегляду напрямів регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг, її пріоритетів і принципів, використання ефективних адміністративних, організаційних та економічних інструментів реалізації.

Вітчизняна економічна наука не багата комплексними дослідженнями у сфері санаторно-курортних послуг. Водночас низка питань функціонування та розвитку рекреаційно-туристичної сфери і використання рекреаційного потенціалу розглядалася численними вітчизняними науковцями, зокрема такими, як О. Балабанова, О. Бейлик, І. Бережна, М. Бойко, М. Борушак, Б. Буркинський, В. Василенко, С. Васильчак, Л. Гринів, П. Гудзь, О. Гулич, І. Дишловий, А. Єлістратова, В. Єфимова, О. Жидяк, В. Кифяк, А. Ліпенцев, М. Мальська, А. Пегушина, М. Пітюлич, О. Севастьянова, С. Слепаков,

В. Смолій, М. Субота, С. Цьохла, О. Чайковська. Проблематика регіональної рекреаційної політики та регіонального розвитку досліджувалась у працях П. Жука, В. Кравціва, Ю. Стадницького, І. Сторонянської, С. Шульц та інших учених-регіоналістів.

Значний внесок у теоретичні й прикладні аспекти розвитку сфери санаторно-курортних послуг зробили зарубіжні дослідники: Н. Ален, І. Барчуков, Л. Бол, Д. Бугаліс, Дж. Гендерсон, І. Інскіп, А. Параскевас, М. Стельцнер, Дж. Флетчер, Дж. Фосс Ніколай, М. Юн.

Проте, попри значні доробки у цій галузі, низка важливих проблем розвитку сфери санаторно-курортних послуг потребує глибшого аналізу. Враховуючи поширення децентралізаційних процесів, актуальним є дослідження питань формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг, застосування дієвих інструментів, включаючи маркетингові, у підвищенні конкурентоспроможності оздоровчих закладів і санаторно-курортних продуктів. Усвідомлення важливості цього наукового завдання і зумовило вибір теми дисертації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано згідно з тематичним планом науково-дослідних робіт ДУ «Інститут регіональних досліджень імені І.М. Долішнього НАН України», зокрема в межах тем: «Соціально-економічний потенціал розвитку сільських територій Західного регіону України: шляхи нарощування та перспективи використання» (номер державної реєстрації 0113U000109), де автором розроблено пропозиції щодо формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг; «Формування та механізми реалізації політики розвитку гірських територій України» (номер державної реєстрації 0116U004033), де автором розкрита специфіка санаторно-курортної сфери в гірських умовах і запропоновано шляхи її активізації в умовах децентралізації влади; та Вінницького національного медичного університету імені М.І. Пирогова, зокрема в межах теми: «Розробка програм медичної реабілітації при захворюванні внутрішніх органів та систем» (номер

державної реєстрації 0105U002619), де здобувач розробив комплекс напрямів залучення потребуючих реабілітації через санаторно-курортні послуги.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертації є розроблення та обґрунтування теоретико-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади.

Реалізація мети дисертації обумовила такі завдання дослідження:

- визначити соціально-економічну суть поняття «регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг»;
- удосконалити економічний зміст категорії «розвиток сфери санаторно-курортних послуг»;
- розробити теоретико-методологічні основи формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- дослідити тенденції розвитку сфери санаторно-курортних послуг у регіонах України;
- розвинути методичні аспекти проведення оцінювання ринкового становища підприємств сфери санаторно-курортних послуг регіону;
- обґрунтувати науково-методичний підхід до забезпечення підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг у регіонах;
- визначити напрями управління системно-рефлексивним маркетингом розвитку сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні;
- удосконалити науково-методологічні положення щодо функціонування регіональних ринків санаторно-курортних послуг;
- розвинути науково-практичні підходи до моделювання взаємозв'язків чинників регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- удосконалити методичний аспект оцінювання ефективності надання санаторно-курортних послуг у регіоні;
- окреслити напрями активізації розвитку сфери санаторно-курортних послуг у регіоні;

- розвинути концептуальні засади вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні;
- запропонувати рекомендації щодо вдосконалення регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади.

Об'єктом дослідження є соціально-економічні процеси функціонування сфери санаторно-курортних послуг регіонів.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні, прикладні засади формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження та реалізації поставлених завдань, формування теоретико-методологічних і прикладних засад регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг у дисертації було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: логічного узагальнення, методи синтезу, аналізу, індукції та дедукції щодо визначення сутності та змісту економічних категорій розвитку сфери санаторно-курортних послуг і регіональної політики; структурно-функціональний, факторний і метод порівнянь – для виокремлення регіональних особливостей і класифікації факторів впливу та етапів розвитку; економіко-статистичні, аналітичні, графічні, графоаналітичні, методи абсолютних і відносних величин, аналізу та декомпозиції, узагальнюючих характеристик – для опису стану функціонування санаторно-курортних і оздоровчих закладів і визначення основних тенденцій розвитку сфери санаторно-курортних послуг в Україні; кластерного аналізу – для науково-обґрунтованого виділення однорідних регіонів за рівнем розвитку послуг санаторіїв, курортних та оздоровчих закладів; таксономічного аналізу – для інтегрального оцінювання регіональних ринків санаторно-курортних послуг; ранжування та усереднення рангових шкал – для вимірювання рівня розвитку санаторно-курортних послуг у регіонах; кореляційно-регресійного аналізу – для побудови парних і множинних моделей залежності доходів

санаторно-курортних закладів і кількості проведених у них ліжко-днів від різних чинників регіонального характеру; стратегічного і структурно-функціонального аналізу – для вироблення механізмів регулювання структурних процесів на державному та регіональному рівнях, розроблення концептуальних засад формування регіональної політики структурної модернізації економіки України; графічні та картографічні методи – для наглядного зображення результатів оцінювання процесів регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізаційних процесів; системний підхід, метод стратегічного, структурно-функціонального аналізу та прогнозування, порівняльний, абстрактно-логічний методи – для визначення теоретичних узагальнень і формування авторських висновків щодо формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг за умов децентралізації.

Крім того, у дисертації використано прийоми групування, класифікації, табличного та графічного представлення результатів дослідження.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі акти Верховної Ради України, Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерства інфраструктури України, Міністерства екології та природних ресурсів України, Міністерства соціальної політики України, Міністерства охорони здоров'я України, офіційні статистичні матеріали Державної служби статистики України, звітні дані санаторно-курортних закладів, наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених з проблем розвитку сфери санаторно-курортних послуг, періодичні видання, а також аналітичні розробки автора, результати авторського експертного опитування.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному дослідженні теоретико-методологічних засад формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг і розробленні практичних рекомендацій щодо її реалізації в умовах децентралізації влади.

Найбільш вагомі результати дослідження, що характеризують наукову новизну і виносяться на захист, полягають у тому, що:

уперше:

- визначено поняття «регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг» як систему цілей, адміністративно-організаційних, економічних, правових методів і засобів, а також узгоджених дій державних, регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування щодо їх реалізації за допомогою форм, методів та інструментів, спрямованих на сталий розвиток сфери санаторно-курортних послуг на основі застосування інноваційних технологій і світових стандартів за максимально ефективного використання внутрішніх і залучення зовнішніх ресурсів, раціонального споживання природно-ресурсного потенціалу регіонів;

- розроблено теоретико-методологічні засади формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг на інноваційній основі в контексті створення сучасних конкурентних санаторно-курортних продуктів, використання природно-ресурсного потенціалу регіону, якісного інфраструктурного забезпечення, застосування новітніх курортних технологій, формування відповідного інституційного середовища, налагодження маркетингової діяльності оздоровниць;

- запропоновано систему заходів регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону на довгострокову перспективу, що враховують нові умови реалізації такої політики при децентралізації влади та націлені на досягнення стратегічних орієнтирів діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів, прискорення соціально-економічного розвитку регіонів, а також сприяють підвищенню зайнятості та якості життя населення;

удосконалено:

- науково-методичне забезпечення процесів підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг у регіонах на основі інтенсивного використання трендів соціал медіа маркетингу (цифровий

маркетинг, сайт, контент-маркетинг, відео-контент, соціальні новини, база споживачів, соціальні вкладки, веб-форуми та E-mail-маркетинг), що ґрунтуються на інформаційних технологіях та інтернет-системах і спрямовані на залучення споживачів послуг, збільшення продажів, розширення цільового сегменту, формування позитивного іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг, збільшення трафіку, зворотний зв'язок із споживачами;

- дефініцію поняття розвитку сфери санаторно-курортних послуг з урахуванням соціальних й економічних умов регіонів та особливостей сфери санаторно-курортних послуг, який, на відміну від наявного, визначено як безперервний цілеспрямований процес діяльності санаторно-курортних закладів на основі застосування інноваційних технологій і світових стандартів, використання специфічних особливостей природних лікувальних ресурсів і направлений на створення конкурентоспроможних санаторно-курортних послуг з досягненням їх прибутковості та отриманням економічного ефекту для територіальних громад, у межах яких розташовані курортно-рекреаційні заклади;

- науково-методологічні положення щодо дослідження регіональних ринків санаторно-курортних і оздоровчих послуг, які, на відміну від наявних, полягають у визначенні репрезентативних різноагових показників, агрегованих у п'ять блоків (інфраструктура, трудовий потенціал, господарська діяльність, соціальна роль, зовнішньоекономічна діяльність), що дає змогу здійснити інтегральне оцінювання та кластеризацію регіонів за рівнем розвитку ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг;

- методичний підхід до оцінювання ефективності надання санаторно-курортних послуг на основі визначення ефективності функціонування закладів санаторно-курортної сфери в регіоні та отримання споживачами послуг, що на відміну від наявних, включає оцінку участі трьох основних складових: результатів діяльності оздоровчих закладів і надання ними санаторно-курортних послуг; рівня підтримки санаторно-курортної сфери регіональними та місцевими органами влади; державного регулювання розвитку цієї сфери в

регіонах, що дало можливість розробити моделі підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг;

- напрями активізації розвитку сфери санаторно-курортних послуг, які, на відміну від тих, що існують, орієнтовані на використання міжнародного досвіду державної підтримки діяльності санаторно-курортних закладів (зокрема, на регіональному та локальному рівнях), урахування децентралізаційних процесів, а також створення привабливих економіко-правових умов щодо здійснення господарської діяльності та покращення інвестиційного клімату у сфері санаторно-курортних послуг, встановлення податкових пільг, розроблення інноваційних регіональних програм, фінансування окремих інфраструктурних проектів на курортних територіях, що дозволить підвищити ефективність діяльності суб'єктів господарювання у санаторно-курортній сфері та їх конкурентоспроможність на вітчизняному і міжнародних ринках;

набули подальшого розвитку:

- методичні підходи до проведення оцінювання ринкового становища суб'єктів сфери санаторно-курортних послуг регіону на основі SWOT і PEST-аналізу, за результатами яких виявлено взаємозв'язки між внутрішніми та зовнішніми факторами, що, на відміну від наявних підходів, передбачають вибір основних сегментів ринку з використанням маркетингових інструментів і дозволяють визначити порівняльні переваги, виклики і ризики, а також окреслити стратегію інтенсивного розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону на засадах диференційованого маркетингу й націлені на збереження та розширення санаторно-курортними закладами частки ринку, підвищення ефективності їх діяльності та рівня конкурентоспроможності;

- напрями управління системно-рефлексивним маркетингом розвитку сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні, що, на відміну від застосовуваних, ґрунтуються на маркетинговому дослідженні зовнішнього середовища, аналізі інституційного базису, урахуванні регіональних особливостей і покликані здійснювати цілеспрямований рефлексивний вплив

на формування та ринкове просування санаторно-курортних послуг і забезпечуватимуть зменшення невизначеності та покращення прогнозованості бізнес-процесів, створення затребуваної структури асортименту послуг, бренду й нових стратегій поведінки споживача.

Практичне значення одержаних результатів. Дисертація містить науково обґрунтовані висновки та рекомендації, спрямовані на формування та реалізацію регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

У результаті проведеного дослідження запропоновані автором методичні підходи до оцінювання ефективності надання санаторно-курортних послуг і забезпечення підвищення їх конкурентоспроможності, напрями активізації розвитку сфери санаторно-курортних послуг, що передбачають використання міжнародного досвіду державної підтримки діяльності санаторно-курортних закладів використані Комітетом Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму під час формування законопроектів у контексті регулювання розвитку сфери санаторно-курортних послуг (довідка №04-33/19-84(23572) від 05.02.2018 р.); Департаментом міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької ОДА під час розробки стратегії економічного та соціального розвитку в регіоні, регіональних програм розвитку сфери санаторно-курортних послуг (довідка №1981/4-2 від 17.08.2017 р.); Управлінням туризму та курортів Львівської облдержадміністрації (довідка №420 від 22.06.2018 р.). Окремі практичні рекомендації стосовно розвитку сфери санаторно-курортних послуг враховані в управлінській діяльності ПрАТ лікувально-оздоровчих закладів профспілок України «Укрпрофоздоровниця» і впроваджені у їх практичну діяльність (довідка №02-01/475 від 23.02.2018 р.). Практичні підходи щодо залучення реабілітованих в отриманні санаторно-курортних послуг в умовах політики децентралізації влади апробовані у виробничій діяльності санаторно-курортних закладів: ДП «Клінічний санаторій «Хмільник» ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» (довідка №02-15/376 від 23.11.2016 р.), ДП Дитячий

санаторій «Сокілець» ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» (довідка №142 від 15.12.2015 р.) та ДП «Санаторій «Збруч» ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» (довідка №01-08 від 12.06.2016 р.).

Матеріали дисертації щодо визначення окремих економічних категорій, обґрунтування методичних підходів до оцінювання впливу чинників на розвиток сфери санаторно-курортних послуг у регіонах України та забезпечення підвищення її конкурентоспроможності на засадах використання інструментів маркетингу використовуються у навчальному процесі Вінницького інституту ПрАТ «ВНЗ» МАУП» під час підготовки навчально-методичних матеріалів і викладання навчальних дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Регіональна економіка», «Підприємництво», «Управління персоналом» (довідка №94-9 від 15.11.2017 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаним науковим дослідженням. Наукові результати, висновки і пропозиції стосовно формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації, що викладені в роботі і публікаціях, отримані автором самостійно. З наукових робіт, опублікованих у співавторстві, у дисертації використані лише ті ідеї та положення, які є результатом власних розробок автора.

Апробація результатів дослідження дисертанта. Основні наукові положення дисертації доповідалися та обговорювалися на 14 міжнародних науково-практичних конференціях: Міжнародна науково-практична конференція «Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи» (м. Ужгород, 15-16 квітня 2016 р.), X Міжнародна науково-практична конференція «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин» (м. Умань, 21-22 квітня 2016 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція «Економічна безпека України: стан, проблеми та перспективи» (м. Львів, 22 квітня 2016 р.), Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства, регіону, країни» (м.

Полтава, 19 травня 2016 р.), II Міжнародна науково-практична конференція «Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи» (м. Одеса, 27-28 травня 2016 р.), Міжнародна польсько-українська бізнес-конференція «Туристична освіта: європейський вимір» «Україна-Польща-Європа» (м. Львів, 5 грудня 2016 р.), Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Модернізація економіки: виклики і можливості економічного зростання» (м. Київ, 15 лютого 2017 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення» (м. Львів, 23 березня 2017 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми сталого розвитку економіки в умовах посилення глобалізаційних процесів» (м. Полтава, 14 квітня 2017 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні економічні, соціальні та екологічні детермінанти активізації розвитку країни та її регіонів» (м. Ужгород, 28-29 квітня 2017 р.), X Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми, пріоритети та перспективи соціально-економічного розвитку в XXI столітті» (м. Кам'янець-Подільський, 11-12 травня 2017 р.), IV Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки» (м. Львів, 18-19 травня 2017 р.), X Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції» (м. Суми, 20-21 травня 2017 р.), Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність» (м. Полтава, 11 травня 2017 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку» (м. Мелітополь, 14-15 червня 2018 р.).

Публікації. За результатами проведених досліджень автором опубліковано 40 наукових праць загальним обсягом 36,01 д.а. (зокрема автору належить 33,82 д.а.), з яких: 1 одноосібна монографія; 24 статті (зокрема 18 одноосібних) у наукових фахових виданнях (з них 18 статей у виданнях

України, 9 з яких включено до міжнародних наукометричних баз, 5 статей у науково-періодичних виданнях інших держав); 14 публікацій у матеріалах конференцій; 1 публікація, що додатково відображає наукові результати дослідження.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації (включаючи список публікацій здобувача), вступу, п'яти розділів, висновків, додатків і списку використаних джерел. Повний обсяг дисертації становить 479 сторінок комп'ютерного тексту. Основний текст дисертації викладено на 425 сторінках. Робота містить 42 таблиці, 64 рисунки, 20 формул і 17 додатків. Список використаних джерел налічує 406 найменувань і викладений на 37 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО- КУРОРТНИХ ПОСЛУГ

1.1. Соціально-економічний зміст сфери санаторно-курортних послуг

Соціальний та економічний розвиток нашої країни не може бути досягнутий без стабільного і ефективного функціонування санаторно-курортного комплексу, діяльність якого спрямована на відновлення та поліпшення функцій життєдіяльності людини. Своєю чергою, збереження здоров'я населення, підтримання необхідного рівня його трудового потенціалу, формування якісного життя – це головні завдання будь-якої держави за всі історичні періоди.

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади, використовуючи свій ресурсно-інноваційний потенціал, формують регіональну сферу санаторно-курортних послуг, яка є не тільки ваговою складовою соціально-економічного розвитку областей і провідним локомотивом економіки, а й створює необхідні умови для покращення життєвого рівня усього населення. Основним продуктом курортної діяльності (тобто діяльності спеціалізованих курортних закладів) є виробництво (продукування) та реалізація (надання) курортних послуг.

Становлення, функціонування та розвиток санаторно-курортних послуг обумовлені історичними, природно-кліматичними та економічними умовами регіонів. Одним з вирішальних призначень сфери санаторно-курортних послуг вважається організація та надання якісних послуг, конкурентоспроможних як на вітчизняному, так і на світовому ринках. Відтак, чільною проблемою є з'ясування суті поняття санаторно-курортна послуга, як економічної категорії, та її теоретичних аспектів.

Зазвичай під послугою розуміють наслідок від безпосередньої кооперації виконавця та споживача, а також господарської діяльності, покликаної

задовольнити потреби клієнта. Згідно з результатами досліджень суть послуги не може бути розкрита лише в одному певному вимірі деякої системи понять, оскільки це лімітуватиме срийняття категорії послуги загалом та санаторно-курортної послуги в тому числі.

Теоретико-методологічною базою наукових досліджень з проблематики виробництва (продукування) і надання (реалізації) санаторно-курортних послуг є класичні та сучасні положення теорії конкурентних переваг, організації сфери послуг, спеціалізації й кооперації. Вказані положення розроблені багатьма зарубіжними і вітчизняними вченими [4, с. 46; 7, с. 98].

Перш ніж перейти до опису концептуальних засад «санаторно-курортної послуги», доцільно з'ясувати ключові особливості послуги як ринкового блага, що має цінність, споживчу цінність та ціну.

У спеціальній літературі представлено значну кількість визначень поняття «послуга». В 1803 році Ж.Б. Сей вперше запровадив термін «послуга» у своїй праці «*Graite d'Economic Politique*» [30, с. 23]. Базуючись на його теорії, французький економіст Фредерік Бастіа у першій половині XIX століття опублікував твердження, згідно якого суспільство розвивається завдяки послугам, що реалізує людство. На думку науковця, послуги слід розглядати як діяння людей, котре здійснюється людьми і ними ж споживається. Таке функціонування набуває матеріальної вартості, а подана в цій іпостасі послуга перетворюється у товар [19, с. 43].

О. Ланге називає послугами «будь-які функції, пов'язані... із задоволенням людських потреб, що безпосередньо направлені на виробництво будь-яких предметів» [406, с. 23], а Е.М. Агабаб'ян ототожнює послугу з «корисним ефектом, котрий виникає в процесі продуктивної праці як цілеспрямованої діяльності. Корисний ефект є сукупністю корисних властивостей, направлених на задоволення певної потреби людини» [1, с. 54].

Позиція С.Ф. Легорнева узгоджується з трактуванням Т. Хіла, котрий вкладає у термін послуга розуміння «стану людини або предмету, що належить будь-якому учаснику економічних відносин...» [213, с. 25].

Вчені, зокрема К. Маркс, визначають послугу у вигляді «особливої споживчої вартості, отриманої певною працею нарівні з іншим товаром, проте особливість споживчої вартості послуги полягає у тому, що праця визначає послугу не як річ, а як діяльність». Отже, послуга аналізується в контексті безпосередньої праці суб'єктів, тобто діяльності. Діяння протиставляється речі, але мова йде не про кожне діяння, а лише про те, яке не має уречевленого результату. Методологічно вагомим є підхід щодо ідентифікації поняття послуги зі сторони не лише діяльності, а діяльності корисної [170, с. 76].

Л.П. Дядечко підтримує думку іншого опініон-лідера К. Лавлока, котрий висловлює наступне розуміння: «Послуга – це вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару» [132, с. 25].

Водночас Р. Норманн у послугі вбачає вигоду, котру сфера послуг пропонує споживачеві [387].

У своїй фундаментальній роботі Ф. Котлер тлумачить послугу в контексті праці чи дії, що одна людина може запропонувати іншій, при цьому є нематеріальною та потенційно не стане чиясь власністю [245, с. 143]. Втім надання послуги не обов'язково має бути пов'язане з товаром як матеріальним об'єктом.

На противагу попереднім авторам, позиція М.М. Іванова полягає в баченні послуги у вигляді виробництва чи надання блага, спрямованого задовольнити певну потребу споживача (клієнта) [165, с. 43]. Співзвучно і П.А. Мягков говорить про послугу як про працю з результатом, що не носить матеріального характеру, але використовується в ході реалізації самої праці [239, с. 43].

Цікавою є точка зору американських вчених К.Р. Макконелл і С.Л. Брю, котрі вважають послугу діяльністю з відсутнім матеріальним результатом, тобто таким, який не можна виразити в конкретному об'єкті, не можна відчутти,

осягнути чи побачити, але можна обміняти на те, що готові заплатити клієнт, певна компанія чи навіть уряд [224 с. 145].

Економіст Н.А. Барінов доповнює розуміння послуги виконанням робіт, зазначивши при цьому існування послуг, матеріалізованих в товар, та послуг, які не набувають втілення у споживчій цінності, а лише виявляються у формі діяльності, що провадить надавач [18, с. 7].

Окремі науковці характеризують послугу як нематеріальне благо, споживане в момент її надання, тобто виробництво послуги відбувається одночасно з її споживанням. Ці дві події збігаються в просторовому й часовому вимірі та є можливими завдяки прямій взаємодії між сторонами надавача і споживача. Характерною рисою послуги є «нетранспортабельність», що виключає можливість придбання з метою подальшої реалізації для отримання прибутку. При цьому вартість послуг посередника визначається лише специфікою, яка є незалежною та ніби неявно міститься в товарі.

Своєю чергою, Н.Н. Іванов дотримується підходу сукупності послуги з потребою та благом. Потреба – це необхідність чогось, що потрібно задовольнити, а благо – власне те, що може цю потребуудоволити. Базуючись на даних судженнях, науковець детермінує послугу як працю, котра має на меті задовольнити певні потреби через виробництво чи надання матеріальних або нематеріальних благ, котрі максимально відповідають даній потребі [164, с. 25].

«Важлива економічна категорія, яка є ключовим пунктом для правильного розуміння сутності процесів обслуговування...» – так розглядає послугу А.І. Горанін [93, с. 111].

Знаний фахівець М.Б. Росинський визначає досліджувану дефініцію «специфічною політико-економічною категорією, що виражає відносини праці, реалізується безпосередньо як корисний ефект діяльності і функціонує в базі споживання» [296, с. 54].

Додаткову грань послуги «як самостійного об'єкту застосування праці і додаткових джерел споживаних населенням благ» розкриває експерт з економіки В.Е. Комаров [195, с. 33].

Вартісною є точка зору Н. Панкрат'євої, дослідниці послуги в площині «економічної діяльності, що безпосередньо задовольняє потреби членів суспільства, домашніх господарств, різного роду підприємств відмінних форм власності, об'єднань, організацій і потреби суспільства в цілому, не втілені в матеріально-речовій формі» [258, с. 18].

Розвиток ринкових відносин охопив усі галузі економічної діяльності, що пояснює зростання ролі теоретичного обґрунтування визначення послуги з позицій саме економічної категорії.

У своїх публікаціях І.Т. Балабанов посиляється на тлумачення послуги як праці, що спрямована на задоволення потреб, але не призводить до фізичного виготовлення товару [12, с. 8]. Цей підхід зародився на основі марксистської теорії, згідно з якою реалізація послуг є певним проявом «споживчої вартості», котра виникає в процесі діяльності. На думку дослідника, результатом такої діяльності є не товар, а діяння [406, с. 13].

Багато вчених-економістів, в тому числі І.В. Калачова, серед результатів господарської діяльності виділяють товар і послугу [167, с. 25]. С.С. Гаркавенко вважає наслідком економічної діяльності лише «товар». Це поняття поєднує в собі «продукт» – об'єкт з матеріально-речовим вираженням, і «послугу», яка, здебільшого, такого прояву не має [90, с. 102].

Отже, підсумовуючи наведені вище визначення, зрозуміло, що науковці розглядають послугу в контексті типу діяльності, результатом якої є зміна стану або якості існуючого предмету, а не створення чи виготовлення нового. Іншими словами, під послугами передбачають блага, котрі найчастіше перебувають не в формі предметів чи товарів, а у вигляді праці чи діяльності.

На нашу думку, доцільно вважати послугу видом діяльності, оскільки до цієї категорії належать блага, доступні здебільшого у формі значимого і необхідного діяння, а не у вигляді матеріальних об'єктів чи товарів.

Доволі широко практикується порівняння послуги зі сферою послуг. Згідно погляду М. Портера, сутність поняття послуга охоплює значну кількість сфер, що відіграють різну роль у задоволенні потреб клієнтів [268, с. 103].

У 90-х роках XX століття, порівняно з попередніми роками, дещо знизилась увага вітчизняних вчених до вивчення питань, пов'язаних зі сферою послуг. Ця тенденція збереглася і до наших днів – в сучасній економічній науці проблематика даної галузі практично не досліджується.

Наведені положення відображають існування сучасної теоретичної парадигми з множинністю підходів до трактування сутності поняття послуги як ринкового продукту (блага).

Узагальнення думок авторитетних вітчизняних і зарубіжних експертів дозволило виділити кваліфікаційні ознаки послуги (рис. 1.1).

Ми вважаємо, що послугу не можна сприймати як діяльність (процес), оскільки споживачу (покупцю) не цікавий сам процес, він націлений купувати лише певний результат (благо, продукт, послугу). Відтак, послугу не варто розглядати лише у розрізі користі або вигоди, оскільки в такому разі надання (виробництво) послуг не ідентифікується як вид економічної діяльності.

Наша позиція полягає у тому, що послуга – це результат діяльності, внаслідок якої виробник (з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту) на основі застосування технологій і стандартів використовує певні ресурси, що мають вартість, для задоволення потреби споживача (покупця, клієнта).

Водночас, послуга для різних споживачів (клієнтів) має різну споживчу цінність і корисність, оскільки завжди існує суб'єктивне сприйняття вигод, котрі отримуються внаслідок користування послугою (змінність). Найчастіше послуга може бути надана за умови безпосередньої взаємодії виробника (надавача) та споживача (покупця, клієнта) і користування послугою можливе безпосередньо в момент її виробництва (надання). Послуга є нетранспортабельною (її неможливо перемістити), послугу неможливо випробувати, побачити, показати, покуштувати, виміряти до початку процесу споживання.



Рис. 1.1. Кваліфікаційні ознаки послуг

Джерело: побудовано автором

У порівнянні з товаром послуга є не матеріальним благом, тому виробляється і споживається, зазвичай, одночасно [104, с. 24]. У результаті цього в сфері виробництва і надання послуг проявляється чимало особливостей (рис. 1.2). Так, послуги неможливо зберегти чи заощадити, що дає можливість виробнику економити на змінних витратах та максимально мінімізувати свій оборотний капітал. Вони не є речовим активом, що спричиняє низку труднощів при обчислюванні (обрахуванні) їхньої собівартості та ринкової ціни.

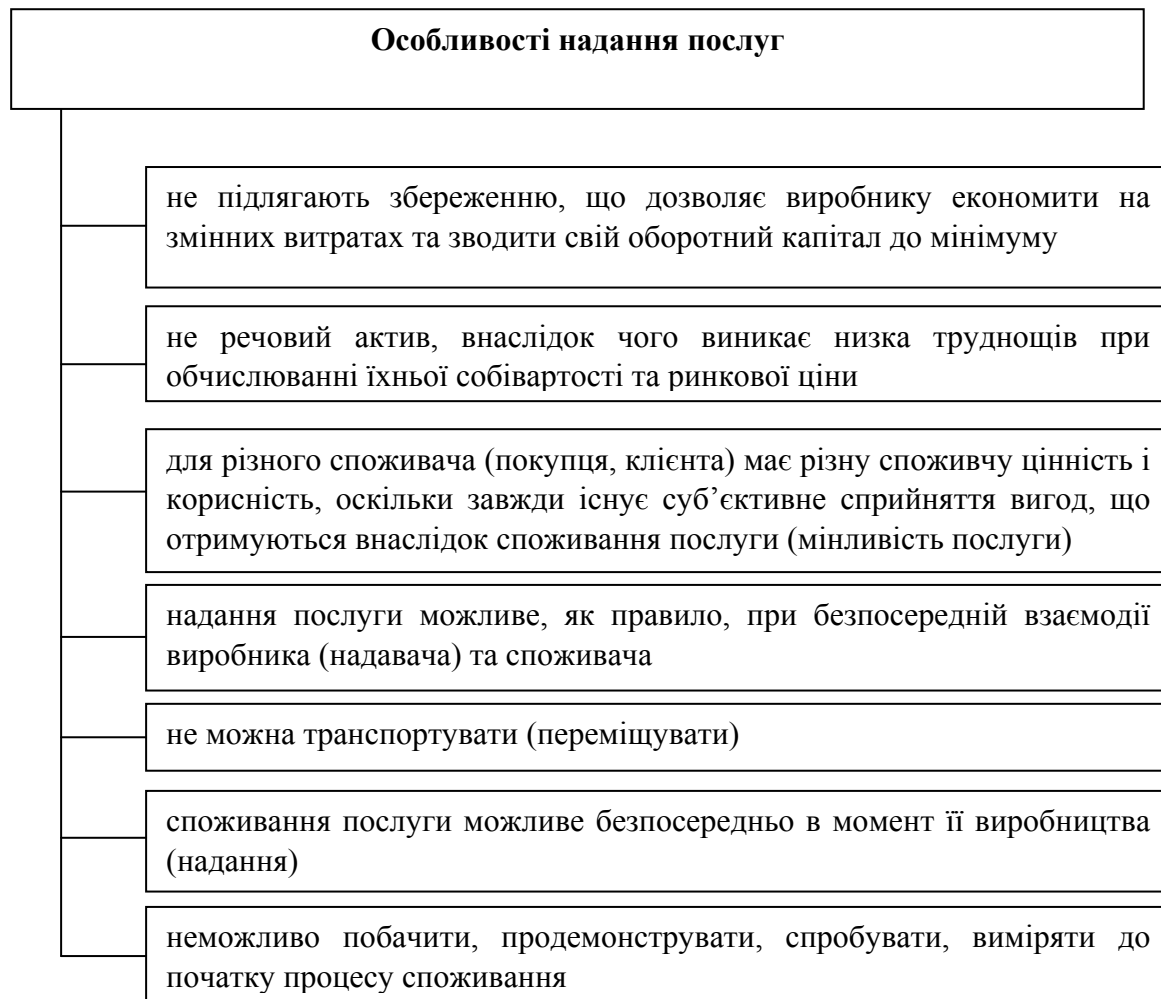


Рис. 1.2. Особливості надання послуг

Джерело: побудовано на основі: [109]

З погляду економічної теорії, послуга є різновидом товару, в якого відсутні матеріальна субстанція, речова форма, але при цьому він виступає у вигляді ефекту певної економічної діяльності і є корисним (цінним) для споживача (клієнта).

Наведені міркування дозволяють зробити висновок про наявність суттєвих особливостей послуги, як ринкового блага (продукту): невідчутність (нематеріальний характер), невіддільність виробництва і споживання, нездатність до зберігання та транспортування, мінливість (суб'єктивне сприйняття якості).

Послуга, на відміну від товару, не може бути передана покупцю у власність, клієнт після споживання не має можливості повернути її виробнику або надати іншій стороні [40, с. 12]. У той же час, припускається, що в клієнта відсутні спеціальні знання у сфері виробництва, внаслідок чого утруднюється правильність самостійної оцінки якості спожитої послуги та відповідність її стандартам [46]. Отже, оскільки в момент надання послуги речі у власність не передаються, споживачу також важко об'єктивно судити і про кількість матеріальних ресурсів (сировини), витраченої на виробництво (надання) блага.

Предметом нашого дослідження виступають санаторно-курортні послуги, які за своєю суттю є споживчими. Споживчі послуги мають низку універсальних властивостей, котрі відносяться лише до даного виду послуг, серед них здатність приєднуватися, що продиктована універсальною ознакою компліментарності. Це дозволяє супутнім послугам додаватися до основної та покращувати її (рис. 1.3).

Найбільш вдалим прикладом приєднувати супутні послуги до основної може слугувати туристичний ринок. Так, купуючи путівку у туроператора або турагента, клієнт, окрім основної послуги (путівка), пов'язаної з відпочинком та лікуванням, набуває пакет супутніх послуг, наявність яких необхідна для якісного відпочинку (рис. 1.3). У такий пакет увійдуть послуги з розміщення в місцях проживання туристів, забезпечення харчуванням, медичного обслуговування, розваги, страхування і т. ін. (B1, B2, B3, B4). Усі приєднані послуги будуть розглядатися продавцем і споживачем як супутні, але необхідні для якісної реалізації основної.

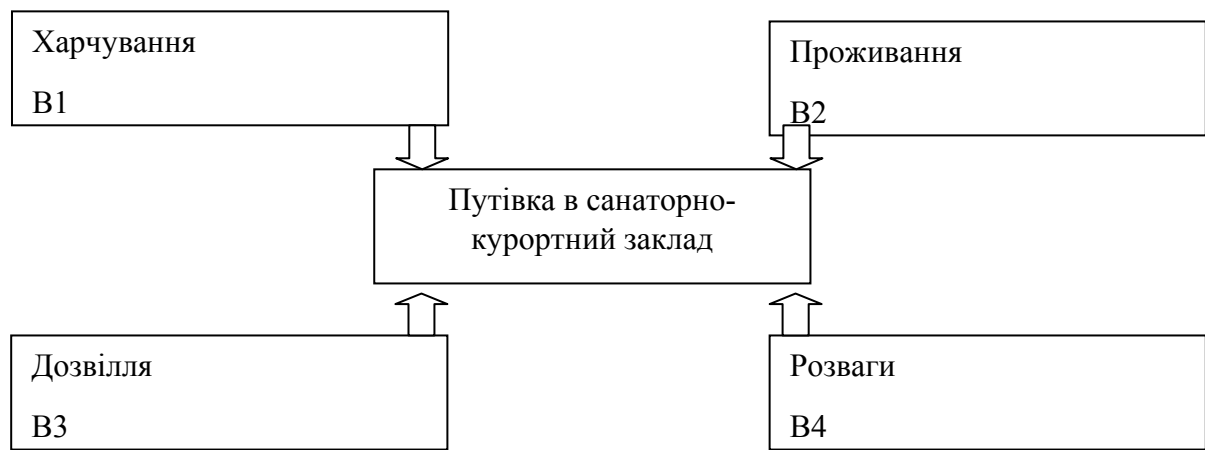


Рис. 1.3. Принципи приєднання супутніх послуг до основної

Джерело: побудовано автором

Крім того, здатність приєднання підсилює привабливість базової послуги, розширює межі споживчих очікувань.

Споживчі очікування, своєю чергою, формують попит на послуги, який підкріплюється особистими потребами різного роду.

Згідно відомої теорії потреб А. Маслоу, окремі види п'ятирівневої піраміди потреб людини можна вирішити за допомогою різних виробників послуг. До прикладу, потребу в їжі цілком можна угамувати в закладах громадського харчування, потреби в безпеці та охороні здоров'я задовольняють виробники послуг соціального характеру, а потреби в нових знаннях - заклади системи освіти.

В контексті теорії очікування кожний споживач, купуючи послугу, має можливість оцінити співвідношення затрачених коштів і придбаних очікувань. Якщо сподівання виправдалися, кошти використані не дарма. Труднощі оцінки витрат і отриманого ефекту можуть виникнути в результаті втручання людського фактору. Оскільки більшість споживчих послуг - результат діяльності людини, ризики невиправданих очікувань будуть збережені.

Дана теза підтверджується висловлюванням авторитетного американського економіста Т. Хіла про те, що послуга - це трансформаційні зміни стану людини або предмета, яке досягається в результаті дій іншого учасника економічних відносин з попередньої згоди першого. Дії надавача

послуг в момент виробництва здатні впливати на якість, а значить і на їхню споживчу вартість.

Отже, справжню цінність споживчих послуг можна визначити через три категорії:

- суму витрат споживачів, виражену ціною на послугу;
- час, витрачений на пошук потрібної послуги, опосередкований доступністю;
- якість послуг, здатність в повній мірі відповідати всім очікуванням.

В результаті такого підходу поняття сфери споживчих послуг доцільно розкрити за допомогою системи трьох складових: якість, доступність, споживча вартість (ціна). Відтак, споживчі послуги незалежно від їх класифікаційних ознак повинні бути: якісними, прийнятними за ціною, доступними за територіальним розташуванням.

До категорії якості споживачі звертаються при виборі предметів або послуг, здатних максимально повно задовольнити їх особисті потреби. Філософські та економічні тлумачення категорії якості по різному розкривають її зміст, що не знижує ролі даної категорії в процесі виробництва і надання послуг.

Вчені, зокрема І.Т. Фролов, розглядають якість як істотну визначеність предмета, в силу чого цей предмет є саме таким, а не іншим і відрізняється від подібних предметів. Зазвичай якість певного об'єкта не ототожнюється з його окремими характеристиками. Вона нерозривно зв'язана з цілісним об'єктом, покриває його загалом і не може бути відділена. Якість не може бути втрачена, якщо предмет не змінився. У відносинах будь-якого предмета з іншими виявляються різні його властивості або групи властивостей.

Економічне тлумачення якості, на думку Б.А. Райзберга, передбачає перелік характеристик, здатностей і властивостей товарів та послуг, котрі уможливають задоволення потреб споживачів та забезпечують здатність виконувати своє призначення та відповідати вимогам клієнтів. Якість оцінюється в залежності від того, наскільки виготовлений товар чи надана

послуга відповідає очікуванням споживачів, умовам договорів та вимогам стандартів.

І в першому, і у другому визначеннях йдеться про характеристики конкретного об'єкта. З економічного погляду, розглянуте коло властивостей звужується до сенсу споживчих очікувань, здатних відображати справжню споживчу вартість якості придбаних послуг. Завдання споживчих послуг - забезпечувати максимум задоволення від їх придбання - може розглядатися як якісне придбання.

Не менш важливою категорією моделі цільового призначення споживчих послуг виступає їхня ціна. Будучи мірилом ринкового попиту і пропозиції, ціна на споживчі послуги визначає на ринку обсяг попиту і пропозиції, рівень конкуренції в галузі.

Третьою категорією моделі виступає доступність, виражена в показнику територіального розташування суб'єктів по відношенню до споживачів. Можливість купувати необхідні послуги в радіусі пішохідної доступності для населення говорить про зростання рівня якості та комфорту проживання на території, де ця умова витримана.

Тільки при одночасному поєднанні перерахованих категорій сфера споживчих послуг спроможна виконувати своє істинне призначення - служити людям, створювати кожному жителю комфортні умови проживання.

Вказані властивості вимагають розробки спеціальних підходів до процесу управління виробництвом та надання послуг. Як особливе ринкове благо послуги мають надаватися на основі застосування певної технології, що описується через систему прозорих правил, стандартів, приписів [40, с. 25]. Оскільки в значній частині послуг відсутні чіткі результатні характеристики, їх продукування потребує ретельнішого державного регулювання, аніж виготовлення товарів, та розробки нормативів безпосереднього виробництва [127, с. 65].

Процес надання послуг регулюється специфічними технологічними документами – стандартами, інструкціями, в яких відображається інформація

про правила виконання певних дій (операцій). Вказані документи можуть бути ухвалені на різних рівнях: локальному (стандарти обслуговування в певному санаторії), галузевому (приміром, вимоги Закону України «Про курорти») [148], національному (вимоги Закону України «Про захист прав споживачів») [145], міжнародному (міжнародна система класифікації закладів розміщення).

Послуги продукує і надає підприємство сфери послуг (сервісне підприємство) відповідно до умов закону та договору. Вважається, що послуги реалізуються підприємцями або підприємствами, але безпосереднє (фізичне) надання послуги здійснюють наймані працівники, які виступають від імені надавача. Вказане створює додаткові труднощі в процесі контролю за виробництвом благ. На підприємствах сфери послуг мають бути стандартизовані усі процеси – від отримання сировини до споживання кінцевим споживачем (клієнтом). У той же час, на всіх етапах має бути створена дієздатна система моніторингу і контролю.

Підприємства сфери послуг мають такі особливості:

для організації виробництва необхідний порівняно менший потенціал інвестицій, що пояснюється меншою вартістю основних фондів та невеликими обсягами оборотних активів, задіяних в процесі виробництва,

- висока швидкість обороту оборотного капіталу підприємств (закладів);

- обмежена сфера діяльності, що зумовлено локальним характером послуги як економічного блага;

- необхідність стандартизації технологічного процесу, оскільки висока (належна) якість послуги досягається в результаті чіткого виконання необхідних операцій (технологічних дій);

- невеликі розміри (малі, середні), що обумовлено локальним характером ринкової пропозиції та необхідністю динамічного реагування на зміни кон'юнктури;

- наявність підрозділу (служби) клієнтської взаємодії, оскільки послуга надається лише в результаті контакту надавача та споживача [64, с. 117].

Таким чином, санаторно-курортна послуга - це специфічна послуга, що виробляється і надається суб'єктами санаторно-курортної діяльності з лікувальною або оздоровчою метою, відповідно до медичних показань, та передбачає здійснення впливу на пацієнта (споживача) певної сукупності лікувальних, зокрема природних факторів.

Санаторно-курортні послуги надаються у сфері особистого споживання і належать до категорії соціально-культурних та оздоровчих послуг. Змістовний (соціокультурний) сенс курортних послуг полягає у збереженні та примноженні фізичного здоров'я людини (споживача), покращенні її психоемоційного стану, утвердженні здорового способу життя [100, с. 72]. Санаторно-курортні послуги, будучи такими, що спрямовані на забезпечення особистих потреб конкретних людей (споживачів, клієнтів), мають бути регламентованими з точки зору унеможливлення шкідливого впливу на здоров'я та забезпечення позитивного ефекту [100, с. 23].

Санаторно-курортні послуги можна класифікувати наступним чином:

- залежно від типу санаторно-курортного закладу, в якому надається послуга: загальнооздоровчі, профілактичні, бальнеологічні тощо;
- залежно від способу надання: стаціонарні, стаціонарно-амбулаторні, амбулаторні;
- залежно від тривалості надання: довгострокові (понад 30 днів); середньострокові (12-30 днів); короткострокові (до 12 днів);
- залежно від рівня спеціалізації: спеціалізовані (спрямовані на лікування та профілактику конкретних захворювань), неспеціалізовані (загальнооздоровчі).

Запропоновану класифікацію санаторно-курортних послуг наведено на рисунку 1.4.

Санаторно-курортні заклади, як правило, надають споживачам (клієнтам) санаторно-курортні послуги за програмами з різними параметрами (тривалість, інтенсивність, набір процедур, умови надання).

Санаторно-курортна послуга має властивості, що характерні для будь-яких послуг [100, с. 121]:

- не є речовим благом, її неможливо складувати (нагромаджувати);
- для різних споживачів має різну споживчу цінність (одні пацієнти отримують високий лікувально-профілактичний ефект, інші - ні);
- споживається в момент виробництва;
- надається безпосередньо у місці виробництва.

Санаторно-курортна послуга може бути якісною лише у тому випадку, якщо виробник (заклад) надає її відповідно до вимог правил і стандартів, а пацієнт прагне отримати від споживання максимально корисну дію і суворо дотримується визначеного режиму [82, с.140]. Наведені особливості дозволяють зробити висновок, що якість курортної послуги, ефект та споживча цінність обопільно залежать від рівня її надання і від поведінки (дій) клієнта.

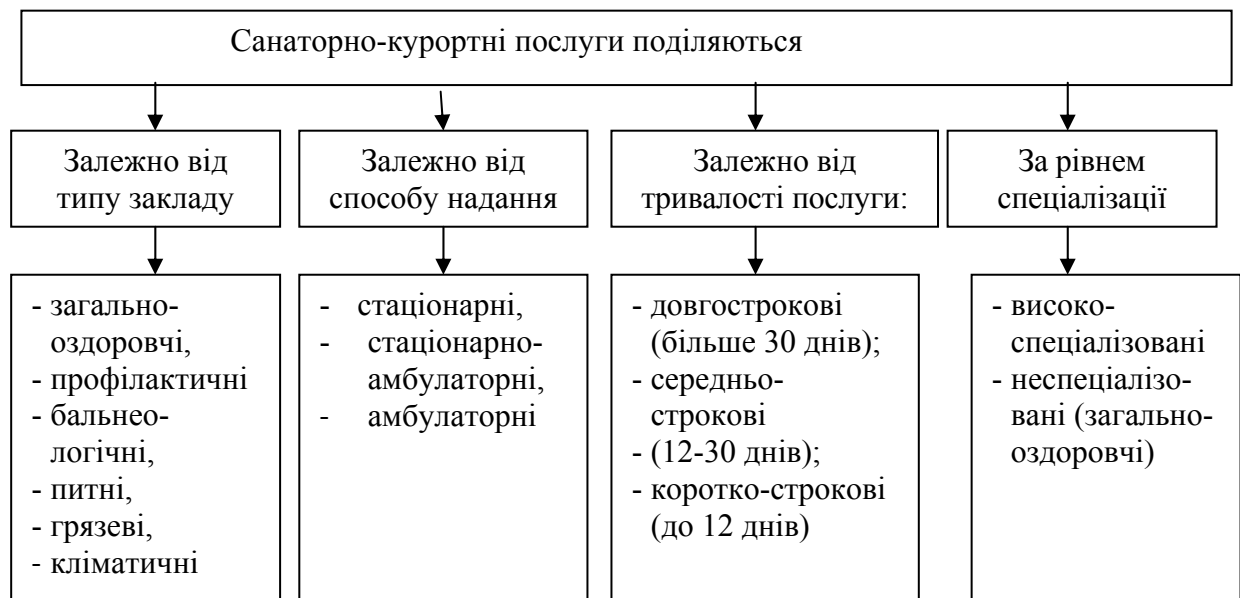


Рис. 1.4. Класифікація санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором

Як правило санаторно-курортна послуга має комплексний характер і включає споживання природних та лікувальних факторів (мінеральні води для внутрішнього і зовнішнього використання, лікувальні грязі, кліматичні умови та ін.), супутні медичні послуги, проживання, харчування, дозвілля тощо [134, с. 12].

Втім, санаторно-курортна послуга, як вид економічного блага, характеризується низкою ознак. Головною рисою вважається здійснення її виробництва лише на певній території - курорті, котрий має лікувальні та природні фактори, що здатні позитивно вплинути на стан здоров'я людини.

Властивість санаторно-курортної послуги полягає також у можливості споживання за умови наявності в пацієнта медичних показань (або принаймні, відсутності протипоказань). В іншому випадку санаторно-курортні заклади мають відмовити споживачу у наданні курортних послуг [166, с. 69].

Ще однією характеристикою оздоровчої послуги є індивідуальне надання залежно від стану здоров'я, віку, статі та інших особливостей клієнта. Набір курортних послуг, що має спожити певна людина, визначається лікарем.

Використання природних факторів з загальнодержавною цінністю, котрі належать усьому народу, вважається наступною ознакою рекреаційно-санаторної послуги. Вказаний факт свідчить про те, що лікувальний (оздоровчий) ефект може отримати особа, яка навіть не буде споживати курортну послугу як ринкове благо, а просто підпадатиме під вплив курортного (природного) фактору. З іншого боку, держава особливо регулює процес використання природних факторів у комерційних цілях, оскільки курортні ресурси є загальнодержавною власністю (власністю народу).

Характерною ознакою санаторно-курортної послуги також є те, що вона може бути вироблена (надана) у певній геопросторовій системі (тобто, в локації курорту або в безпосередній близькості до нього) з використанням технологічного обладнання та відповідної інфраструктури.

Згідно економічної теорії, санаторно-курортним лікуванням називається діяльність, що передбачає надання послуг споживачеві (пацієнтові) з метою

відновлення та покращення процесів життєдіяльності організму з використанням людських, природних, матеріальних та нематеріальних ресурсів. Багато курортів мають у своєму активі поліклініки, бальнео-фізіотерапевтичні комплекси, кліматолікувальні павільйони, інгаляторії, інші загальнокурортні лікувально-діагностичні установи і центри, де проводять амбулаторне лікування хворих.

Послуга санаторно-курортного лікування характеризується реабілітаційною направленістю. Під реабілітацією розуміється сукупність медичних, психологічних, соціальних, просвітницьких, виховних заходів, спрямованих на поновлення соціальної дієспроможності індивідууму через регенерацію функцій організму, що були порушені через певні захворювання. Власне, відновлення функцій людського організму і зумовлює медичну сторону реабілітації. Комплексна система реабілітації складається зі взаємозалежних лікувальних заходів та включає в себе лікарняний, диспансерно-поліклінічний і санаторний етапи [4, с. 125].

Особливості санаторно-курортної послуги, як ринкового блага, можна поділити на загальні та специфічні (рис. 1.5).

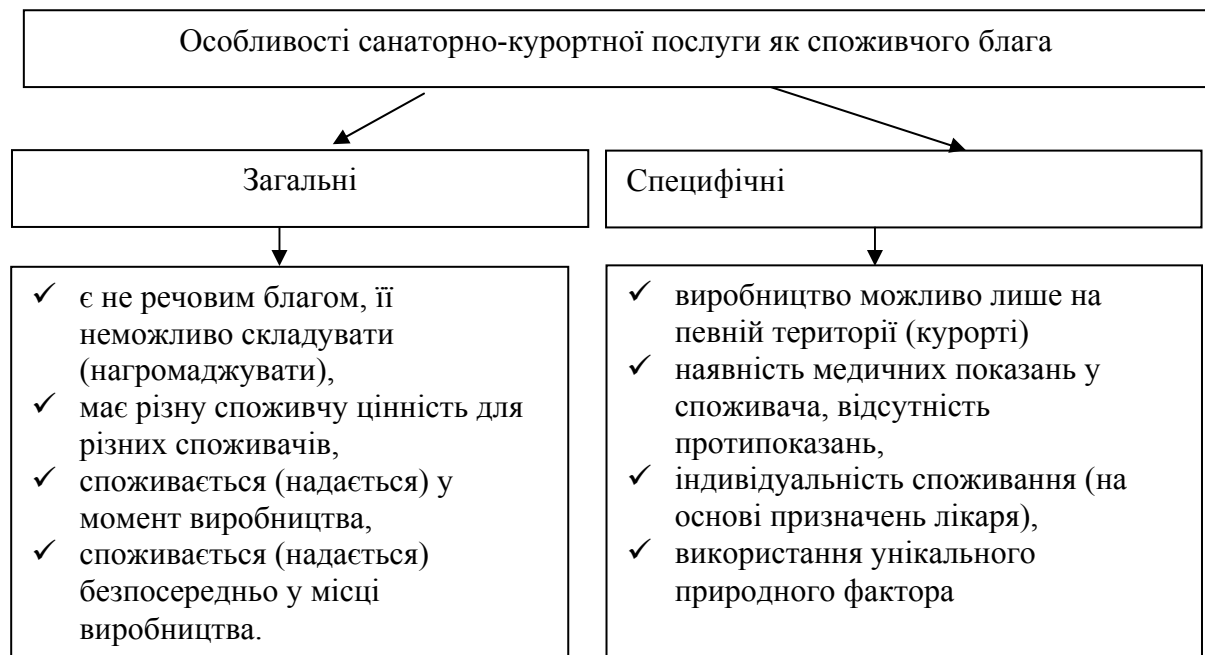


Рис. 1.5. Особливості курортної послуги як споживчого блага

Джерело: побудовано автором

Споживачі санаторно-курортних послуг (фізичні особи) нерідко оцінюють надані послуги за тими емоціями, котрі вони одержали. Якщо ефекти та емоції були відповідні до очікуваних, така послуга сприймається як якісна, незалежно від дотримання стандартів і правил їхнього виробництва (до того ж, споживачі не мають змоги об'єктивно оцінити дані критерії). Отже, пацієнт вважатиме за еквівалент якості санаторно-курортної послуги отримання належного оздоровчого ефекту (може бути фізичним, моральним, психоемоційним тощо) [4, с. 22].

В сучасній економічній науці триває дослідження методів та моделей оцінки результативності та ефективності санаторно-курортних послуг. Не вирішено питання про економічну оцінку здоров'я людини, втомлюваності та відновлення її працездатності.

Найбільш простий метод – врахування вартості спожитих санаторно-курортних послуг. Втім, вказаний підхід не є адекватним, оскільки одні і ті ж самі послуги можуть справляти різні ефекти, тому - приводити до різних економічних наслідків.

Сфера санаторно-курортних послуг зазнає постійних змін, тому дослідження слід проводити в траєкторії економічних процесів, пов'язаних з розвитком послуг даної галузі. Великий енциклопедичний словник трактує «розвиток» у вигляді процесу, в ході якого відбувається зміна якості певного предмету чи системи, перехід від одного якісного стану до іншого, вищого.

Розвиток уособлює процес трансформації, зміни стану певного об'єкта чи цілісної системи. Характеризується даний процес наступними рисами: поява нового предмета з вищим рівнем якості, направленість, послідовність, незворотність, якісні зміни ведуть до кількісних змін, процес нерозривно пов'язаний з регресом, конфліктність, протяжність в часовому вимірі, циклічність форми. Послідовниками даного підходу є Т.Б. Надтока, Г.А. Какуніна, які дають наступне трактування: «розвиток – рух уперед, формування нових рис, становлення нових структурних характеристик об'єкта,

його еволюція, поліпшення, удосконалення, прогрес, а також ріст і розширення» [241, с. 564-569].

На думку Ю. А. Плугіної, розвиток – це якісні трансформації в діяльності, що досягаються шляхом перетворення чисельних і структурних властивостей технічних, організаційних, фінансових ресурсів з ефективним й влучним застосуванням інтелектуальної власності та новітніх комп'ютерних технологій [264, с. 193-196].

Аналогічно Р.О. Побережний тлумачить окремі аспекти розвитку як направлену трансформацію основних переваг установи, її структури, складу, або характеристик, кількісних чи якісних змін складових. В цей же час, розвитку установи притаманні особливості подібні «філософському розвитку» – періодичність і повторюваність [265, с. 90-100].

Науковець Е.М. Коротков у своїй роботі представляє розвиток у вигляді системи взаємопов'язаних подій, що спричинюють утворення іншої якості об'єкта та посилення його життєздатності, спроможності боротися із зовнішніми загрозами [269, с. 92].

Економічна концепція Д.К. Воронкова вбачає у розвитку сукупність прогнозованих і безповоротних змін властивостей об'єкта чи способу мислення. Будь-яке підприємство, установа чи організація розвивається в тому випадку, коли зміни ведуть до покращення внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища, що своєю чергою, уможливорює реалізацію подальших позитивних перетворень [48, с. 112].

Плеяда вчених В.С. Пономаренко, О.М. Тридід та М.О. Кизим доходять висновку, що розвиток є сполученням кількісних і якісних перетворень у складі й структурі системи, що веде до підвищення її спроможності протистояти негативним факторам зовнішнього середовища та зростання ефективності її діяльності [266, с. 52].

М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі вважають розвиток сукупністю довготермінових заходів, спрямованих на покращення вміння керувати кризовими ситуаціями, приймати швидкі рішення та оперативно

самовідновлюватись за допомогою зростання ефективності управління культурою організації [232, с. 253].

Поряд з цим, існує інший підхід, за яким розвитку притаманна безповоротна, скерована, прогнозована трансформація речових та ідеальних предметів. Саме одночасна наявність усіх трьох характеристик відрізняє розвиток від решти змін. Повторюваність свідчить про особливість процесів діяльності – періодичне повторення константної схеми дій; непрогнозована зміна характерна для хаотичних процесів та діяльності з недосконалим плануванням; за відсутності направленості зміни не нагромаджуються, процес несистемний, позбавлений чіткого взаємозалежного орієнтиру. Розвиток приводить до появи якісно нової форми предмета, що реалізується у вигляді трансформації в його структурі чи складі.

Продуктування санаторно-курортних послуг доцільно розглядати виходячи з соціальних і економічних умов регіонів та враховуючи особливості сфери санаторно-курортних послуг. В контексті доведеного важливе значення має визначення економічного змісту категорії «розвиток сфери санаторно-курортних послуг» як безперервного і цілеспрямованого процесу діяльності санаторно-курортних закладів на основі залучення інноваційних технологій, світових стандартів та використанні певних природно-рекреаційних і лікувальних ресурсів, направленої на становлення конкурентоспроможних санаторно-курортних послуг з ціллю задовольнити потреби клієнтів у відпочинку, оздоровленні та покращенні фізичного стану, досягнення соціального ефекту з врахуванням соціально-економічних умов регіонів, особливостей сфери санаторно-курортних послуг, умов децентралізації та регіональної політики.

В контексті нашого дослідження актуальним є питання організації та регулювання розвитку санаторно-курортних послуг, адже вони виробляються (надаються) і споживаються в результаті складної взаємодії ринкових механізмів й інструментів.

У широкому значенні під ринком послуг розуміють цілісну систему, котра змінюється в залежності від уподобань та потреб споживачів і формується у відповідності до платоспроможності отримувачів послуг, які користуються попитом. Вважається, що ринок послуг має такі функції: інформаційну (надання певних відомостей), посередницьку (взаємовигідний обмін результатами діяльності між виробником послуги і споживачем), стимулюючу (внаслідок споживання послуги збільшуються економічний та соціальний ефекти суспільного відтворення), розподільчу (відбувається розподіл вироблених благ між різними економічними агентами), структурно-утворюючу (коригуються пропорції між виробництвом та споживанням).

Попит на санаторно-курортні послуги формується під впливом різноманітних чинників, серед яких слід виділити поінформованість споживачів, сезонність, цілющий ефект природних лікувальних факторів, ступінь облаштування курорту, зручність місцевої інфраструктури, транспортне сполучення тощо.

Виходячи з наведених тлумачень термінів «ринок послуг» та «санаторно-курортна послуга», можемо запропонувати наступне визначення: «Ринок санаторно-курортних послуг – це цілісна система відносин між санаторно-курортними закладами та фізичними особами (споживачами санаторно-курортних послуг), що змінюється в залежності від уподобань та потреб споживачів і формується у відповідності до платоспроможності отримувачів послуг, які користуються попитом».

Ринок санаторно-курортних послуг являє собою: 1) процеси купівлі-продажу (продукування та надання); 2) сукупність економічних відносин купівлі-продажу, в наслідок чого на основі попиту і пропозиції формуються ціна, конкуренція в сфері виробництва та надання курортних послуг.

Отже, ринок санаторно-курортних послуг є одночасно сегментом ринку туристичних та ринку медичних і оздоровчо-профілактичних послуг.

До ключових особливостей ринків послуг, в тому числі і санаторно-курортних, можна віднести [98, с. 60]:

- значний динамізм ринкових процесів (стрімкі зміни обсягу надання, попиту, цінових характеристик);
- висока чутливість до змін факторів макросередовища;
- значний вплив неформальної інформації (чуток, очікувань тощо);
- високий рівень сегментації та спеціалізації суб'єктів ринку, що надають подібні та унікальні послуги;
- локальність, що обумовлюється місцевим характером споживання та виробництва будь-якої послуги.

Стан ринку санаторно-курортних послуг і його сегментів характеризують попит, пропозиція, ціна та конкуренція. Основними суб'єктами, що формують пропозицію санаторно-курортних послуг, є санаторно-курортні заклади, а попит на курортні послуги створюють фізичні особи (люди), рідше - роботодавці (підприємства, установи і організації), що прагнуть заохотити своїх працівників шляхом надання пільгових путівок на оздоровлення.

Підтримка балансу між попитом і пропозицією санаторно-курортних послуг відбувається через механізм ціноутворення. Динамічна збалансованість ринку курортних послуг повинна базуватися на системі рівноважних цін на курортні послуги (за відсутності значимих зовнішніх шоків). Рівноважні ціни формуються завдяки спеціальному механізмові, який у країнах з ринковою економікою підтримується державою за допомогою реалізації заходів антимонопольної політики.

На стан ринку санаторно-курортних послуг впливає чимало факторів - рівень насиченості регіонального ринку пропозицією санаторно-курортних послуг (кількість курортів та курортних територій в регіоні), традиції громадян відпочивати на курорті тієї чи іншої місцевості (наприклад, в Німеччині середньостатистичний споживач відпочиває протягом року на курорті не менше 2 разів, а у Сирії – ані жодного), наявність платоспроможного попиту населення, стан розвитку курортної інфраструктури, сезонність (рис. 1.6).

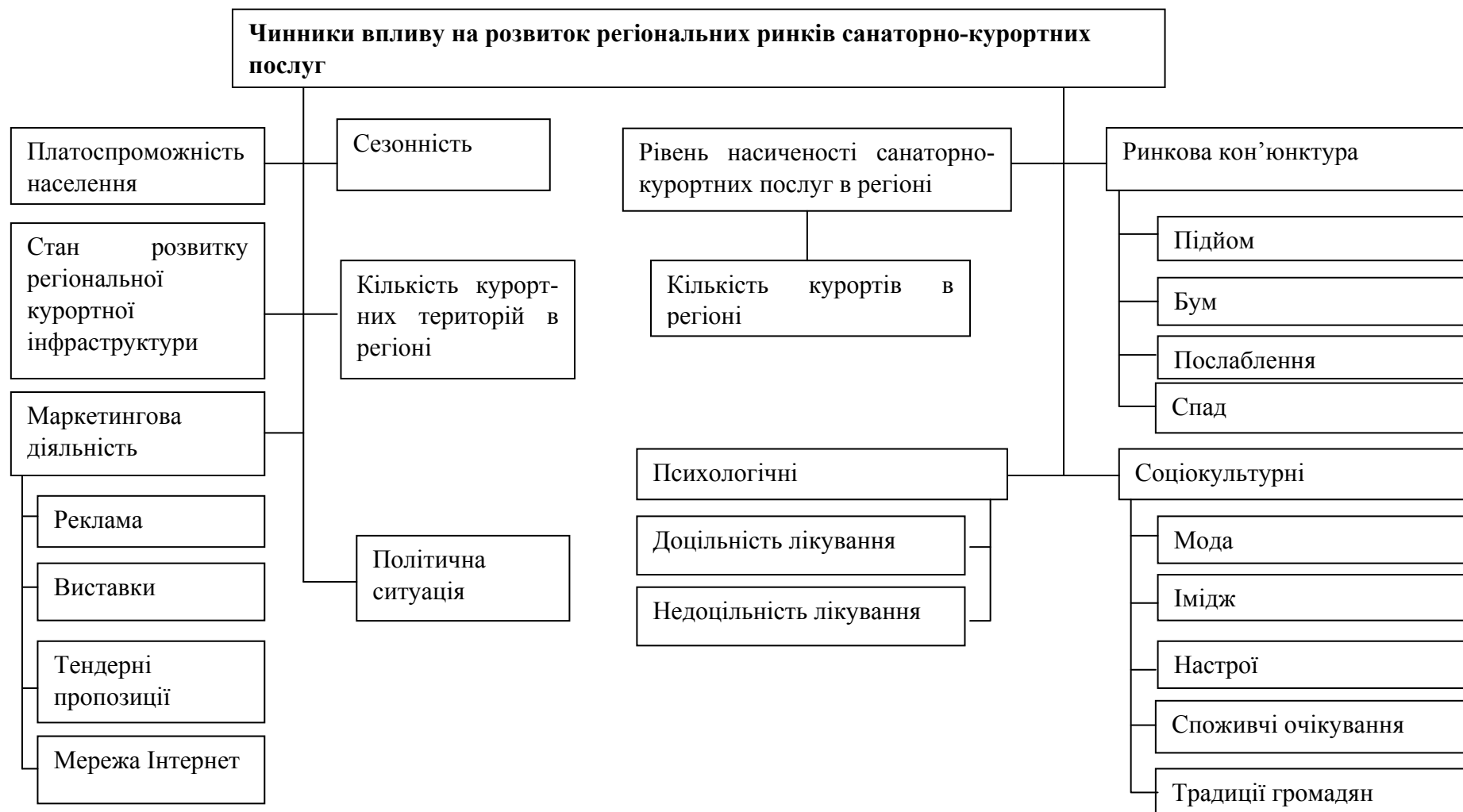


Рис. 1.6. Чинники впливу на розвиток регіональних ринків санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором

Ринок санаторно-курортних послуг, як і ринки інших економічних благ, розвивається циклічно. Процеси, котрі позначаються на його стані, доволі динамічні, а характер впливу різних чинників постійно змінюється, що є причиною коливань ринкової кон'юнктури. В свою чергу, кон'юнктура ринку курортних послуг може бути виражена через певні стадії – підйом, бум, послаблення і спад [98, с. 58].

В основному коливання відбуваються залежно від пори року. Так, підйом на ринку спостерігається у весняний період, бум - під час весняно-літнього періоду, спад розпочинається пізньої осені, а послаблення проходить у зимовий період. Пропозиція курортних послуг формується суб'єктами курортної діяльності та розповсюджується по спеціальних маркетингових каналах (туристичні агенції, виставки, мережа Інтернет, тендерні пропозиції).

З метою оцінювання попиту на санаторно-курортні послуги доцільне проведення наступних дій [200]:

- чітке ідентифікування видів лікувально-профілактичної допомоги, що може бути отримана в результаті споживання курортної послуги;
- формування переліку заходів, які сприятимуть підвищенню санаторно-курортної привабливості регіону;
- здійснення маркетингових досліджень з метою прогнозування попиту на санаторно-курортні послуги в регіоні;
- оцінювання рекреаційної місткості і потенціалу санаторно-курортної галузі в регіоні;
- аналіз рівнів захворюваності на певні хвороби з визначенням ємності сегменту відповідних лікувально-профілактичних послуг;
- оцінка платоспроможної частини попиту на відповідні лікувально-профілактичні послуги;
- виявлення незадоволеного попиту (ринкових ніш);
- прогнозування перспективності розвитку курортної діяльності на окремій курортній території, враховуючи незадоволений платоспроможний попит та наявну інфраструктуру;

- економічне оцінювання ефективності інвестування у санаторно-курортну сферу регіону;
- сприяння формуванню санаторно-курортної привабливості території шляхом коригування державних та регіональних програм розвитку туризму;
- розроблення різних сценаріїв формування платоспроможного попиту (оптимістичний, базовий, песимістичний) з урахуванням факторів макро- (інфляція, рівень доходів, споживчі очікування тощо) та мікросередовища (наявність лікувальної бази, сервіс, транспортне сполучення і т. ін.).

Особливістю ринку санаторно-курортних послуг є значний вплив на його кон'юнктуру соціокультурних та психологічних чинників, в результаті чого відбуваються, так звані позаекономічні, зміни у динаміці і структурі попиту. Соціокультурні чинники (мода, імідж, настрої, споживчі очікування) проявляються через суб'єктивне сприйняття людей доцільності використання санаторно-курортних послуг у певній кількості на певному курорті. До прикладу, відомо, що окремі клієнти схильні, зважаючи на поради друзів та знайомих, споживати курортні послуги на морських узбережжях або в гірських районах, в той час, як насправді їм необхідне санаторне лікування у зовсім інших місцях. Психологічні фактори – доцільність або недоцільність лікування – проявляються через суб'єктивне сприйняття ефективності споживання оздоровчих послуг загалом (розуміння курортної послуги як блага, що має цінність та ціну).

Залежно від стану ринку курортних послуг формується і економічна поведінка рекреаційних закладів. Санаторно-курортні установи можуть використовувати власну інфраструктуру повністю або частково, надавати усі можливі послуги чи певну їхню кількість, підвищувати/знижувати ціни, пропонувати маркетингові рішення (акції, знижки) тощо. Як показують результати досліджень, у конкурентній боротьбі виграють, в першу чергу, ті заклади, що пропонують ринку унікальні послуги високої конкурентоспроможності (належна якість при економічно обґрунтованій ціні), а також впроваджують інновації у сфері сервісу.

Санаторно-курортний ринок варто розглядати як складне суспільно-економічне явище, об'єднуюче пропозицію та попит санаторно-курортних послуг, в результаті чого уможлиблюється споживання цих послуг певної якості за певну ціну.

Логічно також представити ринок курортних послуг у вигляді механізму, що визначає спосіб поведінки виробників та споживачів на основі співвідношення попиту і пропозиції, з урахуванням дії законів ринкової саморегуляції.

Вважається, що ринок курортних послуг буде ефективним, якщо виконуються три основні умови [200, с. 76]:

- вільна конкуренції виробників;
- наявність однакових правил (приписів) щодо якості санаторно-курортних послуг та безпеки їхнього споживання;
- підтримка вільного вибору клієнтів.

Особливістю ринку санаторно-курортних послуг є те, що на ньому конкуренція у чистому вигляді неможлива, оскільки на кожному курорті використовується неповторний рекреаційний ресурс, якого немає на іншому курорті. Водночас перспектива використання природного фактору не безмежна, а тому доступ до нього має лімітоване коло оздоровчих закладів, що пояснюється в більшості випадків фізичним обсягом виробництва.

Крім того, курортні послуги, як і лєвова частка інших послуг, можуть надаватися лише у місці їхнього виробництва. Це означає, що можливість фізичного споживання унікального рекреаційного ресурсу присутня лише на конкретному курорті, на території якого діє обмежена кількість виробників курортних послуг.

Усунути зазначену особливість курортного ринку, котра може мати негативні прояви, повинні уповноважені державні органи в рамках реалізації державного регулювання ціноутворення на курортні послуги.

Разом з тим, на сучасних ринках санаторно-курортних послуг розвинутих країн присутня конкуренція за обсяг платоспроможного попиту [121, с. 100].

Фактично виробники суперничають один з одним не лише якістю наданих послуг, а насамперед, ціною, оскільки споживач, зазвичай, обираючи курортний заклад, виходить з наявного фінансового ресурсу (споживчий бюджет).

Ринки санаторно-курортних послуг багатьох країн розвиваються випереджаючими темпами, що засвідчує активізацію уваги громадян (населення) до проблем збереження здоров'я та прагнення психоемоційного розвантаження. Зростання кількісних параметрів ринку курортів є прямим наслідком підвищення рівня життя населення, поліпшення його матеріального стану, реалізації комплексу просвітницьких заходів щодо охорони здоров'я та профілактики захворювань.

У провідних країнах світу ринок санаторно-курортних послуг – це не хаотичне утворення з неконтрольованими процесами, а, передусім, чітко упорядкований механізм, за допомогою якого обмежені рекреаційні ресурси розподіляються поміж споживачами, з дотриманням принципів та пріоритетів державної соціально-економічної політики. Національні уряди при проектуванні моделі санаторно-курортного ринку, враховуючи його виняткове суспільне значення, виходять з пріоритетів не економічної, а саме соціальної політики [116, с. 110]. Модель ринку курортів зобов'язана опиратися, перш за все, на наявну базу природних лікувальних ресурсів, яка повинна бути привабливою для потенційних споживачів (різноманіття оздоровчих факторів), а також містити достатню кількість рекреаційних чинників, що є запорукою конкуренції між виробниками курортних послуг і, як наслідок, адекватних цін на їхні послуги.

Нині ринки санаторно-курортних послуг багатьох країн за підтримки урядів та регіональних органів розвиваються стрімкими темпами, що у підсумку:

- збільшує доходи до місцевих бюджетів (окремі регіони отримують основні надходження саме завдяки курортній діяльності);
- сприяє створенню робочих місць з достатнім рівнем доходу;

- максимізує рентні платежі;
- стимулює розвиток соціальної інфраструктури;
- каталізує зростання рівня життя місцевого населення.

Результати проведеного дослідження переконливо демонструють необхідність виваженого (особливого) державного регулювання санаторно-курортної діяльності та ринку оздоровчих послуг, що націлене на вирішення різноспрямованих завдань (охорона природних ресурсів, ефективне лікування та оздоровлення громадян, збереження курортної території, підтримка належної економічної ефективності курортних закладів). Вказана парадигма зумовлена як особливостями функціонування курортів, так і підтверджена економічними процесами в нашій країні. Одним з важливих механізмів вирішення окреслених проблем є формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг на всіх рівнях органів державної влади.

1.2. Наукові засади регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг

Розвиток санаторно-курортних послуг доцільно розглядати, враховуючи особливості не тільки даної сфери, а й реалізації регіональної політики на усіх рівнях. Своєю чергою, регіональна політика передбачає процеси розвитку та створення таких передумов, які сприяють самостійності та підвищенню конкурентоспроможності регіонів. Зважаючи на зміни в економіці країни та переформатування повноважень державних органів влади, регіональна політика набуває особливого значення.

Визначення «політика» часто зустрічається як у науці, так і в повсякденному житті. Термін «політика» (від грецького «politike») означає формування, ведення державних справ та багато інтересів. У колишній Греції вислів «політика» означав все, що відносилось до державної діяльності. Італійський філософ і політичний діяч, Ніколо Макіавеллі тлумачив політику як

«сукупність засобів, необхідних для того, аби прийти до влади, утримуватися при ній і корисно використовувати» [223].

З огляду на функціональну мету політики, Т. Парсонс писав: «Політика являє собою сукупність способів організації визначених елементів тотальної системи відповідно до однієї з її фундаментальних функцій, а саме ефективної дії для досягнення спільних цілей» [261]. З формулювань, наведених у інших теоретичних джерелах, випливає, що політика є певним планом дій і сферою взаємовідносин соціальних груп з приводу використання інститутів влади для просування інтересів та їх задоволення. На сьогоднішній день політика інтерпретується як інтеграція її складових й консолідація зусиль державних і регіональних органів влади.

В сучасних політико-соціологічних джерелах розрізняють кілька видів державної політики. Перш за все, в залежності від характеру об'єкта впливу та сфери управління. Відповідно процеси управлінського впливу держави на сферу санаторно-курортних послуг формують політику держави в напрямі її розвитку. Політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг за ієрархічним рівнем управлінського впливу поділяється на такі основні види: державна та регіональна. Доцільно зауважити, що для втілення кожного з цих видів політики, починаючи з етапу формування, необхідна економічна основа.

За нинішніх умов нестабільності економіки України реалізація політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг як на рівні держави, так і на регіональному рівні не має достатньої фінансової підтримки, тому питання, пов'язані із вирішенням проблем її формування є досить актуальними. Передусім, в контексті надання місцевим органам влади певної самостійності в управлінні і діяльності (Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» (зі змінами, внесеними згідно з Законом №163-XIV від 06.10.98, ВВР, 1998, №48, ст. 292)), [147].

З метою окреслення суті «регіональна політика» необхідне дослідження теоретичних основ дефініції «державна політика». При визначенні державної політики більшість вчених ототожнює її з державним регулюванням економіки.

Проте державна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг має будуватися із врахуванням вимог об'єктивно діючої системи економіко-правових законів, що сприятиме її прискореному розвитку. Як писав А.С.Гальчинський, плавний перехід до ринкової економіки може відбутися лише на основі використання реальних причинно-наслідкових зв'язків в господарському та економічному житті, врахування інтересів усіх господарюючих суб'єктів, тобто політики, побудованої на науковій теорії й адекватно трансформованої у господарському механізмі [89, с. 21].

Державну політику можливо трактувати як сукупність заходів державних органів влади, з метою забезпечення виконання довго- і короткотермінових планів покращення розвитку сфери санаторно-курортних послуг, відповідно до економічних та соціальних проблем країни. До складу державної політики віднесено фінансово-кредитну, бюджетну, соціальну, інвестиційну та зовнішньоекономічну політику.

Виходячи з поглядів вітчизняних та зарубіжних вчених, доцільне визначення категорії «державна політика», яке інтерпретує її як комплекс правових, економічних цілей та завдань (короткострокових та довгострокових), діяльність органів державної влади й управління щодо їх реалізації за допомогою форм, методів та інструментів, які направлені на розвиток економічних процесів на макро – і мікрорівні для забезпечення загального добробуту в країні. В нашій роботі, з огляду на об'єкт дослідження, державна політика буде розглядатися як аналогічний комплекс, діяльність якого спрямована на розвиток сфери санаторно-курортних послуг з метою соціального забезпечення населення країни.

Подальше вивчення окресленої проблематики потребує чіткого розуміння формулювання терміну «регіон», адже в сучасних наукових дослідженнях з даним поняттям пов'язані регіональне управління, політика регіонів і державна політика. Вітчизняними й закордонними науковцями у сучасних регіональних дослідженнях розглядаються різноманітні напрями та методики, що доводить відсутність певного однозначного підходу до самої дефініції «регіон».

Регіон тлумачиться як частина території певної країни, значна цілісна територія, на якій проживає певна чисельність населення, працюють різногалузеві підприємства всіх форм власності для забезпечення нормальних умов життя громадян, праці, культури та освіти, діють певні установи [16].

В окремих джерелах визначення поняття «регіон» подається під кутом певної системи в просторі з надзвичайно різними масштабами – від декількох держав до площинно малих адміністративно-територіальних утворень і, можливо, й їх частин [8]. Відповідно до існуючих адміністративно-територіальних одиниць, окремі дослідники висвітлюють регіон в наступні способи. По-перше, під регіоном слід розуміти адміністративну одиницю субнаціонального рівня з чітко визначеними кордонами, підпорядковану ієрархічній державній системі управління, з поширеним впливом нормативно-правових актів (у такому вигляді слід розглядати області України) [10]. По-друге, регіон окреслюють як неадміністративну територіальну одиницю субнаціонального рівня (наприклад, більшість регіоналістів розглядає Івано-Франківську, Львівську, Закарпатську та Чернівецьку області як Карпатський регіон). По-третє, під регіоном пропонують вважати територію, на якій здійснюється реалізація певної програми. У такому регіоні не виразно визначені характеристики, зокрема територіальні, в основному вказано адміністративний центр і межі є не чіткими. Подібний опис регіону представлено в певних адміністративно-правових системах, де управління ним проводиться у неадміністративній формі. По-четверте, регіон з окремою частиною за межами його території, а звідси – й юрисдикції України (це – так звані «єврорегіони»). Ним надано значні права й фінансові ресурси, вони об'єднані з регіонами окремих країн і утворюють підпростори в економічному просторі ЄС [95].

Відповідно до типології регіонів можливо виділити регіони з наявним низьким рівнем розвитку, в стані розвитку та регіони з середнім рівнем розвитку і найбільш розвинуті.

На основі проведеного аналізу існуючих трактувань представлено визначення поняття «регіон» як історично сформованої цілісної території, що вирізняється природними, економічними та соціальними особливостями, включає інститути, підприємницькі структури та територіальні громади, де закладаються внутрішньо-зовнішні взаємозв'язки.

Ефективною регіональна політика вважається за умови, якщо вона віддзеркалює всі процеси, що позитивно сприяють розвитку регіону. У Законі України «Про засади державної регіональної політики» (№156-VIII від 5 лютого 2015 р.) регіональний розвиток визначається як процес економічних, соціальних, екологічних, гуманітарних та інших позитивних змін у регіонах [275]. Суть такої регіональної політики полягає в сталому економічному та соціальному розвитку регіону.

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови розвиток трактується як процес переходу з одного стану до іншого, більш досконалого [41, с. 1235]. А.О. Кузнецов в енциклопедії державного управління визначає вектор регіонального розвитку у бік якісних закономірних змін у функціонуванні регіональної системи, що мають об'єктивний характер і зумовлені виникненням нових форм зв'язків між соціально-економічними потребами та засобами їхнього задоволення. Цей розвиток є багатограним і багатоаспектним процесом, що розглядається з точки зору сукупності різних соціальних та економічних цілей і включає такі аспекти - зростання виробництва, доходів, зміни в інституційній, соціальній і адміністративній структурі, у суспільній свідомості, традиціях і звичках [208, с. 320-321].

Дослідивши сутність понять «політика», «регіон» і «розвиток» та «регіональний розвиток» варто з'ясувати теоретичні основи визначення «регіональна політика». Вивчення численних публікацій засвідчує наявність суттєвих відмінностей у візіях щодо дефініції регіональної політики, передусім у формулюваннях її завдань і мети. Окрім того, в науковій літературі регіональна політика трактується і як державна політика в регіонах, що здійснюється центральними органами влади, так і регіональна політика, котра

проводиться регіональними органами влади. Відтак, впливає, що регіональна політика - це внутрішня політика в регіоні, яку формують органи регіонального управління в контексті загальнодержавних інтересів. Таку політику можна назвати місцевою політикою регіонів, де дії регіональних органів влади скеровані на ефективне використання ресурсної бази з метою покращання добробуту місцевого населення, удосконалення матеріального виробництва, всебічного розвитку соціальної та економічної інфраструктур і покращення стану навколишньої природи [21].

Регіональною політикою представлена сфера державної політики щодо регіонів при врахуванні їх внутрішніх інтересів, завдань та мети соціально-економічного розвитку країни згідно розроблених програм. Такою політикою охоплена вся система взаємовідносин між державою та регіонами, зокрема міжрегіональних відносин. Іншими словами, сутність регіональної політики полягає в ефективному управлінні регіональним розвитком всієї країни при врахуванні об'єктивних процесів, які відбуваються в самих регіонах, і реалізації державних інтересів відповідно до стратегії регіонів [138].

Регіональну політику доречно розробляти з міркувань складової державної політики, яка поєднує економічні, організаційно-правові заходи, що здійснюються державними органами влади в процесі розвитку регіонів на основі підтримання раціонального користування виробничим, людським, природним ресурсними потенціалами та при врахуванні особливостей кожної територіальної одиниці у відповідності до державних інтересів. При реалізації регіональної політики держава впливає на стратегію та процеси в регіонах. Приміром, І.Г. Бабець бачить регіональну політику у вигляді мистецтва вживання урядом різноманітних підходів до різних частин країни, де заздалегідь сплановані дії державних органів, націлені на подолання нерівності серед окремих регіонів при застосуванні, спеціально для цього винайдених, інструментів [9].

За твердженням одного з фундаторів регіоналістики М. Долішнього, регіональна політика є системою, яка включає дії та цілі, спрямовані на реалізацію інтересів держави щодо регіонів та їх внутрішніх інтересів, за

допомогою методів, враховуючи історичну, етнічну, економічну, соціальну та екологічну специфіку територій. Вчений підкреслює можливість регіональної політики просторово регулювати соціальний та економічний розвиток, і, перш за все, у сферах з обмеженою дією ринкових важелів. До таких сфер віднесено науково-технічну, екологічну та соціальну. Залучення дієвих механізмів регіональної політики впливає на активізацію внутрішніх потенціалів регіонів з метою соціально-економічного розвитку їх територій та країни, зокрема [125].

Економісти Б. Данилишин та В. Семиноженко розглядають регіональну політику крізь глобалізаційні процеси, оскільки сьогодні жодною країною неможливе здійснення серйозної регіональної політики без врахування дієвого чинника глобалізації в світовій економіці. В згаданих працях регіональна політика визначається як діяльність держави, що має оптимізувати структуру регіонів в адміністративному та економічному напрямі, формувати відносини між окремими територіальними утвореннями та центром з метою підтримки збалансованого розвитку при максимально ефективному використанні внутрішніх та залученні зовнішніх ресурсів за умов глобалізації міжнародної економіки. Регіональна політика має за мету розвиток усіх регіонів і передбачає оптимальне використання регіональних ресурсів для тривалого зростання економіки і підвищення конкурентноздатності [300].

За переконанням іншого ученого-регіоналіста В. Симоненка, регіональна політика - це, з однієї сторони, законодавчо визначена практична діяльність держави в регіонах нашої країни, з іншої – соціально-економічна політика, яка проводиться самими регіонами на основі загальнодержавного законодавства задля досягнення певних місцевих і регіональних завдань і цілей. При цьому регіональна соціально-економічна політика визначена як сукупність адміністративно-організаційних, економічних та правових методів і засобів, котрі пов'язують увесь комплекс як місцевих, так і загальнодержавних інтересів, направлених на рівномірний і повноцінний розвиток регіонів. Стратегічне завдання такої політики, на думку науковця, полягає в підвищенні життєвого рівня населення регіонів при якісному використанні регіональних

ресурсів, нових підходів до розвитку їхніх продуктивних сил та докорінної зміни ситуації в екології [301].

Поняття «регіональна політика» охоплює такі напрями: зовнішній, внутрішньо-регіональний та державний. При першому напрямі регіональної політики органами державної влади вплив скеровано на пропорційний розвиток між регіонами. При другому - політика регіональних органів влади формується в контексті економічного та соціального розвитку регіону. Третім вектором регіональної політики обумовлюється зміцнення ролі регіонів у забезпеченні розвитку країни [36].

Основними принципами ефективної регіональної політики є послідовне здійснення державними органами влади регіональної політики на основі рішень центральних органів влади, враховуючи особливості регіонів, стосовно яких приймалися рішення по підвищенню рівня самостійності самих регіонів при вирішенні їхніх проблем – формування найбільш ефективного самоврядування [34].

Метою регіональної політики є згладжування соціальних та економічних диспропорцій, що виникають при розвитку окремо взятих територій порівняно із загальним підвищенням рівня розвитку економіки, добробуту населення та стандартів життя в країні, підвищення конкурентоспроможності й продуктивності як національної, так і регіональних економік. Всі вищезазначені умови можливі лише за раціонального використання ресурсів та людського капіталу в регіонах, економічної бази, інноваційних та інвестиційних важелів, що впливають на розвиток економічних систем в регіонах тощо [126]. З рештою, регіональна політика покликана створювати умови для збалансованого, динамічного соціально-економічного розвитку регіонів за рахунок ефективного використання ендегенного потенціалу.

Науковий підхід до формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг передбачає визначення об'єкта, суб'єкта, а також формулювання мети і завдань. Об'єктом регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг можуть бути економічні і соціальні процеси, що

відбуваються в сфері санаторно-курортних послуг регіонів, на основі яких формуються виробничі, соціально-економічні взаємовідносини між її суб'єктами. Суб'єктами регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг є органи влади на державному, регіональному рівнях і органи місцевого самоврядування, різні інституції, що долучені до процесу регулювання, громадські організації.

Виходячи з теми дослідження, метою регіональної політики, відносно сфери санаторно-курортних послуг, політики є формування сприятливих умов для активізації розвитку санаторно-курортної сфери згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у національний та світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку, популяризації регіонів та налагодженню міжрегіонального співробітництва.

До основних завдань регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг віднесено:

- здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку санаторно-курортної сфери, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату;
- забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню рекреаційних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати здійснення заходів у санаторно-курортній сфері;
- об'єднання зусиль органів місцевого самоврядування, санаторно-курортного бізнесу, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації регіонів і формування їх іміджу.

Основними принципами регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг, що відображають як стратегічні, так і тактичні орієнтири її розвитку, є:

- 1) законність - відповідність Конституції та законам України;
- 2) співробітництво - узгодження цілей, пріоритетів, завдань, заходів і дій центральних та регіональних органів державної влади, органів місцевого самоврядування, забезпечення співробітництва між ними під час формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- 3) паритетність - забезпечення рівних можливостей доступу об'єктів регіональної політики (санаторно-курортних закладів) до ресурсів державної фінансової підтримки регіонального розвитку;
- 4) відкритість - вільний доступ санаторно-курортних закладів до інформації, що визначає регіональну політику, і є у розпорядженні органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- 5) субсидіарність - передача владних повноважень на найнижчий рівень управління для найбільш ефективної реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- 6) координація - взаємозв'язок та узгодженість довгострокових стратегій, планів і програм розвитку сфери санаторно-курортних послуг на державному, регіональному та місцевому рівнях;
- 7) унітарність - просторова, економічна, соціальна цілісність розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- 8) історична спадкоємність - врахування та збереження позитивних надбань попереднього розвитку регіонів;
- 9) сталий розвиток - розвиток сфери санаторно-курортних послуг з метою задоволення потреб населення у відпочинку, лікуванні та оздоровленні;
- 11) об'єктивність - розроблення всіх документів, що визначають державну регіональну політику розвитку сфери санаторно-курортних послуг, на основі реальних показників, враховуючи природні, ресурсні та економічні можливості санаторно-курортних закладів в регіонах;
- 12) самостійність - визначення напрямів розвитку сфери санаторно-курортних послуг на рівні регіонів, враховуючи децентралізаційні процеси в країні.

Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг формується в контексті державної економічної та соціальної політики, на основі яких можливе виділення субвенції, субсидій, пільгових кредитів для окремих напрямів розвитку в регіонах. Перш за все, подібна тактика є виправданою для покращення розвитку тих санаторно-курортних закладів, де спостерігаються несприятливі умови економічного і соціального розвитку, обмежена інноваційна діяльність та відсутня ефективність використання власних переваг при наявному соціально-економічному потенціалі, спроможності виробництва спеціалізованих санаторно-курортних продуктів.

Внутрішня регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг направлена на створення більш сприятливого економічного та соціального середовища розвитку санаторно-курортних закладів в самому регіоні з огляду на застосування різних важелів регулювання – надання окремих пільг, покращення регіональної інфраструктури, вдосконалення освітньої, медичної систем. Досягнення результатів внутрішньої політики можливе на підставі дослідження науково-інтелектуального, демографічного, природно-ресурсного, виробничого потенціалу задля визначення конкурентних переваг розвитку сфери санаторно-курортних послуг певного регіону чи окремих її закладів.

Основними документами, відображаючими концепцію регіональної політики щодо розвитку сфери санаторно-курортних послуг, є довго-, середньо- та короткострокові прогнози, цільові програми, що визначають шляхи вирішення найактуальніших проблем та визначають орієнтири економічного розвитку на регіональному рівні. Важливим документом є Стратегія розвитку сфери санаторно-курортних послуг, в якій формується інноваційно-інвестиційна модель розвитку з метою забезпечення регіональної конкурентоспроможності, модернізації соціальної та виробничої інфраструктури, застосування нових, найбільш ефективних форм міжрегіональної зовнішньої та внутрішньої взаємодії. Така Стратегія є складовою регіональної соціально-економічної програми розвитку.

Врахування наведених трактувань та результатів дослідження дало змогу розкрити економічний зміст категорії «регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг» як систему цілей, адміністративно-організаційних, економічних та правових методів і засобів, а також узгоджених дій державних, регіональних органів влади щодо їх реалізації, які направлені на сталий збалансований розвиток сфери санаторно-курортних послуг при максимально ефективному використанні внутрішніх та залученні зовнішніх ресурсів, раціональному використанні природного потенціалу регіонів за умов застосування інноваційних технологій і світових стандартів.

Реалізація регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг передбачає взаємодію суб'єктів відносин через різні економічні, законодавчі, фінансові, наукові, владні та інші інститути, що впливають на реформування виробничої діяльності оздоровчих закладів за допомогою різних інструментів, забезпечуючи виробництво висококонкурентних та інноваційних санаторно-курортних продуктів в регіонах.

Успішна реалізація регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг можлива за допомогою стратегічного управління на основі різних методів та інструментів. Прямим методом передбачається ініціативне втручання держави в розвиток сфери санаторно-курортних послуг з метою його активізації та вдосконалення. Непрямий метод полягає в створенні сприятливих економічних умов в регіонах з метою забезпечення сталого розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Реалізація регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг виконується через набір таких інструментів:

- податкових - встановлення податкових платежів і податкових пільг, що визначають систему і режим оподаткування санаторно-курортної діяльності, стимулюючи її розвиток;
- маркетингових - комплекс заходів, методів та способів відповідного інформаційного забезпечення збереження, підтримки та підвищення рівня конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг, їхньої популяризації і

реклами, розширення сегменту споживачів й привертання уваги до бренду з метою покращення реалізації;

- бюджетних (трансферних) інструментів, які включають у себе механізми формування і використання державних фінансових ресурсів, їх перерозподілу на рівні регіонів, а також між окремими оздоровчими закладами відповідно регіональних програм розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- цінових (тарифних) - державне регулювання цін і тарифів, способи і форми цього регулювання в регіонах;
- інвестиційних - заходи підтримки інвестиційної активності санаторно-курортних закладів, критерії та методи розподілу бюджетних капіталовкладень;
- інноваційних - інноваційні програми розвитку сфери санаторно-курортних послуг, сучасні технології виробництва, що забезпечують конкурентоспроможність санаторно-курортних продуктів;
- грошово-кредитних - сукупність кредитних засобів і методів видачі позик в грошовій чи іншій формах на договірних умовах;
- інституційних - методи і форми приватизації та реорганізації відносин власності, управління державною власністю, взаємодії з приватним сектором в сфері санаторно-курортних послуг;
- законодавчих - заходи, що регламентують нормативно-правові відносини органів влади та санаторно-курортного бізнесу;
- екологічних - збереження і поліпшення природно-ресурсного потенціалу регіонів, зниження рівня забруднення територій, створення екологічно чистих санаторно-курортних продуктів.

Усі перелічені інструменти сприятимуть реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг і забезпечать модернізацію виробничих процесів в умовах взаємодії всіх рівнів органів державної влади та санаторно-курортних закладів.

1.3. Ресурсне забезпечення розвитку сфери санаторно-курортних послуг

Вагоме значення в розвитку сфери санаторно-курортних послуг має ресурсно-інноваційний потенціал оздоровчих закладів. Використовуючи наявний ресурсний потенціал в комплексі з сучасними технологіями, санаторно-курортні заклади мають можливості інноваційно розвиватись та виробляти (продувати) конкурентоспроможні оздоровчі послуги. В подальшому дослідженні доцільно розмежувати ресурсний та інноваційний потенціал закладів рекреації.

Санаторно-курортні установи пов'язані з лікувально-оздоровчою місцевістю регіону, де вони розміщені. У ст. 1 Закону України «Про курорти» окреслено поняття курорту та лікувально-оздоровчої місцевості [148].

Курорт – освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації, будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні. А лікувально-оздоровча місцевість – природна територія, що має мінеральні та термальні води, лікувальні грязі, озокерит, ропу лиманів та озер, кліматичні та інші природні умови сприятливі для лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань [230, с.65].

До ресурсного потенціалу санаторно-курортних закладів відносяться природні, матеріальні, трудові, фінансові та інформаційні (рис. 1.7).

Природні запаси належать до рекреаційних ресурсів та являють собою об'єкти і явища, що мають природне або антропогенне походження та можуть бути використані в лікувальних або рекреаційних цілях, є визначальним фактором для територіальної організації санаторно-курортних закладів, утворення кластерів рекреації, визначення їхньої спеціалізації та економічної ефективності.

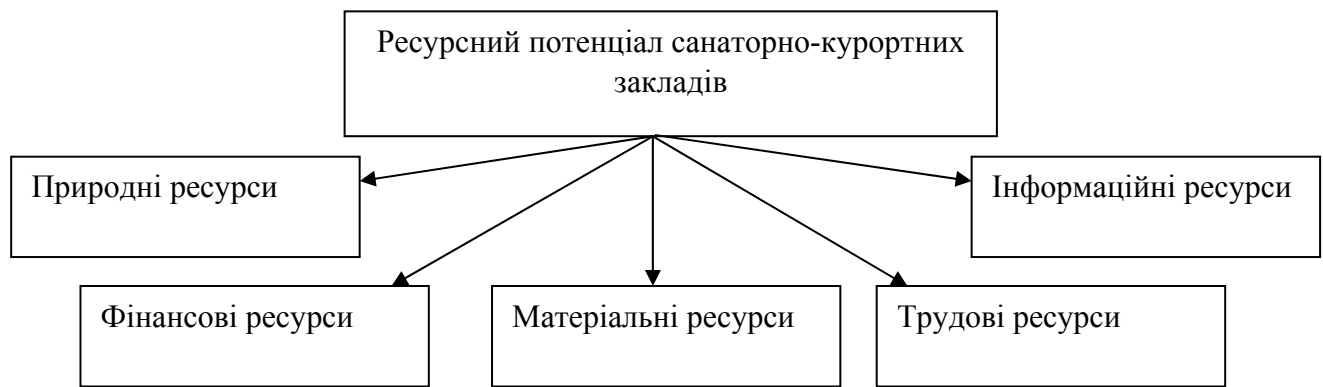


Рис.1.7. Ресурсний потенціал санаторно-курортних закладів*

Джерело: побудовано автором

Водночас, рекреаційні ресурси є тими природними, природно-технічними і соціально-економічними ресурсами, які мають змогу відновити та розвинути фізичні та духовні здібності особистості і такої важливої її функції, як працездатність. Враховуючи потреби в рекреації та техніко-економічні можливості, в даний період часу та у перспективі вище наведені ресурси можуть бути спожиті прямо або опосередковано, а також можуть застосовуватись для формування санаторно-курортних послуг.

Джерела рекреаційної діяльності поділяються на природні і соціально-економічні або історико-культурні. До останніх належать визначні місця, дотичні до життя чи діяльності видатних постатей історії та культури, об'єкти, що мають високу етнографічну цінність, музеї, церкви, собори, пам'ятки архітектури, історії, археології, релігії, мистецтва тощо. Усі ці принади приваблюють туристів, обіцяючи їм духовне збагачення, відпочинок і психофізіологічне оздоровлення, забезпечуючи відновлення працездатності та позитивні емоції на довгий період часу.

Природні ресурси – це сукупність природних та природно-територіальних систем, природних об'єктів, процесів і явищ, що мають внутрішні і зовнішні характеристики та визначальні особливості щодо формування сезонної або цілорічної курортної активності. Природні рекреаційні ресурси складаються з кліматичних, ландшафтних, орографічних, бальнеологічних, біотичних, грязьових, водних та інших компонентів. Своєю чергою, кожний з даних видів

вміщує окремі підвиди, для прикладу, до бальнеологічних запасів належать джерела мінеральних вод з різним хімічним складом, а отже, з різною лікувальною дією.

Природні ресурси в контексті дослідження санаторно-курортних послуг - це елементи та сили природи, що виконують функцію засобів виробництва та предметів споживання для організації курортної діяльності, покращення здоров'я та рівня життя громадян. Економічна наука розділяє поняття «природні ресурси» і «природні умови» та дає їм окремі визначення. Матеріальна сутність природних ресурсів визначає їх складовою географічної системи, сукупністю природних умов життєдіяльності людей. Вони є складовою природних органічних і неорганічних систем, їх наявність у різних частинах земної кулі та частка в надрах визначається фізичними закономірностями.

На даному етапі розвитку та дослідженості природні ресурси можуть застосовуватись, щоб задовольнити потреби людства через свою безпосередню участь в господарській діяльності санаторно-курортних закладів під час обслуговування пацієнтів. Так проявляється соціальна функція природних ресурсів, служіння людям та властивість задовольняти їх потреби. В такому виразі природні ресурси являють собою комплексну систему об'єктів, процесів і явищ, що перебувають в безперервному русі, трансформуються, еволюціонують, поєднують людський соціум і природу.

Економічна сутність природних ресурсів полягає у споживчій вартості. Рівень їхньої придатності, корисності, якості технічних і економічних характеристик, обсяги та методи застосування зумовлені соціально-економічними потребами. Природні ресурси виступають сировинною базою для виробництва, використовуються і вичерпуються в ході нього та потребують регенерації. Для забезпечення безпосереднього суспільного відновлення, процес залучення природних компонентів у виробничий цикл повинен бути постійним і безперервним. В залежності від місця розташування і зв'язку з природними системами, природні ресурси розділяються на кліматичні, мінеральні, земельні, водні, лісові, рекреаційні тощо. Природні лікувальні

ресурси санаторно-курортних закладів включають в себе територію, джерела мінеральних вод, поклади лікувальних грязей, клімат регіону, що має лікувальну, реабілітаційну і профілактичну дію.

Не менш важливою складовою ресурсного потенціалу санаторно-курортних закладів є матеріальне забезпечення, адже матеріальні ресурси - це основа для організації діяльності санаторно-курортних закладів, яка має вирішальний вплив на показники якості та ефективності їх функціонування. Саме якість управління ресурсною базою і рівень координації з виробничим циклом визначають ключові індекси економічної діяльності курортних закладів - виконання плану реалізації оздоровчих послуг, зниження їх собівартості, підвищення продуктивності праці, прискорення оборотності оборотних засобів. Матеріальні ресурси - це «основні та оборотні засоби виробництва, які використовуються (або можуть бути використані) у виробничому процесі та створюють його матеріально-речову базу» [136, с. 22]. Вони поділяються на засоби праці та предмети праці. Засоби праці окреслюють рівень оволодіння та підпорядкування стихій природи по формуванню і наданню санаторно-курортних послуг, предмети праці - матеріали, що перший раз відділяються діяльністю від природи і трансформуються у товар під виглядом виробництва послуги.

Матеріальні ресурси класифікують за шляхом походження (власні та покупні) та за механізмом залученості у процес виробництва санаторно-курортних послуг (матеріальні джерела основного виробництва, обслуговування основного виробництва і управління виробництвом). Матеріальні ресурси основного виробництва – ті, що беруть безпосередню участь в процесі продукування послуги або в ході виконання певних технологічних дій. Ресурси обслуговування основного виробництва застосовують під час виконання ремонтних, транспортних чи допоміжних робіт. Засоби зв'язку, друку тощо належать до матеріальних ресурсів управління виробництвом [136, с. 24].

В частині матеріальних ресурсів санаторно-курортних закладів за

матеріально-речовим складом виокремлюють основні засоби, а за економічною формою – основні фонди. Основні засоби беруть безпосередню участь у формуванні споживчої цінності. В залежності від своєї структури основні засоби поділяються на технологічні і галузеві. Основні фонди є економічною формою засобів праці, що включаються у процес виробництва протягом багатьох циклів, і, певною мірою (в залежності від непридатності), перетягують свою вартість на новостворені санаторно-курортні послуги, відображуючись через декілька циклів виробництва. Вони трансформуються у грошове вираження для оцінки загального обсягу, динаміки і структури, величини вартості, що переноситься на ціну наданих послуг, встановлення змін величини основних фондів окремих закладів за певний період. В залежності від виробничого призначення та матеріально-речового змісту основні фонди ділять на споруди, будівлі, машини, прилади та обладнання, в залежності від призначення - на виробничі і невиробничі. За суспільною формою вирізняють основний та оборотний капітал матеріальних ресурсів, що сукупно формують продуктивний капітал. Основний капітал цілком долучається у продукування благ та переносить свою вартість на новостворений продукт частинами, залежно від ступеня зношеності. В його структурі виділяють активну і пасивну частини.

Предмети праці - ще один компонент матеріальних ресурсів, що за матеріальною сутністю, є оборотними засобами, а за вартісною формою - оборотними фондами. Та частина засобів виробництва, котра повністю використовується у процесі виробництва в ході одного циклу та цілком переносить свою вартість на готову продукцію, називається оборотними засобами. До оборотних засобів відносяться фінансові ресурси, сировина, паливо, матеріали, технічний інвентар, інструменти, готова продукція, кредиторська заборгованість фірмам-постачальникам. В залежності від джерел надходження розрізняють власні та залучені оборотні засоби. Власні – це ті засоби, що перебувають у безперервному користуванні санаторно-курортних закладів, залучені оборотні засоби представлені, здебільшого, банківськими

кредитами, борговими позиками і зобов'язаннями. Отже, функціонування оздоровниць відбувається шляхом безперервного обігу оборотних засобів, які наявні у їх розпорядженні. Виходячи з ролі оборотних засобів у ході відтворення, вони поділяються на матеріальні оборотні засоби і фонди обігу. Так, матеріальні оборотні засоби це предмети праці, які оздоровниці використовують безпосередньо в процесі формування санаторно-курортних послуг, а до фондів обігу відносять грошові кошти, котрі потрібні санаторно-курортним закладам для виплати заробітної плати і придбання інших матеріальних цінностей. Враховуючи економічну сутність матеріальних ресурсів і їхню важливу роль в ході надання санаторно-курортних послуг, завдання досконалої організованості, збалансованості, своєчасності і забезпеченості в достатньому обсязі матеріальними ресурсами оздоровниць вимірюють ефективність діяльності та рівень конкурентоспроможності останніх.

Отже, будівельні комплекси та споруди санаторно-курортних закладів разом з інфраструктурними об'єктами, різне обладнання, лікувальні грязі, мінеральні води, які є особливістю оздоровчих підприємств, де матеріальні ресурси поєднуються з природними, - все це можна віднести до матеріальних ресурсів санаторно-курортних закладів.

Трудові ресурси оздоровчих закладів формують наявні працівники, рівень їхньої професійно-кваліфікаційної підготовки, котрий відповідає технологічним вимогам надання санаторно-курортних послуг. Основною характеристикою трудового потенціалу є людський фактор, що відображає відносини між персоналом та самими оздоровчими закладами, матеріалізується засобами, умовами життєдіяльності, організацією виробничих процесів. В підсумку, трудовий потенціал враховує наявність та ефективність використання інтелектуальних і професійних здібностей працівників санаторно-курортних закладів.

Формування та використання трудового потенціалу рекреаційних підприємств передбачає необхідність дослідження регіональної специфіки,

позаяк регіон є територіальним утворенням, в рамках якого здійснюються виробничі процеси по створенню та наданню санаторно-курортних послуг. Приміром, на трудовий резерв впливають багато місцевих факторів, зокрема демографічні, матеріально-технічні, медико-біологічні та соціально-економічні. До найважливіших регіональних особливостей, які в найбільшій мірі позначаються на процесах використання трудового потенціалу санаторно-курортних закладів, можна віднести кліматичні умови, природно-ресурсний фонд, ступінь освоєння рекреаційних територій, міграційні процеси, відтворення, густоту населення та його структуру, види економічної діяльності, інноваційний та інвестиційний розвиток.

На якісні і кількісні характеристики трудового потенціалу оздоровниць, крім регіональної специфіки, впливають фактори мікрорівня, в тому числі, форми організації та умови праці, матеріально-технічна база, виробничі відносини, система стимулювання, мотивації та підвищення кваліфікації, особливості структури підприємства.

Фундаментальна основа ресурсного потенціалу курортних установ закладена у формі фінансових ресурсів. Фінансові ресурси санаторно-курортного закладу – це певна частина грошових активів, яку підприємство отримало у вигляді доходів від здійснення господарської діяльності чи надходжень ззовні і якою воно розпоряджається з метою здійснення фінансових розрахунків, забезпечення власного функціонування, розвитку та модернізації для збереження своєї конкурентоспроможності на ринку санаторно-курортних послуг. Процес створення грошового капіталу санаторно-курортних закладів розпочинається зі створення статутного капіталу та продовжується в ході виробництва та реалізації послуг. Отримані прибутки знову вкладаються у виробничу діяльність для забезпечення розвитку підприємства та підвищення якості послуг, що надаються. Фінансові ресурси в оздоровчих закладах формуються з наступних складових: 1. Статутний фонд. 2. Резервний фонд. 3. Амортизаційний фонд. 4. Спеціальні фонди (в т.ч. сформовані у зв'язку з індексацією основних засобів) і цільове фінансування. 5. Кошти, надані

підприємствам в порядку внутрішньогалузевого розподілу. 6. Нерозподілений (тимчасово не використаний) прибуток у господарському обігу. 7. Кредиторська заборгованість усіх видів, включаючи заборгованість з бюджетних платежів, відрахувань на соціальне страхування, оплати праці трудівникам. 8. Короткострокові та довгострокові кредити комерційних банків. 9. Централізовані й децентралізовані кошти для фінансування капітальних вкладень. 10. Інші кошти, які відображають у пасиві бухгалтерського балансу.

До фінансових ресурсів санаторно-курортних закладів відносяться грошові активи, якими дані заклади розпоряджаються постійно або тимчасово. Резерви, залучені закладами на постійній основі, вважаються власними фінансовими фондами. Їх підприємства використовують постійно в ході здійснення господарської діяльності. Власні фінансові ресурси покликані забезпечити безперебійний цикл функціонування оздоровниць, підтримати рівень їхньої конкурентоздатності та забезпечити високі показники ефективності діяльності. Спочатку власні фінансові ресурси створюються під час заснування санаторно-курортного закладу та примножуються або зменшуються згодом в ході здійснення господарської активності. Фінансові активи, які засновники внесли на етапі організації оздоровчої установи, інвестуються у закупівлю основних засобів та оборотних активів, забезпечують провадження господарської діяльності та отримання прибутку. В залежності від управлінської політики підприємства певна частина прибутку (більша чи менша) перетворюється в додатковий капітал, що збільшує обсяг власних коштів і позитивно впливає на розвиток економічної діяльності санаторно-курортного закладу. У випадку успішного функціонування санаторно-курортних комплексів, обсяги власних коштів збільшуються, що забезпечує зростання активів, покращення економічних показників діяльності і, зрештою економічний приріст суб'єкта господарювання. Якщо результати економічної діяльності санаторно-курортної установи незадовільні, це може призвести до збитків чи неможливості погашення кредиторської заборгованості власними коштами чи за допомогою прибутку. Власні

фінансові ресурси переважно застосовуються для погашення кредиторської заборгованості, забезпечення фінансової стабільності функціонування санаторно-курортної установи та підтримки позитивного кредитного рейтингу. Фінансові фонди санаторно-курортних закладів складаються, головним чином, з власних коштів, інвестиційних, кредитних ресурсів та місцевих чи державних субвенцій. Інвестиційні можливості можуть надаватися їм у чотирьох основних формах: грошовій, фінансовій (придбання цінних паперів, частка в статутному капіталі), матеріальній (засоби виробництва, обладнання), нематеріальній (патенти та ін.).

Окрім перелічених, оздоровниці в процесі формування та реалізації послуг використовують інформаційні ресурси, котрі дозволяють здійснювати моніторинг процесів, що відбуваються в регіонах, та впливати на свій розвиток.

Використовуючи інновації у виробничій діяльності та природні, матеріальні, трудові, фінансові і інформаційні джерела санаторно-курортні заклади формують інноваційний потенціал. Це доводять своїми працями і вітчизняні вчені. Для прикладу, І. Балабанов стверджує, що інноваційний потенціал – це сукупність матеріальних, фінансових, інформаційних, науково-технічних ресурсів, які підприємство використовує у своїй інноваційній діяльності [12, с. 22]. Подібну позицію захищає і Е. Мартякова [230, с. 66]. Дослідник О. Снігова зазначає, що інноваційний резерв формується з невикористаних, прихованих можливостей нагромаджених ресурсів, котрі підприємство може залучити до господарської діяльності для досягнення економічних результатів [304]. За А. Гриньовим, інноваційний потенціал формують усі присутні на підприємстві матеріальні і нематеріальні активи, що застосовуються в ході провадження господарської активності. Згідно цього бачення, інноваційний потенціал охоплює всі ресурси, спроможні вивести підприємство у лідери на ринку та забезпечити високий рівень його конкурентоспроможності [54, с. 191]. У дослідженнях В. Верби, І. Новікова інноваційний потенціал представлений як система взаємозв'язаних

інноваційних резервів і факторів, що забезпечують створення оптимальних умов для ефективного застосування даних резервів, щоб уможливити досягнення підприємством своїх інноваційних цілей та покращити його конкурентоздатність [28, с. 62].

На нашу думку, інноваційний потенціал оздоровчих закладів – це спроможність (при наявній сукупності усіх ресурсів та оптимальному їх використанні) на основі впровадження інновацій, сучасних методів лікування та новітніх технологій, забезпечити інноваційний розвиток та підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг. Інноваційний потенціал необхідно розглядати зі сторони придатності ресурсів, котрі можуть забезпечити інноваційний розвиток та інноваційну активність. Наявність даних резервів є обов'язковою для інноваційного вдосконалення. Ресурсна база вимірюється кількісними показниками, а інноваційний потенціал – впровадженими сучасними технологіями та продукуванням на їх базі інноваційних санаторно-курортних послуг, конкурентоспроможних на туристично-курортному ринку.

Варто зазначити, що значна ресурсна база не завжди створює високий потенціал. Це доводить, що велике санаторно-курортне підприємство зі значними ресурсами може мати менший інноваційний потенціал, ніж мале підприємство, яке складається з команди новаторів та однодумців. Ресурсна база санаторно-курортного комплексу є основою для його інноваційного розвитку. Функціонування рекреаційно-санаторної сфери залежить від наявності ресурсів, якими володіє оздоровчий заклад. У ресурсну базу формування сфери санаторно-курортних послуг входить 8 основних складових: рекреаційно-лікувальна, інфраструктурна, фінансова, медична, матеріально-технічна, трудова, інвестиційна, маркетингова.

Чільною ресурсною складовою серед вищезазначених є рекреаційно-лікувальна, оскільки основою сфери санаторно-курортних послуг є діяльність, спрямована на оздоровлення населення. Рекреаційно-лікувальні ресурси

включають явища та об'єкти природного і антропогенного походження, а саме, різні мінеральні води, озокерит, грязі і т. ін.

Україна має багато природних лікувальних ресурсів, що забезпечують розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Серед основних запасів, на які багата наша держава, слід виокремити мінеральні води і лікувальні грязі. Також варто згадати мальовничі ліси, які мають багатий рослинний і тваринний світ. З-поміж найпривабливіших регіонів для розвитку курортних послуг є Вінницька, Львівська, Закарпатська, Одеська, Київська, Полтавська, Івано-Франківська, Чернівецька та Харківська області. Перлиною рекреаційно-оздоровчих ресурсів можна вважати Кримський регіон, який сьогодні знаходиться у тимчасовій окупації. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг ґрунтується на унікальності природних ресурсів, основою яких є гідромінеральні родовища.

На теренах нашої держави, виходячи з регіональних особливостей, розміщуються курорти усіх видів: кліматичні, бальнеологічні, кліматобальнеогрязьові, бальнеокліматичні. Згідно ЗУ «Про курорти» №2026-III від 5 жовтня 2010 року, до природних лікувальних ресурсів належать мінеральні води, лікувальні грязі, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти і комплекси зі сприятливими кліматичними умовами, придатні до використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань [148]. В розрізі територій країни знаходяться джерела мінеральних вод практично усіх бальнеологічних типів (рис. 1.8), що дає можливість надавати широкий спектр санаторно-курортних послуг. Серед них сульфідні, вуглекислі, залістисті, радонові, миш'яковисті, кремнієві, йодобромні, йодні, води без особливих сполук та властивостей, води з підвищеною часткою мінеральних сполук тощо.

Слід зауважити, що виходячи з унікальності природних ресурсів і їх цілющих здатностей, розрізняють курорти місцевого і державного масштабу.

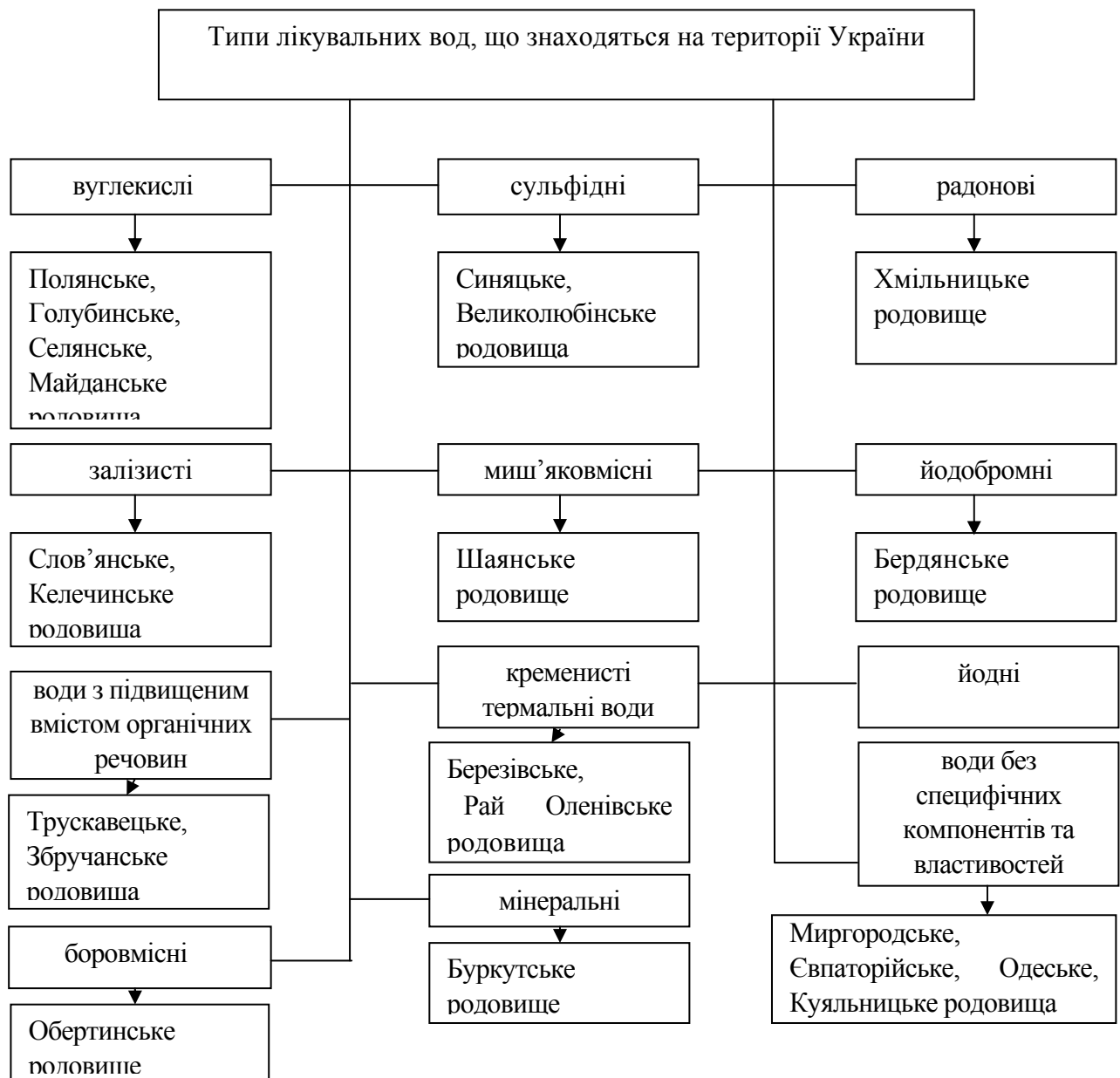


Рис. 1.8. Типи лікувальних вод, що знаходяться на території регіонів України

Джерело: побудовано автором

До останніх відносяться ділянки території, які володіють цінними та непересічними природними лікувальними ресурсами, що можуть бути використані з лікувальною, оздоровчою, реабілітаційною чи профілактичною метою. До курортів місцевого масштабу належать території, котрі мають загальнопоширені природні лікувальні ресурси, які можуть бути вжиті з лікувальною, оздоровчою, реабілітаційною чи профілактичною ціллю.

Саме цілющі властивості природних ресурсів визначають медичне спрямування курортних закладів.

Усі санаторно-курортні заклади є спеціалізованими, їх вузький профіль визначається лікувальними природними ресурсами, якими володіє конкретний регіон.

На теренах нашої країни також знаходяться поклади лікувальних грязей (пелоїдів) всіх генетичних видів (рис. 1.9). Грязелікування використовують 19 курортів України, серед них досить відомі - Саки, Куяльник, Євпаторія, Слов'янськ, Бердянськ, Кирилівка, Миргород та ін.



Рис. 1.9. Генетичні типи лікувальних грязей, що знаходяться на території регіонів України

Джерело: побудовано автором

Значною цінністю та лікувальним потенціалом наділений мікроклімат печер (соляні шахти Слов'янська і Солотвино).

Використовуючи вищезазначені природні лікувальні ресурси, на території країни проводять свою діяльність чимало санаторно-курортних закладів різного спрямування, мережа яких розгалужена на багатьох курортних територіях.

Кардинальний вплив на розвиток сфери рекреаційно-санаторних послуг має інфраструктурне забезпечення в регіоні. До інфраструктурного забезпечення відноситься наявність (рис. 1.10):

- транспортних засобів (автомобільний, залізничний, морський, річковий транспорт, аеропорти, транспортні магістралі, автостоянки);
- санаторно-курортного обслуговування (бальнеогрязелікарні, бювети, санаторії, профілакторії, курортні поліклініки, пансіонати, басейни, сауни);
- екскурсійної підтримки, допоміжного сервісу (готельний, банківський, валютно-фінансовий, зв'язок, інформаційно-комунікативний, спортивно-оздоровчий, побутовий, торговельний, культурно-дозвільний та ін.);
- розважальних послуг (ресторани, бари, кафе, дискотеки, будинки відпочинку).



Рис. 1.10. Складові інфраструктурного забезпечення сфери санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором

Основні властивості ресурсної бази функціонування сфери санаторно-курортних послуг вказують на обов'язкову відповідність сучасним вимогам у забезпеченні лікувальними процедурами та якісним відпочинком (рис. 1.11).

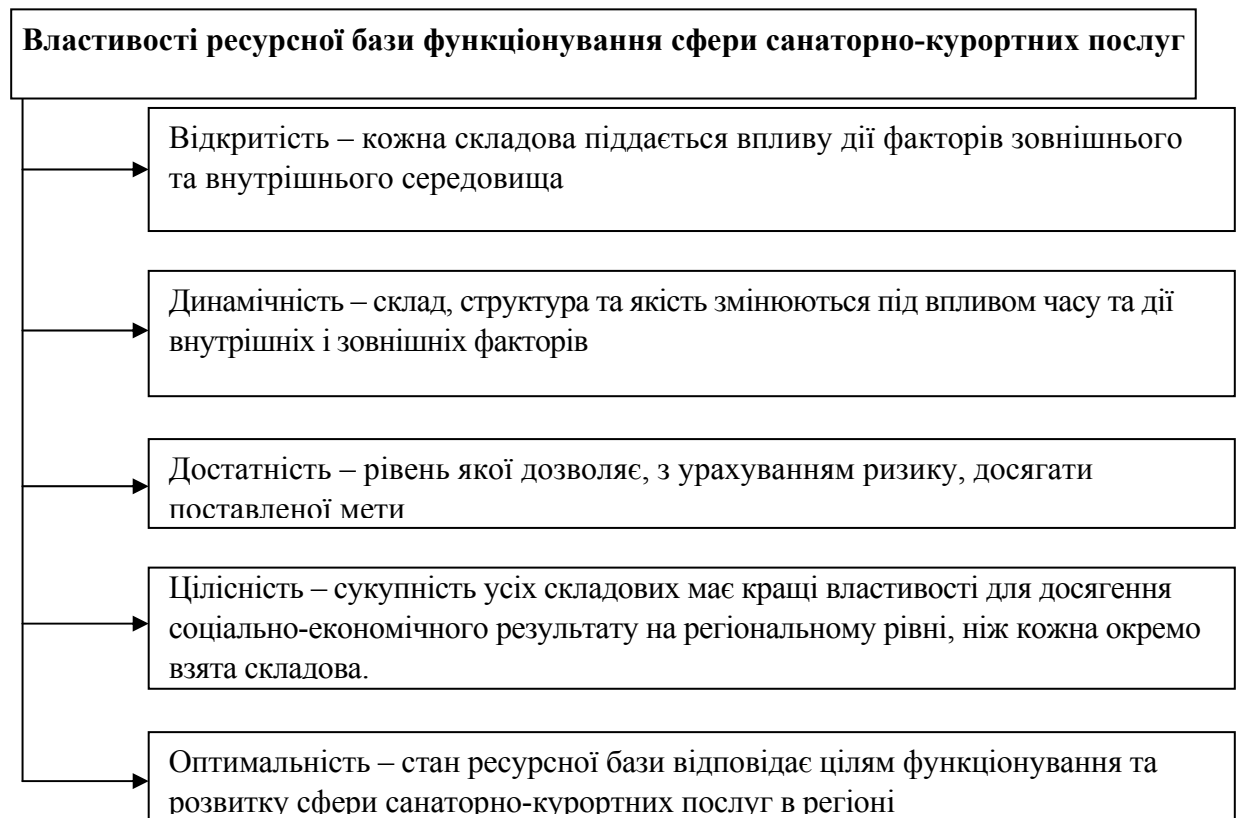


Рис. 1.11. Властивості ресурсної бази функціонування сфери санаторно-курортних послуг в регіоні

Джерело: побудовано автором

Сфера санаторно-курортних послуг разом з туристичним сектором стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Її розвиток стимулює підвищення рівня зайнятості, диверсифікацію національної економіки, збереження екологічно безпечного навколишнього природного середовища, культурного потенціалу, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами [288].

Географічне розташування України у центрі Європи створює передумови для ефективного розвитку економіки завдяки використанню рекреаційного потенціалу, зокрема послуг, що надаються санаторно-курортними установами. Оскільки санаторно-курортна сфера безпосередньо пов'язана з туристичною, то їхня співпраця принесе ще більше зростання економіки регіонів. Проте, на території регіонів України простежується суттєве відставання від провідних

держав світу за рівнем розвитку санаторно-курортної інфраструктури та якості послуг.

Військовий конфлікт з Російською Федерацією призвів до значного зменшення кількості вітчизняних санаторно-курортних послуг, адже суттєво скоротився потік туристів, що вплинуло на реалізацію рекреаційно-оздоровчих можливостей регіонів на внутрішньому і зовнішньому ринку. Найбільшою втратою є загублений потенціал санаторно-курортних послуг у АР Крим.

Загострення кризових явищ в сфері санаторно-курортних послуг свідчить про необхідність удосконалення як державної політики у зазначеній сфері, так і регіональної політики, пріоритетів та принципів її реалізації, повноважень й компетенції суб'єктів санаторно-курортної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери санаторно-курортних послуг як високорентабельної галузі регіональних економік (рис. 1.12).

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та практично безмежні потенційні санаторно-курортні можливості, регіони України на сьогодні не мають змоги конкурувати з розвинутими державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів регіонів необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку санаторно-курортної сфери, розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний санаторно-курортний продукт [288].

Зі сказаного випливає, що єдиний засіб розв'язання системних проблем у сфері санаторно-курортних послуг це - стратегічно орієнтована регіональна політика, основним завданням якої є визначення санаторно-курортної сфери на рівні з туризмом, як одного з головних пріоритетів регіонів України, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення санаторно-курортного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів щодо формування санаторно-курортного іміджу регіонів України.

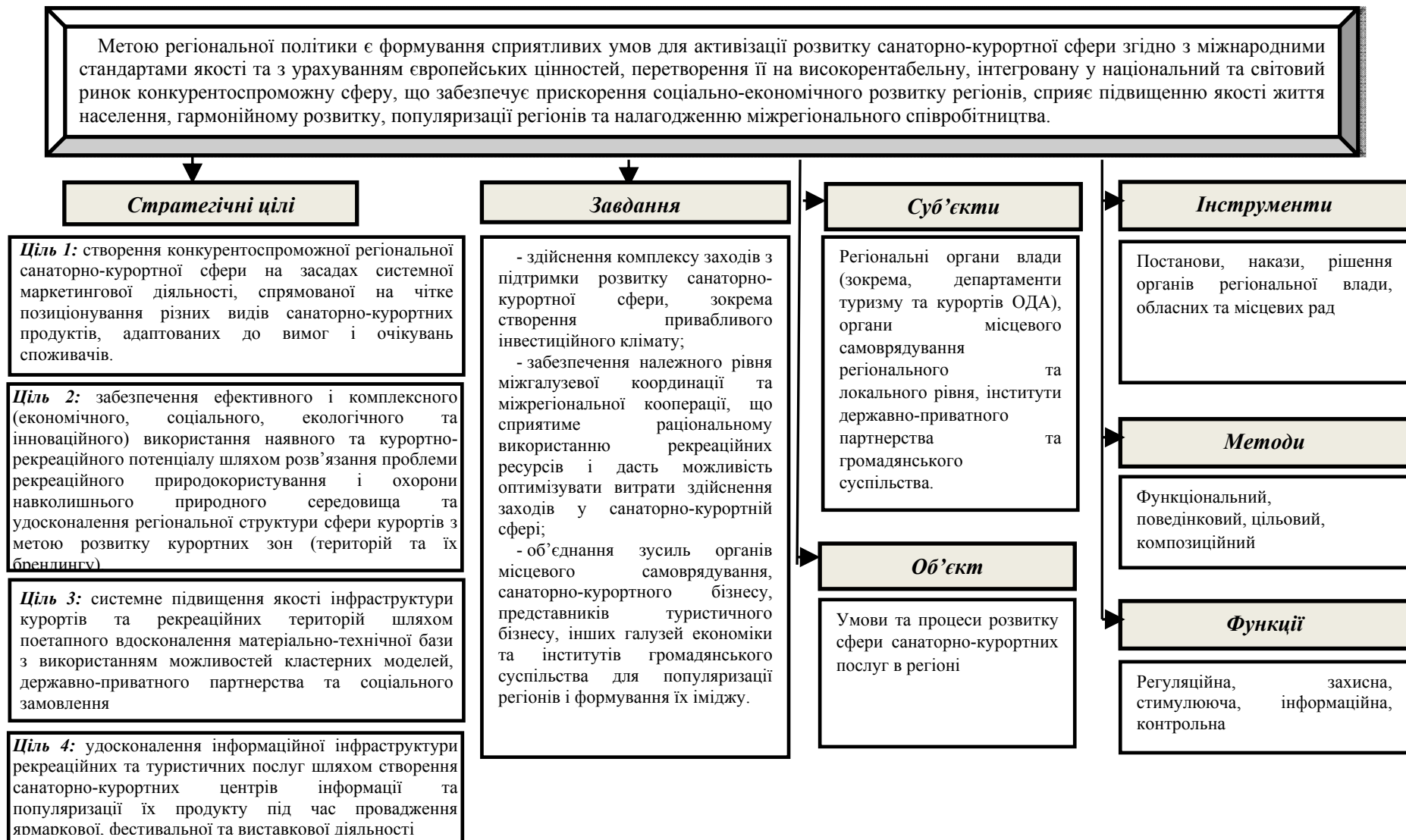


Рис. 1.12. Структурна модель регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором

Умовами сталого розвитку сфери санаторно-курортних послуг є: забезпечення координуючої ролі регіональних органів влади у реалізації санаторно-курортної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу; концентрація ресурсів на пріоритетних завданнях розвитку; створення загальнодержавної інформаційної системи у санаторно-курортній сфері та її інтеграція до світової інформаційної мережі; удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері санаторно-курортних послуг; сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва; удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції; розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів; розвиток санаторно-курортних територій [308].

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери санаторно-курортних послуг мають стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання регіонів країни.

Варто зазначити, що ресурсна база функціонування сфери санаторно-курортних послуг в регіоні слугує підґрунтям для інноваційного розвитку оздоровчих закладів. Виходячи з наведених положень, доцільно окреслити теоретико-методологічні підвалини формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті використання ресурсного потенціалу оздоровчих закладів і регіону, інфраструктурного забезпечення, новітніх технологій та інновацій, врахування впливу інституційного середовища та маркетингової діяльності оздоровниць зі створенням на цій основі сучасних санаторно-курортних продуктів (рис. 1.13).

Впровадження інноваційних проектів в сферу санаторно-курортних послуг потребує фінансових вкладень, що витрачаються на нові дослідження, закупівлю обладнання, підвищення кваліфікації персоналу та інші потреби.

Для інноваційного розвитку курортними закладами використовуються як власні фінансові ресурси, так і інструменти банківського кредитування, факторингу, фінансового лізингу, зокрема інвестиції.

Вагомим елементом є маркетингова діяльність санаторно-курортних установ, яка націлена на ознайомлення населення з основними перевагами курорту та спектром послуг, що надаються оздоровчими закладами, присвячена питанням просування санаторно-курортного продукту на регіональному та зовнішньому ринках. Маркетингова діяльність забезпечує позитивний імідж курорту та зростання фінансових надходжень.

На інноваційний розвиток сфери санаторно-курортних послуг суттєвий вплив справляє підтримка органів державної влади на регіональному рівні, місцевого самоврядування, інституційного середовища, суб'єктів бізнесу та громадських організацій, зокрема: створення умов для залучення іноземних та стимулювання вітчизняних інвестицій; формування й просування брендів санаторно-курортних зон; організація правового поля; забезпечення зайнятості; залучення наукового потенціалу регіону до ефективного вирішення задач розвитку; посилення безпеки відпочиваючих; створення через засоби масової інформації інформаційного поля з орієнтацією населення на необхідність зміцнення здоров'я, профілактики та відпочинку.

Стрижнем інноваційного потенціалу сфери рекреаційно-санаторних послуг вважається впровадження інноваційних технологій та засобів, що надає місцевим курортним закладам можливість формування сучасних конкурентоспроможних на ринку послуг, відповідно вимог та запитів споживачів. Зрештою, використання інноваційних продуктів у сфері санаторно-курортних послуг регіону дозволяє збільшити обсяги сучасних оздоровчих послуг та підвищити їх якість.

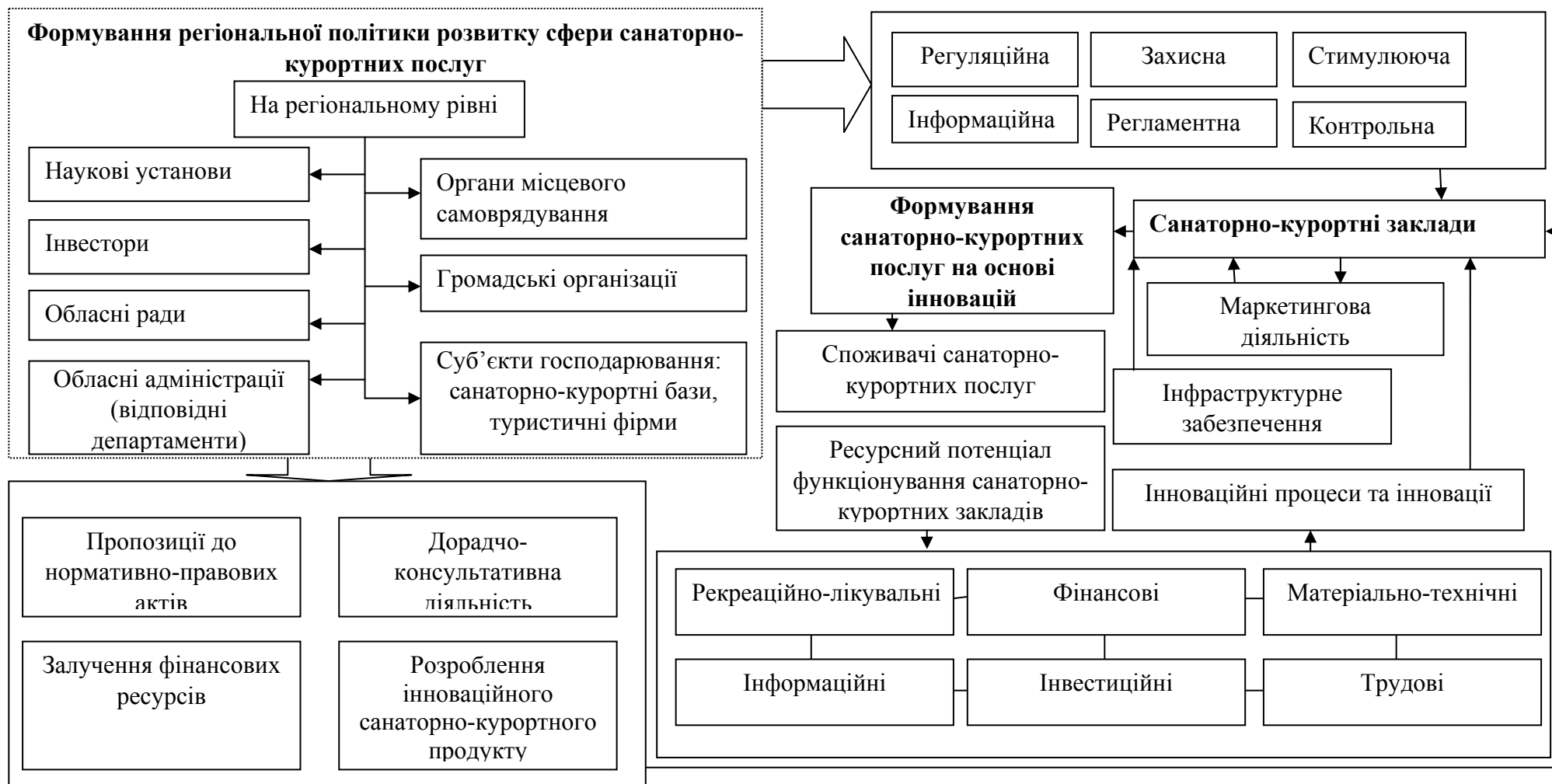


Рис. 1.13. Формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг на інноваційних засадах*

*Джерело: побудовано автором

Необхідною умовою інноваційного розвитку сфери рекреаційно-санаторних послуг є сприятливе інституційне середовище, поєднуюче стійкі економічні та соціальні взаємозв'язки між оздоровчими закладами, установами і населенням. Додатковий внесок мають норми та правила, згідно яких формуються соціально-економічні відносини у рекреаційному комплексі регіону, і реалізуються у той або інший спосіб санаторно-курортної діяльності.

Інституційне середовище виконує наступні функції: регулюючу, регламентну, інформаційну, захисну, контрольну, стимулюючу.

Таким чином, ресурсно-інноваційний потенціал безперечно є фундаментом розвитку сфери санаторно-курортних послуг, що відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному зростанні регіону. Проте, активність і розвиток ринку курортних послуг залежать від діяльності рекреаційно-оздоровчих закладів та, регулюючого її, нормативно-правового забезпечення.

1.4. Нормативно-правове забезпечення діяльності санаторно-курортних закладів та реалізації регіональної політики

За умов децентралізаційних процесів, які відбуваються сьогодні в державі, сфера санаторно-курортних послуг набуває особливої ваги для прогресу як окремих регіонів, так і об'єднаних територіальних громад. Важливим завданням в контексті розвитку сфери санаторно-курортних послуг є реформування взаємозв'язків у системі рекреаційно-туристичної політики на локальному і національному рівнях. Тенденції розвитку курортних послуг вказують на залежність їх від нормативно-правового поля, у якому функціонують санаторно-курортні заклади.

Рекреаційно-туристична сфера, в тому числі і санаторно-курортна діяльність, регламентується, значною мірою, міжнародними юридичними нормами, що визначають основні засади розвитку та якості надання послуг,

також значна увага надана користувачам послуг і можливості безперешкодно їх отримувати у різних країнах світу.

Основними міжнародними нормативно-правовими актами, згідно яких відбувається розвиток сфери санаторно-курортних послуг в усіх країнах світу, включно з Україною, є:

- Загальна резолюція з розвитку туризму (Рим, 1963 р.) – головною метою стали вимоги щодо свободи пересування та заборони дискримінації людей. Документ надав можливість отримувати послуги з санаторно-курортного лікування та інших видів туристичних послуг у міжнародному масштабі [245];

- Конвенція ЮНЕСКО про охорону Світової культурної і природної спадщини (1972 р.) - ратифікована 4 жовтня 1988 року Указом Президії Верховної Ради Української РСР №6673-XI. Центральний постулат даної концепції знаходиться у площині охорони та збереження культурно-природних цінностей, що знаходяться на її території [197];

- Манільська декларація з світового туризму (Філіппіни, 1980 р.) – найважливішою ідеєю декларації прописано поглиблення впливу на розвиток туризму, відповідно і на розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Також у документі зазначається, як одна з основних умов розвитку галузі, покращення умов праці для працівників сфери санаторно-курортних послуг [229];

- Документ Акапулько (Мексика, 1982 р.) – став продовженням Манільської декларації. Чільні завдання стосуються впровадження в освітніх закладах навчальних дисциплін з вивчення туризму, готельної справи, покращення маркетингової політики у сфері санаторно-курортних послуг; ініціювання шляхів популяризації туризму [123];

- Хартія туризму і Кодекс туриста, що до неї відноситься (Софія, 1985 р.) - забезпечує «право кожної людини на відпочинок і дозвілля, включаючи право на розумне обмеження робочого дня й на оплачувану періодичну відпустку, а також право вільно пересуватися без обмежень, крім тих, які передбачені законом, визнається в усьому світі» (ст. 1) [323];

- Гаазька декларація з туризму (Нідерланди, 1989 р.) проголошує 10 основних принципів, згідно яких повинні розвиватися відносини у рекреаційно-туристичній сфері, зокрема у санаторно-курортній діяльності. Серед них - засади планування туріндустрії та регулювання її державною владою з урахуванням аспектів розвитку окремих регіонів, територій чи країн [51];

- Декларація Ріо про навколишнє середовище і розвиток (Бразилія, 1992 р.). Перший принцип Декларації стверджує, що турбота про людину є центральною ланкою в діяльності забезпечення сталого розвитку. Люди мають право жити в доброму здоров'ї й плідно трудитися в гармонії з природою [111];

- Рамкова Конвенція про зміну клімату (Бразилія, 1992 р.) та її додаток «Кіотський протокол» (Еквадор, 1997). Устав ООН дозволяє країнам використання власних ресурсів за своїм баченням. При цьому вони несуть відповідальність за діяльність, яку провадять, перед іншими державами щодо безпеки природного середовища. Відповідно до Кіотського протоколу, провідна стратегія вимагає зменшення викидів парникових газів у атмосферу [291]. Дана угода була ратифікована Законом України «Про ратифікацію Рамкової конвенції ООН про зміну клімату» № 435/96-вр від 29 жовтня 1996 року [157], а Кіотський протокол – 4 лютого 2004 року на підставі Закону Верховної Ради України «Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату» №1430-IV [284].

- Глобальний етичний кодекс туризму (Сантьяго, 1999 р.) – став одним з основних стратегічних документів розвитку рекреаційно-туристичної сфери. У ньому зазначені основні права на туризм і свободу туристичних подорожей. Кодекс був прийнятий на засіданні Генеральної асамблеї Всесвітньої туристської організації, що відбулось у Чилі 1 жовтня 1999 року. Містить 10 статей, у яких прописані правила та принципи діяльності як самих отримувачів рекреаційно-туристичних послуг, так і організацій, що їх надають [91].

В Україні питання розвитку сфери надання рекреаційно-туристичних послуг, в т. ч. і санаторно-курортних, регламентується значною кількістю

Законів, прийнятих Верховною Радою, Постанов, виданих Кабінетом Міністрів та Указів Президента, а також низкою підзаконних актів (рис. 1.14).

Основні засади регулювання санаторно-курортної діяльності закріплені в Конституції України (прийнята Верховною Радою України 28 червня 1996 року) [198]. В Основному Законі країни вперше було відображено принципи верховенства людини над державою, також суттєво збагачено й розширено обсяг і зміст прав та свобод людини і громадянина.

В частині сфери санаторно-курортних послуг і прав на рекреацію та туризм, основне місце посідають права на свободу пересування, можливість вільного обрання місця проживання, та, окрім цього, право громадян України щодо можливості вільно покидати територію і повертатися в країну (ст. 33 Конституції), право на відпочинок (ст. 45 Конституції) і охорону здоров'я (ст. 49 Конституції) [198].

Варто підкреслити, що у юридичному аспекті санаторно-курортні послуги є важливим елементом права на свободу пересування, характеризуються наявністю пріоритетної форми відновлення та зміцнення сил людини, а також є найпоширенішими та ефективними видами відпочинку у вільний час.

Можливість реалізації права людини на отримання санаторно-курортних послуг ґрунтується на наявних природних і кліматичних ресурсах, а також залежить від екологічної ситуації в Україні, позаяк дотримання основних стандартів збереження навколишнього середовища та якісний стан екологічної мережі є ключовим критерієм здійснення подорожей, відновлення сил, лікування і відпочинку. Наведені положення забезпечуються Конституцією України [198] «правом на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди» (ст. 50 Конституції).

Нормативно-правове забезпечення регулювання розвитку санаторно-курортних закладів

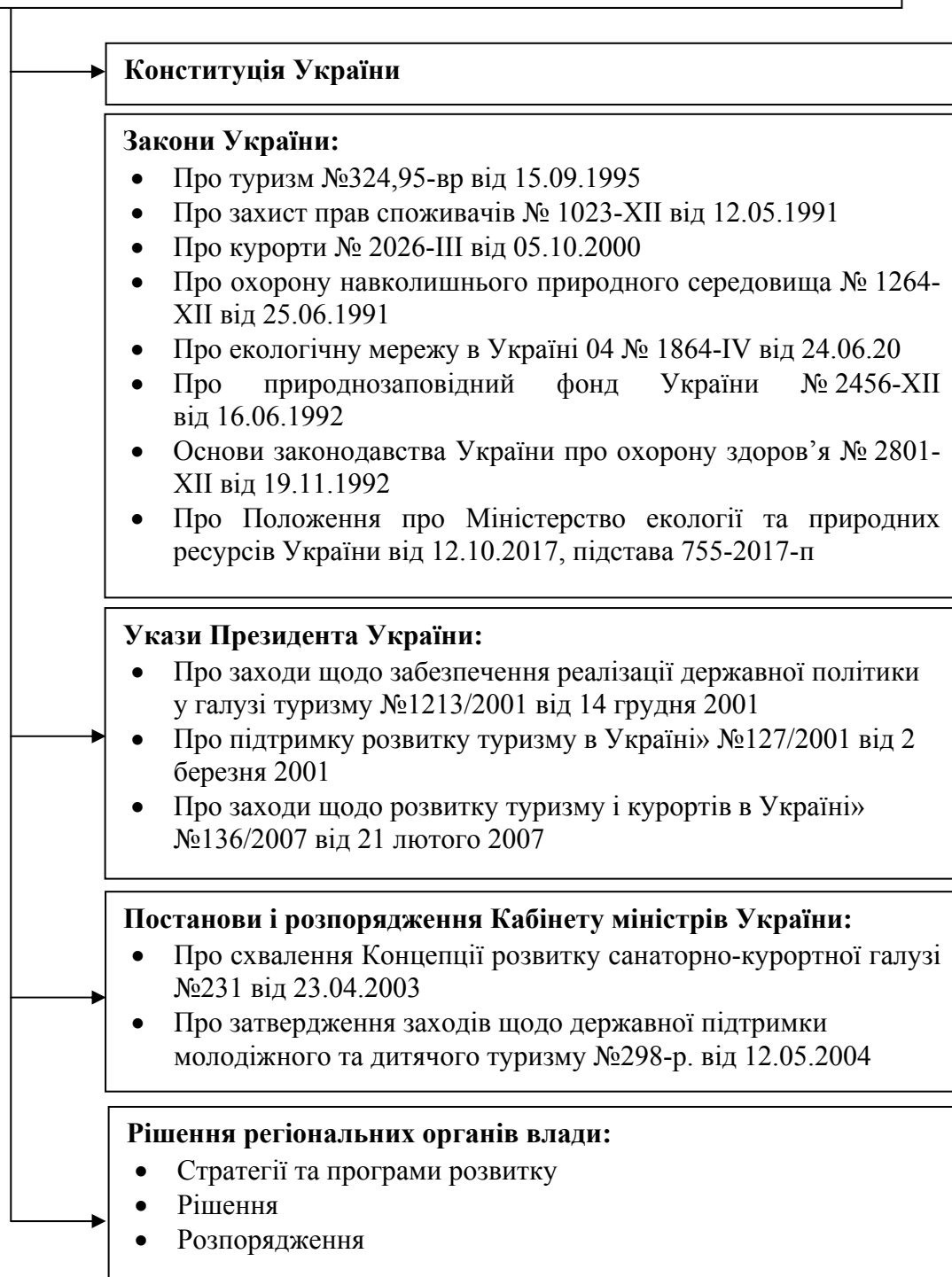


Рис. 1.14. Нормативно-правове забезпечення розвитку санаторно-курортних закладів

Джерело: побудовано автором

Таким чином, Конституція України є основою щодо правового закріплення та відображення відносин в санаторно-курортній сфері. Проте, слід зазначити, що в Конституції регламентуються лише загальні шляхи в питанні

регулювання зазначеної діяльності. Подальший правовий супровід вітчизняної рекреаційної сфери і туризму належить іншим нормативно-правовим документам.

Чинником, який значно ускладнює ефективне проведення державної рекреаційно-туристичної політики є недосконалість законодавчих актів України. Низькою якістю характеризуються і норми загального та спеціального законодавства, за допомогою яких здійснюється регулювання відносин у сфері рекреації і туризму.

Упорядкування санаторно-курортної діяльності нормативно-правовими актами загальної дії забезпечується через використання окремих законів, втім з врахуванням тих особливостей, що передбачені у спеціальних законодавчих актах в тій частині, яка їм не суперечить. Отже, таке законодавство варто вважати законодавством у сфері рекреації та туризму загальної дії, адже предметом регулювання в даному випадку виступають рекреаційно-туристичні послуги (до яких належать санаторно-курортні послуги) та інші суспільні відносини, а норми законодавчих актів виступають складовою іншого законодавства. Важливим актом загального законодавства у сфері адміністрування питань рекреації і туризму вважається Цивільний кодекс України, через який здійснюється регламентування договірних відносин та забезпечується захист прав споживачів санаторно-курортних послуг [329].

Пріоритетним законодавчим документом виступає Господарський кодекс України, за допомогою якого здійснюється упорядкування правових основ господарювання за сучасних ринкових відносин, забезпечується ріст економічної активності суб'єктів господарювання, стимулюється розвиток підприємництва тощо [94103]. Основою державного регулювання дотримання безпеки вироблених товарів і наданих послуг є Закон України «Про захист прав споживачів», котрий захищає людину, її майнове та природне середовище від негативних результатів науково-технічного прогресу, недобросовісних виробників та популяризує чесну конкуренцію [144].

Інституціональне забезпечення сфери санаторно-курортних послуг законами загальної дії не вирішує у повній мірі проблемних завдань її розвитку в Україні. Серед проблем в даному випадку можна виокремити недоречність регулювання санаторно-курортних договорів в питанні надання послуг виключно на основі загальних норм Цивільного законодавства (ст. 901 Цивільного Кодексу України) [329]. Це зумовлено певними особливостями оздоровчих послуг, адже санаторно-курортні договірні відносини регулюються, окрім цивільного законодавства, і іншими законодавчими актами, зокрема Законом України «Про туризм» [151]. Для прикладу, митним законодавством визначається порядок переправлення задекларованих товарів через кордон; адміністративними нормами – питання одержання віз на в'їзд, законодавством у сфері валютного регулювання – форми розрахунків, нормативними актами, які мають антимонопольне спрямування – застосування законодавства щодо захисту прав споживачів. Перелічені аспекти мають бути зафіксованими і відображеними в договорі щодо рекреаційно-туристичного обслуговування. Не меншою дилемою вважається система ліцензування, розроблена в Законі України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», що не враховує особливостей провадження діяльності в галузі туризму в залежності від її видів (виїзний, в'їзний, внутрішній туризм, екскурсійна діяльність) [149].

На нашу думку, окрім законів загальної дії, в сучасному українському юридичному просторі функціонує низка норм, регламентуючих велику сферу відносин, котрі стосуються сфери санаторно-курортних послуг. Наведені обставини пояснюються неналежним правовим забезпеченням рекреаційної сфери в Україні та складністю її прояву у суспільних відносинах. Зрештою, це призводить до розпорошення санаторно-курортних зв'язків та регулювання їх в межах правової дії інших законодавчих актів. Відтак, ми пропонуємо віднести дані закони до законодавчих актів суміжної дії. До цих законів, на наш погляд, відносяться закони України «Про курорти» [148], «Про охорону навколишнього природного середовища» [153], «Про екологічну мережу в Україні» [140], «Про

природно-заповідний фонд України» [156], «Про фізичну культуру і спорт» [160], «Основи законодавства України про охорону здоров'я» [139] тощо.

Варто зазначити, що серед законів суміжної дії є нормативно-правові акти, адмініструючи санаторно-курортні відносини на певних природних і географічних територіях та місцях. Наприклад, Закони України «Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курортотоліс Трускавець» [159], «Про оголошення природних територій міста Хмільника Вінницької області курортом державного значення» [150], «Про затвердження Загальнодержавної програми охорони та відтворення довкілля Азовського і Чорного морів» [143] тощо. Подібні закони цілком логічно було б назвати локальними законами законодавства суміжної дії. Закони спеціальної дії у сферах туризму і рекреації забезпечують безпосередньо рекреаційно-туристичні відносини. Одним з основних з-поміж таких законів є Закон «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [273]. В даному документі значну увагу приділено питанню регулювання провадження діяльності в галузі туризму з боку держави, адже туризм можна вважати багатограним явищем сучасного світу, який вміщує комплекс людських ресурсів та природних запасів, і, відповідно потребує державного впливу. Відтак, регулювання туристичної діяльності зі сторони держави повинно бути узгодженим і підпорядкованим сучасним тенденціям та потребам соціально-економічного розвитку суспільства.

В Законі України «Про туризм» сформовані ключові засади реалізації туристичної діяльності та встановлено, що держава покладає на себе завдання створити відповідні умови та усіляко сприяти розвитку сфери санаторно-курортних послуг, забезпечувати фінансову підтримку розвитку галузі, формувати сприйняття України як держави з великим рекреаційно-туристичним потенціалом, здійснювати підтримку і захист українських туристів тощо. Серед ключових цілей регулювання державою в Законі визначено [151]:

- забезпечувати і сприяти реалізації закріплених у Конституції України громадянських прав на проведення відпочинку, свободу переміщення, охорону здоров'я і збереження власного життя, захист довкілля, збереження духовних і культурних цінностей людей;

- гарантувати безпеку туризму, захищати права та інтереси подорожуючих і усіх інших сторін-учасників господарської діяльності в сфері туризму;

- забезпечувати захист курортних ресурсів держави, сприяти їхньому ефективному використанню, здійснювати захист історико-культурних надбань та навколишнього середовища, провадити діяльність в напрямі забезпечення участі країни та громад в питанні раціонального використання і забудови територій;

- створювати сприятливі умови для формування та модернізації курортної індустрії, підтримувати і стимулювати розвиток пріоритетних напрямків галузі.

Важливим документом здійснення діяльності в сфері санаторно-курортних послуг є Кодекс України «Про надра», в якому прописано надра, що можуть передаватися у підпорядкування санаторно-курортним підприємствам, та зазначено перелік основних прав і обов'язків, згідно яких суб'єкти господарювання повинні використовувати зазначені надра [285].

Основні засади медичного забезпечення надання санаторно-курортних послуг закріплено у Законі України «Про охорону здоров'я». Так, законом чітко регламентується, що створення здорових і безпечних умов для рекреації, відпочинку та оздоровлення, проведення занять з лікувальної фізкультури покладається на власників й керівників баз відпочинку, санаторіїв, пансіонатів, усіх підприємств, установ і організацій, що спеціалізуються на організації відпочинку громадян. До інших основних обов'язків вказаних суб'єктів також належить дотримання законодавства в сфері охорони здоров'я і забезпечення у разі потреби можливості надання медичної допомоги відпочиваючим [139].

Важливе значення для розвитку сфери санаторно-курортних послуг має Водний кодекс України, оскільки це основний законодавчий акт, відповідаючий за врегулювання суспільних відносин щодо володіння, користування і розпорядження водними об'єктами на території країни [47]. Даним законодавчим актом регламентується порядок та механізми користування землями водного фонду, а також встановлення водоохоронних зон, що має важливе значення для розвитку санаторно-курортних закладів в регіонах. Крім того, прописано вимоги відносно того, яким чином повинні розміщуватись, проектуватись, будуватись, реконструюватись і вводиться в дію суб'єкти господарювання, споруди та інші об'єкти, що мають вплив на стан вод.

Конституція закріплює статус України як соціальної держави й визначає вектор діяльності на забезпечення гідного рівня життя громадян та вільного розвитку особистості [198]. З цього випливає, що дипломатичний курс держави в рекреаційно-оздоровчій сфері направлений на гарантування доступності санаторно-курортних послуг для усіх без винятку громадян. Перелік центральних органів влади, що регулюють відносити в сфері санаторно-курортних послуг, визначено статтями 7, 8, 9 і 11 Конституції України. Оскільки, відповідно до чинного законодавства, тільки Конституція України (ст. 6) визначає повноваження державних органів влади в усіх сферах суспільного життя, включаючи сферу санаторно-курортних послуг, дані норми не регулюються Законом України «Про туризм» [151]. Отже, зазначені твердження не узгоджуються з Конституцією України, оскільки є законами прямої дії, тому дублювати їх непотрібно. Окрім описаних проблем, у Новій редакції Закону можна визначити й інші актуальні завдання, що допоможуть вирішити нагальні питання державної рекреаційно-туристичної політики України та забезпечити покращення умов її інституційного забезпечення. Серед таких завдань виділено:

- необхідність зменшення впливу необґрунтованого втручання центральних органів виконавчої влади на санаторно-курортні заклади через

порушення законних прав останніх на свободу підприємництва та договору про вільне обрання видів своєї активності;

- зміну підходів щодо фінансового забезпечення відповідальності курортних установ перед отримувачами послуг та звуження кола суб'єктів гарантів, що повністю узгоджується з європейським законодавством та практикою;

- введення додаткових важелів стимулювання розвитку вітчизняної сфери санаторно-курортних послуг. Для цього потрібно:

- спростити та гармонізувати податкове регулювання;
- створити умови для впровадження соціальної реклами в сфері курортів;

- пропагувати санаторно-курортні можливості України за кордоном тощо;

- створити сприятливий інвестиційний клімат в санаторно-курортній сфері через внесення законопроекту про розбудову спеціальних економічних зон рекреаційного-туристичного типу;

- здійснити моніторинг законодавства Європейського Союзу з питань рекреації та туризму, що сприятиме максимальному зближенню національних і європейських юридичних норм.

Таким чином, сучасну систему законів рекреаційно-туристичної індустрії України можна поділити на три великі групи: закони загальної дії, закони суміжної та спеціальної дії. Ця класифікація, на наш погляд, дасть змогу краще проводити аналіз нормативно-правового забезпечення сфери санаторно-курортних послуг, а саме сучасного стану її законодавчої системи.

Діяльність в сфері санаторно-курортних послуг в Україні регламентується Указами Президента України, Постановами Верховної Ради і Кабінету Міністрів України, їх розпорядженнями та іншими нормативно-правовими документами. Дипломатичний курс України в санаторно-курортній галузі, стратегічні напрями її розвитку та основні пріоритети закріплені в Указах Президента України: «Про заходи щодо забезпечення реалізації

державної політики у галузі туризму» від 14 грудня 2001 року №1213/2001 [315], «Про підтримку розвитку туризму в Україні» від 2 березня 2001 року №127/2001 [317], «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» від 21 лютого 2007 року №136/2007 [316].

Законом України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» юридично підтверджено базові положення щодо соціального захисту осіб з інвалідністю, задекларовано, що держава гарантує їм рівні зі всіма іншими громадянами можливості брати участь у всіх сферах суспільного життя, включаючи політичну, економічну і соціальну, також зобов'язується створити гідні умови проживання, забезпечуючи особам з інвалідністю можливість вести повноцінне життя та реалізовувати свої здібності й потенціал [154].

Згідно цього Закону, особи з інвалідністю мають право отримувати безкоштовні путівки в санаторно-курортні заклади у випадку медичної необхідності. Функція визначення порядку та умов надання особам з інвалідністю санаторно-курортних путівок покладена на Кабінет Міністрів України.

Так, постановою Кабінету Міністрів України від 22 лютого 2006 р. №187 був затверджений Порядок забезпечення санаторно-курортними путівками деяких категорій громадян органами соціального захисту населення. Постановою визначено, що в порядку черговості органи соціального захисту населення забезпечують безкоштовними путівками до санаторно-курортних установ наступні категорії громадян [269]:

- особи з інвалідністю усіх категорій за рахунок коштів, передбачених Мінсоцполітики;
- ветерани війни, на яких поширюється чинність Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» [158], та особи, зазначені у статті 62 Закону України «Про жертви нацистських переслідувань» [141], за рахунок коштів місцевих бюджетів;

- ветерани війни та особи, на яких поширюється чинність Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» [158] і «Про жертви нацистських переслідувань» [141], особи, котрі мають особливі заслуги перед Батьківщиною, у санаторіях, що належать до сфери управління Мінсоцполітики, - за рахунок коштів державного бюджету.

Серед нормативно-правових документів Кабміну України щодо регулювання досліджуваної сфери слід виділити Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року» №168-р від 16.03.2017 р. [388] і «Про затвердження заходів щодо державної підтримки молодіжного та дитячого туризму» від 12.05.2004 р. №298-р. [280].

У «Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року» стверджується, що «стратегічною метою державної політики у сфері діяльності курортів є створення умов для поліпшення стану здоров'я, продовження тривалості життя та періоду активного довголіття населення, упровадження здорового способу життя шляхом формування та розвитку ефективного, прибуткового та конкурентоспроможного на світовому ринку курортного комплексу» [308]. Також наголошується на необхідності зміни цієї сфери на таких базових положеннях:

- оновлення фінансових і економічних методів відновлення курортного і рекреаційного ресурсу;
- формування доступного ринку надання санаторно-курортних і рекреаційних послуг з метою максимального задоволення потреби населення;
- здійснення приватизації закладів санаторно-курортної сфери;
- стимулювання конкуренції і оптимізації процесу управління курортами [308].

Проте основні аспекти розвитку, закладені у вищезгаданій Стратегії, зокрема створення доступного і ефективного ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг, здатного задовольнити потреби населення, поки що не виконуються.

Окремі аспекти функціонування сфери санаторно-курортних послуг регулюються нормативно-правовими документами центральних органів влади, серед яких накази Міністерства інфраструктури і Міністерства екології та природних ресурсів України тощо. Правове регулювання галузі санаторно-курортних послуг на місцевому і регіональному рівнях забезпечується обласними і районними радами, а також обласними, районними й міськими (м. Київ, м. Севастополь) державними адміністраціями. Важливим заходом інституціонального механізму державної рекреаційно-туристичної політики України є також проведення контрольних і правоохоронних дій, забезпечуючих виконання й дотримання формальних правил.

Однією з важливих функцій сфери санаторно-курортних послуг вважається медико-біологічна, яка полягає в санаторно-курортному лікуванні й оздоровленні [175]. Основним фактором реалізації цього напрямку виступають природні чинники (клімат, ландшафт, рельєф, водні, бальнеологічні ресурси тощо). Крім медико-біологічної, важливою функцією рекреації виступає соціокультурна діяльність. За твердженням В. Стафійчука, рекреація характеризується величезними можливостями для задоволення культурних та духовних потреб людини, що сприяє гармонізації її розвитку. Зрештою, це і є шлях реалізації соціокультурної функції рекреації [177]. Саме тому, для розвитку сфери санаторно-курортних послуг України важливим є питання здійснення державного регулювання рекреаційного природокористування, екологічного середовища, захисту довкілля і природо-заповідного фонду.

Чільну позицію в цьому контексті надано Міністерству екології та природних ресурсів України (Мінприроди). Основні засади функціонування Мінприроди були визначені Указом Президента України від 13 квітня 2011 року №452 «Про затвердження Положення про Міністерство екології та природних ресурсів України». У даному документі зазначено, що ключовим органом з-поміж органів виконавчої влади на центральному рівні щодо здійснення охорони довкілля, раціонального та ефективного використання, відтворення та збереження наявних природних ресурсів, забезпечення

ефективного державного контролю в питанні використання земель, провадження політики екологічної безпеки, розвитку заповідної справи, ефективного поводження з відходами, формування та застосування екологічної мережі, здійснення геологічного вивчення і розумного та економного використання надр є Міністерство екології та природних ресурсів України [279].

В управлінській структурі Міністерства екології та природних ресурсів України здійснюють своє функціонування центральні органи управлінської ланки, які також впливають на регулювання санаторно-курортною сферою (рис. 1.15).

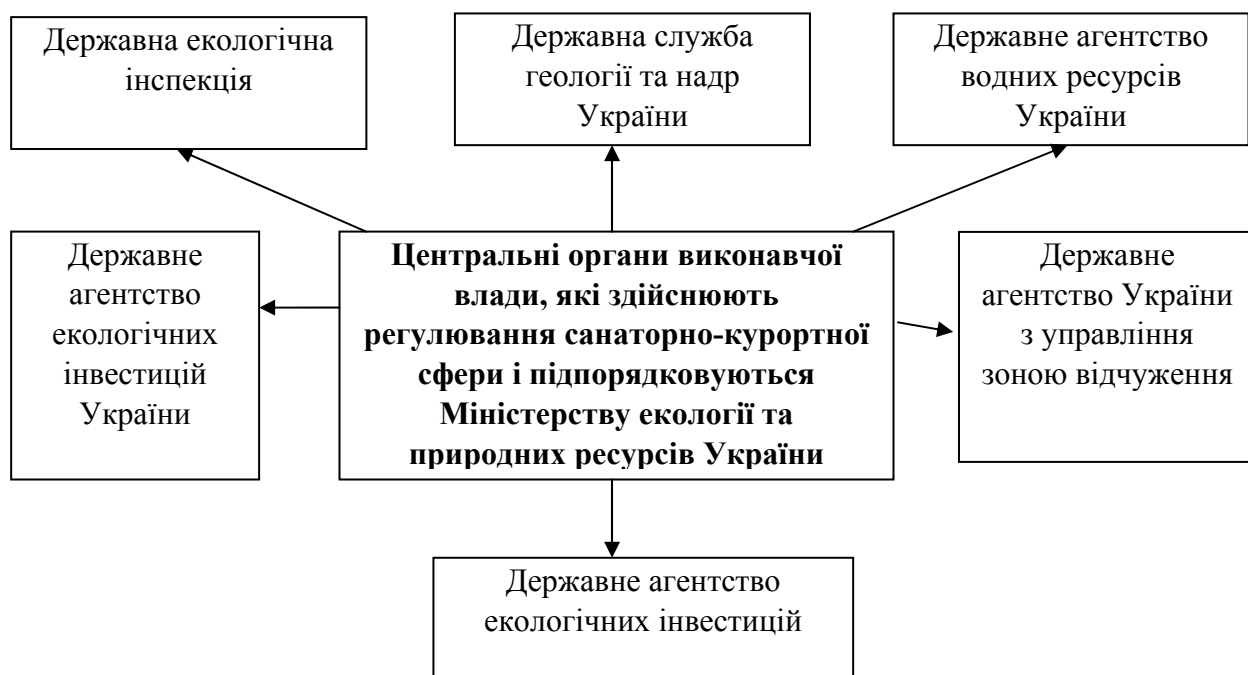


Рис. 1.15. Центральні органи виконавчої влади, що здійснюють регулювання сфери санаторно-курортних послуг і підпорядковуються Міністерству екології та природних ресурсів

Джерело: побудовано автором

На регіональному рівні цю ці функції передаються відповідним департаментам та відомства, яукі є під порядкові обласній державній адміністрації або безпосередньо міністерству.

Проте, не всі питання, пов'язані з державним регулюванням сфери екології та рекреаційного природокористування, знаходяться в сфері компетенцій Міністерства екології та природних ресурсів України. Частина їх віднесена до повноважень центральних органів управління, основні аспекти діяльності яких координуються і спрямовуються Міністерством аграрної політики та продовольства України (рис. 1.16). На регіональному рівні функції цих установ представляють обласні управління лісового та мисливського господарства, а також профільні департаменти обласних державних адміністрацій.



Рис. 1.16. Центральні органи виконавчої влади, які здійснюють регулювання сфери санаторно-курортних послуг і підпорядковуються Міністерству аграрної політики та продовольства України

Джерело: побудовано автором

Варто зазначити, що систему національної санаторно-курортної політики формують не лише вищезгадані інституції виконавчої влади. Складність її вдосконалення полягає у тому, що в Україні не створено чіткої, єдиної системи державного регулювання рекреаційної сфери і тому певні її аспекти сьогодні перебувають у віданні багатьох органів виконавчої влади (міністерств, окремих служб, агентств тощо). Серед них: Міністерство соціальної політики, Міністерство охорони здоров'я, Міністерство молоді та спорту України. Саме в

рамках їхніх повноважень також відбувається втілення дипломатичного курсу країни в сферах покращення здоров'я населення, соціального захисту, загальнообов'язкового державного соціального страхування, забезпечення участі державних органів влади та уповноважених працівників, установ та організацій усіх форм власності у вирішенні проблем зміцнення здоров'я громадян, набуття високого ступеня працездатності і довголіття шляхом розподілу путівок на санаторно-курортне лікування та оздоровлення.

Статтею 118 Конституції України і статтею 1 Закону України «Про місцеві державні адміністрації» встановлено, що місцеві державні адміністрації виконують функції регіональних органів виконавчої влади [146]. Основні обов'язки останніх щодо регулювання санаторно-курортної діяльності висвітлено в Законі України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [273].

Ефективна політика регіональних органів влади щодо розвитку сфери санаторно-курортних послуг потребує узгодження взаємодії Міністерства інфраструктури України, Департаменту туризму та курортів при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України (колишнього Державного агентства з туризму та курортів) і місцевих органів виконавчої влади, представницьких органів місцевого самоврядування заради формування цілісної системи територіальної влади. Аналіз роботи структурних підрозділів обласних державних адміністрацій (департаментів, відділів та управлінь) доводить наявність поєднання регулювання сфери санаторно-курортних послуг з іншими важливими галузями і сферами суспільного життя країни (культура, релігія, промисловість, торгівля), що, на наш погляд, ускладнює процес функціонування курортів у регіонах. Слід зауважити, що на рівні окремих регіонів таке поєднання здійснюється по-різному як в контексті управлінсько-організаційної структури, так і державного упорядкування різних сфер економіки. Так, наприклад, у Дніпропетровській, Запорізькій, Кіровоградській, Миколаївській областях суміщення відбувається в рамках департаментів, а у Волинській, Луганській, Одеській, Тернопільській – в межах управління. В Донецькій,

Харківській, Вінницькій областях державне регулювання об'єднується зі сферою культури; в Запорізькій, Одеській, Сумській, Чернігівській – з релігійними і національними питаннями, культурою; в Житомирській, Миколаївській - з промисловістю, торгівлею тощо.

Складається думка, що у перелічених регіонах процес започаткування нових структурних підрозділів рекреаційно-туристичної сфери відображає несприятливе ставлення органів місцевої виконавчої влади до розвитку даної індустрії, а це значно уповільнює створення більш ефективної локальної системи регулювання. Подальше вивчення організації управління курортами у регіонах також дає підстави стверджувати про певне перекладання функцій центральними органами загальнодержавного значення на місцеву виконавчу владу. Окрім того, ми вбачаємо, що багато цілей і завдань досліджуваного напрямку характеризуються нечіткістю і завищеною генералізованістю. Подібна управлінська неузгодженість і безсистемність спостерігаються й у структурних підрозділах районних державних адміністрацій, тобто процес регулювання сфери санаторно-курортних послуг в районах України завуальований у інших структурних підрозділах, зокрема тих, яким підпорядковується галузь туризму.

Дана ситуація, на наш погляд, є неприпустимою й такою, що суперечить принципам формування державної вертикальної управлінської структури на місцевому і регіональному рівнях. Обласними і районними радами є органи місцевого самоврядування, що репрезентують суспільні інтереси населення сіл, селищ і міст регіону, як зазначено у Конституції України, ст. 140 [198], Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» ст. 1, 10 п. 2 [147]. Згідно статті 44 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» [147] обласні, районні, міські ради делегують обов'язки щодо організації діяльності та розвитку сфери туризму і рекреації на локальному рівні обласним, районним, міським держадміністраціям Також органи виконавчої влади уповноважені передавати певні доручення щодо розвитку туристично-курортної галузі органам місцевого самоврядування (стаття 143 Конституції України) [198]. Дана норма реалізується через перерозподіл видатків Держбюджету або,

завдяки віднесенню до місцевих бюджетів, визначених законодавством деяких загальнодержавних податків в процесі передачі об'єктів державної власності органам місцевого самоврядування [147].

Органи місцевого самоврядування виконують наступні функції в процесі регулювання відносин, що виникають в сфері надання санаторно-курортних послуг [66]:

- затвердження на локальному рівні програм розвитку, сировинно-ресурсної бази, захисту природно-лікувальних ресурсів та їхнього ефективного використання;
- оголошення відповідних територій курортами місцевого значення;
- надання дозволів на використання природних лікувальних ресурсів державного значення;
- контроль за особливостями користування природними лікувальними ресурсами.

З вищезазначених повноважень, якими наділені органи місцевого самоврядування, випливає, що органи влади на місцях зобов'язані здійснювати управління місцевими курортами в контексті їхнього розвитку. Основною ж прогалиною законодавства є відсутність положень щодо управління курортами державного значення.

Варто підкреслити, що формування структур державного регулювання сфери санаторно-курортних послуг в регіонах також має подібні проблеми. Це, передусім, залежить від нерозуміння самою місцевою владою значення оздоровниць для розвитку економіки та, певною мірою, зумовлено браком висококваліфікованих спеціалістів з питань рекреації й туризму як в органах місцевої влади, так і у санаторно-курортних закладах регіону. Головна причина цієї проблеми, на наш погляд, полягає у слабкій координації і взаємодії між органами державної влади та місцевого самоврядування, адже «ефективність державного управління залежить від оптимального співвідношення принципів централізації й децентралізації управління, що передбачає чіткий розподіл повноважень і відповідальності між місцевими, регіональними і центральними

органами управління» [50]. Наразі інституційна система державної рекреаційно-туристичної політики України загалом має вигляд, представлений в додатку А (табл. А.1), де на основі системного підходу виокремлено гілки влади, котрі безпосередньо впливають на розвиток рекреації та туризму в Україні.

Верховна рада України, відповідно до своїх компетенцій, формує законодавчу базу для забезпечення функціонування сфери санаторно-курортних послуг, визначає ключові напрями державної політики і обсяги її фінансового забезпечення. Враховуючи ряд прийнятих рішень, можна міркувати, що у структурі Верховної Ради на даний час дещо поживавилася робота відносно забезпечення розвитку сфери санаторно-курортних послуг, зокрема у Комітеті з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму, Комітеті з питань екологічної політики, природокористування та ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи, Комітеті з питань культури і духовності, Комітеті з питань охорони здоров'я тощо.

Значна увага у цій системі формування державної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг надана виконавчій владі, оскільки саме вона на практиці в регіонах проводить та здійснює рекреаційно-туристичну політику в Україні. Окрім згаданих головних державних інституцій, у структурі виконавчої влади окремі функції регулювання діяльності курортів виконує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.

Зокрема, розвиток санаторно-курортної сфери взаємопов'язаний із цілями та заходами розвитку державної регіональної політики, які визначені в Законі України «Про засади державної регіональної політики» №156-VIII від 05.02.2015 р. Основними пріоритетами Закону є відслідковування та оцінювання ефективності державної регіональної політики через моніторинг певних показників, базуючись на офіційних статистичних даних, що сприятиме модернізації змін у санаторно-курортній сфері та відповідності їх запланованим показникам, які повинні відповідати програмі регіонального розвитку, передбаченій у зазначеному Законі.

Значну увагу розвитку санаторно-курортної сфери приділено у Стратегії регіонального розвитку до 2020 року, так у цілі 1 «Зростання рівня конкурентноспроможності регіонів» виокремлено раціональне використання природних ресурсів, охорону культурної спадщини та найцінніших природних територій, де зазначено чотири підпункти у сфері розвитку курортів та туризму:

- покращення законодавчого забезпечення розвитку курортів і туризму, в тому числі за допомогою розробки та імплементації Державної цільової програми розвитку туризму і курортів України на період до 2022 року;
- формування туристичного продукту високого рівня через ефективне використання природних ресурсів, поділ усієї території держави на туристичні райони та визначення зон пріоритетного розвитку туризму;
- популяризація регіонів у сфері туризму на зовнішньому та внутрішньому туристичному ринку;
- створення загальнодержавної інформаційної мережі у сфері туризму і курортів, зокрема шляхом розвитку відповідної мережі інформаційних центрів у регіонах;

Реалізація задекларованих завдань покращує сферу санаторно-курортних послуг та створює умови для її інвестиційно-інноваційного розвитку.

Важливе місце в регулюванні сфери санаторно-курортних послуг відведена Міністерству фінансів та Державній фіскальній службі України, які здійснюють регламентування порядку фінансування, кредитування та оподаткування діяльності оздоровниць.

Загалом, слід зауважити, що певну роль в регламентації окремих аспектів сфери санаторно-курортних послуг відіграють практично всі міністерства КМУ, адже індустрія курортів включає в себе велике коло різноманітних сфер життя суспільства, а тому потребує всебічного контролю та управління з боку центральних органів державної влади. Велике значення для практики діяльності санаторно-курортних закладів мають об'єднання турфірм (Туристична асоціація України, Укрсоюзтур тощо), які займаються захистом та представленням інтересів своїх членів як на рівні вітчизняних, так

і міжнародних турорганізацій. Забезпечення вирішення проблем, пов'язаних з інституційними засадами регулювання сфери санаторно-курортних послуг, дозволить вплинути на формування політики її розвитку, в тому числі і на регіональному рівні. В даному контексті особливо важливо, що відбулась реорганізація Державного агентства з туризму та курортів для створення нової інституції, здатної сприяти розвитку сфери санаторно-курортних послуг на найвищому рівні ієрархії управлінської системи. Йдеться про Департамент туризму та курортів при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України, крім того доречно формування Міністерства туризму та курортів України. Така реорганізація є необхідною в рекреаційно-туристичній сфері задля поживлення її розвитку.

Серйозною проблемою є також відсутність єдиного скоординованого управління на всіх рівнях державної влади, наслідком чого є значні ускладнення у формуванні ефективної загальнонаціональної системи регламентації діяльності туріндустрії. З аналізу інституційних засад випливає, що на сьогодні в Україні чітко не визначені органи державного регулювання рекреаційної, в т.ч. і сфери санаторно-курортних послуг, більш того, практично відсутні підрозділи, які б відповідали саме за її функціонування. Така ситуація унеможливорює розроблення повної та єдиної національної стратегії розвитку сфери санаторно-курортних послуг в Україні і забезпечує перепони щодо формування системи державного управління. Виходячи з вищевикладених обставин, незважаючи на те, що в складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, зокрема Департаменту туризму і курортів, є відділ розвитку туристичних DESTINACIY та курортів, доцільно виокремити структури, які б безпосередньо відповідали за регулювання та сприяння розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Суттєвим ускладненням інституційного забезпечення державного регулювання рекреаційно-туристичної сфери є те, що значна частина закладів, організацій, установ знаходиться в підзвітності інших міністерств і відомств. Показовою в цьому плані стала ситуація в управлінні курортів. Не дивлячись

на те, що в Україні створено Департамент туризму і курортів, наразі більшість оздоровчих закладів знаходиться в управлінні Міністерства охорони здоров'я, Міністерства соціальної політики та інших.

Варіантом вирішення такої проблеми може стати передача повноважень в сфері координації дій санаторно-курортних установ відповідному структурному підрозділу або агентству, умовно підпорядкованому саме Міністерству туризму (як пропозиція), з формуванням відповідних підрозділів при регіональних органах влади та місцевому самоврядуванню.

Аналогічно повинно відбутися й реформатування державного управління сфери санаторно-курортних послуг на локальному рівні. Адміністративні інструменти регіональних місцевих органів влади та місцевого самоврядування мають виходити з позиції забезпечення власного розвитку, спираючись на адекватну оцінку проблем національного регулювання рекреаційно-туристичної галузі, зокрема сфери санаторно-курортних послуг.

Таким чином, аналіз сучасного нормативно-правового забезпечення діяльності санаторно-курортних закладів в Україні демонструє нагальність подальшого його удосконалення через гармонізацію з європейським законодавством та внесення змін і доповнень до загальних, суміжних і спеціальних законів України. Окрім того, потрібно розпочати процес щодо систематизації та удосконалення законодавства в сфері рекреації з метою створення в подальшому спеціального правового регулювання відносин в сфері санаторно-курортних послуг в контексті їх розвитку. Дослідження системи інституційного забезпечення щодо формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг показує необхідність проведення значних організаційно-структурних перетворень на державному, регіональному і місцевому рівнях.

Висновки до розділу 1

1. Основним продуктом діяльності спеціалізованих рекреаційних закладів є виробництво та реалізація санаторно-курортних послуг. Виходячи з сучасних соціально-економічних реалій та особливостей розвитку сфери санаторно-курортних послуг, на основі узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності санаторно-курортних послуг, врахування особливостей їх прояву вдосконалено трактування поняття «санаторно-курортна послуга», що розцінюється як результат діяльності, можливої лише на певній території – курорті, в результаті якої, з метою отримання прибутку й досягнення соціального ефекту, надавач послуги на основі застосування інноваційних технологій і світових стандартів, використовуючи природно-рекреаційні та лікувальні ресурси, задовольняє потребу споживача у відпочинку, оздоровленні та покращенні фізичного стану. Санаторно-курортні послуги реалізуються у сфері особистого споживання, належать до категорії соціо-культурних та оздоровчих, класифікуються залежно від типу і рівня спеціалізації закладу, в якому продукуються, а також від способу і тривалості надання.

2. З економічної точки зору, санаторно-курортне лікування – це діяльність, пов'язана з наданням послуг клієнтові (пацієнтові) шляхом використання людського капіталу, природних, матеріальних та нематеріальних ресурсів, спрямована на відновлення та поліпшення функцій людської життєдіяльності. Стан ринку санаторно-курортних послуг та його сегментів характеризують попит, пропозиція, ціна та конкуренція. Основними суб'єктами, формуючими пропозицію цих послуг, є санаторно-курортні установи, а попит – фізичні особи та, рідше, роботодавці. Ситуація на ринку оздоровчих послуг залежить від багатьох факторів: платоспроможності населення, рівня розвитку регіональної курортної інфраструктури, маркетингової діяльності курортних підприємств, політичної ситуації та інших.

3. Ринки санаторно-курортних послуг багатьох країн розвиваються швидкими темпами, оскільки національні уряди, здійснюючи їхню підтримку та регулювання, виходять, як правило, з пріоритетів не стільки економічної, скільки соціальної політики. Зважаючи на завдання саме соціального забезпечення населення, доцільна бюджетна допомога санаторно-курортній галузі на регіональному рівнях. В цьому контексті запропоновано модель ресурсного забезпечення інноваційного розвитку сфери санаторно-курортних послуг в регіоні, оскільки, впровадження інновацій та новітніх технологій надає оздоровчим закладам можливість виробництва сучасних конкурентоспроможних на ринку послуг, відповідно вимог та запитів споживачів. Ресурсно-інноваційний потенціал є основою розвитку сфери санаторно-курортних послуг, яка відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному зростанні регіону.

4. Необхідною умовою інноваційного розвитку рекреаційних послуг є сприятливе інституційне середовище, а також норми і правила, які підтримують формування стійких економічних й соціальних взаємозв'язків між оздоровницями регіону, інституціями та населенням. Інституційне середовище виконує регулюючу, регламентну, інформаційну, захисну, контрольну та стимулюючу функції. Виходячи з доведеного, важливим є формування регіональної політики, направленої на ефективний розвиток сфери санаторно-курортних послуг.

5. В умовах децентралізації сфера санаторно-курортних послуг набуває особливої ваги для розвитку як окремих регіонів, так і об'єднаних територіальних громад. Тенденції розвитку курортних послуг вказують на залежність їх від нормативно-правового поля, у якому вони функціонують. Конституція України є основою щодо правового закріплення та відображення відносин в санаторно-курортній сфері. Важливим чинником, що ускладнює процес ефективного проведення державної рекреаційно-туристичної політики є недосконалість законів України. Це стосується норм як загального, так і

спеціального законодавств, регулюючих відносини в сфері рекреації та туризму.

6. У «Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року» регламентовано, що стратегічною метою державної політики у сфері діяльності курортів є створення умов для поліпшення стану здоров'я, продовження тривалості життя та періоду активного довголіття населення, упровадження здорового способу життя шляхом формування та розвитку ефективного, прибуткового та конкурентоспроможного на світовому ринку курортного продукту. Проте поєднання регулювання сфери санаторно-курортних послуг з іншими важливими галузями суспільного життя України (культура, промисловість, торгівля) ускладнює процес керівництва курортами в регіонах, уповільнює створення більш ефективної локальної системи регулювання. Звідси випливає необхідність формування органами влади регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг та скоординованого управління місцевими курортами в контексті покращення їх функціонування та розвитку.

Основні наукові результати, що викладені у першому розділі дисертації, опубліковані автором у працях [55, 63, 64, 70, 71, 73, 80, 370].

РОЗДІЛ 2. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ

2.1. Тенденції розвитку сфери санаторно-курортних послуг в Україні, регіональний аспект

Сприяння ефективному економічному розвитку сфери санаторно-курортних послуг потребує дослідження регіональних тенденцій, що склались в процесі її функціонування, адже економічні, природні та просторові регіональні умови по-різному впливають на продукування курортних послуг та їх реалізацію.

Окрім соціальної спрямованості, сфера рекреаційно-санаторних послуг має особливе значення для національної економіки завдяки формуванню значної величини доданої вартості та надходжень як до державного, так і до місцевих бюджетів. За результатами досліджень, прямий вклад курортно-рекреаційної сфери у формування ВВП в європейських країнах диференціюється в діапазоні від 0,4% до 9,5%, в Україні не перевищує 1,0%, хоча за оптимістичним сценарієм до 2026 р. в сукупності з непрямым (1,8%) та індукованим (0,7 %) складатиме 3,8% ВВП [255]. Логічно, виникає потреба покращити розвиток сфери санаторно-курортних послуг та вжити дієвих заходів на державному і регіональному рівнях (в умовах децентралізації органів державної влади) щодо забезпечення відповідного стану окремих оздоровниць, котрі б відповідали сучасним потребам та вимогам споживачів. Позаяк ринкові реалії диктують формат сьогодення і для оздоровчих послуг, санаторно-курортні підприємства змушені пропонувати саме ті послуги, на які є запити.

Ключове значення в розвитку сфери санаторно-курортних послуг має система управління як на державному, так і на регіональному рівнях. Проте, за сучасних ринкових умов в санаторно-курортного комплексу України відсутня єдина система управлінського менеджменту. Державна політика відносно

функціонування та розвитку сфери оздоровчих послуг здійснюється Міністерством інфраструктури і Департаментом туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Окрім цього, Міністерство охорони здоров'я контролює дотримання вимог щодо лікування, профілактики та реабілітації хворих в санаторно-курортних і оздоровчих закладах. Інспекцію раціонального використання, відтворення і охорону природних лікувальних ресурсів здійснює Міністерство екології та природних ресурсів України. Вище перелічені міністерства курирують окремі напрями діяльності закладів, однак не існує єдиного державного органу, що комплексно опікується розвитком сфери санаторно-курортних послуг.

Вивчення досвіду європейських країн дає змогу трактувати необхідність створення єдиної системи керування процесами розвитку сфери санаторно-курортних послуг. Так, дослідник С.С. Слепаков наводить приклади сусідніх країн, в яких існує дієвий механізм сприяння розвитку суб'єктів сфери санаторно-курортних послуг. Приміром, в Португалії, Франції, Німеччині споживачі здійснюють курортне лікування за рахунок страхових полісів, сплачуючи близько 50 євро на рік і маючи можливість один раз щороку скористатися курортними послугами [298]. Окремі європейські країни використовують державне регулювання сфери санаторно-курортних послуг в контексті розгляду лікувально-оздоровчих закладів як об'єктів відпочинку та розваг, тобто складової галузі туризму.

Розвиток рекреаційно-санаторних послуг в Україні характеризується, перш за все, показниками діяльності вітчизняного санаторно-курортного комплексу (табл. 2.1).

Аналіз отриманих даних (табл. 2.1), переконливо доводить, що за досліджуваний період (1995-2017 рр.) в Україні сформувалась тенденція до скорочення кількості санаторно-курортних закладів. У 2017 році загальна чисельність оздоровчих закладів знизилась при порівнянні з 1995 роком на 49,6%, тобто майже на половину, серед них санаторіїв – на 65,2%, зокрема дитячих санаторіїв - практично вдвічі (106 од. проти 199 од.).

Таблиця 2.1

Показники діяльності санаторно-курортного комплексу України у 1995-2017 роках*

Показники Рік	1995	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Кількість оздоровчих закладів, од.	3417	3245	3011	3012	2897	2154	1928	1863	1722	1695
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	5,0	11,9	11,9	15,2	37,0	43,6	45,5	50,0	50,4
2. Загальна чисельність ліжок (місць), тис. од.	562	482	449	445	383	271	234	234	201	195
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	14,2	20,1	20,8	31,9	51,7	58,4	58,4	64,2	65,3
3. Чисельність оздоровлених, тис. осіб	3515	3267	2987	2942	2904	1952	1610	1483	1508	1476
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	7,1	15,0	16,3	17,4	44,4	54,2	57,8	57,1	58,0
4. Загальна кількість санаторіїв, од.	489	465	456	453	284	202	187	184	172	170
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	4,9	6,7	7,4	41,9	58,7	61,8	62,4	64,8	65,2
5. Кількість дитячих санаторіїв, од.	199	173	168	167	161	132	117	111	107	106
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	11,0	15,6	16,1	19,1	33,7	41,2	44,2	46,2	46,7
6. Кількість пансіонатів з лікуванням, од.	62	59	54	55	39	21	16	14	12	9
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	4,8	12,9	11,3	37,1	66,1	74,2	77,4	80,6	85,5
7. Кількість санаторіїв-профілакторіїв, од.	517	291	234	224	185	147	118	79	63	56
Темпи зниження показника до базисного періоду, %	х	43,7	54,7	56,7	64,2	71,5	77,2	84,7	87,8	89,2

*Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Серед оздоровчих закладів найбільше скорочення відбулося серед пансіонатів з лікуванням та санаторіїв-профілакторіїв. З 1995 по 2017 роки кількість перших зменшилась в 5,4 разу, а санаторіїв-профілакторіїв - в 8,7 разу. Детальний розгляд вище наведених параметрів в динаміці засвідчує, що найбільш вагоме зменшення чисельності оздоровчих закладів відбувалось з 2014 року, на що вплинула, скоріш за все, політична ситуація в Україні.

Звісно, катастрофічне скорочення курортної мережі не могло не позначитись на показниках кількості ліжок-місць і оздоровлених. Так, темп зниження чисельності ліжок-місць в 2017 році до 1995 року становить 65,3%, а

оздоровлених осіб - 58,0%. Ситуація, що склалася, негативно позначилась і надалі погіршуватиме (у випадку бездіяльності) стан здоров'я громадян країни та їх соціальне забезпечення.

Аналіз кількості ліжко-місць, в розрахунку на один оздоровчий заклад, в динаміці демонструє той факт, що поряд зі спадом загальної чисельності зменшувалась їхня середня місткість. Якщо в 1995 році цей показник складав 164 ліжко-місця, то в 2017 році - лише 119 ліжко-місць, або на 45 (28,1%) менше (рис. 2.1).

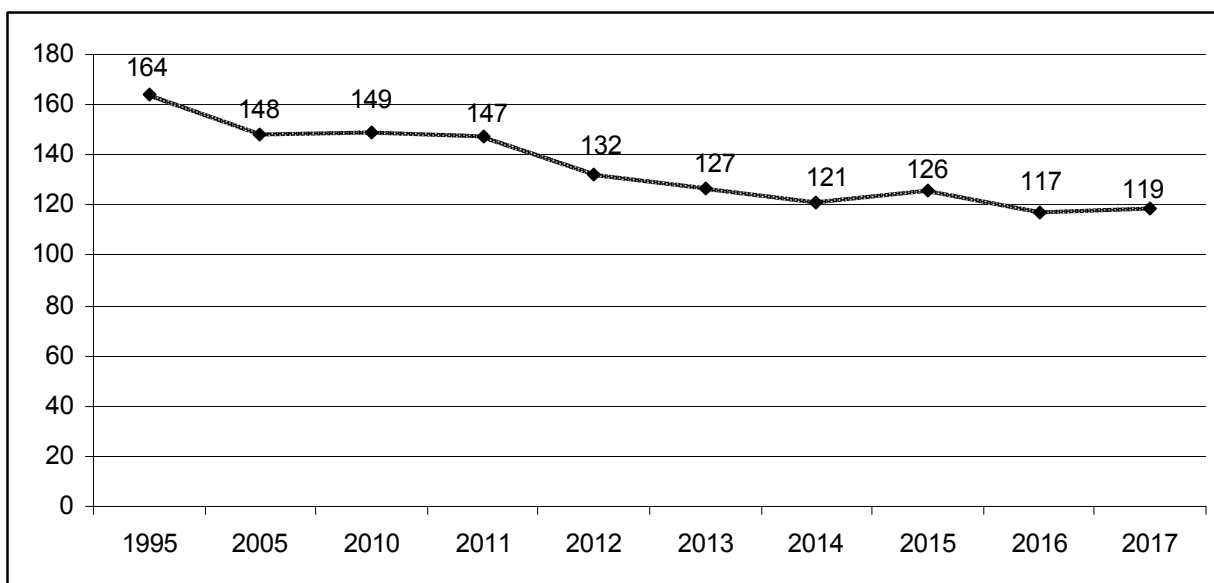


Рис. 2.1. Середня місткість оздоровчих закладів України, ліжко-місць на один санаторно-курортний заклад в середньому

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Зміни середньої місткості закладів рекреації за досліджуваний період свідчать про погіршення ситуації в питаннях надання санаторно-курортних послуг, на що, деякою мірою, вплинули не достатнє сприяння і підтримка з боку державних та регіональних органів влади.

Зниження чисельності закладів вітчизняного санаторно-курортного комплексу є наслідком ринкових перетворень української економіки, порушення єдиної системи санаторно-курортного лікування і оздоровлення населення, реорганізації фондів соціального забезпечення та страхування, приватизаційних процесів більшої частини оздоровниць.

В процесі аналізу та порівняння статистичних даних за 2005-2017 роки виявлено, що завдяки розвитку приватизації, кількість підприємств різних форм власності збільшувалася. Так, наприклад, якщо у 2005 році частка оздоровниць, організованих на основі приватної власності, становила 55,6% (рис. 2.2), то в 2017 році вже переважна більшість санаторно-курортних і оздоровчих закладів припадала на приватну власність і сягала відповідно 61,8% (рис. 2.3). Натомість зменшилась чисельність підприємств рекреації державної та комунальної форм власності.

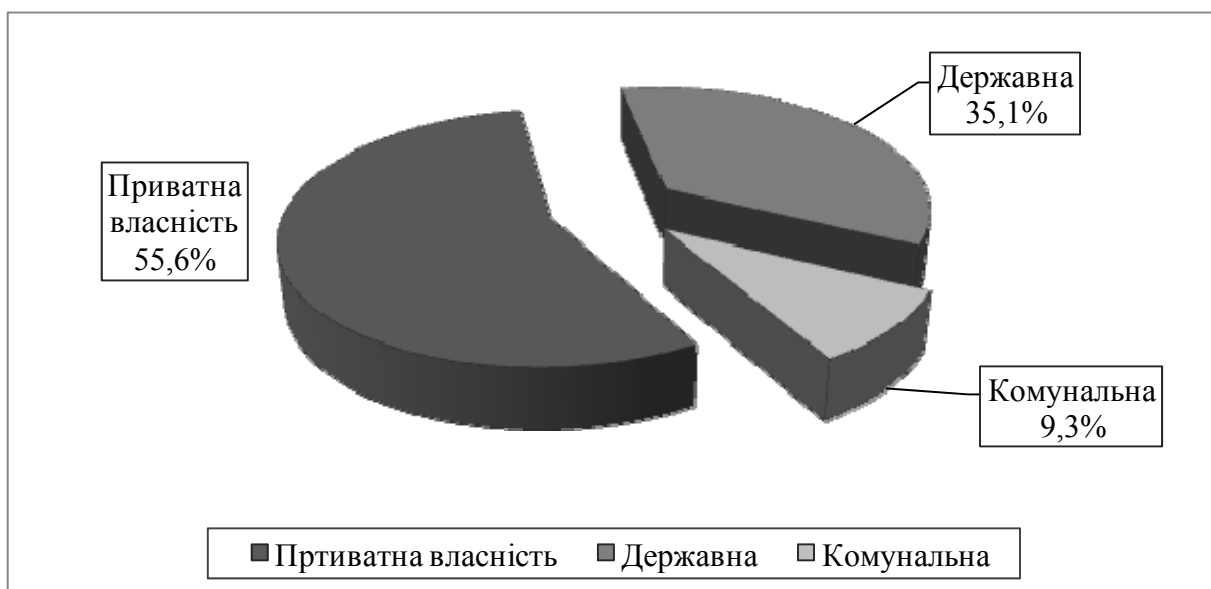


Рис. 2.2. Структура санаторно-курортного комплексу за формою власності у 2005 році, %

Джерело: побудовано за даними [255]

Приватизація закладів вітчизняного курортного комплексу може позитивно вплинути на розвиток сфери санаторно-курортних послуг за умови постійного і ефективного державного регулювання. З початком реформування економіки країни державні органи фактично самоусунулись від своєї регулюючої і стимулюючої ролі в розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Чимало вчених і економістів вважали, що ринкові механізми забезпечать вирішення різних проблем, притаманних функціонуванню закладів рекреації. Важливо зауважити, що сфера санаторно-курортних послуг – це, передусім, соціальна сфера, де основним підґрунтям розвитку мають бути державні фонди,

адже питання надання згаданих послуг громадянам, які вкрай їх потребують, проте не мають відповідних власних коштів для оплати, неможливо вирішити ринковими механізмами без участі державної підтримки як в межах регіонів, так і країни.

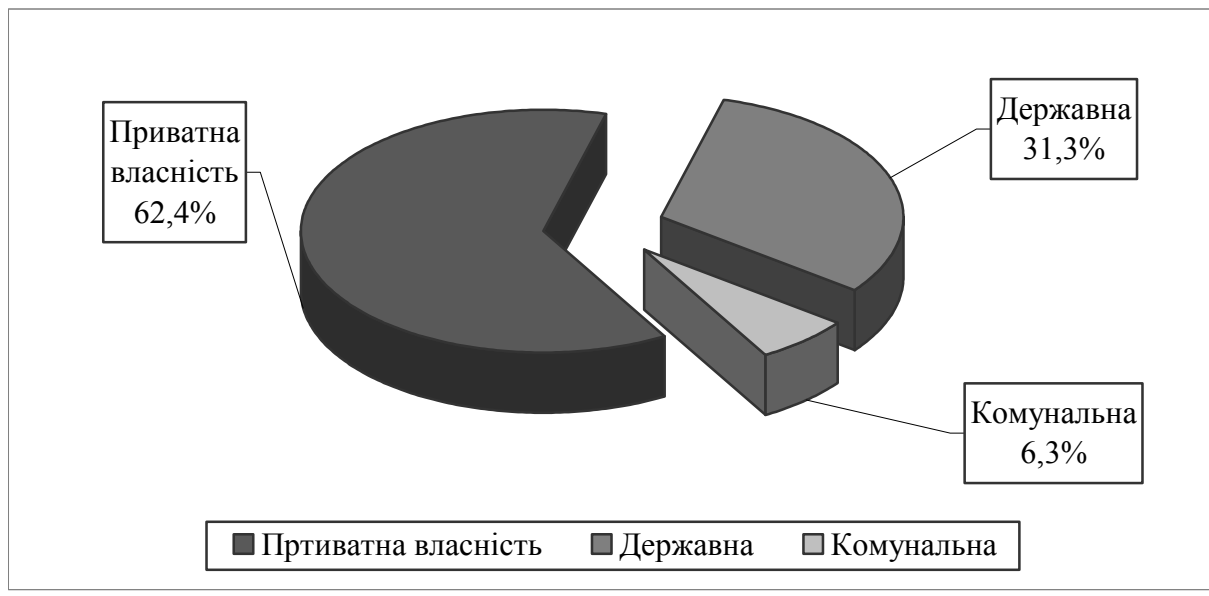


Рис. 2.3. Структура санаторно-курортного комплексу за формою власності у 2016 році, %

Джерело: побудовано автором на основі [255]

За даними численних досліджень, і надалі питома вага курортних послуг, реалізованих державними оздоровчими закладами, буде зменшуватися. Відповідно, є необхідність у формуванні дієвої системи державного впливу на всю сферу санаторно-курортних послуг та підтримки функціонування окремих оздоровниць, особливо тих, які надають послуги щодо лікування, оздоровлення та реабілітації фінансово незабезпечених громадян, зокрема дітей та людей пенсійного віку.

Розгляд показників наявності ліжко-місць засвідчує їх зменшення в динаміці за всіма видами оздоровчих закладів (табл. 2.2). Так, в 1995 році кількість ліжко-місць в санаторіях складала 145 тис. одиниць, а в звітному 2017 році - майже втричі менше (50 тис. одиниць). В дитячих санаторіях кількість ліжко-місць за 10 років знизилась на 20 тис. одиниць, в пансіонатах з

лікуванням залишилось лише 2 тис. одиниць (скорочення в 7 разів), в санаторіях-профілакторіях показник впав у 4,4 рази.

Таблиця 2.2

Наявність ліжко-місць за видами оздоровчих закладів України, тис. од.

Роки	Усього ліжок (місць)	у т.ч. за видами оздоровчих закладів				
		санаторії	з них дитячі	пансіонати з лікуванням	санаторії-профілакторії	інші
1995	562	145	37	14	43	360
2005	482	131	34	14	23	314
2006	482	136	34	12	23	311
2007	466	131	33	12	21	302
2008	462	129	32	13	21	299
2009	453	127	32	14	21	291
2010	449	126	32	14	19	290
2011	445	126	32	15	19	285
2012	383	93	30	10	17	233
2013	331	75	23	8	17	208
2014	234	59	18	3	17	137
2015	234	59	17	2	12	144
2016	201	51	17	2	10	121
2017	195	50	17	2	9	117
2017 +,- до 1995	-367	-95	-20	-12	-34	-243

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

За період спостереження дещо коливалась і структура ліжко-місць за видами оздоровчих закладів. Приміром, питома вага ліжко-місць на початку (1995 рік) становила в санаторіях більше чверті від усіх наявних, в т. ч. у дитячих - близько 7,0%, в пансіонатах з лікуванням - 2,5%, у санаторіях-профілакторіях - 8,0%, відповідно. Наприкінці дослідження (2017 рік) частка ліжко-місць зменшилась в санаторіях на 0,6%, в пансіонатах з лікуванням - на 1,6%, у санаторіях-профілакторіях - на 3,0%. Натомість, за розглянутий проміжок часу збільшилась питома вага ліжко-місць в структурі інших оздоровчих закладів, зокрема дводенного перебування та в дитячих санаторіях.

Загальна чисельність громадян, які отримали санаторно-курортні послуги в різних видах санаторних закладів України, коливалась, в тому числі і за видами цих закладів (табл. 2.3). З 1995 до 2008 роки кількість пацієнтів

зростала. Вплив фінансово-економічної кризи на ринок призвів до зменшення числа рекреантів. Як видно з даних таблиці 2.3, починаючи з 2009 року, кількість оздоровлених постійно зменшувалась. На цей процес (з 2014 року), ймовірно, додатково вплинули події, що відбувалися в АР Крим та на Сході України. За 2 останні роки (2014-2016 рр.) пролікованих осіб у санаторних закладах було вдвічі менше, ніж за будь-які інші роки спостереження.

Таблиця 2.3

Чисельність громадян за видами одержаних санаторно-курортних послуг, тис. осіб

Роки	Усього громадян, що отримали оздоровчі послуги	у т. ч. за видами оздоровчих послуг				
		санаторних	з них в дитячих санаторіях	пансіонатне лікування	у санаторіях-профілакторіях	інше
1995	3515	1223	236	102	511	1679
2005	3267	1299	274	129	244	1595
2006	3278	1321	276	117	236	1604
2007	3486	1419	274	131	236	1700
2008	3592	1527	284	144	232	1689
2009	3122	1330	247	119	211	1462
2010	2987	1198	223	116	198	1475
2011	2942	1278	338	99	193	1372
2012	2904	994	215	70	156	1175
2013	2152	749	157	52	131	1063
2014	1610	545	125	17	100	823
2015	1483	435	109	12	61	866
2016	1508	429	112	16	66	885
2017	1476	412	110	16	65	873
2017 +,- до 1995	-2039	-811	-126	-86	-446	-806

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Аналіз чисельності громадян, за видами одержаних санаторно-курортних послуг, доводить їх різну структуру в залежності від закладів оздоровлення. На початку доліджуваного періоду (базовий 1995 рік) питома вага пролікованих сягала: у санаторіях - 35%, пансіонатах -3%, санаторіях-профілакторіях – біля 15%, решта - 47% припадало на інші види санаторно-курортних послуг. З

роками дана композиція дещо змінилась. В 2017 році частка оздоровлених в санаторіях дорівнювала 28,4%, в тому числі в дитячих - 7,4 %, у пансіонатах - тільки 1,1 %, санаторіях-профілакторіях - 4,4%. Таке коливання обумовлено впливом певних чинників, зокрема більшим скороченням конкретних видів закладів, ціною політикою вартості санаторно-курортних послуг та платоспроможністю окремих верств населення, політичною ситуацією на тій чи іншій території країни.

Незважаючи на те, що курортні послуги відносяться до соціальної сфери, завдяки функціонуванню оздоровчих закладів, формується можливість працевлаштування значної кількості громадян, тобто вирішуються суспільні питання, зокрема по зменшенню безробіття. Це надзвичайно актуально за умов, що склалися в країні останніми роками. Однак, в процесі аналізу тенденцій розвитку сфери санаторно-курортних послуг за досліджуваний період, виявлено зменшення кількості працюючих в оздоровчих закладах не тільки лікарсько-медичного, але й іншого персоналу. Так, середньооблікова кількість працюючих в санаторно-курортному секторі з 2005 до 2017 роки зменшилась на 79 тис. осіб, або на 65,7%. Позитивним є те, що в структурі штату оздоровчих закладів збільшилась питома вага лікарів та інших медичних працівників (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Чисельність працюючих в оздоровчих закладах України

Показники	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Середньооблікова кількість працюючих, тис. осіб	119,7	106,7	102,3	93,2	79,8	51,1	44,3	41,7	40,5
2. Темпи зниження показника до базисного періоду, %	x	10,9	14,5	22,1	33,3	57,3	63,0	65,2	66,2
3. Питома вага лікарів, %	5,0	5,0	5,0	5,0	5,6	5,9	5,8	5,7	5,6
4. Питома вага середнього медично-го персоналу, %	15,0	15,0	14,9	15,1	17,1	18,0	18,2	18,4	18,3
5. Питома вага іншого персоналу, %	80,0	80,0	80,1	89,9	79,3	76,1	76,0	75,9	77,3

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Вагомою причиною звільнення працюючих було і є зменшення курортної мережі в Україні, падіння попиту на санаторно-курортні послуги в зв'язку зі змінами порядку надання санаторно-курортних путівок, зростання фонду оплати праці та відрахувань до державних централізованих соціальних фондів, погіршення фінансового становища в самих оздоровчих закладах одночасно з оптимізаційними процесами, не повна їх завантаженість та не цілорічне функціонування.

Як засвідчують дані таблиці 2.4, значне скорочення персоналу, обслуговуючого споживачів санаторно-курортних та оздоровчих послуг, є негативним явищем, яке позначається у регіонах курортних зон не тільки на зайнятості, але і на матеріальному забезпеченні населення. При таких темпах падіння кількості працівників в оздоровчих закладах, без роботи та засобів існування залишилась чимала кількість мешканців курортних територій, що негативно вплинуло на соціальне середовище. На основі вище наведеного доцільна розробка та вживання заходів на рівні держави та місцевих органів влади, направлених на нейтралізацію шкідливих наслідків звільнення працівників в сфері санаторно-курортних послуг.

Вивчення активності санаторно-курортних та оздоровчих закладів України демонструє і те, що за період дослідження досить значна їх частина не працювала з різних причин (табл. 2.5). У 2005 році не діяло 700 оздоровчолікувальних закладів. У процентному відношенні до всіх наявних це дорівнювало 20,5%. Причин не функціонування такої великої кількості закладів було багато. Зокрема, у переважної частини (47,9%) спостерігались дефіцит фінансових ресурсів на експлуатацію, в решти - проведення капітальних ремонтів, відсутність відповідних дозволів, не конкурентоспроможність пропонуємих санаторно-курортних послуг.

Протягом терміну спостереження чисельність недіючих закладів постійно скорочувалася (якщо не брати до уваги 2009-2010 роки, період світової фінансово-економічної кризи). В 2017 році не функціонувало 158 рекреаційних установ (майже десята частина у відношенні до працюючих). Дану

закономірність можна пояснити фактом все більшого поширення останніми роками приватного бізнесу в сфері послуг, у тому числі санаторно-курортних і оздоровчих, та відповідного збільшення припливу інвестиційних ресурсів.

З метою оцінки функціонування вітчизняних закладів на ринку санаторно-курортних та оздоровчих послуг розраховано питому вагу фактично діючих оздоровчих закладів, тобто коефіцієнт їх діяльності (рис. 2.4, 2.5).



Рис. 2.4. Динаміка чисельності діючих закладів на ринку санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано авторами на основі [187;188;189;190;191]

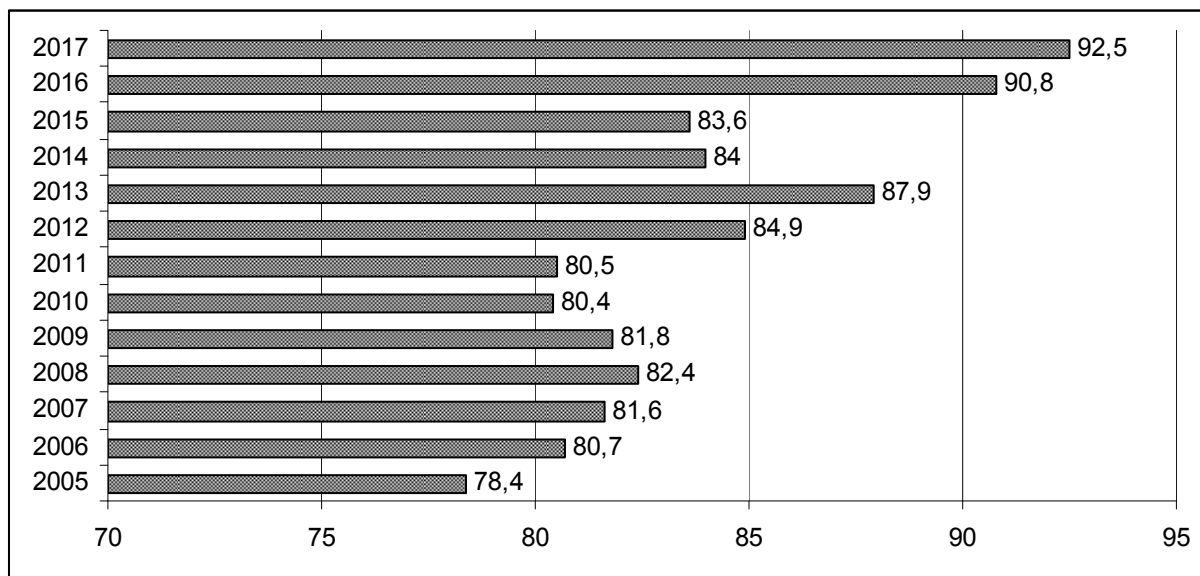


Рис. 2.5. Питома вага діючих оздоровчих закладів, %

Джерело: побудовано авторами на основі [187;188;189;190;191]

Таблиця 2.5

Розподіл санаторно-курортних та оздоровчих закладів України за причинами, з яких вони не працювали протягом 2005-2016 років, од.

Роки	Кількість закладів, що не функціонували за досліджуваний період		у т.ч. за факторами впливу									
			проведення капітального ремонту		відсутність фінансових ресурсів на експлуатацію		відсутність дозволів, зокрема санітарно-епідеміологічної служби на експлуатацію закладів		не конкуренто-спроможність пропонованих санаторно-курортних послуг		інше	
	усього	в них ліжок (місць)	кількість закладів	в них ліжок (місць)	кількість закладів	в них ліжок (місць)	кількість закладів	в них ліжок (місць)	кількість закладів	в них ліжок (місць)	кількість закладів	в них ліжок (місць)
2005	700	53884	137	10277	335	23714	41	2310	39	3459	148	14124
2006	610	49359	132	9905	295	25331	35	2042	40	2469	108	9612
2007	571	49520	121	10567	265	22220	34	2183	33	3302	118	11248
2008	542	45974	133	12665	220	16389	41	3119	28	1781	120	12020
2009	554	46738	132	11258	245	20146	36	2791	32	2492	109	10051
2010	591	48135	142	10937	262	21160	34	2880	35	2534	118	10624
2011	588	45367	130	9872	272	20919	39	3099	38	2663	109	8814
2012	438	33175	121	9190	211	16209	33	2620	45	3142	28	2014
2013	357	26510	98	7411	156	11912	22	1748	49	3411	32	2028
2014	308	22821	76	5751	132	9991	21	1601	56	3811	23	1667
2015	305	20187	65	4930	122	8215	15	1411	61	3238	42	2393
2016	158	10605	42	2816	33	2111	5	351	56	3976	22	1351

Джерело: розроблено автором за даними [187;188;189;190;191]]

За період дослідження коефіцієнт діяльності оздоровниць характеризується строкатістю, він то покращувався (питома вага функціонуючих закладів відповідно збільшувалася), то зменшувався, що віддзеркалює вплив на ситуацію вище описаних макро- та мікрочинників. Передусім, зростання кількості працюючих оздоровниць в окремі роки можна пояснити збільшенням інтересу приватного бізнесу до їхнього розвитку та певним підвищенням попиту на санаторно-курортні послуги на вітчизняному ринку (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Динаміка функціонування оздоровчих закладів України

Роки	Кількість наявних оздоровчих закладів – усього, од.	Кількість оздоровчих закладів, що функціонували, од.	Питома вага діючих оздоровчих закладів, %
2005	3245	2545	78,4
2006	3164	2554	80,7
2007	3110	2539	81,6
2008	3073	2531	82,4
2009	3041	2487	81,8
2010	3011	2420	80,4
2011	3012	2424	80,5
2012	2897	2459	84,9
2013	2324	2043	87,9
2014	1928	1620	84,0
2015	1863	1558	83,6
2016	1722	1564	90,8
2017	1695	1531	92,6
2017 +,- до 1995	-1550	-1014	+14,2

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Для повнішої оцінки розвитку санаторно-курортних послуг визначено рівень функціонування оздоровчих закладів (табл. 2.7) на основі наступної методики за формулою (2.1):

$$K_{\text{ф.с.-к.з.}} = \frac{Q_{\text{озд}}}{KM_{\text{разом}} - KM_{\text{н.ф.}}}, \quad (2.1)$$

де $K_{\text{ф.с.-к.з.}}$ – коефіцієнт функціонування оздоровчих закладів;

$\text{Ч}_{\text{озд.}}$ – чисельність оздоровлених в результаті надання санаторно-курортних послуг, тис. осіб;

$\text{КМ}_{\text{разом}}$ – кількість ліжко-місць в функціонуючих і не функціонуючих оздоровчих закладах, тис. од.;

$\text{КМ}_{\text{н. ф.}}$ – кількість ліжко-місць в нефункціонуючих з різних причин оздоровчих закладах, тис. од.

Таблиця 2.7

Розрахунок коефіцієнта функціонування санаторно-курортних закладів України (2005-2017 роки)

Роки	Кількість громадян, що скористалися санаторно-курортними послугами, тис. осіб ($\text{Ч}_{\text{озд.}}$)	Місткість вітчизняних оздоровчих закладів – всього, тис. од. ($\text{КМ}_{\text{разом}}$)	Кількість місць у вітчизняних оздоровчих закладах, що не були задіяні із різних причин – всього, тис. од. ($\text{КМ}_{\text{н. ф.}}$)	Коефіцієнт функціонування оздоровчих закладів ($\text{К}_{\text{ф.с.-к.з.}}$)
2005	3267	482	54	7,63
2006	3278	482	49	7,61
2007	3486	466	50	8,38
2008	3592	462	46	8,63
2009	3122	453	47	7,69
2010	2987	449	48	7,45
2011	2942	445	45	7,36
2012	2904	383	43	8,54
2013	2152	331	35	7,27
2014	1610	234	29	7,85
2015	1483	234	29	7,23
2016	1508	201	23	8,47
2017	1495	196	22	8,24

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Дані, наведені у табл. 2.7, відображають нерівномірну кратність експлуатації ліжко-місць у санаторно-курортних закладах в окремі роки. Приміром, в 2010 році кожне ліжко-місце було зайняте 7,5 разів, а в 2017 році - 8,3 разів, що свідчить про покращення використання ресурсного потенціалу оздоровчих закладів та пожвавлення попиту на санаторно-курортні послуги. Оскільки не вся вітчизняна санаторно-курортна мережа працювала і

цілорічно, більш об'єктивно проводити обчислення коефіцієнту функціонування оздоровчих закладів, з огляду на середню тривалість перебування оздоровлених в днях за наступною формулою (2.2.):

$$K_{\text{ф.с.-к.з.}} = \frac{Ч_{\text{озд}} \times \text{СТП}_{\text{озд.}}}{\text{КМ}_{\text{разом}} \times \text{СТП}_{\text{озд.}} - \text{КМ}_{\text{н.ф.}}}, \quad (2.2)$$

де $K_{\text{ф.с.-к.з.}}$ – коефіцієнт функціонування санаторно-курортних закладів;

$Ч_{\text{озд.}}$ – чисельність оздоровлених в усіх вітчизняних санаторно-курортних установах, тис. осіб;

$\text{КМ}_{\text{разом}}$ – кількість ліжко-місць в усіх оздоровницях, тис. од.;

$\text{СТП}_{\text{озд.}}$ – середня тривалість перебування в санаторно-курортних закладах, днів;

$\text{КМ}_{\text{н.ф.}}$ – кількість ліжок (місць) в курортних підприємствах, які не функціонували з різних причин протягом всього року.

Як показує розрахунок (табл. 2.8), коефіцієнти функціонування оздоровчих закладів дещо відрізняються від попередніх. Так, згаданий показник варіює в межах від 6,38 в 2015 році до 7,83 у 2008 році, що підтверджує оптимізацію використання виробничого потенціалу вітчизняних оздоровчих закладів та коливання попиту на ринку санаторно-курортних послуг в динаміці.

Характерною особливістю для сфери рекреаційно-санаторних послуг є багатовекторність, зокрема оздоровчі заклади надають лікувальні, лікувально-профілактичні, реабілітаційні послуги одночасно з культурним відпочинком, проживанням та харчуванням. Послуги лікувального профілю є більш затратними, мають більшу собівартість і завжди дорожчі для споживачів, аніж культурний відпочинок.

На збільшення вартості санаторно-курортних послуг останніми роками, зокрема одного ліжко-дня (рис. 2.6), вплинуло постійне здорожчання виробничих ресурсів, а також енергоносіїв.

Аналіз наведених даних доводить, що протягом 2012-2017 рр. вартість одного ліжко-дня зросла на 51,7%. Важливими причинами стрибка цін на

санаторно-курортні послуги, окрім вище згаданих, були інфляційні процеси, підвищення заробітної плати обслуговуючого персоналу, здорожчання вартості матеріалів та послуг, що отримують оздоровчі заклади безпосередньо від інших господарюючих суб'єктів підприємництва, необхідність забезпечити формування прибутковості та конкурентоспроможності, утворення спеціальних фондів з метою розвитку підприємства тощо.

Таблиця 2.8

Коефіцієнти функціонування оздоровчих закладів України з врахуванням середньої тривалості оздоровлення (2005-2017 роки)

Роки	Кількість громадян, що скористалися санаторно-курортними послугами, тис. осіб	Місткість вітчизняних оздоровчих закладів – всього, тис. од.	Кількість місць у вітчизняних оздоровчих закладах, що не були задіяні із різних причин – всього, тис. од.	Середня тривалість лікування та оздоровлення в санаторно-курортних закладах, днів	Коефіцієнт функціонування санаторно-курортних закладів $K_{ф.с.-к.з.}$
2005	3267	482	54	14	6,83
2006	3278	482	49	14	6,85
2007	3486	466	50	14	7,54
2008	3592	462	46	13	7,83
2009	3122	453	47	13	6,95
2010	2987	449	48	13	6,71
2011	2942	445	45	13	6,66
2012	2904	383	43	19	7,63
2013	2152	331	35	18	6,54
2014	1610	234	29	18	6,93
2015	1483	234	29	17	6,38
2016	1508	201	23	17	7,55
2017	1495	196	22	17	6,77

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

З вартістю одного ліжка-дня безпосередньо пов'язане формування цін на путівки оздоровчих закладів. Як видно з даних наступного графіка, середня вартість путівки набагато перевищує мінімальну та середньомісячну заробітну плату пересічного українця протягом всього вивченого періоду (рис. 2.7). Так, в 2010 році це переважання щодо середньомісячної зарплати складало 2,5 рази, мінімальної - 6,2 разів. У 2017 році спостерігалась

аналогічна закономірність: відносно середньомісячного заробітку різниця – в 1,3 рази, мінімального – в 5,4 раза, що доводить факт неплатоспроможного попиту населення нашої країни на санаторно-курортні послуги.

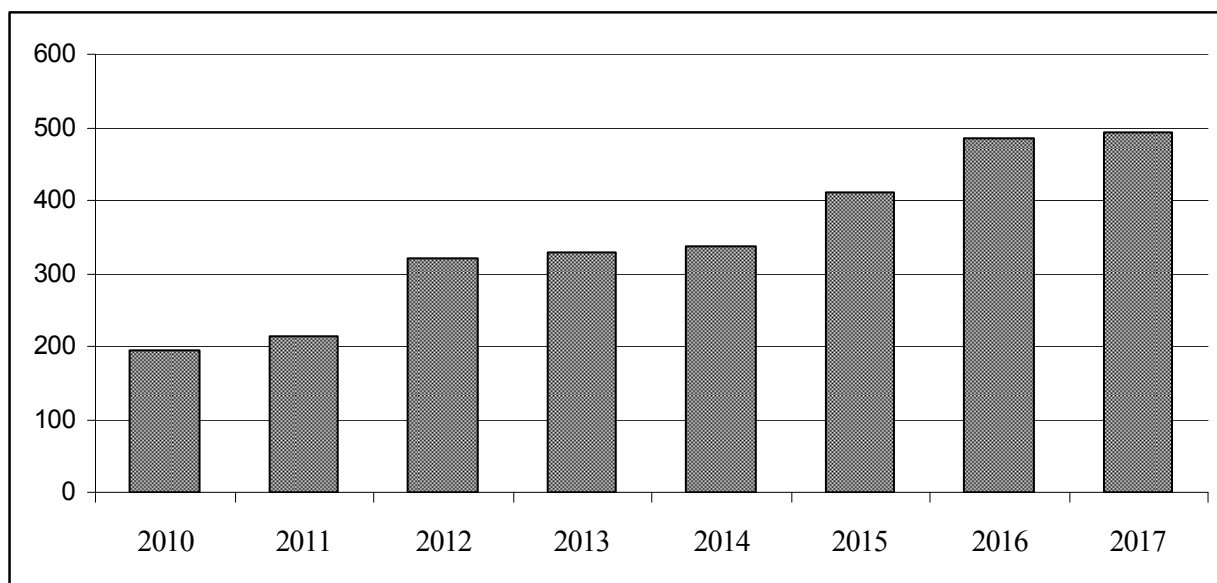


Рис. 2.6. Вартість одного ліжка-дня в санаторно-курортних закладах України у 2010-2017 рр., грн

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

Співвідношення, яке склалося між вартістю путівки та середньомісячною заробітною платою в Україні, доводить, що для придбання путівки в 2005 році українцю потрібно було працювати 2,8 місяці, в 2010 році вже - 2,5 місяці, а у 2016 році - 1,3 місяці.

Проте, якщо провести порівняння з мінімальним розміром пенсії та заробітної плати, яку одержує більшість населення, то для купівлі санаторно-курортної путівки необхідно було працювати в 2005 році – 7,8 місяця, у 2010 році – 6,2 місяця, в 2016 році – 5,4 місяця (без урахування необхідних витрат на харчування, житлово-комунальні послуги та інші життєві потреби кожної людини).

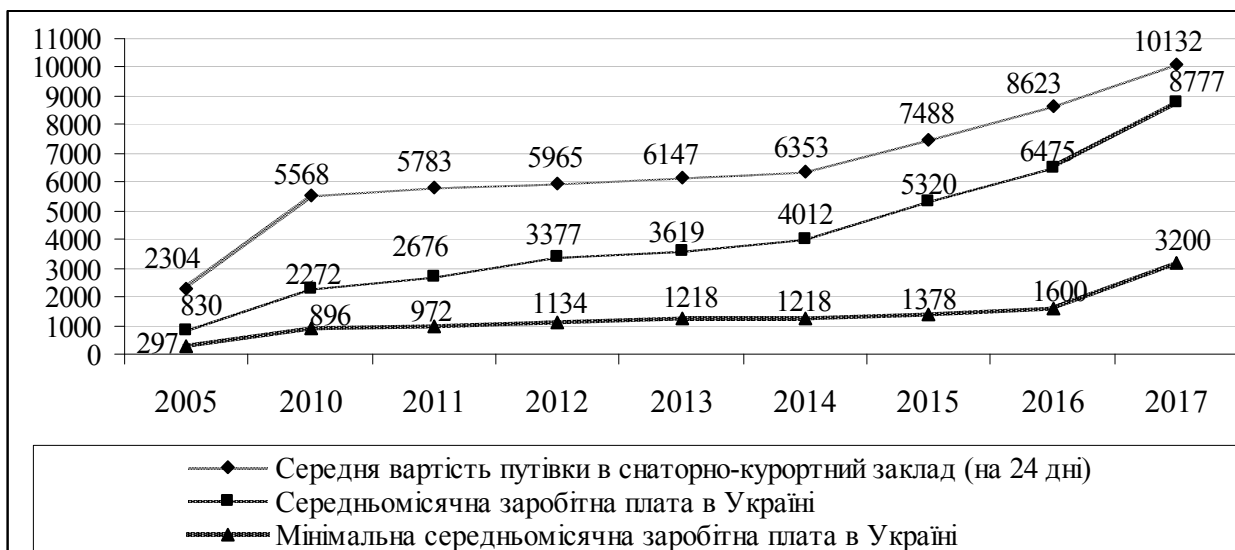


Рис. 2.7. Порівняння вартості путівки для отримання санаторно-курортних послуг з середньомісячною та мінімальною заробітною платою в Україні у 2010-2017 рр., грн

Джерело: побудовано автором на основі [187;188;189;190;191]

З наведених даних випливає, що для забезпечення платоспроможного попиту населення на санаторно-курортні послуги доцільне збільшення заробітної плати українців з державною підтримкою лікування, профілактики та реабілітації більшості громадян. Формування регіональної політики підтримки розвитку сфери санаторно-курортних послуг набуває особливої актуальності за умов, коли, при існуючому співвідношенні середньомісячної заробітної плати і цін на санаторно-курортні путівки, лівова частка населення не спроможна скористатися послугами оздоровниць, що, своєю чергою, погіршує стан здоров'я, збільшує рівень захворюваності, сприяє поширенню хронічних хворіб, зокрема в дітей і старших людей, та суттєво зменшує тривалість життя пересічного українця.

Важливе значення в контексті розвитку сфери санаторно-курортних послуг має самостійність оздоровниць. Розподіл курортних установ, що перебувають на самостійному балансі, за регіонами (2017 р.) відображено в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Розподіл оздоровчих закладів, що перебувають на самостійному балансі, за регіонами (2017 р.)

Регіони	Кількість закладів – усього, од.	з них	
		перебувають на самостійному балансі, од.	у % до загальної кількості
Україна - всього	1214	534	44,2
АР Крим	*	*	*
Вінницька	20	16	80,0
Волинська	67	7	10,5
Дніпропетровська	102	15	14,7
Донецька	71	11	15,5
Житомирська	11	3	27,3
Закарпатська	32	25	78,1
Запорізька	136	35	25,7
Івано-Франківська	29	17	58,6
Київська	60	16	26,7
Кіровоградська	21	5	23,8
Луганська	6	1	16,7
Львівська	56	29	51,8
Миколаївська	99	51	51,5
Одеська	163	92	56,4
Полтавська	27	9	33,3
Рівненська	13	6	46,2
Сумська	20	4	20,0
Тернопільська	10	7	70,0
Харківська	61	45	75,0
Херсонська	105	65	61,9
Хмельницька	17	15	88,2
Черкаська	43	32	74,4
Чернівецька	7	4	57,1
Чернігівська	18	7	38,9
м. Київ	20	10	50,0

* дані відсутні

Джерело: побудовано автором на основі [255]

Наведений зріз ілюструє наявність відомчого підпорядкування чималої частини (44,2% від загальної кількості по Україні) санаторно-курортних закладів, що впливає як на організаційну структуру, так і на їхню виробничу діяльність, негативно позначаючись на фінансово-економічних показниках.

Найбільша питома вага санаторно-курортних та оздоровчих закладів перебували на самостійному балансі в Вінницькій (80,0%), Закарпатській (78,1%), Івано-Франківській (58,6%), Львівській (51,8%), Миколаївській (51,5%), Одеській (56,4%), Рівненській (50,0%), Тернопільській (70,0%), Харківській (75,0%), Хмельницькій (88,2%), Черкаській (74,4%), Херсонській (61,9%), Чернівецькій (57,1%) областях та м. Київ (50,0%).

На розвиток сфери санаторно-курортних послуг істотно впливають нестабільність економіки, інфляційні процеси, зокрема низький рівень доходів населення, фінансові труднощі в країні, яка не має можливості субсидувати санаторно-курортне лікування малозабезпечених громадян, тим самим підтримувати оздоровчі заклади. Так, практично в кожному регіоні України зафіксовані численні оздоровчі заклади, що не працювали з різних причин, як наведено раніше у таблиці 2.4.

Дослідження тенденцій розвитку сфери санаторно-курортних послуг в Україні загалом та у регіонах, зокрема, надає чітке усвідомлення доцільності формування регіональної політики в контексті сприяння її розвитку та покращенню інвестиційної привабливості санаторно-курортних і оздоровчих установ.

Отже, аналіз сучасного стану сфери санаторно-курортних послуг в Україні та регіонах, доводить необхідність використання дієвих інструментів підвищення конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні та розробки напрямів активізації її розвитку.

2.2. Регіональні особливості формування сфери санаторно-курортних послуг

Останніми роками в Україні санаторно-курортні комплекси, як спосіб поєднання відпочинку з лікувальними процедурами, набувають все більшої популярності. Передусім, це зумовлено значним рекреаційно-туристичним потенціалом нашої держави.

Сфера санаторно-курортних послуг характеризується регіональністю, що визначається існуванням значної кількості оздоровчих закладів в окремих областях країни. Регіональне розташування тих чи інших курортних підприємств залежить від природних, економічних та просторових умов кожної місцевості (табл. 2.10).

Як видно з таблиці, в усіх регіонах України наявні санаторно-курортні та оздоровчі заклади. Проте найбільша їх концентрація в 2010 році була зосереджена в семи областях - АР Крим (тимчасово окупована територія), Одеській, Донецькій, Херсонській, Запорізькій, Миколаївській та Дніпропетровській. Якщо розглядати чисельність санаторіїв, то їхня кількість переважала у АР Крим (тимчасово окупована територія), Львівській, Одеській, Вінницькій, Закарпатській областях.

Найменше санаторно-курортних та оздоровчих установ було розташовано у Житомирській, Рівненській, Сумській, Хмельницькій, Чернівецькій, Тернопільській областях, зокрема санаторіїв - у Волинській, Житомирській, Кіровоградській, Рівненській, Сумській, Хмельницькій, Чернівецькій, Чернігівській та Черкаській областях. Описана розгалуженість рекреаційних закладів та нерівномірність їх розподілу за регіонами пояснюється наявністю різних природних лікувально-оздоровчих ресурсів.

При порівнянні змін чисельності оздоровчих закладів, в тому числі санаторіїв, за шість років можна констатувати факт їхнього зменшення у більшості регіонів, що є наслідком негативних соціально-економічних та політичних процесів в нашій країні. Станом на 2017 рік за найбільшою кількістю оздоровчих закладів в першу п'ятірку входять Одеська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська та Дніпропетровська області. За рейтингом чисельності санаторіїв (за цей же рік) регіони розміщуються наступним чином: Львівська, Одеська, Закарпатська, Вінницька, Полтавська, Харківська і Запорізька області. Останні три області посіли рівні позиції, позаяк в них функціонувала однакова кількість санаторно-курортних закладів, а саме по 9 одиниць.

Таблиця 2.10

Розподіл оздоровчих закладів за регіонами України, од.

Регіони	2010 рік		2017 рік	
	кількість закладів тривалого перебування	з них санаторії	кількість закладів тривалого перебування	з них санаторіїв
Україна - всього	3011	456	1695	170
АР Крим	547	115	-	-
Вінницька	30	21	20	9
Волинська	65	6	76	4
Дніпропетровська	124	17	115	5
Донецька	347	15	74	6
Житомирська	20	6	13	3
Закарпатська	62	19	45	16
Запорізька	213	16	258	8
Івано-Франківська	36	11	30	7
Київська	80	13	60	6
Кіровоградська	41	3	21	2
Луганська	83	12	4	1
Львівська	102	47	56	33
Миколаївська	185	10	186	3
Одеська	424	35	350	21
Полтавська	29	13	31	9
Рівненська	22	9	12	3
Сумська	24	3	19	1
Тернопільська	18	10	11	3
Харківська	95	15	63	8
Херсонська	236	8	147	1
Хмельницька	17	14	16	8
Черкаська	60	9	44	3
Чернівецька	12	5	7	2
Чернігівська	37	7	17	1
м. Київ	49	15	20	7
м. Севастополь	24	2	-	-

* дані відсутні

Джерело: побудовано автором на основі [186, 190]

Україна умовно поділена на шість економічних та соціально-економічних районів: Центральний (Київська, Житомирська, Вінницька, Черкаська, Чернігівська області); Північно-Східний (Харківська, Полтавська, Сумська області); Східний (Донецька і Луганська області); Центрально-Східний (Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська області); Західний (Волинська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька,

Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька області) та Південний (Херсонська, Миколаївська, Одеська області). Відповідно до такого районування, дослідимо регіональні особливості та їхній вплив на формування сфери санаторно-курортних послуг.

Кримський регіон – одна із основних санаторно-курортних зон в Україні. Даний регіон має унікальні, компактно розміщені рекреаційні та природні ресурси, що забезпечують розвиток у лікувально-оздоровчій, екологічній та спортивній сферах. Важливою перевагою регіону є інфраструктурна забезпеченість та вигідне географічне положення, адже до окупації Кримського півострова рекреаційні об'єкти регіону були надзвичайно популярними серед вітчизняних і зарубіжних туристів. У регіоні знаходяться:

- 90% рекреаційних об'єктів сконцентровано на вузькій 3-х кілометровій прибережній смузі моря;
- довжина пляжів займає 517 км ;
- наявність лікувальних грязей (з балансовими запасами 22,4 млн м³);
- клімат гір, передгірських та рівнинних територій, що є сприятливим для лікування та відпочинку у зимовий та літній періоди;
- наявність для використання мінеральних вод (з потенційним дебітом 14 тис. м³ на добу).

Другим за унікальністю та сприятливістю для розвитку сфери санаторно-курортних послуг є Карпатський регіон. Український науковець В. Євдокименко поділяє даний регіон на 18 зон в залежності від рекреаційної специфіки, наявності ресурсів, можливості задоволення різних потреб споживачів санаторно-курортних послуг. Для багатьох районів курортна господарська діяльність є фундаментальною щодо організації санаторно-курортного лікування та оздоровлення, зокрема для Розтоцького, Прикарпатського, Свалявсько-Мукачівського та Воловецько-Міжгірського районів має особливо важливе значення.

Розвиток сфери санаторно-курортних послуг Карпатського регіону, порівняно з рештою регіонів України, потребує значного вливання коштів на реконструкцію та розбудову інфраструктури, підвищення рівня її якості. Варто зазначити, що саме санаторно-курортна діяльність спроможна забезпечити в перспективі соціально-економічний розвиток території і вирішити проблему сезонності в наданні рекреаційно-туристичних послуг.

Подальший розгляд регіональних особливостей геопросторової організації рекреаційного господарства України пропонуємо у розрізі суспільно-географічних районів.

По-перше, саме цей рівень найбільшою мірою може задовольнити найголовніші цілі будь-якого районування - координацію розвитку рекреаційного господарства з іншими галузями та забезпечення оптимального функціонування рекреаційних систем.

По-друге, такий підхід відповідає основним принципам рекреаційного районування.

По-третє, мережа суспільно-географічних районів значною мірою відображає територіальну диференціацію потенціалу рекреації.

По-четверте, області, які входять до певного суспільного району, мають спільні проблеми щодо сучасного стану санаторно-курортного господарства і програми розвитку перспективних функцій, напрямів, тенденцій та закономірностей рекреаційного освоєння і раціонального використання рекреаційних ресурсів.

Центральний регіон, який має найбільшу площу (15,1% території України), посідає друге місце після Донецького за чисельністю населення, що й визначає його високі рекреаційні потреби. Вони частково можуть бути задоволені завдяки:

- сприятливим кліматичним умовам і наявності численних водних об'єктів;
- широкому залученню до рекреаційної сфери лісових масивів,
- об'єктів природно-заповідного фонду;

- експлуатації джерел мінеральної води;
- наявності найпотужнішого (18,9%) і надзвичайно різноманітного історико-культурного потенціалу.

Слід зазначити, що обмеженість рекреаційних ресурсів, а також інфраструктури, як і складна екологічна обстановка перешкоджають повній реалізації потреби громадян в санаторно-курортних послугах.

Надзвичайно вагомим в плані рекреації регіоном держави є Причорноморський, що охоплює 14,3% площі і 10,1% населення України. Регіон характеризується наступними ресурсами:

- тепла морська вода, просторі пляжі та морське повітря;
- 72,1% розвіданих покладів сульфідно-лікувальних грязей;
- майже 7,5% запасів мінеральних вод різноманітних видів, зокрема йодобромних, бромних, а також мінеральних вод без специфічних сполук та властивостей;
- розмаїта історична та культурна спадщина (10,9%),
- етнічний колорит населення деяких територій;
- потужний (на третьому місці за чисельністю санаторно-курортних установ та їхньою місткістю) санаторно-курортний фонд.

Санаторно-курортні заклади регіону сконцентровані у вузькій прибережній зоні, що обумовлено географічними особливостями, а решта території забезпечує потреби в продукції сільського господарства. В даному регіоні сформований ефективний Одеський рекреаційний район та освоєні рекреаційні зони Коблевого, Миколаєва, Очакова, Голої Пристані, Арабатської Стрілки і Скадовська.

Донецький і Придністровський райони, котрі також розташовані у південній частині України, характеризуються подібністю природно-ресурсних баз не лише між собою, але і з Причорноморським регіоном, перевага якого полягає в тривалішій історії рекреаційної діяльності та у вищому рівні конкурентоспроможності. Проте, зазначені території мають і свої особливості та привабливість.

До принада Донецького регіону доцільно віднести факт оптимального співвідношення ключових чинників розвитку рекреації. Дана територія є найзаселенішою в Україні і високо урбанізованою, що пояснює найвищу потребу мешканців у різних типах відпочинку. Регіон володіє достатньою кількістю рекреаційних ресурсів, необхідних для задоволення цих запитів. Основними серед них є:

- мінеральні води (11,2%), переважно без специфічних сполук, бромні, залізисті і радонові;
- лікувальні грязі (озера Сліпне і Ріпне);
- особливий мікроклімат у лісах басейну Сіверського Донця на півночі регіону та на березі Азовського моря, надзвичайно сприятливий для розвитку дитячого оздоровлення і відпочинку;
- достатньо розвинений і розгалужений санаторно-курортний фонд (13,5% від загальнонаціонального показника – головним чином, за рахунок баз рекреації, дитячих та юнацьких оздоровчих таборів).

В Донецькому регіоні санаторно-курортні заклади зосереджені у крайніх північних та південних районах, що є наслідком низки факторів: висока густота екологічно-небезпечних виробничих підприємств (хімічна, металургійна, гірничовидобувна промисловості); розташування в степовій зоні з невеликою протяжністю узбережжя Азовського моря; нестача прісної води; бідна історична та культурна спадщина (цінність являють лише пам'ятки античної епохи). Найбільш знані курорти - Святогірськ, Слов'янськ, Старобільськ, Маріуполь, Кременна, Мелекіне.

На відміну від Донецького регіону, Придніпровський володіє ширшим виходом до Азовського моря, на території району знаходиться велика водна артерія (нижня течія Дніпра), а також присутня більша кількість історико-культурних пам'яток (елліністичний період та козацька доба). До інших ресурсів регіону відносяться:

- поклади лікувальних грязей (Утлюцький та Молочний лимани, озера Солоний Лиман, Красне, Велике, Кирилівське);

- мінеральні води (йодо-бромна, бромна, без специфічних сполук і властивостей);

- сприятливі для геліо-, таласо- та аеротерапії кліматичні умови.

Найбільш знані курорти регіону - Приморськ, Бердянськ, Солоний Лиман, Новомосковськ, Кирилівка.

Подільський регіон у перспективі може перетворитись на потужний рекреаційний центр. Тут вже сьогодні розвивається паломницький, пізнавальний, сільський, водний (сплав на каное і байдарках), спелеотуризм. Майбутній розвиток рекреаційної галузі в регіоні можливий за рахунок:

- оптимальних, сприятливих погодних умов;
- значних джерел мінеральних вод (радонова, крем'яниста, сульфідна, бромна, без специфічних сполук, з підвищеним вмістом оргсполук - типу Нафтуся), торфових грязей (Настасівське, Війтівецьке родовища тощо), сапропелів (Микулинецьке);

- рекреаційних водних ресурсів басейнів річок Південний Буг і Дністер;

- мальовничих краєвидів Мурафських і Подільських Товтр, Кременецьких гір;

- об'єктів заповідного природнього фонду (національний парк «Подільські Товтри»);

- спелеоресурсів (можливе використання в лікувальних цілях та як туристичні об'єкти);

- унікальних історико-культурних пам'яток (Почаїв, Кам'янець-Подільський, Немирів, Кременець тощо);

- сприятливих екологічних умов.

На даний час на території діють знані курорти, як-от Сатанів, Хмільник, Немирів, Заліщики. Розвиваються санаторно-курортні бази в Печері, Гусятині, Скалі-Подільській, Микулинцях.

Північно-Східний регіон – єдиний регіон України, охоплюючий три природні зони – степ, лісостеп та мішані ліси, що, з одного боку, ускладнює

оцінку його рекреаційного потенціалу, а з іншого, надзвичайно урізноманітнює привабливість. Серед основних ресурсів слід виділити:

- погодні умови сприятливі як для літнього (у південній частині), так і зимового (у північній частині) санаторно-курортного оздоровлення;
- джерела мінеральних вод загальнодержавного значення (йодобромні, бромні, радонові, крем'янисті, без специфічних компонентів тощо);
- привабливі лісові пейзажі, мальовничі річкові низини річок Ворскла, Хорол, Псел, Сейм, найпівнічніші степи в Україні;
- майже необмежені можливості для розвитку сільського туризму (Диканька сьогодні є його загальноукраїнським центром);
- цінні пам'ятки історії та культури, зокрема спадщина скіфського періоду, козацької доби, періоду національного українського відродження кінця XIX - початку XX ст., разом з етнокультурними особливостями території.

В регіоні розташовані відомі рекреаційні центри - Березівські Мінеральні Води, Миргород, Ліщинівка, Рай-Оленівка. Стала екологічна ситуація в майбутньому сприятиме розвитку інших курортних зон - Нових Санжар, Путивлі, Високої, Пісочини та інших, що наразі перебувають у стадії становлення.

Центральний і Північно-Західний регіони характеризуються різною структурою рекреаційних запасів, але їх поєднує спільна визначальна складова - слабкий розвиток бази санаторно-курортних послуг.

Найменшим за площею є Північно-Західний регіон, що володіє такими ключовими ресурсами:

- потужні лісові масиви з розмаїтим рослинно-тваринним світом та унікальними мікрокліматичними характеристиками;
- сприятливі погодні умови;
- водні ресурси (численні річки, озера, ставки);

- придатні для використання в лікувальних цілях запаси торфів (Журавицьке), мінеральних вод (бромна, радонова, без специфічних складників), сапропелів (1,2 млн. т розвіданих запасів на Волині);

- етнографічна специфіка краю, історико-культурні надбання, переважно пам'ятки періоду Київської Русі та козацької доби.

В наші дні на стадії активного становлення перебувають Степаньський, Шацький, Острозький, Грем'ячський та інші рекреаційні центри.

Унікальності Центральному регіону в контексті туристичної привабливості надає його історична спадщина. Саме з цим регіоном пов'язані імена визначних діячів вітчизняної історії та культури: Т. Шевченка, Б. Хмельницького, І. Карпенка-Карого, С. Скляренка, М. Старицького, В. Чорновола та інших. Даний регіон володіє також іншими рекреаційними ресурсами:

- м'який, помірний клімат;
- мінеральні води - радонові і без специфічних складників і властивостей;

- привабливі краєвиди, особливо узбережжя Дніпра, Тясмину, Росі, Інгульця і безлічі ставків;

- багатий природно-заповідний фонд (ландшафтний парк «Трахтемирів»; дендропарк «Софіївка», «Хутір Надія», Онуфріївський, Корсунь-Шевченківський, Тальнівський парки - пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо).

У зв'язку зі складною транспортною доступністю в регіоні недостатньо розвинене курортно-рекреаційне господарство. Найвідомішими курортними центрами регіону є Світловодськ, Соснівка, Прохорівка, Сокирна.

В наш час через особливий інтерес до питань рекреаційного районування з'являється чимало праць, присвячених вирізненню

рекреаційних підрайонів у складі Кримського, Карпатського та інших рекреаційних регіонів та певних адміністративних областей.

Підсумовуючи сказане, варто наголосити, що і на сьогоднішній день проблема рекреаційного районування залишається надзвичайно актуальною, оскільки досі відсутній узагальнений методичний підхід до організації курортного господарства в контексті територіального розташування, механізм регулювання курортних потоків, чітке бачення можливостей розвитку санаторно-курортної галузі в цілому, а також новітніх типів рекреаційних послуг, зокрема.

Майже кожний регіон володіє унікальними рекреаційними та природними ресурсами, що слугувало поштовхом до утворення санаторно-курортних зон. За характером лікувальних природних ресурсів курорти України класифікують на:

- курорти державного значення;
- курорти місцевого значення.

До курортів державного значення відносяться природні території, які володіють особливо цінними та унікальними лікувальними природними ресурсами та використовуються в профілактичних, лікувальних і реабілітаційних цілях.

До курортів місцевого значення належать природні території, що мають загальнопоширені лікувальні природні ресурси і використовуються в профілактичних, лікувальних та реабілітаційних цілях (ст. 4 Закону України «Про курорти») [148].

Виходячи з медичної спеціалізації, всі курорти України розподіляють на:

- курорти загального призначення;
- спеціалізовані курорти для лікування певних типів захворювань.

Спеціалізація курортів, тобто їх медичний профіль, визначається з урахуванням властивостей та характеристик природних лікувальних ресурсів (ст. 6 Закону України «Про курорти»).

Залежно від характеру природних лікувальних чинників усі курорти України класифікують на:

- бальнеологічні;
- кліматичні;
- грязеві;
- курорти з кількома лікувальними факторами [148].

До бальнеологічних курортів належать курорти, які застосовують в лікувальному процесі мінеральні води у вигляді ванн, басейнів, душів, інгаляцій, промивань, зрошувань та пиття. Грязеві курорти споживають грязі, як ключовий лікувальний чинник, для приготування компресів, аплікацій, ванн тощо. До кліматичних курортів відносять курорти, що застосовують в санаторно-курортній практиці сонячні ванни, повітря, купання, катання на бордах, санках чи лижах. Курорти, поєднуючі кілька лікувальних факторів, називають курортами змішаного типу – бальнеокліматичні, бальнеогрязеві, кліматобальнеогрязеві та кліматогрязеві. Виділяють також курорти з унікальними природними чинниками.

З метою дослідження регіональних особливостей нами виділено 20 основних курортів з різними природно-лікувальними ресурсами та медичним профілем. До них відноситься Миргородкурорт, Моршинкурорт, Солотвине, Східниця, Трускавецькурорт, Хмільник, Черче, Шаян, Поляна, Солочин, Берегове, Великий Любінь, Медобори, Голубине, Сергіївка, Бердянськ, Коблево, Буковель, Косино, Бердянськ. В залежності від характеру природних лікувальних чинників перелічені курорти зведено у три групи та описано природні, економічні й просторові умови їхнього функціонування.

До першої групи увійшли 10 курортів, санаторно-курортні послуги яких базуються на основі використання мінеральної води. Сюди віднесено досить знаний в Україні Моршинкурорт, курорт Східницю, Трускавецькурорт (Львівська область), курорт Хмільник, розташований у Вінницькій області та курорти Шаян, Поляна, Солочин, Голубине, Берегове, Косино (Закарпатська область).

1. Курорт Моршин.

Одним з найдавніших бальнеологічних курортів, що знаходиться на території України, є курорт Моршин. Підприємство «Моршинкурорт» знаходиться у центрі міста Моршин (Львівської області), оточений гектарами екологічно чистих, наповнених свіжим гірським повітрям Карпатських лісів і спроможний приймати на одночасне лікування чи оздоровлення більше 1800 осіб, що становить 90% потужності усього курорту. До складу комплексу входить 5 санаторіїв: «Лаванда», «Дністер», «Перлина Прикарпаття», «Світанок», «Черемош», лікувально-діагностичний центр, загальнокурортна бальнеологічна лікарня, бювет мінеральних вод і Палац культури.

«Моршинкурорт» - це потужний лікувально-реабілітаційний комплекс, який у своїй практиці використовує природний лікувальний чинник (Моршинська мінеральна вода), передові досягнення науки і техніки в медичній галузі та забезпечує розвиток курортної сфери.

«Моршинкурорт» - лідер у лікуванні проблем підшлункової залози, печінки, кишечника, шлунка тощо. Крім перелічених захворювань, тут також лікують периферичну нервову, серцево-судинну системи, опорно-руховий апарату. Курорт має запаси мінеральних вод, потужну лікувальну базу, штат висококваліфікованих медичних працівників, сучасний номерний фонд.

2. Курорт Східниця.

Східниця - селище міського типу (Львівська область), розташоване у живописній долині, оточене Карпатськими горами, порослими лісом.

На території курорту функціонує 38 родовищ різних за складом мінеральних вод. Серед них загальновідомі «Нафтуся» та «Боржомі», насичені бромом хлоридно-натрієві бромні води, а також залізисті мінеральні води (вміст заліза складає щонайменше 20 мг/л). Різноманіття лікувальних вод є принадою даного курорту та заохочує відвідувачів різних країн.

Лікування хвороб органів травлення, обміну речовин, захворювань сечовивідних шляхів та нирок є основною спеціалізацією санаторіїв та новітніх СПА-готелів Східниці.

3. Трускавецькурорт.

Трускавецькурорт –відомий в світі бальнеологічний центр та один з найвідоміших курортів України. За лікувальними властивостями не поступається популярним закордонним курортам - Карловим Варам, Баден-Бадену, Вісбадену та ін. Знаходиться на висоті 350 м над рівнем моря у передгір'ї Східних Карпат, віддалений від Львова на 105 км. Має вигідне розташування, завдяки залізниці та Львівському аеропорту, що з'єднують його з містами України та Європи.

В місті функціонують 14 джерел мінеральних вод. Унікальна за своїми лікувальними властивостями, цілюща мінеральна вода «Нафтуся» зробила місто популярним. Застосовується при лікуванні хронічних запальних хвороб печінки, жовчних шляхів і нирок, а також захворювань, що виникають внаслідок порушення обміну речовин (приміром, цукровий діабет).

За темпами розвитку у 2004 році Трускавець отримав звання найкращого курорту світу за версією Світової Федерації водолікування і кліматотерапії (FEMTEC). В 2014 році Трускавець був нагороджений Дипломом Ради Європи за внесок у розвиток співробітництва між регіонами Європи, просування європейських ідеалів та цінностей.

4. Курорт Хмільник.

Хмільник є одним з найбільш знаних бальнеологічних курортів в Україні та Європі. Розташований у живописному куточку Вінниччини, володіє усіма ресурсами, необхідними для ефективного лікування та відпочинку: неповторні за складом радоново-вуглекислі мінеральні води, родовища торф'яної грязі місцевого Війтівецького родовища, м'який клімат, величезні лісові масиви, річка Південний Буг та численні озера.

Радонові процедури мають виражений протизапальний, знеболюючий, заспокійливий, імуномодельючий, протиалергічний ефекти. Спеціалізація курорту: захворювання опорно-рухового апарату,

периферичної нервової системи, чоловічих та жіночих статевих органів, шкіри.

Наразі Хмільник розвивається як провідний радоновий курорт, на території якого функціонують 8 санаторіїв (заплановано спорудження ще трьох комплексів). Щороку курорт відвідує понад 50 тисяч осіб. Поклади бальнеологічних ресурсів безперервно відновлюються природним шляхом – особливість гідрологічного походження (з'являються внаслідок кругообігу прісних вод у тріщинуватих гранітах українського кристалічного щита). Це забезпечує можливість щорічно обслуговувати до 100 тис. відвідувачів.

Справжньою перлиною курорту вважається клінічний санаторій «Хмільник» - потужний лікувально-реабілітаційний заклад на 750 місць. Базовим методом є радонотерапія, що використовується у вигляді загальних, вихрових, камерних, сухо-повітряних радонових ванн, підводного гідромасажу, витягування хребта та гідрокінезотерапії у басейнах з радоною водою, дентальних і гінекологічних зрошень.

Окрім лікування захворювань опорно-рухової і нервової систем, санаторій «Хмільник» успішно застосовує реабілітаційні програми для хворих з церебро-васкулярною патологією, інфарктом міокарда і цукровим діабетом.

Лікувально-діагностичні можливості санаторію «Хмільник» відповідають вимогам сучасної мультипрофільної клініки. До послуг клієнтів комфортні, функціонально обладнані номери.

Всесвітня Федерація водо- та кліматолікування (FEMTEC) відзначила заклад престижною нагородою «Краща оздоровниця». Санаторій також отримав звання лідера Веукраїнського рейтингу кращих платників податків у галузі медицини та здобув перемогу у Всеукраїнському конкурсі якості.

5. Курорт Шаян.

Розташований у Закарпатській області на відстані 18 км від міста Хуст. Курорт розпростерся на схилах Виторлаг-Гутинського хребта на висоті 210 м над рівнем моря у невеликому закарпатському селі Шаян. Санаторій

заснований у 1952 році на базі Шаянського джерела вуглекислих мінеральних вод, може одночасно обслуговувати до 150 клієнтів.

Оскільки у складі шаянських мінеральних вод присутні метакремнієвої кислоти, експерти прирівнюють їх до мінеральних вод знаменитого вірменського курорту Діліжан. У той же час шаянські мінеральні води насичені гідрокарбонатами і не поступаються «Віші-Селестон», «Єсентукам» та «Боржомі».

Гідрокарбонатно-натрієву мінеральну воду джерела №4 використовують для пиття, ванн, промивань кишечника, хлоридно-гідрокарбонатну воду свердловини №2 - приймають в середину для лікування урологічних захворювань.

6. Курорт Поляна знаходиться в оточенні лісів у вузькій долині між Полонинським та Вигорлат-Гутинським хребтами, неподалік від Уклінського перевалу.

Найстаріший функціонуючий санаторій Закарпаття - «Поляна» - обслуговує відвідувачів вже більше 130 років. «Сонячне Закарпаття» - ще один санаторний заклад курорту, спеціалізується на лікуванні хворих гастроентерологічного профілю.

7. Курорт Солочин.

Лежить поміж двох гір, надає прекрасну можливість сумістити лікування, відпочинок та катання на лижах. Близько 15 джерел мінеральних вод налічується в межах території Солочина, більшість з яких розташовані на початку населеного пункту, а у підніжжі гори Тесаник тече джерело лікувальної сірководневої води.

Територія курорту налічує три траси середньої складності, що розташовані між горами Тесаник і Креха. Підйомники ведуть на висоту 860 м.

8. Курорт Голубине.

Санаторно-курортні заклади Голубине використовують в процесі лікування вуглекислі гідрокарбонатно-натрієві мінеральні води «Поляна Квасова», «Поляна Купіль» і «Лужанська».

У районі населеного пункту знаходяться санаторні комплекси «Кришталеве Джерело» і «Квітка полонини», гірськолижний спуск, кілька родовищ мінеральних вод (Голубинське джерело), до яких відноситься відома «Поляна Квасова», «Лужанська-4» та «Лужанська-7». Вміст гідрокарбонатів у цих водах вищий, ніж у популярній «Боржомі».

9. Курорт Берегове.

Курорт Берегове знаний термальними басейнами з гарячою мінеральною водою. Аналоги таких джерел можна знайти на Сахаліні, Камчатці, також в Угорщині та Ісландії.

Води Берегового - кремнієво-азото-вуглекисло-хлоридно-натрієві високого рівня мінералізації. Підземні джерела залишаються гарячими навіть в холодну пору року. Втім, висока температура та мінералізація води не дозволяють перебувати у басейні довше 2-х годин через загрозу шкідливого впливу на серце.

Курорт спеціалізується на лікуванні артриту, варикозу, остеохондрозу, серцево-судинних хвороб, нервової системи. Термальні води рекомендуються також для реабілітації після травм і переломів кісток.

10. Курорт Косино.

Курорт Косино знаходиться на ділянці двохсотлітнього дубового гаю. Основа лікування - термальні води, збагачені калієм, натрієм, залізом, фтором, цинком та іншими мікроелементами. Косинські води піднімаються зі свердловини глибиною 1190 метрів, у басейн вода потрапляє вже при температурі 41°C.

Всі вищеописані курорти об'єднані у групу бальнеологічних, проте, дослідження регіональних особливостей, природно-кліматичних, просторових та інших чинників, що впливають на виробництво санаторно-курортних послуг (розташування у зоні хвойних і мішаних лісів, річок та гір), дозволяє віднести Моршинкурорт, курорт Східницю, Трускавецькурорт, курорт Хмільник, курорти Шаян, Поляна, Голубине до категорії бальнеокліматичних.

До наступної групи належать 7 курортів нашої вибірки, санаторно-курортні послуги яких формуються на основі використання такого природного ресурсу як грязі. Сюди увійшли грязевий курорт Сергіївка Одеської області; бальнеогрязеві курорти Миргород Полтавської області, Черче Івано-Франківської області, Великий Любінь Львівської області; кліматогрязеві курорти Бердянськ та Коблево, відповідно, Запорізької і Одеської областей; кліматобальнеогрязевий курорт Медобори Тернопільської області.

1. Курорт Сергіївка.

Сергіївка є класичним прикладом радянського санаторного комплексу – величезні будівлі санаторію, розташовані у парковій зоні, доповнені спортивними майданчиками та багатою інфраструктурою для відпочинку та оздоровлення дітей.

В дітей лікувальний спектр санаторіїв Сергіївки включає захворювання опорно-рухового апарату, зокрема викривлення хребта, та серця. Для дорослих - патології суглобів, ревматизм, порушення обміну речовин, неврози, поліомієліт. Медики стверджують, що грязі Сергіївки за характеристиками не поступаються грязям Мертвого моря.

2. Курорт Миргород.

Підприємство «Миргородкурорт» складається з чотирьох санаторіїв («Полтава», «Березовий гай», «Миргород», «Хорол»). Окрім самих оздоровниць, входить значна частка березового, соснового та змішаного лісу.

Основними лікувальними чинниками Миргородкурорту є торф'яна грязь та лікувальна мінеральна вода, яка не поступається аахенській, баден-баденській, чи соденській. Головна спеціалізація відноситься до лікування порушень обміну речовин і захворювань органів травлення, а кожен санаторій додатково має свій вузький профіль.

Санаторно-курортний заклад «Хорол»: реабілітація та оздоровлення вагітних жінок, пацієнток з гінекологічними проблемами, лікування дітей з батьками та реабілітація пацієнтів після радикальної терапії з приводу

онкопатології. Володіє власною лікувальною базою, буюетом мінеральної води, ванним відділення та басейном відкритого типу.

Санаторій «Миргород» спеціалізується на лікуванні хронічних недуг шлунка, підшлункової залози, жовчних шляхів, печінки, опорно-рухового апарату та нервової системи. Займається також реабілітацією учасників ліквідації аварії на Чорнобильській АЕС, пацієнтів з серцево-судинною і цереброваскулярною патологією, захворюваннями сечостатевої, респіраторної систем.

Санаторій «Березовий гай» профілюється на лікуванні цукрового діабету та проблем, пов'язаних з порушенням обміну речовин. Поєднання найкращих світових технологій з власними методиками дозволило впровадити програму «Школа життя з діабетом», що перетворила «Березовий гай» у центр ефективної реабілітації національного зразка. На базі санаторію засновано Всеукраїнський центр санаторно-курортної реабілітації дітей та підлітків з цукровим діабетом.

У санаторії «Полтава» проходять реабілітацію хворі, що перенесли операції на жовчному міхурі та шлунку, після інфарктів міокарда, з артеріальною гіпертензією. Санаторій також спеціалізується на лікуванні розладів нервової системи та захворювань опорно-рухового апарату.

3. Курорт Черче.

Бальнеогрязевий курорт Черче розташований біля річок Потік та Струг у лісостеповій смузі. Популярним курорт став завдяки джерелам сульфатно-кальцієвих та сірководневих сульфатно-гідрокарбонатних кальцієвих мінеральних вод. Сульфатно-кальцієві мінеральні води містять у своєму складі біологічно активну компоненту - сірководень з масовою часткою до 22,6 мг/дм³ (в той час як нормативні вимоги становлять не менше 10 мг/дм³). Сульфатно-кальцієві води використовують для пиття, сірководневі сульфатно-гідрокарбонатні кальцієві – для ванн. Показання: лікування периферичної нервової системи (неврит, радикуліт), недуг опорно-рухового апарату, гіпертонічної хвороби і захворювань жіночої статеві

системи.

4. Курорт Великий Любінь.

Курорт Великий Любінь Львівської області є одним з найдавніших в Європі. Його цілющі сірководневі родовища описані ще лікарем короля Стефана Баторія. Перша курортна лікарня була збудована в XVI ст.

Сьогодні тут діє санаторний комплекс «Великий Любінь». Головні лікувальні чинники - торф'яні грязі та сірководнева мінеральна вода типу «Мацеста».

Санаторій «Великий Любінь» володіє вищою акредитаційною категорією, за напрямом діяльності є загальнотерапевтичним і бальнеологічним. Озокерит і торф'яні грязі успішно комбінують з іншими оздоровчими методами - кліматотерапією, бальнеотерапією (йодобромні, чотирикамерні, хвойні, сірководневі ванни), гідротерапією (різні типи душів, підводне витягування хребта); апаратною фізіотерапією; фіто-, арома-, медикаментозною і гомеопатичною терапією, лікувальною фізкультурою, ближнім туризмом.

Основним медичним профілем санаторію є хвороби опорно-рухового апарату, нервової, серцево-судинної, сечостатевої систем, шкіри. З 1978 р. в санаторному комплексі діє відділення для реабілітації пацієнтів, що перенесли гострий інфаркт міокарда.

Окрім санаторної рекреації, в санаторії проводиться стаціонарне лікування пацієнтів.

5. Курорт Медобори.

Унікальна геологічна та ботанічна пам'ятка. Теперішнім Медоборам притаманна безліч лікувальних чинників. Положення Подільських Товтр, їх висота та лісистість мають позитивний вплив на створення довколишнього клімату і формують благотворні мікрокліматичні умови. Цей край наділений також і підземними джерелами цілющих мінеральних вод.

У санаторному комплексі «Медобори» лікують недуги опорно-рухового апарату, розлади шлунково-кишкового тракту, захворювання легень, серцево-судинної, нервової, ендокринної систем та безпліддя.

У «Медоборах» лікування надається за допомогою:

- сірководневої води (масова частка 80 мг/л) за типом «Мацеста» (активізує кровообіг, обмін речовин, покращує опірність організму та гормональні функції, володіє антибактеріальним ефектом),
- натрієво-хлоридної води (масова частка 54 мг/л) за типом «Моршинська» (підсилює регенерацію тканин органів шлунково-кишкового тракту, покращує обмін речовин),
- сульфатно-гідрокарбонатної грязі (підсилює захисні функції),
- пивотерапії (оздоровлення «живим» пивом),
- іпотерапії (лікувальна кінна їзда),
- апітерапії (оздоровлення продуктами бджільництва),
- болусотерапії (використання голубої глини).

6. Курорт Бердянськ.

Бердянськ є морським, грязевим та кліматичним курортом на узбережжі Азовського моря. Провідний лікувальний чинник курорту - грязі, які утворились у солоних лиманах та озерах. Основним профілем діяльності санаторно-курортних закладів Бердянська вважають лікування органів дихальної системи і шлунково-кишкового тракту.

7. Курорт Коблево.

Відноситься до найбільших чорноморських рекреацій, що оточена сосновим лісом. Курорт «Коблево» характеризується одними з кращих лікувальних ресурсів на чорноморському побережжі, до яких можна віднести клімат, море та лікувальні грязі.

До третьої групи (кліматичні курорти) з досліджуваного переліку увійшли 2 курорти, в яких санаторно-курортні послуги формуються на основі використання природних факторів: рельєфу, лісів і річок, повітря, сонячних ванн а також включають купання в морі, катання на лижах тощо. Доцільно

виокремити відомий гірськолижний курорт Буковель та соляний курорт Солотвино .

1. Буковель.

Найбільший гірськолижний центр України, який з 2008 року розвивається і як лікувально-оздоровчий центр. Буковель - це туристично-рекреаційний комплекс, що надає оздоровчі послуги пацієнтам з проблемами опорно-рухового апарату, шлунково-кишкового тракту, сечовивідних шляхів. Окрім того, пропонуються естетичні, Wellness та SPA-процедури.

3. Солотвино.

Курорт Солотвино знаходиться в однойменному селищі на Закарпатті. В цьому населеному пункті видобували сіль ще до початку нашої ери і досі цей промисел триває. Соляні озера сформувалися в шахтах, утворених внаслідок просідання поверхні і затоплення порожнин підземними водами. Найбільшим озером курорту Солотвино є озеро Кунігунда. Концентрація солі в ньому настільки велика, що його ототожнюють з Мертвим морем. Грязі та ропа Солотвинських соляних озер мають високий вміст мінеральних речовин, завдяки чому є помічними та популярними серед туристів.

Починаючи з 1968 року, в Солотвино функціонує алергологічне відділення, з 1976 року - Українська алергологічна лікарня, процедурні кабінети якої знаходяться у виробленій соляній шахті № 9 на глибині 300 метрів під землею. Спелеотерапія є головним методом лікування та оздоровлення, дія якого базується на використанні мікроклімату солерудника. Соляна шахта наповнена практично стерильним повітрям, позбавленим вірусів та алергенів, завдяки насиченості мікрочастками солі. Вважається, що перебування в соляних печерах протягом двох годин рівнозначне п'ятнадцяти інгаляціям.

Курорт Солотвино спеціалізується на лікуванні алергічних захворювань, респіраторної патології (включаючи бронхіальну астму, алергічний риніт), туберкульозу, захворювань опорно-рухового апарату, нервової, урологічної систем.

До кліматичних курортів також належать знамениті курорти південних регіонів України (Короліно-Бугаз, Затока, Южний, Очаків, Залізний порт, Скадовськ, Лазурне, Приморськ), Карпатського регіону (курорти Шишори, Драгобрат, Яремче, Славськ, Тисовець, Мигово) та Київської області (Вишгора, Ворзель).

Отже, підсумовуючи викладене, в залежності від регіональних особливостей та природно-рекреаційних ресурсів, всі санаторно-курортні заклади класифікуються за типами курортів й спеціалізуються за напрямками лікування, що впливає на специфіку надання санаторно-курортних послуг, їхню особливість і своєрідність (додат. Б табл. Б.1).

Проведені дослідження доводять, що в умовах нашої країни та її регіонів є сприятливі природні рекреаційні чинники – клімат, джерела мінеральних вод та поклади лікувальних грязей, використання яких в комплексі з іншими лікувальними засобами і методами, формують регіональні особливості, що активізують розвиток вітчизняної конкурентоспроможної сфери санаторно-курортних послуг.

2.3. Фактори формування конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг регіону

Для підвищення конкурентоспроможності оздоровчих закладів в рамках регіональної політики доцільно, вивчаючи кращий досвід регулювання розвитку санаторно-курортних послуг, впроваджувати апробовані світовою практикою управлінські рішення. Основою таких рішень будуть результати комплексного аналізу зовнішніх факторів впливу на забезпечення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону.

Під впливом динамічних змін глобальних процесів світової економіки ринок санаторно-курортних послуг зазнає трансформацій. Виокремлюється комплекс перемін: зміна форм власності від державної до

приватної та запровадження надання санаторно-курортних послуг на комерційній основі; активний рівень конкуренції на регіональному ринку; насичення товарної структури санаторно-курортних підприємств за рахунок доповнення програм лікування культурними і спортивними атракціями; наявність на ринку санаторно-курортних послуг широкого кола інвесторів (держава, міжнародні інститути, громадські фонди і організації та ін.); скорочення фінансової підтримки з боку держави.

Численні дослідження доводять, що належний рівень конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні визначають різні умови. Узагальнивши їх сукупність, нами запропоновано власний підхід до класифікації факторів впливу на забезпечення та підвищення рівня конкурентного потенціалу сфери санаторно-курортних послуг в регіональному аспекті (рис. 2.8):

1. В залежності від напрямку дії – позитивні та негативні.

Позитивні – результатом яких є корисний ефект (зростання реальних статків населення, рівномірний розподіл доходів, стабільність національної та світових валют).

Негативні - чинники, що здійснюють шкідливий вплив. До таких належать: кризові економічні явища, спад розвитку допоміжних галузей підприємств санаторно-курортного комплексу, скорочення заробітної плати.

2. Відповідно до місця виникнення – внутрішні та зовнішні.

Внутрішні - фактори, що мають пряму дію на підвищення або спад ефективності розвитку курортних послуг регіону, наприклад: наявність природних лікувальних ресурсів чи природно-ресурсний потенціал; галузева структура комплексу; кваліфікований персонал та інші.



Рис. 2.8. Фактори впливу на забезпечення конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг регіону

Джерело: побудовано автором

Своєю чергою, внутрішні чинники поділяють на об'єктивні (не пов'язані з санаторно-курортними послугами) і суб'єктивні, що повністю впливають і асоційовані з формуванням послуг.

Також внутрішні фактори поділяються на виробничі (процес надання послуги) і невиробничі (комерційні, природоохоронні).

Зовнішні - ті причини, які ззовні впливають на ефективність розвитку санаторно-курортних послуг регіону. За рейтингом конкурентоспроможності їх можна розташувати у наступній послідовності: інноваційна та інвестиційна; валютна й фінансово-кредитна; податкова політика; державні стандарти; ситуація на ринку курортів.

Підвищення рівня конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону залежить від оцінки рівня їх якості покупцем, що носить суб'єктивний характер і визначається сукупністю чинників: загальноекономічних, культурних, суспільно-економічних, соціально-демографічних, індивідуально-поведінкових, природно-географічних та інших (табл. 2.11).

Необхідно відзначити, що зовнішні фактори є передумовами внутрішнього середовища і вплинути на них неможливо. Вони не носять специфічного характеру (на відміну від внутрішніх факторів) відносно окремо взятого суб'єкта підприємницької діяльності, але обумовлюють сферу його функціонування. Зовнішні чинники знаходяться в постійній взаємодії і впливають один на одного.

Особливо чутливо ринок санаторно-курортних послуг регіону реагує на зовнішній фактор сезонності, що впливає на процес надання не тільки окремої послуги, але і всього комплексу в цілому. Його дія проявляється у різних обсягах попиту на різновиди оздоровчих послуг в певні періоди року, що пов'язано з нерівномірним формуванням і використанням фінансових ресурсів по їх забезпеченню.

Сезонність - це відсутність можливості і здатності надання деяких послуг в міжсезоння, що тягне за собою значні втрати.

Поряд з відсутністю адаптації оздоровчих закладів до сезонних коливань, має місце проблема з періодом відпусток потенційних відвідувачів рекреаційних закладів і небажанням проводити цей час в несприятливих погодних умовах. Дана проблема згадувалась ще у далекому 1931 році на Першому Кримському з'їзді туристів. Як показують дослідження останніх років, прагнення до оздоровлення у споживачів з'являється влітку і становить 46,3%, восени - 33,2%, взимку 9,2% [258].

Під сезонністю споживання санаторно-курортних послуг регіону слід розуміти властивості міграційних потоків отримувачів послуг зосереджуватися в окремих місцях протягом не великого проміжку часу. Елемент сезонності обумовлений об'єктивними причинами, що виникають в сфері споживчого попиту, та проявляються в обсягах надання санаторно-курортних послуг.

**Зовнішні фактори впливу на рівень конкурентоспроможності
санаторно-курортних послуг регіону**

Група факторів	Зміст
Економічні	Рівень матеріального благополуччя населення, співвідношення зайнятого роботою і вільного часу, фінансування охорони здоров'я, кредитування, страхування.
Культурні та соціо-психологічні	Пріоритети в системі духовних цінностей суспільства, психологія споживання, орієнтація на здоровий спосіб життя, інтерес до спілкування з природою.
Соціально-демографічні	Вік, професія, соціальна група, склад сім'ї, регіон проживання, доходи населення.
Інформаційні	Інформаційні потоки «Суб'єкт-Об'єкт», виробник-споживач, реклама та інші.
Поведінкові	Індивідуальні особливості, стиль життя, інтереси у вільний час, система духовних цінностей, цільові установки і мотиви.
Ринкові	Інфляція, рівень конкуренції, загальноекономічна ситуація в країні, попит і пропозиція, кредитування, економічні умови господарювання, структура ринку санаторно-курортних послуг.
Природно-географічні	Географічне положення і наявність природних ресурсів, що беруть участь в створенні санаторно-курортних послуг. Навколишнє середовище та ступінь його забруднення.
Політичні	Фактори, що впливають на рівень існуючих можливостей і загроз в розвитку санаторно-курортних послуг (політична стабільність; програми з реформування охорони здоров'я; нормативно-правова база).
Регіональні	Географічне розташування, економічне становище, ресурсний потенціал регіону для створення санаторно-курортних послуг та інші.
Медичні	Рівень захворюваності в країні, система лікувально-профілактичних заходів, професійні і вікові хвороби.

Джерело: побудовано автором

Зрештою, за ступенем надання санаторно-курортних послуг доречно виокремити 4 сезонні періоди:

- «піковий» - період, що максимально сприяє для проведення відпочинку населення (споживачів). Вирізняється найбільшою кількістю відпочиваючих та найкомфортнішими умовами для санаторно-курортного відпочинку, а саме лікувально-оздоровчих процедур, реабілітації;

- «високий» сезон характеризується найбільшою діловою активністю санаторно-курортних установ, діють самі високі ціни на оздоровчі послуги;
- «низький» сезон - зниження активності санаторно-курортного ринку, період найнижчих цін на відпочинок та оздоровлення;
- «дуже низький» період є найзбитковішим, визначається падінням цін на санаторно-курортні послуги і мінімальною завантаженістю основних потужностей [70].

Сезонність у обсягах надання санаторно-курортних послуг відбивається на зміні тенденцій генерації робочих місць у сфері обслуговування, розмірі заробітної плати працівників, інтенсивності завантаження засобів перевезення, розміщення, ресторанів і атракціонів. У високий сезон виникає перевантаження суб'єктів надання санаторно-курортних послуг, ціни істотно підвищуються, бронювання послуг на даний період здійснюється завчасно. Навпаки, в низький сезон, коли активність попиту на послуги рекреації помітно стихає, відповідно падає і ціна на них.

Більшість економічно розвинених держав ведуть активну боротьбу з фактором «сезонність», формуючи свою політику розвитку сфери санаторно-курортних послуг на випередження пропозиції щодо попиту. До прикладу, такі країни як Австрія, Швейцарія, Франція та Італія розвивають морський та гірський туризм. Вдалий досвід Франції та Швейцарії, що стабілізують нерівномірність попиту, знижуючи не інтенсивність туристичних потоків, а подовжуючи тривалість перебування рекреантів, за рахунок розвитку контрастного туризму.

Ступінь прояву елемента сезонності на ринку санаторно-курортних послуг у регіональному аспекті залежить від багатьох умов. До основних з них відносяться:

- природно-кліматичні (наявність природних лікувальних ресурсів, пора року, погодні умови);
- природно-географічні (географічне розташування);
- політична ситуація в регіоні;

- психологічні (сімейні традиції, віяння моди і подібне);
- економічні (платоспроможність, структура споживання населення т. ін.);
- демографічні (вікова характеристика споживання санаторно-курортних послуг);
- рівень диверсифікації послуг.

Пропозицією щодо мінімізації рівня впливу фактора сезонності може слугувати політика диверсифікації санаторно-курортних послуг та сезонних знижок, котра проявляється в збільшенні прибутковості, рівня зайнятості персоналу протягом року та подовженні термінів експлуатації матеріально-технічної бази. У зв'язку з впливом сезонності на фінансовий результат даний чинник закладається в ціну санаторно-курортних послуг так само, як і покриття поточних та відшкодування майбутніх витрат, пов'язаних з коливанням попиту.

Важливе значення для забезпечення конкурентоспроможності оздоровчих послуг мають внутрішні фактори (табл. 2.12), себто ті, що впливають на ендегенне середовище курортного ринку і його економічну складову.

Елементи внутрішнього середовища здійснюють постійний і безпосередній вплив на ефективність, якість надання і розвиток послуг рекреаційних установ. Внутрішнє середовище формує потенціал, котрий забезпечує функціонування ринку санаторно-курортних послуг.

За глибиною проникнення можна виділити екстенсивні і інтенсивні фактори.

До екстенсивних належать обсяг, продуктивність виробничих ресурсів, що забезпечують надання санаторно-курортних послуг (наприклад, зміна чисельності працівників, вартості основних фондів, величини запасів товарно-матеріальних цінностей), їх використання в часі (зміна тривалості робочого дня, коефіцієнти змінності роботи обладнання).

**Внутрішні фактори впливу на рівень конкурентоспроможності
санаторно-курортних послуг регіону**

Група факторів	Зміст фактора
Економічні	Структура послуг, що надаються, величина витрат, їхня динаміка порівняно з грошовими доходами, система економічного стимулювання персоналу.
Маркетингові	Імідж, перелік і якість, життєвий цикл санаторно-курортних послуг, рівень їх промоції, реклама, збут, цінова політика.
Інформаційні	Комп'ютеризація, інформаційні повідомлення про кількість пропозицій санаторно-курортних послуг, повідомлення про вихід нових закладів на ринок санаторно-курортних послуг, нові санаторно-курортні продукти.
Організаційні	Організаційна здатність менеджменту; кваліфікація; мотивація персоналу; організаційна культура.
Інноваційні	Впровадження нових методик в процес лікування хворих і профілактики різних захворювань, використання новітнього обладнання.

Джерело: побудовано автором

Інтенсивними вважаються фактори, характеризуючі ефективність використання ресурсів та забезпечуючі надання санаторно-курортних послуг (приміром, підвищення кваліфікації працівників, продуктивності обладнання, прискорення оборотності основних і оборотних коштів, впровадження прогресивної сучасної технології).

Впливовими учасниками на ринку санаторно-курортних послуг, безумовно, є клієнти. Поведінка споживача цього ринку зумовлена чинністю закону попиту та пропозиції, який встановлює пряму залежність між ціною і пропозицією, зворотною - між зростанням ціни та попитом. Відтак, для формування конкурентоспроможного продукту сфери санаторно-курортних послуг необхідно проаналізувати й встановити взаємовплив трьох економічних чинників: ціни, попиту і пропозиції.

Дійсний попит на продукти санаторно-курортного ринку трактують (тлумачать) як платоспроможність, що кількісно й по якісних показниках задовольняється в достатній мірі пропозицією. Іншими словами, положення, коли ринок санаторно-курортних послуг збалансований і перебуває в

рівновагому стані. Нині ситуація змінилась, позаяк існує значна розбіжність між очікуваним попитом та тим, що пропонують. В разі невідповідності пропозицій за обсягом, якісними показниками та платоспроможністю формується не задоволений споживчий попит, який у випадку санаторно-курортних послуг визначається особливостями, характерними для ринку санаторно-курортних продуктів:

- динамічність, швидкість адаптації до змінних параметрів ринкового середовища;
- гетерогенність, пристосування до різноманітних смаків, уподобань та можливостей споживачів послуг;
- висока еластичність щодо зміни цін та доходів споживачів послуг;
- прив'язаність до періоду часу та регіону;
- «сезонність попиту»;
- структурованість (санаторно-курортна послуга пропонується покупцям як сукупність основних та додаткових послуг).

На думку фахівців Всесвітньої туристичної організації, процес формування попиту на послуги санаторно-курортного ринку залежить від впливу понад 130 чинників, виокремлених у три групи, а саме: економічні, суспільно-психологічні, ресурсно-інфраструктурні (табл. 2.13).

Запропонований підхід до класифікації чинників впливу попиту на послуги санаторно-курортного ринку носить узагальнений характер, оскільки величина доходу споживачів здійснює вплив на усі зазначені групи (прямо або опосередковано), проте, на нашу думку, даний критерій можливо віднести до групи економічних.

Доступність продуктів санаторно-курортного ринку, як поняття, відображає наявність у споживачів (потенційних рекреантів) потреб, ресурсів та можливостей, що будуть практично спрямовані на відтворення й зміцнення власного здоров'я в цій сфері послуг. За своїми ознаками (характеристиками, властивостями) доступність продукту санаторно-

курортного ринку формує сукупність нечітких множин, які створюються під впливом попиту та пропозиції, виступаючи тим самим об'єктом досліджень.

Таблиця 2.13

Чинники впливу на попит санаторно-курортних послуг

Чинники	Сфера охоплення
Економічні	- загальногосподарські; - величина доходів; - рід занять та професій потенційних споживачів; - цінова політика на санаторно-курортні послуги; - рівень розвитку інфраструктури регіонального санаторно-курортного ринку.
Суспільно – психологічні	- рівень емоційного стану споживачів; - соціальне становище у суспільстві; - ментальність різних груп населення щодо інтересів, традицій, звичаїв; - структура населення за віком та статтю; - місце проживання; - форма зайнятості.
Ресурсно-інфраструктурні	- санаторно-курортна політика на регіональному рівні; - асортиментна політика санаторно-курортних послуг на регіональному рівні; - надавачі (продуценти) санаторно-курортних послуг; - транспорту інфраструктура; - сфера розміщення; - атракційна інфраструктура.

**Джерело: побудовано автором*

Ринок санаторно-курортних послуг розвивається за умов конкуренції, де конкурентною перевагою виступає структура фінансового забезпечення, що залежить від факторів, уособлюючих притаманні даній сфері особливості.

Фінансові ресурси є основою інвестицій у розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Акумуляування інвестиційних ресурсів санаторно-курортними закладами може здійснюватись трьома шляхами: власні фінансові ресурси, довготермінові кредити, визначені та асигновані державою бюджетні ресурси. Вагома роль відводиться джерелам інвестицій за рахунок коштів, виділених на державному, місцевому й регіональному рівнях, що регулюються нормами фінансового права. Інвестиції закріплюються за конкретними проектами на конкурсній основі (з обов'язковим проходженням експертизи на предмет оцінки відповідності

стратегічній меті економічного розвитку санаторно-курортних закладів та забезпеченню прогнозних фінансово-економічних показників: собівартості оздоровчих послуг, їх рентабельності, терміну окупності проекту).

Іншим джерелом фінансових коштів, що скеровують на інвестиційно-виробничу діяльність, є ресурси юросіб всіх форм власності в децентралізованих фондах, тобто особистий капітал суб'єктів надання санаторно-курортних послуг, репрезентований: нерозподіленим прибутком, його статутним, резервним фондами й амортизаційними відрахуваннями. Ще одним інструментом залучення інвестицій є випуск цінних паперів санаторно-курортними закладами.

Третє джерело залучення фінансів - довготермінове кредитування: інвестиційні кредити, у т. ч. кредити банків, міжнародних фінансових організацій, прямі іноземні інвестиції, кредити іноземних комерційних банків, інвестування проектів спільної діяльності, а також вкладення з використанням облігаційних позик, паїв, залученням грантів, лізинг.

За даними досліджень, найбільш затребуваними з вищезазначених джерел фінансування санаторно-курортних послуг є інвестиційні проекти модернізації і реконструкції, капітального будівництва, розширення виробничих потужностей суб'єктів надання послуг, прямі іноземні інвестиції, системи лізингу, а також власні кошти. Органи виконавчої влади та міжнародні фінансові організації через гранди інвестують кошти у різноманітні програми соціального й екологічного напрямку [96].

Для оцінки ринкового середовища надання санаторно-курортних послуг доречно використати ситуаційний аналіз, який розпочинається з SWOT-аналізу (табл. 2.14) і продовжується вивченням конкурентів (PEST-аналіз), що відображено в таблиці 2.18.

Зауважимо, сильні і слабкі сторони є внутрішніми факторами розвитку сфери санаторно-курортних послуг, в той час як можливості і загрози є зовнішніми факторами. Матриця SWOT-аналізу дає можливість виявити взаємозв'язки між внутрішніми та зовнішніми детермінантами, що мають

важливе значення для розвитку сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області. Саме такі взаємо зв'язки надають можливість сформувати порівняльні переваги, недоліки та ризики, котрі є основою в контексті стратегічного вибору – формування прогностичних і оперативних цілей розвитку сфери санаторно-курортних послуг Вінниччини в перспективі.

Таблиця 2.14

SWOT-аналіз ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області

	Можливості	Загрози
	• Потенційно високий попит на санаторно–курортні послуги; • Виділення санаторно-курортної індустрії регіону пріоритетом економічного розвитку; • Проведення активної рекламно-інформаційної роботи щодо заохочення споживачів; • Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування; • Посилення попиту серед споживачів на пакетні санаторно-курортні продукти; • Збільшення кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів; • Наявні ресурси для стратегії диверсифікації санаторно-курортного продукту.	• Зростання рівня конкуренції; • Несвоєчасна реакція на зміни у зовнішньому середовищі; • Трансформація політичного та економічного курсу в державі щодо регіонального розвитку санаторно-курортних послуг; • Зміна смаків споживачів; • Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм; • Стрімкий вплив кваліфікованих кадрів; • Велика вартість кредитних ресурсів.
Сильні сторони • Вдале місце розташування; • Підтримка органів влади розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні; • Сприятлива цінова політика; • Поєднання послуг; • Концентрація на широкий цільовий сегмент; • Зростаючий попит на диверсифіковані види санаторно-курортних	1. Загальна стратегія – стратегія розвитку сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області. 2. Збільшення зусиль щодо просування санаторно-курортного продукту. 3. Збереження конкурентних переваг та частки на ринку санаторно-курортних послуг України.	1. Наголошення на особливому підході до споживача, зручність для клієнтів. 2. Формування системи заохочення для споживачів.

послуг; • Креативний інтелектуальний потенціал; • Низька цінова політика порівняно з конкурентами; • Широке коло охоплення сегментів ринку		
Слабкі сторони • Недостатній рівень розвитку інфраструктури; • Незначний рівень реклами та інформаційного сервісу; • Невисокий рівень матеріально-технічного забезпечення; • Відсутність узгодженого плану дій; • Неефективна політика мотивації персоналу; • Низький рівень обізнаності серед сегментів споживачів; • Обмежений маркетинговий бюджет.	1. Заходи PR для налагодження контактів із зовнішньою аудиторією. 2. Співпраця з іншими структурними одиницями санаторно-курортного ринку	1. Активна участь у різноманітних PR-заходах (конкурсах, святах та інші). 2. Гнучка система знижок. 3. Мотивація персоналу через можливість кар'єрного росту, безкоштовні поїздки та інше.

Побудовано автором

За результатами аналізу ринок санаторно-курортних послуг Вінницької області перебуває у верхньому лівому куті матриці SWOT, що означає перевагу сильних сторін та зростання рівня його зовнішніх можливостей. Відтак, регіональний ринок послуг Вінниччини потребує впровадження стратегії розвитку санаторно-курортного продукту.

Для виявлення змін та тенденції розвитку детермінантів зовнішнього і внутрішнього середовищ, концентрації уваги на чинниках, найбільш впливаючих на розвиток закладів сфери санаторно-курортних послуг, обліку змін, які мають місце при розробці стратегії розвитку, використовують PEST-аналіз. PEST-аналіз дозволяє пришвидшити оцінку впливу детермінантів зовнішнього і внутрішнього середовищ на стратегію санаторно-курортних підприємств, що дозволяє привернути увагу до динаміки інституційного

середовища та виокремлює необхідність періодичного переглядів плану. PEST-аналіз розвитку ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області здійснювався за допомогою кількісних та якісних методів, інструментом аналізу слугувала анкета «Маркетингове дослідження оцінки сили впливу факторів на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області» (додат. В). Вибіркою охоплено фахівців сфери санаторно-курортної індустрії.

PEST-аналіз проведено поетапно. На першому етапі визначені зовнішні чинники та загрози що впливають на ринок сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області (SWOT-аналіз табл. 2.14). На другому - за результатами маркетингового дослідження розраховані коефіцієнти вагомості виділених факторів впливу на заклади сфери санаторно-курортних послуг вивченого регіону. Коефіцієнт вагомості фактора оцінюється за шкалою від 1 до 3 (1 – рівень вагомості незначний, будь-яка зміна практично не впливає на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг; 2 – рівень вагомості середній, коливання фактора впливає на реалізацію санаторно-курортних послуг і прибуток оздоровчих закладів; 3 – рівень вагомості високий, будь-які модифікації викликають значні відхилення в продажах і прибутку закладів сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області) (табл. 2.15).

На третьому етапі проведена оцінка ймовірності зміни фактору (оцінюється за 5-ти бальною шкалою, де 1 означає мінімальну ймовірність зміни фактора, а 5 – максимальну). Аналіз проведений експертами, що мають певний досвід роботи в санаторно-курортній сфері (табл. 2.16).

Рівень вагомості та сили впливу факторів на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області визначали:

Експерт 1 - економіст-аналітик, ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» Клінічний санаторій «Хмільник»;

Експерт 2 – економіст-аналітик, ТзОВ «Санаторій Поділля»;

Експерт 3 – економіст-аналітик, санаторій «Радон»;

Експерт 4 – економіст-аналітик «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»;

Експерт 5 - економіст-аналітик, медичний реабілітаційний центр «Південний Буг» МВС України;

Експерт 6 – економіст-аналітик, ТЗОВ санаторій «Березовий гай»;

Експерт 7 – економіст-аналітик, Центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник»;

Експерт 8 - експерт Комісії обласної Ради з питань освіти, культури, сім'ї та молоді, спорту і туризму, духовності та історичної спадщини Вінницької області;

Експерт 9 - фахівець Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної державної адміністрації;

Експерт 10 – фахівець Департаменту охорони здоров'я облдержадміністрації Вінницької області.

На четвертому етапі вивчено загальний рівень впливу факторів на розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Такий аналіз дозволяє оздоровницям Вінницької області контролювати фактори зміни зовнішнього та внутрішнього середовища (табл. 2.17).

За результатами PEST-аналізу ринкового становища санаторно-курортних послуг Вінницької області спостерігаємо домінуючу перевагу слабких сторін відносно сильних, проте за показниками бальної оцінки переважають можливості над загрозами.

Таблиця 2.15

Оцінка рівня вагомості впливу факторів на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області

Фактори	Рівень вагомості впливу фактора										Середнє значення рівня вагомості фактора
	Експ.1	Експ.2	Експ.3	Експ.4	Експ.5	Експ.6	Експ.7	Експ.8	Експ.9	Експ.10	
Зовнішні можливості											
Потенційно високий попит на санаторно–курортні послуги	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2,4
Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1,9
Посилення попиту серед споживачів на пакетні санаторно-курортні продукти;	1	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2,0
Наявні ресурси для стратегії диверсифікації продукту	1	3	3	2	1	3	3	2	2	1	2,1
Збільшення кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів	3	3	1	1	3	2	2	2	3	2	2,2
Зовнішні загрози											
Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм	3	2	3	3	1	2	2	2	2	1	2,1
Стрімкий відплив кваліфікованих кадрів	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1,8
Висока вартість кредитних ресурсів	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2,1
Зміна політичного та економічного курсу в державі щодо регіонального розвитку санаторно-курортних послуг	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1,6
Зростання рівня конкуренції	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2,2
Сильні сторони											
Вдале місце розташування	2	3	3	3	3	2	1	2	3	2	2,4
Сприяння органів місцевого самоврядування розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1,9
Поєднання послуг	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1,8
Диверсифікація послуг	1	3	1	2	1	2	2	2	2	2	1,8
Широке коло охоплення сегментів ринку	2	3	3	3	2	1	2	3	3	2	2,4
Низька цінова політика порівняно з конкурентами	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1,9
Площа приміщення	1	1	2	1	2	2	3	2	2	1	1,7
Слабкі сторони											
Недостатній рівень розвитку інфраструктури	2	1	3	1	2	3	3	2	2	2	2,1
Невисокий рівень реклами та інформаційного сервісу	2	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2,2
Незначний рівень матеріально-технічного забезпечення	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2,6
Відсутність узгодженого плану дій	1	2	3	1	1	2	2	2	2	2	1,6
Неефективна політика мотивації персоналу	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1,7
Низький рівень обізнаності серед сегментів ринку	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2,1
Обмежений маркетинговий бюджет	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2,1

Джерело: побудовано автором

Таблиця 2.16

Оцінка ймовірності зміни впливу факторів на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області

Фактори	Ймовірність зміни впливу фактора										Середнє значення ймовірності зміни фактора
	Експ.1	Експ.2	Експ.3	Експ.4	Експ.5	Експ.6	Експ.7	Експ.8	Експ.9	Експ.10	
Зовнішні можливості											
Потенційно високий попит на санаторно–курортні послуги	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3,8
Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3,8
Підвищення попиту серед споживачів на пакетні санаторно-курортні продукти	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3,9
Наявні ресурси для стратегії диверсифікації продукту	4	3	5	3	3	3	5	4	5	4	3,9
Зростання кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4,3
Зовнішні загрози											
Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм	3	2	4	5	4	4	3	3	3	3	3,4
Стрімкий відплив кваліфікованих кадрів	4	5	4	3	5	5	5	4	3	4	4,2
Висока вартість кредитних ресурсів	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3,9
Зміна політичного та економічного курсу в державі щодо регіонального розвитку санаторно-курортних послуг	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4,7
Зростання рівня конкуренції	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3,6
Сильні сторони											
Вдале місце розташування	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3,8
Сприяння органів місцевого самоврядування розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3,8
Поєднання послуг	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3,2
Диверсифікація послуг	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4,2
Широке коло охоплення сегментів ринку	2	3	3	2	2	4	2	4	4	3	2,9
Низька цінова політика порівняно з конкурентами	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4,4
Площа приміщення	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4,4

Продов. табл. 2.16

Слабкі сторони											
Недостатній рівень розвитку інфраструктури	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4,3
Низький рівень реклами та інформаційного сервісу	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3,9
Невисокий рівень матеріально-технічного забезпечення	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3,1
Відсутність узгодженого плану дій	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4,2
Неефективна політика мотивації персоналу	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3,4
Низький рівень обізнаності серед сегментів ринку	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3,1
Обмежений маркетинговий бюджет	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4,0

Джерело: побудовано автором

Таблиця 2.17

**Оцінка рівня впливу факторів на діяльність закладів сфери
санаторно-курортних послуг Вінницької області**

Фактори	Рівень значущості	Імовірність зміни фактора	Загальна оцінка	Фактори	Рівень значущості	Імовірність зміни фактора	Загальна оцінка
Сильні сторони				Слабкі сторони			
Вдале місце розташування	2,4	3,8	9,1	Недостатній рівень розвитку інфраструктури	2,1	4,3	9,2
Сприяння органів місцевого самоврядування розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні	1,9	3,8	7,2	Низький рівень реклами та інформаційного сервісу	2,2	3,9	8,7
Поєднання послуг	1,8	3,2	5,8	Невисокий рівень матеріально-технічного забезпечення	2,6	3,1	7,9
Диверсифікація послуг	1,8	4,2	7,6	Відсутність узгодженого плану дій	1,6	4,2	6,8
Широке коло охоплення сегментів ринку	2,4	2,9	7,0	Неефективна політика мотивації персоналу	1,7	3,4	5,7
Низька цінова політика порівняно з конкурентами	1,9	4,4	8,4	Низький рівень обізнаності серед сегментів	2,1	3,1	6,5
Площа приміщення	1,7	4,4	7,5	Обмежений маркетинговий бюджет	2,1	4,0	8,5
Можливості				Загрози			
Потенційно високий попит на санаторно-курортні послуги	2,4	3,8	9,2	Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм	2,1	3,4	7,2
Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування	1,9	3,8	7,2	Стрімкий вплив кваліфікованих кадрів (професіоналів)	1,8	4,2	7,6
Підвищення попиту серед споживачів на пакетні санаторно-курортні продукти	2,0	3,9	7,9	Велика вартість кредитних ресурсів	2,1	3,9	8,1
Наявні ресурси для стратегії диверсифікації санаторно-курортного продукту	2,1	3,9	8,2	Зміна політично-економічного курсу щодо регіонального розвитку курортної сфери	1,6	4,7	7,5
Зростання кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів	2,2	4,3	9,4	Зростання рівня конкуренції	2,2	3,6	7,9

Джерело: побудовано автором

На п'ятому етапі складено зведену таблицю PEST-аналізу (табл. 2.18).

Таблиця 2.18

PEST-аналіз сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області

Фактори	Рівень важливості фактору	Фактори	Рівень важливості фактору
Сильні сторони		Слабкі сторони	
Вдале місце розташування	9,1	Недостатній рівень розвитку інфраструктури	9,2
Сприяння органів місцевого самоврядування розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні	7,2	Низький рівень реклами та інформаційного сервісу	8,7
Поєднання послуг	5,8	Невисокий рівень матеріально-технічного забезпечення	7,9
Диверсифікація послуг	7,6	Відсутність узгодженого плану дій	6,8
Широке коло охоплення сегментів ринку	7,0	Неефективна політика мотивації персоналу	5,7
Невисока цінова політика відносно конкурентів	8,4	Низький рівень обізнаності серед сегментів ринку	6,5
Площа приміщення	7,5	Обмежений маркетинговий бюджет	8,5
Разом балів по розділу	52,6	Разом балів по розділу	53,3
Можливості		Загрози	
Потенційно високий попит на санаторно-курортні послуги	9,2	Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм	7,2
Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування	7,2	Стрімкий вплив кваліфікованих кадрів	7,6
Підвищення попиту серед споживачів на пакетні санаторно-курортні послуги	7,9	Велика вартість кредитних ресурсів	8,1
Наявні ресурси для стратегії диверсифікації санаторно-курортного продукту	8,2	Зміна політичного та економічного курсу в державі щодо регіонального розвитку санаторно-курортної сфери	7,5
Збільшення кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів	9,4	Зростання рівня конкуренції	7,9
Разом балів по розділу	41,9	Разом балів по розділу	38,3

Джерело: побудовано автором

За таких результатів оптимальною стратегією є інтенсивний розвиток з елементами економії й використанням засад диференційованого маркетингу (табл. 2.19). Зазначена політика передбачає вибір декількох сегментів ринку і розробки для них комплексу маркетингових заходів на основі інтенсифікації існуючих ресурсів, що дозволить зберегти Вінницькій області частку на загальнонаціональному ринку санаторно-курортних послуг та підвищити рівень конкурентних переваг.

Таблиця 2.19

Елементи стратегії інтенсивного розвитку сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області

Що робити	Дотримуватися стратегії щодо політики залучення клієнтів. Створювати командний дух, направляти фахівців на тренінги, семінари, курси підвищення кваліфікації. Користуватися послугами стабільних постачальників. Здійснювати пошук недорогих джерел фінансування для модернізації та оновлення ресурсного забезпечення.
Що розвивати	Здатності й професійний рівень працівників. Відносини з великими іноземними й вітчизняними постачальниками. Імідж та рівень впізнаваності санаторно-курортних послуг на національному, регіональному ринках. Активізувати комунікаційну стратегію просування санаторно-курортних послуг.
З чим боротися	Нерозкрученість бренду санаторно-курортних закладів Вінницької області. Неефективна система ресурсного забезпечення в процесі надання оздоровчих послуг. Використання послуг нестабільних постачальників.

Джерело: побудовано автором

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити висновок, що важливою проблемою на регіональному ринку санаторно-курортних послуг є забезпечення належного рівня їх конкурентоспроможності. На сьогодні повна, достовірна та актуальна інформація щодо зовнішніх факторів впливу і конкурентних переваг регіонального санаторно-курортного потенціалу вкрай необхідна для формування конкурентної стратегії.

Висновки до розділу 2

1. На організацію сфери санаторно-курортних послуг істотний вплив справляють регіональні особливості. Унікальність природних та рекреаційних ресурсів кожного регіону нашої країни стала основою для створення рекреаційно-курортних зон. Водночас, економічні, природні та просторові локальні умови по-різному позначаються на продукуванні та реалізації санаторно-курортних послуг. Спеціалізація оздоровчих закладів за напрямками лікування також залежить від регіональної специфіки, природних і рекреаційних ресурсів, що впливає на формування санаторно-курортних послуг, їхню винятковість та своєрідність.

2. Сталий розвиток сфери оздоровчих послуг є важливою ознакою для країн з соціально орієнтованою економікою. В рекреаційно-туристичній індустрії України санаторно-курортний сектор завжди відігравав ключову роль. Проте, останнім часом частка курортів у сукупному доході даної галузі економіки продовжувала зменшуватись, що засвідчує негативну закономірність у процесах розвитку сфери санаторно-курортних послуг. В країні сформувалась тенденція до скорочення мережі надавачів відповідних послуг, серед яких найбільше виявилось пансіонатів з лікуванням та санаторіїв-профілакторіїв. Темп зниження чисельності ліжко-місць в 2017 році до 1995 року становив 65,3%, а оздоровлених осіб - 58,0%. Таке катастрофічне зменшення показників, що характеризують діяльність цих закладів, негативно позначилось на стані здоров'я громадян країни та їх соціальному забезпеченні.

3. Аналіз тенденцій розвитку санаторно-курортної індустрії в динаміці демонструє варіювання коефіцієнту функціонування вітчизняних оздоровчих закладів в межах від 7,83 (у 2008 році) до 6,38 (в 2015 році), що засвідчує утруднення (не повне) використання їхнього виробничого потенціалу та ефективного розвитку сфери санаторно-курортних послуг. На цей процес вплинуло постійне удорожчання виробничих ресурсів, зокрема енергоносіїв.

З ціною одного ліжко-дня безпосередньо пов'язане формування вартості санаторно-курортної путівки, яка набагато перевищує мінімальну та середньомісячну заробітну плату пересічного українця протягом усього періоду спостереження. При існуючому співвідношенні заробітних плат та пенсій і цін на путівки, більшість населення не в змозі скористатися санаторно-курортними послугами, що спричинює погіршення стану здоров'я, збільшення рівня захворюваності, поширення хронічних хвороб, зокрема в дітей та людей похилого віку, суттєве зменшення тривалості життя.

4. Важливе значення для розвитку сфери санаторно-курортних послуг має самостійність оздоровниць. Проведені дослідження ілюструють наявність відомчого підпорядкування чималої частини (44,2% від загальної кількості по Україні) санаторно-курортних закладів, що впливає як на організаційну структуру, так і на виробничу діяльність, негативно позначаючись на фінансово-економічних показниках. На розвитку сфери санаторно-курортних послуг істотно позначаються нестабільність економіки, інфляційні процеси, зокрема низький рівень доходів населення, фінансові труднощі в країні, яка не має можливості субсидувати санаторно-курортне лікування малозабезпечених громадян, тим самим підтримувати оздоровчі заклади. Вивчення тенденції розвитку сфери санаторно-курортних послуг в Україні та у регіонах, в тому числі, доводить доцільність формування державної політики в контексті вирішення таких важливих завдань, як сприяння збільшенню кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів і ліжко-місць в них, впровадження системи пільг для оздоровниць незалежно від форми власності та підпорядкованості, сприяння покращенню інвестиційної привабливості, посилення ролі державної підтримки сфери санаторно-курортних і оздоровчих послуг в усіх регіонах країни, зокрема в умовах децентралізації державної влади, що вплине на підвищення ефективності діяльності курортних підприємств.

5. Дослідження засвідчують, що належний рівень конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг на регіональному

рівні визначають різні чинники. Узагальнивши їх сукупність, запропоновано власний підхід до класифікації факторів впливу на забезпечення та підвищення рівня конкурентного потенціалу сфери санаторно-курортних послуг в регіональному аспекті. Передусім, виділено в залежності від прямої дії – позитивні й негативні, відповідно до місця виникнення – внутрішні і зовнішні, екстенсивні та інтенсивні чинники. Особливо чутливо ринок санаторно-курортних послуг регіону реагує на дію зовнішнього фактора сезонності, який впливає на процес надання не тільки окремої послуги, але і всього комплексу в цілому. Поряд з відсутністю адаптації оздоровчих закладів до сезонних коливань, має місце проблема з періодом відпусток потенційних відвідувачів рекреаційних закладів і небажанням проводити цей час за несприятливих погодних умов. Елемент сезонності обумовлений об'єктивними причинами, що виникають в сфері споживчого попиту, і проявляються в обсягах надання рекреаційних послуг.

6. З метою вивчення ринкового середовища надання санаторно-курортних послуг проведено ситуаційну оцінку на основі SWOT-аналізу, де визначено можливості та загрози (зовнішні фактори), сильні і слабкі сторони (внутрішні фактори). Матриця SWOT-аналізу дозволила виявити взаємозв'язки між внутрішніми і зовнішніми чинниками, що мають вирішальне значення для розвитку ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області. Саме ці взаємозв'язки дозволяють сформувати порівняльні переваги, виклики і ризики, що є основою для формування стратегічних та оперативних цілей розвитку ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області у перспективі.

7. За результатами PEST-аналізу ринкового становища санаторно-курортних послуг Вінницької області виявлена домінантна перевага слабких сторін відносно сильних, проте за показниками бальної оцінки переважають можливості над загрозами. За таких умов оптимальною стратегією є інтенсивний розвиток з елементами економії й використанням засад диференційованого маркетингу. Зазначена політика передбачає вибір

декількох сегментів ринку з подальшою розробкою комплексу маркетингових заходів на основі інтенсифікації існуючих ресурсів, що дозволить зберегти Вінницькій області частку на загальнонаціональному ринку санаторно-курортних послуг та підвищити рівень конкурентних переваг.

Основні наукові результати, що викладені у другому розділі дисертації, опубліковані автором у працях [56, 65, 66, 75, 76, 78, 79, 84, 86, 366].

РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ У РЕГІОНАХ

3.1. Соціал медіа маркетинг у забезпеченні конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг на регіональному рівні.

Підтримка конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону базується на відповідному інформаційному забезпеченні. Від його рівня (об'єктивності, адекватності, повноти, достовірності, вчасності) залежить якість та ефективність управлінсько-організаційного процесу. Інформаційний ресурс є також джерелом набуття, аналізу, оцінки, зберігання й обробки даних, необхідних задля продукування управлінських рішень. Інформаційне забезпечення доречно досліджувати у двох векторах: перший - як процеси убезпечення необхідною інформацією, а другий - як комплекс нормативно-законодавчої та іншої документації стосовно розміру, масштабів, видів і розміщень наявної інформації, яка застосовується в контексті ухвалення рішень з питань діяльності санаторно-курортних закладів.

Організація інформаційного забезпечення повинна здійснюватись з дотриманням наступних принципів: цілісність, достовірність, єдність, гнучкість, контроль, мінімізація рівня введення та виведення інформації, адаптивність, захист від несанкціонованого доступу.

Під інформаційним забезпеченням конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону доцільно окреслити комплекс різноманітних типів еколого-етнічної, культурної, соціальної, природно-географічної, економічної, ресурсної та супутньої інформації, яка формує сферу оздоровчих послуг, включаючи інструментарій збору, систематизації, обробки, збереження, пошуку, актуалізації та поширення даних.

В умовах сьогодення серед сучасних технологій просування інформаційних даних переважають соціальні медіа. За даними Worldometers, станом на лютий 2017 року число користувачів Інтернет-ресурсу у світі сягнула 3,2 мільярда людей і досить стрімко зростає кожного місяця. При цьому основний сегмент юзерів - молодь до 30 років, яка активно веде власні сторінки у соціальних мережах. Понад 16 мільйонів українців щодня користуються інтернетом, це становить 39,8% населення віком старше 16 років. Л.О. Кобанець зауважував, така популярність інтернет-ресурсів є зрозумілою і прив'язаною до потреб населення, описаних А. Маслоу, адже прагнення до самовираження вважається найвищою потребою людини [181].

Особлива роль у інформаційному забезпеченні збереження, підтримки та підвищення рівня конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг на регіональному рівні належить Social Media Marketing ((SMM), соціаль медіа маркетинг).

Дефініція «соціаль медіа маркетинг» є предметом вивчення багатьох вчених - Д.К. Зарелли, М. Роуз, М.Й. Романчукевича, Т.М. Гнатюк, М.А. Данченка й інших. Проте, відсутність єдиного підходу до розуміння даного поняття зумовлює необхідність проведення аналізу поглядів відносно сутності SMM та інструментів його впливу на підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону. У таблиці 3.1 наведено окремі експертні визначення соціаль медіа маркетингу.

На основі узагальнення наведених трактувань нами запропоновано власне бачення дефініції «соціаль медіа маркетинг в забезпеченні конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону», суть якого полягає у реалізації SMM як особливого інструменту інтернет-маркетингу, що підвищує популяризацію й забезпечує просування санаторно-курортних послуг на регіональному рівні за рахунок використання соціальних медіа, контент яких виникає й поновлюється за рахунок самих відвідувачів, сприяючи тим самим підвищенню конкурентоспроможності оздоровчих послуг на ринку.

Підходи до трактування дефініції «соціал медіа маркетинг»

Автор	Визначення	Ключова особливість
Д. Зарелла [395]	Сукупність заходів, що забезпечують популяризацію, просування та рекламу послуг санаторно-курортного закладу, використовуючи ресурси соціальних мереж	Комплекс дій для просування
Б. Шивінські, Д. Дабровські [397]	Комплекс заходів та способів взаємодії підприємства і споживача, створені для розширення сегменту споживачів й привертання уваги до бренду	Комплекс заходів взаємодії зі споживачем
М. Роуз [395]	Одна з форм інтернет-маркетингу, що використовує соціальні мережі та веб-сайти в якості маркетингового інструментарію. Мета SMM - виробництво контенту, яким споживачі будуть ділитись в соціальних мережах для розширення клієнтської бази та просування бренду	Маркетинговий інструментарій в соціальних мережах
П. Мужаді [386]	Як інструмент розширення сегменту споживачів через процес підтримання трафіку сайту та управління маркетингу в соціальних мережах	Інструмент інтернет-маркетингу
Д. Еванс, Дж. МакКі [357]	Комплекс інструментів взаємодії підприємства та споживача, що передбачає залучення додаткових споживачів	Залучення додаткових споживачів
Л.А. Данченко [110]	Набір інструментів, що дозволяють людям створювати соціальні та ділові зв'язки, обмінюватись інформацією та спільно працювати над проектами в ресурсах інтернету	Набір інструментів розповсюдження інформації про бренд в інтернеті
Кембріджський словник ділової англійської мови [400]	Методи просування продукції, послуг або брендів, що використовують інтернет, залучаючи інтерес групи людей, які обговорюють їх, вносять пропозиції в режимі он-лайн.	Метод просування в мережі
Словник бізнес термінів Investopedia [399]	Застосування веб-сайтів й ресурсів соціальних мереж з метою реалізації санаторно-курортних послуг	Інструмент реалізації в соціальних мережах

Джерело: побудовано автором на основі [110; 357; 386; 395; 397; 399; 400]

Одним з ключових компонентів SMM є оптимізація соціальних мереж. Як і пошукова оптимізація, це стратегія для приваблення унікальних відвідувачів на веб-сайт. Social media optimization (SMO) у вигляді комплексу заходів,

направлених на залучення користувачів з соціальних медіа, можна здійснювати двома способами: долучення соцмереж у вміст, до прикладу, у Really Simple Syndication (RSS) - канали та кнопки обміну або просування діяльності через соціальні медіа, оновлюючи статуси чи твіти, публікаційні повідомлення у блозі. Документи у стандарті RSS (зокрема «стрічка», «веб-стрічка», «канал») містять повний чи частковий текст та метадані (час і подавача). SMM допомагає отримувати прямий відгук від споживачів (і потенційних клієнтів), формуючи привабливий імідж санаторно-курортних послуг регіону.

На нашу думку, сьогодні, в умовах інтенсивного використання глобальних інтернет систем, доцільність розвитку та використання соціал медіа маркетингу з метою підвищення рівня конкурентоспроможності оздоровчих послуг не викликає сумніву. За результатами дослідження, нами виокремлено тренди соціал медіа маркетингу, що гарантують прерогативи для санаторно-курортних послуг регіону (рис 3.1):

- Сайт підприємства надання санаторно-курортних послуг (санаторно-курортного закладу), метою створення якого є підвищення обсягів реалізації санаторно-курортних продуктів. Аналіз джерел інформаційного забезпечення збуту санаторно-курортних послуг більшості регіонів показує, що понад 90% бронювань здійснюється за допомогою інтернет-систем, незважаючи на те, що 62% спостережуваних закладів мають власні модулі бронювання. Проаналізовано комунікаційну діяльність підприємств у соціальних медіа за кількістю підписників, лайків, коментарів та репостів, на підставі чого встановлено, що суб'єкти надання санаторно-курортних послуг недостатньо повно використовують можливості вірусного та афільованого маркетингу.

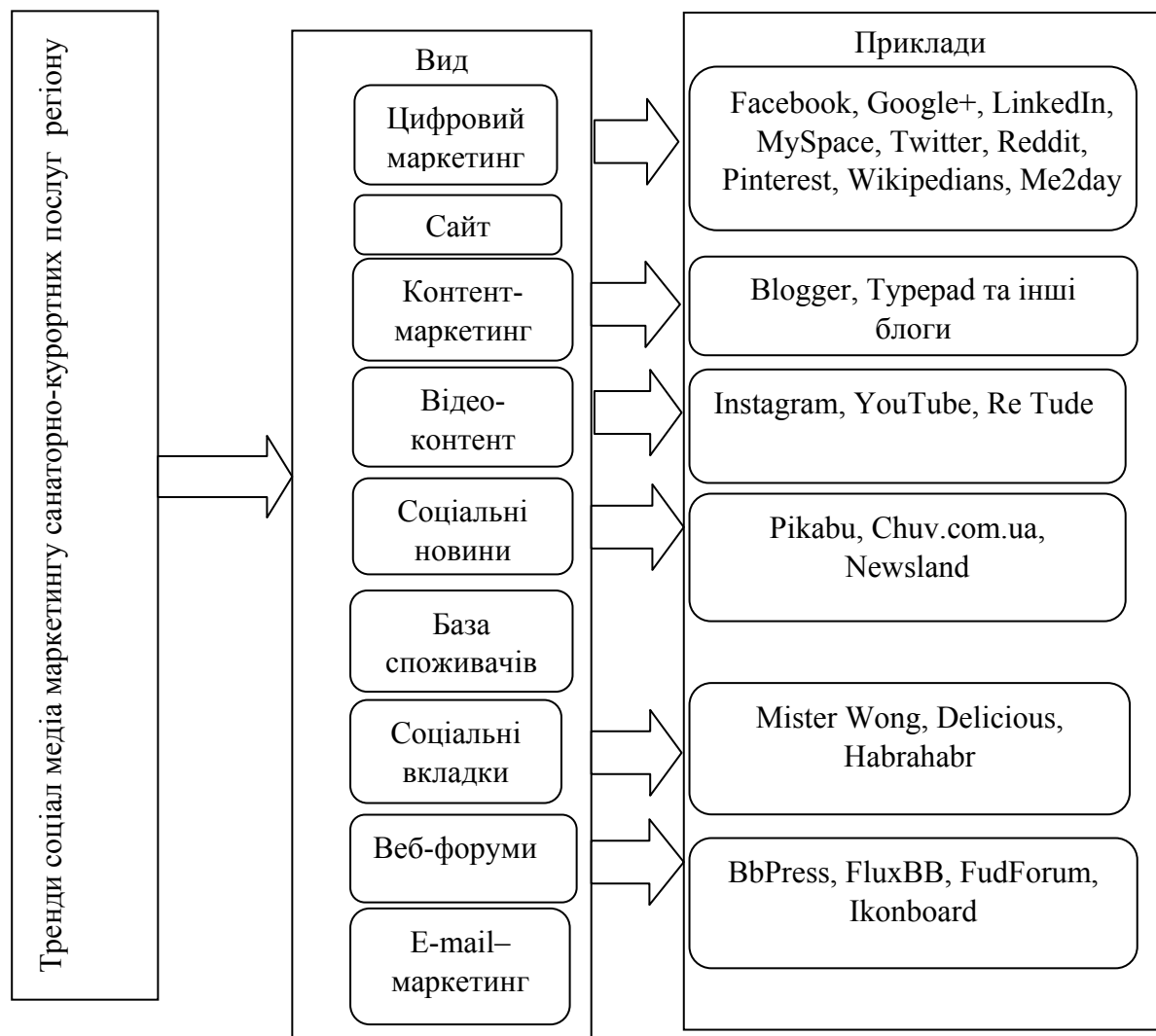


Рис. 3.1. Тренди соціал медіа маркетингу санаторно-курортних послуг на регіональному рівні

Джерело: побудовано автором

Проблемою для суб'єктів надання санаторно-курортних послуг залишається використання інтерфейсів відомих сайтів інтернет-бронювання (через достатньо високу вартість даної послуги). Так, на Booking.com підтримують інтерфейс 57% рекреаційних установ Вінницької області, на Trivago.com – 44%, hotelium.com - 28%. Альтернативним варіантом доцільно запропонувати розробку лендінгів, метою яких буде пошук та об'єднання лідерів і перетворення відвідувачів сайту на споживачів послуг з максимально можливою ймовірністю. Лендінги добре підходять для просування оздоровчих

послуг, генерації лідів або виведення на ринок нового санаторно-курортного продукту.

- Цифровий маркетинг чи маркетинг в сфері цифрових технологій (digital-маркетинг), провідними засобами, якого є Фейсбук, Гугл плюс, Вікіпедія, Лінкидин, Твітер, Ютуб, Інстаграм, Редіт, Пінтерест (Facebook, Google+, Wikipedians, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram, Reddit, Pinterest) тощо.

Фейсбук - популярний безкоштовний веб-сайт соціальних мереж, що дозволяє зареєстрованим користувачам створювати профілі, завантажувати фотографії та відео, надсилати повідомлення й підтримувати зв'язок з друзями, родиною, колегами. Згідно з статистикою групи Nielsen, користувачі Інтернету в Сполучених Штатах витрачають більше часу на фейсбук, ніж на будь-який інший ресурс.

Твітер є безкоштовною службою мікроблогів, яка надає юзерам можливість транслювати короткі публікації під назвою tweets. При цьому спільнота твітер слідує за твітами інших користувачів, послуговуючись кількома платформами та пристроями.

Гугл плюс (вимовляється Google plus) - це проект соціальних мереж гугл розроблений для відтворення більш близького, ніж у інших службах соціальних мереж, спілкування людей. Девіз проекту: «Обмін досвідом в реальному часі для інтернету».

Вікіпедія – це вільний, відкритий зміст електронної енциклопедії, започаткованої в січні 2001 року завдяки сумісним зусиллям авторизованих користувачів. Для редагування статей не потрібен особистий профіль.

Лінкидин – це соціальна мережа, розроблена спеціально для бізнесу. Мета сайту – дозволити зареєстрованим членам створювати спільноту та документувати людей, яких вони знають і довіряють професійно.

Редіт – соціальний новинний сайт і форум, де історії розміщуються в порядку рейтингу за відзнакою споживачів санаторно-курортних послуг та рекламують їх самі ж відвідувачі. Сайт складається з сотень суб-спільнот

(subreddit). Кожен субредіт має певну тему. Користувачі редіт, також відомі як «redditors», передають контент, що буде проголосовано іншими членами. Кінцеве завдання полягає у переміщенні найбільш популярних новин у топ головної сторінки сайту.

Пінтерест – соціальний інтернет-сервіс і фотохостинг для обміну та класифікації зображень, знайдених в інтернеті. Пінтерест вимагає коротких описів, але основний фокус сайту – візуальний. Приміром, натискання на зображення певного оздоровчого закладу чи конкретної процедури, приведе зацікавленого пошукача до оригінального джерела (сайту), де він зможе придбати необхідні послуги.

Присутність у соціальних мережах суб'єкта надання санаторно-курортних послуг вимагає від нього актуальних дій, а саме використання цікавого та креативного контенту на сторінці в соціальних мережах - Facebook, LinkedIn, Myspace, Ukrainians (візуалізація інформації у вигляді інфографіки; розміщення PR-статей про діяльність санаторно-курортного та оздоровчого закладу; іміджевих статей та рекламних інформерів в мікроблозі Google+; Twitter, Me2day). Для реалізації поставлених цілей потрібен актуальний контент–план і креативний фахівець зі штату працівників санаторно-курортного закладу, який може якісно та фахово виконати поставлені завдання.

- Контент-маркетинг – блог, де стабільно поповнюються інформаційні дані відносно санаторно-курортних послуг для потенційних рекреантів, формується та підтримується зворотний зв'язок зі споживачами. Високоякісний контент таких засобів, як Blogger, Турерад та інших додатків, сприяє привабленню й залученню клієнтів санаторно-курортних закладів. При формуванні стратегічної мети Контент-маркетингу санаторно-курортним та оздоровчим закладам доцільно використовувати POST-методи (People, Objectives, Strategy, Technology).

People (споживачі) – предмет дослідження цільового сегменту. Формування стратегічної мети контент-маркетингу на міжнародному ринку доречно розпочинати з вивчення структури дійсних і потенційних користувачів

санаторно-курортних послуг та дослідження соціально-медійних платформ, якими вони активно послуговуються. Результати дослідження даного об'єкту дозволять одержати інформацію щодо типів он-лайн поведінки потенційних споживачів.

Objectives (цілі) – виокремлення стратегічних структурних завдань он-лайн програми санаторно-курортних закладів. До прикладу, цілями та завданнями такої програми можуть бути: управління іміджем он-лайн, зростання рівня впізнаваності бренду санаторно-курортного закладу тощо. Стратегічним завданням будь-якої програми контент-маркетингу є забезпечення активної позиції санаторно-курортних послуг в соцмедіа.

Strategy (стратегічна мета) – активне розкручування взаємозв'язків з користувачами санаторно-курортних послуг. З метою реалізації стратегічної мети контент-маркетингу доцільно з'ясувати, яким чином можливо змінити відносини зі споживачами санаторно-курортних послуг. В цьому контексті, доречно визначити 5 основних напрямків, по яких формуються стосунки санаторно-курортних закладів у взаємовідносинах з покупцями послуг:

- З'ясування думки користувачів про санаторно-курортні послуги.
- Використання соцмедіа для поширення інформації для споживачів.
- Вплив на споживачів: пошук та формування з ними взаємних відносин.
- Взаємопідтримка споживачів санаторно-курортних послуг.
- Залучення консьюмерів до санаторно-курортного бізнесу з метою покращення рекреаційних послуг чи курортного продукту.

Technology (технологія) - відбір засобів для соціальних медіа. Підґрунтям для формування соціально-медійного міксу санаторно-курортних послуг є результати ретельного аналізу наявних соціальних медіа, їхніх завдань. Визначальною складовою аналізу є інформація про уподобання споживачів санаторно-курортних послуг щодо видів соціальних мереж. Від вдало створеного соціально-медійного міксу, котрий відповідає ринковому

середовищу, залежить результативність та успішність стратегії контент-маркетингу ринкових суб'єктів-надавачів санаторно-курортних послуг.

- Відео-контент. Майже кожен потенційний споживач санаторно-курортної послуги володіє смартфоном, обладнаним камерою, що дозволяє йому знімати, фотографувати і переглядати одержане фото. Відвідуючи в соцмережах сторінки суб'єктів надання санаторно-курортних послуг, споживачі переглядають запропоноване відео, тому важливо зменшити час пошуку необхідного санаторно-курортного продукту. Відтак, санаторно-курортним закладам важливо подати коротке відео про свої переваги та сильні сторони, ознайомити клієнта з інформацією, в якій містяться відомості про види, властивості та корисний вплив санаторно-курортних послуг, а також одержати відгуки пацієнтів та проаналізувати їх.

- База реальних споживачів – дієвий ресурс маркетингової стратегії санаторно-курортних закладів, оскільки за цією інформацією суб'єкти санаторно-курортних послуг мають змогу ознайомитись з даними щодо смаків, уподобань, сімейного становища, віку, статі постійних та потенційних споживачів санаторно-курортних послуг в розрізі регіонів.

- Соціальні вкладки. Пропонує споживачам санаторно-курортних послуг можливість запам'ятовувати адреси сайтів, що їх зацікавили, повідомляти друзям та одержувати до них доступ у будь-якому місці.

- Соціальні новини. Сайти соціальних новин збирають посилання на події ринку санаторно-курортних послуг, статті, зображення, опубліковані в мережі інтернет, про якість, користь та структуру типів санаторно-курортного лікування. Усі новини оцінюються користувачами, найбільш популярні відображаються на головній сторінці інформаційного ресурсу.

- Веб-форуми. Один з найдавніших засобів соціальних медіа, на якому споживачі санаторно-курортних послуг обговорюють актуальні питання за тематичними напрямками, наприклад, щодо видів санаторно-курортних послуг, їхньої ціни і споживчої якості, корисного впливу, тривалості та доступності.

- Імейл-маркетинг (електронні листи та SMS-повідомлення) – найефективніший ресурс соціал медіа міксу, оскільки дозволяє надавачам санаторно-курортних послуг постійно підтримувати зворотний зв'язок зі споживачами. Санаторно-курортний заклад може інформувати через листи (SMS) своїх клієнтів про знижки ціни, акції, появу нових видів санаторно-курортних послуг, вітати споживачів зі святами, днем народження, підтримуючи, таким чином, їхнє лояльне ставлення до власного бренду.

В умовах конкурентного середовища розвитку сфери санаторно-курортних послуг актуальності набуває корпоративна культура в середині санаторно-курортних закладів, яка ґрунтується на засадах соціальної відповідальності тих, хто приймає бізнес-ухвали, за тих, на кого прямо або опосередковано ці рішення здійснюють вплив. Програма корпоративної культури полягає у розробці чогось корисного не тільки для потенційних клієнтів з суто приватних мотивів, але й формує довгострокові переваги в очах великої аудиторії (власних стейкхолдерів – усіх учасників ринку санаторно-курортних послуг) через корисні й добродійні справи [367].

Аналіз результатів дослідження свідчить, що соціал медіа маркетинг сприяє розвитку санаторно-курортних послуг на регіональному рівні, адже забезпечує збільшення кількості відвідувачів сайтів суб'єктів-надавачів послуг, допомагає маркетологам оздоровчих закладів збирати інформацію про користувачів, їх уподобання та конкурентів.

Розподіл переваг соціал медіа маркетингу в практичній діяльності рекреаційних закладів, відповідно до звіту «Social Media Marketing Industry Report» (2017 р.), відображено на рисунку 3.2.

Серед перших двох переваг SMM - покращання позиції бренду санаторно-курортних та оздоровчих підприємств на ринку (визнано 88% усіх маркетологів) і збільшення трафіку (78% експертів стверджують про відповідний позитив та результативність).

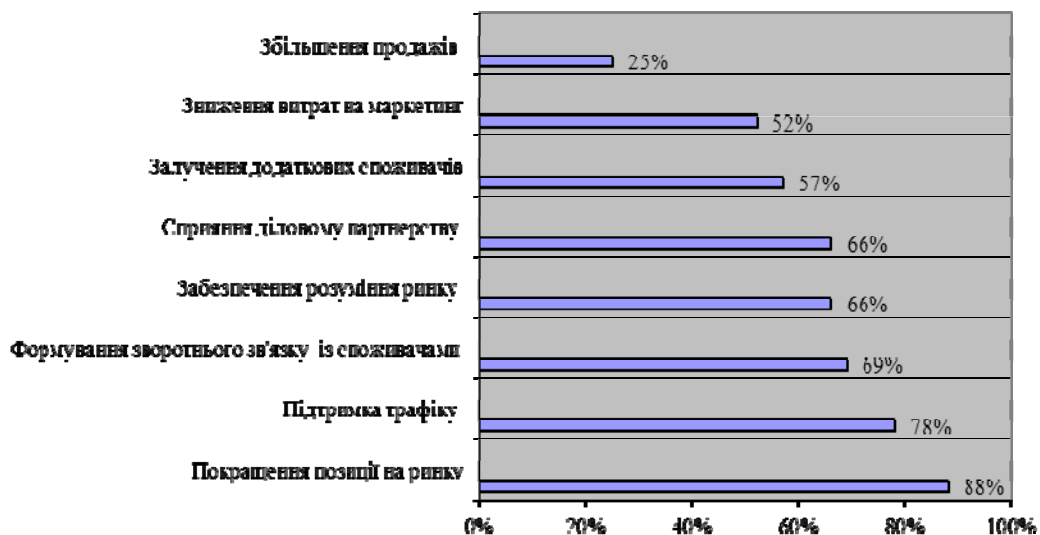


Рис. 3.2. Переваги соціал медіа маркетингу на регіональному ринку санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором на основі [401]

Отже, за допомогою таких маркетингових інструментів в соцмережах можливо збільшити експозицію санаторно-курортного бізнесу. Переважна більшість SMM-спеціалістів використовують соціальні мережі для формування зворотного зв'язку зі споживачами (69%). За умов глобалізації та динамічних змін на ринку рекреаційних послуг, SMM забезпечує для менеджменту санаторно-курортних підприємств обізнаність серед ключових тенденцій розвитку ринку (66%). Використання інструментів соціал медіа маркетингу сприяє розвитку ділового партнерства (66%) та пришвидшує темпи залучення додаткових споживачів (57%) через збільшення кількості регулярних користувачів сайтів оздоровчих закладів та відвідувачів сторінок у соцмережах. SMM сприяє заощадженню видатків на маркетинг для санаторно-курортних підприємств, адже є одним з найменш витратних способів їх просування на регіональному та міжнародному ринках (52%). Постійна й активна присутність санаторно-курортних підприємств в глобальних, соціальних і пошукових системах забезпечує зростання обсягів реалізації послуг на 25%.

Опираючись на результати досягнень активної політики використання ресурсу соціал-медіа маркетингу відомих брендів в практичній діяльності суб'єктів підприємництва, нами проведено дослідження на тему «Маркетингове дослідження оцінки рівня впливу інструментів соціал-медіа маркетингу на розвиток регіонального ринку санаторно-курортних послуг». Інструментом аналізу слугувала анкета. Для збору інформації використано кількісні та якісні методи. Сформовано вибірку розміром 25 респондентів (санаторно-курортні заклади Вінницької області) (додат. Д).

Результати проведеного маркетингового дослідження (рис. 3.3) доводять, лідерами серед переваг соціал медіа маркетингу на регіональному ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області є покращення бренду підприємства (визнано маркетологами санаторно-курортних закладів з обраної вибірки в кількості 75%) та формування каналів зворотного зв'язку із споживачем санаторно-курортних послуг (визнано маркетологами санаторно-курортних закладів з обраної вибірки в кількості 69%). Переважна більшість SMM-спеціалістів на ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області використовують соціальні мережі для підтримки трафіку (65%). В умовах активної політики розвитку інтернет-технологій SMM забезпечує санаторно-курортним підприємствам Вінницької області додаткових споживачів (62%). Використання інструментів соціал медіа маркетингу у стратегії просування санаторно-курортних послуг на внутрішньому й зовнішньому ринках, зменшує рівень витрат на маркетинг (61%) та сприяє розвитку ділового партнерства (59%). Завдяки формуванню зворотного зв'язку між санаторно-курортними закладами та споживачами оздоровчих послуг, менеджмент володіє постійною інформацією, щодо вимог та потреб ринку (55%). Активна присутність санаторно-курортних закладів Вінницької області в глобальних, соціальних та пошукових системах забезпечує зростання обсягів реалізації оздоровчих послуг на 33%.



Рис. 3.3. Переваги соціал медіа маркетингу на регіональному ринку санаторно-курортних послуг Вінницької області

Джерело: побудовано автором на основі маркетингового дослідження

Окрім ключових переваг соціал медіа маркетингу, визнаних маркетингологами на рівні світового ринку, доречно взяти до уваги і такі:

- Можливості доступу до ключових функцій таргетингу - рекламний інструмент, дозволяючий виокремити з усієї наявної кількості саме ту частину, яка відповідає вказаним критеріям (цільова аудиторія), і донести таку рекламу саме цій аудиторії. Серед параметрів налаштувань можуть бути вік, стать, сімейне становище, професія, уподобання різних видів розважально-культурних послуг санаторно-курортних закладів.
- Реклама в соціальних мережах, яка не носить нав'язливого характеру.
- Побудова взаємовідносин як з споживачами санаторно-курортних послуг, так і з засобами масової інформації, що дозволяє надати корисну інформацію про сферу оздоровчих послуг цільовій аудиторії.
- Клієнтська підтримка та зворотний зв'язок, які надають можливість покупцям безпосередньо ставити запитання виробникам санаторно-курортних послуг того чи іншого регіону.

- Співпраця зі споживачами щодо асортиментної та цінової політики в розрізі регіонів.

- Формування лояльності суб'єкта надання санаторно-курортних послуг не лише як виробника, але й як потенційного роботодавця.

- Можливість виходу на міжнародний ринок.

- Збільшення обсягів надання та реалізації санаторно-курортних послуг.

- Гарантія підвищення іміджу та впізнаваності бренду оздоровниць.

- Економія витрат тощо.

Здійснення ефективної політики соціал медіа маркетингу є важливим інструментом в питаннях просування санаторно-курортних послуг на регіональному, національному та міжнародному ринках. Задекларовані інструменти спрямовані на залучення додаткових споживачів, розширення цільового сегменту, поліпшення та захист іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг через формування лояльності до бренду. Наведені пропозиції щодо комплексного використання можливостей SMM дозволять суттєво підвищити конкурентоспроможність санаторно-курортних послуг за умов кожного регіону.

3.2. Бренд-підхід у підвищенні конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону

Ускладнення економічних умов функціонування та розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіонів, збільшення конкуренції на внутрішньому ринку, а також перспективи, що відкриваються у зв'язку з приєднанням України до міжнародного економічного простору та на шляху до децентралізації, спонукають суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг до створення й використання засобів індивідуалізації. Найбільш ефективним серед них виступає брендинг. Впровадження брендингу, як інструменту маркетингу, є

однією з ключових умов розвитку локального ринку оздоровчих послуг за умов сьогодення.

Розквіт поняття брендингу санаторно-курортних послуг регіону припав на другу половину XX століття, каталізаторами цього процесу вважається: вихід на ринок виробників зі схожими продуктами (санаторно-курортними послугами), посилення конкуренції, зміна смаків та уподобань споживачів, зростання рівня задоволення купівельної вигоди споживачами.

Інтенсивне використання бренда на ринку санаторно-курортних послуг регіону в кінці XX на початку XXI століття пояснюється низкою чинників:

- Нематеріальністю санаторно-курортних послуг. Виробники, пропонуючи санаторно-курортні послуги, не мають змоги продемонструвати їхню споживчу цінність, оскільки єдиним джерелом візуалізації є можливості інфраструктури санаторно-курортних закладів або відгуки та емоції відпочивальників.

- Зростанням рівня конкуренції на регіональному ринку санаторно-курортних послуг, що супроводжується переорієнтуванням фокусу суперництва з ціни на якість.

- Необхідністю постійно модернізувати на основі інновацій санаторно-курортні послуги, що додає для оздоровчого закладу зайві витрати на комплекс маркетингових комунікацій. Проте, використання технології бренда дозволяє скоротити ці витрати шляхом залучення до лінійки продуктів новинок в наданні санаторно-курортних послуг, викликаючи тим самим довіру та підвищуючи рівень лояльності споживачів до такого бренду, через постійне оновлення його стратегії.

- Застосуванням бренда на регіональному ринку санаторно-курортних послуг як перспективи, позаяк торгові марки санаторно-курортних продуктів більш стійкі до змін ринкової кон'юнктури.

Значний внесок у розвиток методології і практики використання брендингу зробили знані іноземні та вітчизняні опініон-лідери Д. Аакер, А. Бад'їн, С. Васильчак, Н. Стручок, С. Гаркавенко, Т. Геда, О. Голін,

А. Ельвуд, Б. Кардоф, Ф. Котлер, Н. Куденко, Ж.-Ж. Ламбен, М. Марк, Л. Рейс, В. Тамберг, А. Уїллер та інші.

У маркетингу під брендом розуміється унікальне ім'я, символ, дизайн або образ, застосований для ідентифікації конкретної санаторно-курортної послуги або оздоровчого закладу. Насправді бренд - це не лише торгова марка, структурними компонентами якої є назва (brand-name), графічне зображення (логотип) та слоган регіону, туристичної дестинації, санаторно-курортного закладу, послуги. На думку науковця К. Шаповаленко, поняття бренду значно ширше, оскільки додатково включає:

- продукт або послугу з структурними характеристиками, для яких наявні рівень очікувань, функціональні та емоційні асоціації (brand attributes);
- візуальне сприйняття марки, що створюється рекламою (brand-image);
- рівень впізнаваності марки користувачем, потужність бренду (brand power);
- осяжність бренду, визнання його споживачем (brand loyalty) та інше [341].

Американська асоціація маркетингу подає наступне визначення бренду: «Бренд - є ім'я, знак, символ чи дизайн, або комбінація всього вищезгаданого, що призначені для ідентифікації товарів та послуг продавця (групи продавців), а також для відмінності товарів і послуг від конкурентів». Д. Аакер погоджується з даним трактуванням, акцентуючи увагу на символічній сутності брендингу та його призначенні, що полягає у ідентифікації й диференціації товарів і виробників через комунікаційні канали [344]. Бренд, як комплекс унікальних обіцянок, щодо функціональних, емоційних, психологічних і соціальних параметрів визначено у дослідженнях В. Перція, Л. Мамлєєва та інших вчених. На психологічному сприйнятті бренду зосереджено увагу в працях Д. Огілві, Ж.-Н. Капферер, О. Зозульова.

Важливим інтелектуальним, нематеріальним ресурсом підприємства вважають бренд С. Девіс і В. Тамберг. Бачення бренду як образу, створеного у

свідомості споживача за допомогою комунікаційного впливу та певних законів, характерно для робіт А. Бад'їна та А. Репєва.

Виходячи з представлених поглядів, дефініцію «брендинг» можна розглядати як систематичний, виважений комплекс дій, що включає планування та запровадження сукупності заходів по формуванню на ринку іміджу марки санаторно-курортних послуг, підходів для трансформації марки у бренд з метою створення бажаних інтуїтивних уподобань та переваг у споживачів до таких послуг.

На висококонкурентному ринку сформований бренд санаторно-курортної послуги характеризують ознаки, що дозволяють оцінити його рівень:

1. високий рівень пізнаваності в цільовому сегменті. Маркетологи вважають, що ступінь обізнаності бренду санаторно-курортних послуг серед сукупності пропонованих імен не повинна опускатись нижче 60%;
2. якість пропонованих санаторно-курортних послуг на ринку відповідає заявленим ознакам бренду і є стабільною протягом тривалого періоду часу;
3. позитивний характер емоцій споживачів, що викликає бренд у цільового сегменту споживачів;
4. стійка політика лояльності потенційних клієнтів до бренду санаторно-курортних послуг.

Визначальне завдання стратегії брендингу – формування сильного бренду. Попит на санаторно-курортні послуги, які просуваються відомими брендами, зростає більш високими темпами, порівняно з послугами, що не є брендами. Аналіз наукових праць доводить, бренд вважають таким, що розвивається, якщо його вирізняють від 30 до 60% споживачів і таким, що потребує розвитку - менш, ніж 30% споживачів[45].

Питання брендингу санаторно-курортних послуг варто досліджувати в комплексі з брендом дестинацій санаторно-курортних продуктів регіонального ринку. Для споживачів санаторно-курортних послуг бренд дестинації - це логотип, марка, слоган, інструменти пропаганди, що рівнозначно

ідентифікують та диференціюють дестинацію. Бренд доносить до споживача інформацію про споживчу вартість санаторно-курортних продуктів, що асоціюється з дестинацією, дозволяє зосереджувати увагу на цікавих сприйняттях при відвідуванні локації.

Комплекс цінностей, які отримує споживач, виступає джерелом формування бренду дестинацій санаторно-курортних послуг регіонального ринку:

1) функціональні вигоди базуються на характеристиках самої дестинації: можливість відпочити, покращити своє здоров'я, отримати високоякісний сервіс, гарне харчування та розваги;

2) емоційні вигоди співвідносяться з формуванням позитивного ставлення споживача до дестинації: отримати нові враження, яскраві знайомства;

3) вигоди, пов'язані із задоволенням самовираження.

У багатьох випадках ключовий продукт (санаторно-курортна послуга) мало відрізняється від інших, тому трактування брендингу дестинації цих послуг регіонального ринку достатньо часто асоціюють з сукупністю поодиноких брендів та суббрендів, для яких доречно продукувати спільну політику управління, що сформована на концепції архітектури бренду (рис. 3.4):

1 рівень: Збірний бренд - регіональний бренд санаторно-курортних послуг;

2 рівень: Суббренд – місцевий бренд санаторно-курортних послуг;

3 рівень: Підтримуючий бренд - бренд посередника у реалізації санаторно-курортних послуг;

4 рівень: Індивідуальний бренд - санаторно-курортні послуги.

Для ринку санаторно-курортних послуг запропонована пропозиція є достатньо аргументована, зважаючи на розпорошеність по всій території країни дестинацій санаторно-курортних послуг та низький рівень проведення дієвої промоційної політики, що значно ускладнює можливість сформувати

самостійний індивідуальний бренд. Формування індивідуальних брендів для виокремлених типів санаторно-курортних послуг процес не простий та затратний, тому, на нашу думку, більш раціональним розв'язком є поєднання ресурсних можливостей окремих типів санаторно-курортних послуг з визначеної дестинації й створення інтегрованого бренду.

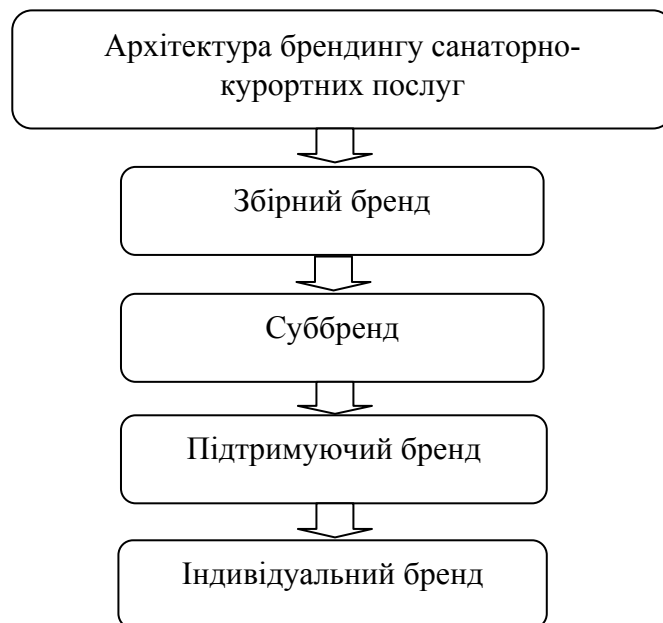


Рис. 3.4. Концепція архітектури бренду дестинації санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором на основі [244].

У своїх працях Саймонт Анхольт, розкриваючи суть брендингу туристичних дестинацій, виокремлює макети стратегічних цілей та завдань, пропонує методичні підходи і систематизує інструментарій брендингу для самостійних територіальних одиниць (туристичних дестинацій) [100]. Враховуючи описані положення та опираючись на результати дослідження, доречно констатувати 8 принципів формування брендингу дестинацій санаторно-курортних послуг на регіональному ринку.

1. Формує престижність санаторно-курортного регіону.
2. Імідж дестинацій санаторно-курортних послуг досить часто носить застарілий характер, а стратегія брендингу є незбалансованою за своєю структурою.

3. Ключовим завданням є формування довіри до нього, стійкого та незаперечного сприйняття корисності у майбутньому, адже висвітлює загальну потребу споживачів у покращенні здоров'я, економічного та соціально-культурного становища.

4. По відношенню до регіонального ринку створює сприятливе економічне та соціальне становище.

5. Джерелом для розвитку сфери санаторно-курортних послуг слугуватимуть оригінальні ідеї, концепції та досвід споживачів, які доцільно виявляти й розвивати.

6. Варто показати DESTINATION санаторно-курортних послуг з найкращої сторони та розказати про неї цікавими, достовірними фразами, що аргументують і запам'ятовуються.

7. Об'єднує споживачів, національні й міжнародні організації, інститути.

8. Довготерміновий проект. Формування стратегічної мети з її реалізацією вимагають часу, спокою, вмінь. При правильному управлінні та організації майбутні переваги перевершать витрати.

Створення результативної стратегії брендингу DESTINATION санаторно-курортних послуг є визначальним моментом у прийнятті рішень для досягнення поставлених цілей та завдань. До основних інструментів брендингу DESTINATION санаторно-курортних послуг доречно віднести наступні:

1) Стратегічні інструменти: виокремлення пріоритетних шляхів розвитку, базуючись на результатах соціально-економічного аналізу, вивченні політичної ситуації у регіоні та країні, оцінці культурного, творчого потенціалу й місця розташування DESTINATION, окреслення місії DESTINATION, написання слогану, який ґрунтується на основній меті її функціонування і діяльності.

2) Інструменти корпоративної ідентичності: формування одного стилю й дизайну чільних належностей DESTINATION санаторно-курортних послуг; випуск рекламно-інформаційних буклетів, флаєрів, візиток, сувенірних виробів, витриманих в принципах корпоративної ідентичності; підготовка офіційного сайту різними мовами.

3) Засоби рекламної компанії (реклама в ЗМІ).

4) Інструменти Паблік-Рілейшнс: створення й зміцнення престижного іміджу дестинації санаторно-курортних послуг; актуалізація території, з якою безпосередньо асоціюються санаторно-курортні послуги; проведення особливих подій і заходів; поява регіонального курорту на міжнародному рівні з демонстрацією його переваг, генерування та розкручування регіональних брендів санаторно-курортних послуг.

Брендинг дестинації санаторно-курортних послуг потребує дієвого використання візуалізації, яка трансформується у емоційно-приманливий логотип та віддзеркалює корисність, вплив на покращення здоров'я, самопочуття і настроїв споживачів. Сила дії візуальної складової на поведінку споживача забезпечує створення бренд-капіталу дестинації, що характеризується збільшенням рівня привабливості й обізнаності.

Враховуючи викладені вище трактування, процес формування бренду дестинації санаторно-курортних послуг може бути представлений п'ятьма послідовними етапами (рис. 3.5).

За результатами опитування німецьких спеціалістів з маркетингу, проведеного Інститутом Соціологічних досліджень і Статистичного Аналізу Forsa, event-marketing в умовах сьогодення стає однією з невід'ємних складових розвитку торгової марки на ринку. Event-маркетинг являє собою організацію проведення спецзаходів, спрямованих на реалізацію бренду дестинації санаторно-курортних послуг з залученням своєрідних маркетингових інструментів, головною метою якого є формування незабутніх вражень, позитивних емоцій та покращення настрою. Структуру маркетингових комунікаційних технологій Event-маркетингу формують ATL (At-the-line) - пряма реклама, BTL (Below-the-line) - непряма реклама та PR (паблік рілейшинз) (рис. 3.6). При цьому ATL поділяється на креативний і медичний сервіс.

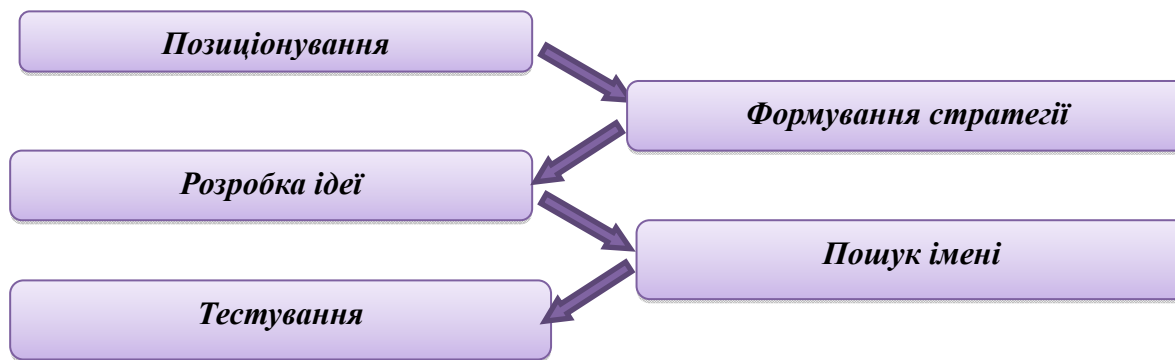


Рис. 3.5. Етапи формування бренду DESTИНАЦІЇ санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором на основі [186]

Дослідники Інституту Forsa довели, що заходи event-маркетингу впливають на емоційні враження, при цьому 56% респондентів сприймають їх одночасно як емоційне та інформаційне просування бренду. 40% таких заходів є оптимальним способом обміну думками й досвідом з представниками цільових груп (рис. 3.7).

З метою обґрунтування концептуальних засад управління брендингом санаторно-курортних закладів на регіональному рівні необхідно вивчити методологічні та методичні підходи оцінки ринкових позицій санаторно-курортних послуг на основі брендингу, як маркетингової технології підвищення рівня конкурентоспроможності та концепції розвитку на тактичному і стратегічному рівнях. При цьому слід враховувати інклюзивність основних споживачів послуг та методичні розробки формування лояльності до брендів.

Методичним підходом до визначення ефективності бренду обрано спосіб оцінки функціональної, психологічної, інтелектуальної та символічно-комунікаційної складових. Відповідно даної методики, результативність використання технології брендингу залежить від ефективного та комплексного залучення складових бренду у трьох площинах: матеріальній (фізичні характеристики), ідеологічній (асоціативний ряд бренду) та інформаційного простору бренду (засоби передачі інформації). Інтегрувавши закладені у бренді три компоненти, отримуємо зворотний ефект - лояльність споживача до бренду.

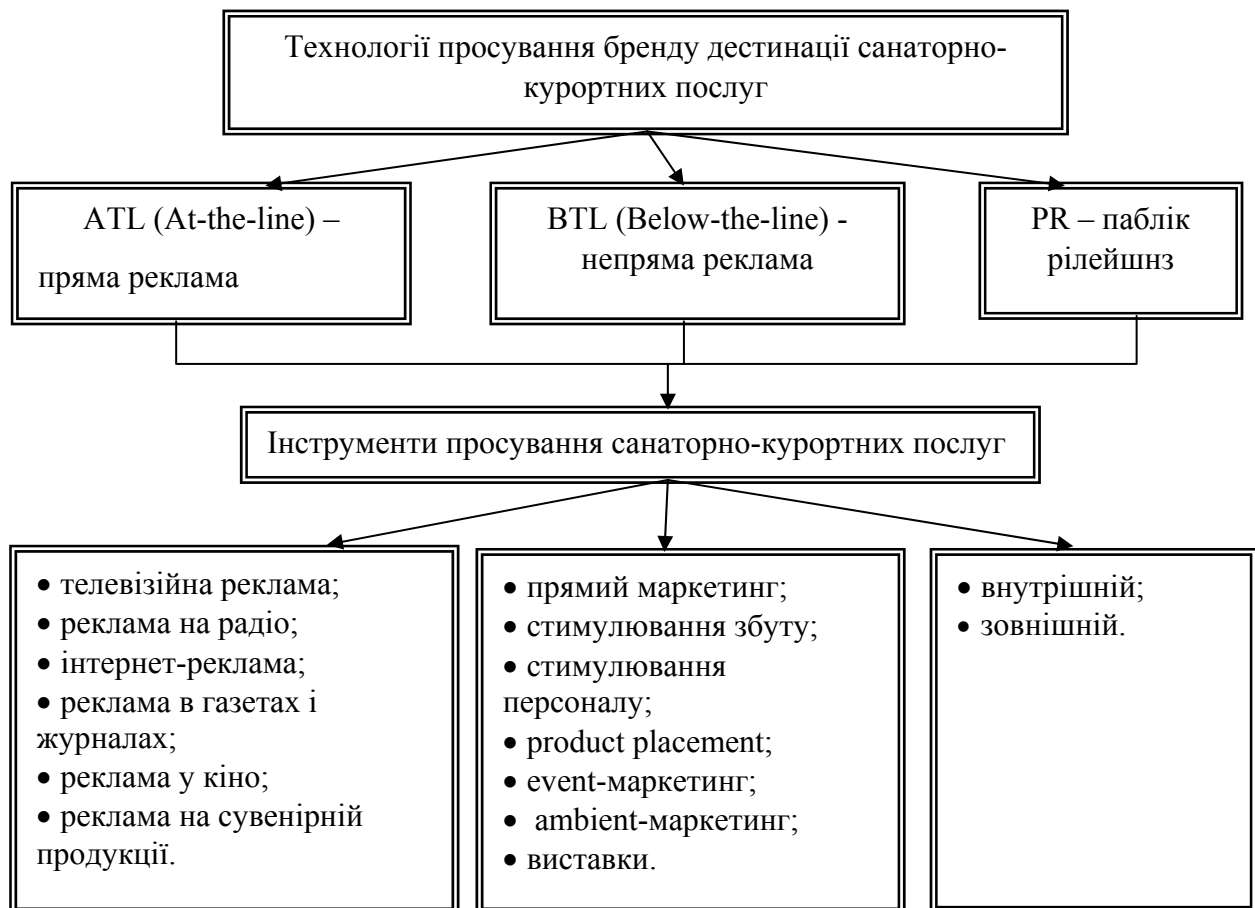


Рис. 3.6. Маркетингові комунікаційні технології та інструменти просування бренду дестинації санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором на основі [168]

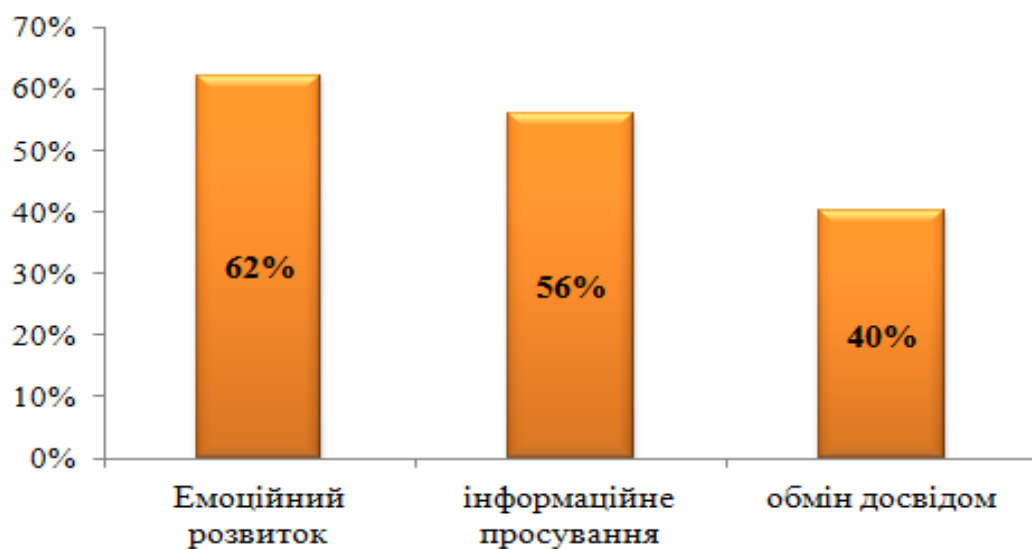


Рис. 3.7. Заходи event-маркетингу щодо просування бренду дестинації санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором на основі [3]

Ефективність управління брендом санаторно-курортних послуг регіону зумовлена ступенем його дії на лояльність клієнтів. З огляду на сказане, бренди і прихильність до них створюються у свідомості споживачів шляхом розбудови позитивних асоціативних вражень, емоцій. Вплив бренду на розвиток політики лояльності рекреантів визначено на основі рівня залученості їх у процес брендоутворення та ступеня трансформації сприйняття визначених брендів оздоровчих послуг, що покладені на методи та моделі. Передусім, зосередимось на моделі Л. де Чернатоні, суть якої полягає у створенні матриці з двох стовпців (відображення внутрішньої і зовнішньої оцінки бренду) і п'яти рядків (мета бренду, організаційна культура, його завдання, суть, впровадження, джерела ресурсів організації й просування бренду).

З метою вивчення впливу брендингу на формування лояльності клієнтів до відомих брендів санаторно-курортних послуг нами проведено маркетингове дослідження. Для збору інформації використано кількісні та якісні методи. Сформовано вибірку розміром 150 респондентів (з них 54% жіночої, 46% чоловічої статі). Інструментом аналізу слугувала анкета «Маркетингове дослідження регіонального ринку санаторно-курортних послуг» (додат. Е).

В процесі наукового спостереження додатково розглянуто політику брендингу рекреаційних послуг по окремих регіонах України. З генеральної сукупності обрано чотири області - Вінницьку, Львівську, Закарпатську та Херсонську, які надають регулярну повну статистичну звітність з високим рівнем вірогідності. Ця обставина пояснюється наявністю у згаданих регіонах фахівців з маркетингу у складі управлінь туризму та курортів, котрі опікуються питаннями функціонування санаторно-курортних та оздоровчих закладів, а також готовністю менеджменту до співпраці щодо апробування підходів у визначенні стратегії брендингу дестинацій санаторно-курортних послуг (рис. 3.8).

Як видно з побудованої автором схеми, інтенсивність стратегії брендингу дестинації санаторно-курортних послуг поділена на чотири рівні: низький, задовільний, середній та високий. Регіони України, де відсутні чіткі підходи до розвитку брендингу дестинації курортних послуг будуть віднесені до низького

рівня, області зі сформованою стратегією матимуть задовільний рівень. Середній рівень передбачає стратегічне управління політикою брендингу дестинації та гнучкість процесу надання послуг. Успішний маркетинг та розвинена політика брендингу, широкість асортименту, використання інноваційних технологій у наданні послуг вважаються маркерами високого рівня.



Рис. 3.8. Ранжування регіонів України за ознакою інтенсивності стратегії брендингу дестинації санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором

Отже, проведений аналіз демонструє, що основними інструментами впливу на купівельну поведінку споживачів є: реклама - 41%; рівень брендованості санаторно-курортної послуги - 38%; відгуки друзів - 23%; цінова політика - 19%; система знижок - 23%; інші інструменти - 10% (рис. 3.9).

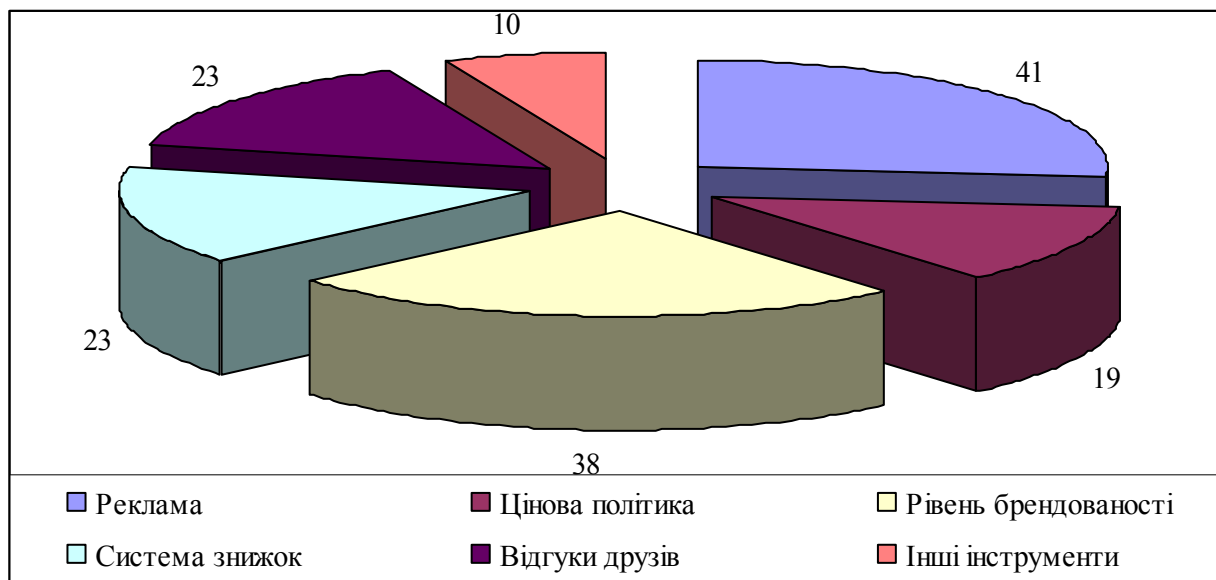


Рис. 3.9. Питома вага інструментів впливу на купівельну поведінку споживачів Вінницької області, %

Джерело: побудовано автором

В процесі дослідження виявлено високий рівень обізнаності серед існуючих та потенційних споживачів щодо санаторно-курортних послуг Закарпатської та Вінницької областей, тоді як послуги, що надаються оздоровчими закладами Львівської області для нинішніх пацієнтів є відомими, а для потенційних - відомі певною мірою. Низький рівень компетентності відносно санаторно-курортних послуг спостерігається на Херсонщині, оскільки для потенційних споживачів ці послуги не знайомі (табл. 3.2).

За результатами експертної оцінки ринкових позицій санаторно-курортних послуг регіонів України бренд Закарпатської області визнано сильним, що забезпечує для підприємств цієї сфери положення лідера на ринку - 45 балів (табл. 3.3).

Оцінка рівня пізнаваності брендів

Оцінюючий критерій	Оцінка відповідей, бали (відомий - 3; відомий певною мірою - 2; невідомий - 1)			
Відомість бренду	Закарпатська область	Вінницька область	Львівська область	Херсонська область
Існуючими споживачами	Добре відомий - 3	Добре відомий - 3	Добре відомий - 3	Відомий певною мірою - 2
Потенційними споживачами	Добре відомий - 3	Відомий певною мірою - 2	Відомий певною мірою - 2	Невідомий - 1

Джерело: побудовано автором

На думку існуючих споживачів, імідж курортних послуг Закарпатської, Вінницької та Львівської областей має відмінності, оскільки пропонувані послуги розраховані для обраного цільового сегмента і маркетингова політика направлена для задоволення його смаків та уподобань (додат. Є табл. Є.1).

Істотно відрізняється імідж Херсонської області, адже максимально використовує стратегію концентрованого маркетингу. Жодних конкурентних переваг не вбачають потенційні клієнти у процедурах, наданих оздоровницями Львівської та Херсонської областей, проте погоджуються з наявністю пріоритетів на ринку курортів Закарпатської та Вінницької областей.

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади Вінницької області притримуються маркетингової стратегії послідовника (39 балів за експертною оцінкою) (додат. Є табл. Є.1), мета якої полягає у збільшенні частки ринку й наближенні до лідера, використовуючи стратегію фронтального наступу за всіма позиціями комплексу маркетингових заходів в цілому.

Бренд санаторно-курортних послуг Львівської області (34 бали) (додат. Є табл. Є.1) необхідно поступово відновлювати за рахунок агресивної комунікаційної та диверсифікованої асортиментної політики, водночас захищати позиції на ринку й бути достатньо гнучкими в питаннях ціноутворення.

Оцінка ринкових позицій брендів санаторно-курортних послуг регіонів України

Оцінюючий критерій		Оцінка відповідей	
		Закарпатська область	Херсонська область
1. Позиція бренду на ринку (наскільки відомий)		Лідер - 3	Регіон, що відстає - 1
варіанти	Існуючими споживачами	Добре відомий - 3	Відомий певною мірою - 2
	Потенційними споживачами	Добре відомий - 3	Невідомий - 1
2. Чи є проблеми з поточним іміджем			
варіанти	Низька якість послуг	немає проблем -3	є суттєві проблеми - 2
	Не користується популярністю	немає проблем -3	є суттєві проблеми - 2
	Завищена ціна	є суттєві проблеми - 1	немає проблем - 3
	Межі бренду розмиті	немає проблем -3	є суттєві проблеми - 1
	Проблеми при наданні послуг	немає проблем -3	є суттєві проблеми - 1
	інші	немає проблем - 3	немає проблеми - 3
3. Наскільки імідж бренду відрізняється від іміджу конкуруючих брендів			
варіанти	Іміджу конкуруючих брендів	Відрізняється певною мірою - 3	Не відрізняється - 1
	Іміджу брендів інших регіонів	Відрізняється певною мірою - 2	Відрізняється певною мірою - 3
4. Наскільки висока лояльність бренду серед			
варіанти	Працівників	Висока лояльність - 3	Середня лояльність - 2
	Партнерів	Висока лояльність - 3	Середня лояльність - 2
	Споживачів	Висока лояльність - 3	Середня лояльність - 2
5. Наскільки бренд близький:			
варіанти	Операційним процесам	Дуже близький - 3	Близький певною мірою - 2
	Корпоративній культурі	Дуже близький - 3	Не близький - 1
6. Наскільки сильна позиція бренду на ринку		Сильна позиція - 3	Слабкий бренд - 1
Загальна оцінка ринкових позицій		45 балів	29 балів

Джерело: побудовано автором

Оздоровчі послуги Херсонської області (29 балів за шкалою експертів) – це бренд, що не входить до списку найсильніших брендів. Для його управління

необхідно щороку переглядати маркетинговий бюджет за допомогою додаткових фінансових ресурсів, також на початковій стадії становлення брендингу доцільне дотримання маркетингової стратегії нішера.

Вагомим чинником виявився рівень лояльності споживачів до визначених брендів санаторно-курортних послуг, адже певні респонденти вважають не виправданим співвідношення ціни та якості на окремі послуги. Цей факт говорить про неефективність цінової політики, відсутність розуміння купівельної спроможності населення і, як результат, низький рівень довіри до бренду. За результатами дослідження нами сформовано відповідний рейтинг по відношенню до визначених брендів (рис. 3.10).

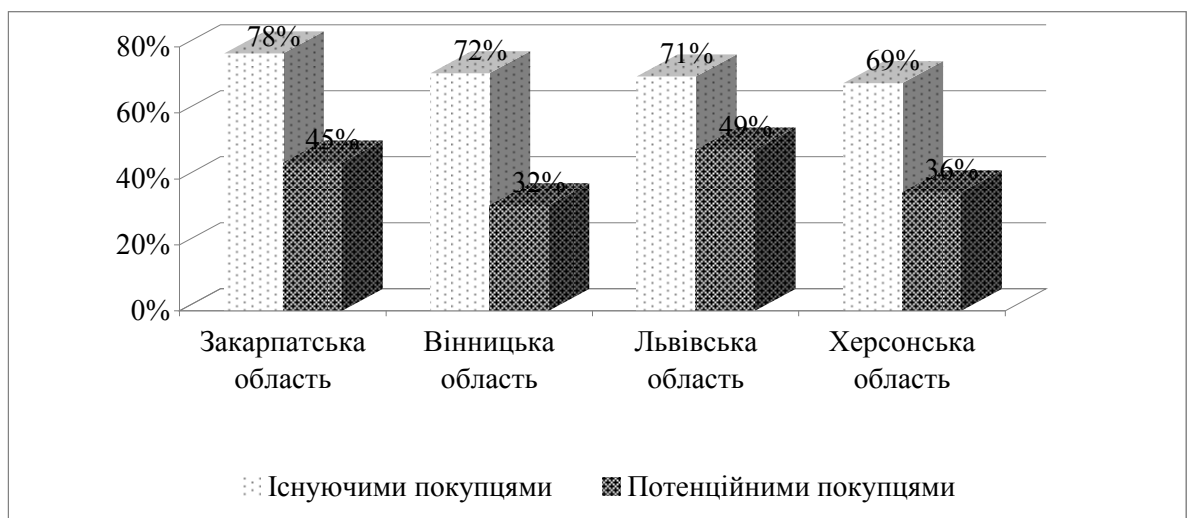


Рис. 3.10. Рівень лояльності респондентів (існуючих та потенційних споживачів) до обраних брендів, %

Джерело: побудовано автором

Так, серед існуючих споживачів Закарпатської області рівень лояльності становить 78%, Вінницької - 72%, Львівської - 71%, Херсонської - 69%. В перспективі розширити частку ринку за рахунок переходу клієнтів зі статусу потенційних до існуючих буде дуже важко усім вище згаданим брендам, оскільки показник довіри до них в цій групі нижчий за 50%, що засвідчує низький попит на санаторно-курортні послуги.

Чинниками впливу на особисте ставлення покупців до санаторно-курортних послуг Закарпатської та Вінницької області є: якість послуг, їхній

асортимент, акційні пропозиції, комплекс додаткових послуг, імідж бренду у порівнянні з іншими (рис. 3.11).

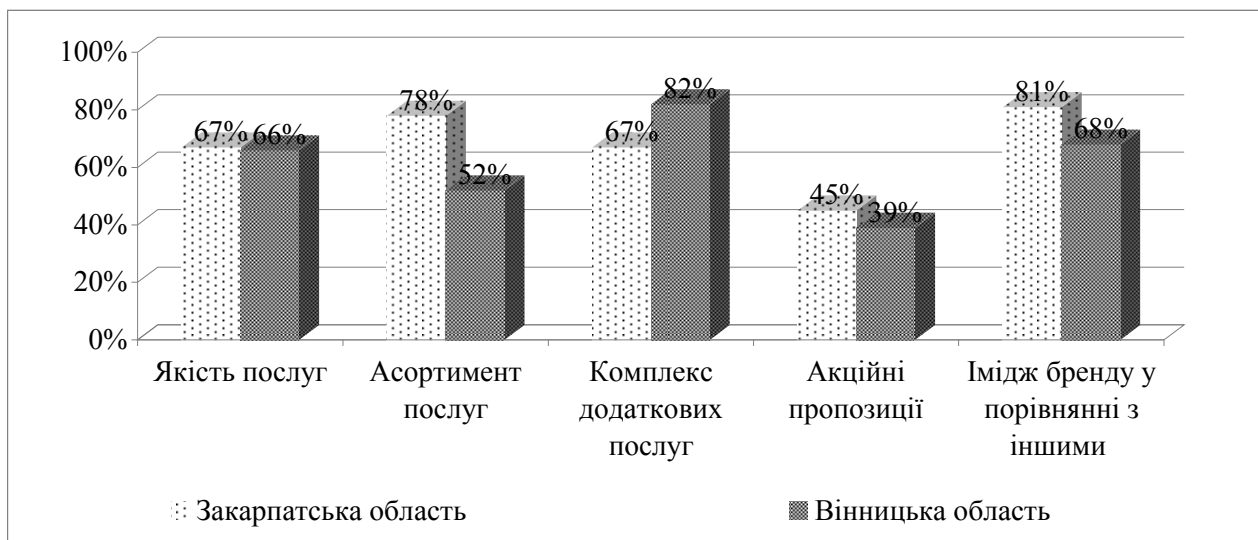


Рис. 3.11. Питома вага чинників впливу на ставлення споживачів до бренду санаторно-курортних послуг Закарпатської та Вінницької областей, %*

*Джерело: побудовано автором

Для санаторно-курортних послуг Львівської та Херсонської областей такими факторами слугують: доступна ціна, наявний асортимент, місце розташування, рівень обслуговування, імідж послуг у порівнянні з іншими, система комунікацій (рис. 3.12).

Основою функціонування сфери санаторно-курортних послуг і головним фактором ефективної стратегії брендингу є довідкова інформація, позаяк без достовірних та актуальних відомостей неможливо забезпечити розвиток останньої. Інформація може надаватись усно, через друковану продукцію, спеціальні додаткові сервери в мережі інтернет, бази даних туристичного профілю, що охоплюють інформацію про оздоровчі заклади. Найбільш ефективним інструментом довідки про санаторно-курортні послуги є туристичні інформаційні центри (ТІЦ), які створюються з метою просування санаторно-курортних послуг регіону на національному та міжнародному рівнях й надання відомостей потенційним споживачам про рекреаційні заклади, різновиди послуг, їх корисність та переваги. Основне завдання ТІЦ - це

формування сприятливого інформаційного середовища локального ринку санаторно-курортних послуг для внутрішніх та іноземних споживачів. Ефективне вирішення цього питання забезпечує зростання потоків клієнтів в області. Звертаючись до ТІЦ, пацієнти можуть отримати довідкову інформацію щодо видів послуг та спеціалізації санаторно-курортних й оздоровчих закладів регіону; ознайомитись з природно-лікувальними й курортно-рекреаційними ресурсами; забронювати путівки; придбати курсівки на лікування; замовити екскурсії, гідів, перекладачів, трансфери, прокат автомобілів тощо. Як правило, ТІЦ діють в рамках певного регіону, представляють його санаторно-курортний потенціал і обслуговують споживачів. Проте, доцільнішим було б (на кшталт ТІЦ) створення суто курортного інформаційного центру (КІЦ) з аналогічними функціями та можливостями, що впливатиме на покращення просування регіонального санаторно-курортного продукту [82].

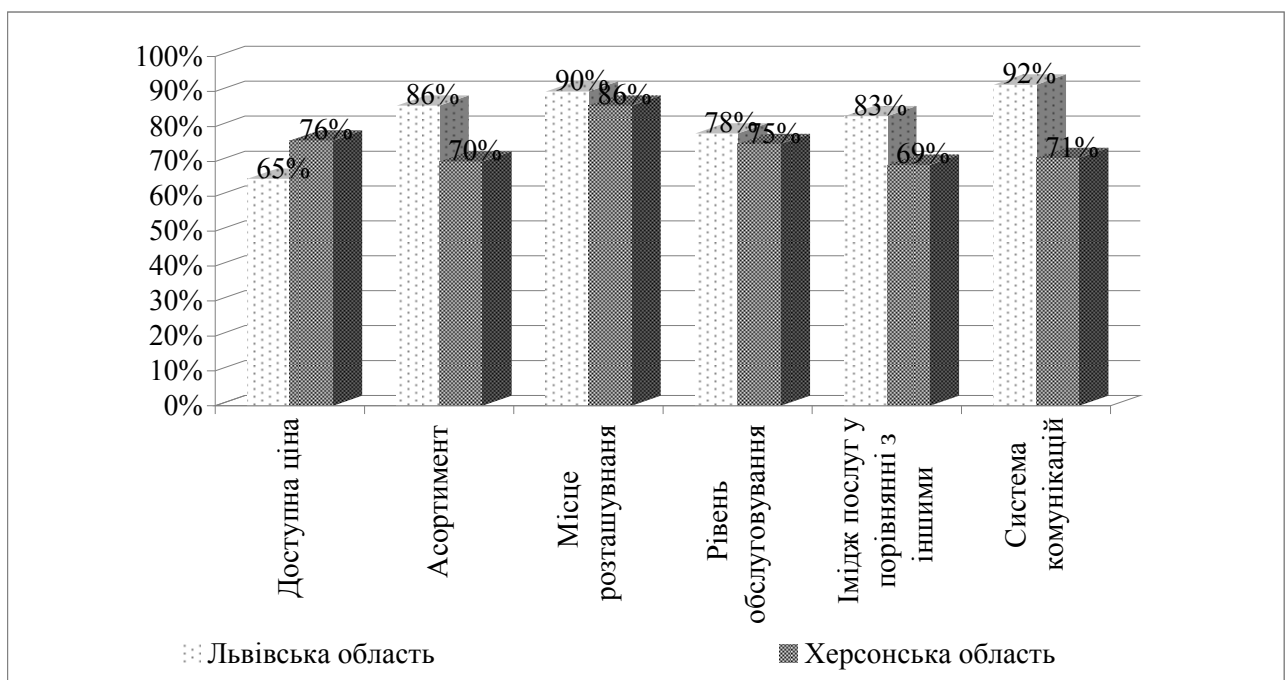


Рис. 3.12. Питома вага чинників впливу на ставлення споживачів до бренду санаторно-курортних послуг Львівської та Херсонської областей, %

Джерело: побудовано автором

Відтак, за умов сьогодення високої результативності досягатимуть ті заклади сфери санаторно-курортних послуг, в яких інформаційно-маркетингове

середовище наповнене високим економічним змістом, привабливістю та конкурентоспроможністю.

Аналіз сучасних трендів, котрі відповідають бізнес-умовам регіонального середовища, демонструє, що вибір оздоровчих закладів залежить від стану ринку санаторно-курортних послуг, наявних внутрішніх резервів і впливу зовнішніх умов. Доведено, що саме маркетингові інструменти, врахувавши стратегію, умови функціонування, сегменти, взаємозв'язок показників та рівнів управління, здатні максимально вплинути на систему підвищення активності ринку оздоровчих послуг регіону.

Для виходу на якісно новий рівень забезпечення діяльності оздоровчих закладів щодо формування та підтримки високого іміджу санаторно-курортних послуг доцільним є:

- 1) створення інформаційного поля (встановлення та дотримання стабільного, комплексного, багатовекторного на усіх ступенях суспільства постачання необхідної інформації про санаторно-курортні послуги регіону; управління повідомленнями у медіа-засобах через постійне відстежування та блокування або нівелювання суперечливих, некоректних та шкідливих інформаційних кампаній;

- 2) організація взаємовигідного співробітництва з діаспорою для пропагування санаторно-курортних послуг кожного регіону за межами країни. У такій співпраці держава повинна виступити головним менеджером, координатором, промоутером інформаційних потоків про санаторно-курортні послуги, а у суперечливих випадках - дипломатичним, фінансовим та правовим гарантом;

- 3) розвиток привабливої інвестиційної політики, що ґрунтується на побудові об'єктивно комфортного бізнес-середовища у сфері санаторно-курортних послуг в комплексі з дієвою комунікацією наявних потужностей і пропозицій, створення сприятливих умов для вільного доступу до потрібної інформації та безперешкодного обміну нею;

4) забезпечення бренд-підходу у підвищенні конкурентоспроможності оздоровчих послуг регіону.

Вищезапропоновані положення в сукупності з результатами проведених досліджень впливатимуть на розвиток сфери санаторно-курортних послуг в регіоні, що є одним з вагомих джерел формування місцевих бюджетів, зокрема в умовах децентралізації, та чинником покращення регіонального іміджу.

3.3. Парадигма системно-рефлексивного маркетингу як інструмент активізації конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в умовах регіону

На сучасному етапі розвитку міжнародного ринку послуг, в умовах євроінтеграції, поглиблення конкурентних відносин, зменшення тривалості життєвого циклу санаторно-курортних продуктів, набуває швидких темпів розвиток технологічних процесів, за яких вагомим інструментом формування конкурентних переваг оздоровчих підприємств на ринку санаторно-курортних послуг є маркетинговий підхід в контексті обраної стратегії.

Жорсткі умови кон'юнктури ринку санаторно-курортних послуг спонукають до вибудовування таких відносин між виробниками та споживачами, за яких враховуються інтереси усіх сторін. Виникає новий маркетинговий підхід до управління бізнесом, що зважає на потреби можливих споживачів, ґрунтується на виробничій діяльності санаторно-курортних закладів та формується функціями реалізації і просування продуктованих послуг.

Загалом, маркетинг - це підхід до керівництва бізнесом. Ефективність маркетингу визначається його роллю в бізнесі. Високий рівень віддачі присутній тоді, коли ринок є об'єктом маркетингового управління.

Для активізації підприємницької діяльності в санаторно-курортній сфері такі інструменти маркетингу, як планування товарної політики, організація

процесу просування та збуту санаторно-курортних послуг, налаштування дієвого механізму мотивації споживачів до їх затребування, здійснюють послідовний, ціленаправлений вплив на її розвиток. Роль маркетингового забезпечення в системі формування конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні визначається низкою положень, тобто маркетингова діяльність:

- 1) є основою для ухвалення управлінських рішень в сфері санаторно-курортних послуг;
- 2) сприяє вдосконаленню організації ринку санаторно-курортних послуг в цілому;
- 3) передбачає та ініціює пошук і впровадження інновацій;
- 4) координує відносини між суб'єктами ринку санаторно-курортних послуг;
- 5) забезпечує взаємодію з зовнішнім середовищем;
- 6) гарантує збереження і збільшення частки ринку санаторно-курортних послуг;
- 7) спрямована на зростання прибутковості ринку санаторно-курортних послуг;
- 8) орієнтована на задоволення потреб як споживачів санаторно-курортних послуг, так і усіх суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг.

В процесі надання та споживання санаторно-курортних послуг маркетинг виступає індикатором ринкових відносин між суб'єктами, інструментом управління розвитку підприємницької діяльності в санаторно-курортній сфері (франчайзинг), генерування партнерських відносин (бенчмаркінг, аутсорсинг).

Протиріччя, що проявляються в процесі аналізу, взаємні зауваження партнерів один до одного, стають підставою для створення нових мережних відносин та їх трансформації у новий етап – партнерство [104]. Так, науковець Д.В. Райко відзначає панівне значення маркетингу в управлінні функціонування суб'єкта підприємницької діяльності у 60-ті роки XX століття, коли фундаментальною була «неокласична парадигма». У цей період часу концепція

стратегічного управління тільки починала розроблятися і базувалась на поодиноких елементах маркетингу [289].

Кінець 70-х - початок 80-х років минулого століття ознаменувався «конфліктною парадигмою» маркетингу, яка ґрунтується на стратегії підприємств сфери санаторно–курортних послуг в процесі управління. Для цього етапу (превентивного використання стратегічного планування) розвитку маркетингу притаманна функція стратегічного управління.

Кінець 80-х - початок 90-х рр. ХХ століття визначається «раціональною» концепцією маркетингу, що побудована на засадах взаємодії, співпраці, збереженні ресурсів та охороні довколишнього оточення. Взаємоузгодженість інтересів виробників санаторно-курортних послуг, споживачів та суспільства виступили фундаментальною основою цієї моделі маркетингу.

У новітній науці маркетинг трактується як інтегрована функція, що є похідною від смаків, уподобань та інтересів споживачів [289].

Маркетинг сьогодні – це швидше наукова концепція управління, ніж творчий процес, оскільки першочергова ціль даної науки в сфері санаторно-курортних послуг, це зростання доходу суб'єктів господарювання за рахунок збільшення кількості нових замовників оздоровчих послуг та зростання обсягу їх споживання.

Не формування активної маркетингової стратегії суб'єктами підприємництва санаторно–курортної сфери та не використання її в процесі господарської діяльності може призвести до втрати прибутку завдяки невпорядкованій активності. Актуальним в такому випадку є складання кожним санаторно-курортним закладом власного плану дій в рамках окресленої маркетингової стратегії та контроль за його реалізацією.

Стратегія маркетингу – це комплекс заходів для досягнення санаторно-курортним підприємством (закладом) домінантного становища на конкурентному ринку оздоровчих послуг, формування сприятливого середовища функціонування, визначення першочергових проблем та потенційних ресурсів для досягнення поставлених завдань і цілей [344].

Центральним елементом виробничого менеджменту є стратегічний вибір, що базується на співставленні особистого ресурсного потенціалу підприємств санаторно-курортної сфери з можливостями й небезпеками зовнішнього середовища. Ринкову стратегію суб'єкта підприємницької діяльності сфери санаторно-курортних послуг слід трактувати як організований маркетинговий процес між тим, що оздоровчий заклад може здобути - його стратегічними планами, завданнями й цілями, та напрямом і методами дій, обраними для їх досягнення.

Ринкова стратегія - це визначена в часі фундаментальна маркетингова програма дій санаторно-курортних закладів, в якій враховується першочерговість проблем та засобів для досягнення головної мети. Ринкова стратегія окреслює центральні завдання та провідні напрями їхнього досягнення таким чином, що санаторно-курортні заклади можуть конкурувати та успішно функціонувати в умовах ринку.

Сучасне коригування маркетингових стратегій забезпечує помітну економію фінансових ресурсів за рахунок зменшення непродуктивних витрат санаторно-курортних закладів та зростання прибутковості від реалізації послуг. Проте, такого результату не завжди можна досягти лише менеджментом оздоровчих підприємств, внаслідок чого виникає необхідність в фаховій допомозі незалежних учасників ринку для суб'єктів сфери санаторно-курортних послуг. До прикладу, проведення незалежного аудиту породжує свіжі ідеї, що дозволяє по іншому подивитись на пересічні ситуації, намітити нові перспективи у веденні санаторно-курортного бізнесу.

Санаторно-курортні заклади активно використовують послуги незалежних експертів для консультацій у двох напрямках, по-перше, для аудиту маркетингу, по-друге, для визначення результативності наявних методів, побудови інтегрованих концепцій управління та комплексу маркетингу для своєї діяльності у межах основної стратегії розвитку. Поряд з потребою визначення ефективності маркетингової діяльності санаторно-курортних

підприємств існує супутня проблема - визначення результативності маркетингової політики, яка проводиться самими консультантами.

Стратегії діяльності санаторно-курортного закладу, побудовані на основі визначених цілей, реалізуються у змінних умовах функціонування ринку і не рідко коригуються в процесі виконання. Для того, щоб курортні установи не опинились у системі невизначеності необхідне здійснення маркетингового контролю і аудиту.

Про потребу розробки стратегій підприємств, в тому числі і санаторно-курортного закладу, переконливо висловився автор теорії стратегічного менеджменту, американський науковець Ігор Ансофф, який стверджував: «...компанії, за відсутності планованої і керованої стратегії, приречені на вимирання, за винятком хіба що монополій і субсидованих компаній. В компаніях, яким вдається вижити, стратегічною поведінкою принаймні керують» [346].

Стратегія санаторно-курортних закладів формується на основі рівнів декомпонування, для кожного з яких характерна стратегія чіткого рангу, що складають її ієрархічну будову. У багатопортфельному суб'єкті бізнесу (диверсифікованому, що пропонує ринку різноманітні послуги) використовують переважно чотирьохрівневу стратегію, до структури якої входять:

1. Корпоративна (фронтальна) стратегія, що водночас є портфельною.
2. Конкурентні (прагматичні, підприємницькі) стратегії.
3. Функціональні стратегії.
4. Операційні стратегії [309].

У вузькобізнесових закладах санаторно-курортної сфери (вузькопрофільних, що займаються виробництвом однотипної послуги чи санаторного продукту) послугуються трирівневою стратегією, що включає:

1. Корпоративну стратегію, яка паралельно виступає конкурентною (прагматичною, підприємницькою).
2. Функціональні стратегії.

3. Операційні стратегії.

Корпоративна (прагматична, підприємницька) стратегія у ієрархічній структурі посідає найвищий рівень. Встановлює фронтальний напрям діяльності санаторно-курортних закладів, наприклад, орієнтир на зростання і стабілізацію чи зниження.

Конкурентна (ділова, бізнесова) стратегія санаторно-курортних підприємств є частиною корпоративної доктрини, що визначає досягнення обраного вектору дії у будь-якій бізнес-одиниці та складає програму закріплення вагомих конкурентних позицій. Серед науковців прийнято вважати дані концепції стратегіями підприємницької діяльності або стратегіями конкурентних переваг.

Функціональні стратегії розробляють для кожного функціонуючого підрозділу санаторно-курортного бізнесу: стратегія створення й виробництва санаторно-курортних послуг, маркетингова стратегія, фінансово-економічна та інноваційно-технічна стратегії, стратегія управління кадровим потенціалом і т.ін. Функціональні стратегії деталізують корпоративну й конкурентні та підводять їх до структурно-функціональних підрозділів санаторно-курортних закладів. Проте, структурно-функціональні підрозділи рівнозначно активно позначаються на продукуванні корпоративної й конкурентних стратегій.

Операційні стратегії – це односторонні плани для головних структурно-функціональних підрозділів санаторно-курортних підприємств, при чому вони не є незалежними. Такі стратегії в ієрархії посідають найнижчий рівень, проте до них прив'язані стратегії вищих рівнів: корпоративна, конкурентні, функціональні. На кожному щаблі ієрархії формується стратегічне середовище, що впливає на нижчий рівень, та певні обмеження.

Управлінська криза ХХІ століття призвела до нового етапу еволюції управлінських заходів та підходів, які вирізняються переліком об'єктів управління, проактивністю підходів в ринковому середовищі, циклічним характером, орієнтацією на знання. В даному випадку управління маркетинговою діяльністю, як інструмент підвищення

конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг, набуває нового змісту, відбувається конвергенція стратегічного маркетингу та стратегічного управління.

Метою стратегічного маркетингу в санаторно-курортній сфері є формування програм з перспективою розвитку оздоровчих послуг на регіональному рівні, враховуючи стратегічні цілі, ринкові умови, загрози та можливості для розвитку. Місце стратегічного маркетингу в структурі системи управління розвитком санаторно-курортних послуг визначається тим, що він побудований з врахуванням концепцій стратегічного управління, де відображені цілі та завдання маркетингових стратегій.

Предметом стратегічного маркетингу є ефективне використання інструментарію маркетингу в системі розвитку, формування та реалізації послуг санаторно-курортних закладів на локальному рівні.

Розглядаючи функції стратегічного маркетингу в контексті регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг, доречно врахувати їх аналітичний характер та довгострокову перспективу. Функціями стратегічного маркетингу є:

- маркетинговий аналіз і прогнозування стану зовнішнього та внутрішнього середовища регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг, їхнього виробництва і реалізації;
- вибір та обґрунтування загальнокорпоративної стратегії розвитку санаторно-курортних закладів;
- участь в управлінні портфелем санаторно-курортного бізнесу;
- сегментація санаторно-курортного ринку;
- позиціонування санаторно-курортних послуг на ринку;
- розробка стратегії маркетингу;
- підготовка програми тактичного маркетингу;
- залежність від стилю управління керівника санаторно-курортного закладу;
- урахування інтересів стейкхолдерів.

Питання стратегічного управління висвітлено у наукових публікаціях багатьох іноземних вчених, зокрема І. Ансоффа, П. Друкера, П. Лоранжа, Г. Мінцберга, П. Портера, П. Сенджа, Дж. Б. Куїнна, А. Дж. Стрікланд, М.Х. Мексон, А.А. Томсон тощо. У вітчизняному науковому колі проблеми по стратегічному управлінню і стратегічному маркетингу висвітлювали С.В. Васильчак, О.С. Віханська, Г.І. Кіндрацка, Д.В. Райко, А.О. Старостина, Т.М. Циганкова. На думку цих науковців, стратегічний маркетинг є підґрунтям заснування теорії стратегічного управління. Чимало публікацій іноземних та вітчизняних дослідників присвячені теорії стратегічного маркетингу, серед яких доречно виокремити праці Ф. Котлера, М. Мак-Дональда, Жан Жак Ламбена, Н.В. Куденко, А.О. Старостиної та інших. Однак, у їхніх дослідженнях процес формування вітчизняних маркетингових стратегій трактується без урахування впливу глобалізаційних умов на ринкове середовище функціонування санаторно-курортних послуг.

Водночас, беручи до уваги процеси глобалізації, предмет стратегічного маркетингу вимагає для розвитку сфери санаторно-курортних послуг додаткового інтересу і подальшого вивчення, а також опрацювання сукупності питань, пов'язаних з застосуванням маркетингового інструментарію.

Концепції стратегічного управління сфери санаторно-курортних послуг певним чином залежні від здатності аналізувати та приймати рішення керівництвом оздоровчих закладів. Численні науковці виокремлюють такі опорні різновиди прийняття управлінських рішень: інтуїтивний (авторський), злагоджений (заснований на періодичному комплексному аналізі), емпіричний (ґрунтується на отриманих компетенціях, навику чи методі «випробувань та упущень»). Важливу роль у підході до стратегічного управління в сфері санаторно-курортних послуг відіграє маркетингова парадигма, де маркетинг визначається як сукупність методів та інструментів для досягнення ринкових переваг санаторно-курортних підприємств шляхом задоволення потреб споживачів.

До комплексу завдань маркетингового стратегічного управління в формуванні та реалізації санаторно–курортних послуг можна віднести:

- 1) концентрацію зусиль на певному ринковому сегменті;
- 2) визначення рівня допустимої частки ринку санаторно-курортних послуг в кожному регіоні;
- 3) оптимальний розподіл коштів між функціями маркетингу;
- 4) розвиток продуктової, цінової, а також комунікаційної політики та розподілу в сфері санаторно-курортних послуг.

Зміст й рівень формалізації маркетингового стратегічного управління залежать від наступних чинників:

1) Рівня централізації планування та управління. Для санаторно-курортних послуг, фігуруючих на багатьох ринках, характерна самостійність у прийнятті управлінських рішень. І навпаки, в послуг, представлених на одному ринку, система управління зазвичай централізована. Проте, бувають моменти, коли для прийняття певних маркетингових рішень існує потреба у високому рівні централізації щодо певних управлінських функцій.

2) Типу регіонального ринку, на якому пропонуються послуги. Якщо санаторно-курортні послуги презентовані на ринку з стабільним рівнем конкуренції, відсутністю коливань величини попиту, використовуються формалізовані планові системи. Остання передбачають чітко встановлені межі планування, розподіл функцій і систему розроблення стратегічного маркетингового плану.

У випадку, коли на регіональному рівні санаторно-курортні послуги надаються для кількох сегментів з невизначеними коливаннями обсягу й структури попиту, комерційні операції супроводжуються певним рівнем ризику, наявна агресивна конкурентна боротьба, краще запропонувати використання тактичних планів стратегічного маркетингового управління, що дозволяють оперативно коригувати напрями діяльності санаторно-курортних закладів по мірі виникнення небезпек. У разі виникнення таких обставин, необхідно заздалегідь сформулювати план дій, адже вирішальним чинником у

роботі стає часовий фактор і, за відсутності підготовлених тактичних маркетингових планів у прийнятті управлінських рішень, можна зіткнутись з незручною ситуацією.

3) Особливостей санаторно-курортних послуг, що пропонуються на ринку, їх життєвого циклу. У зв'язку з трансформацією умов зовнішнього середовища (наприклад, змінилася кон'юнктура ринку), ресурсних можливостей для формування нових послуг, підходи до стратегічного маркетингового управління для різних видів цих послуг будуть не однаковими.

4) Вибір меж планування. Розробка планів в рамках стратегічного маркетингового управління визначається як особливостями послуг, так і суб'єктивним баченням керівників оздоровчих закладів.

До переваг маркетингового стратегічного управління відносять:

1) здатність швидкого реагування на зміну попиту санаторно-курортних послуг з системи пасивних до системи активних дій;

2) координація основних напрямів розвитку послуг відповідно до змін смаків та уподобань споживачів з можливістю одержання належного рівня прибутку;

3) кількісна та якісна оцінка ефективності оздоровчих послуг;

4) можливість зосередження діяльності рекреаційних закладів регіону на ефективних та пріоритетних видах послуг.

Дослідження доводять однакості думок вчених, щодо трактування стратегічного маркетингу й стратегічного управління як самостійних управлінських систем. Прагматичне запровадження маркетингової концепції з метою зростання рівня конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в умовах регіону реалізується у застосуванні поодиноких маркетингових інструментів. Попри це, як ресурс для просування ідей, виділяють внутрішньопідприємницький маркетинг. Водночас, і в стратегічному маркетинговому управлінні відсутній системний підхід до аналізу та погодження бізнес інтересів власників, менеджменту санаторно-курортних підприємств і працівників, постачальників, споживачів санаторно-курортних

послуг та конкурентів. В практичній діяльності це проявляється у конфліктах, в науковому середовищі - відсутністю комплексного злагодженого підходу до визначення дефініції «економічні інтереси» та ваги стратегічного маркетингового управління в процесі узгодження інтересів.

Залежно від суб'єктів, що вивчаються як стейкхолдери, виокремлюють різновекторні моделі управління, що впливають на розвиток сфери санаторно-курортних послуг (рис. 3.13).

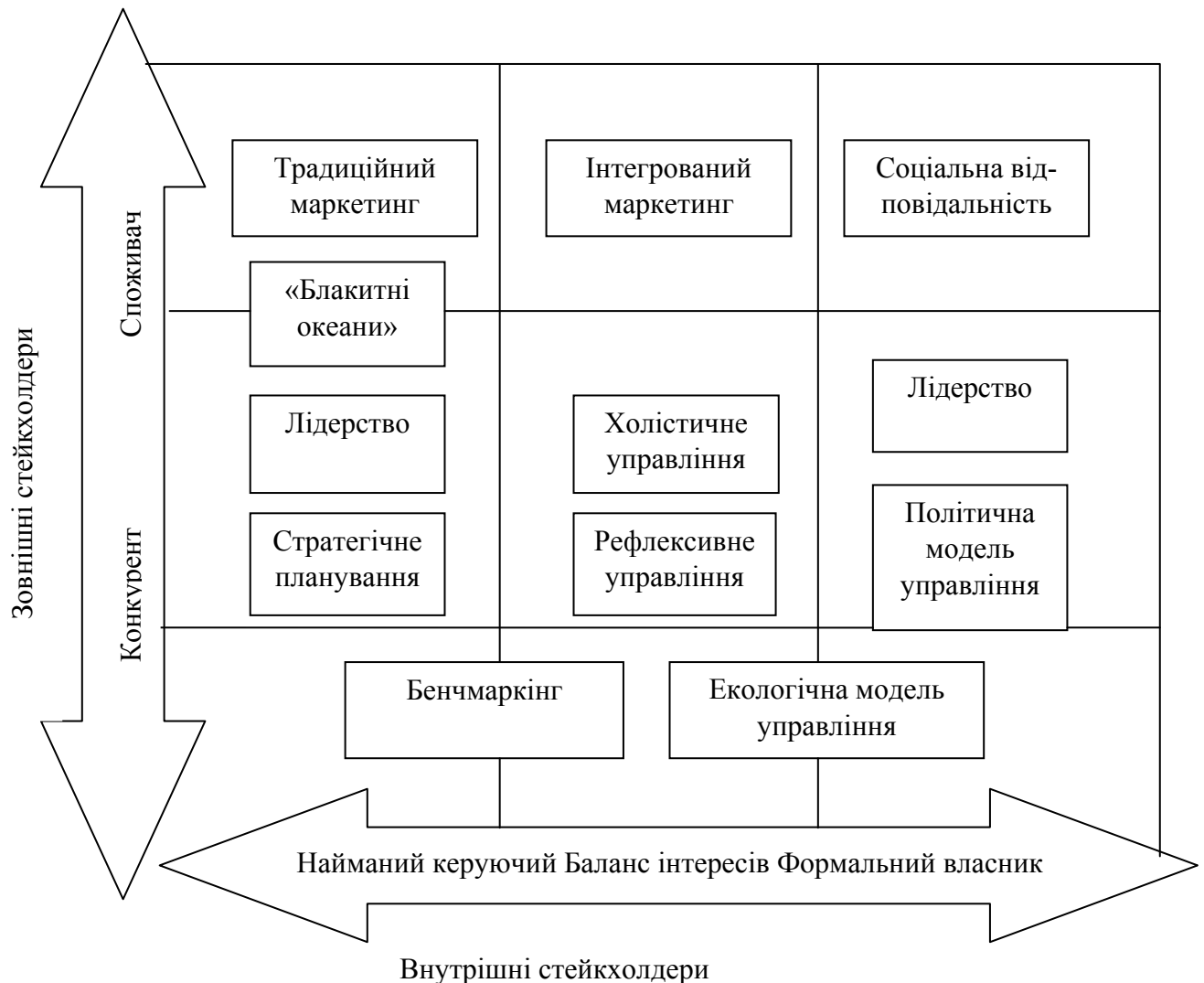


Рис. 3.13. Моделі маркетингового стратегічного управління в контексті орієнтацій на внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів

Джерело: побудовано автором

Такими моделями стратегічного управління можуть виступати:

- стратегічне планування;

- довготермінове планування;
- холістичне управління;
- пріоритетність;
- дипломатична модель;
- екологічна модель (у контексті «впливатися» в нестійке зовнішнє середовище; оскільки, саме зовнішнє середовище виступає стейкхолдером санаторно-курортного бізнесу);
- інтегрований маркетинг;
- рефлексивне управління;
- мультисенсорний маркетинг;
- бенчмаркінг;
- модель систематичного нарощування навиків;
- інші моделі стратегічного управління.

Однак, на нашу думку, найбільш збалансованою моделлю, що враховує інтереси усіх стейкхолдерів, є рефлексивне управління.

Відмінності професійної діяльності менеджерів у сьогоденних умовах господарювання, пошук ними інноваційних підходів до реалізації власних можливостей з врахуванням потенціалу співробітників та засад рефлексивного управління висвітлено у наукових публікаціях В.А. Лефевра, К. Хорні, Т.Л. Томаса, В.В. Третьяченко, Н.Л. Коломінського, Ю.Ф. Пачковського, А.В. Карпова, Ф.І Єршова, О.С. Анісімова, Г.П. Щедровицького, Р.Н. Лепа.

Що ж до відмінних рис рефлексивного управління, то це питання досліджено Ю. Вебером, П.Ф. Друкером, Дж. Соросом тощо.

Рефлексія, як специфічний вид пізнання, за сприяння дій виходу в зовнішню поведінку, носить підсвідомий характер, визначає суміщення дискусій певного типу з самоаналізом власного мислення. Паралельно рефлексія трактується, як здатність суб'єкта реалізовувати рефлексивні дії в практиці управління. Для реалізації даного процесу необхідно бути здатним виокремити серед значної кількості точок зору комплекс потенційних різновидів дій подальшого процесу розвитку становища.

Ця вправність дозволить розв'язувати професійні проблеми, коли вони лише виникають. Інструментарієм для реалізації даного рівня рефлексії є спрямованість особистості, що розглядається як єдиний організм дізнання особистого життєвого простору. Вартісне самовизначення реалізується через ідею спільної рефлексії, котра дозволяє відмітити інтеграцію конфігурацій рефлексії й рефлексивної взаємодії, що сприятиме побудові системи щоденних взаємовідносин суб'єкта [216].

Рівні рефлексії визначають залежно від ступеня складності рефлексуючого змісту, а саме:

1. Перший рівень передбачає рефлексивну оцінку важливої ситуації, аналіз власних міркувань й відчуттів у певній ситуації, та оцінку поведження іншого індивідуума.

2. Другий рівень створює в суб'єкта уяву відносно того, що почував інший суб'єкт в аналогічній ситуації, які у нього були на цей момент міркування безпосередньо про нього.

3. Третій рівень формує сукупність мислей другого суб'єкта про те, як він сприймає думки суб'єкта про самого себе.

4. Четвертий рівень побудований на сукупності тверджень щодо розуміння іншим індивідуумом міркувань суб'єкта в різноманітних ситуаціях.

Наведені вище тези, дозволяють розглядати властивості рефлексивності у двох векторах: через рівні її виявленості, як персоніфікованої характеристики, та в ступені складності рефлексування, до якого здатний піднятися суб'єкт. На нашу думку, рефлексія є не «фрагментарною», а детермінантною властивістю, що володіє персональною мірою вираження як «горизонтально» (придатність особистості відстежувати власні психологічні акти й ситуації, в яких опиняється), так і «вертикально» (межове обмеження у формуванні рефлексуючого матеріалу, що засвідчує пізнавальний характер рефлексивності).

Викладене вище дозволяє диференціювати два підходи у трактуванні рефлексії:

1) рефлексивний аналіз, котрий веде до з'ясування ідеальних значень і пов'язаний з конструюванням ідеальних об'єктів;

2) процес рефлексії, що допомагає усвідомлювати сенс міжособистісного спілкування в процесі комунікації [215].

Засновником дефініції «рефлексивне управління» вважається В.А. Лефевр, який відзначив можливість рефлексивного управління досягти успіху лише тоді, коли вплив на процес вибору рішення керівником, що майстерно делегує повноваження, відбувається через конструктивний аналіз власних дій зі сторони. Рефлексія є типовим механізмом взаємовпливу керованої системи, оскільки може одночасно проявлятися як об'єкт управління, що буде знаходитись під впливом дії чи конкретної реакції суб'єкта на цей об'єкт [217].

На його думку, рефлексивне управління - це особливий вплив на конкурента з ціллю схилити його до погодження рішення, визначене контролюючою стороною [217]. Відповідно теорії В.А. Лефевра, сенс рефлексивного управління реалізується у використанні потенціалу суб'єкта управління «усвідомлено будувати власний портрет та інших». У наукових дослідженнях О.С. Анісімова та Г.П. Щедровицького рефлексивне управління розглядається як управління, що здійснюється суб'єктом надання послуг одночасно з консультантом.

А.В. Карпов в своїй монографії наводить визначення різних дослідників, зокрема Ф.І Єршов інтерпретує управління з рефлексією таким чином: «спрогнозувати дії або наміри навколишніх з метою удосконалити або розвивати тактику управління». Т.М. Давиденко тлумачить рефлексивне управління як різновид типу управління об'єктом, а В.Г. Поляков подає рефлексивне управління у особливій площині – як підсистему організаційно-економічного механізму [172].

Американський вчений Т.Л. Томас, що чимало праць присвятив дослідженню теорії управління, вбачає у рефлексивному управлінні спосіб повідомлення партнеру або конкуренту достовірної інформації, аби спрямувати їх «непримусово» прийняти нав'язане рішення, зручне для організатора дії. Постулати даної теорії були сформовані в Росії в 60-х, проте, подальшого розвитку вона так і не отримала [313].

Російський науковець А.А. Денисов виділяє мету рефлексивного управління у процесі впливу на вибір споживача за умови, що важко зруйнувати його здібність усвідомлення й реалізації цього вибору. Рефлексивне управління є результативним, адже дозволяє коригувати споживчу поведінку вибору в значно ширшому діапазоні ситуацій, оскільки не завжди можна нівелювати можливість вибору [113].

Інтегрування засад маркетингу і рефлексивного управління дозволило розвивати концепцію системно-рефлексивного маркетингу. Системно-рефлексивний маркетинг – це різновид маркетингу, що ґрунтується на ідеї управління шляхом системного поділу інтересів суб'єктів підприємницької діяльності на ринку, а погодження інтересів виконується рефлексивним маркетинговим керівником [369].

В ході дослідження визначено відмінності системно-рефлексивної та традиційної парадигм маркетингу (додат. Ж табл. Ж.1), які полягають у різному погляді на суб'єкт управління, ринкове середовище тощо.

Системно-рефлексивний маркетинг, поряд з традиційними функціями (планування, координації, організації, мотивації), має наступні призначення зі своєрідним змістом:

- аналітичне – глибокий і всебічний аналіз ситуації, що склалася на ринку, вивчення об'єктивних і суб'єктивних факторів, котрі впливають на вибір споживача санаторно-курортних послуг;
- внутрішньорефлексивної дії – напрацювання методів, норм, засад, систем контролю, що уніфікують діяльність і налагоджують взаємовідносини між суб'єктами рефлексивного центру та роблять наслідки їхньої діяльності прозорими і очікуваними;
- інтегративне – процеси поєднання, взаємопідпорядкування і взаємовідповідальності суб'єктів рефлексивного впливу, що підпадають під дію нормативів, процедур, правил та системи ролей;

- комунікативне – генерування банку даних та розповсюдження інформації як усередині ринку санаторно-курортних послуг, так і відтворення її при взаємодії з рефлексивним впливом зовнішнього середовища.

Серед завдань управління системно-рефлексивного маркетингу на регіональному ринку оздоровчих послуг доречно виділити:

- дослідження інтенцій та вимог споживачів до якості та цінової політики санаторно-курортних послуг;
- визначення основних напрямів впливу на користувачів санаторно-курортних послуг і конкурентного середовища ринку таких послуг;
- формування стратегії вибору клієнтів;
- аналіз та виокремлення рефлексивного впливу конкурентного середовища ринку оздоровчих послуг, запобігання та протидія рефлексивним атакам;
- збір, аналіз і обробка інформації, необхідної для виявлення реакції споживачів і конкурентів санаторно-курортних послуг на рефлексивний вплив;
- ідентифікація факторів зовнішнього впливу на підвищення рівня конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг;
- прийняття рішення по формуванню маркетингової стратегії розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Бізнес-процеси в економіці являють собою комбінацію основних, управлінських та підтримуючих процесів. Системно-рефлексивний маркетинг інтегрується в управлінські процеси та здійснює цілеспрямований рефлексивний вплив як на окремих осіб, так і на функціональні підрозділи, що приймають рішення про формування, розвиток та просування пакету санаторно-курортних послуг. Основна мета системно-рефлексивного маркетингу на ринку санаторно-курортних послуг полягає в зниженні невизначеності та покращенні прогнозованості бізнес-процесів шляхом передавання достовірної, точної інформації, впливу на поведінку споживачів в умовах конкурентного ринкового середовища, коригування їхньої споживчої поведінки і формування нових купівельних стратегій. Комплекс цих факторів має забезпечити підвищення

конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг, зростання показників ефективності і обсягів їх надання, розвиток сфери санаторно-курортних послуг в умовах регіонів.

Схему управління системно-рефлексивним маркетингом розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону в контексті забезпечення конкурентоспроможності та його взаємодія з зовнішнім середовищем зображено на рисунку 3.14.

Управління системно-рефлексивним маркетингом розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону передбачає вплив оздоровчих закладів, їх маркетингових керівників та маркетингових служб, внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів санаторно-курортного бізнесу на поведінку споживачів санаторно-курортних послуг, як об'єкта управління, в умовах конкурентного ринкового середовища, що дозволяє коригувати споживчу поведінку вибору в інтересах надавача послуг. Використання системно-рефлексивного маркетингу в розвитку сфери санаторно-курортних послуг передбачає залучення методів системного і когнітивного аналізу, рефлексивного та стратегічного управління, теорію індивідуального вибору, теорію потреб по У. Маслоу й теорію перспектив, що пояснює ірраціональність поведінки користувача на ринку санаторно-курортних послуг.

На вході системи для реалізації системно-рефлексивного маркетингового управління сформовано базу даних про суб'єктів рефлексивного впливу - споживачів, надавачів послуг, конкурентне середовище реалізації оздоровчих послуг, основні показники кон'юнктури регіонального ринку санаторно-курортного продукту.

Результатом управління системно-рефлексивного маркетингу на ринку оздоровчих послуг є формування нової структури асортименту санаторно-курортних послуг, що відповідає вимогам, смакам і уподобанням клієнтів, забезпечення їхньої конкурентоспроможності, лояльне ставлення до суб'єктів надання послуг, покращення іміджу та бренду санаторно-курортних закладів й



Рис. 3.14. Комплексна схема управління системно-рефлексивним маркетингом розвитку сфери санаторно-курортних послуг підприємств у регіоні в контексті забезпечення їх конкурентоспроможності

Джерело: побудовано автором

регіону, зростання показників рентабельності, обсягів надання послуг у загальній структурі послуг регіону, нові стратегії купівельної поведінки споживачів.

Основним ініціатором організації системно-рефлексивного маркетингового управління є центр рефлексивного управління, що тісно взаємопов'язаний з центром промоції послуг та стратегічним управлінням.

Узгодження концепцій ринкового управління в сучасних умовах господарювання сприяло усвідомленню того, що задоволення існуючого попиту споживачів вже не виступає детермінантною ознакою для підвищення рівня розвитку ринку санаторно-курортних послуг через насичення.

Визначення акцентів й задоволення потенційного попиту є джерелом для розширення та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, оскільки суб'єктами, активно задіяними в становленні і розвитку сфери санаторно-курортних послуг, є стейкхолдери санаторно-курортного бізнесу (як внутрішні, так і зовнішні).

На підставі аналізування наукових джерел визначено гетерогенність дефініції «ранг системної рефлексії», в результаті чого запропоноване трактування даного поняття як рівня детермінації головних загроз та ідентифікації величини впливу інтересів суб'єктів ринкових відносин керівником об'єкта управління (санаторно-курортного закладу) й розроблення концепцій прийняття управлінських рішень.

Ієрархія рангів системної рефлексії формується на основі рівня знань керівника про об'єкт управління (у нашому дослідженні ринку санаторно-курортних послуг) з долученням контрагентів ринкових взаємовідносин. Відповідно до цієї ієрархії вищий ранг матиме стейкхолдер, що враховує в управлінських рішеннях, в контексті власного об'єкту управління, вигоду контрагентів. Парадигма системно-рефлексивного маркетингу визначає різновекторні напрями маркетингових рішень, які встановлюються рангом рефлексії:

1. Процеси реалізації санаторно-курортних послуг.

2. Взаємовідносини у маркетинговому середовищі. Засоби маркетингового впливу.

3. Управління купівельним попитом споживачів санаторно-курортних послуг.

4. Базові засади маркетингу: пакет маркетингових технологій, стратегії позиціонування та функціональні маркетингові стратегії.

5. Управління категоріями.

6. Стратегічний маркетинг. Погодження вигод внутрішніх стейкхолдерів через генерування стратегії та тактики на ринку.

7. Стратегічне управління.

8. Формування стратегічних ринків реалізації санаторно-курортних послуг («блакитні океани»).

Відповідно до засад системно-рефлексивного маркетингу при стратегічному управлінні найвищий ранг рефлексії належить власникам об'єкту управління (власникам закладів сфери санаторно-курортних послуг), ухвалення рішень якого ґрунтується на погодженні інтересів учасників ринку, в якому об'єкт функціонує. Результати дослідження дозволяють стверджувати, що засади системно-рефлексивного маркетингу в площині стратегічного управління постають основою формування постулатів сучасної парадигми стратегічного управління, зосередженого на здійсненні довгострокової тактики суб'єкта надання санаторно-курортних послуг, що є формалізованим наслідком погодження зисків усіх стейкхолдерів санаторно-курортних та оздоровчих закладів.

Маркерами рангу системної рефлексії керівника санаторно-курортних закладів вважають об'єкт його управління, вид управлінської та маркетингової стратегії.

Винятком є рефлексивні маркетингові керівники - це, так звані, засновники модерних ринків («блакитних океанів»), що продукують нові потреби у споживачів, «умови гри», здійснюють вплив на генерування економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності в сфері санаторно-

курортних послуг в умовах регіону. Рефлексивні маркетингові керівники нижчого рангу розглядають суб'єкт бізнесу (також юридичний) як власний об'єкт управління (керування, розпорядження). Згадані керівники аргументовано покращують інвестиційний клімат на основі інновацій, удосконалюють ведення санаторно-курортного бізнесу. Наступний, нижчий рівень у ієрархічній структурі рангів рефлексії, формують ті керівники, що здійснюють керівництво взаємовідносинами у межах ринку, опираючись на спільні рішення, узгоджені з власниками об'єктів управління.

Наведені коментарі доводять, що системно-рефлексивний маркетинг є дефініцією не лише змістового наповнення нової парадигми маркетингу, а також типологічно хронологізує етапи його розвитку, що дозволяє останнім проявлятися в діяльності санаторно-курортних закладів залежно від рангу рефлексії.

Системно-рефлексивний маркетинг - інструмент управління, який ґрунтується на фундаментальних принципах:

1. Реальним власником об'єкта управління, формуючим його стратегію та процеси перетворення на ринку, є стейкхолдер, який володіє найвищим рангом системної рефлексії (а саме, має систематичне й адекватне уявлення про об'єкт управління, уподобання його стейкхолдерів, про внутрішнє та зовнішнє середовища) – принцип системної рефлексії.

2. Дійсний власник об'єкту управління втілює свою вигоду через погодження з інтересами стейкхолдерів (правило маркетингу) та залучає зовнішніх стейкхолдерів в управління санаторно-курортними закладами [369].

Зміст інтерактивної парадигми маркетингу, створеної на засадах стратегічного управління, полягає у проактивній позиції санаторно-курортних закладів в регіональному ринковому середовищі. Ключовим принципом стратегічного управління є реалізація економічної безпеки санаторно-курортних закладів в перспективі через задоволення існуючих і потенційних потреб споживачів санаторно-курортних послуг. Інтерактивна парадигма

окреслює засади механізму погодження потреб в розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону.

Рефлексивний маркетинговий керівник виступає як суб'єкт узгодження інтересів, водночас приймаючи рефлексивну позицію в координуванні зисків закладів сфери санаторно-курортних послуг, коли цей процес реалізується ззовні, а не з позиції «всередині» взаємовідносин. Рефлексивний маркетинговий керівник не зістиковує інтереси, а продукує для цього передумови. Опираючись на трактування ринку, як інструменту узгодження інтересів його суб'єктів, рефлексивний маркетинговий керівник формує ринок санаторно-курортних послуг регіону.

Висновки до розділу 3

1. Вивчення сучасного стану рекреаційної сфери в Україні доводить необхідність використання дієвих тригерів підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг на регіональному рівні, визначення напрямів активізації їх розвитку. До запропонованих тригерів віднесено соціаль медіа, системно-рефлексивний маркетинг та бренд-підхід, адже прикладними засобами, що забезпечуватимуть процеси продукування, реалізації, просування пакету санаторно-курортних послуг на ринку, є маркетингові стратегії.

2. Трендами соціаль медіа маркетингу, гарантуючими переваги для суб'єктів надання санаторно-курортних послуг на регіональному рівні, виступають сайт, цифровий маркетинг, e-mail-маркетинг, контент-маркетинг (в т.ч., відео), база клієнтів, соціальні вкладки та соціальні новини, веб-форуми, котрі спрямовані на залучення додаткових споживачів, розширення цільового сегменту, покращення й захист іміджу підприємства через формування лояльності до бренду. При цьому попит на рекреаційні послуги, які

просуваються провідними брендами, зростає більш високими темпами, ніж попит на послуги закладів, котрі не мають сформованих брендів.

3. Процес побудови бренду DESTINACIЇ санаторно-курортних послуг представлений п'ятьма послідовними етапами: позиціонування, розробка стратегії, генерація ідеї, пошук імені, тестування. На основі маркетингових інструментів рекомендовано комунікаційні технології промоції бренду DESTINACIЇ санаторно-курортних послуг, зокрема пряму та не пряму рекламу, паблік рілейшнз. Політика управління брендами санаторно-курортних послуг ґрунтується на концепції архітектури бренду, яка містить регіональний, місцевий бренди, бренд посередника у реалізації та індивідуальний бренд санаторно-курортного продукту. Доведено, що основними важелями впливу на купівельну поведінку споживачів є: реклама, рівень брендованості санаторно-курортних послуг, відгуки друзів, цінова політика та система знижок. Високої результативності досягатимуть ті заклади сфери санаторно-курортних послуг, інформаційно-маркетингове середовище яких наповнене високим економічним змістом, привабливістю та конкурентоспроможністю. Саме маркетингові інструменти, максимально врахувавши стратегію санаторно-курортного закладу, умови функціонування, взаємозв'язок показників та рівнів управління, здатні максимально вплинути на систему підвищення ефективності його діяльності.

4. Запропонований маркетинг, як нова матриця управління бізнесом, базуючись на основах виробничої діяльності і залучаючи, відповідно, функції продажів, забезпечуватиме просування створеного санаторно-курортного продукту в контексті інтересів всіх сторін. Мета рекомендованого стратегічного маркетингу - розробка програми з перспективою регіонального розвитку санаторно-курортних послуг на тлі децентралізації, враховуючи стратегічне завдання оздоровчих закладів, ринкові умови, загрози та можливості для вдосконалення. Місце стратегічного маркетингу в структурі системи управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг визначається

концепцією стратегічного управління, де відображені цілі та призначення маркетингових стратегій.

5. Предметом стратегічного маркетингу визначено ефективне використання технологій маркетингу в сфері розвитку, формування та реалізації санаторно-курортних послуг на регіональному рівні. Залежно від того, які суб'єкти виступають стейкхолдерами, розглянуто різні моделі управління, котрі впливають на розвиток сфери санаторно-курортних послуг. Однією з найбільш збалансованих моделей, з точки зору врахування інтересів стейкхолдерів, виявляється рефлексивне управління. Поєднання філософії останнього з маркетинговим інструментарієм дало змогу сформулювати концепцію системно-рефлексивного маркетингу.

6. Доведено, системно-рефлексивний маркетинг, інтегруючись в управлінські процеси, здійснює цілеспрямований рефлексивний ефект як на окремих осіб, так і на функціональні підрозділи, що приймають рішення про формування, розвиток та просування пакету санаторно-курортних послуг. Основна роль системно-рефлексивного маркетингу на ринку санаторно-курортних послуг полягає в прогнозованості бізнес-процесів, а також усуненні невизначеності шляхом передавання достовірної та точної інформації. Встановлено, що системно-рефлексивний маркетинг являє собою не тільки нову парадигму маркетингу, а й узагальнює стадії еволюційного розвитку та уможливорює співіснування маркетингу різних етапів на одному ринку, в залежності від рангу рефлексії суб'єктів ринкової діяльності санаторно-курортного комплексу.

Основні наукові результати, що викладені у третьому розділі дисертації, опубліковані автором у працях [54, 61, 62, 67, 85, 87, 369].

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ

4.1. Кластеризація санаторно-курортних послуг України у регіональному зрізі

Інституційне середовище санаторно-курортного комплексу слід розглядати з позиції теорії систем. Слушним є науковий підхід провідних вітчизняних дослідників цієї проблематики, представників наукової школи Київського торгово-економічного університету А. Мазаракі та Н. Ведмідь, котрі позиціонують санаторно-курортну сферу як складну адаптивну систему. Отож, системі санаторно-курортних послуг, як адаптивній системі, притаманні особливі риси:

- складається з підсистем, кожна з яких, своєю чергою, є складною адаптивною системою;
- відкритість, тобто взаємодіє із зовнішнім середовищем;
- є складною, тому властивості кожної підсистеми не виводяться з властивостей її підсистем;
- фрактальна будова;
- здатність до адаптивної активності, завдяки якій збільшуються корисні і зменшуються негативні властивості системи;
- можливість підтримувати свій стаціонарний стан;
- є впорядкованою структурно за рахунок адаптивної активності [221].

З метою оцінки регіональної концентрації розвитку послуг вітчизняного санаторно-курортного комплексу, як основне інформаційне джерело, нами використано офіційні статистичні дані. Опрацювання цього джерела інформації виявило, що національна статистична інституція виокремлює дані про

виробників і надавачів санаторно-курортних послуг, об'єднуючи їх загальною назвою «Санаторно-курортні і оздоровчі заклади» [255].

У бюлетені Держстату України, який має назву, «Колективні засоби розміщування» [191], статистичні дані про мережу та господарську діяльність закладів санаторно-курортного і оздоровчого характеру надаються у рубриці «Спеціалізовані засоби розміщування». Тут Держстат України виділяє десять типологічних груп. Перша група містить дані про діяльність санаторіїв, друга – санаторіїв лише для дітей. У третю і четверту групи включено пансіонати з лікуванням і дитячі заклади оздоровлення (дитячі центри), які функціонують цілий рік. Окремо представлені санаторії-профілакторії (п'ята група) і бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні, включно з дитячими (шоста група). Сьома група охоплює будинки відпочинку; восьма – пансіонати відпочинку; дев'ята – бази відпочинку та інші заклади відпочинку, за виключенням туристичних баз; десята – оздоровчі заклади, які розраховані на короткострокове перебування (до 2-х днів).

Втім, підхід національної статистичної інституції України до систематизації закладів, які продукують послуги санаторно-курортного комплексу, в окремих рубриках відрізняється. Аналіз виявив, що кількість типологічних груп в окремих джерелах Держстату України варіює від десяти до п'яти позицій:

- I. Санаторії та пансіонати з лікуванням.
- II. Санаторії-профілакторії.
- III Будинки і пансіонати відпочинку.
- IV. Бази та інші заклади відпочинку.
- V. Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку.

Слід зауважити, що діяльність спеціалізованих засобів розміщування не може бути обмеженою територіями курортів. Заклади, які відносяться до провайдерів послуг санаторно-курортного характеру, не обмежуються лікувальною функцією на теренах курортів, включаючи додатково й оздоровчу функцію.

Відтак, дослідимо регіональну варіативність діяльності санаторіїв окремо та загалом усіх закладів надання санаторно-курортних і оздоровчих послуг.

Для виявлення асиметрій регіонального розвитку, як первинний інструментарій даного дослідження, доцільно використати кластерний аналіз [227].

Під кластерами ми вважаємо підмножини (угруповання) однакових/подібних елементів), котрі не пересікаються. Застосування кластерного аналізу дозволяє вирішити такі основні завдання:

- побудова класифікацій, яка ґрунтується на методах наукових досліджень;
- виявлення ендегенних зв'язків у структурі сукупності;
- формування груп з вихідних багатомірних даних в такий спосіб, щоб об'єкти однієї групи були певною мірою схожі між собою, а ті об'єкти, котрі віднесено до різних груп, – були більшою мірою відмінні між собою [84];
- зменшення інформації завдяки виявленню діагностичних ознак, а саме, маючих найсуттєвіші особливості [84].

Як відомо, задача кластеризації або класифікації полягає у необхідності розподілу вибірки $X^l = \{x_1, \dots, x_l\}$ з відомими відстанями $\rho(x, x')$ на кластери таким чином, аби кожний з них утворювався з об'єктів, близьких за значенням показника-вимірника (метрики) ρ , а елементи різних кластерів суттєво різнилися. Передбачається, що кожному об'єкту $x_i \in X^l$ присвоюється мітка y_i . Метод кластеризації відрізняється від традиційної класифікації тим, що мітки вхідних об'єктів y_i на початку дослідження не відомі і в окремих випадках сама множина вибірок Y може не задаватися [112].

Класифікація багатовимірних спостережень чи об'єктів базується на визначенні поняття відстані між вивченими об'єктами. Найбільш поширеною є евклідова відстань. Ця відстань між об'єктами j і k є геометричною відстанню в багатовимірному просторі і обчислюється за такою формулою:

$$d_{jk} = \sqrt{\sum_{i=1}^m (x_{ij} - x_{ik})^2}, \quad (4.1)$$

де d_{jk} – відстань між об'єктами j і k ; x_{ij} – стандартизоване значення j -го об'єкту за i -им показником; x_{ik} – стандартизоване значення k -го об'єкту за i -им показником.

Якщо оцінювані показники мають різні одиниці вимірювання, то їх стандартизуємо за середнім квадратичним відхиленням [113]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{S_j}, \quad (4.2)$$

$$\bar{x}_j = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m x_{ij}; \quad (4.3)$$

$$S_j = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (x_{ij} - \bar{x}_j)^2} = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m x_{ij}^2 - \bar{x}_j^2}; \quad (4.4)$$

де $i = 1, 2, \dots, m$ – номер спостереження (об'єкта); $m = 25$ – кількість регіонів (адміністративних одиниць) України (з врахуванням м. Києва);

$j = 1, 2, \dots, n$ – номер показника (фактора); n – кількість досліджуваних показників; x_{ij} ($i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}$) – значення j -го показника для i -го об'єкта; $\bar{x}_j$, S_j ($j = \overline{1, n}$) – середнє арифметичне та середньоквадратичне відхилення початкових показників для j -ї ознаки; z_{ij} ($i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}$) – нормоване значення j -го показника для i -го об'єкта.

Для кластерного аналізу ринку послуг санаторіїв України сформовано систему параметрів, згрупованих у п'ять блоків.

Блок 1. Інфраструктура. Включає три показники, які представляють чисельність, розмір та місткість санаторіїв:

- кількість, од. (x_1);
- загальна площа, м. кв (x_2);
- кількість ліжок (місць), од. (x_3);

Блок 2. Трудовий потенціал. Представлено трьома показниками, що відображають забезпеченість санаторіїв персоналом, у тому числі медичними працівниками:

- середньооблікова кількість штатних працівників, осіб (x_4);
- середньооблікова кількість лікарів, осіб (x_5);

– середньооблікова кількість середнього медичного персоналу, осіб (x_6).

Блок 3. Діяльність. В даний блок включено чотири показники, характеризуючі вартісний та кількісний обсяги діяльності санаторіїв, їхню завантаженість, та тривалість лікування:

- доходи від наданих послуг, тис. грн. (x_7);
- обслуговано приїжджих, (x_8);
- коефіцієнт використання місткості, (x_9).
- кількість фактично проведених ліжко-днів, од. (x_{10}).

Блок 4. Соціальна роль. Містить два показники, які віддзеркалюють обсяги оздоровлення у санаторіях учасників аварії на Чорнобильській АЕС, а також кількість пролікованих дітей:

- кількість постраждалих внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, що перебували у санаторіях, осіб (x_{11}).
- проліковано дітей у віці 0-17 років, осіб (x_{12}).

Блок 5. Зовнішньоекономічна роль. Визначається двома показниками щодо оздоровлення у санаторіях іноземних громадян:

- обслуговано іноземців, осіб (x_{13});
- кількість фактично проведених ліжко-днів іноземцями, (x_{14}).

Перелік відстежених ознак зумовлений їхньою доступністю на час проведення дослідження в офіційних джерелах статистики у 2016 році.

У вихідних даних (табл. 4.1) наведено інформацію лише по юридичних особах, оскільки фізичні особи-підприємці не представлені у Державній службі статистики України як господарюючі суб'єкти серед санаторіїв України.

Інтегральне оцінювання обраної нами системи характеристик на рівні регіонів України передбачає попередню стандартизацію (нормування). Зауважимо, що у вибудовану модель включено показники-стимулятори, зростання абсолютного значення яких свідчить про активізацію ринку послуг санаторіїв.

Внаслідок стандартизації досліджуваної системи індикаторів діяльності санаторіїв у регіонах країни, яку здійснено за формулою (4.2), отримано матрицю розміром 14×25 нормованих значень спостережень.

Скориставшись нормованими значеннями критеріїв розвитку санаторних послуг, за формулою (4.1) визначено відстань (дистанцію) регіонів від центру (табл. 4.2).

Для візуалізації зміни показника відстані регіонів від центру на рисунку 4.1 представлено упорядковану (проранжовану) сукупність регіонів у спадному порядку. Процедура ранжування полягала в побудові ряду значень показника відстані від центру у зростаючому порядку.

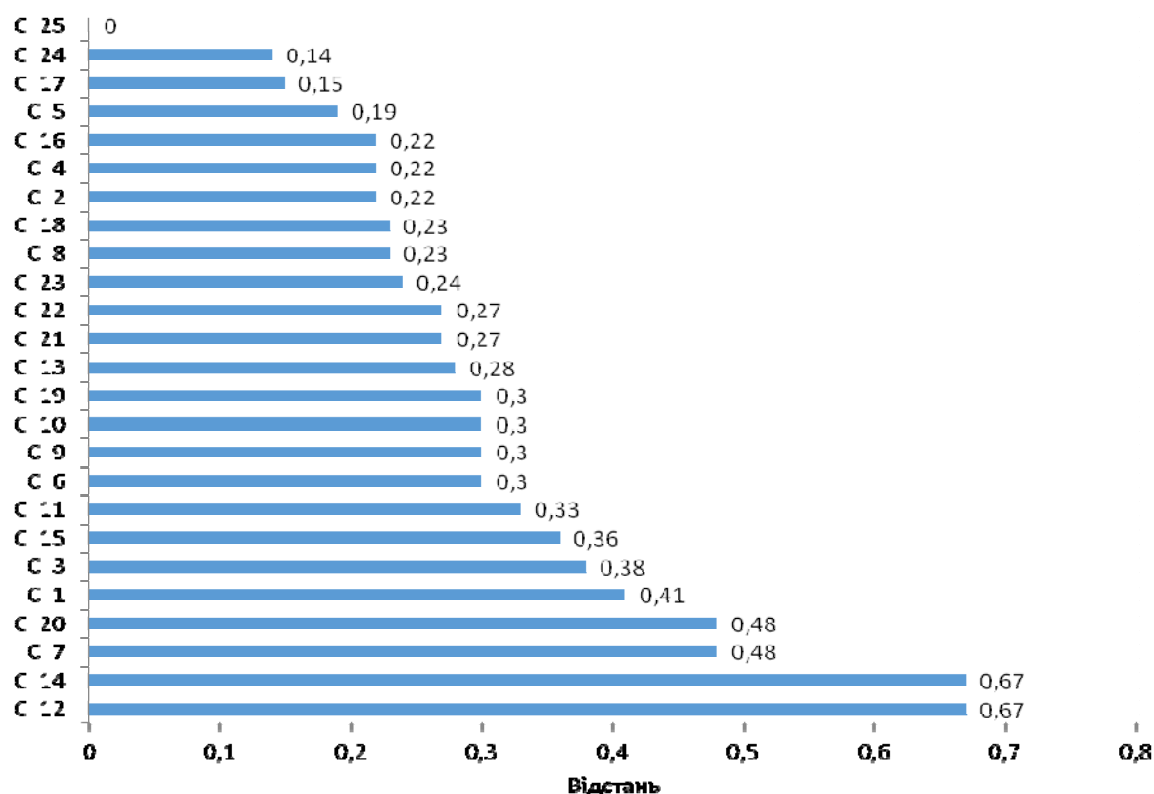


Рис. 4.1. Ранжування регіонів України за значенням відстані від центру при оцінюванні розвитку ринку санаторних послуг у 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Таблиця 4.1

Вхідні дані для кластеризації санаторних послуг України у регіональному зрізі за 2016 р.

Області	Блок 1			Блок 2			Блок 3				Блок 4		Блок 5	
	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}
Україна	279	4044633	67780	30016	2047	6712	2107943,5	540966	0,41	9896096	28969	144456	26553	412404
Вінницька	18	373210	4125	2993	293	784	243850,8	49884	0,50	817063	759	4295	1340	19030
Волинська	6	48998	1060	670	27	160	32748,2	11623	0,43	168102	1978	3696	0	0
Дніпропетровська	15	47150	1643	961	55	238	48042,7	12234	0,65	399767	50	4476	0	0
Донецька	8	69295	1726	832	43	161	21596,3	7788	0,38	235096	9	3772	1	15
Житомирська	4	21532	1142	659	35	136	31900,4	9234	0,61	205916	977	1988	109	706
Закарпатська	18	105809	3905	2297	135	492	306987,5	55525	0,52	667977	359	5085	1231	13300
Запорізька	16	109321	5662	1131	80	266	112393,4	27862	0,54	553341	3791	9417	3	40
Івано-Франківська	11	40246	1635	1169	69	293	13978,1	14677	0,52	365096	36	9513	2	10
Київська	12	151002	2399	1147	62	250	11228,6	14263	0,60	335849	115	11793	0	0
Кіровоградська	3	159187	244	186	9	37	286,9	681	0,61	57263	0	417	0	0
Луганська	2	12092	175	105	7	26	6840,0	2709	0,72	36561	133	431	0	0
Львівська	38	466095	11417	4819	348	1083	561441,1	103837	0,41	1605918	7888	10972	13259	191225
Миколаївська	8	42612	3273	414	21	70	13783,5	6428	0,37	148455	105	4532	0	0
Одеська	28	399621	11971	3957	308	784	218301,9	78801	0,54	1665953	5419	26630	9101	168979
Полтавська	13	106063	3483	2326	165	474	221547,2	48546	0,56	731434	3520	5292	1251	16409
Рівненська	6	37705	985	424	18	111	28736,7	9467	0,53	148914	836	2625	59	295
Сумська	4	20103	650	308	18	81	5361,3	4196	0,46	98349	328	2827	0	0
Тернопільська	8	45244	1330	611	36	137	17782,1	7210	0,57	139427	131	2749	60	766
Харківська	15	71983	2915	1401	103	269	54380,1	17368	0,44	416228	280	6033	35	455
Херсонська	9	71833	1628	555	22	127	49648,2	9142	0,81	216854	113	8494	0	0
Хмельницька	13	43329	1482	642	36	167	18777,1	11689	0,51	189427	315	3891	26	286
Черкаська	7	61793	1542	603	27	138	19266,0	11365	0,58	180227	1061	6741	0	0
Чернівецька	3	10713	327	279	16	65	3985,7	1842	0,45	75698	7	666	0	0
Чернігівська	4	14790	620	305	12	76	4199,7	4308	0,67	83068	338	3490	0	0
м Київ	10	1514911	2441	1222	102	287	60880,0	20287	0,45	354113	1222	4631	76	888

Джерело: власні розрахунки автора за даними Держстату України

Таблиця 4.2

Нормоване значення показників розвитку сфери санаторних послуг і відстань від центру

Області	Умове позначення	$z_{ij}, (i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n})$														Відстань
		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}	
Вінницька	C_1	0,83	0,69	0,47	1,49	2,17	1,95	1,21	1,09	-0,35	0,98	-0,22	-0,28	0,09	0,05	0,41
Волинська	C_2	-0,63	-0,37	-0,55	-0,44	-0,56	-0,41	-0,39	-0,39	-1,01	-0,53	0,40	-0,39	-0,34	-0,33	0,22
Дніпропетровська	C_3	0,47	-0,37	-0,35	-0,20	-0,28	-0,12	-0,28	-0,36	1,06	0,01	-0,58	-0,24	-0,34	-0,33	0,38
Донецька	C_4	-0,38	-0,30	-0,33	-0,31	-0,40	-0,41	-0,48	-0,53	-1,48	-0,37	-0,60	-0,38	-0,34	-0,33	0,22
Житомирська	C_5	-0,87	-0,46	-0,52	-0,45	-0,48	-0,50	-0,40	-0,48	0,69	-0,44	-0,11	-0,71	-0,30	-0,32	0,19
Закарпатська	C_6	0,83	-0,18	0,40	0,91	0,55	0,84	1,69	1,31	-0,16	0,63	-0,42	-0,13	0,05	-0,06	0,30
Запорізька	C_7	0,59	-0,17	0,98	-0,06	-0,02	-0,01	0,21	0,24	0,03	0,37	1,33	0,68	-0,34	-0,33	0,48
Івано-Франківська	C_8	-0,02	-0,39	-0,36	-0,03	-0,13	0,09	-0,53	-0,27	-0,16	-0,07	-0,59	0,70	-0,34	-0,33	0,23
Київська	C_9	0,10	-0,04	-0,10	-0,04	-0,20	-0,07	-0,55	-0,28	0,59	-0,14	-0,55	1,13	-0,34	-0,33	0,30
Кіровоградська	C_10	-0,99	-0,01	-0,82	-0,85	-0,75	-0,87	-0,64	-0,81	0,69	-0,79	-0,61	-1,00	-0,34	-0,33	0,30
Луганська	C_11	-1,11	-0,49	-0,84	-0,91	-0,77	-0,92	-0,59	-0,73	1,72	-0,84	-0,54	-1,00	-0,34	-0,33	0,33
Львівська	C_12	3,25	0,99	2,88	3,02	2,73	3,07	3,62	3,17	-1,20	2,82	3,42	0,97	3,90	3,52	0,67
Миколаївська	C_13	-0,38	-0,39	0,19	-0,66	-0,62	-0,75	-0,54	-0,59	-1,58	-0,58	-0,55	-0,23	-0,34	-0,33	0,28
Одеська	C_14	2,04	0,77	3,07	2,30	2,32	1,95	1,02	2,20	0,03	2,96	2,16	3,91	2,57	3,07	0,67
Полтавська	C_15	0,22	-0,18	0,26	0,94	0,85	0,78	1,04	1,04	0,21	0,78	1,19	-0,09	0,06	0,00	0,36
Рівненська	C_16	-0,63	-0,40	-0,57	-0,65	-0,66	-0,59	-0,42	-0,47	-0,07	-0,57	-0,18	-0,59	-0,32	-0,33	0,22
Сумська	C_17	-0,87	-0,46	-0,68	-0,74	-0,66	-0,71	-0,60	-0,67	-0,73	-0,69	-0,44	-0,55	-0,34	-0,33	0,15
Тернопільська	C_18	-0,38	-0,38	-0,46	-0,49	-0,47	-0,50	-0,50	-0,56	0,31	-0,60	-0,54	-0,57	-0,32	-0,32	0,23
Харківська	C_19	0,47	-0,29	0,07	0,17	0,22	0,00	-0,23	-0,16	-0,92	0,05	-0,46	0,05	-0,33	-0,32	0,30
Херсонська	C_20	-0,26	-0,29	-0,36	-0,54	-0,61	-0,53	-0,26	-0,48	2,57	-0,42	-0,55	0,51	-0,34	-0,33	0,48
Хмельницька	C_21	0,22	-0,38	-0,41	-0,47	-0,47	-0,38	-0,50	-0,38	-0,26	-0,48	-0,45	-0,35	-0,33	-0,33	0,27
Черкаська	C_22	-0,50	-0,32	-0,39	-0,50	-0,56	-0,49	-0,49	-0,40	0,40	-0,50	-0,07	0,18	-0,34	-0,33	0,27
Чернівецька	C_23	-0,99	-0,49	-0,79	-0,77	-0,68	-0,77	-0,61	-0,76	-0,82	-0,75	-0,60	-0,96	-0,34	-0,33	0,24
Чернігівська	C_24	-0,87	-0,48	-0,69	-0,75	-0,72	-0,73	-0,61	-0,67	1,25	-0,73	-0,43	-0,43	-0,34	-0,33	0,14
м. Київ	C_25	-0,14	4,40	-0,09	0,02	0,21	0,07	-0,18	-0,05	-0,82	-0,10	0,02	-0,21	-0,31	-0,31	0,00

Джерело: власні розрахунки автора

З даних рис. 4.1 видно, що максимальне значення відстані (0,67) зафіксоване на Львівщині та Одещині, що перевищує аналогічний показник Запорізької і Херсонської областей на 39,6%. Перевага у діапазоні від 63,4% до 86,1% спостерігається у Вінницькій, Дніпропетровській та Полтавській областях, від 2,0 до 3,0 разів – у Луганській, Закарпатській, Київській, Кіровоградській, Харківській, Миколаївській, Хмельницькій, Черкаській, Чернівецькій, Івано-Франківській, Тернопільській областях. У понад тричі відстань регіону від центру перекриває відповідний показник шести областей країни (Волинської, Донецької, Рівненської, Житомирської, Сумської та Чернігівської). Нульове значення відстані досліджуваного параметра відмічене у м. Київ.

Для побудови дендрограми, яка відображає послідовне об'єднання регіонів України у кластери за системою показників розвитку ринку послуг санаторіїв, застосовано комп'ютерну програму Statistica 6 компанії StatSoft, Inc (рис. 4.2). На осі абсцис нами відкладені регіони України, а на осі ординат – евклідові відстані між кластерами.

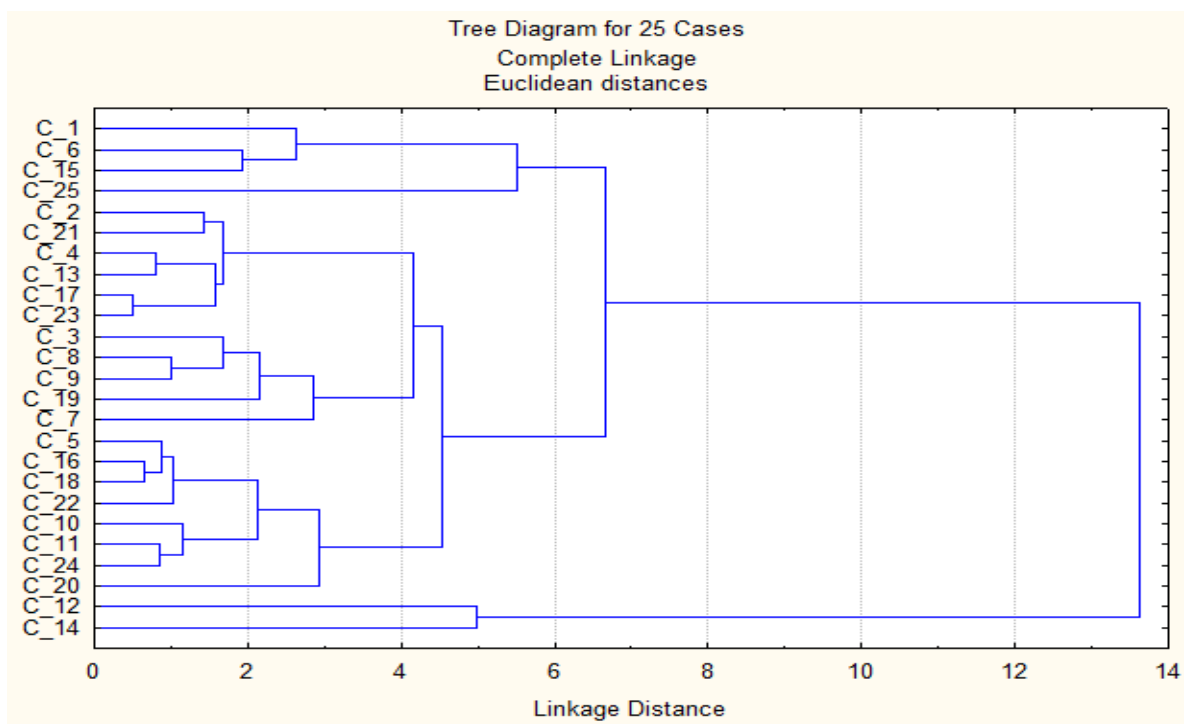


Рис. 4.2. Горизонтальна дендорограма за результатами дослідження ринку санаторних послуг Україні у 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Для обчислення оптимального числа кластерів використано дані графіку змінювання відстаней на основі методу Уорда (рис. 4.3). На вертикальній осі відкладено міжкластерну евклідову відстань, а на осі абсцис – крок об'єднання. Зображення візуалізації об'єднання регіонів (рис. 4.3) дозволяє констатувати, що переломним є 19-й крок об'єднання. Саме на 19-тому кроці розпочинається угруповання об'єктів, які можна вважати несхожими. Під останніми слід розуміти такі, для котрих зміна відстані об'єднання має стрибкоподібну форму.

Оптимальну кількість кластерів визначають за такою формулою [112]:

$$Q = n - m, \quad (4.5)$$

де n – кількість досліджуваних регіонів (адміністративних одиниць) України ($n=25$); m – переломний крок об'єднання у кластери (19-ий крок).

Відтак, оптимальна кількість кластерів становить $25 - 19 = 6$.

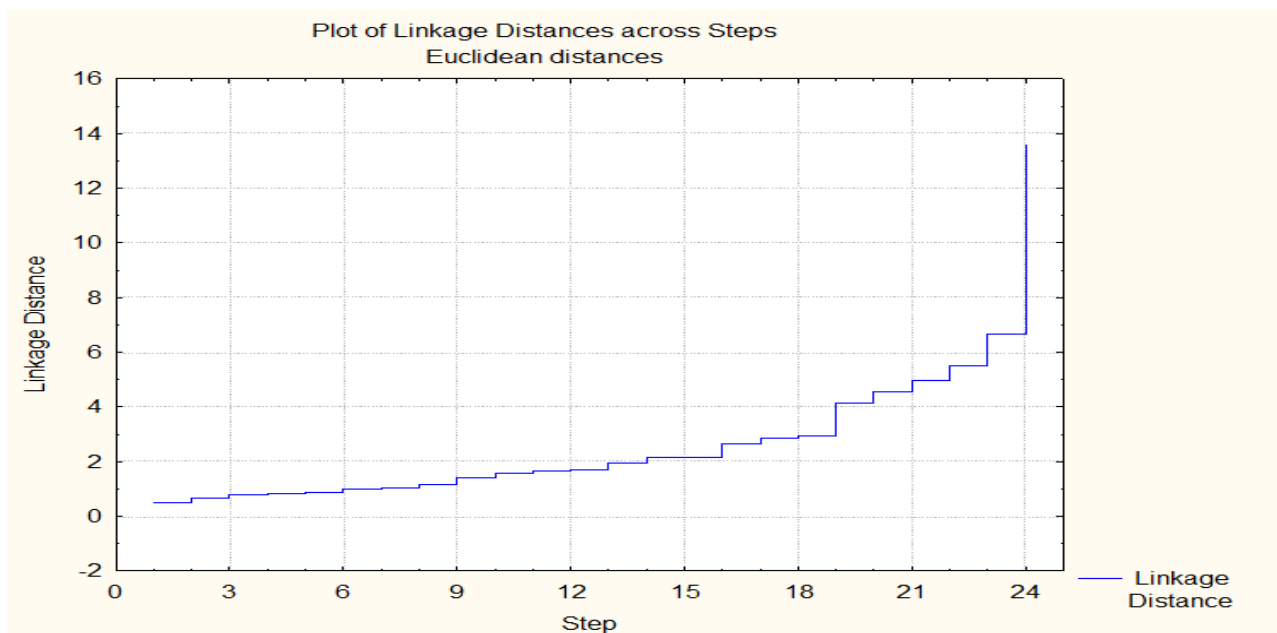


Рис. 4.3. Графік об'єднання регіонів України за інтегральним показником розвитку ринку послуг санаторіїв, 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Таким чином, як показують результати виконаного кластерного аналізу, регіони нашої країни за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв доцільно поділити на шість кластерів:

Кластер №1 – Одещина та Львівщина.

Кластер №2 – м. Київ.

Кластер №3 – Вінниччина, Закарпаття, Полтавщина.

Кластер №4 – Харківська, Запорізька, Київська, Івано-Франківська області.

Кластер №5 – Чернівецька, Хмельницька, Сумська, Рівненська, Миколаївська, Донецька, Волинська, області.

Кластер №6 – Чернігівська, Черкаська, Херсонська, Тернопільська, Луганська, Кіровоградська, Житомирська, Дніпропетровська області.

На рисунку 4.4 представлено графік середніх стандартизованих значень показників для кожного з шести виділених кластерів.

Для оцінювання асиметричності регіонального розвитку ринку санаторних послуг розраховано квадратичний коефіцієнт варіації за такою формулою:

$$\nu_{\sigma} = \frac{\sigma}{\bar{x}} \cdot 100, \quad (4.6)$$

де σ – середнє квадратичне відхилення:

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2}, \quad (4.7)$$

де σ^2 – дисперсія:

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n} = \frac{\sum x^2}{n} - \left(\frac{\sum x}{n} \right)^2, \quad (4.8)$$

де $\bar{x}$ – середнє значення:

$$\left(\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \right). \quad (4.9)$$

За даними таблиці 4.3, на основі формул (4.6-4.9) розраховано результати:

$$\bar{x} = 0,3056; \sigma^2 = 0,021833; \sigma = 0,147759; \nu_{\sigma} = 48,35\%.$$

Отримане значення квадратичного коефіцієнта варіації значно перевищує критичне значення (33%). Це дозволяє зробити висновок, що досліджувана

нами сукупність регіонів України є неоднорідною за значенням інтегрального показника розвитку ринку послуг санаторіїв.

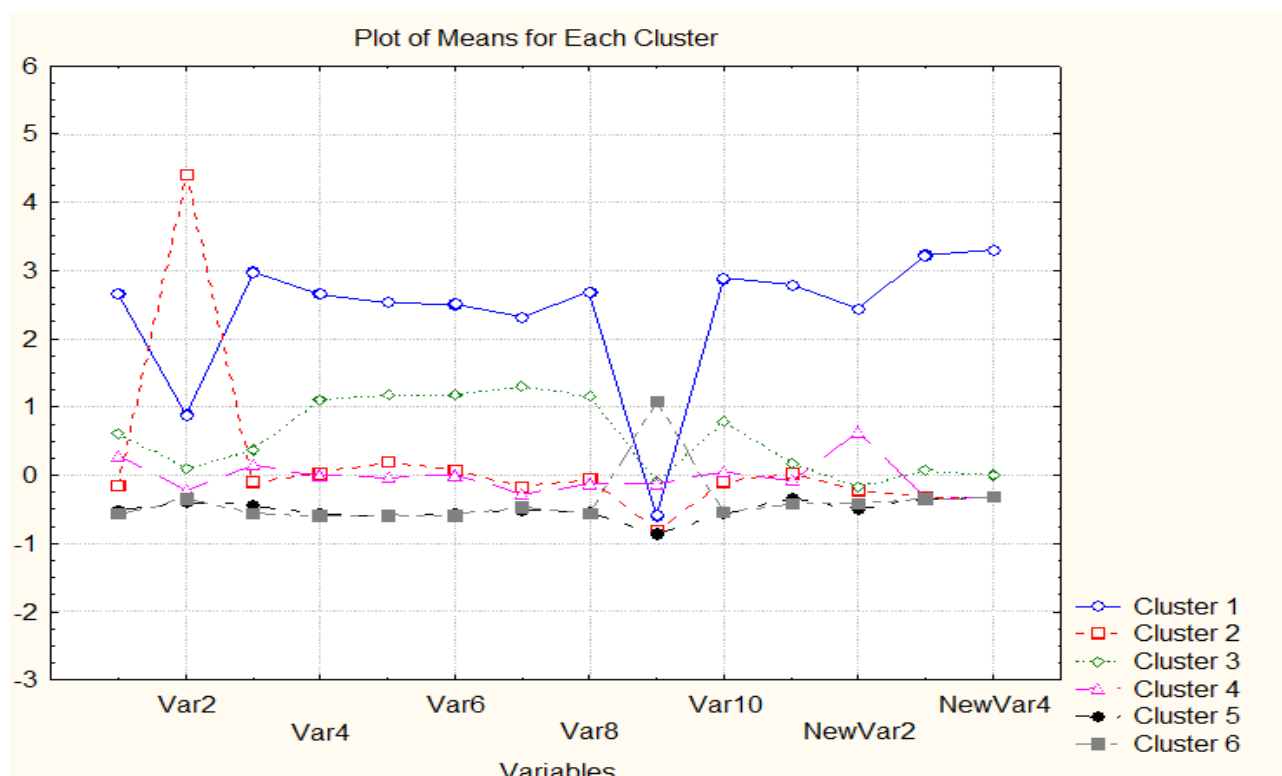


Рис. 4.4. Середні значення стандартизованих показників для кожного кластера за інтегральним показником розвитку ринку санаторних послуг в регіонах України, 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Для застосування таксономічного методу за допомогою експертних оцінок визначено ваги у розрізі блоків показників і в частині складових кожного блоку.

Блок 1. – 0,3 (кількість санаторіїв, од. (x1) – 0,4; загальна площа санаторіїв, м. кв. (x2) – 0,1; кількість ліжок (місць) у санаторіях, од. (x3) - 0,5).

Блок 2. – 0,2 (середньооблікова кількість штатних працівників у санаторіях, осіб (x4) – 0,25; середньооблікова кількість лікарів у санаторіях, осіб (x5) – 0,4; середньооблікова кількість середнього медичного персоналу у санаторіях, осіб (x6) – 0,35).

Блок 3. – 0,3 (доходи від наданих послуг санаторіями, тис. грн. (x7) – 0,3; обслуговано приїжджих у санаторіях (x8) – 0,3; коефіцієнт використання

місткості санаторіїв, (x9) – 0,2; обсяг проведеного фактично (реально) часу в ліжко-днях у санаторіях, од. (x10) – 0,2).

Блок 4. – 0,1 (кількість осіб, котрі мають статус постраждалих під час аварії на ЧАЕС і тих, що перебували у санаторіях впродовж аналізованого періоду, осіб (x11) – 0,35; кількість дітей у віці 0-17 років, пролікованих у санаторіях, осіб (x12) – 0,65).

Блок 5. – 0,1 (обслуговано іноземців у санаторіях, осіб (x13) – 0,6; кількість фактично проведених ними ліжко-днів (x14) – 0,4).

Результати застосування таксономічного методу оцінювання стану ринку санаторних послуг в регіонах України у розрізі блоків показників представлено у таблиці 4.3. На основі отриманих зважених оцінок здійснено ранжування регіонів у розрізі окремих блоків та у цілому за усією системою блоків показників. Результати ранжування представлено у таблиці 4.4.

Дані таблиць 4.3-4.4 вказують на лідируючі позиції Львівської області згідно зважених оцінок розвитку санаторних послуг. За узагальненою оцінкою (3,047) Львівщина випереджає наступну у рейтингу область – Одеську на 7,7%, останню – Луганську – у 16,7 рази. Наступні в рейтингу за узагальненою оцінкою п'ять регіонів (третій – Вінницький (1,582), четвертий – Полтавський (1,294), п'ятий – Закарпатський (1,261), шостий – Запорізький (1,199), сьомий – м. Київ (1,042)) отримали узагальнену оцінку, яка значно перевищує одиницю.

Висока позиція (7-ме місце) столиці у цьому рейтингу пояснюється розвиненою мережею крупних санаторіїв. З 4044,6 тис. м. кв. загальної площі санаторіїв України на м. Київ припадає 1515,0 тис. м. кв., що складає 37,5 %. Дещо нижча у столиці концентрація житлової площі санаторіїв - 17,4% (180,0 тис. м. кв. з 1034,2 тис. м. кв.). За рівномірного регіонального розподілу мережі санаторіїв частка м. Києва мала б становити 4,0%.

Низка досліджуваних критеріїв по м. Києву сягає такого рівня: кількість санаторіїв, кількість у них ліжок (місць) і число реально проведених ліжко-днів – 3,6%; обслуговано приїжджих – 3,8%; середня спискова чисельність штатного персоналу санаторіїв за рік – 4,1%.

Таблиця 4.3

Результати застосування таксономічного методу оцінювання розвитку сфери санаторних послуг у регіонах України за 2016 р.

Області	Узагальнені оцінки					Зважені оцінки					
	Блок 1	Блок 2	Блок 3	Блок 4	Блок 5	Блок 1	Блок 2	Блок 3	Блок 4	Блок 5	У цілому
Вінницька	1,637	3,077	1,348	0,712	0,814	0,491	0,615	0,404	0,071	0,081	1,582
Волинська	0,441	0,480	0,456	1,013	0,000	0,132	0,096	0,137	0,101	0,000	0,466
Дніпропетровська	0,870	0,778	0,690	0,520	0,000	0,262	0,156	0,207	0,051	0,000	0,676
Донецька	0,648	0,594	0,413	0,427	0,001	0,194	0,120	0,124	0,044	0,000	0,479
Житомирська	0,367	0,485	0,530	0,518	0,046	0,110	0,096	0,158	0,053	0,005	0,418
Закарпатська	1,430	1,778	1,361	0,681	0,646	0,429	0,356	0,408	0,068	0,065	1,261
Запорізька	1,686	0,973	0,929	2,204	0,002	0,506	0,195	0,278	0,220	0,000	1,199
Івано-Франківська	0,720	0,962	0,642	1,082	0,001	0,216	0,193	0,191	0,108	0,000	0,709
Київська	0,966	0,867	0,660	1,361	0,000	0,290	0,175	0,197	0,136	0,000	0,797
Кіровоградська	0,251	0,131	0,336	0,046	0,000	0,074	0,026	0,101	0,005	0,000	0,207
Луганська	0,111	0,091	0,407	0,089	0,000	0,032	0,019	0,122	0,009	0,000	0,182
Львівська	3,756	4,115	2,451	3,617	8,124	1,127	0,823	0,736	0,361	0,812	3,047
Миколаївська	0,917	0,280	0,345	0,542	0,000	0,275	0,056	0,103	0,054	0,000	0,489
Одеська	3,458	3,351	2,198	4,632	6,490	1,037	0,670	0,659	0,463	0,649	2,830
Полтавська	1,174	1,908	1,316	1,659	0,727	0,352	0,382	0,395	0,166	0,073	1,294
Рівненська	0,420	0,321	0,465	0,548	0,023	0,126	0,064	0,140	0,055	0,002	0,384
Сумська	0,276	0,258	0,332	0,417	0,000	0,083	0,052	0,100	0,042	0,000	0,276
Тернопільська	0,560	0,482	0,448	0,349	0,034	0,168	0,096	0,135	0,035	0,003	0,434
Харківська	1,120	1,146	0,666	0,763	0,020	0,336	0,229	0,200	0,076	0,002	0,841
Херсонська	0,667	0,389	0,631	0,990	0,000	0,200	0,078	0,189	0,099	0,000	0,566
Хмельницька	0,766	0,527	0,507	0,533	0,014	0,230	0,105	0,152	0,053	0,001	0,541
Черкаська	0,573	0,437	0,532	1,079	0,000	0,172	0,087	0,158	0,108	0,000	0,527
Чернівецька	0,175	0,221	0,283	0,077	0,000	0,051	0,044	0,085	0,008	0,000	0,189
Чернігівська	0,266	0,221	0,429	0,496	0,000	0,079	0,044	0,129	0,049	0,000	0,302
м. Київ	1,744	1,127	0,681	0,890	0,042	0,523	0,226	0,204	0,089	0,004	1,042

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Ранги регіонів України за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв у регіональному зрізі за 2016 р.*

Області (регіони)	<i>Блок 1</i>	<i>Блок 2</i>	<i>Блок 3</i>	<i>Блок 4</i>	<i>Блок 5</i>	<i>У цілому</i>
Вінницька	5	3	4	12	3	3
Волинська	18	16	17	8	15	17
Дніпропетровська	11	11	7	18	15	11
Донецька	15	12	20	20	14	16
Житомирська	20	14	14	17	6	19
Закарпатська	6	5	3	13	5	5
Запорізька	4	8	6	3	12	6
Івано-Франківська	13	9	11	6	13	10
Київська	9	10	10	5	15	9
Кіровоградська	23	24	23	25	15	23
Луганська	25	25	21	23	15	25
Львівська	1	1	1	2	1	1
Миколаївська	10	20	22	15	15	15
Одеська	2	2	2	1	2	2
Полтавська	7	4	5	4	4	4
Рівненська	19	19	16	14	9	20
Сумська	21	21	24	21	15	22
Тернопільська	17	15	18	22	8	18
Харківська	8	6	9	11	10	8
Херсонська	14	18	12	9	15	12
Хмельницька	12	13	15	16	11	13
Черкаська	16	17	13	7	15	14
Чернівецька	24	23	25	24	15	24
Чернігівська	22	22	19	19	15	21
м. Київ	3	7	8	10	7	7

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Число осіб постраждалих внаслідок аварії на ЧАЕС і тих, що перебували у санаторіях – 4,2%; середньооблікова кількість середнього медичного персоналу – 4,3%.

Не суттєва асиметрія у бік перевищення притаманна показникам кількості лікарів (5,0%), у бік відставання – доходам від наданих санаторіями послуг (2,9%) і кількості пролікованих дітей віком 0-17 років (3,2%).

Внесок м. Києва у надання санаторних послуг іноземцям коливається на рівні 0,3-0,2%, що значно нижче показника 4,0%.

Отже, з наведеного спостереження випливає, що у столиці сконцентровано надмірно крупні за територією санаторні об'єкти, обслуговуючі вузьке коло осіб, головним чином, вітчизняних громадян.

Для аналізування ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг України сформовано систему ознак, аналогічну сектору санаторних послуг (табл. 4.5). Відмінність від вхідних даних по санаторіях (табл. 4.1) полягає у тому, що, по-перше, показники системи агреговані за юридичними особами і фізичними особами-підприємцями і, по-друге, для низки характеристик діяльності закладів рекреації обрано інші вимірники:

- загальна площа, тис. м. кв.;
- чисельність ліжок (місць), тис. од.;
- обсяг доходів від наданих послуг, млн. грн.;
- обслуговано, тис. осіб;
- число (обсяг) проведених ліжко-днів фактично (реально), тис. од.;
- проліковано дітей у віці 0-17 років спеціалізованими засобами розміщення, тис. осіб.

Максимальне значення відстані (1,06) у м. Києві вище за наступне у списку Запорізького регіону на 2,9%. Значення відстані коливається у межах перебільшення від 10,4% до 96,2% у 10 областях: Львівській, Одеській, Вінницькій, Донецькій, Луганській, Дніпропетровській, Миколаївській, Полтавській, Житомирській, Закарпатській.

У столиці показник відстані регіонів від центру понад вдвічі переважає відповідне значення у Київській, Харківській, Сумській, Волинській областях, втричі – у Чернівецькій і Івано-Франківській областях, у п'ятеро – у Кіровоградській, Чернігівській областях, вшестеро – у Рівненській, Тернопільській, Черкаській та Хмельницькій областях.

Таблиця 4.5

Вхідні дані для кластеризації санаторно-курортних і оздоровчих послуг України у регіональному зрізі, 2016 р.

бласті	Блок 1			Блок 2			Блок 3				Блок 4		Блок 5	
	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}
	1722	7470,7	239,7	42631	2375	7677	3392,3	1507,7	0,38	16367,8	30594	365,1	44443	507661
Вінницька	20	395,7	4,4	3028	295	789	247,3	50,8	0,46	827,8	1350	4,5	1340	19030
Волинська	76	89,3	4,0	788	27	160	39,0	28,4	0,44	244,3	1997	6,1	44	77
Дніпропетровська	116	229,9	16,4	2495	97	407	116,6	208,3	0,40	1082,4	79	43,3	0	0
Донецька	80	382,3	19,8	1742	61	258	102,8	50,4	0,22	745,7	18	20,0	1	15
Житомирська	13	47,6	1,8	760	44	166	42,4	13,8	0,52	252,5	1113	3,3	109	706
Закарпатська	45	239,2	5,2	2558	145	501	338,6	64,9	0,40	748,1	359	8,6	1254	13438
Запорізька	262	532,7	33,1	3444	128	436	357,2	207,4	0,36	1696,3	3828	43,3	60	379
Івано-Франківська	30	170,2	3,6	1637	79	324	43,5	36,4	0,40	514,6	40	18,9	10	26
Київська	62	270,6	10,5	1814	91	308	75,5	45,0	0,32	667,4	411	22,5	24	318
Кіровоградська	22	184,0	1,6	351	14	62	14,8	12,1	0,37	123,6	11	1,9	21	320
Луганська	6	26,1	0,5	234	10	46	13,4	6,1	0,56	87,3	133	0,8	0	0
Львівська	56	597,8	12,9	4 922	349	1091	570,7	111,4	0,30	1654,3	7888	12,3	13281	191565
Миколаївська	187	373,0	26,1	1453	43	155	145,1	119,8	0,36	878,6	204	29,2	4324	29797
Одеська	351	911,9	44,6	5872	345	878	495,4	236,3	0,40	2803,6	5558	67,9	22119	230 969
Полтавська	33	143,1	5,2	2473	170	492	230,9	61,4	0,44	778,2	3520	7,4	1251	16409
Рівненська	13	82,6	2,2	517	22	115	37,2	14,5	0,33	203,7	836	5,6	59	295
Сумська	20	79,1	1,9	403	21	91	18,0	12,0	0,26	153,1	335	3,2	0	0
Тернопільська	11	78,6	1,7	623	36	137	18,0	8,5	0,38	143,6	131	3,6	60	766
Харківська	64	162,5	9,0	1823	112	296	81,8	37,7	0,29	541,7	288	8,6	35	455
Херсонська	148	580,0	22,1	2086	50	170	269,0	106,3	0,49	1121,1	249	28,9	339	1842
Хмельницька	17	75,1	1,9	669	39	170	18,8	13,5	0,38	210,3	315	4,5	26	286
Черкаська	44	137,1	4,0	717	27	139	22,6	20,7	0,33	255,0	1073	8,9	0	0
Чернівецька	7	51,3	0,9	327	17	67	4,4	3,0	0,29	78,6	7	0,7	0	0
Чернігівська	18	45,1	1,9	332	12	77	4,6	6,5	0,34	103,1	338	4,3	0	0
м.Київ	21	1585,8	4,3	1563	141	342	84,6	32,5	0,43	452,9	513	6,8	86	968

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

В столиці показник відстані регіонів від центру понад вдвічі більший за відповідне значення у Київській, Харківській, Сумській, Волинській областях, втричі – у Чернівецькій, Івано-Франківській областях, уп'ятеро – в Кіровоградській і Чернігівській областях, вшестеро – у Рівненській, Тернопільській, Черкаській та Хмельницькій областях.

Нормовані значення досліджуваної системи показників розвитку ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг, їх відстані від центру наведено в таблиці 4.6, а на рисунку 4.5 наочно зображено упорядковану сукупність регіонів у спадному порядку за значенням цієї відстані.

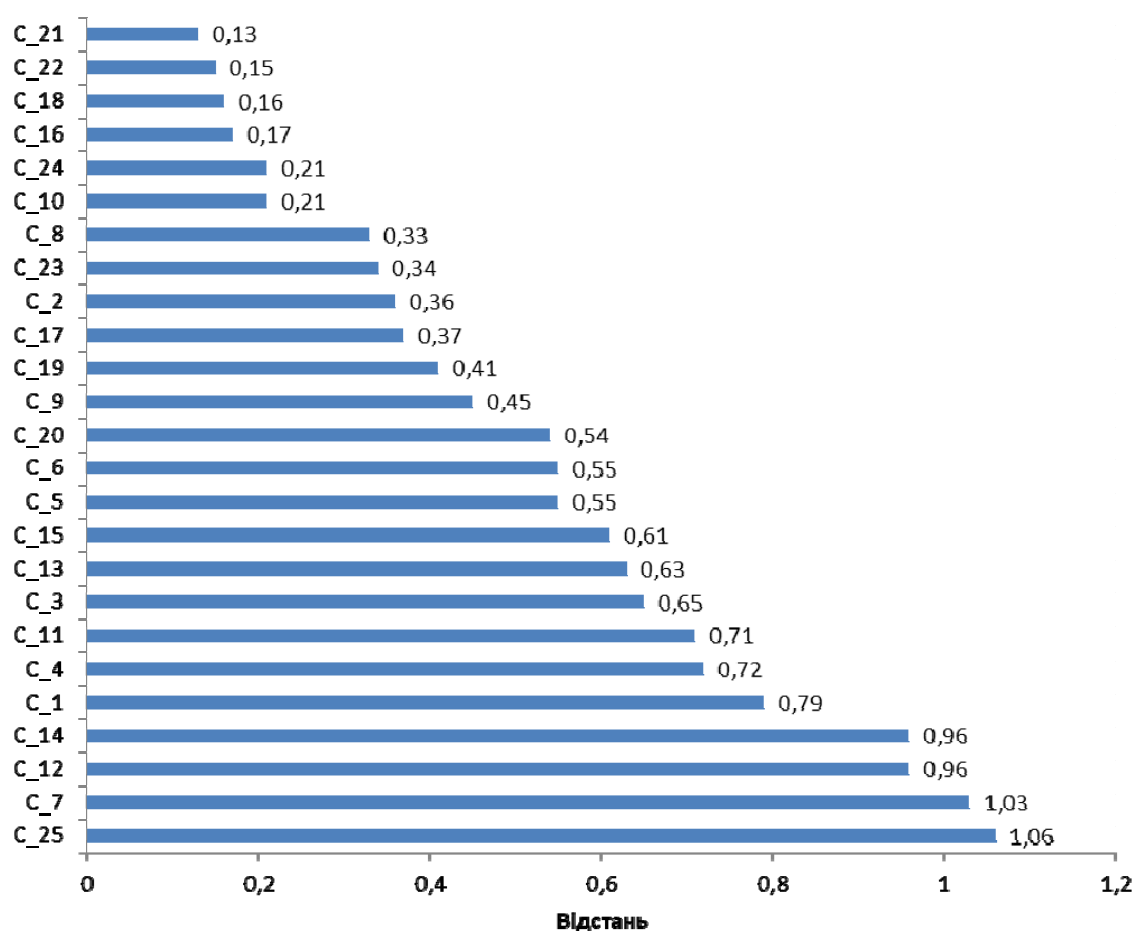


Рис. 4.5. Ранжування регіонів України за значенням відстані від центру при оцінюванні розвитку сфери санаторно-курортних і оздоровчих послуг у 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Таблиця 4.6

Нормоване значення показників розвитку сфери санаторно-курортних послуг та відстань від центру у регіонах України за 2016 р.

Області	Умовне позначення	$z_{ij}, (i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n})$														Дистанція
		x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}	
Вінницька	C 1	-0,57	0,34	-0,45	0,99	2,00	1,78	0,70	-0,14	1,01	0,27	0,06	-0,61	-0,09	-0,02	0,79
Волинська	C 2	0,08	-0,55	-0,49	-0,62	-0,68	-0,54	-0,60	-0,47	0,76	-0,64	0,39	-0,51	-0,35	-0,35	0,36
Дніпропетровська	C 3	0,55	-0,22	0,60	-0,01	0,02	0,37	-0,12	2,18	0,26	0,66	-0,58	1,73	-0,35	-0,35	0,65
Донецька	C 4	0,13	0,05	0,89	-0,36	-0,34	-0,18	-0,21	-0,15	-1,97	0,14	-0,61	0,32	-0,35	-0,35	0,72
Житомирська	C 5	-0,65	-0,68	-0,68	-0,48	-0,51	-0,52	-0,58	-0,69	1,75	-0,63	-0,06	-0,68	-0,33	-0,34	0,55
Закарпатська	C 6	-0,28	-0,39	-0,38	0,17	0,50	0,72	1,27	0,07	0,26	0,15	-0,44	-0,36	-0,09	-0,12	0,55
Запорізька	C 7	2,26	0,64	2,06	1,14	0,33	0,48	1,39	2,17	-0,23	1,62	1,32	1,73	-0,33	-0,34	1,03
Івано-Франківська	C 8	-0,45	-0,55	-0,52	-0,26	-0,16	0,06	-0,58	-0,35	0,26	-0,22	-0,60	0,26	-0,35	-0,35	0,33
Київська	C 9	-0,08	-0,05	0,08	-0,25	-0,04	0,00	-0,38	-0,23	-0,73	0,02	-0,41	0,48	-0,35	-0,34	0,45
Кіровоградська	C 10	-0,55	-0,25	-0,70	-0,71	-0,81	-0,91	-0,76	-0,71	-0,11	-0,83	-0,62	-0,76	-0,35	-0,34	0,21
Луганська	C 11	-0,74	-0,71	-0,79	-0,75	-0,85	-0,96	-0,77	-0,80	2,25	-0,88	-0,55	-0,83	-0,35	-0,35	0,71
Львівська	C 12	-0,15	0,69	0,29	1,32	2,54	2,90	2,72	0,75	-0,98	1,55	3,39	-0,14	2,29	2,94	0,96
Миколаївська	C 13	1,38	0,25	1,44	0,45	-0,52	-0,56	0,06	0,88	-0,23	0,35	-0,52	0,88	0,50	0,16	0,63
Одеська	C 14	3,30	1,70	3,06	3,83	2,50	2,11	2,25	2,59	0,26	3,34	2,20	3,21	4,03	3,62	0,96
Полтавська	C 15	-0,42	-0,42	-0,38	0,34	0,75	0,68	0,60	0,02	0,76	0,19	1,17	-0,43	-0,09	-0,07	0,61
Рівненська	C 16	-0,65	-0,57	-0,65	-0,67	-0,73	-0,71	-0,62	-0,67	-0,61	-0,70	-0,20	-0,54	-0,33	-0,34	0,17
Сумська	C 17	-0,57	-0,57	-0,67	-0,68	-0,74	-0,80	-0,74	-0,71	-1,48	-0,78	-0,45	-0,69	-0,35	-0,35	0,37
Тернопільська	C 18	-0,68	-0,63	-0,69	-0,57	-0,59	-0,63	-0,74	-0,76	0,01	-0,79	-0,56	-0,66	-0,33	-0,33	0,16
Харківська	C 19	-0,06	-0,37	-0,05	-0,11	0,17	-0,04	-0,34	-0,33	-1,10	-0,18	-0,48	-0,36	-0,35	-0,34	0,41
Херсонська	C 20	0,92	0,87	1,09	-0,17	-0,45	-0,51	0,83	0,68	1,38	0,73	-0,50	0,86	-0,29	-0,32	0,54
Хмельницька	C 21	-0,61	-0,61	-0,67	-0,57	-0,56	-0,51	-0,73	-0,69	0,01	-0,69	-0,46	-0,61	-0,35	-0,34	0,13
Черкаська	C 22	-0,29	-0,44	-0,49	-0,64	-0,68	-0,62	-0,71	-0,58	-0,61	-0,62	-0,08	-0,34	-0,35	-0,35	0,15
Чернівецька	C 23	-0,72	-0,70	-0,76	-0,70	-0,78	-0,89	-0,82	-0,84	-1,10	-0,90	-0,62	-0,84	-0,35	-0,35	0,34
Чернігівська	C 24	-0,59	-0,65	-0,67	-0,73	-0,83	-0,85	-0,82	-0,79	-0,48	-0,86	-0,45	-0,62	-0,35	-0,35	0,21
м. Київ	C 25	-0,56	3,82	-0,46	0,06	0,46	0,13	-0,32	-0,41	0,64	-0,31	-0,36	-0,47	-0,33	-0,33	1,06

Джерело: власні розрахунки

Результати застосування комп'ютерної програми Statistica 6 компанії StatSoft, Inc, котрі дозволяють виразно представити послідовне об'єднання об'єктів у кластери за системою показників розвитку ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг, наведено на рисунку 4.6.

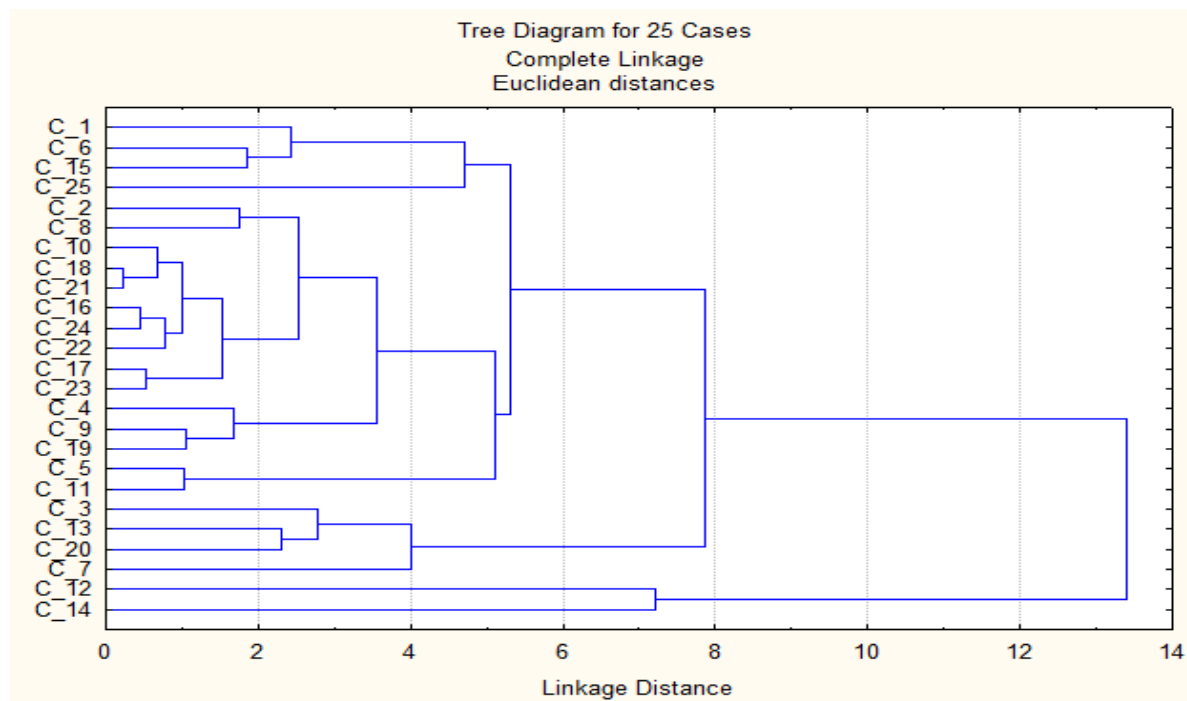


Рис. 4.6. Горизонтальна дендрограма за результатами дослідження ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг України у 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Використання графіку зміни відстаней за методом Уорда показано на рис. 4.7. Візуальний аналіз даних цього рисунку дозволяє визначити оптимальну кількість кластерів: $25-22=3$.

Отже, як демонструють результати виконаного кластерного аналізу, регіони України за рівнем розвитку ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг доцільно поділити на три кластери.

До першого кластеру віднесено дві області – Львівську і Одеську.

Другий кластер охоплює вісім об'єктів – Вінницька, Дніпропетровська, Закарпатська, Запорізька, Миколаївська, Полтавська, Херсонська області та м. Київ.

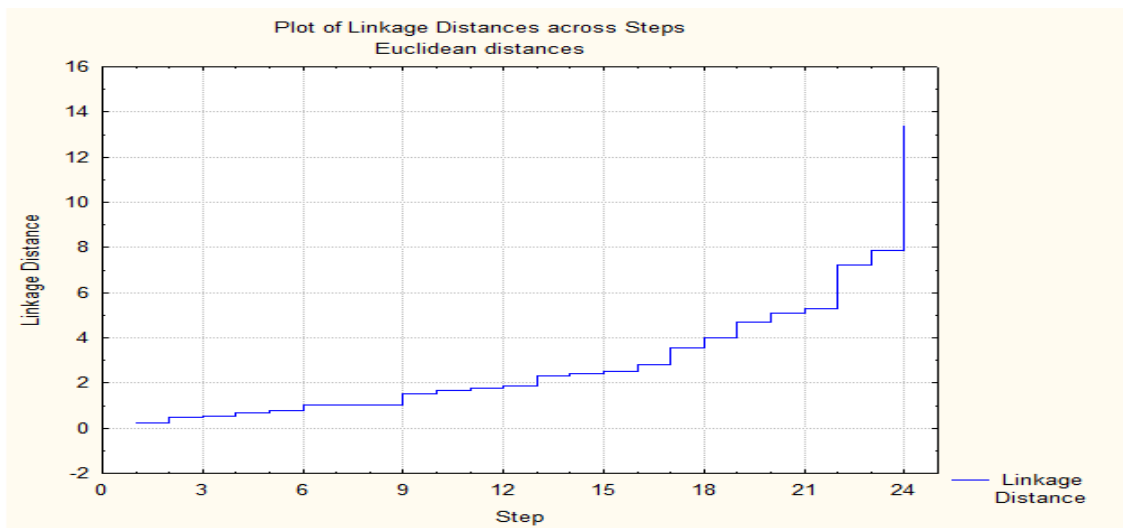


Рис. 4.7. Графік об'єднання регіонів за інтегральним показником розвитку ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг в Україні, 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

До третього кластеру віднесено п'ятнадцять областей – Волинську, Донецьку, Житомирську, Івано-Франківську, Київську, Кіровоградську, Луганську, Рівненську, Сумську, Тернопільську, Харківську, Хмельницьку, Черкаську, Чернівецьку, Чернігівську.

На рисунку 4.8 наведено графік середніх стандартизованих значень показників для кожного з трьох виділених кластерів.

Для оцінювання рівномірності регіонального розвитку ринку послуг рекреаційних установ визначено такі характеристики:

$$\bar{x} = 0,8054;$$

$$\sigma^2 = 0,504215;$$

$$\sigma = 0,71001;$$

$$v_{\sigma} = 88,2\%.$$

За отриманим значенням квадратичного коефіцієнта варіації, робимо висновок, що спостережена нами сукупність регіонів України є ще більш неоднорідною за значенням інтегрального показника розвитку ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг порівняно з сегментом санаторних послуг.

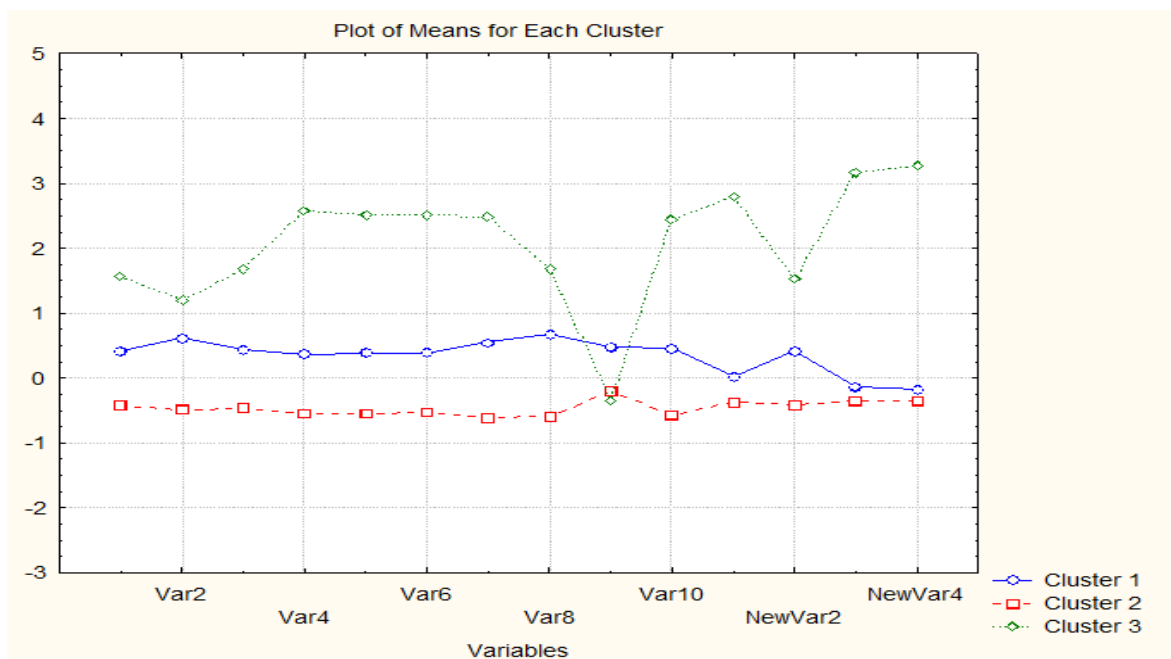


Рис. 4.8. Середні значення стандартизованих показників для кожного кластера за інтегральним показником розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг у регіонах України за 2016 р.

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Результати застосування таксономічного методу оцінювання стану ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг за регіонами нашої країни у розрізі блоків показників представлено в таблиці 4.7.

Даний метод оцінювання підтверджує лідируючі позиції Одещини за зваженими оцінками розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг. За узагальненою оцінкою (3,193) Одеська область випереджає наступні дві у рейтингу області (Запорізьку і Львівську) на 48,1% і 89,2%, відповідно.

Упорядкування регіонів України за здійсненим таксономічним оцінюванням діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів демонструє табл. 4.8.

Домінантна позиція Одещини пояснюється особливостями географічного розташування й економічного потенціалу, розвитком інфраструктури транспорту, унікальними природно-кліматичними умовами, значною кількістю архітектурних пам'яток, рекреаційних ресурсів для бальнеологічного лікування та джерел мінеральних вод.

Таблиця 4.7

Результати застосування таксономічного методу оцінювання розвитку сфери санаторно-курортних і оздоровчих послуг у регіонах України за 2016 р.

Області	Узагальнені оцінки					Зважені оцінки					
	Блок 1	Блок 2	Блок 3	Блок 4	Блок 5	Блок 1	Блок 2	Блок 3	Блок 4	Блок 5	У цілому
Вінницька	0,478	2,585	0,730	0,585	0,828	0,142	0,517	0,219	0,058	0,084	0,938
Волинська	0,681	0,411	0,431	0,843	0,017	0,204	0,083	0,129	0,084	0,002	0,500
Дніпропетровська	1,606	1,238	1,562	1,95	0,000	0,482	0,247	0,469	0,195	0,000	1,393
Донецька	1,625	0,807	0,585	0,896	0,001	0,489	0,161	0,175	0,091	0,000	0,914
Житомирська	0,185	0,486	0,398	0,465	0,051	0,056	0,098	0,120	0,046	0,005	0,319
Закарпатська	0,613	1,557	0,747	0,485	0,688	0,184	0,311	0,223	0,049	0,068	0,767
Запорізька	3,426	1,541	1,725	3,022	0,028	1,028	0,308	0,518	0,302	0,003	2,156
Івано-Франківська	0,418	0,942	0,533	0,854	0,004	0,125	0,188	0,161	0,085	0,000	0,559
Київська	0,998	1,000	0,585	1,118	0,015	0,298	0,200	0,175	0,112	0,001	0,787
Кіровоградська	0,274	0,181	0,277	0,088	0,012	0,083	0,035	0,084	0,009	0,001	0,211
Луганська	0,070	0,129	0,331	0,074	0,000	0,021	0,026	0,099	0,007	0,000	0,153
Львівська	1,198	3,435	1,206	2,803	8,256	0,359	0,687	0,362	0,280	0,826	1,688
Миколаївська	2,572	0,571	1,04	1,358	2,046	0,772	0,114	0,312	0,136	0,205	1,334
Одеська	4,669	3,314	2,227	4,612	12,015	1,401	0,663	0,669	0,461	1,202	3,193
Полтавська	0,511	1,638	0,758	1,336	0,746	0,152	0,328	0,227	0,134	0,076	0,842
Рівненська	0,219	0,300	0,295	0,487	0,026	0,066	0,060	0,089	0,049	0,003	0,264
Сумська	0,241	0,2521	0,233	0,238	0,000	0,072	0,051	0,070	0,025	0,000	0,216
Тернопільська	0,179	0,398	0,272	0,197	0,036	0,054	0,081	0,081	0,021	0,004	0,235
Харківська	0,895	1,076	0,494	0,465	0,021	0,268	0,214	0,149	0,048	0,002	0,679
Херсонська	2,206	0,710	1,110	1,358	0,152	0,662	0,142	0,332	0,136	0,015	1,272
Хмельницька	0,224	0,456	0,317	0,29	0,013	0,067	0,091	0,095	0,028	0,001	0,282
Черкаська	0,510	0,376	0,342	0,703	0,000	0,154	0,076	0,102	0,070	0,000	0,401
Чернівецька	0,105	0,195	0,181	0,032	0,000	0,031	0,039	0,054	0,003	0,000	0,127
Чернігівська	0,219	0,186	0,230	0,288	0,000	0,066	0,038	0,068	0,028	0,000	0,201
м. Київ	0,877	1,213	0,510	0,448	0,049	0,263	0,243	0,154	0,046	0,005	0,703

Джерело: власні розрахунки

Таблиця 4.8

Ранги регіонів України за рівнем розвитку сфери санаторно-курортних і оздоровчих послуг у регіональному зрізі за 2016 р.

Області (регіони)	<i>Блок 1</i>	<i>Блок 2</i>	<i>Блок 3</i>	<i>Блок 4</i>	<i>Блок 5</i>	<i>У цілому</i>
Вінницька	15	3	9	13	4	7
Волинська	11	17	15	11	14	15
Дніпропетровська	6	7	3	4	20	4
Донецька	5	12	10	9	19	8
Житомирська	22	15	16	16	8	17
Закарпатська	12	5	8	15	6	11
Запорізька	2	6	2	2	11	2
Івано-Франківська	16	11	12	10	18	14
Київська	8	10	11	8	16	10
Кіровоградська	17	24	21	23	17	22
Луганська	25	25	18	24	20	24
Львівська	7	1	4	3	2	3
Миколаївська	3	14	6	5	3	5
Одеська	1	2	1	1	1	1
Полтавська	13	4	7	7	5	9
Рівненська	21	20	20	14	12	19
Сумська	18	21	23	21	20	21
Тернопільська	23	18	22	22	10	20
Харківська	9	9	14	16	13	13
Херсонська	4	13	5	5	7	6
Хмельницька	19	16	19	19	15	18
Черкаська	14	19	17	12	20	16
Чернівецька	24	22	25	25	20	25
Чернігівська	20	23	24	20	20	23
м. Київ	10	8	13	18	9	12

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

На теренах Одещини знаходяться понад двадцять курортів, розташованих переважно на Чорноморському узбережжі у межах наступних адміністративно-територіальних одиниць: обласний центр – м. Одеса; Білгород-Дністровський район – 7 селищ: Затока, Сергіївка, Косівка, Курортне, Миколаївка, Попаздра, Приморське; Комінтернівський район – 6 селищ: Гвардійське, Ліски, Вапнярка, Крижанівка, Нова Дофінівка, Сичавка; Овідіопольський район – 5 селищ: Грибівка, Дальник, Кароліно-Бугаз, Санжійка, Іллічівка; Татарбунарський район - 3 селища: Лебедівка, Приморське, Тузли [120].

Найбільшого поширення в складі комплексу суб'єктів санаторної і курортної діяльності Одещини набули бази відпочинку, частка яких серед загального числа закладів у 2016 році дорівнювала 89,2%. При цьому, усі фізичні особи-підприємці Одещини (188 од.) надають послуги лише у форматі баз відпочинку. Серед юридичних осіб області, що працюють на ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг, внесок баз відпочинку становив 76,7% (125 од.), оскільки тут діяло 28 санаторіїв, 5 пансіонатів відпочинку, 3 санаторії-профілакторії та 1 дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії і 1 будинок відпочинку.

Зважена оцінка розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг Одеського регіону понад дворазово випереджає аналогічні показники для Миколаївської і Херсонської областей, триразово – для Вінницької, Донецької, Полтавської областей.

Десяте місце у рейтингу регіонів України 2016 року за станом розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг посіла Київська область, яка за значенням зваженої оцінки поступається Одещині у чотири рази. Цей же розрив для двох останніх областей – Луганської і Чернівецької – сягає 20,1 і 24,9 рази, відповідно.

Високі позиції Одеської, Запорізької, Миколаївської та Херсонської областей пояснюються розвинутою мережею баз відпочинку та інших аналогічних закладів (крім турбаз), територіально розміщених переважно на морському узбережжі. У цих чотирьох областях сконцентровано більше 60% баз відпочинку, інших закладів відпочинку (крім турбаз) України (24,7%, 18,8%, 12,9%, 8,8%, відповідно). Натомість, у Львівській області цей показник складає 0,9%. Проте, за рахунок лідерства у сегменті санаторних послуг (частка Львівщини у межах загальнонаціональних показників по санаторіях становить 13,6% за кількістю, 11,5% – за загальною площею, 16,8% – за місткістю, 16,1% – за кількістю працівників, 26,6% – за доходами від наданих послуг, 19,2% – за кількістю отримувачів послуг, 27,2% – за кількістю пролікованих постраждалих внаслідок аварії на ЧАЕС, 49,9% – за чисельністю отримувачів послуг серед

іноземних громадян) область посіла третє місце у рейтингу зважених оцінок розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг.

Відповідно блоку показників, характеризуючих трудовий потенціал досліджуваної нами сфери послуг, у ТОП-5 (окрім Одеської, Львівської, Запорізької областей) потрапили Вінницький і Полтавський регіони. Якщо високий ранг за чисельністю персоналу у Вінницькій області забезпечений переважно зайнятістю у санаторіях, то у Полтавській додатково і в санаторіях-профілакторіях.

У блоці показників, що визначають діяльність санаторно-курортних і оздоровчих закладів, привертає до себе увагу третя позиція Дніпропетровщини, яку вона здобула завдяки широкому потоку споживачів. За показником кількості отримувачів санаторно-курортних послуг (13,8%) Дніпропетровська область поступається тільки Одещині, а серед послуг санаторіїв-профілакторіїв є безперечним лідером. Так, кожному третьому споживачу (30,1%) надання послуг забезпечували заклади саме Дніпропетровської області. Також цей регіон знаходиться на високому (четвертому) рівні у блоці соціальних індикаторів, забезпечуючи оздоровлення значної кількості учасників ліквідації аварії на ЧАЕС та дітей.

Натомість, ні юридичні особи, ні фізичні особи-підприємці Дніпропетровської області не надавали санаторно-курортних і оздоровчих послуг іноземцям. Аналогічна ситуація спостерігається і у Луганській, Сумській, Черкаській, Чернігівській, Чернівецькій областях. Іноземні громадяни надають перевагу послугам санаторіїв, баз і пансіонатів відпочинку, санаторіїв-профілакторіїв Одеської, Львівської, Миколаївської, Вінницької, Полтавської областей.

Узагальнені дані кластерного аналізу результативності регіональної політики щодо розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг представлено у таблиці 4.9, рис. 4.9 та рис. 4.10.

Атрибутивні значення рівня розвитку ринку цих послуг визначено відповідно до варіації зважених оцінок за таксономічним методом: до 0,5 –

дуже низький; 0,5-1,0 – низький; 1,0-2,0 – помірний; 2,0-2,5– високий; 2,5 і більше – дуже високий.

Таблиця 4.9

Розподіл регіонів України за рівнем розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг

Рівень розвитку	Санаторно-курортні і оздоровчі послуги		Послуги санаторіїв	
	області (регіони)	кількість регіонів	області (регіони)	кількість регіонів
Дуже низький	Черкаська, Житомирська, Хмельницька, Рівненська, Тернопільська, Сумська, Кіровоградська, Чернігівська, Луганська, Чернівецька	10	Миколаївська, Донецька, Волинська, Тернопільська, Житомирська, Рівненська, Чернігівська, Сумська, Кіровоградська, Чернівецька, Луганська	11
Низький	Вінницька, Донецька, Полтавська, Закарпатська, Київська, м. Київ, Харківська, Івано-Франківська, Волинська	9	Київська, Харківська, Івано-Франківська, Дніпропетровська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська	7
Помірний	Львівська, Дніпропетровська, Херсонська, Миколаївська	4	м. Київ, Запорізька, Закарпатська, Полтавська, Вінницька,	5
Високий	Запорізька	1	-	0
Дуже високий	Одеська	1	Львівська, Одеська	2

Джерело: побудовано автором

Для узагальненої оцінки атрибутивного розподілу регіонів за рівнем розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг скористаємося методом осереднення рангових шал. Визначимо середній центрований бал за отриманими ранговими шалами:

– санаторно-курортні і оздоровчі послуги:

$$11 \times (-2) + 7 \times (-1) + 5 \times 0 + 0 \times 1 + 2 \times 2 = -0,32;$$

– послуги санаторіїв:

$$10 \times (-2) + 9 \times (-1) + 4 \times 0 + 1 \times 1 + 1 \times 2 = -0,44.$$



Рис. 4.9. Розподіл регіонів України за рівнем розвитку послуг санаторіїв

*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій і Луганській областях.

Джерело: розраховано та побудовано автором



Рис. 4.10. Розподіл регіонів України за рівнем розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг

*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій і Луганській областях.

Джерело: розраховано та побудовано автором

Абсолютне значення центрованого балу за отриманими ранговими шалами теоретично могло сягнути максимуму на рівні 2,0. Від'ємне значення середнього центрованого балу за ранговими критеріями свідчить про те, що рівень розвитку ринку санаторно-курортних послуг в регіонах країни оцінено як негативний.

4.2. Детермінанти діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів в регіонах України

Регіональний розвиток сфери послуг санаторно-курортних і оздоровчих закладів, як і будь-якого соціально-економічного феномену, відбувається на тлі дії комплексу суспільних детермінант. Синергетичні ефекти цього впливу слід розглядати крізь призму статичних та динамічних процесів.

Для параметричного оцінювання зв'язку між чинниками, котрі статистично характеризують та впливають на діяльність санаторно-курортних і оздоровчих закладів регіонів України, скористаємось інструментарієм кореляційно-регресійного аналізу. Передусім, оцінимо парні зв'язки між факторами ринку рекреаційно-санаторних послуг у регіональному зрізі.

Виходячи з методології параметричних оцінювань взаємовпливів соціально-економічних явищ, вважаємо за доцільне, насамперед, застосувати інструментарій лінійної кореляції. Загальновизнаним індикатором щільності лінійного кореляційного зв'язку між двома ознаками (x і y) слугує коефіцієнт Пірсона:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (4.10).$$

Значення r коливається від -1 до $+1$ і характеризує не тільки щільність, але й напрям зв'язку. Додатне значення r означає прямий зв'язок між ознаками, від'ємне – зворотний [278].

Опрацювання масиву доступних даних Державної служби статистики України дозволило виділити параметри, які корелюють з доходами від санаторно-курортних послуг у регіонах (додат. К, табл. К.1).

Результат обробки за допомогою Statistica 6 компанії StatSoft, Inc, який демонструє щільність і напрям зв'язку між характеристиками діяльності господарюючих суб'єктів, що провадять діяльність у сфері санаторно-курортних і оздоровчих послуг, наведено у таблиці 4.10.

Таблиця 4.10

Значення лінійного коефіцієнта парної кореляції факторного аналізу доходів СКОЗ України у регіональному зрізі, %

Показники	Показники					
	Кількість СКОЗ, які працювали	Кількість осіб, які розміщені у СКОЗ	Кількість ночівель, проведених у СКОЗ	Фактичні витрати на один день перебування у СКОЗ	Питома вага лікарів серед працівників СКОЗ	Доходи від наданих послуг СКОЗ
Кількість СКОЗ, які працювали	100	85,9	86,0	-22,5	-23,7	62,8
Кількість осіб, які розміщені	85,9	100	90,5	-2,5	-1,6	72,4
Кількість ночівель, проведених у СКОЗ	86,0	90,5	100	13,4	8,9	88,7
Фактичні витрати на один день перебування у СКОЗ	-22,5	-2,5	13,4	100	81,0	43,1
Питома вага лікарів серед працівників СКОЗ	-23,7	-1,6	8,9	81,0	100	24,8
Доходи від наданих послуг СКОЗ	62,8	72,4	88,7	43,1	24,8	100

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Між обсягом доходів від наданих послуг санаторно-курортними і оздоровчими закладами (СКОЗ) й усіма показниками, які нами досліджувалися, виявлено прямий зв'язок. Обернений зв'язок притаманний парам показників: «середній за рік показник обсягу фактичних витрат на один день перебування в СКОЗ» ↔ «кількість СКОЗ»; «питома вага лікарів серед працівників СКОЗ» ↔ «кількість СКОЗ»; «середній за рік показник обсягу фактичних витрат на один день перебування в СКОЗ» ↔ «кількість осіб, які розміщені у СКОЗ»; «питома вага лікарів серед працівників СКОЗ» ↔ «кількість розміщених осіб».

Обернені залежності, які наведені у табл. 4.10, можна пояснити щонайменше двома причинами:

по-перше, високою прямою кореляцією між забезпеченістю регіонів санаторно-курортними закладами і кількістю отримувачів їхніх послуг у регіонах;

по-друге, вагомою часткою витрат на лікарський персонал у загальних витратах СКОЗ.

Насамперед, здійснимо економіко-математичне моделювання парних лінійних залежностей між кожним чинником (x) та показником доходів від наданих послуг СКОЗ у формі лінії регресії:

$$y = a + b \cdot x, \quad (4.11)$$

де a і b параметри парної лінійної регресії, котрі є розв'язками системи нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} an + b \sum_{i=1}^n x_i = \sum_{i=1}^n y_i \\ a \sum_{i=1}^n x_i + b \sum_{i=1}^n x_i^2 = \sum_{i=1}^n y_i x_i \end{cases} \quad (4.12)$$

Вільний член рівняння регресії (a) економічного змісту не має. Коефіцієнт регресії (b) показує, що при збільшенні факторної ознаки на одиницю власного виміру результативний показник змінюється в середньому на b одиниць.

Визначимо також коефіцієнт детермінації (R^2), щоб оцінити скільки відсотків загальної варіації показника y зумовлено факторною змінною x , а $(100-R^2)$ % – іншими факторами, які не були враховані при побудові економетричної моделі.

Аналіз кореляційних полів та довірчих інтервалів парних моделей доходів від наданих санаторно-курортними і оздоровчими закладами послуг (додат. Л, рис. Л.1-Л.5), отриманий застосуванням комп'ютерних програм, дозволяє упорядкувати лінійні однофакторні рівняння регресії за якістю апроксимації у спадному порядку:

$$y = -8663 + 0,22049 \times x_3, \quad R^2 = 0,787$$

$$y = 32756 + 1,7069 \times x_2, \quad R^2 = 0,525$$

$$y = 61162 + 11191,3 \times x_1, \quad R^2 = 0,395$$

$$y = -0,176 + 1122,6 \times x_4, \quad R^2 = 0,187$$

$$y = 20901 + 2,2451 \times x_5, \quad R^2 = 0,062$$

де x_1 – показник кількості СКОЗ, які працювали, од.;

x_2 – показник кількості розміщених у СКОЗ, осіб;

x_3 – показник кількості ночівель, які проведено у СКОЗ;

x_4 – показник фактичних витрат на один день перебування за рік у СКОЗ, грн;

x_5 – показник питомої ваги лікарів серед працівників СКОЗ.

Інтерпретуючи зміст коефіцієнта регресії за здійсненим економіко-математичним моделюванням, зауважимо, що кожна додаткова тисяча ліжко-днів у СКОЗ приносить 220,5 тис. грн. доходу від наданих послуг. Доволі сильно впливає на обсяг доходів санаторно-курортних і оздоровчих закладів й показник кількості розміщених осіб. Кожна надлишкова особа, розміщена у СКОЗ, забезпечує зростання доходу в середньому на 1,7 тис. грн. Аналогічно, кожен додатковий працюючий санаторно-курортний заклад збільшує надходження від надання послуг на 11,2 млн. грн. за рік в середньому. Якість апроксимації останніх у переліку залежностей доходів СКОЗ у формі лінійних

Побудова лінійної багатфакторної (множинної) лінії регресії – $\tilde{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_mx_m$ – передбачає розв’язок системи рівнянь:

Багатофакторний (множинний) коефіцієнт кореляції розраховують за формулою:

Значення множинного коефіцієнта R^2 у нашому спостереженні вказуватиме, на скільки % зміна або дисперсія середнього значення обсягу доходів від наданих послуг санаторно-курортних закладів розміщення залежатиме від зміни або дисперсії значень інших факторів, включених у модель.

Застосування інструментарію регресійного аналізу засобами пакету Statistica 6 для оцінювання залежності доходу СКОЗ у регіонах країни від спостережених п'яти факторів (додат. Л. рис. Л.6) дозволило побудувати таку багатofакторну лінійну модель:

Близьке до одиниці значення скоригованого багатфакторного

коефіцієнта детермінації економетричної моделі ($R^2=0,914$) дозволяє зробити висновок про дуже високу щільність (силу) лінійного зв'язку між елементами, які досліджувалися. Співставлення розрахункового значення критерію Фішера (51,98) за ступенів свободи для $k_1 = 5$, $k_2 = 19$ з табличним його значенням (4,17) при рівні надійності $\alpha=0,01$ дозволяє констатувати з ймовірністю 99%, що багатофакторний лінійний кореляційний зв'язок між ознаками, що нами аналізувалися, є істотним.

Розрахункове значення показника вірогідності ($1,99 \times 10^{-10}$) індексу кореляції для побудованої моделі ($R = 0,965$) значно нижче за критичний рівень (0,05).

Між показниками x_2 (показник числа розміщених осіб у СКОЗ) і x_3 (показник числа ночівель проведених у СКОЗ ліжко-днів) виявлено щільний лінійний зв'язок ($r = 0,905$). На підставі цього у лінійну багатофакторну модель для показника доходів від наданих СКОЗ послуг включаємо один з них – x_3 , виходячи зі значення парного коефіцієнта кореляції з результативною ознакою ($r = 0,887$).

Візуалізація змісту показників та отриманих значень таблиці за результатами використання функції LINEST MS Excel (додат. М табл. М.1), наведені на рис.4.11.

Дані рис. 4.11. показують, що обсяг доходів від наданих послуг СКОЗ моделюється лінійним двофакторним рівнянням:

$$y = -15026,7 + 0,3421 \times x_1 + 1063,7 \times x_3;$$

$$R^2 = 0,872.$$

Високе значення розрахункового F -критерію (78,8) вказує на адекватність обраної лінії регресії емпіричним даним. Відтак, багатофакторна модель залежності доходу СКОЗ в регіональному зрізі від двох найбільш значимих показників, які нами досліджувалися (кількості працюючих закладів та кількості проведених у них ночівель), слугує індикатором можливості застосування побудованої моделі в аналітичній царині на практиці.

b_k	b_{k-1}		b_1	b_0
μb_k	μb_{k-1}		μb_1	μb_0
R^2	σ_u			
F	Ступінь свободи $n-m$			
$\sum_i (\tilde{Y}_i - \bar{Y})^2$	$\sum_i (Y_i - \tilde{Y}_i)^2$			

1063,74891	0,342119616	-15026,7
279,319646	0,037145879	17318,09
0,871822202	59773,99152	
74,81829442	22	
5,34641E+11	78604461358	

Рис. 4.11. Зміст параметрів вихідної таблиці та результати застосування використання функції LINEST MS Excel при оцінюванні доходів СКОЗ

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Результативність сфери санаторно-курортних послуг слід розглядати й крізь призму чинника якості людських ресурсів. Зрештою, у масиві доступних даних Держстату України, на нашу думку, слід обрати показник, який поєднує характеристику кількості оздоровлених осіб та тривалості санаторно-курортного лікування. Підсумок оцінювання щільності і напряду зв'язку наведено у таблиці 4.11.

З даних табл. 4.11 видно, що між кількістю проведених ліжко-днів у СКОЗ й усіма досліджуваними показниками виявлено прямий зв'язок.

Застосування інструментарію кореляційно-регресійного аналізу дозволило обрати адекватні лінійні однофакторні моделі:

$$y = 25042,6 + 136,8 \times x_3; \quad R^2 = 0,925; \quad F = 283,9$$

$$y = -23722,9 + 349,5 \times x_4; \quad R^2 = 0,952; \quad F = 456,0$$

$$y = 52026,4 + 4199,0 \times x_5; \quad R^2 = 0,907; \quad F = 225,6$$

$$y = -17822,2 + 1540,8 \times x_6; \quad R^2 = 0,903; \quad F = 214,9$$

$$y = 49164,6 + 16,0 \times x_8; R^2 = 0,935; F = 331,3$$

$$y = 175146,6 + 185,3 \times x_{11}; R^2 = 0,716; F = 57,9$$

$$y = 41106,4 + 61,4 \times x_{12}; R^2 = 0,582; F = 32,0$$

$$y = 265568,0 + 122,7 \times x_{13}; R^2 = 0,799; F = 91,7$$

$$y = 266763,0 + 7,8 \times x_{14}; R^2 = 0,818; F = 103,0$$

Здійснене економіко-математичне моделювання виявило, що на результативну ознаку y (кількість ліжко-днів) найсильніше впливають місткість СКОЗ, їх кадровий потенціал та чисельність отримувачів послуг. Кожна одиниця збільшення кількості ліжок приводить до збільшення результативної ознаки на 136,8. Аналогічно, збільшення на одну особу кількості працівників санаторно-курортних і оздоровчих закладів (включно лікарів і середнього медичного персоналу) спричинює зростання кількості проведених ліжко-днів на 349,5 (у т. ч. 4,2 тис. і 1,5 тис.).

Збільшення потоку пацієнтів санаторно-курортних і оздоровчих закладів на одну особу підвищує результативну ознаку на 16,0 ліжко-днів.

Логічне пояснення має залежність результативної ознаки від чинників, пов'язаних з чисельністю пролікованих іноземців, дітей та учасників аварії на ЧАЕС.

У багатофакторну модель включено показники, які не надто щільно корелюють між собою:

$$y = -36437,1 + 253,4 \times x_4 + 0,01 \times x_7 + 25,1 \times x_{11} + 15,6 \times x_{12} + 8,4 \times x_{13};$$

$$R^2 = 0,978; F = 289,9.$$

Високе значення розрахункового коефіцієнта детермінації (0,978) і F -критерію (289,9) вказують на адекватність обраної лінії регресії емпіричним даним.

Далі проаналізуємо динаміку мережі санаторно-курортних і оздоровчих закладів в Україні.

Таблиця 4.11

Значення лінійного коефіцієнта парної кореляції факторного аналізу кількості проведених ліжко-днів у СКОЗ (%)

Показники	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{14}
x_1	100	3,4	62,8	33,1	31,2	27	17,1	34,2	-1,7	49,3	44	75,4	34,8	42,4
x_2	3,4	100	32,6	36,5	41,1	37,9	28,8	33,8	-23,3	33,8	29,6	20,9	27,7	27,7
x_3	62,8	32,6	100	90,8	87,9	87,2	80,7	91,6	-26,3	96,2	87,2	80,1	89,7	91,2
x_4	33,1	36,5	90,8	100	98,2	99,1	91,9	98,2	-26,2	97,6	79,7	65,4	86,6	85,7
x_5	31,2	41,1	87,9	98,2	100	98,6	88,1	94,9	-26,3	95,3	75,5	61,5	82,3	81,9
x_6	27	37,9	87,2	99,1	98,6	100	92,3	96,8	-25,8	95	76,7	59,8	83,8	82
x_7	17,1	28,8	80,7	91,9	88,1	92,3	100	95,6	-22,7	86,6	78,3	40,5	82,6	77,7
x_8	34,2	33,8	91,6	98,2	94,9	96,8	95,6	100	-23,4	96,7	84,4	62,7	88,3	86,7
x_9	-1,7	-23,3	-26,3	-26,2	-26,3	-25,8	-22,7	-20,7	100	-20,7	-22,1	-0,5	-21,4	-19,4
x_{10}	49,3	33,8	96,2	97,6	95,3	95	86,6	-22,1	-20,7	100	84,6	76,3	89,4	90,4
x_{11}	44	29,6	87,2	79,7	75,5	76,7	78,3	-0,5	-22,1	84,6	100	60,3	87,2	86,2
x_{12}	75,4	20,9	80,1	65,4	61,5	59,8	40,5	-21,4	-0,5	76,3	60,3	100	63,4	70,2
x_{13}	34,8	27,7	89,7	86,6	82,3	83,8	82,6	-19,4	-21,4	89,4	87,2	63,4	100	99,1
x_{14}	42,4	27,7	91,2	85,7	81,9	82	77,7	-20,7	-19,4	90,4	86,2	70,2	99,1	100

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Історично склалися передумови формування вітчизняних кліматичних санаторно-курортних зон на узбережжях морів, в Карпатських горах, їхньому передгір'ї. Інші курортні зони локалізувались на територіях, яким притаманні:

- висока щільність унікальних природних лікувальних ресурсів;
- сприятливе природно-географічне положення;
- тривала практика функціонування об'єктів санаторно-курортного спрямування, що спеціалізувались на кліматолікуванні (аеро-, геліо-, таласотерапії), бальнеотерапії (мінеральних ваннах та прийомі мінеральних вод), грязелікуванні (табл. 4.12).

Таблиця 4.12

Напрями оздоровлення, локалізовані на курортах регіонів України

Показники	Типи курортів		
	Бальнеологічні	Кліматичні	Комбіновані
Регіони поширення	Вінницький, Закарпатський, Львівський, Полтавський, Харківський	Миколаївський	Івано-Франківський, Київський, Запорізький, Донецький, Одеський, Херсонський, АР Крим
Кількість регіонів	5	1	7

Джерело: побудовано автором на основі [111]

У промислових центрах зосереджувалися санаторії-профілакторії – медичні заклади санаторного типу для проведення лікувально-оздоровчих процедур зайнятому населенню методами апаратної фізіотерапії, водогрязелікування, аеросоляріїв, інгаляторіїв та ін.

Трансформаційні процеси, що відбувались у період становлення ринкових відносин, не забезпечували зміцнення захищеності громадян. Навпаки, у низці випадків соціальна інфраструктура руйнувалася. Передусім, це стосується санаторіїв-профілакторіїв.

Для дослідження динаміки мережі СКОЗ в Україні обрано чотири періоди часу: I – 1990-2010 рр.; II – 2011-2013 рр.; III – 2014-2016 рр.; IV – 2013-2016 рр. (табл. 4.13). Обчислені нами темпи зміни показують, що чисельність санаторіїв-

профілакторіїв упродовж 1990-2010 рр. скоротилася на 57,9%, за наступні три роки – ще на 26,3%. Темпи зміни потужностей закладів склали за ці періоди - 65,5% і 21,1%, відповідно. Після окупації Криму та частини Донецької і Луганської областей напрям динаміки обох показників не змінився. У 2016 р. (щодо останнього року перед початком агресії Росії, 2013 р.) втрачено 61,8% об'єктів і третину місць. Це пояснюється зникненням промислових гігантів на сході країни, які забезпечували свій персонал санаторно-профілактичними послугами.

Таблиця 4.13

Темпи зміни мережі санаторно-курортних і оздоровчих закладів України за період 1990-2016 рр., %

Період	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку	
	закладів	ліжок	закладів	ліжок	закладів	місць	закладів	місць	закладів	місць
I	+1,0	-8,4	-57,9	-65,5	-12,7	-47,8	-13,2	-28,1	+10,6	+1,0
II	-6,1	-6,4	-26,3	-21,1	-3,2	-3,4	-1,6	-6,5	+4,8	-6,1
III	-9,1	-11,4	-46,6	-41,2	-18,9	-17,6	-7,5	-7,0	-30,8	-9,1
IV	-39,0	-47,0	-61,8	-33,3	-73,1	-75,4	-32,4	-27,7	-47,9	-39,0

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Протягом трьох років останнього періоду спостереження звуження мережі санаторіїв-профілакторіїв набуло ще загрозливішого характеру: кількість знизилась на 46,6%, місткість – на 41,4%. У 2016 році в країні працювало 63 таких заклади потужністю 10 тис. ліжок, що в 8,8 разів і у 5,5 разів менше від аналогічних показників за 1990 рік.

Спадна тенденція за 1990-2016 рр. притаманна й усім іншим типам рекреаційних закладів. Анексія Криму призвела до значних втрат кількості та потужності пансіонатів, будинків і баз відпочинку, санаторіїв, пансіонатів з лікуванням. Політична і економічна ситуація останніх років ускладнюють ситуацію.

Випереджувальне скорочення місць щодо падіння числа суб'єктів надання санаторно-курортних послуг свідчить про збільшення частки менших за величиною закладів. Якщо у 1990 р. середній розмір санаторіїв та пансіонатів з лікуванням складав 305 ліжок, санаторіїв-профілакторіїв – 99 ліжок, будинків і пансіонатів відпочинку – 346 місць, баз та інших закладів, які надають послуги з відпочинку, – 136 місць, суб'єктів ринку - виробників послуг з оздоровлення та відпочинку для дітей – 30 місць, то у 2016 р. ці самі показники дорівнювали 241, 159, 192, 113 та 12 місць, відповідно.

Динаміка місткості СКОЗ в Україні за період 1990-2016 рр. моделюється лінійними трендами (рис. 4.12). Від'ємні значення отриманих нами коефіцієнтів трендових рівнянь вказують на зменшення розмірів підприємств щорічно: санаторіїв та пансіонатів з лікуванням – на 2,3 тисяч ліжок, санаторіїв-профілакторіїв – на 1,6 тисяч ліжок, будинків і пансіонатів відпочинку – на 2,8 тисяч місць, баз та інших закладів відпочинку – на 4,7 тисяч місць.

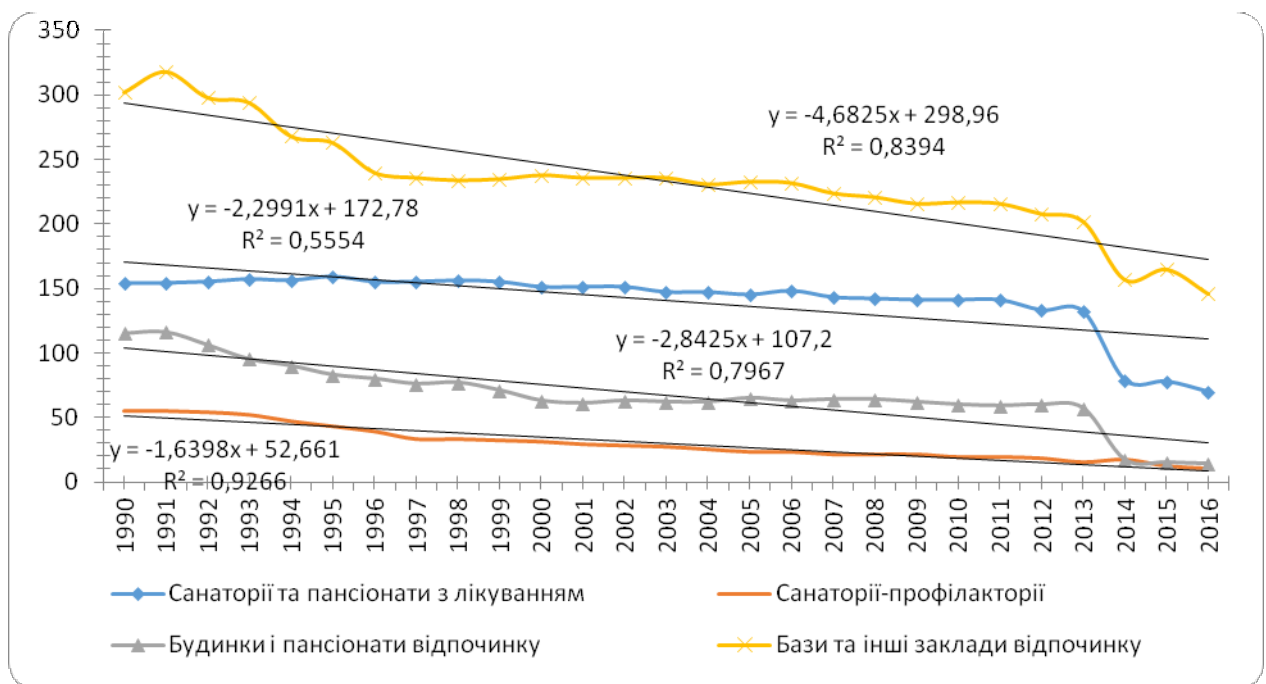


Рис. 4.12. Лінійні тренди місткості СКОЗ України за період 1990-2016 рр., тис. місць

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Розглядаючи зміни за 2014-2016 рр. мережі санаторіїв у регіонах країни (табл. 4.14), зауважимо, що зростання загальної кількості такого типу установ, включаючи дитячі санаторії, досягнуто лише в Донецькій області на 14,3% (з 7 од. до 8 од.), Київській області на 9,1% (з 11 од. до 12 од.), Івано-Франківській на 10,0% (з 10 од. до 11 од.) та Херсонській областях на 12,5% (з 8 од. до 9 од.). За останніх три досліджуваних нами роки в Україні стало на 25 санаторіїв (на 8,2%) менше, у тому числі дитячих – на 10 од. (8,5%).

Найбільше скорочення дитячих санаторіїв в абсолютному вимірі притаманне м. Києву (3 од.) та Чернівецькій області (2 од.). Відносний вимір падіння склав 50,0% і 66,7%, відповідно. У низці областей (Вінницька, Дніпропетровська, Житомирська, Запорізька, Миколаївська, Хмельницька, Черкаська) зникло по одному дитячому санаторію. Відсоток втрат, при цьому, варіює від 50% (Житомирщина) до 9,1% (Дніпропетровщина).

Схожа динаміка спостерігалася й за санаторіями, що надають послуги дорослим. З 15 од. (8,0%) втрачених об'єктів, упродовж останніх трьох років 7 од. зникло у Львівській обл. (17,5%) і по 2 од. – у Закарпатській (11,0%), Чернігівській (66,7%), м. Києві (22,2%). На одиницю зменшилась кількість таких оздоровниць у шести областях: Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Луганській, Рівненській, Херсонській. Натомість, у чотирьох областях (Донецькій, Івано-Франківській, Київській, Хмельницькій) за період 2014-2016 рр. відкрито нові санаторії.

Переформатування мережі підприємств, що надають послуги, пов'язані з санаторно-курортним лікуванням, у напрямку звуження характерне й для пансіонатів з лікуванням. Якщо у 2014 р. в Україні діяло 16 пансіонатів у шести регіонах, то у 2016 їхня кількість становила 12 од. Найбільше таких закладів розташовано на Івано-Франківщині (4 од.), Херсонщині (3 од.) і Львівщині (2 од.). По одному пансіонату з лікуванням функціонує у Закарпатській, Запорізькій, Миколаївській областях.

Таблиця 4.14

Динаміка кількості санаторіїв у регіонах України за 2014-2016 рр.

	Кількість, од				Частка, %				Темп зміни кількості, %		Зміна структури, в.п.	
	2014		2016		2014		2016					
	санаторії	дитячі санаторії	санаторії	дитячі санаторії	санаторії	дитячі санаторії	санаторії	дитячі санаторії	санаторії	дитячі санаторії	санаторії	дитячі санаторії
Україна	187	117	172	107	100	100	100	100	-8,0	-8,5	х	х
Вінницька	11	9	10	8	5,9	7,7	5,8	7,5	-9,1	-11,1	-0,1	-0,2
Волинська	5	2	4	2	2,7	1,7	2,3	1,9	-20,0	0,0	-0,3	0,2
Дніпропетровська	6	11	5	10	3,2	9,4	2,9	9,3	-16,7	-9,1	-0,3	-0,1
Донецька	5	2	6	2	2,7	1,7	3,5	1,9	20,0	-	0,8	0,2
Житомирська	3	2	3	1	1,6	1,7	1,7	0,9	0,0	-50,0	0,1	-0,8
Закарпатська	18	2	16	2	9,6	1,7	9,3	1,9	-11,1	0,0	-0,3	0,2
Запорізька	9	8	9	7	4,8	6,8	5,2	6,5	0,0	-12,5	0,4	-0,3
Івано-Франківська	6	4	7	4	3,2	3,4	4,1	3,7	16,7	-	0,9	0,3
Київська	5	6	6	6	2,7	5,1	3,5	5,6	20,0	-	0,8	0,5
Кіровоградська	2	1	2	1	1,1	0,9	1,2	0,9	-	-	0,1	0,1
Луганська	2	1	1	1	1,1	0,9	0,6	0,9	-50,0	0,0	-0,5	0,1
Львівська	40	5	33	5	21,4	4,3	19,2	4,7	-17,5	0,0	-2,2	0,4
Миколаївська	3	6	3	5	1,6	5,1	1,7	4,7	-	-16,7	0,1	-0,5
Одеська	20	8	20	8	10,7	6,8	11,6	7,5	-	-	0,9	0,6
Полтавська	9	4	9	4	4,8	3,4	5,2	3,7	-	-	0,4	0,3
Рівненська	4	3	3	3	2,1	2,6	1,7	2,8	-25,0	-	-0,4	0,2
Сумська	1	3	1	3	0,5	2,6	0,6	2,8	-	-	0,0	0,2
Тернопільська	3	5	3	5	1,6	4,3	1,7	4,7	-	-	0,1	0,4
Харківська	9	6	9	6	4,8	5,1	5,2	5,6	-	-	0,4	0,5
Херсонська	2	6	1	8	1,1	5,1	0,6	7,5	-50,0	33,3	-0,5	2,3
Хмельницька	7	6	8	5	3,7	5,1	4,7	4,7	14,3	-16,7	0,9	-0,5
Черкаська	3	5	3	4	1,6	4,3	1,7	3,7	-	-	0,1	-0,5
Чернівецька	2	3	2	1	1,1	2,6	1,2	0,9	-	-	0,1	-1,6
Чернігівська	3	3	1	3	1,6	2,6	0,6	2,8	-66,7	0,0	-1,0	0,2
м. Київ	9	6	7	3	4,8	5,1	4,1	2,8	-22,2	-50,0	-0,7	-2,3

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Укорінення тенденцій до зменшення кількості рекреаційних закладів призвели до ситуації, коли можна констатувати, що за нинішніх реалій «санаторно-курортна система не виконує поставлених перед нею завдань покращення здоров'я, збільшення тривалості життя, відтворення трудових ресурсів, повноцінної реабілітація та попередження інвалідності» [174].

Динамічні зміни регіональних ринків послуг СКОЗ визначаються ресурсним потенціалом територій, на яких вони функціонують. Розташування санаторіїв та пансіонатів лікування тяжіє до територій курортів, на яких у 2016 р. було зосереджено 48,8% санаторіїв та 41,7% пансіонатів з лікуванням. На курортах функціонує кожен четвертий дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії, дитячий центр, база відпочинку. Частка дитячих санаторіїв, пов'язаних з курортною локацією складає 17,8%; баз відпочинку – 22,9%; будинків відпочинку – 11,1%, оздоровчих закладів 1-2 денного перебування – 10,0%.

Території національних парків, в силу законодавчих обмежень, не широко використовуються для масового туризму і рекреації. Частка розташованих у їхніх межах санаторіїв сягає 1,2%, дитячих санаторіїв – 0,9%; пансіонатів відпочинку – 2,0%; баз відпочинку – 2,9%.

Проте, за деякими оцінками «ресурсний потенціал нашої держави зараз використовується лише на 8%» [73]. У цьому руслі привертається увага до ролі санаторно-курортного комплексу в здійсненні реабілітаційних заходів, адже його головна перевага полягає якраз в орієнтованості на широку експлуатацію особливо цінного ресурсу курортних анклавів - лікувально-рекреаційного капіталу. Залучення лікувальних ресурсів, які створені природою, забезпечить можливість кількарізного зменшення фінансових та не фінансових витрат на реабілітацію, порівняно з лікуванням пацієнтів медикаментозними препаратами. Йдеться про інноваційні перетворення частини оздоровниць на відновлювальні центри.

Стримуючим чинником розвитку ринку послуг СКОЗ є їхня недоступність. Попит на санаторно-курортні і оздоровчі послуги – це

сукупність не просто індивідуалізованих споживчих намірів покупців, що знаходяться в певному діапазоні цін, а намірів, які повинні мати фінансове підґрунтя для реалізації. Засадничі передумови розвитку ринку слід розглядати у концепті його збалансованості. Передусім, йдеться про гармонізацію попиту та пропозиції (сукупності «торговельних намірів виробників у певному діапазоні цін, зниження яких позитивно відображається на збільшенні доступності послуг у кількісному вираженні, а ріст обмежуватиме можливість санаторно-курортного лікування й оздоровлення» [97]).

У структурі витрат вітчизняних домогосподарств переважають розходи на харчування: 2010 р. – 55,0%; 2012 р. – 53,6%; 2014 р. – 55,3%; 2016 р. – 52,2%. У їхньому складі значна частина належить витратам на алкогольні напої, тютюнові вироби (3,4%; 3,5%; 3,4%; 2,9%, відповідно). На тлі цього щорічно збільшується кількість коштів населення, яка спрямовується на оплату житла, комунальних продуктів та послуг: 2010 р. – 7,6%; 2012 р. – 8,3%; 2014 р. – 8,1%; 2016 р. – 14,2%. Вилучення домогосподарствами значних фінансових ресурсів на первинні потреби звужує можливості щодо розширеного споживання послуг рекреаційної сфери. Це доводять дані рисунку 4.13.

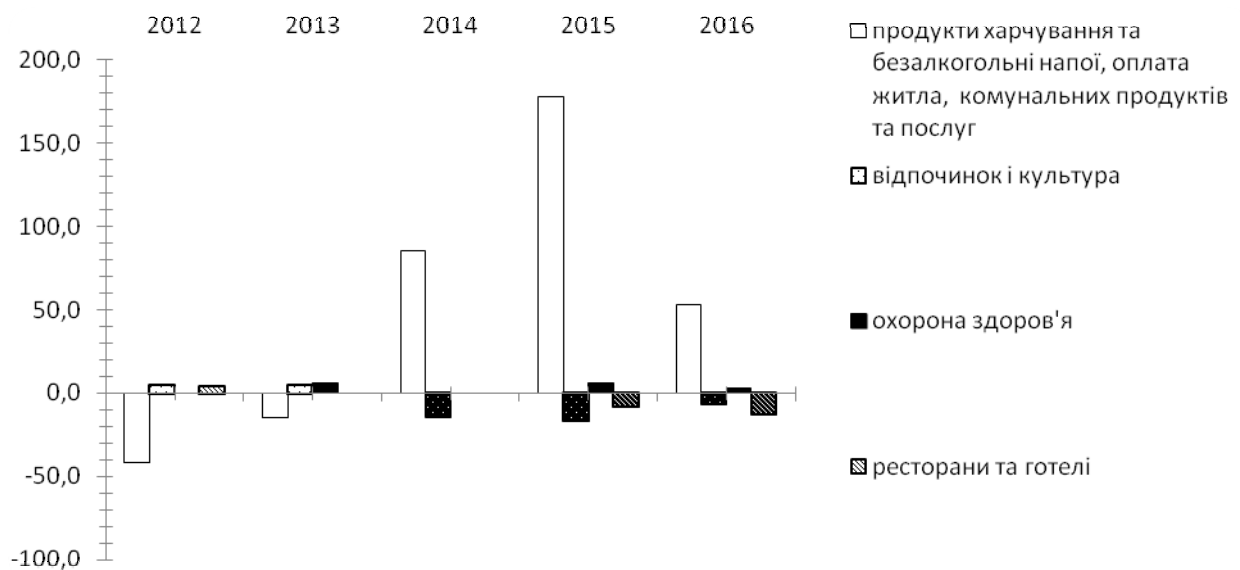


Рис 4.13. Темпи зміни частки окремих витрат домогосподарств України за 2012-2016 рр. (у % до попереднього року)

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Темпи зміни частки витрат на продукти харчування, оплату житла, комунальних вигод дисгармоніюють із темпами зміни частки витрат на відпочинок і культуру, охорону здоров'я, ресторани та готелі. Якщо перший показник у 2012 р. (-42,1%) і у 2013 р. (-15,0%) негативний, то частка платежів за іншими витратами, дотичними до діяльності СКОЗ, знижується. Упродовж 2013-2016 рр. вектори зміни показників змінюються діаметрально. Як наслідок, коефіцієнт еластичності, характеризуючий реакцію (у %) частини витрат, пов'язаних з функціонуванням СКОЗ, набуває від'ємного значення: 2012 р.: -0,06; 2013 р.: -0,26; 2014 р.: -0,01; 2015 р.: -0,02; 2016 р.: -0,12.

Упродовж тривалого часу серед джерел фінансового забезпечення потреб населення України в послугах з лікування та оздоровлення у закладах санаторно-курортного комплексу домінували суспільні фінансові ресурси. Ці ресурси здебільшого набували форми коштів, акумульованих у державному фонді соціального страхування та профспілкових організацій.

Відтак, довготривало вирішення питань оздоровлення українців у СКОЗ знаходились під егідою профспілок. Останні виступали провайдерами послуг СКОЗ та активними учасниками розподілу фінансових потоків, що спрямовувалися в інфраструктурні об'єкти санаторно-курортного комплексу країни. Кошти державного соціального страхування формувалися, по-перше, на основі відрахувань на фонди заробітних плат та від прибутку підприємств і організацій, по-друге, з дотацій державної казни. Централізовано вибудована і жорстко регламентована пропозиція послуг не забезпечувала задоволення мінливих суспільних потреб в оздоровленні. Значною мірою дисбаланс пропозиції і платоспроможності досягався завдяки заповненню ніші пропозиції послугами, що надавали домогосподарства у курортних зонах. Традиції реалізації послуг розміщення у таких зонах збереглися й дотепер, вилившись в офіційну й неофіційну активність сімейних підприємств.

Діяльність фізичних осіб-підприємців зосереджена, здебільшого, у секторі послуг проживання на базах відпочинку. Аналіз їхньої роботи за

останніх три роки свідчить, що дане бізнес-середовище загалом по країні активізується (табл. 4.15). Проте, у низці регіонів (Вінницька, Львівська, Рівненська, Сумська, Чернівецька, Чернігівська області і м. Київ) такі бізнес-процеси відсутні.

Мале підприємництво, забезпечуючи надання послуг будинків відпочинку, у регіонах України поширення не набуло. Два таких заклади функціонували в 2016 р. лише в одній області – Запорізькій.

До типових проблем регіонів України, стримуючих розвиток ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг, відносять:

- різновідомчу підпорядкованість рекреаційного та санаторно-курортного комплексів; недоліки в системі регіонального управління ринком лікувально-оздоровчих послуг [122];
- розриви між вартістю путівок і якістю послуг; низьку платоспроможність населення;
- девіантну поведінку підприємницьких структур сектору курортних послуг;
- невисокий імідж українського санаторно-курортного комплексу з боку іноземних туристів;
- недостатній рівень державної підтримки регіонального розвитку бізнес-процесів та інституційного середовища в царині санаторно-курортної справи.

Нестача реальних, дієвих, результативних інституційних трансформацій (упродовж останньої чверті століття) у напрямі до становлення й ефективного функціонування національного ринку послуг СКОЗ спричинило деградаційні процеси у суміжних сферах економічної діяльності. В. Гуменюк в своїй праці «Кон'юнктура ринку санаторно-курортних послуг у системі координат державного регулювання економіки» наголошує на активізації процесів руйнування економіки, невпорядкованості, хаотичності реформ у сфері діяльності СКОЗ.

Таблиця 4.15

Динаміка кількості СКОЗ у формі фізичних осіб-підприємців України за 2014-2016 рр.

	Кількість, од				Частка, %				Темп зміни кількості, %		Зміна структури, в. п.	
	2014		2016		2014		2016		%			
	усього	у т.ч. бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)	усього	у т.ч. бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)	усього	у т.ч. бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)	усього	у т.ч. бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)			усього	у т.ч. бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)
Україна	502	481	508	495	100	100	100	100	1,2	2,9	-	-
Вінницька	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Волинська	4	4	9	9	0,8	0,8	1,8	1,8	125,0	125,0	1,0	1,0
Дніпропетровська	7	7	14	14	1,4	1,5	2,8	2,8	100,0	100,0	1,4	1,4
Донецька	9	9	9	9	1,8	1,9	1,8	1,8	0	0	-	-0,1
Житомирська	3	3	2	2	0,6	0,6	0,4	0,4	-33,3	-33,3	-0,2	-0,2
Закарпатська	12	10	13	11	2,4	2,1	2,6	2,2	8,3	10,0	0,2	0,1
Запорізька	75	74	126	126	14,9	15,4	24,8	25,5	68,0	70,3	9,9	10,1
Івано-Франківська	1	-	1	-	0,2	-	0,2	-	0	-	-	-
Київська	1	0	2	2	0,2	-	0,4	0,4	100,0	-	0,2	0,4
Кіровоградська	1	1	1	1	0,2	0,2	0,2	0,2	0	0	-	-
Луганська	1	1	0	0	0,2	0,2	-	-	-100	-100	-0,2	-0,2
Львівська	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Миколаївська	101	98	88	84	20,1	20,4	17,3	17,0	-12,9	-14,3	-2,8	-3,4
Одеська	194	194	188	188	38,6	40,3	37,0	38,0	-3,1	-3,1	-1,6	-2,4
Полтавська	6	6	6	6	1,2	1,2	1,2	1,2	0	0	-	-
Рівненська	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Сумська	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Тернопільська	1	1	1	1	0,2	0,2	0,2	0,2	0	0	-	-
Харківська	4	4	3	3	0,8	0,8	0,6	0,6	-25	-25	-0,2	-0,2
Херсонська	80	67	43	37	15,9	13,9	8,5	7,5	-46,2	-44,8	7,4!	-6,5
Хмельницька	0	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Черкаська	2	2	1	1	0,4	0,4	0,2	0,2	-50	-50	-0,2	-0,2
Чернівецька	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Чернігівська	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
м. Київ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Джерело: побудовано автором на основі власних розрахунків

Вади державного регулювання процесів трансформації у середовищі СКОЗ виявилися у неспроможності санаторно-курортного комплексу задовольняти базові потреби вітчизняного суспільства у відтворенні й збереженні трудоресурсного потенціалу. Водночас, як зауважує В. Гуменюк, перехід до ефективного ринку оздоровчих послуг передбачає першочергове створення інститутів ринку - реальних приватних власників, вільних цін, конкуренції, подолання корупції [97].

Отже, в процесі здійсненого спостереження виявлено, що в Україні відбувається регіональна диспропорційність й асиметрія розвитку ринку курортних послуг. Концентрація оздоровниць тяжіє до усталених локацій санаторного лікування у Львівській, Одеській, Вінницькій, Полтавській, Закарпатській областях. В Києві зосереджено надмірно крупні за загальною площею санаторні об'єкти, які обслуговують вузьке коло, головним чином, вітчизняних осіб. Приморські зони вважають атрактором розвитку курортних послуг, проте результативність регіональної політики цього сектора є недостатньою.

Доходи закладів, що надають рекреаційні послуги, найбільше залежать від потоку їх отримувачів, тривалості відпочинку і кількості економічно активних суб'єктів господарювання. Обсяг локальних ринків санаторно-курортного лікування в Україні, оцінений за показником кількості проведених ліжко-днів, пропорційно підвищується зі зростанням місткості санаторно-курортного комплексу, чисельності працівників та підвищенням якості кадрового забезпечення, ростом попиту на оздоровчі послуги в регіоні.

До базових економічних передумов розвитку локальних санаторно-курортних ринків в Україні віднесемо такі:

- розширене освоєння й урізноманітнення використання природно-лікувальних, історико-культурних, рекреаційних ресурсів регіонів;
- модернізація та реконструкція оздоровчих закладів задля імплементації передових світових практик обслуговування;

- осучаснення виробничої інфраструктури середовища діяльності СКОЗ на засадах інноваційних трансформацій сфер медицини й курортології;
- удосконалення інституційних норм ведення діяльності в царині санаторно-курортної справи у напрямі активування її комерційного сектора, поширення підприємництва, посилення конкуренції;
- диверсифікація фінансових потоків та інвестиційних ресурсів, у тому числі шляхом залучення коштів стейкхолдерів;
- оптимізація податкової політики та кредитних механізмів в царині курортної справи;
- збалансування пропозицій послуг санаторно-курортного комплексу з сучасними запитами українського суспільства;
- переформатування системи обслуговування населення закладами інфраструктури рекреаційної мережі, забезпечення її доступності та належної якості;
- формування культури здорового способу життя;
- популяризація послуг санаторно-курортних закладів регіонів, включаючи міжнародні ринки.

За результатами оцінки регіональних ринків санаторно-курортних послуг та впливу детермінант локальної діяльності оздоровниць доведена необхідність впровадження дієвих маркетингових інструментів підвищення конкурентоспроможності курортів, вдосконалення регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг на місцевому, регіональному та державному рівнях.

4.3. Оцінка ефективності сфери санаторно-курортних послуг регіону та заходи по її підвищенню

Підвищення ефективності надання санаторно-курортних послуг на основі економічного регулювання розвитку оздоровчих закладів сприятиме позитивним змінам, які відбуватимуться в санаторно-курортній сфері, що, в

свою чергу, свідчитиме про реалізацію внутрішнього потенціалу кожного суб'єкта господарювання, забезпечення досягнення інтересів усіх учасників, пов'язаних з санаторно-курортною діяльністю.

В цьому контексті надважливо визначити результативність надання послуг, яку запропоновано розглядати з позицій:

- а) ефективності самого санаторно-курортного закладу;
- б) курорту регіону;
- в) споживачів.

Відстежимо послідовно підходи до можливої оцінки за кожним критерієм. По-перше, для окремого оздоровчого закладу ефективність реалізації санаторно-курортних послуг можна вирахувати через інтегральний показник, який має наступний вигляд (4.15):

$$K_{\text{еф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{еф.ф.-г.д.}} + K_{\text{еф.л.-п.р.}} + K_{\text{еф.в.л.-м.}}}{3}, \quad (4.15)$$

де $K_{\text{еф.с.-к.п.}}$ – коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг;

$K_{\text{еф.ф.-г.д.}}$ – коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу;

$K_{\text{еф.л.-п.р.}}$ – коефіцієнт ефективності надання послуг лікування і реабілітації;

$K_{\text{еф.в.л.-м.}}$ – коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць.

Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу найпростіше визначається як коефіцієнт прибутковості операційної діяльності (відношення чистого прибутку до собівартості реалізованих санаторно-курортних послуг).

Коефіцієнт ефективності надання послуг лікування розцінюється у вигляді відношення чисельності пацієнтів зі стійкими позитивними результатами лікування та реабілітації до загальної кількості споживачів в окремому оздоровчому закладі.

Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць калькулюється за формулою відношення числа рекреантів в перерахунку на проведені ліжко-дні

в санаторно-курортному закладі до ліжко-днів в році, визначених, виходячи з наявної величини ліжко-місць в оздоровниці.

Результати розрахунку інтегрального коефіцієнта ефективності надання санаторно-курортних послуг на прикладі дочірнього підприємства ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» лікувально-оздоровчих закладів профспілок України (ЛОЗПУ) «Клінічний санаторій «Хмільник» (м. Хмільник Вінницької області), враховуючи вихідні дані (додат. Н, табл. Н.1), наведені у таблиці 4.16.

Аналіз основних економічних показників «Клінічний санаторій «Хмільник» (2012-2016 рр.) засвідчує їх не рівномірне коливання (додат. Н, табл. Н.1). Так, починаючи з 2013 року, суми одержаного прибутку зменшуються, а собівартість наданих санаторно-курортних послуг зростає.

Як результат, коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу впав з 0,233 до 0,072 (табл. 4.16). Чисельність споживачів також знизилась з 15059 осіб в 2012 році до 12548 осіб в 2016 році (відхилення становить 2511 осіб або 16,7%). Вагомо кількість клієнтів впала у 2014-2015 роках, що пов'язано з політичними та, як похідними, економічними процесами, що відбувалися в нашій країні. Проте, як засвідчують дані додатка Н, таблиці 1, чисельність пацієнтів даного оздоровчого закладу, починаючи з 2016 року зростає, що пояснюється, певною мірою, збільшенням хворих реабілітаційного профілю.

З характеристики вихідних даних «Клінічного санаторію «Хмільник» за період спостереження впливає, що дещо збільшується показник оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації, котрий позитивно впливає на покращення коефіцієнта ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг (з 0,792 в 2012 до 0,843 в 2016 році).

Як демонструє аналіз показників досліджуваного санаторно-курортного закладу, середній термін тривалості оздоровлення зменшується. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць варіює в межах від 0,935 в 2012 до 0,910 в 2016 році. Найнижче значення припадає на 2014-2015 роки - 0,809 та 0,862, відповідно.

**Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг дочірнім підприємством ПрАТ
«Укрпрофоздоровниця» «Клінічний санаторій «Хмільник»**

Показник	Формула для розрахунку	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,233	0,281	0,201	0,143	0,072
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в оздоровчому закладі	0,792	0,799	0,801	0,812	0,843
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерахунку на провед. ліжко-дні в сан.-кур. закладі / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,935	0,964	0,809	0,862	0,910
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{еф.а-кп}} = \frac{K_{\text{еф.ф-пд}} + K_{\text{еф.л-п.р.}} + K_{\text{еф.вл-м.}}}{3}$	0,653	0,681	0,604	0,606	0,608

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Проведені розрахунки доводять, що коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг в Клінічному санаторії «Хмільник» за період 2014-2016 рр. зменшився порівняно з базовим 2012 роком, коли він становив 0,653. Цей факт свідчить про погіршення результативності функціонування оздоровчого закладу, що потребує розробки спеціальних заходів та використання дієвих інструментів стимуляції розвитку санаторно-курортних послуг.

З метою проведення порівняльної оцінки послуг в межах курорту Хмільник Вінницької області та регіону розраховано інтегральний коефіцієнт ефективності на прикладі оздоровчих закладів, а саме: Санаторію «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці», Медичного реабілітаційного центру «Південний Буг» МВС України, Санаторію «Радон», Центрального військового клінічного санаторію «Хмільник», Дочірнього підприємства ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» ЛОЗПУ «Клінічний санаторій «Хмільник», ТзОВ «Санаторій Поділля» та ТзОВ Санаторій «Березовий гай». Спостережувані установи розташовані в м. Хмільник, спеціалізуються на послугах приблизно однакового медичного профілю. Основним природно-лікувальним ресурсом у всіх оздоровниць є мінеральна радонова вода.

Ефективність надання послуг різними санаторно-курортними закладами Хмільник-курорту визначено за інтегральним показником на основі формули (4.16):

$$I_{K.ef} = \frac{\sum_{i=1}^m K_{ef.c.-k.n.i.}}{m}, \quad (4.16)$$

де $I_{K.ef}$ – коефіцієнт ефективності надання послуг;

$K_{ef.c.-k.n.i}$ – коефіцієнт ефективності надання послуг i -м санаторно-курортним закладом;

m – кількість санаторно-курортних закладів, що входять до курорту, од.

Для розрахунку інтегрального коефіцієнта ефективності послуг санаторіїв Хмільника, за вище наведеною методикою, проведено обчислення коефіцієнту

ефективності на основі вихідних показників бухгалтерської звітності (додат. Н, табл. Н.2-Н.7).

Грунтуючись на отриманих даних (додат. П, табл. П.1-П.6, табл. 4.16), можна констатувати, що коефіцієнт ефективності реалізації лікувально-реабілітаційних послуг в Клінічному санаторії «Хмільник» не тільки найвищий, але і найстабільніший, оскільки варіює в межах від 0,681 в 2013 році до 0,608 в 2016 році. Приблизно ж на такому рівні коливається аналізований показник в ТзОВ «Санаторій Поділля».

Наведені цифри демонструють відповідний попит у вказаних закладах, їхню інноваційність та конкурентоспроможність порівняно з іншими. Про конкурентоспроможність обох зазначених підприємств свідчить і найвища ринкова ціна на путівку (за добу перебування в стандартних номерах), яка дорівнювала на початок 2017 року 693 грн. в дочірнього підприємства ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» «Клінічний санаторій «Хмільник» та 650 грн. в ТзОВ «Санаторій Поділля» (рис. 4.14).

З метою проведення аналізу цінової політики санаторно-курортних закладів курорту Хмільник досліджено формування цін на санаторно-курортні послуги в семи закладах, зокрема в ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» ЛОЗПУ «Клінічний санаторій «Хмільник», Медичному реабілітаційному центрі «Південний Буг» МВС України, Санаторії «Радон», ТзОВ «Санаторій Поділля», ТзОВ Санаторій «Березовий гай», Центральному військовому клінічному санаторії «Хмільник» та Санаторії «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці». З даних, наведених на рисунку, випливає, що цінові межі на санаторно-курортні послуги за одну добу перебування в оздоровчих закладах коливаються від 512 грн. до 693 грн.

Найнижчий коефіцієнт ефективності реалізації санаторно-курортних послуг спостерігався в ТзОВ Санаторій «Березовий гай», який становив 0,406 в 2016 році. Низьку продуктивність зафіксовано у 2012 році і в Центральному військовому клінічному санаторії «Хмільник». Проте протягом останніх трьох

років відбувається покращення даного показника, на що, ймовірно, вплинуло централізоване проходження реабілітації учасниками АТО.

Вартість лікування та перебування у санаторно-курортних закладах (за 1 добу)	
ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» ЛОЗПУ «Клінічний санаторій «Хмільник»	693 грн.
Медичний реабілітаційний центр «Південний Буг» МВС України	595 грн.
Санаторій «Радон»	647 грн.
ТзОВ «Санаторій Поділля»	650 грн.
ТзОВ Санаторій «Березовий гай»	535 грн.
Центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник»	512 грн.
Санаторій «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»	595 грн.

Рис. 4.14. Ціна санаторно-курортної путівки за 1 добу, 2017 рік (включає лікування, харчування, проживання у номері категорії «Стандарт»)

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортних закладів

Результати розрахунку інтегрального коефіцієнта ефективності надання лікувально-реабілітаційних послуг в межах курорту Хмільник Вінницької області (додат. П, табл. П.1-П.6 та табл. 4.16) наведені у таблиці 4.17.

Значення інтегрального показника в динаміці та його коливання свідчать про зниження в цілому ефективності надання послуг на курорті. Аналогічна тенденція прослідковується і щодо оцінки кожного окремого санаторно-курортного підприємства.

**Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг
санаторно-курортними закладами курорту Хмільник Вінницької області**

Санаторно-курортні заклади	Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг				
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Санаторій «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»	0,653	0,675	0,610	0,562	0,566
2. Медичний реабілітаційний центр «Південний Буг» МВС України	0,615	0,624	0,784	0,523	0,523
3. Санаторій «Радон»	0,619	0,613	0,508	0,465	0,435
4. Центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник»	0,605	0,586	0,545	0,549	0,566
5. Дочірнє підприємство ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» ЛОЗПУ «Клінічний санаторій «Хмільник»	0,653	0,681	0,604	0,606	0,608
6. ТзОВ «Санаторій Поділля»	0,668	0,661	0,583	0,564	0,551
7. ТзОВ Санаторій «Березовий гай»	0,569	0,543	0,490	0,432	0,406
В межах курорту «Хмільник»	0.626	0.626	0.589	0.529	0.522

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортних закладів

Якість надання санаторно-курортних послуг з позиції користувача також має велике значення. Але головним питанням при оцінці тут виступають інтереси самого клієнта, тому ефективність послуг вважається досягнутою, якщо покупець, витративши кошти і час, отримав послуги, котрі підвищили його фізичні та духовні можливості, покращили стан здоров'я. Кількісно оцінити продуктивність санаторно-курортних послуг через суб'єктивну оцінку пацієнта дуже важко, але можливо за рахунок використання, перш за все, експертного методу, де інсайдерами можуть виступати безпосередньо споживачі оздоровчих послуг.

Така оцінка здійснювалася в декілька етапів (рис. 4.15).

На першому - формувалася загальний перелік питань, пов'язаний з:

1) якістю та ефективністю надання лікувальних послуг;

- 2) розміщенням у відповідності з бажаннями та витраченими коштами;
- 3) харчуванням, гнучкістю його графіку тощо;
- 4) перспективою нормального відпочинку, у т. ч. відсутність (наявність) шуму вночі та вранці;
- 5) можливістю зайнятися фізичними вправами, розвагами тощо;
- 6) рівнем додаткових процедур;
- 7) транспортним забезпеченням, поїздок до міста, туристичними екскурсіями тощо;
- 8) взаємостосунками з медичним та обслуговуючим персоналом.



Рис. 4.15. Етапи проведення експертної оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг на основі опитування споживачів

Джерело: побудовано автором

На другому етапі обстеження з загального переліку питань були відокремлені ті, що найповніше характеризують вплив санаторно-курортних послуг на фізичний стан та здоров'я пацієнтів (додат. Р табл. Р.1).

Результатом третього етапу стало формування анкети опитування (на підставі відібраних запитань) споживачів оздоровчих послуг відносно оцінки ефективності їх надання. На основі наведених міркувань було розроблено анкету (додат. С) та проведено опитування користувачів оздоровчих послуг в санаторіях курорту Хмільник Вінницької області. При цьому клієнт мав можливість бальної оцінки кожного питання: 2 бали – не задовольняє; 3 бали – частково задовольняє; 4 бали – переважно задовольняє, 5 балів - абсолютно задовольняє.

На четвертому етапі проводилося безпосереднє опитування клієнтів. При цьому інтерв'ю здійснювалось методом випадкової вибірки з метою забезпечення найменшого рівня похибки та суб'єктивізму.

Наступним кроком (п'ятий етап) здійснювалася обробка отриманих даних. Поряд з цим за кожним опитувальником визначалася загальна сума балів.

На шостому етапі підсумовувалися загальні результати дослідження за всіма анкетами (додат. Т табл.Т.1).

Заключним (сьомим етапом) обчислюється середня оцінка ефективності наданих санаторно-курортних послуг за відповідями всієї сукупності споживачів, що брала участь в анкетуванні. Для розрахунку середнього результату вибірки застосовувалася наступна формула (4.17):

$$O_{\text{сер}} = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n S_{ij}}{m \times n}, \quad (4.17)$$

де $O_{\text{сер}}$ – середня оцінка результатів опитування;

S_{ij} – сума балів отримана від і-го споживача на j-те питання, бал;

m – чисельність користувачів послуг, які брали участь в спостереженні, од.;

n – кількість питань, що включені до анкети, од.

Анкетування проводилось в межах спостережених оздоровчих закладів Вінницької області (м. Хмільник). Опитувальники були роздані споживачам

санаторно-курортних послуг при прибутті в санаторні установи, де після завершення терміну лікування заповнені і повернуті на рецепції.

На основі проведених опитувань (по 50 пацієнтів в кожній з семи оздоровниць) встановлена середня оцінка ефективності наданих послуг за всією сукупністю респондентів:

$$O_{сер} = \frac{14467}{350 + 10} = 4,1 \text{ бали}$$

Значення, перебільшуюче 3,9 бали, свідчить про позитивні результати, оцінка менше 3,9 бали, говорить про необхідність покращення сфери санаторно-курортних послуг в умовах досліджуваного регіону.

В нашому випадку, отримані дані свідчать, що більшість інтерв'юєрів схвально оцінюють ефективність процедур санаторно-курортних закладів Хмільника. Проте, вона не на стільки висока (за п'ятибальною шкалою дорівнює 4,1) за сьогоденних вимог ринку та рівня курортних послуг. Так, в окремих санаторних закладах (Центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник», ТзОВ Санаторій «Березовий гай») оцінка ефективності наданих оздоровчих послуг є низькою (3,7 та 3,9 відповідно), що потребує заходів та методів її покращення.

Піднесення продуктивності функціонування оздоровчих закладів та розвитку сфери санаторно-курортних послуг можливе завдяки реалізації регіональної політики, яка може бути окреслена в сукупності дій на мікро-, мезо- та макрорівнях.

На мікрорівні з боку власників та керівників оздоровчих закладів доцільним є реалізація наступних кроків:

- 1) підвищення якості послуг;
- 2) розширення спектру лікувально-профілактичних, реабілітаційних та інших оздоровчих послуг;
- 3) впровадження в практику медичних інновацій;
- 4) оптимізація вартості санаторно-курортних послуг відповідно до їх якісного рівня;

5) скорочення терміну надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг згідно протоколів з метою збалансування платоспроможності попиту та пропозиції;

6) скорочення експлуатаційних витрат в санаторно-курортних та оздоровчих закладах;

7) забезпечення престижного рівня вітчизняних оздоровниць на основі зміни діючої системи формування санаторно-курортних послуг в контексті євроінтеграції;

8) рекламування вітчизняних оздоровчих закладів, їх позитивного впливу на оздоровлення та презентація високої якості санаторно-курортних послуг;

9) впровадження системи суттєвих цінових знижок на санаторно-курортне лікування для залучення значної кількості споживачів, а також створення позитивної репутації серед можливих клієнтів;

10) надання більш широкого спектру пільг літнім людям, батькам з дітьми заради формування довгострокової програми взаємодії пацієнтів з санаторно-курортним закладом;

11) вдосконалення меддопомоги споживачам за рахунок розробки нових програм розвитку лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг;

12) урізноманітнення розважально-оздоровчих послуг задля залучення не лише пацієнтів, що потребують медичної допомоги, а й тих категорій, які прибувають на курорт для відпочинку та розваг, зокрема в період міжсезоння;

13) використання маркетингових інструментів просування санаторно-курортних послуг на вітчизняному та міжнародному ринках.

Мезорівень з боку регіональних органів влади на тлі децентралізації логічно передбачає низку заходів:

1) розробка комплексних планів розвитку нових курортів, а також проектних матеріалів для природних територій з метою об'явлення їх курортами державного та місцевого значення за наявності природних ресурсів та відповідних умов надання санаторно-курортних послуг;

2) підготовка методичної документації щодо функціонування асоціацій в сфері курортів та створення консультативної ради з питань розвитку оздоровчих послуг;

3) участь у впровадженні нових стандартів обслуговування, санаторно-курортного лікування й реабілітації, СПА-технологій;

4) надання можливостей оздоровчим закладам розширення медичного профілю (спеціалізації) курортів;

5) створення спеціалізованої курортної гідрогеологічної служби на рівні регіону, а також обладнання біокліматичних станцій;

6) імплементація світового досвіду фінансової підтримки малого та середнього підприємництва в сфері курортної діяльності;

7) вивчення екологічного, санітарного, інфраструктурного стандартів розвитку пляжних територій при рекреаційних закладах;

8) опрацювання комплексних програм залучення кредитів світових фінансових установ в реформування та модернізацію санаторно-курортного комплексу регіону, сприяння в реалізації інвестиційних проектів в сфері курортів з метою забезпечення конкурентоспроможності оздоровчих послуг;

9) популяризація циклу програм про санаторно-курортне лікування на рейтингових телевізійних каналах, створення бази інформаційних матеріалів про оздоровниці та розповсюдження їх через інтернет засоби, рекламування бальнеогрязелікування, видання друкованої продукції;

10) забезпечення можливості підвищення кваліфікації працівників санаторно-курортної сфери і розробка професійних вимог з метою покращення якості послуг.

Макрорівень з боку державних органів влади надає можливість втілення суцільного ланцюга підходів:

1) прийняття законодавчих і нормативних актів з метою вдосконалення діяльності оздоровчих закладів та покращення стимулювання розвитку санаторно-курортних послуг;

- 2) розробка і впровадження державної програми фінансово-кредитної, бюджетно-податкової та інвестиційної підтримки сфери курортів;
- 3) створення єдиного державного органу, який координуватиме всі організаційно-економічні заходи в контексті сприяння розвитку санаторно-курортної галузі;
- 4) організація системи державної інформаційної підтримки і популяризації санаторно-курортного лікування та оздоровлення з використанням усіх засобів інформації;
- 5) започаткування державного науково-методичного центру з формування та надання оздоровчих послуг;
- 6) розробка і впровадження нових сучасних стандартів санаторно-курортного лікування, оздоровлення та реабілітації на основі інновацій та бюджетної допомоги;
- 7) втілення найкращого світового досвіду, який можливо адаптувати до вітчизняних умов, в розвиток сфери санаторно-курортних послуг.

Запропоновані заходи на мікро-, мезо- і макрорівнях в контексті реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг, на нашу думку, значно покращать функціонування та розвиток оздоровчих закладів України та підвищать ефективність сфери санаторно-курортних послуг, що сприятиме зростанню попиту та забезпеченню їхньої конкурентоспроможності як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках. Цей процес передбачає підтримку не тільки з боку самих курортних установ, але і з боку місцевої й державної влади. Можливість реалізації можна представити у вигляді відповідної моделі, яка б комплексно враховувала всі складові, зокрема фактори, методи та інструменти, напрями, шляхи, заходи та дії, систему показників-індикаторів в контексті загальної мети – підвищення ефективності і розвитку санаторно-курортної сфери.

Регіональний розвиток підвищення ефективності функціонування сфери санаторно-курортних послуг повинен включати три основні групи блоків:

1) блок 1 містить елементи, що пов'язані з діяльністю санаторно-курортних закладів та наданням послуг. Цей блок охоплює такі складові щодо збільшення результативності послуг: а) мета і завдання; б) чинники, що впливають; в) кадри й організаційні структури; г) процес, методи, інструменти; д) напрями, шляхи, заходи та дії; е) система показників-індикаторів;

2) блок 2 складається з характеристик економічної підтримки регіональних та місцевих органів: а) мета та завдання; б) чинники, що забезпечують економічне регулювання; в) організаційні структури; г) методи, способи та інструменти; д) напрями, шляхи, заходи, дії; е) показники-індикатори;

3) блок 3 інкорпорує компоненти сполучені з державним регулюванням підвищення ефективності сфери санаторно-курортних послуг. Аналогічно до попередніх, повинен включати: а) відповідні мету та завдання; б) організаційні структури; в) організаційно-економічний механізм; г) системи, методи, способи, прийоми й інструменти; д) напрями, шляхи, заходи, дії; е) показники-індикатори.

Кожний з трьох блоків є самостійним у рекомендованій моделі регіонального розвитку підвищення ефективності сфери санаторно-курортних послуг. Однак, незважаючи на незалежність кожного з блоків, їхня кінцева дія пов'язана з піднесенням продуктивності курортної індустрії. Звідси, в центрі функціональної моделі регіональної політики можливо поставити результат, який полягає в задоволенні інтересів всіх учасників процесу. Для санаторно-курортних закладів кінцевий ефект – це зростання показників фінансово-господарської діяльності та власного іміджу. Для регіональної та місцевої влади – посилення іміджу регіону (території), збільшення кількості пацієнтів, податків та зборів, ріст регіонального валового продукту. Для держави підсумком підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг є нарощування чисельності пролікованих, зменшення кількості хворих, збільшення рівня працездатності населення, обсягів податків, валового внутрішнього продукту, пов'язаного з функціонуванням оздоровчих підприємств.

Виходячи з вищевикладеного, модель регіонального розвитку підвищення ефективності санаторно-курортних послуг може бути наступного виду (рис. 4.16). Запропонована схема має істотне теоретично-прикладне значення.

З позицій науки, макет дає змогу теоретично обґрунтувати положення щодо підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, визначити роль в цьому процесі самих оздоровчих закладів, органів державної влади на регіональному рівні та органів місцевого самоврядування, держави, як одного з головних учасників регулювання регіональної політики.

З практичної точки зору, розроблена модель дає змогу визначити послідовність втілення окремих складових кожного блоку. Водночас, реалізація окремих блоків повинна забезпечити досягнення кінцевого результату, який відрізняється для кожного з трьох основних учасників даної моделі. Для регіональних та місцевих органів державної влади - збільшення доходів до бюджету за рахунок сплати податкових платежів, поповнення фондів соціального забезпечення та соціального страхування шляхом відрахування соціального єдиного внеску. Для самих санаторно-курортних закладів це економічна підтримка виробничої діяльності, підвищення доходів та конкурентоспроможності, можливість інвестиційно-інноваційного розвитку, виробництво нових санаторно-курортних продуктів на основі сучасних технологій.

В межах країни це збільшення внутрішнього валового продукту, адже сфера санаторно-курортних послуг, як вже було доведено, є ваговою складовою економіки країни.

Практична цінність наведеної парадигми полягає також у формуванні інструментарію для здійснення економічного регулювання підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг.



Рис. 4.16. Взаємозв'язок чинників регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг *

*Джерело: побудовано автором

Таким чином, дослідження, проведені стосовно вивчення підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, дають змогу стверджувати, що за сучасних умов такого результату можливо домогтися лише при об'єднанні зусиль з боку суб'єктів підприємництва рекреаційної сфери, органів місцевого самоврядування, регіональних органів державної влади, а також держави. Внаслідок взаємовідносин усіх трьох учасників є можливість значно покращити ситуацію в курортній індустрії країни.

Висновки до розділу 4

1. На основі дослідження практичної діяльності Держстату України щодо оприлюднення інформації про мережу та господарську активність санаторно-курортних закладів, обґрунтовано типологію суб'єктів продукування санаторно-курортних послуг. Ці заклади у контексті теорії систем охарактеризовано як складні адаптивні системи й означено як санаторно-курортні і оздоровчі.

З метою виявлення асиметрій регіонального поступу та оцінки регіональної концентрації сфери санаторно-курортних послуг в Україні сформовано систему з 14-ти різновагомих показників-стимуляторів, які характеризують інфраструктурний, трудовий, діяльнісний, соціальний, зовнішньоекономічний виміри цієї сфери. Здійснено кластеризацію регіонів країни у двох зрізах: послуг санаторіїв; послуг санаторно-курортних і оздоровчих закладів. Класифікація багатовимірних спостережень базувалася на визначенні поняття евклідової відстані між вивченими об'єктами, а кількість кластерів визначалася за методом Уорда. Як показують результати кластерного аналізу, регіони України за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв у 2016 р. структуруються у розрізі шести кластерів (1 – Львівська, Одеська; 2 – м. Київ; 3 – Полтавська, Закарпатська, Вінницька; 4 – Запорізька, Київська, Івано-Франківська, Харківська; 5 – Чернівецька, Хмельницька, Сумська, Рівненська,

Миколаївська, Донецька, Волинська; 6 – Чернігівська, Черкаська, Херсонська, Тернопільська, Луганська, Кіровоградська, Житомирська, Дніпропетровська області).

Кластеризація регіонів України за рівнем розвитку санаторно-курортних і оздоровчих послуг виявила три групи (1 – Львівська, Одеська; 2 – м. Київ, Херсонська, Полтавська, Миколаївська, Запорізька, Закарпатська, Дніпропетровська області; 3 – Чернігівська, Чернівецька, Черкаська, Хмельницька, Харківська, Тернопільська, Сумська, Рівненська, Луганська, Кіровоградська, Київська, Івано-Франківська Житомирська, Донецька, Волинська області).

2. Проаналізовано варіацію евклідових відстаней від центру за даними щодо діяльності санаторіїв та показниками санаторно-курортних і оздоровчих закладів. Величина квадратичного коефіцієнта варіації за обома сукупностями (48,35% і 88,20%) більша за критичний рівень (33%). Це дозволяє зробити висновок, що досліджувана сукупність регіонів України є неоднорідною за значенням інтегрального показника розвитку ринку послуг як санаторіїв, так і санаторно-курортних і оздоровчих закладів. Відтак, в умовах децентралізації регіональні та національні інституції мають спрямовувати управлінські рішення на згладжування диспропорцій та асиметрій розвитку ринку санаторно-курортних послуг у регіонах.

3. Для застосування таксономічного методу за допомогою експертних оцінок визначено ваги у розрізі блоків показників і в частині складових кожного блоку. Результати таксономічного методу оцінювання стану ринку санаторних послуг в регіонах України у розрізі блоків показників вказують на лідируючі позиції Львівщини згідно зважених оцінок розвитку послуг санаторіїв. За узагальненою оцінкою (3,046) Львівська область випереджає наступну у рейтингу область – Одеську на 7,7%, останню – Луганську – у 16,7 рази. Висока позиція столиці у цьому рейтингу пояснюється розвиненою мережею крупних санаторіїв.

4. Таксономія стану ринку санаторно-курортних і оздоровчих послуг в регіонах України виявила, що між лідером – Одеською обл., інтегральний показник якої сягнув 3,193, і наступними двома у рейтингу областями (Запорізькою і Львівською) розрив склав 48,1% і 89,2%, відповідно. Домінантна позиція Одещини пояснюється її економіко-географічним розташуванням, рекреаційним потенціалом, розвитком транспортної галузі, унікальними природно-кліматичними умовами, численними архітектурними пам'ятками та мережею курортів. Серед закладів санаторно-курортної сфери тут превалюють бази відпочинку (89,2%), у форматі яких надають послуги усі фізичні особи-підприємці і понад три чверті юридичних осіб.

5. Визначено атрибутивні значення рівня розвитку ринку послуг СКОЗ: менше 0,5 – дуже низький; від 0,5 до 1,0 – низький; від 1,0 до 2,0 – помірний; від 2,0 до 2,5 – високий; від 2,5 і більше – дуже високий. Проведено групування регіонів України за атрибутивними оцінками, за результатами якого визначено середній центрований бал. Від'ємна величина показника середнього центрованого балу за отриманими ранговими критеріями послуг усіх закладів (-0,32) і послуг санаторіїв (-0,44) свідчить про необхідність удосконалення регіональної політики розвитку ринку санаторно-курортних послуг.

6. Виокремлено детермінанти, які характеризують вплив на виручку СКОЗ у регіонах країни. Досліджено кореляційні поля визначених детермінант, побудовано парні моделі регресії. Показано, що кожна додаткова тисяча ліжко-днів у санаторно-курортних і оздоровчих закладах в середньому приносить понад 220 тис. грн. доходу від наданих послуг у регіоні, кожна додаткова особа, розміщена у цих закладах, – близько 1,7 тис. грн., кожен працюючий санаторно-курортний і оздоровчий заклад – 11,2 млн грн. в середньому. Побудовано та обґрунтовано адекватність множинного рівняння регресії доходів санаторно-курортних і оздоровчих закладів регіону, яке вказує на синергетичні ефекти від розширення мережі закладів та їх пропускної здатності. Здійснено парний та множинний кореляційно-регресійний аналіз кількості ліжко-днів у санаторно-курортних і оздоровчих закладах. Доведено,

що у розрізі регіонів на цей показник найсильніше впливають місткість санаторно-курортних і оздоровчих закладів, кадровий потенціал та чисельність отримувачів послуг.

7. Показано, що трансформаційні процеси останніх десятиліть, спричинили руйнування інфраструктури санаторіїв-профілакторіїв. За період 1990-2010 рр. їхня кількість скоротилася на 57,9%, 2011-2013 рр. – на 26,3%, 2013–2016 рр. – 61,8%. Від’ємні коефіцієнти регресії отримано при моделюванні динаміки й інших типів рекреаційних закладів: пансіонатів з лікуванням, пансіонатів відпочинку, будинків і баз відпочинку, санаторіїв. Тренди місткості СКОЗ в Україні за 1990-2016 свідчать про щорічне зменшення: санаторіїв та пансіонатів з лікуванням – на 2,3 тисяч ліжок, санаторіїв-профілакторіїв – на 1,6 тисяч ліжок, будинків і пансіонатів відпочинку – на 2,8 тис. місць, баз та інших закладів відпочинку – на 4,7 тисяч місць.

8. Акцентовано увагу на необхідності зміцнення ролі сфери санаторно-курортних послуг в здійсненні реабілітаційних заходів. Такі послуги дозволяють суттєво зменшити витрати на реабілітацію порівняно і з застосуванням лікарських препаратів. Показано, що суттєве збільшення в Україні витрат на продукти харчування, оплату житла, комунальних вигод спричиняє депривацію значної частини населення в оздоровчо-центричному напрямку. Зниження рівня задоволення потреб у санаторно-курортних послугах деактивує якісний розвиток людського потенціалу.

9. Проведена оцінка розвитку сфери санаторно-курортних послуг на прикладі Хмільник-курорту Вінницької області з позицій результативності самого санаторно-курортного закладу, регіонального курорту та споживачів демонструє зменшення значення інтегрального показника в динаміці, що свідчить про зниження ефективності надання санаторно-курортних послуг. Піднесення активності оздоровчих закладів можливе завдяки реалізації сукупності дій на мікро-, мезо- та макрорівнях. В результаті здійсненого аналізу сформована модель на основі взаємодії оздоровчих закладів, підтримки

регіональних та місцевих органів влади, державного регулювання, яка комплексно враховує всі складові, зокрема фактори, методи й інструменти, напрями, шляхи, заходи та дії, систему показників-індикаторів в площині кінцевого результату – покращення ефективності функціонування і розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Основні наукові результати, що викладені у четвертому розділі дисертації, опубліковані автором у працях [57, 59, 60, 68, 77, 367].

РОЗДІЛ 5. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ САНАТОРНО- КУРОРТНИХ ПОСЛУГ

5.1. Імплементация міжнародного досвіду формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг

Важливе значення для розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах регіонів має державна підтримка, в тому числі сприяння місцевих органів самоврядування, в контексті децентралізаційних процесів. З метою окреслення напрямів розвитку такої допомоги доцільним є дослідження міжнародного досвіду та можливостей його імплементации у вітчизняних умовах. Виходячи з цього, підвищити результативність та ефективність державної регіональної політики в Україні у сфері оздоровчих послуг можна, вивчаючи кращий зарубіжний досвід регулювання розвитку сфери курортів та курортної діяльності, з подальшим впровадженням апробованих світовою практикою управлінських рішень в умовах регіонів.

У структурі валового світового доходу частка від здійснення туристично-курортної діяльності сягає майже 10% з урахуванням непрямого ефекту. Статистика Організації Об'єднаних Націй показує, що для понад 110 країн світу туристично-рекреаційна галузь відіграє провідну роль у формуванні внутрішнього валового продукту та наповненні державного бюджету. Для прикладу, у 2016 році сумарні надходження до бюджетів 75 країн від санаторно-курортної та туристичної індустрії становили понад 1,5 мільярда доларів США.

Дані Всесвітньої туристичної організації демонструють ріст обсягів світового доходу від туризму та санаторно-курортної діяльності на 9%, а чисельності відпочиваючих – на 4% середньорічно протягом останніх 20-ти років.

В індустрії туризму і курортів задіяно понад 100 млн. працівників (шістнадцяте місце), динаміка створення нових робочих місць в 1,5 раза випереджає середні показники. При цьому сучасні курортні заклади, як правило, з'являються на територіях з різним рівнем розвитку, що в розрізі країни є вирішенням важливої проблеми регіонального економічного вирівнювання.

Більшість країн Європи (перш за все, Швейцарія, Австрія, Франція, Болгарія, Іспанія, Італія та ін.) обрали стратегію, за якою провідну роль в утворенні національного ВВП та доходів бюджету відіграє туризм і санаторно-курортна діяльність. Державні органи вищезгаданих країн сприяють розвитку сфери курортних послуг, оскільки вона, своєю чергою, стимулює інші галузі економіки – будівництво, транспорт, готельне господарство, агропродовольчий комплекс, громадське харчування та розваги, виробництво місцевих товарів, побутових послуг тощо.

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

Лікувально-оздоровчий туризм (відвідування санаторних закладів та отримання медичних послуг) є одним з найбільш розвинутих (і прибуткових) видів туризму. Особливо динамічно нарощуються обсяги подорожей з рекреаційною метою. Останнім часом аналітики виділяють окремі напрями, що пов'язані з лікуванням та оздоровленням – оздоровчий, медичний, «косметологічний», «пляжний» туризми тощо.

Глобальним викликом розвитку світового ринку санаторно-курортних послуг у XXI ст. є проблема збереження та примноження лікувально-оздоровчих або природно-рекреаційних ресурсів. Всесвітня організація туризму та Комісія ООН з навколишнього середовища у спільній Декларації від 1 липня

1982 р. наголосили на потребі рівноваги між туризмом та можливостями навколишнього середовища. Проте, вказана проблема дедалі загострюється.

Саме на наднаціональному та національному рівнях можливо вирішити питання гармонійного співвідношення комерційного використання природних рекреаційних ресурсів, з одного боку, та їхнього збереження і розвитку, з іншого.

Новітніми трендами міжнародного ринку рекреаційних послуг є посилення диверсифікації санаторно-курортного продукту, розробка та просування нових лікувально-оздоровчих програм (включно, в преміум-сегменті), розвиток технологічної бази санаторіїв на основі інновацій, скорочення середньої тривалості оздоровлення та відпочинку, зниження цін на окремі види послуг в певні періоди надання.

Провідні курортні оператори європейських країн розробляють спеціальні програми для людей похилого віку, адже вони можуть отримувати медичні послуги у будь-який час, в тому числі, у так званий «низький сезон» (який є привабливим для людей з середнім та низьким рівнем доходів).

Нестабільна політична ситуація в деяких країнах, збільшення частоти терористичних актів та масових заворушень, галопуюче зростання цін – всі ці фактори згубно впливають на темпи розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Провідні держави за допомогою комплексу спеціальних заходів та інструментів активно сприяють розвитку курортів (курортних територій) та санаторно-курортної діяльності. Необхідність вказаної підтримки пояснюється кількома причинами, серед яких загострення конкурентної боротьби на світовому ринку санаторно-курортних послуг, а також обмеженість природно-лікувальних ресурсів (мінеральної води, лікувальних грязей тощо). Однією з особливостей розвитку глобального санаторно-курортного ринку є нерівномірний розподіл міжнародних потоків споживачів рекреаційних послуг у різних регіонах і країнах.

На поживлення суперництва серед суб'єктів санаторно-курортної діяльності на міжнародній арені впливають наступні фактори:

- поява «нових гравців» - країн, для яких курортно-туристична галузь є пріоритетною для національної економіки;
- активна суперницька діяльність серед курортних операторів та «курортних корпорацій» (зокрема, наявність випадків невинного зменшення цін на послуги);
- здобуття максимального рівня використання природних ресурсів окремих видів при наданні санаторно-курортних послуг, що пропонуються деякими ринками (наприклад, пляжне оздоровлення).

Механізм державного регулювання розвитку курортів (курортних територій) та санаторно-курортної діяльності реалізується на рівні окремих країн (національний рівень) і за формою, значною мірою, втілюється як формування та виконання нормативно-правових приписів в регіонах. Особливістю санаторно-курортної сфери є те, що на параметри покращання курортних територій впливає держава в процесі реалізації програм регіонального розвитку. Вона ж покликана окреслити загальні юридичні, економічні, податкові правила, згідно яких функціонують ринок санаторно-курортних послуг і його суб'єкти (передусім, курортні оператори), спрямовуючи їх діяльність на пріоритетних напрямках. Процеси прямого інвестування, створення механізмів партнерства між державним та приватним сектором в інвестиційній галузі, підтримка інноваційних процесів – усе це відноситься до компетенцій органів державної влади.

У багатьох країнах світу законодавством визначені спеціальні умови для регулювання відносин щодо заснування та подальшої діяльності туристичних операторів та органів, уповноважених контролювати дотримання норм санаторно-курортної діяльності. Існуючі стандарти та обмеження встановлені з метою охорони прав клієнтів (які одночасно є пацієнтами), захисту природних рекреаційних ресурсів та регулювання здорових економічних взаємовідносин у царині виробництва та споживання санаторно-курортних послуг.

За результатами досліджень, які ґрунтуються на вивченні світового досвіду, державна підтримка курортної індустрії доцільна в таких напрямках:

- законодавче забезпечення розвитку ринку санаторно-курортних послуг, створення умов для прозорості діяльності туристичних операторів на основі здорової конкуренції, забезпечення захисту прав споживачів туристичних послуг, визначення податкових норм діяльності санаторно-курортних закладів;

- підтримка збалансованого впливання санаторно-курортної діяльності у загальнодержавну економічну систему ;

- стимулювання міжнародного партнерства та обміну досвідом;

- сприяння розвитку інфраструктури санаторно-курортної галузі;

- забезпечення захисту покупців оздоровчих сервісів, в тому числі охорона природних рекреаційних ресурсів, дотримання прав пацієнтів, виконання вимог законодавства про охорону здоров'я тощо;

- інформаційна підтримка санаторно-курортної діяльності (збір і обробка статистичної бази даних, розробка та промоція рекламної інформаційної продукції, що містить відомості про розвиток галузі на загальнодержавному рівні, стимулювання наукової підтримки галузі);

- популяризація вітчизняних санаторно-курортних сервісів на міжнародній арені;

- організація підготовки та підвищення рівня професіоналізму працівників галузі рекреації (рис. 5.1).

Аналіз зарубіжної практики свідчить, що санаторно-курортна діяльність може регулюватися прямо або опосередковано. Під прямою регламентацією мається на увазі прийняття специфічної «санаторно-курортної» нормативно-правової бази, під опосередкованою – включення окремих спеціальних норм до блоку нормативних документів, котрі стосуються різних галузей виробництва та споживання послуг.

Дослідження, проведене Всесвітньою туристичною організацією щодо розподілу повноважень в сфері регулювання розвитку санаторно-курортних

закладів та формування політики розвитку санаторно-курортних послуг, свідчить: в багатьох країнах державна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг провадиться центральними органами виконавчої влади (до яких віднесено національні туристичні організації, в тому числі), а також опосередковано – через використання правових важелів, забезпечення підтримки й розвитку інфраструктури в сфері санаторно-курортних послуг і відповідної міжнародної політики.

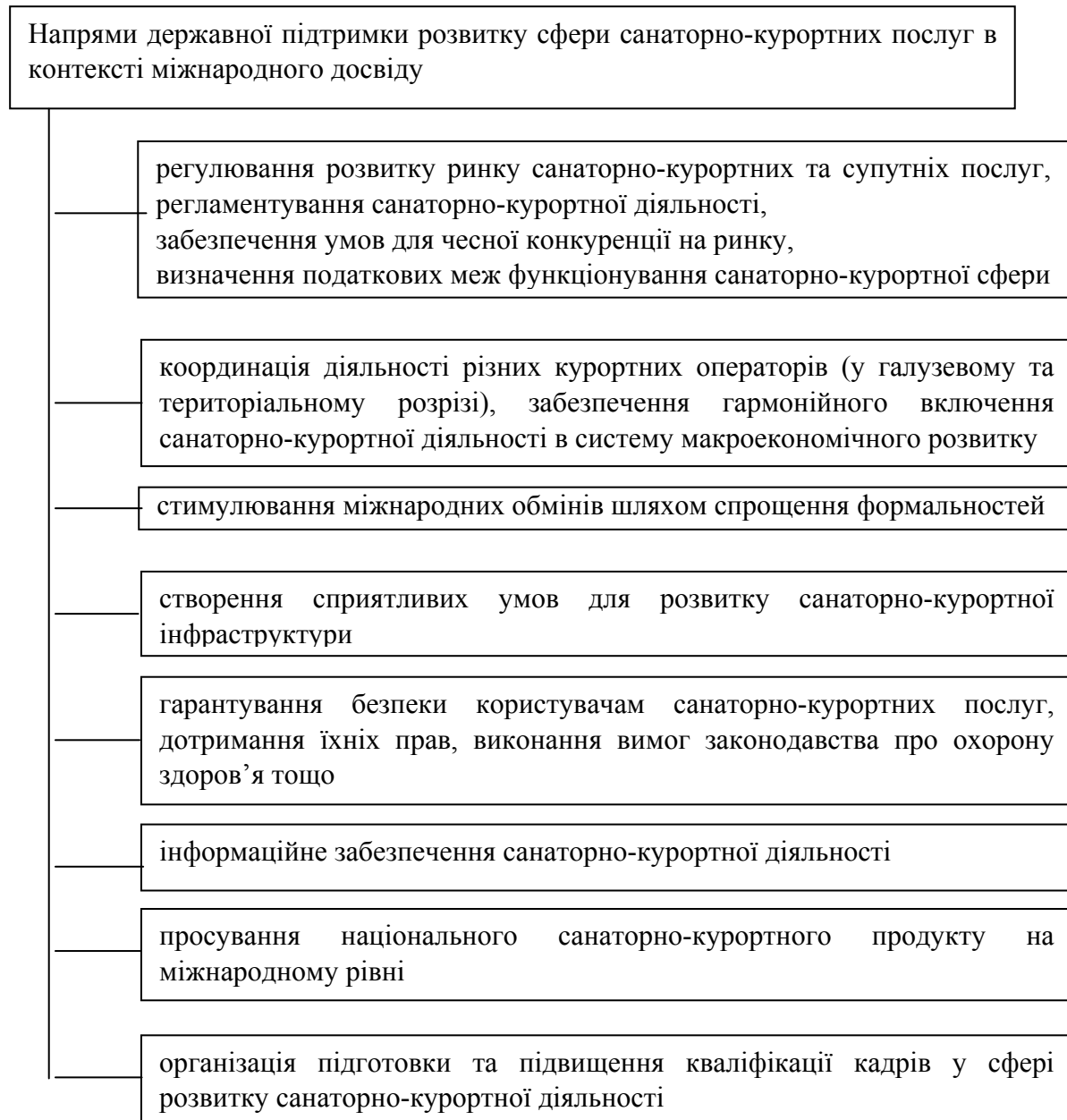


Рис. 5.1. Напрями формування та реалізації політики державної підтримки розвитку сфери санаторно-курортних послуг за результатами узагальнення міжнародного досвіду

Джерело: побудовано автором

Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг має риси загальнодержавної політики, проте, передбачає врахування певних специфічних факторів, а саме: природні умови регіону, рівень розвиненості транспортної інфраструктури, низку соціальних чинників, особливості формування економічного підґрунтя для розвитку сфери санаторно-курортних послуг, правові важелі. Механізм реалізації політики регіону щодо розвитку сфери санаторно-курортних послуг передбачає три основні кроки:

- побудова цільових програм реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг;
- розробка та реалізація заходів для досягнення поставленої мети;
- забезпечення моніторингу розвитку сфери санаторно-курортних послуг на рівні регіону.

Головними завданнями, які доцільно вирішувати у законодавстві відносно курортів, є окреслення площини відносин, потребуючих регламентації, і відпрацювання правових інструментів впливу на них. Опираючись на світову практику, вдосконалення у сфері санаторно-курортних послуг потребують:

- діяльність підприємств (курортних операторів, оздоровниць, об'єктів санаторно-курортної інфраструктури, інших підприємств, що функціонують на курортних територіях);
- професійна підготовка працівників та передумови для провадження професійної діяльності;
- перелік прав і обов'язків суб'єктів сфери оздоровчих послуг, посилення охорони прав споживачів;
- засоби стимулювання та фасилітування розвитку санаторно-курортної сфери зі сторони держави.

В розвинутих країнах механізм державного регулювання розвитку курортної галузі реалізується через різні органи та установи, роль яких у різних країнах неоднакова. Темпи розвитку санаторно-курортної діяльності, значною мірою, залежать від позиції і авторитету державного органу, відповідального за

реалізацію рекреаційної політики. Попри це, аналізуючи особливості формування політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в світі, можна виділити такі типи моделей організації та регулювання цієї сфери:

- перша модель передбачає практично повну відсутність адміністрування на центральному рівні, і відповідно – вирішення проблем розвитку галузі на засадах і принципах «самоорганізації». Використовується, в основному, в країнах, де сфера санаторно-курортних послуг і туризм загалом не відіграють суттєвої ролі в економіці або у випадках функціонування суб'єктів ринку, які займають сильні позиції та характеризуються спроможністю вирішувати поставлені завдання. Така модель, зокрема, існує у США після ліквідації у 1997 році державної структури U.S. Travel and Tourism Administration (USTTA).

- друга модель характеризується чималим впливом центрального органу-міністерства, що здійснює контроль за діяльністю усіх суб'єктів відповідної сфери. Слід звернути увагу, що використання даної моделі є доцільним за умов:

 - значних фінансових вкладень в галузь;

 - суттєвої рекламної підтримки і маркетингової діяльності;

 - значних інвестицій в сферу туризму.

Подібна схема формування політики розвитку санаторно-курортних послуг діє в країнах зі значним туристичним потенціалом та суттєвою часткою галузі у ВВП країни - Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині.

- третя модель організації політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг переважає в країнах Європи. Для них характерна наявність багатогалузевого міністерства як цілісної і комплексної структури. Така структура здійснює діяльність у двох напрямках: визначає особливості державного регулювання сфери санаторно-курортних послуг (розробку нормативно-правової бази, узгодження діяльності регіональних структур, забезпечення міжнародного співробітництва, збирання та обробку статистичної інформації) і координує діяльність у сфері маркетингу.

В умовах розвиненої ринкової економіки втручання урядових органів в процеси розвитку та управління санаторно-курортною діяльністю є мінімальною. У цьому випадку провідну роль відіграють суспільні традиції, повага до законодавства, висока якість державних послуг, налагоджений господарський механізм, ефективність діяльності громадських (включно саморегулюючих) організацій. Країни з невисоким економічним розвитком потребують підвищеної уваги зі сторони державної влади до санаторно-курортної діяльності, оскільки це певною мірою допомагає послабити (мінімізувати) негативні виклики.

Органи влади, відповідальні за проведення державної політики в сфері оздоровчих послуг, зазвичай, зосереджують увагу на регулюванні таких процесів:

- визначення національних пріоритетів розвитку (що впливає на розподіл бюджетних ресурсів);
- стимулювання інвестицій та інновацій, залучених у розвиток сфери;
- оперативний моніторинг та стратегічне планування;
- контроль (аудит) за діяльністю курортних операторів;
- підтримка розвитку санаторно-курортної інфраструктури, у тому числі, шляхом пільгового надання земельних ділянок у власність або довгострокову оренду туроператорам;
- бюджетне фінансування окремих видів робіт (приміром, дослідження терапевтичних властивостей лікувального фактора або інженерна підготовка курортної території до будівництва);
- сертифікація, стандартизація, ліцензування і контроль за дотриманням відповідних вимог.

За результатами дослідження зарубіжного досвіду розвитку санаторно-курортної діяльності необхідно зазначити найбільш поширені важелі (інструменти) регулювання:

- забезпечення нормативно-правової регламентації санаторно-курортної діяльності, економічна підтримка окремих курортних послуг на перспективу, розробка стандартів діяльності туроператорів;
- підготовка спеціальних антикризових програм, що дадуть змогу знівелювати несприятливі наслідки діяльності санаторно-курортних закладів, а також негативні дії глобальних викликів;
- сприяння залученню фінансових вкладень;
- гармонізація розвитку економіки різних регіонів за рахунок стимулювання санаторно-курортної активності на депресивних (проблемних) територіях за допомогою прямого державного фінансування окремих інфраструктурних проектів;
- регулювання динаміки розвитку сфери санаторно-курортних послуг та суміжних сфер економіки (рис. 5.2).

Провідними важелями механізму державної підтримки розвитку сфери санаторно-курортних послуг є, в першу чергу, бюджетне фінансування капітальних інвестицій, податкові пільги, некомерційне просування національного санаторно-курортного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках та ін.

Важливою умовою ефективної політики держави в сфері розвитку санаторно-курортних послуг є залучення усіх ресурсів і можливостей на рівні регіонів та забезпечення взаємодії держави і регіонів. При цьому ефективність використання інструментів управління регіональною сферою санаторно-курортних послуг залежить, насамперед, від активності органів місцевого самоврядування, оскільки серед органів управління на місцевому та регіональному рівнях на практиці лише невелика частина зацікавлена у розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Разом з тим, основною умовою розвитку сфери надання санаторно-курортних послуг на рівні будь-якого регіону є розвиток співробітництва між: суб'єктами господарювання, які функціонують у цій сфері, органами місцевого самоврядування, галузевими спілками і організаціями, а також регіональними

та локальними організаціями надання санаторно-курортних послуг. При цьому діяльність органів саме місцевого самоврядування виступає вирішальним чинником у наданні регіональних і локальних санаторно-курортних послуг та створенні туристичного продукту. Відтак, регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг має ґрунтуватися на засадах:

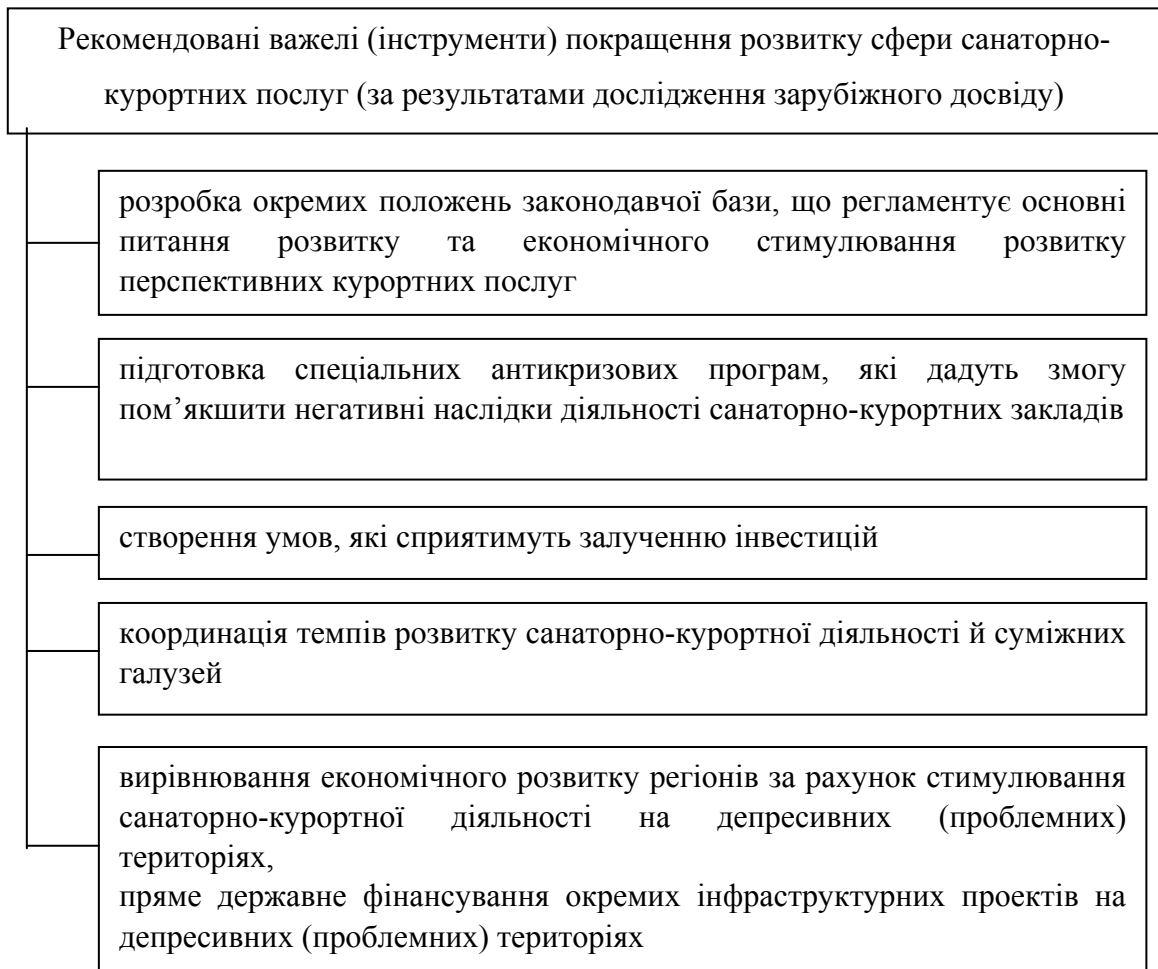


Рис. 5.2. Рекомендовані важелі (інструменти) покращення розвитку сфери санаторно-курортних послуг (за результатами дослідження зарубіжного досвіду)

Джерело: побудовано автором

- посилення туристичної привабливості регіону;
- забезпечення кооперації суб'єктів сфери;
- підвищення рівня наданих послуг та професіоналізму працівників;
- формування стратегії розвитку сфери санаторно-курортних послуг на рівні регіону з урахуванням внутрішнього потенціалу.

Дослідження міжнародного досвіду формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг дозволило визначити основні напрямки активності місцевого самоврядування, серед яких слід виділити:

- розвиток туристичної інфраструктури;
- популяризація регіонального та територіального продукту санаторно-курортної сфери;
- робота з населенням, яке має вплив на розвиток сфери санаторно-курортних послуг.

Основними інструментами забезпечення регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг є, в першу чергу, бюджетне фінансування капітальних інвестицій, податкові пільги, некомерційне просування санаторно-курортного продукту на внутрішньому і зовнішньому ринках та ін. (рис. 5.3).

Одним з фінансових тригерів вважаються податкові пільги. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, майже 50% податків, що збираються у туристично-рекреаційній галузі, формуються за рахунок непрямих податків (ПДВ, податок з продажу), 35% припадає на податки з персоналу підприємств, 15% створює податок на прибуток.

В окремих регіонах, щоб посилити зростання обсягів туристичної сфери, включаючи і відвідування курортних територій (для прикладу, пляжне оздоровлення), передбачаються спеціальні заходи податкового заохочення, розраховані на іноземних споживачів оздоровчих послуг (не врахування податку на додану вартість, оскільки фактично йдеться про експорт послуг) та на компанії, які обслуговують іноземців, - пільгове оподаткування прибутку або, навіть, тимчасове звільнення.

З метою стимулювання розвитку санаторно-курортних послуг та усунення диспропорцій, активізації в'їзного оздоровчого туризму країни використовують податкові мотиватори, зокрема:

- звільнення від сплати ПДВ (Хорватія) або зменшення ПДВ (Греція);
- усунення податку на прибуток у перші 5 років функціонування підприємства курортної галузі (Хорватія);

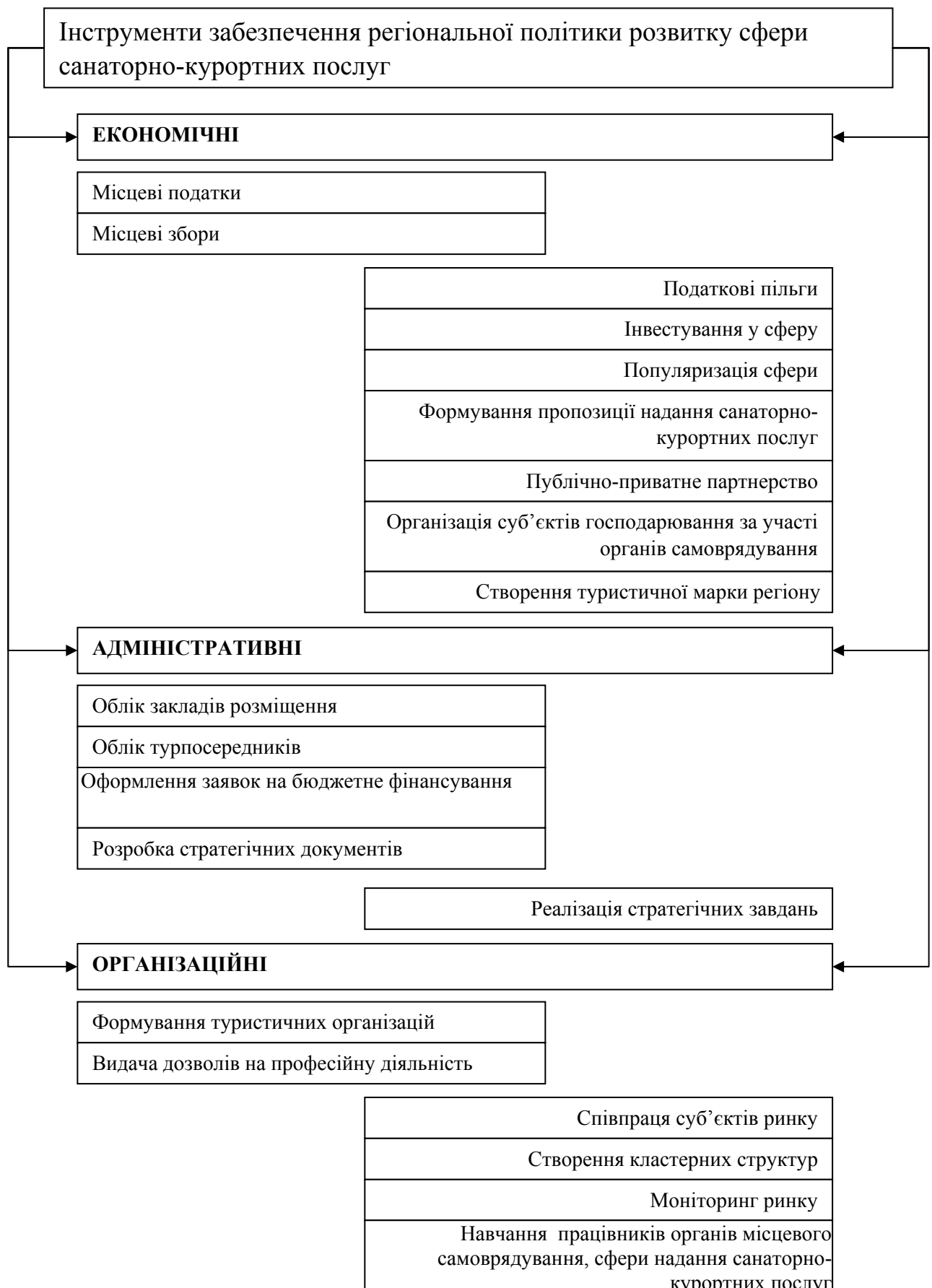


Рис. 5.3. Інструменти забезпечення регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг

Джерело: побудовано автором

- пільгове оподаткування усієї галузі (Польща);
- застосування прискореної амортизації основних фондів, що на практиці веде до зменшення бази оподаткування та зменшення податкових зобов'язань (Польща);
- зниження податку з обороту (Іспанія, Греція);
- зменшення податків на результати курортної діяльності, якщо послуги надаються у «низький» сезон (Греція);
- лібералізація здачі землі в довгострокову оренду для будівництва засобів розміщення у курортних зонах (Туреччина, Єгипет, Туніс, Кіпр).

Уряди різних країн активно вживають програмно-цільовий метод управління розвитком курортів. Приміром, в Угорщині був розроблений «План розвитку Сечені», в Словаччині - Програма підтримки розвитку санаторно-курортного туризму, у Чорногорії - Програма просування послуг оздоровчого туризму на зовнішніх ринках [55].

Окремі проекти ЄС спрямовані на професійне навчання та підвищення кваліфікації працівників сфери туризму і курортів. Платформа COMET передбачає організацію співробітництва санаторно-курортних і навчальних закладів в коучингу курортологів з залученням сучасних освітніх методик. Програмою ERAZMUS забезпечується співпраця між університетами з метою підготовки кадрів для санаторно-курортної галузі за єдиним європейським стандартом. Ресурс PETRA розрахований на здобуття додаткових знань особами, що отримали середню освіту і бажають працювати у сфері курортного господарства на початкових посадах.

У розвинутих країнах діяльність туроператорів визначається й регламентується національним законодавством, а наднаціональні юридичні норми застосовуються при розробці і адаптації національного права, а також при вирішенні міжнародних спорів. Загальні питання створення та поточної діяльності курортних операторів, як юридичних осіб, зазвичай, регулюються Цивільним кодексом, приватні ж питання - нормативними актами (постановами), які окреслюють особливості роботи підприємств (організацій)

санаторно-курортної сфери. Окрім цього, об'єктом законодавчого регулювання постають взаємовідносини курортного оператора зі споживачем щодо узгодження можливостей і обов'язків учасників відносин, взаємин оператора і агента (посередника). Договірні відносини, які виникають в процесі створення курортного продукту і його реалізації, регулюються нормативно-правовими документами держави, в якій зареєстрована фірма або укладений договір. Найчастіше контракти з клієнтами підпадають під дію правил купівлі-продажу, а угоди курортного оператора з агентами (посередниками) - під вплив договорів комісії чи агентських договорів [234].

Щоб захистити права та законні інтереси споживачів санаторно-курортних послуг здійснюється сертифікація – процес перевірки відповідності об'єкта сертифікації (це може бути санаторій, пансіонат, курортна поліклініка тощо) вимогам і стандартам, передбаченим законодавством, що проводиться органом сертифікації. На міжнародному рівні практикується застосування обов'язкової або добровільної сертифікації в залежності від типів оздоровчих послуг [234]. Перший вид використовується тоді, коли відсутні чіткі механізми саморегуляції, коли не функціонують потужні професійні об'єднання, які гарантують своїм членам цивілізовані ринкові відносини. Добровільна атестація ініціюється виробником санаторно-курортних послуг для підтвердження їх високої якості перед споживачем або партнерами. Сертифікації підлягають, як правило, медичні послуги, а також засоби розміщення (санаторії, пансіонати).

Ліцензування – це ще один механізм виконання державою своєї регуляторної функції, мається на увазі спрощена, порівняно з сертифікацією, процедура отримання дозволу на здійснення певної діяльності. Ліцензія видається уповноваженим органом. У багатьох країнах світу для провадження санаторно-курортної діяльності (що розглядається як різновид медичної) необхідно отримати ліцензію. Держава зберігає важелі впливу на суб'єкти санаторно-курортного ринку через механізм відкликання ліцензії при порушенні ними вимог закону.

У більшості країн надання сертифікату або ліцензії на право здійснювати діяльність в сфері надання санаторно-курортних послуг можливе лише у тому випадку, якщо на підприємстві працює достатня кількість кваліфікованих фахівців, котрі мають професійну освіту. Цим державою визнається важливість набуття спеціальних знань та навичок працівниками галузі курортів. Щоправда, вимоги різних країн у цій царині ще не гармонізовані.

Світовим трендом сприяння розвиткові санаторно-курортної діяльності є усунення адміністративних обмежень в санаторно-курортному бізнесі, надання інвестицій, зменшення бюрократичних перепон в процесі ухвалення рішень про будівництво нових оздоровчих закладів (особливо на нових курортних територіях).

Провідні держави виділяють значні кошти на маркетингові інструменти та рекламування національного санаторно-курортного продукту. У цій роботі беруть участь посольства за кордоном, торговельно-економічні місії, торгово-промислові палати, спеціалізовані агенції, окремі санаторно-курортні оператори. Фінансування витрат на просування національного продукту є необхідною (хоча і недостатньою) умовою забезпечення гідного місця на світовому ринку оздоровчих послуг. Найбільш розвинуті країни світу обрали модель, за якою основна частина цих витрат спонсорується за рахунок державного бюджету. При цьому створення іміджевих матеріалів та інформаційно-рекламної продукції забезпечується досвідченими приватними структурами на підставі держзамовлення.

За просування курортних послуг в інших державах відповідальні урядові управлінські структури, на допомогу їм сформовані спеціалізовані бюро та департаменти, які отримують часткове фінансування з державного бюджету:

- 1) в Угорщині функціонує Національне туристичне бюро, яке налічує 23 зарубіжних представництва;
- 2) в Польщі та за її межами працює Польська туристична організація, що складається з 14 осередків;

1) в Італії - Національне управління з туризму, яке презентує національні курортні можливості та рекламує їх на міжнародній арені. Представлене у 20 країнах по всьому світу.

Органи регулювання розвитку сфери санаторно-курортних послуг є підлеглими різних інстанцій і мають відмінний рівень повноважень. В одних країнах за цю галузь відповідає сильна адміністративна одиниця - окреме Міністерство туризму та курортів (Мексика, Греція, Туреччина, Єгипет, Франція, Румунія, Ізраїль, Сирія тощо), в інших - урядові адміністрації, які входять до складу органів влади вищого рівня (Росія, Італія, Туніс, Кіпр, Австрія, Іспанія). У деяких державах курортна справа підпорядкована Міністерству, до повноважень якого входить регулювання суміжних сфер (Міністерство туризму і спорту у Польщі, Департамент туризму та комерційного маркетингу в Дубаї тощо). Нерідко також не існує спеціалізованих державних органів високого рівня, котрі опікуються розвитком курортних територій, а галузеве управління здійснюється завдяки громадським інституціям та державним агенціям і підприємствам, що реалізують відповідні програми (Німеччина, Швеція).

Проблема посилення державного управління регулювання санаторно-курортної діяльності обґрунтовується новими викликами, які можна вирішити різними засобами, включаючи і адміністративні. Серед таких викликів:

- комплексний характер діяльності і, як наслідок - різна швидкість розвитку окремих її секторів і елементів, що вимагає створення системи моніторингу та координації на рівні галузі й підгалузей;
- тісний взаємозв'язок рекреаційної сфери та навколишнього середовища, що викликає посилення негативного впливу екологічних проблем;
- стрімке посилення впливу індустрії курортів на загальну економічну динаміку та регіональний розвиток.

Як засвідчують спостереження, організація забезпечення розвитку санаторно-курортної діяльності теж відрізняється. Значний курортний потенціал мають країни Центральної та Східної Європи (завдяки наявності

гірських лісових масивів, озер, мінеральних вод, гарячих джерел та інших природних ресурсів). Ці країни також мали проблеми в контексті забезпечення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг, що обумовлювалось низьким рівнем сервісу у курортних закладах розміщення, відсутністю досвіду організації надання додаткових та супутніх послуг відпочинку, обмеженістю інвестицій у функціонування лікувально-оздоровчої бази. З часом їхні урядові структури (в Угорщині, Польщі, Словаччині, Чехії, Болгарії, Румунії) визнали роль міжнародного туризму і санаторно-курортної індустрії в національній економіці, наслідком чого стала розробка відповідних стратегічних програм розвитку сфери курортів та санаторно-курортної діяльності, які були підкріплені належним фінансуванням. Крім того, було створено державні організації (установи), що здійснювали координування та моніторингово-аналітичний супровід розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

Контроль розвитку курортів Чехії здійснює державна організація з розвитку туризму, підпорядкована Національному туристичному управлінню (CzechTourism), основним завданням якої є промоція туристично-курортних можливостей країни на міжнародній арені. CzechTourism займається просуванням і популяризацією вузьких туристичних напрямів, як наприклад, гольф-туризм, спортивний та оздоровчий туризм. Національне туристичне управління щорічно презентує туристичні і санаторно-курортні програми, видаючи інформаційні матеріали про нові туристично-оздоровчі напрямки. Управління також організовує рекламні заходи, видавництво та поширення друкованої рекламної продукції, електронного журналу, підтримку та наповнення сайту, доступного на багатьох мовах, що містить інформацію про туристичні можливості, влаштовує кіно-фестиваль «TOURFILM», влаштовує спецпрограми відвідин представниками закордонних засобів масової інформації перспективних національних курортів, здійснюючи всесторонню інформаційну діяльність для популяризації національних курортних можливостей як серед населення країни, так і за її межами. CzechTourism спрямовує свою маркетингову діяльність в напрямку країн, з яких в Чехію

приїздить найбільша кількість споживачів туристичних та курортних послуг (зокрема на споживачів з Німеччини, Австрії, Словаччини, Польщі, Великобританії, Бельгії, Іспанії, Голландії, Росії, Японії, Італії, США, Канади). Останніми роками Управління активізувало свою діяльність і в напрямку перспективних країн Південно-Східної Азії та Середнього Сходу.

Угорським урядом у 1989 р. ухвалено документ, який проголосив туристичну та курортну індустрію пріоритетною сферою національної економіки. Продовженням цього кроку стала розробка «Плану розвитку Сечені», що передбачав вжиття низки комплексних заходів, пов'язаних з активізацією санаторно-курортної діяльності. Особливий акцент зроблено на просування бальнеологічного лікування, оскільки Угорщина має найвищий в світі потенціал використання термальних джерел в напрямі оздоровлення. На реалізацію програми (2006-2010 рр.) було виділено 100 млн. євро, основна частина яких витрачена на будівництво нового та модернізацію наявного санаторно-курортного інфраструктурного забезпечення. Кошти на виконання «Плану розвитку Сечені» забезпечуються за рахунок держбюджету і бізнесструктур (крупних курортних операторів). Для приваблення споживачів санаторно-курортних послуг створено корпорацію «Угорщина – туризм», яка веде наполегливу маркетингову діяльність щодо популяризації санаторно-курортних послуг країни на міжнародному ринку. Угорські туристичні представництва мають в своєму розпорядженні бюджет близько 55 млн. євро (за даними за 2011 р.) та функціонують у 23 державах по всьому світу. Найактивніша діяльність спрямована на Австрію і Німеччину, позаяк ці держави є ринками найбільшої пріоритетності для курортної індустрії країни.

Уряд Словаччини успішно просуває Програму сприяння розвитку туризму, що спрямована на поліпшення туристичного та санаторно-курортного інфраструктурного забезпечення, а також благоустрій курортних територій. Програмою передбачено можливість часткового погашення комерційних позик, взятих суб'єктом господарювання з метою фінансування окремих проектів, що

схвалені урядовим органом. Компенсація здійснюється у випадку виконання проекту, тобто використання кредиту згідно цільового призначення.

Чорногорія також розробила Програму просування послуг оздоровчого туризму на міжнародній арені. Успішним був проект трансляції короткого рекламного фільму на міжнародних рейтингових каналах, таких як CNN, EuroNews), Travel Channel.

Пріоритетним видом діяльності проголошено санаторно-курортну галузь і в Болгарії. Протягом 90-х років XX ст. відбулася приватизація санаторно-курортних закладів, що привело до деякого зростання кількості об'єктів високої категорії, а також до підйому цін. Вказані явища співпали з загальною тенденцією підвищення вимогливості потенційних споживачів санаторно-курортних послуг до якості обслуговування та лікування, а тому не спричинили негативних наслідків. Державна політика у сфері курортів була спрямована на створення привабливих умов для об'єктів сучасної санаторно-курортної інфраструктури, які виступають базою сучасного курортного господарства, розміщеного в межах певних територій. Внаслідок реалізації цієї політики на пляжних оздоровчих територіях з'явилися нові тенісні корти, зали для занять фітнесом, басейни, ресторани, розважальні комплекси, кінотеатри.

В Польщі ключовим чинником модернізації санаторно-курортної інфраструктури стала участь урядових структур та курортних операторів у спеціальних програмах ЄС, які передбачають надання фінансової підтримки на реалізацію різних проектів.

Санаторно-курортна політика Туреччини спрямована на створення пільгових умов господарювання для тих компаній, що вкладають інвестиції у будівництво нових об'єктів (насамперед, закладів розміщення) на курортних територіях: спеціальні тарифи на електро-, водо- та газопостачання; спрощене оподаткування; сприятливе кредитування та ін. Крім того, були започатковані вільні економічні зони, на територіях яких передбачені привілейовані умови оренди землі, що відводиться під будівництво санаторно-курортних об'єктів. На території країни діє привабливий режим іноземного інвестування (основний

обсяг надходить з Німеччини). За порівняно короткий проміжок часу (1985-2000 рр.) збудовані нові санаторно-курортні заклади, кемпінги, дороги. Туреччина є однією з країн, яка здійснює ретельний моніторинг світового ринку туристичних та санаторно-курортних послуг і досить гнучко реагує на зміни його параметрів, що проявляється, передусім, у ціновій політиці.

За результатами узагальнення міжнародного досвіду державної підтримки санаторно-курортної діяльності можна виділити перспективні напрями (можливості) використання його в Україні (рис. 5.4).

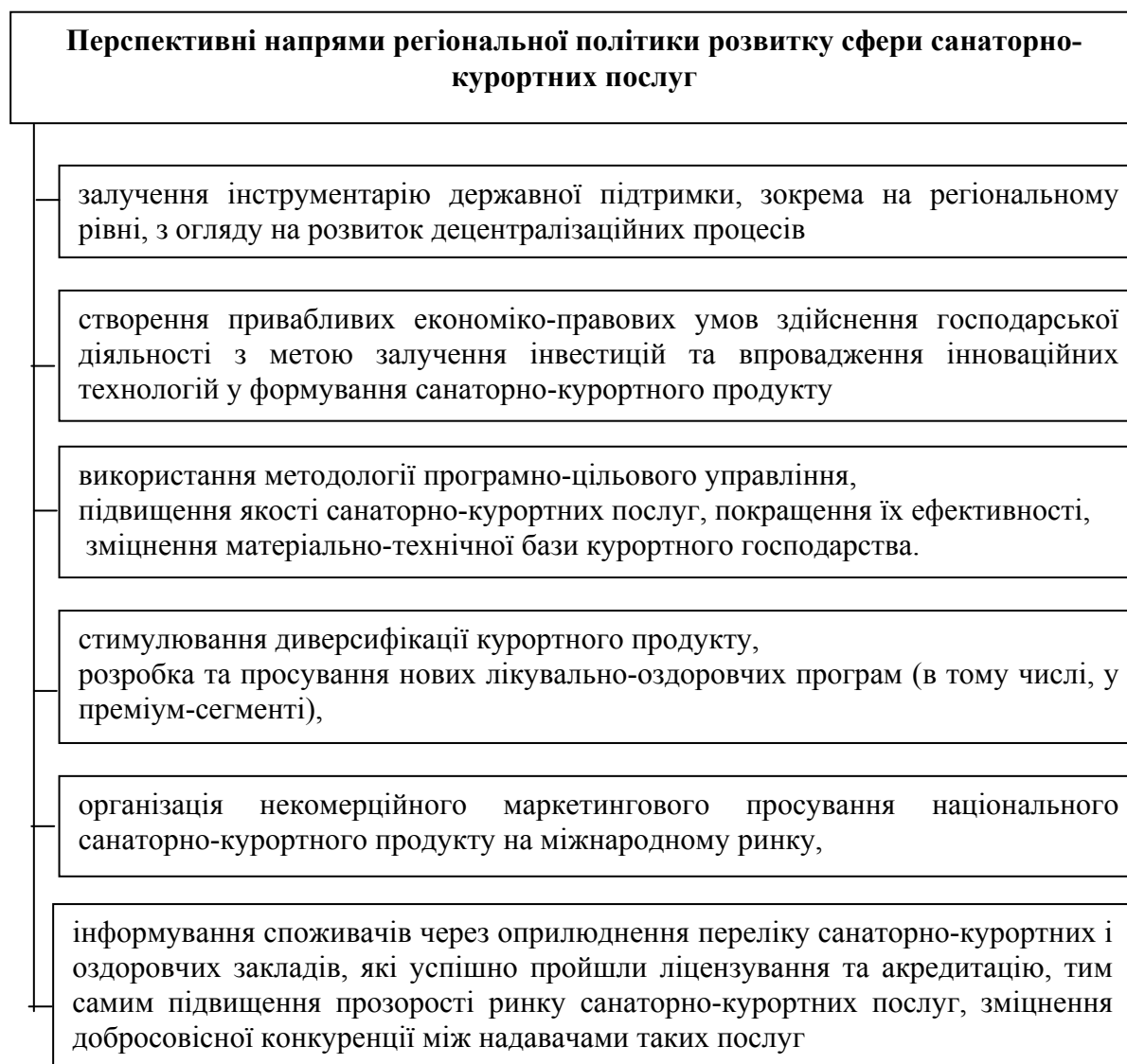


Рис. 5.4. Перспективні напрями регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг (за результатами дослідження міжнародного досвіду)

Джерело: побудовано автором

Практика багатьох розвинутих країн визначає курортну індустрію однією з пріоритетних, яка має рухатись з використанням інструментарію державної підтримки, зокрема на регіональному рівні, з огляду на децентралізаційні процеси. Сфера санаторно-курортного господарства України має потужні природно-рекреаційні можливості для подальшого розвитку, у тому числі, доступ до унікальних природних лікувальних ресурсів (усі відомі види мінеральних лікувальних вод, лікувальні грязі, морське узбережжя у субтропічній зоні з лісовим кліматом, сольові шахти і т. ін.). Крім того, доцільно врахувати, що розвиток курортної діяльності, будучи елементом сектору сфери послуг, позитивно впливає на структурну модернізацію національної економіки, а також веде до зміцнення здоров'я населення на основі застосування науково обґрунтованих рекомендацій.

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

Серед таких важелів: податкові пільги (включно, звільнення курортних послуг від збору податку на додану вартість), пільгова передача у довгострокову (на термін до 49 років) оренду земельних ділянок під будівництво нових санаторно-курортних закладів та інших об'єктів інфраструктури, організація інженерно-технічної підготовки територій для курортних споруд за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів тощо. Буде корисним і встановлення прискорених (пільгових) ставок податкової амортизації для сучасних основних фондів (передусім, обладнання вітчизняного виробництва, яке використовується для надання процедур).

Підтримка розвитку сфери санаторно-курортної діяльності може здійснюватись з використанням методології програмно-цільового управління,

що передбачає розробку та ухвалення комплексних програм, спрямованих на реалізацію конкретних заходів розвитку курортного потенціалу, підвищення якості та ефективності санаторно-курортних послуг, зміцнення матеріально-технічної бази курортного господарства на рівні держави й регіонів. Вказані програми можуть реалізовуватися за рахунок залучення коштів державного і місцевих бюджетів, а також зацікавлених туроператорів.

Доцільне стимулювання диверсифікації курортного продукту в частині розробки та просування нових лікувально-оздоровчих програм (зокрема, у преміум-сегменті), а також розвиток технологічної бази санаторно-курортної діяльності на інноваційній основі. Необхідно виділяти фінансову підтримку тим закладам, які націлені на надання санаторно-курортних послуг за спеціальними програмами для інвалідів, людей похилого віку й пільгових категорій громадян.

Уряд в особі спеціально уповноваженого державного органу може взяти на себе функцію організації некомерційного маркетингового просування національного санаторно-курортного продукту на міжнародному ринку. Основним джерелом фінансування має стати держбюджет (оскільки окремі санаторно-курортні заклади не спроможні здійснити субсидіювання таких витрат). Запропоноване просування повинне відбуватися як через представлення загальних переваг санаторно-курортної галузі, так і через презентацію конкретних конкурентоспроможних (за світовими стандартами) курортних продуктів. Доцільним вважається залучення до таких проектів дипломатичних та торгово-економічних представництв України за кордоном, іноземних відділень Торгово-економічної палати, громадських (неурядових) організацій. Цей процес вимагає і поживлення діяльності Національної туристичної організації України (НТО), функцією якої є презентація (промоція) видів санаторно-курортних послуг на внутрішньому та міжнародному ринках.

Важливим стимулом є інформування споживачів через оприлюднення переліку санаторно-курортних і оздоровчих закладів, які успішно пройшли ліцензування та акредитацію. Вказане підвищить прозорість ринку санаторно-

курортних послуг, а також створить умови для подальшого зміцнення добросовісної конкуренції між надавачами таких послуг. При цьому невід'ємною вимогою повинна стати достовірність інформації, адже рекламно-інформаційні ресурси позитивно впливають на зростання попиту та забезпечення, певною мірою, конкурентоспроможності оздоровчих послуг.

5.2. Концептуальні засади вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів

Система управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг в Україні потребує модернізації та вдосконалення з метою підвищення її ефективності та якості. Необхідність формування концептуальних засад реформи управління курортів обумовлена численними факторами, серед них можна виділити мінливе зовнішнє середовище, природно-кліматичні та просторові умови, місцеві особливості, за яких існує та розвивається ринок послуг, залученість значної кількості суб'єктів інфраструктури санаторно-курортного ринку у створення цілісного рекреаційного продукту, а також зростання ролі курортних підприємств в соціально-економічному розвитку регіонів і вагомий всебічний вплив на суміжні галузі. Основною метою концептуальних засад повинна стати розробка комплексу положень, методів і засобів управління, котрі сприятимуть розвитку сфери санаторно-курортних послуг регіону в умовах децентралізації. Формування та реалізація концепту можливі лише за умови комплексного підходу з урахуванням інституційно-правового, соціально-економічного і просторового середовищ регіонів, а також децентралізаційних процесів, які відбуваються в державі.

Взаємодія названих чинників стимулюватиме ефективність та якість санаторно-курортних послуг, що, зрештою, відобразиться на розвитку усієї галузі. Ключові фактори, які будуть враховані при реалізації концептуальних засад в умовах децентралізації представлено на рисунку 5.5.



Рис. 5.5. Складові формування концептуальних засад вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів*

Джерело: побудовано автором

Розробка концептуальних засад вдосконалення управління розвитком сфери оздоровчих послуг регіонів передбачає виконання ряду завдань. Інституційна складова окреслює поліпшення нормативно-правової бази у сфері рекреації та діяльності її суб'єктів, чітку регламентацію повноважень органів державної влади і місцевих органів самоврядування на рівні регіонів з питань регулювання та управління курортами, забезпечення державної підтримки підприємницької діяльності оздоровниць. Метою реалізації інституційно-правової складової є створення дієвого інституційно-законодавчого базису функціонування сфери санаторно-курортних послуг, що відповідає сучасним світовим та європейським стандартам, забезпечення її розвитку в регіональних умовах.

До економічної складової концептуальних засад входить активізація фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки розвитку санаторно-курортних послуг, запровадження градації системи пільг, пільгових канікул та пом'якшення податкової політики при залученні санаторно-курортних закладів до виконання державних програм з надання послуг окремим верствам населення, сприяння використанню інвестицій, технологічної та консультативної допомоги. Метою реалізації соціальної складової також є забезпечення підвищення зайнятості населення в регіоні та оздоровлення і відпочинок споживачів санаторно-курортних послуг.

Важливо виокремити, що на тлі децентралізації розвиток сфери санаторно-курортних послуг впливає на збільшення частки надходжень до ВВП та бюджетів усіх рівнів, зокрема регіональних.

Інтеграційний вектор концепту поліпшення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів спрямований на розширення міжнародного співробітництва, активну участь оздоровчих закладів у міжнародних та регіональних асоціаціях, гармонізацію національного і міжнародного законодавства у сфері розвитку курортів, спрощення прикордонних, митних та візових формальностей, пов'язаних з санаторно-курортним відпочинком і оздоровленням, позиціонування національного ринку рекреаційних послуг як одного з провідних туристично-відпочинкових та

оздоровчих напрямів у Європі тощо. Інструментом реалізації інтеграційної складової буде використання міжнародної взаємодії в сфері туризму і курортів з метою зміцнення взаєморозуміння та довіри між країнами, розвитку паритетних відносин, в тому числі економічних, торговельних, дипломатичних, організація співпраці в напрямі інноваційної активності, спрощення різних формальностей в процесі такої діяльності.

Концептуальні засади вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів в умовах децентралізації (рис. 5.6) передбачають комплекс заходів та передумов, які необхідно врахувати з метою їхньої реалізації.

Основною такою передумовою є децентралізаційні процеси, оскільки фінансова підтримка, залучення інвестиційних проектів залежатиме від місцевих бюджетів регіонів та органів самоврядування на місцях. Головна мета втілення засад - це підвищення конкурентоспроможності оздоровчих послуг, розвиток регіональних та міжнародних ринків.

Базовими принципами здійснення запропонованих концептуальних засад є системність, безперервність, ефективність, плановість, цілеспрямованість, ієрархічність, науковість, законність. Дослідження перелічених принципів дає можливість вивчити їхню суть.

Системність передбачає взаємоузгодження всіх напрямів реалізації засад, усунення можливих протиріч та побудову системи управління перманентним розвитком сфери санаторно-курортних послуг, складові якої направлені на забезпечення конкурентоспроможності рекреаційних послуг.

Принцип безперервності окреслює управління розвитком як безперервний процес, виходячи з необхідності постійного моніторингу зовнішнього середовища і трансформаційних зрушень просторово-поляризаційних чинників впливу, що робить необхідним постійне коригування, виправлення або уточнення цільових орієнтирів та стратегічних пріоритетів відносно цих трансформацій.

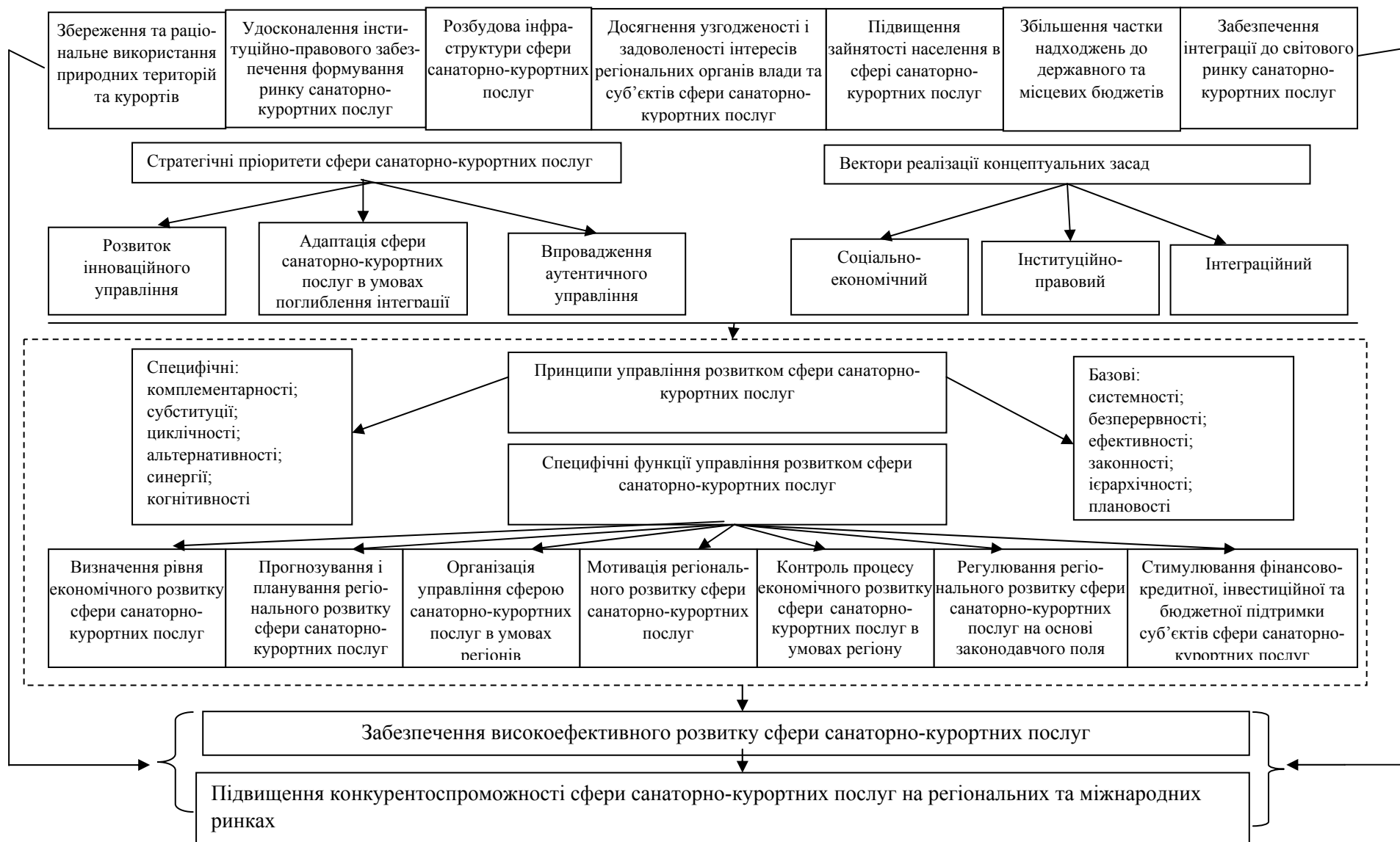


Рис. 5.6. Концептуальні засади вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів
Джерело: побудовано автором

Принцип ефективності визначає ефективне використання не тільки внутрішніх регіональних передумов розвитку оздоровчих послуг – організаційно-економічних, соціально-економічних, природно-кліматичних, культурно-історичних, але і зовнішніх – продуктивне міжнародне співробітництво на двосторонній та багатосторонній основі.

Плановість намічає основні вектори та стратегічні пріоритети програми дій та її реалізацію на підставі забезпечення пропорційного розвитку кожного елементу системи в залежності від послідовності впливу на реалізацію цільових орієнтирів та досягнення основної мети.

Принцип цілеспрямованості встановлює чіткі цілі з урахуванням можливості їх досягнення та втілення, а також співвідношення з необхідними ресурсами.

Принцип ієрархічності складається з упорядкування взаємодії між рівнями формування і управління сферою санаторно-курортних послуг з призначенням послідовності підпорядкування елементів та ланок. Ступінь ієрархії залежить від форм управління, особливої актуальності набуває у разі реалізації інтеграційного вектору.

Принцип науковості (наукової обґрунтованості) знаходиться у площині застосування в ринковій системі нових концепцій науки, прогресивного досвіду міжнародних та регіональних організацій, передових тенденцій та нових форм управління. Управління повинно ґрунтуватися на глибокому розумінні економічних законів, закономірностей і підходів менеджменту.

Принцип законності зводиться до необхідності дотримання норм права в процесі управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг. Всі дії мають базуватися на законах і підзаконних актах (наказах, постановах, положеннях тощо).

Специфічні властивості сфери послуг, характерні загрози та ризики, залежність від факторів просторової поляризації, необхідність врахування сучасних тенденцій розвитку ринку вимагають застосування додаткових особливих положень, які відображають постулати концептуальних засад

управління розвитком саме сфери санаторно-курортних послуг, серед яких принципи: комплементарності, субституції, циклічності, альтернативності, синергізму, когнітивності, конвергентності, конгруентності.

Принцип комплементарності - необхідність врахування можливості широкої взаємодоповнюваності оздоровчих послуг в зв'язку з тим, що придбання однієї послуги призводить до сталої потреби набуття цілого комплексу послуг.

Принцип субституції - можливість вільної взаємозамінюваності окремих процедур, які складають комплексний санаторно-курортний продукт. Це призводить до загострення конкуренції серед суб'єктів ринку, постійного моніторингу вивчення мотивів та вподобань відпочиваючих та пацієнтів, оновлення пропозиції послуг на регіональних ринках, організації координованої системи заходів із залучення та утримання клієнтів.

Принцип циклічності полягає в необхідності врахування як короткострокового коливання економічної активності суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг (щодо сезонного відхилення попиту періодичного або регулярного характеру), так і довгострокового - зміни економічної кон'юнктури в залежності від стадії формування ринку.

Принцип сталого розвитку виявляється в необхідності усвідомлення негативних наслідків, пов'язаних з веденням санаторно-курортного бізнесу, переоцінкою курортної діяльності в світлі її тривалої економічної, соціальної та екологічної стійкості й застосування принципів і норм постійного розвитку.

Принцип синергізму реалізується в отриманні нових властивостей та споживчих цінностей комплексного санаторно-курортного продукту по відношенню до окремих послуг, які входять до його складу. Таким чином, через взаємодію різних галузей, видів діяльності та суб'єктів ринку послуг забезпечується підвищення ефективності та перманентність розвитку по відношенню до їхньої незалежної та суверенної діяльності.

Принцип конвергентності демонструє безперервне зближення, поступове злиття та інтеграцію як локальних і регіональних ринків санаторно-курортних

послуг в рамках національного, так і національних у межах світового. Цей процес є результатом глобалізації та регіоналізації, що викликано, зі свого боку, уніфікацією споживчих вподобань, зближенням культурних та національних особливостей.

Принцип конгруентності пояснює необхідність врахування загальних тенденцій розвитку ринків у процесі формування, що призводить до їхньої конвергентності, зближення тренду та траєкторії розвитку.

Окрім принципів, важливими є функції запропонованих концептуальних засад вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів. Поряд з чотирма базовими функціями процесу управління (планування, організації, мотивації та контролю), адміністрування оздоровчих послуг потребує формулювання сукупності специфічних властивостей, які забезпечують досягнення мети та цільових орієнтирів.

У рамках концептуальних засад специфічними функціями є:

- планування пропозиції оздоровчих послуг високої якості з урахування вимог споживачів;
- контроль за якістю надання комплексного санаторно-курортного лікування, реабілітації та відпочинку;
- формування санаторно-курортних дестинацій;
- координація взаємодії суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг;
- забезпечення стандартизації та сертифікації санаторно-курортних послуг;
- розробка та впровадження нормативних, законодавчих актів;
- стимулювання фінансово-кредитної, інвестиційної, пільгової підтримки суб'єктів ринку санаторно-курортних послуг.

Досягнення мети концептуальних засад розкривається через визначення цільових орієнтирів управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг, які доречно трактувати наступним чином:

1. Збереження та раціональне використання природних територій і курортів пропонується проводити за допомогою залучення до міжнародної 10-

річної Рамкової програми зі сталого розвитку туризму (The 10YFP Sustainable Tourism Programme), що дозволить впроваджувати передовий досвід стійкого, екологічного розвитку сфери оздоровчих послуг; забезпечить технічну і фінансову підтримку; дозволить здійснювати міжнародну співпрацю з розробки та реалізації інноваційних проектів і передової практики щодо ресурсоефективного розвитку санаторно-курортної діяльності, зменшення втрати біологічного різноманіття, збереження екосистеми, культурної спадщини, адаптації до зміни клімату.

2. Удосконалення інституційно-правового забезпечення формування ринку за рахунок розбудови відповідної нормативно-правової бази; здійснення гармонізації українського законодавства у сфері санаторно-курортних послуг з нормами ЄС; встановлення законодавчої гарантії та дієвих механізмів довготривалості державної політики сприяння розвитку санаторно-курортних закладів, зокрема на регіональному рівні в умовах децентралізаційних процесів.

3. Розбудова санаторно-курортної інфраструктури на підставі врахування просторової нерівномірності детермінант розвитку та поляризації економічного простору.

4. Досягнення узгодженості і задоволеності інтересів держави та суб'єктів ринку курортів за рахунок впровадження оптимальної моделі державного регулювання та налаштування розвитку підприємницьких процесів у санаторно-курортній сфері, основними завданнями якої повинні стати: забезпечення матеріальних умов розвитку і підтримки; активізація ділової та інвестиційної активності; створення системи кредитування і фінансування, сприятливого режиму оподаткування; підготовка відповідних кадрів, допомога в організації нових робочих місць; налаштування інформаційно-аналітичної мережі тощо.

5. Підвищення зайнятості населення в санаторно-курортній галузі та регіоні, збільшення частки надходжень до ВВП, бюджетів всіх рівнів, зокрема місцевих, за рахунок здійснення комплексу заходів, визначених для досягнення

важливих пріоритетів в контексті реалізації концепції, і кумулятивної взаємодії інституційного, правового, соціального та економіко-інтеграційного векторів.

6. Забезпечення інтеграції до світового ринку шляхом приєднання до сучасних тенденцій, а саме: транснаціоналізації, глобалізації, просторової дифузії інновацій, кластеризації; поширення сталого розвитку санаторно-курортних послуг з урахуванням наявних та потенційних можливостей національного ринку.

7. Задоволення поточного споживчого попиту та формування потенційного на підставі опанування нових рекреаційних дестинацій, розширення компонентів послуг, задіяних в створенні комплексної санаторно-курортної послуги.

8. Продукування диверсифікованої комплексної курортної послуги високої якості шляхом генерування інновацій у сфері підприємницької діяльності або їх просторової дифузії, постійного оновлення та розширення пропозицій, освоєння нових рекреаційних зон, підвищення якості обслуговування, зокрема медичного, на основі новітніх засобів та технологій.

Серед стратегічних пріоритетів реалізації концептуальних засад вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів в умовах децентралізації доцільно виокремити впровадження аутентичного управління, формування і розвиток інноваційних секторів.

Аутентичне управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг ґрунтується на врахуванні специфічних рекреаційних можливостей регіонів. Таке управління необхідно здійснювати на основі асиметричності інфраструктурного розвитку локальних ринків та просторової поляризації розміщення ринкоформуючих детермінант в процесі розробки державної політики, що спричинить в майбутньому підвищення темпів економічного зростання, скорочення майнової нерівності і бідності серед населення завдяки використанню регіональних конкурентних переваг. Формування й розвиток інноваційних секторів ринку необхідно провадити шляхом включення до санаторно-курортної індустрії нетрадиційних для рекреаційного туризму в

Україні місць – промислових регіонів; відновлення занедбаних курортних об'єктів. Метою розвитку інноваційних секторів є диверсифікація пропозиції вітчизняної санаторно-курортної послуги та підвищення її конкурентоспроможності на різних ринках (регіональних, державному, міжнародному).

Запропоновані цільові орієнтири, стратегічні пріоритети та вектори реалізації концептуальних засад являють собою взаємообумовлені елементи, які у своїй комплементарній обопільності створюють змістовне наповнення архітектоніки, що представляє складну поліаспектну гетерогенну систему. Гетерогенність структури концептуальних засад визначається присутністю неоднорідних компонентів та параметрів, які, з одного боку, засвідчують власну неоднорідність, а, з іншого, за рахунок своєї комплементарності та реалізації, забезпечують досягнення генеральної мети – підвищення конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг.

Варто зазначити, що континуум однакових факторів може слугувати характерною ознакою різних векторів. Це не суперечить, а навпаки, підтверджує взаємообумовленість та кореляцію компонентів системи. Ефективність застосування концептуальних засад вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг залежить від чіткого розмежування стадійності виконання з постановкою завдань та пріоритетних напрямків кожного етапу, окресленням часового інтервалу. Впровадження запропонованих засад пропонується здійснити у три послідовні етапи.

Перший етап передбачає оцінку передумов їхньої реалізації, а саме: визначення ступеню впливу детермінант просторовостримуючих моментів формування сфери санаторно-курортних послуг (фінансово-економічних, інноваційних, інтелектуально-кадрових тощо); діагностику специфічних властивостей ринку, спроможних здійснити ефект на стратегічні пріоритети та вектори його організації; аналіз найсуттєвіших та найвпливовіших процесів розвитку, генеруюючих сучасні тенденції ринку. На цьому етапі визначається

часовий лаг реалізації як усіх концептуальних засад в цілому, так і окремих її етапів.

Другий етап концептуальних засад окреслює безпосередню реалізацію обраних напрямів. Враховуючи обґрунтований та доведений щільний взаємозв'язок, взаємозалежність й взаємообумовленість між елементами засад, в якості яких виступають цільові орієнтири та стратегічні пріоритети, наявність беззаперечної комплементарності та кореляції між їхніми векторами, реалізацію пропонується здійснювати симультанно. Паралельне втілення зазначених орієнтирів слугуватиме об'єктивною умовою синергії, емерджентності та виникненню в результаті нададдитивного ефекту.

Третій етап забезпечує діагностику ефективності впровадження засад як за окремими напрямками, так і за ступенем досяжності сформульованої мети. Отже, результативність вдосконалення управління пропонується визначати за допомогою послідовної оцінки її ключових компонентів:

1. Оцінка досягнення цільових орієнтирів.
2. Визначення ступеня здійснення стратегічних пріоритетів.
3. Встановлення повноти реалізації запропонованих векторів.
4. Оцінка досягнення основної мети.

Залежно від рівня досягнення цільових орієнтирів можливі два напрями розвитку ринку санаторно-курортних послуг: активний і пасивний (рис. 5.7).

Пасивний сценарій розвитку регіональних ринків санаторно-курортних послуг в Україні орієнтований на здійснення соціально-економічного та інституційно-правового напрямів, підвищення зайнятості населення, збільшення надходжень до ВВП регіонів і місцевих бюджетів, раціональне використання природних територій та курортів, становлення санаторно-курортної інфраструктури, удосконалення інституційно-правового забезпечення, а, отже, сприяє соціально-економічному розвитку регіонів (з огляду на регіональні детермінанти росту й одночасне подолання внутрішніх стримуючих детермінант).



Рис. 5.7. Можливі сценарії розвитку регіональних ринків санаторно-курортних послуг в Україні

Джерело: побудовано автором

Активний сценарій виявляється можливим через комплексне впровадження соціального, економічного, інституційного, правового, інтеграційного векторів реалізацій концептуальних засад й направлений обопільно на окреслені напрями пасивного сценарію і на забезпечення інтеграції до світового ринку, формування та розвиток інноваційних секторів розвитку, адаптацію традиційних секторів сфери санаторно-курортних послуг за умов інтеграції до світового і європейського туристичного простору, гармонізацію національного законодавства з міжнародним. Реалізація даної

програми веде до викристалізовування сфери санаторно-курортних послуг як каталізатора інноваційно-інтеграційного розвитку регіонів. Водночас необхідно зауважити, що кожен сценарій носить позитивний характер, окреслюючи кількісні та якісні зміни не тільки у структурі ринку санаторно-курортних послуг, але і в регіональній економіці в цілому. Повнота здійснення зазначених сценаріїв залежить, насамперед, від значущості окреслених векторів розвитку ринку санаторно-курортних послуг на рівні регіонів та держави в контексті можливостей досягнення стратегічних пріоритетів, цільових орієнтирів у короткостроковій і середньостроковій перспективі, що залежить від поточної внутрішньої й зовнішньої політики. Внаслідок реалізації концептуальних засад вдосконалення управління розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах регіонів, крім визначених цільових орієнтирів, очікується: зростання кількості оздоровлених та клієнтів, що одержали санаторно-курортні послуги; підвищення надходжень до місцевих бюджетів; збільшення суб'єктів сфери санаторно-курортних послуг; поступове застосування загальної практики продукування диверсифікованого комплексного туристично-санаторно-курортного продукту високої якості; піднесення ефективності управління розвитком суб'єктів господарювання курортного ринку; поліпшення мультиплікаційного впливу на супутні галузі, що забезпечить підвищення зайнятості та надходжень до ВВП; розробка та реалізація спільних міжнародних проектів і програм в даній сфері; активна реалізація політики щодо усунення або пом'якшення візових, прикордонних, митних туристичних формальностей для громадян України тощо. Втілення концептуальних засад на умовах кумулятивної взаємодії інституційно-правового, соціального, економічного, інтеграційного векторів та врахування впливів багатоаспектних проявів детермінант просторової поляризації ринку санаторно-курортних послуг дозволяє створити системні комплексні умови забезпечення перманентного, конкурентоспроможного розвитку не тільки сфери, а й ринку санаторно-курортних послуг, слугує фундаментальним базисом розробки та впровадження стратегії запропонованого концепту.

5.3. Формування та реалізація регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті децентралізаційних процесів

Стійкий розвиток сфери санаторно-курортних послуг має стати одним з пріоритетних напрямів державної соціально-економічної політики в регіонах, що обумовлюється низкою причин:

- 1) зростання розмірів наданих послуг приводить до збільшення їх частки в структурі валової доданої вартості, що, своєю чергою, викликатиме поліпшення структури національного господарства;
- 2) курортне господарство сприяє раціональному споживанню цінних природних ресурсів, які можуть бути використані у лікуванні, оздоровленні і медичній реабілітації;
- 3) підвищення обсягів оздоровчих послуг, як виду економічної діяльності, спонукає до росту зайнятості, податкових надходжень до бюджетів різних рівнів, активізації економічного потенціалу територій;
- 4) розвиток курортної діяльності спричинює подальше зростання кількості оздоровлених осіб, а також покращення якості санаторно-курортного лікування;
- 5) прогрес сфери оздоровчих послуг стимулює розвиток і низки суміжних видів економічної діяльності (транспорт, туристичне обслуговування, комунальне господарство, надання медичних послуг, легка, харчова промисловість та ін.).

Здійсненим дослідженням доведено, що причинами сповільнення розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах регіонів є несучасні підходи в управлінні, зниження рівня фінансування та відсутність коштів на впровадження інновацій, морально та фізично застаріла матеріально-технічна база оздоровниць, відсутність маркетингових інструментів щодо підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг, здорожчання їхньої вартості, несприятливий інвестиційний клімат та малоефективність регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг (рис. 5.8).

Враховуючи наведені положення, варто вдосконалювати, насамперед, регіональну політику розвитку сфери санаторно-курортних послуг на всіх рівнях державної влади. Метою регіональної політики має бути забезпечення сталого розвитку сфери санаторно-курортних послуг на основі нормативно-правових, адміністративно-організаційних та фінансово-економічних інструментів.



Рис. 5.8. Причини сповільнення розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах регіонів

Джерело: побудовано автором

З метою успішної реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг необхідна консолідація зусиль державних, регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування за допомогою форм, методів та інструментів, які направлені на покращення якості оздоровчих послуг, забезпечення їхньої конкурентоспроможності, формування інвестиційної привабливості оздоровчих закладів при максимально ефективному використанні внутрішніх та залученні зовнішніх ресурсів, що

вплине на процес економічних, соціальних, екологічних та інших позитивних змін у регіонах країни (рис. 5.9).

Доцільно запровадити економічні механізми стимулювання розвитку сфери санаторно-курортних послуг з застосуванням інноваційних управлінських підходів, які повинні передбачати, передусім, широку модернізацію наявного курортного потенціалу на основі реалізації ефективних програм державно-приватного партнерства. Слід зазначити, що державна підтримка розвитку курортної галузі, враховуючи особливості об'єкту регулювання (природна, економічна, лікувальна сфери), має проводитись на основі програмно-цільового методу управління, який окреслює розробку регіональної комплексної програми з встановленням відповідних критеріїв результативності. Такий план дій визначає здійснення низки заходів, спрямованих на адаптацію сфери санаторно-курортних послуг у регіонах до наявних викликів, забезпечення гармонійного розвитку вітчизняних курортів на основі інтересів різних суб'єктів в напрямі раціонального використання, збереження і примноження санаторно-курортного потенціалу.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. №168-р схвалена Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, метою реалізації якої є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок, конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України в світі [288].

Вказаною Стратегією визначено низку цільових орієнтирів перспективного розвитку сфери санаторно-курортних послуг, серед яких:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, направленої на чітке

позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

- забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного, інноваційного) використання наявного туристичного й курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування й охорони навколишнього природного середовища, удосконалення територіальної структури сфери туризму і курортів з метою розвитку туристичних територій та їх брендингу;

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій за рахунок виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства і соціального замовлення;

- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційно-туристичних послуг завдяки створенню центрів туристичної інформації й популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів через оптимізацію організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого і середнього бізнесу у сфері туризму та розробку національних стандартів надання послуг відповідно до міжнародних стандартів;

- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів [288].

Аналізуючи основні орієнтири вищевказаного документа, слід зауважити, що дана Стратегія (аналогічно з попередньою, схваленою Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 1088-р від 06.08.2008 р.) є не зовсім досконалою, оскільки не відображає всі напрями відносно функціонування сфери санаторно-курортних послуг. З шести основних цільових орієнтирів перспективного розвитку туризму до сфери санаторно-курортних послуг частково можна

віднести чотири, а в першому і п'ятому, найважливіших пунктах, ця сфера абсолютно не згадується. В окремих положеннях містяться згадки щодо підвищення якості інфраструктурного забезпечення санаторно-курортних закладів, ефективного та комплексного використання туристично-курортного і курортно-рекреаційного потенціалів, організації формування системи підготовки й передпідготовки кваліфікованих спеціалістів. Проте, питання розвитку саме санаторно-курортних послуг серед стратегічних напрямів не окреслені.

Окрім вказаного, доцільно зауважити, що ототожнювати економічні поняття курорт і туризм не коректно, тим більше, курортну та туристичну діяльність. Згідно діючого законодавства, курорт – це освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для експлуатації, будівлі, споруди з об'єктами інфраструктури, яка використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні [148]. Даний закон також надає визначення лікувально-оздоровчої місцевості як природної території, з мінеральними і термальними водами, лікувальними грязями, озокеритом, ропою лиманів та озер, кліматичними й іншими природними умовами, сприятливими для лікування і оздоровлення. Враховуючи задекларовані тези, можна твердити, що курорт вважається природною територією, на котрій наявні природні ресурси, придатні для лікування, з необхідним інфраструктурним забезпеченням. Така природна територія вважається особливо цінною, обов'язковою умовою для неї є забезпечення вимог санітарних норм з метою збереження природних властивостей наявних лікувальних ресурсів.

На відміну від теоретичного тлумачення суті курорту, енциклопедичний словник-довідник подає сутність туризму як виїзди (подорожі), форми пересування, організацію відпочинку, дозвілля, діяльності осіб, котрі подорожують і перебувають в місцях, що знаходяться поза межами їхнього постійного середовища з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою,

спортивною, релігійною та іншою метою, не займаючись оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування [99].

Манільська декларація зі світового туризму окреслює туризм як «діяльність, що має важливе значення в житті народів в силу безпосереднього впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну галузі життя держав та їхні міжнародні відносини», тобто суть туризму розглядається як один з видів активного відпочинку, подорожі, що здійснюються з метою пізнання певних районів, нових країн і поєднуються в деяких країнах з елементами спорту. Поряд з цим, Законом України «Про туризм» визначено туризм тимчасовим виїздом особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення діяльності, що оплачується в місці перебування [151].

Безумовно, терміни «курорт» і «туризм» взаємопов'язані як території і діяльність (або галузь), на яких вона реалізується. На курортах здійснюється туристична діяльність (окреслена відповідним законом), одним з видів якої є лікувально-оздоровчий туризм, що безпосередньо пов'язаний з наданням послуг санаторно-курортними закладами. Окрім того, згідно з рекомендаціями Всесвітньої туристської організації, санаторно-курортні та оздоровчі заклади належать до туріндустрії, а вітчизняні та іноземні громадяни, що користуються їхніми послугами, - до туристів [49]. Проте, з'єднання єдиною програмою розвитку курортів і туризму, як це відбулося у Стратегіях 2008 р. і 2017 р., вбачається не зовсім коректним. Логічнішим було б сполучити поняття «курортна діяльність» або «санаторно-курортна галузь» і «туризм», адже вони є видовими по відношенню до термінів «рекреаційна діяльність» або «рекреаційна галузь», що вважаються для них родовими, об'єднуючими [287; 288].

Аналіз основних положень Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року підтверджує, що, хоча текст документу насичено словосполученнями «сфера туризму і курортів», «розвиток туризму і курортів», про визначення перспектив та пріоритетів сфери саме санаторно-курортних

послуг не йдеться. Водночас, серед контрольних показників не наведено жодного відносно розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

При формуванні та реалізації регіональної політики в контексті перспективних напрямів розвитку сфери санаторно-курортних послуг, на нашу думку, доцільно розрахувати оптимальну екологосоціальну місткість курортів, що буде враховано при створенні відповідної регіональної цільової програми розвитку цієї сфери. Екологосоціальна місткість курортів, як один з важливих показників, використовується при плануванні діяльності санаторно-курортних закладів. Даний критерій має вплив на якісний стан рекреаційних ресурсів, навколишнього середовища, психологічний стан відпочиваючих в санаторно-курортних закладах та їх оздоровлення. Як зазначають відомі вчені в галузі регіональної економіки В.С. Кравців, Л.С. Гринів, М.В. Копач, С.П. Кузик, при надмірно тривалому рекреаційному навантаженні природне середовище, незважаючи на те, що рекреаційна діяльність є одним з найбільш екологічно безпечних видів господарства, зазнає серйозних змін [204, с. 51-57]. При надлишковій екологосоціальній місткості курортів негативний вплив є досить різноманітним, наприклад, поява у відпочиваючих психологічного дискомфорту, що негативно впливає на відпочинок, лікування і оздоровлення.

Екологосоціальна місткість курортів – це одночасна чисельність відпочиваючих, що перебуває у санаторно-курортних закладах (включаючи прилеглі території до курортів), не порушуючи при цьому екологічної рівноваги. Екологосоціальна місткість санаторно-курортних закладів може розглядатися також як рекреаційна місткість належної їм території, що враховує рекреаційне навантаження, площу санаторно-курортного закладу, термін перебування відпочивальників на оздоровленні та тривалість сприятливо-якісного санаторно-курортного лікування.

Екологосоціальна місткість санаторно-курортних закладів може визначатися для кожного сезонного періоду окремо за наступною формулою:

$$V_I = \frac{N_I \times S_I \times C}{D_I} \quad (5.1)$$

де, V_i - рекреаційна місткість i -го санаторно-курортного закладу, тис. осіб;

N_i - норма рекреаційного навантаження на i -тий санаторно-курортний заклад, осіб/кв. км;

S_i - площа i -го санаторно-курортного закладу, км²;

C - тривалість санаторно-курортного періоду, днів;

D_i - середня тривалість перебування відпочиваючих на оздоровленні в i -му санаторно-курортному закладі, днів.

Для розрахунку екологосоціальної місткості санаторно-курортних закладів використовуються нормативні показники рекреаційного навантаження на природні комплекси (табл. 5.1). Використовуючи наведену формулу та нормативні показники, розраховано екологосоціальну місткість санаторно-курортних закладів м. Хмільника (табл. 5.2).

Таблиця 5.1

Нормативні показники рекреаційного навантаження на природні комплекси

Природні комплекси	Нормативи рекреаційного навантаження (осіб/км ²)					
	Літо			Зима		
	Min.	Max.	Сер.	Min.	Max.	Сер.
Приморські	300	500	400	60	100	80
Озерні	80	150	115	16	45	30
Річкові	50	80	65	16	24	20
Низовинні	80	120	100	30	50	40
Горбогірні, височинні	100	150	125	40	60	50
Гірські	110	200	155	60	160	110

Побудовано автором на основі [204, с. 51-57].

Середні нормативні показники рекреаційного навантаження на природні комплекси м. Хмільника: літо – 100 осіб/км²., зимою – 40 осіб/км². В зв'язку з тим, що санаторно-курортні заклади міста функціонують цілорічно, тривалість санаторно-курортного періоду становить 365 днів, в тому числі 183 дні літнього та 182 дні зимового періоду.

**Екологосоціальна місткість санаторно-курортних закладів
м. Хмільник***

Санаторно-курортні заклади	Нормативи рекреаційного навантаження (осіб/км ²)					
	Літо			Зима		
	<i>Si</i>	<i>Di</i>	<i>Vi</i>	<i>Si</i>	<i>Di</i>	<i>Vi</i>
ДП ПрАТ «Укрпрофоздоровниця» ЛОЗПУ «Клінічний санаторій «Хмільник»	1,940	12	2958	1,940	13	1086
«Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»	2,060	16	2356	2,060	15	1000
Медичний реабілітаційний центр «Південний Буг» МВС України	0,200	11	333	0,200	12	121
Санаторій «Радон»	0,340	10	622	0,340	11	113
Центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник»	1,000	17	1076	1,000	16	455
ТзОВ «Санаторій Поділля»	0,970	13	1365	0,970	13	543
ТзОВ Санаторій «Березовий гай»	0,800	11	1331	0,800	12	485
Разом	7,310	x	10041	7,310	x	3803

*Розраховано автором

Розраховані показники екологосоціальної місткості санаторно-курортних закладів м. Хмільника характеризують місткість курорту влітку в кількості 10041 чол., взимку - 3803 чол., що майже в 2,5 рази менше від літнього періоду. З огляду на те, що площа міста Хмільник складає 20,5 км², площа санаторно-курортних закладів - 7,3 км² (приблизно одну третину від усієї площі міста) і населення 27941 чол., можливо вирахувати коефіцієнт комфортності (K_k) курорту Хмільник, який включає оптимально-якісне співвідношення кількості постійних жителів населеного пункту чи регіону та максимального одночасного числа рекреантів (особи, що відпочивають та лікуються в санаторно-курортних закладах), які можуть відпочивати на курорті, не порушуючи нормативних умов комфортності. Оптимальною є пропорція - 20% відпочиваючих до загальної кількості мешканців населеного пункту.

Коефіцієнт комфортності (K_k) курорту Хмільник в літній період дорівнює 0,36 (10041:27941 чол.) та 0,14 - в зимовий. Відтак, K_k в літні місяці буде перевищувати оптимальний показник (0,15-0,18) вдвічі, що засвідчує

наднормативну екологосоціальну місткість санаторно-курортних закладів м. Хмільника в цей період.

На показники екологосоціальної місткості санаторно-курортних закладів доцільно зважати при формуванні умов розвитку сфери санаторно-курортних послуг. З вищевикладеного випливає необхідність розробки програм регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг на довгострокову перспективу, в яких потрібно передбачити заходи, спрямовані на досягнення стратегічних орієнтирів в діяльності санаторно-курортних та оздоровчих закладів, враховуючи їхню екологосоціальну місткість. Такі документи мають носити не тільки теоретичний характер, а виконуватись на основі взаємодії санаторно-курортних установ, підприємств інфраструктури (транспорту, зв'язку, комунального господарства), органів місцевого самоврядування та державної підтримки.

Метою реалізації заходів має стати сталий розвиток сфери санаторно-курортних послуг, виробництво конкурентоспроможного на внутрішньому й світовому ринках національного екологічного санаторно-курортного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення в оздоровленні та відпочинку, організація сприятливих умов в контексті активізації курортної діяльності відповідно до міжнародних стандартів якості та з врахуванням європейського досвіду, перетворення її на високорентабельну, інтегровану в світовий ринковий простір сферу послуг, що забезпечуватиме сталий соціально-економічний розвиток регіонів, підвищення зайнятості, якості життя населення, гармонійний розвиток громад. Такі програми мають бути довгостроковими, їх основними цілями і завданнями є:

- формування сталого розвитку конкурентоспроможної сфери санаторно-курортних послуг в умовах регіону на основі використання маркетингових інструментів в процесі діяльності, націленої на продукування різних видів оздоровчих послуг в контексті вимог споживачів;

- забезпечення економіко-інноваційного, екологічного й соціального використання наявного курортного потенціалу регіону шляхом розв'язання

проблем рекреаційного природокористування та охорони природних ресурсів і удосконалення структури територій з ціллю розвитку санаторно-курортних територій, їх брендингу;

- надання якісних санаторно-курортних послуг на основі інноваційних технологій у відповідності до європейських вимог якості;

- збалансування ціни на санаторно-курортні послуги (відносно платоспроможного попиту населення) за допомогою формування організаційно-економічних умов оптимізації виробничої структури оздоровчих закладів та бюджетної підтримки надання таких послуг малозабезпеченим громадянам;

- запровадження механізмів стимулювання платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги;

- розвиток якісного інфраструктурного забезпечення сфери оздоровчих послуг в умовах регіону за допомогою осучаснення матеріальної та технічної бази на основі бюджетної підтримки органів місцевого самоврядування;

- вдосконалення інформаційної інфраструктури шляхом створення регіональних інформаційних центрів популяризації санаторно-курортних продуктів як на вітчизняному, так і на світовому ринках, що виконуватимуть інформаційно-роз'яснювальні, маркетингово-презентаційні, виставкові, прогнозно-аналітичні та наглядові функції;

- розробка системи та механізмів якісної підготовки і підвищення кваліфікації працівників санаторно-курортних закладів;

- створення сприятливих умов з метою організації діяльності регіональних курортних об'єднань і підтримка малого й середнього бізнесу в сфері санаторно-курортних послуг;

- впровадження заходів з підтримки розвитку санаторно-курортних послуг в контексті формування привабливого інвестиційного клімату на рівні регіонів;

- підготовка інвестиційних проектів розвитку сфери санаторно-курортних послуг в регіональних умовах задля участі в міжнародних виставках і конкурсах, залучення потенційних вітчизняних та іноземних інвесторів;

- імплементація міжнародних стандартів в сферу санаторно-курортних послуг, здійснення контролю за їх дотриманням;
- впровадження Державного кадастру на природні території курортів;
- вдосконалення податкового та іншого чинного законодавств;
- заснування на рівні регіонів органів управління курортною діяльністю (приміром, секторів з питань курортної діяльності при обласних державних адміністраціях), діяльність яких повинна бути спрямована, в першу чергу, на встановлення цивілізованих відносин в сфері курортних послуг, недопущення порушень прав та інтересів всіх учасників, включаючи споживачів;
- побудова ефективної моделі співпраці санаторно-курортного бізнесу, органів місцевого самоврядування, інфраструктурного та інституційного середовищ (рис. 5.9).

Проте, враховуючи запропоноване, логічно зауважити, що за даними експертів ВООЗ, кожний витрачений на медичну реабілітацію долар швидко амортизується та повертається у десятикратному розмірі, а вартість попередження інсульту у вісім разів менша за його лікування. Після проходження курсу реабілітації в санаторно-курортному закладі у хворих, що перенесли інфаркт міокарда, на 1-1,5 місяці швидше відновлюється працездатність, в 2,5 рази зменшуються випадки інвалідності, вдвічі знижується частота повторних інфарктів, розвиток ускладнень і смертність. При цьому витрати на відновлювальне лікування постінфарктних хворих окупаються семиразово.

Завдяки ранньому санаторно-курортному етапу реабілітації, після операцій на органах травлення частота виникнення ускладнень скорочується в середньому в 2,5 рази, інвалідність - вдвічі, число загострень - в 6 разів, в 2-3 рази знижується тимчасова і стійка непрацездатність. Санаторна реабілітація хворих з травмами органів опори й руху дозволяє повертати хворих до суспільно-корисної праці на 1,5-2 місяці раніше. Частота рецидивів і повторних госпіталізацій у пульмонологічних хворих зменшуються втричі.



Рис. 5.9. Модель співпраці санаторно-курортного бізнесу, органів місцевого самоврядування, інфраструктурного та інституційного середовищ в регіоні

Джерело: побудовано автором

Профілактика захворювань та їх ускладнень, оздоровлення, санаторно-курортне лікування, медична реабілітація і є основними напрямками діяльності санаторно-курортних закладів. Система санаторно-курортної допомоги сприяє збереженню трудового потенціалу країни, що має неоціненне медико-соціальне значення та науково-обґрунтований економічний ефект. Окрім того, профілактика, тобто попередження хвороби, значно дешевша і вигідніша, ніж лікування захворювання. Отже, зиски країни від діяльності санаторно-курортної системи абсолютно очевидні.

Разом з тим, система оподаткування однакова як для лікувальних закладів, так і для промислових підприємств. Так, до прикладу, видобуток лікувальної грязі чи мінеральної води санаторіями для бальнеотерапії, бюветів регламентується законодавством так само як і отримання дозволу на розробку родовищ нафти та газу. Вочевидь, цю процедуру для оздоровчих установ варто зробити більш спрощеною і менш затратною.

Вищевказані чинники безперечно впливають на вартість санаторно-курортного лікування хворого і роблять його недоступним для значної частини населення. Враховуючи норму Конституції України щодо безкоштовного лікування громадян, пропонуємо принаймні зменшити податкове навантаження на заклади санаторно-курортної сфери, які мають ліцензію МОЗ, Акредитаційний сертифікат МОЗ та займаються безпосередньо лікуванням і оздоровленням населення.

З огляду на наведені факти, вважаємо за доцільне знизити податкове навантаження на діяльність санаторно-курортних закладів шляхом зменшення ставок податків за земельні ресурси і звільнення їх від податків на майно і додану вартість (табл. 5.3).

Санаторно-курортні заклади вже давно працюють в ринкових умовах і, на наш погляд, не потребують якихось особливих дороговартісних програм державної підтримки. Натомість, сприятливі інвестиційні умови для розвитку галузі, без сумніву, необхідні. Це зробить санаторно-курортні послуги не лише доступними, а й більш конкурентоздатними як на пострадянському, так і

**Напрями удосконалення чинного податкового законодавства
відносно діяльності санаторно-курортних закладів**

Чинний фактор здійснення діяльності підприємств у правовому і економічному полі	Пропозиції щодо зміни (коригування) відповідного фактору
1. Підприємства на підставі п. 274.1 та 288.5.1 Податкового кодексу України сплачують орендну плату за землі комунальної власності за ставкою до 3% від їх нормативної грошової оцінки землі. 2. Підприємства є платниками податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки згідно ст. 266 Податкового кодексу України. 3. Підприємства є платниками податку на додану вартість згідно розділу V Податкового кодексу України.	1. Доповнити п 274.1 Податкового кодексу України, встановивши ставку податку за земельні ділянки, нормативну грошову оцінку яких проведено, для земель які знаходяться в користуванні (оренді) санаторно-курортних закладів незалежно від форми власності на підпорядкування за ставкою не більше 0,3% від їх нормативної грошової оцінки землі. 2. Доповнити п 266.2.2. Податкового кодексу України. «Не є об'єктом оподаткування податку на нерухоме майно; об'єкти нежитлової нерухомості санаторно-курортних закладів незалежно від форми власності на підпорядкування. 3. Доповнити п 197.1.32 Податкового кодексу України. «Звільняються від оподаткування ПДВ операції з: 197.1.32 постачання (реалізація) путівок на санаторно-курортне лікування, оздоровлення та відпочинок на території України.»

Побудовано автором

Крім того, уряду необхідно визначитись, яке міністерство буде опікуватись курортами України. Міністерство економіки чи охорони здоров'я могло б, принаймні, ідеологічно очолити та координувати діяльність санаторних установ різного підпорядкування (ПрАТ «Укрпрофоздоровниця», «Укрсільгоспоздоровниця», Укрзалізниця, МВС та ін.) й визначити роль кожного курорту, кожної оздоровниці у відповідності до потреб відпочиваючих та фактичного попиту на санаторно-курортні послуги у єдиній стратегії розвитку.

З метою успішного виконання програм регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг необхідне забезпечення ефективної взаємодії організаційно-правового та економічно-фінансового механізму покращення діяльності оздоровчих закладів на державному, регіональному та місцевих рівнях. В основі правового механізму знаходиться дотримання учасниками програми таких принципів, як конституційність, законність і прозорість. До головних юридичних інструментів відносяться нормативно-правові акти державного та регіонального рівнів.

Організаційний механізм повинен бути направлений на забезпечення партнерських відносин і співпрацю органів державної влади, місцевого самоврядування, представників санаторно-курортних закладів, різних інституцій.

До складових окресленого організаційного механізму можна віднести план заходів з реалізації програми, оцінку виконання завдань окремих напрямів за допомогою моніторингу і визначення ступеня ефективності впливу заходів, які проводяться на різних рівнях, а також аналіз договорів, що укладаються між учасниками, зокрема, на принципах державно-приватного партнерства.

Економічна компонента механізму вплине на забезпечення сталого розвитку рекреаційних територій і високий рівень конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг завдяки використанню економічних інструментів формування сприятливих умов в контексті залучення інвестиційних вкладень, надання підтримки вітчизняним виробникам санаторно-курортного продукту, сприяння їх фінансовому оздоровленню і впровадження сучасних інформаційно-маркетингових технологій.

Завданням фінансового механізму буде забезпечення прозорості та виваженості дій державних органів з розподілу бюджетних та інвестиційних коштів, залучених кредитів різного роду, коштів не державних цільових фондів.

Фінансове забезпечення програми розвитку здійснюватиметься в межах коштів самих суб'єктів санаторно-курортної діяльності, підтримки державного і місцевого бюджетів, міжнародної технічної допомоги, фінансових організацій, інвестицій.

Реалізація програм регіонального розвитку сфери санаторно-курортних послуг дасть можливість:

- підвищити конкурентоспроможність як самих послуг, так й оздоровчих закладів, що вплине на якість життя шляхом надання доступу до лікувально-оздоровчих послуг в сфері курортів всім верствам населення, покращення здоров'я і екологічної безпеки;
- забезпечити комплексний розвиток природних курортних територій;
- покращити можливості населення в регіонах щодо працевлаштування;
- сформувати сучасну санаторно-курортну інфраструктуру, в тому числі організувати поширення інформації про сферу санаторно-курортних послуг поза межами регіонів та країни;
- створити системний підхід та координацію дій державно-приватного партнерства в контексті розвитку сфери послуг з використанням можливостей кластерної моделі.

Вагоме значення у розвитку сфери санаторно-курортних послуг матиме покращення природних лікувальних ресурсів, яке може бути досягнуто за рахунок розширення зон (територій) курортів, збільшення площі використання курортних ресурсів і упорядкування процесу безпосереднього надання оздоровчих послуг, модернізації відповідної лікувальної бази та розгортання мережі санаторно-курортних закладів малої місткості у межах сільських або селищних населених пунктів з курортним потенціалом. Приміром, покращення використання лікувальних лісів може бути здійснене шляхом благоустрою доступних для відпочивальників зон цих лісів, проведення лісомеліоративних та лісовідновлювальних заходів (облаштування теренкурів, місць для відпочинку, оголошення певної лісової території зоною курорту, що тягне за собою особливий режим збереження лісу та фінансування заходів з підтримки лікувальних насаджень тощо).

Доцільна розробка науково-практичних рекомендацій та нормативно-правового забезпечення щодо розгортання мережі санаторно-курортних

закладів малої місткості у межах сільських або селищних населених пунктів, які мають природно-лікувальні ресурси. Для цього доречно використовувати досвід кластерної організації сільського зеленого туризму, який вже напрацьований в Україні. На початковому етапі розгортання мережі санаторно-курортних закладів можна задіяти базу об'єктів «Укрпрофоздоровниці», а на наступному – вже існуючих кластерів сільського зеленого туризму (рис. 5.10). У такому випадку послуги проживання та харчування надаватимуть власники сільських садиб, а санаторно-курортну (оздоровчу) послугу – невеличкі новостворені заклади (оздоровчі пункти), які використовуватимуть наявний в межах села або селища природний ресурс: річка, озеро, ліс, чисте повітря, джерела питних вод тощо. Оздоровчі пункти здатні надавати неспецифічні курортні послуги, що не мають широких протипоказань до застосування - масаж, ванни, лікувальні душі, ароматерапія, психотерапія та ін.



Рис. 5.10. Розгортання мережі санаторно-курортних закладів в структурі кластеру сільського зеленого туризму

Джерело: побудовано автором

Під час реалізації такого проекту економічний зиск отримують усі учасники: споживачі – низькі ціни на доступні курортні послуги (за рахунок дешевшого харчування та проживання), власники сільських садиб – кошти за проживання, курортні оператори – додатковий попит на оздоровлення. Крім

того, такі сільські курорти можуть користуватися стійким попитом також і за рахунок максимальної наближеності до потенційних клієнтів.

Як засвідчують дослідження, розвиток рекреаційних територій стримується через значні суперечності, що виникають у курортній та господарській (підприємницькій) діяльності. Право надавати (виробляти) курортні послуги мають підприємства, установи, організації, у тому числі санаторно-курортні заклади, які вважаються суб'єктами підприємницької діяльності. Основною метою цих закладів, згідно установчих документів, є отримання прибутку. Орієнтація на отримання прибутку вступає у протиріччя з необхідністю збереження, примноження та раціонального використання природних лікувальних (зокрема, курортних) ресурсів. Оскільки поняття «раціональне використання» нерідко передбачає обмеження споживання, на практиці це тягне за собою зменшення доходу, а збереження та примноження ресурсу призводить до здійснення капітальних вкладень і, в кінцевому підсумку, означає збільшення витрат. Позитивною є управлінська практика санаторно-курортних закладів ПрАТ «Укрпрофоздоровниця», менеджмент котрих не орієнтується на високу прибутковість, як основний показник економічної результативності від діяльності закладу.

Розглянуті питання мають бути юридично регламентовані. Приміром, логічною є пропозиція про законодавче обмеження прибутковості підприємств, організацій та установ, що функціонують на рекреаційних територіях та використовують курортні ресурси. Таке обмеження можна встановити, за прикладом іноземних держав, на рівні 15 або 20 відсотків.

Крім того, необхідно вирішувати проблему щодо доцільності посилення ліцензійних вимог до суб'єктів курортної діяльності, які використовують курортні ресурси, а також підвищення ефективності контролю за дотриманням цих вимог.

Окремі дослідники обґрунтовують корисність збору або обов'язкового платежу за спеціальне використання природного лікувального (курортного) ресурсу. Ця пропозиція спричинена необхідністю акумуляції фінансового

потенціалу для підтримки розвитку курортного господарства, а також посилення дії економічних важелів регулювання курортної діяльності. Ми не можемо підтримати дану ініціативу, позаяк її реалізація призведе до здорожчання курортних послуг, збільшення фіскального навантаження на санаторно-курортні заклади, а також подальшого росту витрат на виконання податкового зобов'язання. Крім того, слід розуміти, що вказаний збір, у випадку його запровадження, будуть сплачувати лише легальні суб'єкти, а нелегальні (які становлять так званий «тіньовий сектор») будуть уникати оподаткування і підвищать у такий спосіб цінову привабливість пропонованого ними курортного продукту. Нарешті, не можна вводити збір або інший обов'язковий платіж на ресурси, не включені до відповідних кадастрів, доступ до яких, фактично, є загальним.

На нашу думку, важливим є пришвидшення створення кадастру природних лікувальних (курортних, рекреаційних) джерел. Вказаний кадастр дасть змогу провести інвентаризацію та оцінку наявних ресурсів в кожному регіоні, а також визначити об'єкти та межі їх захисту (включаючи нагляд за раціональним використанням). До того ж, в рамках цієї пропозиції уможлиблюється проведення робіт з планування розвитку курортних територій та зон з урахуванням їх спеціалізації, а також проведення порівняльних досліджень між бажаним та наявним сценарієм розвитку кожного курорту, що позитивно вплине на розвиток сфери санаторно-курортних послуг в регіональних умовах. В результаті місцеве самоврядування може отримати потужне управлінське знаряддя для регулювання державної політики в сфері санаторно-курортної діяльності і в перспективі – коригування попиту на санаторно-курортні послуги через специфічні економічні інструменти (податкові важелі та цілеспрямована закупівля путівок за кошти фондів соціального страхування).

В сфері використання природних лікувальних ресурсів різні підприємства, установи, в тому числі місцеве самоврядування, прагнуть дотриматись, насамперед, власних інтересів. На рівні органів місцевого

самоврядування не створено ефективного механізму координації різних суб'єктів господарювання, що функціонують на тих же курортних територіях. Перспективним варіантом є заснування в межах кожного курорту (курортної території) окремих агентств регіонального значення (наприклад, Хмільницьке, Моршинське, Миргородське курортне агентство), до повноважень яких могли б входити функції здійснення відповідних наукових і моніторингових досліджень, організація інфраструктурного забезпечення сфери оздоровчих послуг, а також реалізація інформаційних заходів, зокрема, проведення презентацій перспективних інвестиційних проектів.

Слід взяти до уваги, що нерідко органи місцевої влади на регіональному рівні не мають економічних можливостей для втілення політики, спрямованої на підтримку сфери санаторно-курортних послуг в умовах незавершеності реформи місцевого самоврядування. В рамках реалізації регіональної структурної політики необхідно вжити заходів, націлених на збільшення частки оздоровчих послуг у структурі регіонального виробництва. Це є надважливим в контексті соціальної сфери. Разом з тим, підвищення обсягів послуг рекреації повинно відбуватися не на екстенсивній, а на інтенсивній основі, тобто нарощування виробничої активності у санаторно-курортному господарстві має ґрунтуватися на новітніх трансформаціях. Йдеться, передусім, про використання на підприємствах ефективних інновацій, які здатні приносити позитивні економічні результати (збільшення доходів, створення нових робочих місць, розширення ринків збуту, покращення якості послуг тощо).

Вагоме значення має запровадження в сфері санаторно-курортних послуг елементів державної підтримки на рівні регіонів, а також технологій державно-приватного партнерства, скерованих на збереження та відтворення природно-лікувальних ресурсів. Оскільки санаторно-курортна сфера водночас належить до рекреаційного природокористування, доцільно виокремити напрям, пов'язаний з екологічно збалансованим використанням наявних та освоєнням нових джерел бальнеологічних ресурсів курортів в регіонах, економічним

інструментом забезпечення якого повинна стати державна підтримка на всіх рівнях та формування сприятливого інвестиційного клімату в даній сфері.

Необхідною умовою є стимулювання розвитку матеріально-технічної та технологічної бази курортів і рекреаційної сфери, особливо в частині відновлення бюджетного фінансування інноваційних проектів модернізації з доведенням до рівня світових стандартів оснащення курортів, а також створення належних економіко-правових умов для залучення іноземних й вітчизняних інвестиційних та кредитних коштів. Актуальною залишається проблема інформаційно-рекламного забезпечення. Доцільно розробити програму задля підвищення рівня інформованості потенційних споживачів про наявні пропозиції санаторно-курортного лікування та оздоровлення, з питань захисту їхніх прав та інтересів, організації безпеки курортної та рекреаційної діяльності шляхом системного пропагування у засобах масової інформації, виготовлення та розміщення відповідної рекламної продукції. Інноваційні технології інформаційно-рекламного забезпечення сфери санаторно-курортних послуг необхідно впроваджувати методами:

- заснування інтернет-порталів і формування інформаційних систем про лікувально-оздоровчі характеристики природно-лікувальних ресурсів в регіоні, можливості застосування процедур, запровадження он-лайн бронювання місць у оздоровчих закладах;
- організації мереж інформаційних центрів у регіонах, відомостей про перелік інвестиційних проектів;
- проведення в Україні наукових та практичних конференцій з міжнародною участю, інших заходів з метою вивчення, впровадження та рекламування сучасних інноваційних технологій санаторно-курортного лікування і курортного обслуговування, а також підтримка долучення вітчизняних фахівців та науковців у симетричні закордонні проекти;
- розробки і реалізації рекламно-інформаційних програм з поширення санаторно-курортних можливостей провідних курортів України, реклама в ЗМІ на теренах країни та за її межами;

- забезпечення державної підтримки органів місцевого самоврядування шляхом фінансування окремих регіональних програм розвитку.

Майбутнє міжнародне співробітництво оздоровчих закладів з метою забезпечення розвитку сфери санаторно-курортних послуг можливе в результаті:

- вдосконалення правових та договірних відносин, укладання міжнародних договорів про співробітництво різного характеру;
- розвиток кооперації з інституціями іноземних держав та різними міжнародними організаціями санаторно-курортного та туристичного спрямування.

Вказані заходи, у випадку їх належної реалізації, створять сприятливі передумови для концентрації існуючих організаційно-фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів в аспекті розв'язання проблем розвитку сфери санаторно-курортних послуг, збереження та відтворення природно-лікувальних ресурсів регіонів.

Як доведено, одним з ключових завдань державної регіональної політики підтримки розвитку рекреацій і санаторно-курортної діяльності має бути стимулювання платоспроможного попиту населення на санаторно-курортні послуги. При цьому необхідно враховувати той факт, що мережа вітчизняних санаторно-курортних закладів у свій час формувалася з урахуванням потреб усього Радянського Союзу. Звідси, в Україні склалась ситуація, коли кількість місць у рекреаційних закладах значно переважає потребу внутрішнього ринку, а пропозиція послуг більша за платоспроможний попит, тому цінові методи конкурентної боротьби між санаторно-курортними закладами є гостро актуальними. В цьому випадку якість санаторно-курортних послуг не завжди є достатньою.

Таким чином, підтримка платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги залишатиметься ключовим напрямом регіональної політики розвитку санаторно-курортних закладів та курортної діяльності. З урахуванням

результатів проведеного дослідження, державним органам та органам місцевого самоврядування доцільно вжити невідкладних заходів заохочення платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги (як з боку корпоративного сектору, так і з боку індивідуальних споживачів). Запропоноване стимулювання можливо запровадити різними методами:

- збільшення обсягів фінансового ресурсу, що спрямовуватиметься для закупівлі путівок на санаторно-курортне та відновлювальне лікування за рахунок коштів Фондів соціального страхування;
- поширення у сфері оздоровчих послуг регіональних програм як державного, так і приватного партнерства, покликаних покращити рівень обслуговування та підтримати привабливий інвестиційний клімат;
- зменшення цін та тарифів на продукти, матеріали і послуги, що використовуються при виробництві послуг акредитованими санаторно-курортними закладами в регіонах;
- мотивація результативної діяльності оздоровниць засобами фіскального регулювання, включаючи надання прямої бюджетної підтримки на розробку родовищ (джерел) унікальних природно-лікувальних ресурсів;
- розширення курортних територій (зон) з урахуванням нормативів антропогенного навантаження, підтримка благоустрою таких територій згідно функціонального призначення;
- податкове стимулювання розвитку курортної інфраструктури в регіонах.

Потужним засобом збільшення платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги є наведення елементарного порядку у діяльності Фондів соціального страхування, зокрема в розрізі встановлення на рівні законодавства обґрунтованих норм (стандартів) витрат фінансових ресурсів, що мають спрямовуватися на закупівлю санаторно-курортних путівок. Проведений нами аналіз показав, що обсяг коштів, витрачених на оздоровлення застрахованих осіб, зокрема, в частині санаторно-курортного лікування та оздоровлення, визначався без належного обґрунтування, не зважаючи на інтереси

страхувальників. Попит на санаторно-курортні послуги зі сторони застрахованих осіб не вивчався і не оцінювався, внаслідок чого фактична чисельність виданих санаторно-курортним путівок не співпадала з реальними потребами населення. Значна кількість путівок видавалась підприємствам для розподілу між працюючими із запізненням, це призводило в багатьох випадках до їхнього не використання або пізнього використання, що не давало можливості проходження повноцінного, рекомендованого лікарем комплексу санаторно-курортного лікування. Чимало путівок залишалися не викупленими. Крім того, попит на послуги оздоровниць з боку застрахованих осіб штучно обмежувався через невирішеність питань організаційного характеру, включаючи адміністрування роботи керівних органів Фонду соціального страхування.

Більше того, з 1 січня 2015 року діє Закон України у новій редакції «Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування» [142]. Згідно з п. 4 ст. 20 цього Закону, у зв’язку з тимчасовою втратою працездатності надається лише один вид соціальної послуги – оплата лікування в реабілітаційних відділеннях санаторно-курортних закладів після перенесених захворювань і травм. Такий підхід істотно вплинув на зменшення реалізації путівок на загальне санаторно-курортне лікування та фінансовий стан оздоровчих закладів.

Стовідсотково за рахунок коштів Фонду здійснюється забезпечення путівками до реабілітаційних відділень санаторіїв тих громадян, які відповідно до законодавства, є застрахованими особами (працюючими) та членів їхніх сімей (дітей) за наявності медичних показань та відсутності протипоказань.

Фактично, відновлювальне лікування – це продовження стаціонарного лікування у реабілітаційному відділенні санаторно-курортного закладу зі спеціальним обладнанням та висококваліфікованим медичним персоналом, за умови збереження виплат «по лікарняному». Особливість реабілітаційного лікування полягає у тому, що хворий направляється до санаторію відбірковою комісією закладу охорони здоров’я безпосередньо з лікувального закладу [68].

Відтак, з ціллю розвитку сфери санаторно-курортних послуг і покращення доступності лікувально-оздоровчих послуг шляхом вдосконалення діяльності Фонду соціального страхування (в контексті механізму задоволення платоспроможного попиту з боку застрахованих осіб) доцільно запропонувати наступні заходи:

- встановлення на рівні законодавства нормативу (мінімально допустимого розміру) обсягу фінансових витрат для закупівлі путівок на лікування в санаторно-курортних закладах, в тому числі і реабілітацію, застрахованих осіб з поквартальним розподілом в сумі не меншій 25% всіх надходжень до Фонду соціального страхування;

- розробка методичних рекомендації відносно оцінювання якості наданих санаторно-курортних послуг застрахованим особам з наступним врахуванням отриманих результатів при вирішенні питань щодо надання переваг в тендерних торгах;

- удосконалення методичних рекомендацій рейтингового оцінювання пропозицій рекреаційних закладів під час тендерів, зокрема збільшення вагомості чинників якості діагностики, лікування, умов проживання та харчування;

- зменшення податкового навантаження на санаторно-курортні послуги (послуги акредитованих курортних операторів), у тому числі, встановлення пільг по податку на додану вартість, платі за землю та ін.;

- надання права застрахованій особі вільного вибору оздоровчого закладу необхідного профілю (при наявності медичного направлення), з яким Фондом соціального страхування укладено відповідний договір, за умов наступної компенсації вартості спожитих санаторно-курортних послуг;

- запровадження регулярного інформування застрахованих осіб в режимі он-лайн про можливості надходження путівок на санаторно-курортне лікування (зокрема, з використанням сучасних комунікаційних технологій через мережу Інтернет),

- розробка стандартів на санаторно-курортне лікування терміном 12 й 15 днів для профілактичного оздоровлення і лікування хворих в стадії ремісії, що дозволить збільшити число пролікованих громадян та посилити попит і, своєю чергою, підвищить кількість наданих оздоровчих послуг;

- проведення широкої роз'яснювальної кампанії серед осіб, що застраховані, про їхні права на санаторно-курортні послуги (на основі фінансування з Фонду соціального страхування) і про механізм захисту інтересів.

На основі проведеної оцінки основних положень найновішого законодавчого документу - Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (від 16 березня 2017 року), можна зробити висновок, що визначення перспектив та пріоритетів розвитку сфери саме санаторно-курортних послуг як на регіональному, так і на державному рівнях не окреслено. Відтак, запропоновані напрями розвитку сфери санаторно-курортних послуг, котрі націлені на формування регіональної політики підтримки й стимулювання діяльності оздоровчих закладів, зобов'язані бути одними з лідируючих векторів в соціальній політиці та економіці, важливими ефективними заходами організації відпочинку, лікування, зміцнення здоров'я всіх вікових груп і малозабезпечених громадян.

Усунення негативних тенденцій, створення сприятливих умов для сталого розвитку сфери санаторно-курортних послуг, покращення якісних характеристик санаторно-курортного продукту є пріоритетним забезпеченням регіонів, вагомими складовими у вирішенні питань підвищення рівня життя населення. З метою зростання конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг доцільне посилення ролі органів місцевого самоврядування в даній сфері в контексті формування ефективної моделі співпраці державних органів влади, санаторно-курортного бізнесу і суспільства.

Висновки до розділу 5

1. Проведені дослідження дали змогу окреслити напрями активізації та покращення розвитку сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні. До таких напрямів, перш за все, віднесено використання міжнародного досвіду державної підтримки на основі впровадження управлінських рішень, апробованих світовою практикою, використання інструментів державної підтримки в контексті розвитку децентралізаційних процесів, вживання дієвих заходів, які б мінімізували негативні наслідки діяльності санаторно-курортних закладів, а також забезпечення умов, що сприятимуть залученню інвестицій у санаторно-курортну діяльність, вирівнюванню соціально-економічного розвитку регіонів на основі стимулювання курортів на депресивних (проблемних) територіях, в тому числі, за допомогою прямого державного фінансування окремих інфраструктурних проектів, координацію темпів розвитку санаторно-курортної й суміжних галузей.

2. Серед економічних важелів запропоновано податкові пільги, зокрема зменшення ставки податку за земельні ділянки та звільнення від податку на майно і податку на додану вартість, пільгову передачу у довгострокову (на термін до 49 років) оренду земельних ділянок під будівництво нових санаторно-курортних закладів та інших об'єктів інфраструктури, організацію інженерно-технічної підготовки територій для курортних споруд за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, звільнення від оподаткування результатів діяльності окремих курортних операторів, які вкладають значні інвестиції у розвідку санаторно-курортних ресурсів та модернізацію лікувально-оздоровчої бази. Важливим визначено доцільність стимулювання диверсифікації курортного продукту в частині розробки та просування нових лікувально-оздоровчих програм, розвиток технологічної бази санаторно-курортної діяльності на інноваційній основі, виділення фінансової підтримки тим закладам, які націлені на надання санаторно-курортних послуг за

спеціальними програмами для інвалідів, людей похилого віку й пільгових категорій громадян.

3. Визначено, що система управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг в Україні потребує модернізації та вдосконалення з метою підвищення її ефективності та якості. Необхідність формування концептуальних засад реформи управління курортів обумовлена численними факторами, серед яких мінливе зовнішнє середовище, природно-кліматичні та просторові умови, місцеві особливості, за яких існує й розвивається ринок послуг, залученість значної кількості суб'єктів інфраструктури санаторно-курортного ринку у створення цілісного рекреаційного продукту, а також зростання ролі курортних підприємств у соціально-економічному розвитку регіонів і вагомий всебічний вплив на суміжні галузі. Як доведено, формування і реалізація концепту можливі лише за умови комплексного підходу з урахуванням інституційно-правового, соціально-економічного, просторового середовищ регіонів та децентралізаційних процесів, які відбуваються в державі. Впровадження таких концептуальних засад залежатиме від виокремлення стадійності їхнього проведення з визначенням задач та пріоритетних напрямів кожного етапу, окресленням часового інтервалу.

4. Запропоновані концептуальні засади покращення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг регіонів в умовах децентралізації передбачають комплекс заходів та передумов, серед яких основними є врахування децентралізаційних процесів, оскільки фінансова підтримка, залучення інвестиційних проектів залежатиме від місцевих бюджетів регіонів та органів самоврядування на місцях. Головна мета втілення концептуальних засад полягає у підвищенні конкурентоспроможності санаторно-курортних і оздоровчих послуг, розвитку регіональних та міжнародних ринків на основі визначення цільових орієнтирів управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг. Серед важливих напрямів реалізації концептуальних засад вдосконалення управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг за умов децентралізації варто виділити впровадження аутентичного управління,

яке ґрунтується на врахуванні специфічних рекреаційних можливостей регіонів та формування і розвиток інноваційних секторів ринку шляхом включення до санаторно-курортної індустрії нетрадиційних для рекреаційного туризму в Україні міст – промислових регіонів, відновлення занедбаних курортних об'єктів.

5. Враховуючи рівень впровадження та реалізації концептуальних засад, можливі активний і пасивний сценарії розвитку регіональних ринків санаторно-курортних послуг в Україні. Пасивний сценарій орієнтований на здійснення соціально-економічного, інституційного, правового напрямів, підвищення зайнятості населення, збільшення надходжень до ВВП регіонів і місцевих бюджетів, раціональне використання природних територій та курортів, становлення санаторно-курортної інфраструктури, удосконалення інституційно-правового забезпечення. Активний сценарій виявляється можливим через комплексне впровадження економічного та інтеграційного векторів реалізації концептуальних засад й націлений обопільно на вказані напрями пасивного сценарію та забезпечення інтеграції до світового ринку, формування й розвиток інноваційних важелів розвитку, адаптацію традиційних секторів сфери санаторно-курортних послуг за умов інтеграції до світового та європейського туристичного простору, гармонізацію вітчизняного законодавства з міжнародним.

6. Стійкий розвиток сфери санаторно-курортних послуг окреслено як один з головних цільових орієнтирів регіональної політики в межах децентралізаційних процесів. В контексті цього визначено доцільність запровадження економічних інструментів стимулювання розвитку сфери санаторно-курортних послуг із застосуванням інноваційних управлінських підходів, які повинні передбачати, зокрема, широку модернізацію наявного курортного потенціалу на основі реалізації ефективних програм державно-приватного партнерства. Слід зазначити, що державна підтримка розвитку курортної галузі, враховуючи особливості об'єкту регулювання (природна, економічна, лікувальна сфери), передбачена на основі програмно-цільового

методу управління, який передбачає розробку регіональної комплексної програми з встановленням відповідних критеріїв результативності.

7. За результатами досліджень запропоновано шляхи розвитку сфери санаторно-курортних послуг на довгостроковий період, якими передбачено заходи, спрямовані на досягнення стратегічних орієнтирів функціонування санаторно-курортних і оздоровчих закладів. Метою цих заходів є формування конкурентоспроможних санаторно-курортних послуг, які б задовольняли потреби і вимоги споживачів в оздоровленні та відпочинку, враховуючи європейський досвід, створювали спеціальні умови для активізації курортної діяльності у відповідності з міжнародними стандартами якості, що забезпечуватиме соціально-економічний розвиток регіонів, сприятиме підвищенню зайнятості населення. Для освоєння запропонованих напрямів розвитку сфери санаторно-курортних послуг необхідне забезпечення ефективної взаємодії правових, організаційних, економічних та фінансових інструментів впливу регіональної політики на покращення діяльності оздоровчих закладів на всіх рівнях державної влади.

Основні наукові результати, що викладені у п'ятому розділі дисертації, опубліковані автором у працях [58, 59, 72, 81, 82, 83, 88, 368].

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано шляхи розв'язання важливої науково-прикладної проблеми – розроблення теоретико-методологічних засад, методичного забезпечення та науково-практичних підходів до формування та реалізації регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. Висновки концептуального, теоретико-методологічного та науково-практичного характеру зводяться до такого.

1. Пошук економіко-інноваційних підходів до формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг зумовив необхідність дослідження наявних теорій і концепцій функціонування сфери санаторно-курортних послуг, обґрунтування науково-теоретичних підходів і прикладних аспектів цих процесів у сучасних умовах поглиблення ринкових перетворень і формування відносин у контексті децентралізації влади. На основі цього дослідження встановлено, що розвиток санаторно-курортної сфери полягає у систематичній діяльності санаторно-курортних закладів із застосуванням новітніх технологій і наявних природно-лікувальних ресурсів для створення конкурентоспроможної санаторно-курортної послуги задля задоволення потреби споживачів.

2. Доведено, що регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг за ієрархічним рівнем управлінського впливу формується на регіональному та місцевому рівнях. Регіональна політика є системою, яка включає дії та цілі, методи та інструменти, спрямовані на реалізацію інтересів держави щодо регіонів та їх внутрішніх інтересів, враховуючи історичну, етнічну, економічну, соціальну і екологічну специфіку територій. Виходячи з об'єкта дослідження, окреслено поняття «регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг».

3. Завдяки визначенню природно-ресурсних чинників формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг і обґрунтуванню ресурсного потенціалу оздоровниць, до складу якого належать рекреаційні, матеріальні, трудові, фінансові та інформаційні ресурси, що

сприяють відновленню та розвитку фізичних і духовних сил людини, її працездатності та використовуються для прямого й опосередкованого споживання, а також надання оздоровчих послуг, окреслено інноваційний потенціал санаторно-курортних закладів. У межах природних рекреаційних ресурсів у дослідженні виокремлено кліматичні, ландшафтні, бальнеологічні, біотичні, грязьові, водні та інші компоненти як основні складові формування санаторно-курортних продуктів, що мають споживчу вартість, використовуються як засоби виробництва і предмети споживання для надання курортних послуг, оздоровлення населення й підвищення якості життя. У результаті дослідженого у дисертації розроблено теоретико-методологічні засади формування регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

4. Виявлено, що внаслідок децентралізації влади відбуваються зміни в розвитку санаторно-курортної сфери. Невідповідність між ринковими механізмами і діяльністю санаторно-курортних закладів з їх соціальною спрямованістю створює все більші проблеми в оздоровленні населення країни. Дослідження регіональних тенденцій розвитку сфери санаторно-курортних послуг, що склались у процесі її функціонування (адже економічні, природні та просторові регіональні умови по-різному впливають на продукування курортних послуг і їх реалізацію), переконливо доводять, що за досліджуваний період в Україні скоротилась кількість санаторно-курортних закладів, зокрема: дитячих санаторіїв, пансіонатів з лікуванням і санаторіїв-профілакторіїв. Найвагомніше зменшення кількості оздоровчих закладів відбувалось з 2014 р., причиною чого є політична ситуація в країні.

5. Для підвищення конкурентоспроможності сфери санаторно-курортних послуг у межах регіональної політики, вивчаючи зарубіжний досвід регулювання розвитку, доцільне впровадження управлінських рішень, основою формування яких є комплексний аналіз зовнішніх факторів впливу на заклади рекреації. Узагальнивши сукупність факторів впливу на забезпечення та підвищення рівня конкурентного потенціалу сфери санаторно-курортних

послуг у регіональному аспекті, запропоновано власний підхід до їх класифікації з виокремленням сезонності споживання санаторно-курортних послуг і поведінки споживачів, що зумовлена попитом і пропозицією. За результатами проведеного оцінювання ринкового становища сфери санаторно-курортних послуг регіону на основі SWOT-аналізу і PEST-аналізу визначено стратегію інтенсивного розвитку сфери санаторно-курортних послуг з елементами економії, побудовану на засадах диференційованого маркетингу, яка передбачає вибір кількох сегментів ринку з використанням маркетингових інструментів та інтенсифікації наявних ресурсів, що дозволить зберегти санаторно-курортним закладам частку на загальнонаціональному ринку і підвищити ефективність діяльності та рівень конкурентних переваг.

6. На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій та інтенсивного використання інтернет-систем одним з важливих маркетингових інструментів забезпечення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг регіону визначено соціаль медіа маркетинг і його тренди: цифровий маркетинг, сайт, контент-маркетинг, відео-контент, соціальні новини, база споживачів, соціальні вкладки, веб-форуми та E-mail-маркетинг. Результати дослідження доводять, що серед вагомих переваг соціаль медіа маркетингу (за важливістю в сприянні розвитку санаторно-курортних послуг на регіональному рівні), є залучення додаткових споживачів і збільшення продажів, розширення цільового сегменту, покращення та захист іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг, збільшення трафіку, зниження витрат на маркетинг і формування зворотного зв'язку із споживачами. Серед найбільш ефективних засобів підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг визначено брендинг, як інструмент маркетингу, що є однією з основних умов розвитку локального ринку оздоровчих послуг за умов сьогодення і передбачає планування та впровадження комплексу заходів щодо створення торгової марки санаторно-курортних послуг, трансформації її у бренд для формування бажаних асоціативних вражень із забезпеченням очікуваних переваг у споживачів. Політика впровадження брендингу санаторно-курортних послуг регіонального

ринку побудована на концепції архітектури бренду DESTINACIЇ, процес формування якого представлений п'ятьма послідовними етапами: позиціонування, створення стратегії, розробка ідеї, пошук імені та тестування, а основними маркетинговими комунікаційними технологіями його просування є пряма та не пряма реклама, паблік рілейшнз.

7. В умовах посилення конкуренції, розвитку та швидкої передачі нових технологій одним з провідних інструментів формування конкурентної перспективи оздоровчих закладів стає стратегічний маркетинговий підхід до ведення ринкової діяльності, де маркетинг, як нова парадигма управління бізнесом, з врахуванням інтересів споживачів, базуванням на основі інноваційної виробничої діяльності і, відповідно, залученням функції продажів, забезпечує просування створених санаторно-курортних послуг у контексті інтересів всіх сторін. Під час дослідження визначено переваги маркетингового стратегічного управління у сфері санаторно-курортних послуг, до яких належать здатність швидкого реагування на зміну попиту з системи пасивних до активних дій, координацію основних напрямів розвитку відповідно до змін смаків та уподобань споживачів з можливістю одержання належного рівня прибутку, кількісне та якісне оцінювання їхньої ефективності, можливість зосередження діяльності рекреаційних закладів регіону на ефективних і пріоритетних видах оздоровчих послуг.

8. У роботі сформовано систему різновагових показників-стимуляторів регіонального середовища сфери санаторно-курортних послуг, об'єднаних у п'ять блоків, які характеризують інфраструктурний, трудовий, діяльнісний, соціальний, зовнішньоекономічний виміри цієї сфери. Застосування інструментарію кластерного аналізу й багатовимірних інтегральних оцінок дозволило згрупувати та здійснити ранжування регіонів України за станом розвитку ринку санаторно-курортних послуг у двох зрізах: послуг санаторіїв і послуг санаторно-курортних та оздоровчих закладів. Встановлено, що активізація розвитку регіональних ринків санаторно-курортних послуг тяжіє до морських регіонів (Одеська, Запорізька, Миколаївська та Херсонська області)

та усталених курортних зон (Львівська, Закарпатська, Вінницька та Полтавська області). Висока регіональна варіація узагальнених оцінок сформованої системи показників і від'ємне значення середніх центрованих балів атрибутивних розподілів регіонів за станом розвитку послуг санаторіїв і послуг санаторно-курортних та оздоровчих закладів вказують на необхідність спрямування регіональної політики у площину згладжування регіональних диспропорцій, асиметрій та ефективізації розвитку ринку санаторно-курортних послуг.

9. Застосування економетричного аналізу дозволило виокремити основні детермінанти регіонального характеру, які виявляють вплив, по-перше, на доходи санаторно-курортних та оздоровчих закладів і, по-друге, на кількість проведених у них ліжко-днів. Емпіричне дослідження кореляційних полів визначених детермінантів, побудова парних і множинних моделей регресії послугували підґрунтям для аргументування синергетичних соціально-економічних ефектів від чинників, пов'язаних з розширенням мережі закладів санаторно-курортної сфери, збільшенням їх пропускнуої здатності та підвищенням якості трудового потенціалу. Засобами динамічного моделювання доведено, що трансформаційні процеси останніх десятиліть спричиняють згортання діяльності санаторіїв-профілакторіїв, звуження мережі та розукрупнення закладів, продукуючих санаторно-курортні послуги.

10. На основі використання інтегральних показників та анкетного опитування в дослідженні проведена економічна оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг, яка охоплює визначення ефективності окремих санаторно-курортних закладів, ефективності функціонування курорту регіону та оцінку санаторно-курортних послуг споживачами. Отримані дані засвідчили, що оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг є не високою, це потребує заходів і методів її покращення. Піднесення продуктивності функціонування оздоровчих закладів і розвитку сфери санаторно-курортних послуг можливе завдяки реалізації сукупності дій на мікро-, мезо- та макрорівнях, які запропоновані у вигляді розробленої моделі, що базується на

трьох блоках складових, пов'язаних з діяльністю оздоровчих закладів і наданням санаторно-курортних послуг, з економічною підтримкою регіональних і місцевих органів влади в умовах децентралізації та державним регулюванням розвитку цієї сфери в регіонах. Запропонована модель дає змогу теоретично обґрунтувати положення щодо продуктивності та розвитку санаторно-курортної галузі, визначити роль у цьому процесі самих оздоровчих закладів, регіональної і місцевої влади, держави, як одного з головних учасників економічного регулювання. Практична цінність наведеної парадигми полягає у наданні інструментарію для здійснення економічного регулювання підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг.

11. Запропоновано напрями державної підтримки розвитку сфери санаторно-курортних послуг на регіональному рівні в контексті міжнародного досвіду, які враховують розвиток децентралізаційних процесів і включають створення особливих економіко-правових (привабливих) умов здійснення господарської діяльності та умов для покращення інвестиційного клімату, податкові пільги, розроблення інноваційних регіональних програм і фінансування окремих інфраструктурних проектів на курортних територіях регіону, що дозволить пом'якшити негативні наслідки діяльності суб'єктів господарювання в цій сфері, збільшити їх ефективність, сприятиме покращенню інвестиційної привабливості і посиленню конкурентоспроможності на вітчизняних і міжнародних ринках.

12. Доведено, що система управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг у регіонах потребує модернізації для підвищення її ефективності та якості. Формування та реалізація концепту можливі лише за умови комплексного підходу з урахуванням інституційно-правового, соціально-економічного, інтеграційного та просторового середовищ регіонів, а також децентралізаційних процесів, які відбуваються в державі. Досягнення мети концепту ґрунтується на визначенні цільових орієнтирів управління розвитком сфери санаторно-курортних послуг, які передбачають удосконалення нормативно-правової бази та здійснення гармонізації українського

законодавства у сфері санаторно-курортних послуг з законодавством країн-членів ЄС. Визначені та запропоновані цільові орієнтири, стратегічні пріоритети і вектори реалізації концептуальних засад становлять собою взаємообумовлені елементи, які у своїй компліментарній взаємодії створюють змістовне наповнення їх архітектоніки, що представляє складну поліаспектну гетерогенну систему.

13. Доведено, що в умовах децентралізації влади стійкий розвиток сфери санаторно-курортних послуг має стати одним з пріоритетних напрямів соціально-економічної політики в регіонах із застосуванням інноваційних управлінських підходів, спрямованих на адаптацію курортної сфери до наявних викликів, забезпечення гармонійного розвитку курортних закладів на основі інтересів різних суб'єктів, а також на раціональне використання, збереження та примноження курортного потенціалу. Запропоновано основні заходи регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг на довгострокову перспективу, метою реалізації яких є створення на внутрішньому ринку конкурентоспроможного санаторно-курортного продукту, здатного максимально задовольнити потреби населення в оздоровленні та відпочинку, і формування сприятливих умов для активізації курортної діяльності, відповідно до міжнародних стандартів якості з урахуванням європейського досвіду, а також перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу послуг, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів, сприяє підвищенню зайнятості та якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації громад. Для вдосконалення регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг запропоновано модель співпраці санаторно-курортного бізнесу, органів місцевого самоврядування, інфраструктурного та інституційного середовищ у регіоні на основі ефективної взаємодії правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів регулювання діяльності оздоровчих закладів на регіональному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агабабян Э.М. Экономический анализ сферы услуг. Москва: Экономика, 1968. 160 с.
2. Аренков И.А., Салихова Л.Ю., Гаврилова М.А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегия развития. *Проблемы современной экономики*. 2011. №4 (40). С. 120–125.
3. Арженовский И.В. Маркетинг регионов. Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.
4. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. Москва, Санкт-Петербург., Київ: Вильямс, 2007. 832 с.
5. Артюхова І.В. Методичні засади факторного аналізу конкурентоспроможності підприємств санаторно-курортного комплексу. *Економіка Крима*, 2010. №4 (33). С. 131– 135.
6. Артюхова І.В. Чинники формування й збереження конкурентних переваг туристичної галузі. *Вісник економічної науки України*, 2011. №2 (20). С. 11-14.
7. Артюхова І. В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності національного санаторно-курортного продукту. Режим доступу: http://www.confcontact.com/2009_03_05/7_artyuhova.htm.
8. Ахламов А., Миколайчук М. Інноваційна стратегія соціально-економічного розвитку регіону. *Актуальні проблеми державного управління*, 2006. Вип.1. С. 129-134.
9. Бабець І. Г. Досвід державного регулювання міжрегіональної співпраці у країнах Європейського Союзу. *Актуальні проблеми економіки*, 2009. № 6. С. 4-106
10. Байцим В. Ф. Механізм формування стратегічних цілей програм (проектів) розвитку регіонів та територій. *Актуальні проблеми економіки*, 2008. № 10. С. 227-237
11. Бакало Н. В., Черниш І. В., Куценко А. В. Стан туристичного та рекреаційного бізнесу під впливом світової економічної ситуації. *Економіка Крима*, 2010. № 2 (31). С. 235 – 237.

12. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Москва: «Финансы и статистики», 2003. 176 с.
13. Балабанова Л.В., Кривенко А. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга. Донецк: «Дон ГУЭТ», 2004. 147 с.
14. Балабанова О. І. Вдосконалення управління санаторно-курортними підприємствами на основі адаптивного підходу. *Місто, регіон, держава: економіко- правові проблеми господарювання*: зб.наук.пр. НАН України. Ін-т економіко-правових досліджень. Донецьк, 2009. Т. 1. С. 38 – 43.
15. Балабанова О.І. Передумови підвищення конкурентноздатності санаторно-курортної галузі України. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/balabanova2.htm.
16. Бандур С. І., Заяць Т. А, Терон І. В. Сучасна регіональна соціально-економічна політика держави: теорія, методологія, практика. НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. Київ: РВПС України НАН України, 2002. 250 с.
17. Бараник З.П., Черненко Д. І. Групування регіонів України залежно від рівня розвитку ринку лабораторних медичних послуг. *Бізнес Інформ*. 2015. № 5. С. 65-70.
18. Баринов Н. А. Права граждан по договору бытового заказа и их защита. Саратов, 1973. С. 14.
19. Бастиа Ф. Протекционизм и коммунизм : пер. с фр. Челябинск: Социум, 2011. 437 с.
20. Башта А.И. Инновационная стратегия развития рекреационной системы на базе энергосбережения. Симферополь: КРП «Крымучпедгиз», 2011. 382 с.
21. Баштанник В., Лукашова В. Оптимізація системи місцевого самоврядування в Україні у контексті запровадження європейських стандартів регіонального управління. *Вісник Української академії державного управління при Президентіві України*. Київ, 2003. № 2. С. 274-283.
22. Бейдик О.О. Рекреаційна географія: навч.-метод. комплекс дисципліни. Київ: Обрії, 2007. 96 с.

23. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: Видавничо-поліграфічний комбінат «Київський університет», 2001. 395 с.
24. Бекирова С.Э. Механизм регулирования развития рекреационного комплекса Украины. Культура народов Причерноморья. 2011. №216. С. 13-16.
25. Бережна І. В. Рекреаційний потенціал території : підходи до оцінки та використання. *Наукові записки*. Львів : Українська академія друкарства, 2004. Вип. 7. С. 163-166.
26. Бережная И. В. Развитие рекреационно-туристической индустрии в контексте обеспечения социально-экономической безопасности страны. *Экономика и управление*, 2006. № 4. С. 124-128.
27. Бобирева О.В. Необхідність державного регулювання діяльності рекреаційних підприємств. Теоретичні і прикладні питання економіки, 2003. №2. С. 327-330.
28. Бобкова А.Г. Правовое обеспечение рекреационной деятельности. Донецк: Юго- Восток, 2000. 308 с.
29. Бойко М.Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі: монографія. Київ: КНТЕУ, 2010. 524 с.
30. Болт Гордон Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. Москва: МТ- Пресс, 2001. 268 с.;
31. Борзенкова А. А. Особенности функционирования санаторно-курортных предприятий АР Крым. *Экономика Крыма*, 2009. № 29. С. 71-74.
32. Борзенкова А.А. Шляхи забезпечення конкуренто-спроможності санаторно-курортних підприємств. *Реалізація національних економічних інтересів України в рамках євроінтеграційних процесів: всеукр. наук.-практ. конф. вчен. та спец.* (Сімферополь, 14–15 травня 2009 р.). Тези доп., Сімферополь: ПП «Фенікс», 2009. С. 132-134.
33. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.

34. Бусыгина И. Регионализация в странах Западной Европы: Великобритания и Франция в сравнительной перспективе. Режим доступа: <http://www.kazanfed.ru/publications/kazanfederalist/n21-22/4/>

35. Бутник О.О. Проблеми формування та підвищення інвестиційної привабливості регіонів. *Інвестиції : практика та досвід*, 2011. № 2. С. 120 - 122.

36. Бутко М., Подоляк Л. Державне регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів. *Економіка України*, 2007. № 6. С. 36-44.

37. Василенко В.А., Загоруйкин А.Р. Менеджмент устойчивого развития предприятий рекреационной сферы. Симферополь: КРП «Издательство «Крымучпедгиз», 2008. 358 с.

38. Васильчак С.В., Жидяк О.Р. Інноваційний розвиток спеціалізованих підприємств рекреаційної індустрії та їх вплив на аграрну сферу. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького*. Львів, 2016. Т. 15. № 2 (56). С. 37.

39. Васильчак С.В., Кос А. Проблеми економіки та заходи протидії тіньовим проявам у сфері туристичного бізнесу. *Розвиток індустрії гостинності в умовах глобалізаційних процесів: економічні та фінансові аспекти*: збірник матеріалів Міжвузівської науково-практичної конференції (Львів, 28 березня 2013 р.). Львів: ЛПЕТ, 2013 С. 51 – 53.

40. Ведмідь Н. І. Санаторно-курортний комплекс: сервісне управління. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2013. 535 с.

41. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**

42. Ветрова Н. М. О некоторых стратегиях развития рекреационно-экономического комплекса Крыма. *Проблемы и перспективы транзитивной экономики* : материалы всеукр. межвуз. науч.-практ. конф. (Симферополь, 20 декабря 2003 года). Симферополь: Таврия-Плюс, 2003. С. 8 – 10.

43. Виноградська А. Формування конкурентоспроможного ринку. *Вісник України Академії державного управління при Президентові України*, 2000. №2. С.128-136

44. Віханський О.С. Научение как основа стратегичности поведения. ЭКО, 2016. № 4. с. 103-116
45. Власенко О.О. Новітні підходи до створення нового бренду та виведення його на ринок. *Проблеми науки*, 2007. №2. С. 22-28
46. Влащенко Н. М. Потенціал санаторно-курортного комплексу: завдання дослідження і розвитку. Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/En_re/2008_5_1/zbirnuk_RE_1_169.pdf.
47. Водний кодекс України від 6 червня 1995 р. Відомості Верховної Ради України, 1995. №24. Ст. 189. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/213/95-вр>.
48. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві : теорія та прикладні аспекти. Харків: Інжек, 2010. 340с.
49. Всесвітня Туристична Організація. Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>.
50. Вудкок М., Фрэнсис Д. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика. Москва: «Дело», 1991. 320 с.
51. Гаазька декларація Міжпарламентської конференції з туризму. Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_904.
52. Ганиева А.К. Методика оценки эффективности управления развитием учреждений рекреационно-туристического комплекса. *Современные инновационные технологии в высшем образовании*: Межвузов. регион. науч.-методич. конф. (Киев 15–16 января 2004 г.). тез. док. Киев: «Европ. ун-т», 2004. С. 144–153.
53. Ганієва А.К., Пегушина Г.О. Організація і технологія обслуговування у сфері готельних, курортних і туристичних послуг. Сімферополь: «КНЕУ», 2011. 348 с.
54. Галаченко О.О. Бренд як інструмент маркетингової регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Модернізація економіки: виклики і можливості економічного зростання*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Київ, 15 лют. 2017 р.). Київ, 2017. С. 191-193.

55. Галаченко О.О. Засади формування механізму реалізації курортних послуг в умовах конкуренції. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр. НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2015. Вип. 6 (116). С. 99-101.

56. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Інвестиційний клімат санаторно-курортного комплексу України. *Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи*: II Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 27-28 трав. 2016 р.): зб. матеріалів. Одеса, 2016. С.230-231.

57. Галаченко О.О. Інноваційні вектори розвитку сфери санаторно-курортних послуг як складової туристичної індустрії. *Туристичні послуги на світовому ринку як фактор розвитку міжнародного туризму*: Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 10 травня 2018 р.). Львів, 2018. – С. 90-97.

58. Галаченко О.О. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів. *Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення*: Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23 бер. 2017р.): зб. матеріалів. Львів: ЛІЕТ, 2017. С. 58-61.

59. Галаченко О.О. Інструменти економічної безпеки санаторно-курортного сектору на регіональному рівні. *Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції*: Матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. (Суми, 20-21 трав. 2017 р.). Суми, 2017. С.2 28-230.

60. Галаченко О.О. Кластерний аналіз регіонів України за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 11 (198). С. 117-123.

61. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Маркетинг як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин*: X Міжнар. наук.-практ. конф. (Умань, 21-22 квіт. 2016р.). Ч. 1: тези доп. Умань, 2016. С. 36-38.

62. Галаченко О.О. Маркетингові інструменти розвитку санаторно-курортних підприємств регіону. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2016. № 9 (184). С. 133-136.

63. Галаченко О.О. Наукові засади регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2015. № 12 (175). С. 190-195.

64. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Основні інструменти впливу на розвиток санаторно-курортних підприємств. *Проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства, регіону, країни*: Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Полтава, 19 трав. 2016р.). Ч. 1: тези доп. Полтава, 2016. С.116-118.

65. Галаченко А.А. Оценка экономического положения курортного потенциала Украины. *Карельский научный журнал. «НП ОДПО Институт направленного профессионального образования»*. Тольятти: Типогр. Полиар Плюс», 2015. № 4 (13). С. 72-75.

66. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Оцінка виробничого потенціалу санаторно-курортних підприємств в розрізі туристичних регіонів. *Економічний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім.Г.Сковороди»*: зб. наук. пр. Переяслав-Хмельницький, 2016. Вип. 29/2. С. 134-138.

67. Галаченко О.О. Парадигма системно-рефлексивного маркетингу як інструмент підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в умовах регіону. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 12 (199). С. 206-212.

68. Галаченко О.О., Вівчарук О.М. Передумови розвитку санаторно-курортних закладів України в регіональному аспекті. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр. НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2016. Вип. 4 (120). С. 53–55.

69. Галаченко О.О. Підходи до формування структури регіональної політики розвитку санаторно-курортної сфери. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. Київ, 2017. № 1(188). С. 76-79.

70. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних закладів. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. Київ, 2016. № 11(186). С. 68-70.

71. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортного послуг: теоретичний аспект. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2016. Вип. 6 (122). С. 64-66. (0,32 друк. арк.).

72. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті економічної безпеки. *Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Мелітополь, 14-15 червня 2018 р.). Ч. 1. Мелітополь, 2018. – С. 71-73.

73. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних послуг: досвід та практика. *Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет- конф. (Полтава, 11 трав. 2017 р.). Ч. 1. Полтава, 2017. С. 71-73.

74. Галаченко О.О. Регіональні особливості сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Економічні науки*, 2017. Вип. 12, Т. 2. м. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, С.186-191.

75. Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг: регіональний аспект: монографія. Львів: Вид-во ПП «Арал», 2017. 360 с.

76. Галаченко О.О., Васильчак С.В., Пушак Я.Я. Розвиток санаторно-курортних послуг регіону як складова економічної безпеки. *Туристична освіта: європейський вимір*: зб. наук. пр. Львівський інститут економіки і туризму. Львів: Компанія «Манускрипт», 2017. С. 150-155.

77. Галаченко О.О. Розвиток санаторно-курортного сектору як фактор зростання соціально-економічного становища регіону. *Соціально-економічні*

проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2014. Вип. 6 (110). С. 304-310.

78. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Розвиток спеціалізованих підприємств розміщення в контексті економічної безпеки. *Економічна безпека України: стан, проблеми та перспективи*: Всеукр. наук.-практ. конф. (Львів, 22 квіт. 2016 р.): тези доп. Львів, 2016. С. 39-42.

79. Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг регіонів: проблеми та шляхи вирішення. *Сучасні економічні, соціальні та екологічні детермінанти активізації розвитку країни та її регіонів*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Ужгород, 28-29 квіт. 2017 р.). Ч. 2. Ужгород, 2017. С.76-78.

80. Галаченко О.О. Санаторно-курортні послуги: особливості та проблеми реалізації. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Серія: економічні науки*. Мелітополь, 2016. № 3 (32). С. 57-62.

81. Галаченко О.О. Соціальне страхування як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств Ураїни. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2016. № 5 (180). С. 43-45.

82. Галаченко О.О., Замрій О.М. Стратегії розвитку санаторно-курортних закладів на регіональному ринку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*, 2017. Вип. 1 (49), Т. 2. м. Ужгород. С. 139-142.

83. Галаченко О.О., Васильчак С.В., Стручок Н.М. Стратегічне управління санаторно-курортними закладами в регіонах як складова національної економічної безпеки. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 4 (191). С. 84-88.

84. Галаченко О.О. Сучасний стан та регіональні особливості розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 9 (196). С. 96-102.

85. Галаченко О.О., Стручок Н.М. Тренди маркетингової стратегії реалізації санаторно-курортних послуг на регіональному рівні *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики*

постіндустріальної економіки: Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 18-19 трав. 2017 р.). Львів, 2017. С. 99-100.

86. Галаченко О.О. Фінансове забезпечення сфери санаторно-курортних послуг регіонів в умовах децентралізації влади. *Проблеми сталого розвитку економіки в умовах посилення глобалізаційних процесів*: Міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 14 квіт. 2017 р.): зб. тез доп. Полтава, 2017. С. 44-45.

87. Галаченко О.О. Фінансове забезпечення сфери санаторно-курортних послуг у регіонах України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Серія: економічні науки**. Мелітополь, 2017. № 1-2 (33-34). С. 188-193. (0,37 друк. арк.).

88. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Формування стратегії розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу України. *Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи*: Міжнар. наук.-практ. конф. (Ужгород, 15-16 квіт. 2016 р.): тези доп. Ужгород, 2016. С. 64-67.

89. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічної теорії. Київ: Вища шк., 1995. 471 с.

90. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ: Лібра, 2002. 708 с.

91. Глобальный этический кодекс туризм. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001

92. Головерова Н.В., Єрмоленко О.Г. Фінанси санаторно-курортних підприємств України. *Культура народів Причорномор'я*. 2010. №179. С. 48-50.

93. Горанин А. И. Бытовые услуги при социализме. Минск: Наука и техника, 1977. 238 с

94. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV. Відомості Верховної Ради України від 02.05.2003. 2003. №18. С. 131

95. Гриневецький С. Державна стратегія регіонального розвитку: бюрократичний документ чи шлях до консолідації країни? *Дзеркало тижня*, 2006. №45 (624). (25 листоп. - 1 груд.)

96. Гріценко А. Глобальна криза як форма сучасної фінансово-економічної динаміки. *Економіка України*, 2010. № 4. С. 37-47.
97. Группировки и корреляции в экономико-статистических исследованиях : сборник научных трудов. [Т.В. Рябушкин, С.А. Айвазян, Г.И. Бакланов и др.] (под ред. Т.В. Рябушкина). Москва : Наука, 1982. 373 с.
98. Гудзь М.В. Аналіз практики стратегічного управління потенціалом курортно-рекреаційної території. *Город, регион, государство : экономико-правовые проблемы*. В 2-х т.: сб. науч. тр.* НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. Донецк: Изд-во «Вебер», 2009. Т.2. С. 57-63.
99. Гудзь М.В. Учет интересов участников реализации стратегии использования потенциала курортно-рекреационных территорий. *Экономика и управление*, 2011. № 3. С. 42 – 48.
100. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій. Донецьк: ІЕПД, 2001. 270 с.
101. Гудзь П.В., Кавыршина В.А. Рекреационная деятельность в качестве градообразующей базы курортного города. *Экономика и управление*, 2007. № 4-5. С. 7 – 12.
102. Гулич О.І. Екологічно збалансований розвиток курортно-оздоровчих територій: питання теорії і практики. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2004. 56 с.
103. Гуменюк В.В. Фінансові умови сталого розвитку курортного господарства України. *Фінанси України*, 2009. №4. С. 75–81.
104. Гуменюк В. Кон'юнктура ринку санаторно-курортних послуг у системі координат державного регулювання економіки. *Схід*, 2014. № 4. С. 6-11.
105. Гурбик Ю.Ю. Завдання інституціонального забезпечення державного регулювання рекреаційно-туристичної сфери в Україні. *Держава та регіони*. Серія: Державне управління, 2010. №3. С. 41–45.
106. Давидова Г. Інноваційна модель розвитку рекреаційної діяльності в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць*, 2010. Вип. 6 (109). С. 64–69.

107. Давимука С.А., Федулова Л.І. Регіональні інноваційні екосистеми: напрями розбудови в умовах європейської інтеграції : монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України», 2016. 464 с.
108. Давідов М.В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України. *Актуальні проблеми економіки*, 2008. №4 (82). С. 130 -134.
109. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий : монографія. Донецк: Інститут економіки промисловості НАН України, 2006. 240 с.
110. Данченко Л.А. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие. Санкт-Петербург: Питер, 2013. 288 с.
111. Декларація Ріо-де-Жанейро щодо навколишнього середовища та розвитку. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_455.
112. Демчишин М.Я., Гальків Л.І. Моделювання реалізованого попиту населення України. *Торгівля, комерція, посередництво* : зб. наук. пр. Львів : Львівська комерційна академія, 2011. Вип. 12. С. 76-82.
113. Денисов А.А. Нетократия и рефлексия. *Рефлексивные процессы и управление*, 2007. Т. 7. №1. С. 11-19
114. Державний комітет статистики України. Режим доступ: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
115. Деркач Ю.В. Санаторно-курортний потенціал Карпатського регіону: вступ до проблеми. *Економіка та держава*, 2008. №59. С. 68-69.
116. Дишловий І.М. Сучасні організаційні рішення регіонального розвитку рекреації та туризму: кластеризація та комплексні програми. Одеса: «ІПРЕД НАН України», 2010. 213 с.
117. Дишловий І.М. Формування стратегії управління санаторно-курортною галуззю України. *Вопросы физической и духовной культуры, спорта и рекреации*: сб. науч. трудов. Симферополь: «Таврия», 2006. С. 35–41.

118. Длігач А.О. Стратегічне маркетингове управління : монографія. Київ : Алерта, 2014. 271 с.
119. Дмитренко В.М. Державне регулювання регіонального рекреаційно-туристичного комплексу: автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Запоріжжя: Класич. приват. ун-т, 2008. 20 с. Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgibin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe.
120. Дмитриченко Л.И. Государственное регулирование экономики : методология и теория: монографія. Донецк: УкрНТЭК, 2001. 330 с.
121. Дмитрук О.В. Підприємства рекреаційно-туристичної сфери як об'єкти управлінської діяльності. *Актуальні проблеми економіки*, 2008. №9 (87). С. 98–103.
122. Добуш Ю.Я. Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних послуг. *Економіка розвитку*, 2008. Т. 2. №3. С.253-260.
123. Документ Акапулько по итогам обсуждения действий по постепенному достижению целей, намеченных Манильской декларацией по мировому туризму. Режим доступу: <http://docs.cntd.ru/document/901813697>
124. Должикова-Поліщук Л.В. Особливості та тенденції управління туристичною діяльністю. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 9. С.103-112.
125. Долішній М. Регіональна політика і механізм її реалізації. Київ : «Наукова думка», 2003. 503 с.
126. Долішній М.І. Регіональна політика на рубежі XX - XXI століть : нові пріоритети. НАН України, Ін-т регіон. дослідж. Київ : Наук. думка, 2006. 510 с.
127. Друкер П.Ф. Практика менеджмента. Москва: Вильямс, 2009. 400 с.
128. Дудкіна О.П. Деякі проблеми управління рекреаційною сферою в регіоні. Вісник Тернопільського державного технічного університету ім. І. Пулюя, 1998. Т. 3, ч. 4. С. 174-179.
129. Дудкіна О.П. До проблеми пошуків нової методики регіонального аналізу в рекреаційній сфері. Вісник Тернопільської академії народного господарства, 1998. Вип. 3. С. 117-122.

130. Дудкіна О.П. Рекреаційне підприємництво на теренах Галичини : пошуки перспективних форм організації. *Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету*. Серія: Географія, 1998. № 2. С.142-146.
131. Дудкіна О.П. Ринок рекреаційних послуг: особливості функціонування та необхідність державного регулювання. *Вісник Тернопільської академії народного господарства*, 1999. Вип. 5. С. 180-183.
132. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр навч. літри, 2007. 224 с.
133. Ежов С.О. Цель и задачи государственного регулирования предпринимательства на региональном уровне. *Экономика и управление*, 2007. № 4-5. С. 13 - 16.
134. Елистратова А.И., Севастьянова О.В., Пегушина А.А. Предпринимательская деятельность в сфере услуг: курорты, гостиницы, туризм: монографія. Симферополь: КРП «Крымучпедгиз», 2012. 120 с.
135. Ефимова В.М., Ефимов С.А. Курортология, антропоклиматология, лечебный туризм: словарь-справочник. Симферополь: «Антиква», 2010. 260 с.
136. Ефремов А.В. Оценка рекреационного потенциала территории. *Экономика и управление*, 2008. № 1. С. 21-25.
137. Євсєєва О.О. Вдосконалення державного регулювання індустрії туризму і рекреаційної діяльності в регіоні. *Економічний простір*, 2012. №66. С. 99–111.
138. Жиляєв І. Можливість запровадження спеціального правового режиму для подолання регіональної репресивності. *Економічний часопис ХХІ*, 2009. № 7-8. С. 34-39
139. Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я». Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>
140. Закон України «Про екологічну мережу в Україні». Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1864-15>
141. Закон України «Про екологічну експертизу». Режим доступу: : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/45/95-вр>

142. Закону України «Про жертви нацистських переслідувань» Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1584-14>
143. Закон України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування». Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/ru/1105-14>
144. Закон України «Про затвердження Загальнодержавної програми охорони та відтворення довкілля Азовського і Чорного морів». [Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2333-14>
145. Закон України «Про захист прав споживачів». Режим доступу: // <http://www.profcom.sumdu.edu.ua>.
146. Закон України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» від 21 лютого 2007 року №136/2007.» Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/136/2007>
147. Закон України «Про місцеве самоврядування України». Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>
148. Закон України «Про курорти». Режим доступу: www.rada.gov.ua.
149. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності». Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
150. Закон України «Про оголошення природних територій міста Хмельника Вінницької області курортом державного значення». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3318-vi>
151. Закон України «Про туризм». Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
152. Закон України «Про охорону здоров'я» . Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2801-12/page3>)
153. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>
154. Закон України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/875-12>
155. Закон України «Про підтримку розвитку туризму в Україні» від 2 березня 2001 року №127/2001. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/127/2001>

156. Закон України «Про природно-заповідний фонд України». Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>
157. Закон України «Про ратифікацію Рамкової конвенції ООН про зміну клімату». Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/435/96-%D0%B2%D1%80>
158. Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту». Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3551-12>
159. Закон України «Про спеціальну економічну зону туристсько-рекреаційного типу «Курортотоліс Трускавець». Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/514-14>
160. Закон України «Про фізичну культуру і спорт». Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3808-12>
161. Захарін С.В., Соболь В.П., Мельник Ю.В. Сталий розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України. *Економічний вісний університету*, 2013. № 20/3. С. 297- 303.
162. Захарченко П.В. Синергетичний ефект у діяльності регіонального курортно-рекреаційного комплексу. *Держава та регіони.*, 2009. №6. С. 96–105.
163. Зозульов О., Нестерова Ю. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика. *Маркетинг в Україні.*, 2006. №6. С. 119-127.
164. Иванов Н.Н. Сфера услуг как объект исследования и управления. Санкт-Петербург, 2000. С. 23-31.
165. Иванов Н.Н. Управление в сфере услуг: Инфраструктурный подход. Санкт-Петербург, 2002. 337 с.
166. Ільчук В.П., Анопрієнко В.О. Стан матеріально-технічної бази та тенденції розвитку підприємств рекреаційної сфери регіону. *Наук. вісн. Черніг. держ. ін-ту економіки і упр.* Серія: Економіка, 2011. Вип. 3. С. 67-77.
167. Калачова І. В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування. *Статистика України*, 2001. № 4. С. 24-28.

168. Капустина Л.М., Решетило Т.Л. Маркетинговые технологии брендинга. Уральский государственный университет - Екатеринбург. Издательство УРГЭУ, 2013. 185 с.
169. Карамушка Л.М. Соціально-психологічний клімат педагогічного колективу: психологічний довідник вчителя. Київ: Главник, 2005. Книга 4. В 4-х книгах. С. 34-36.
170. Карл Маркс. Капітал. Процес утворення капіталу. Том I. Книга I. Переклад з російської: Андрій Річицький. Харків: ДВУ, 1925. 704 с.
171. Карлова В. Державне управління у сфері культури регіональному і місцевому рівні: пошук ефективних моделей. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 2004. №2. С. 234–242.
172. Карпов А.В. Психология рефлексивных механизмов деятельности. Москва: Институт психологии РАН, 2004. 424 с.
173. Карп'як М.О., Попадинець Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність регіонів України в умовах російської агресії: структурні особливості. *Регіональна економіка*. 2016. №1 (79). С. 51-58.
174. Каталимова А.Н., Коссинская Е.А. Управление развитием предприятий рекреационного комплекса. *Вопросы физической и духовной культуры, спорта и рекреации*: сб. научн. трудов по материалам V Всеукраинской научн.-практ. конф. «Перспективы развития физической культуры, спорта и рекреации», (Симферополь, 4-5 мая 2007 г.)ю Симферополь: «СГТ», 2007. С. 159–162.
175. Киркова Н.П. Комплексная оценка и проблема принятия решений в системе управления предприятиями санаторно-курортной сферы. *Економіка: проблеми теорії та практики*, 2004. Вип. 195. Т. IV. С. 1014–1021.
176. Киркова Н. П. Моделирование оптимальной деятельности предприятий санаторно-курортной сферы. *Модели управления в рыночной экономике*: Сб. науч. тр., 2004. Вып. 7. Т. 2. С. 132-139.
177. Кіндрацька Г.І., Кулиняк Ю.І. Стан і тенденції розвитку великих, середніх та малих підприємств реального сектору економіки України:

порівняльний аналіз динаміки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*, Львів, 2015. № 815. С. 51-62.

178. Кіркова Н.П. Аналіз ефективності підприємств санаторно-курортної сфери. *Новое в экономической кибернетики*: Сб. науч. тр., 2006. №2. С. 75-86.

179. Кіркова Н.П. Оптимізація цін на санаторно-курортні послуги на основі диференціації. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво, 2007. № 2. С. 123-126.

180. Кліха Я. Макроструктурна політика та ринкова трансформація: досвід Польщі та України. Київ: Заповіт, 2004. 358 с.

181. Кобанець Л.О. Концепція управління розвитком рекреаційної діяльності : монографія. Донецьк: Інститут економіки промисловості НАН України, 2007. 192 с.

182. Коваленко Н.О. Аналіз ринку санаторно-курортних послуг України. *Економіка харчової промисловості*, 2015. Т. 7. № 4. С. 21–27.

183. Коваленко Н. Прогнозування розвитку санаторно-курортної діяльності в Україні. *Схід*, 2015. № 8. С. 25-29.

184. Ковальова Ю. Кластер як новий інструмент модернізації економіки. *Схід*, 2007. № 5 (83). С. 9-13.

185. Кодекс України «Про надра». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/132/94-вр/page2>

186. Козлова Т. Брендинг или как рождаются звезды. *Новости турбизнеса. Брэнддинг*, 2007. №11 (85). 50 с.

187. Колективні засоби розміщення в Україні у 2012 році. Державна служба статистики України: Статистичний бюлетень. Київ, 2013. 200 с.

188. Колективні засоби розміщення в Україні у 2013 році. Державна служба статистики України: Статистичний бюлетень. Київ, 2014. 200 с.

189. Колективні засоби розміщення в Україні у 2014 році. Державна служба статистики України: Статистичний бюлетень. Київ, 2015. 200 с.

190. Колективні засоби розміщення в Україні у 2015 році. Державна служба статистики України: Статистичний бюлетень. Київ, 2016. 200 с.

191. Колективні засоби розміщення в Україні у 2016 році. Державна служба статистики України: Статистичний бюлетень. Київ, 2017. 200 с.
192. Коленда Н.В. Теоретичні основи моделювання і прогнозування стратегічного потенціалу рекреаційної системи регіону. *Управління економікою рекреаційних територій, галузей і підприємств* : Зб. наук. пр. Ін-т економіко-правових досліджень НАН України. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. С. 41–47.
193. Колесник О.О. Оцінка стану санаторно-курортного комплексу та його вплив на розвиток туристичної діяльності України. Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/2911/1/264.pdf>.
194. Коломінський Н.Л. Психологія менеджменту в освіті (соціально-психологічний аспект): монографія. Київ: МАУП, 2000. 286 с.
195. Комаров В.Е., Улановская В.Д. Социально-экономическая эффективность сферы услуг. Москва: Наука, 1980. 126 с.
196. Комірна В.В. Сучасна парадигма державного регулювання регіонального розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*, 2010. № 12 С. 65 – 67.
197. Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_089
198. Конституція України: Закон від від 28.06.1996 №254к/96-ВР: Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
199. Корогодова Е.А. Эффективность предприятий рекреационных комплексов: анализ деятельности и методика оценки. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. №5 (47). С. 122–126.
200. Костенко Г.П. Державне регулювання розвитку санаторно-курортних закладів. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу*. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому, 2009. № 13. С. 70 -74.
201. Коротков Э.М. Концепция менеджмента. МОСКВА : Изд-во «Дека», 1997. 304 с.

202. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Экс пресс-курс. 2-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2006. 464 с.
203. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М. В. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери: наук. вид. Львів: ІРД НАН України, 1999. 78 с.
204. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М. В., Кузик С.П. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери : Наукове видання Львів : НАН України, 2005. - 79 с.
205. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження. *Вісник Львівського університету*. Серія: міжнародні відносини, 2008. Вип. 24. С. 134–141. Режим доступу: [http://www.lnu.edu.ua/faculty/intrel/2008_24/21 .pdf1](http://www.lnu.edu.ua/faculty/intrel/2008_24/21.pdf1).
206. Крайник О. Системний підхід до регулювання соціально-економічним розвитком регіону. *Регіональна економіка*, 2002. № 1. С. 158 – 165.
207. Кремень Р., Каражия Е. Проблеми розвитку санаторно-курортного та оздоровчого туризму в Одеській області. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*, 2015. № 5. С. 78-90.
208. Кузнецов А.О. Регіональний розвиток. Енциклопедія державного управління: у 8 т. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України [наук.-ред. колегія : Ю.В. Ковбасюк (голова) та ін.]. Т. 5 : Територіальне управління / [наук.-ред. колегія : О.Ю. Амосов (співголова), О.С. Ігнатенко (співголова) та ін.]; за ред. О.Ю. Амосова, О.С. Ігнатенка, А.О. Кузнецова. Харків : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2011. 408 с., с. 320–321
209. Кузнецова О. Теоретические основы государственного регулирования экономического развития регионов. *Вопросы экономики*, 2002. №4. С. 46–66.
210. Куніцин С.В. Обґрунтування вибору стратегічних пріоритетів забезпечення розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу. *Економіка Крима*, 2011. № 3 (36). С. 130–136.

211. Кусков А.С., Лысикова О.В. Курортология и оздоровительный туризм. Ростов-на-Дону: «Феникс», 2004. 320 с.
212. Кухарская Н.А. Стратегические приоритеты трансформации экономики регионов Украины: тенденции, формы, механизмы : монографія. Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2010. 519 с.
213. Легорнев С.Ф. Что считать услугой? Москва: Знание, 1990. 62 с.
214. Левковська Л.М. Стан і перспективи розвитку туризму та санаторно-курортного комплексу в Криму. *Економіка України*, 2009. № 4. С. 11–14.
215. Лепа Р.М. Системна концепція рефлексивного механізму прийняття управлінських рішень. *Економічна кібернетика*, 2004. №3-4. С. 65-72.
216. Лепа Р.Н. Модели рефлексивного управления в экономике: монографія. НАН Украины, Ин-т экономики пром.-сти. – Донецк, 2012. 380 с.
217. Лефевр В.А. Элементы логики рефлексивных игр Проблемы инженерной психологии. Вып. IV. - М.: изд-во АН СССР, 1966. 127 с.
218. Логвина Е.В. Развитие санаторно-курортной сферы - одно из приоритетных направлений рекреации. *Культура народов Причерноморья*, 2012. №220. С.60-64.
219. Лукань Л., Цегелик Г. Застосування кластерного аналізу для оцінки розвитку малого підприємництва в регіонах України. *Формування ринкової економіки в Україні*. Львів, 2009. Вип. 19. С. 73-80.
220. Луцишин І.Я. Санаторно-курортна сфера – важлива складова євроінтеграційного вектора України. *Продуктивні сили і регіональна економіка*. 2008. Ч. 2. С. 195–198.
221. Мазаракі А.А., Ведмідь Н.І. Санаторно-курортні та оздоровчі підприємства: структурні параметри розвитку. *Економіка розвитку*, 2013. №3. С. 51-55.
222. Мазур О.О. Показники, що зумовлюють вартість підприємств рекреаційної галузі. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2010. №2. Т. 1. С. 107–110.

223. Макиавелли Н. Государь. Москва : Планета, 1990. 79 с.
224. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Москва : ИНФРА-М, 2005. XXXVI. С. 965.
225. Максимчук М.В. Інституціалізація розвитку економіки регіонів України: теорія і практика : монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2016. 394 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).
226. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання, 2008. 661 с.
227. Мальська М.П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія. Київ: Знання, 2009. 363 с.
228. Мамутов В.К., Амоша А.И., Дементьева Т. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты: монографія. Київ: Наукова думка, 1992. 141 с.
229. Манильская декларация по мировому туризму. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901813698>
230. Мартякова Е.В. К методологии государственного регулирования в рекреационных регионах. Экономика и управление, 2007. № 4-5. С. 63-68.
231. Мацола В.І. Рекреаційно-оздоровчий туристичний комплекс (питання теорії, методології та практики): монографія. Львів : Ін-т регіон. досліджень НАН України, 1998. 278 с.
232. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва : Изд-во «Дело», 1994. 680 с.
233. Методика формування стратегій сталого соціально-економічного розвитку курортно-рекреаційних територій і туристичних центрів [О.Г. Гуліч, Л.С. Гришів, Н.М. Герасимчук Н.М]. Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2007. 52 с.
234. Методология оценки рекреационных территорий : монография [В.Ф. Данильчук, Г.М. Алейникова, А.Я. Бонсуновская, С.Н. Голубничая]. Донецк: ДИТБ, 2003. 197 с.

235. Мигалина Ю.Ю. Санаторно-курортне оздоровлення як перспективний сегмент розвитку туризму. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2011. №2. С. 254–257.
236. Миронова Т.Л. Соціально-економічний розвиток регіону: діагностика і територіальне планування: монографія. Сімферополь : КРП «Вид-во «Кримнавчпеддервидав», 2008. 460 с.
237. Михайліченко Г.І. Вектори сучасних трансформацій системи державного регулювання інноваційного розвитку туризму. *Інноваційна економіка*, 2012. №7. С. 39–45.
238. Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устенко О.А., Юрій С.І. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. Львів: Світ, 2006. Т. 2. 568 с.
239. Мягков П.А. Малые предприятия. Мо.: Экономика, 1992. М. 147 с.
240. Надворная Г.Г. Повышение эффективности управления финансово-экономической деятельностью туристических предприятий. *Экономика Крыма*, 2008. № 22. С. 32–35.
241. Надтока Т.Б., Какуніна Г.А., Мартякова О.В. та ін. Управлінські технології у рішенні сучасних проблем розвитку соціально-економічних систем : монографія. Донецьк : Вид-во ДонНТУ, 2011. 744 с.
242. Найдьонов М.І., Григоровська Л.В., Найдьонова Л.А. Геополітичний вибір: передумови та наслідки дисбалансу очікувань громадської думки і державної політики. *Проблеми політичної психології*, 2014. Вип. 1. С. 223-237. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr_2014_1_25
243. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери [Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П.]. Львів: НАН України. ІРД НАН України. 1999. 78 с.
244. Норіцина Н.І. Концептуальні основи формування бренду на українському ринку. *Актуальні проблеми економіки*, 2011. №3-4. С. 77-84.
245. Общая резолюция Конференции ООН по международному туризму и путешествиям о развитии туризма. Режим доступу: <http://docs.cntd.ru/document/901813699>

246. Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2014 року. Державна служба статистики України: Статистичний бюллетень, Київ, 2014. 59 с.
247. Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2015 року. Державна служба статистики України: Статистичний бюллетень, Київ, 2015. 59 с.
248. Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2016 року. Державна служба статистики України: Статистичний бюллетень, Київ, 2016. 59 с.
249. Орлова Н. Розвиток багаторівневої системи державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні. *Схід*, 2004. № 5 (63). С. 19-20.
250. Осадчий Е.И. Рекреационная география. Симферополь: «Таврия», 2005. 212 с.
251. Осадчий Е.И., Вельгош Н. З. Туристически-рекреационные ресурсы. Симферополь : ООО «ДиАйПи», 2007. 180 с.
252. Основні показники діяльності за 2010 рік ЗАТ Лікувально-оздоровчих закладів профспілок України «Укрпрофздоровниця». Київ: ЗАТ «Укрпрофздоровниця», 2011. 130 с.
253. Основні показники діяльності за 2011 рік ЗАТ Лікувально-оздоровчих закладів профспілок України «Укрпрофздоровниця». Київ: ЗАТ «Укрпрофздоровниця», 2012. 130 с.
254. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. Режим доступу: www.smida.gov.ua.
255. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
256. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Режим доступу: <http://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=7ce03fa9-91c1-4b9f-9d7c-948d8a7203e6&title=Minekonomrozhvutku>
PrezentovaloTuristichniiPromorolik Ukraini.

257. Офіційний сайт Світової організації туризму. Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.
258. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики. *Вопросы статистики*, 1998. № 4. С. 17-19.
259. Патика Н.І., Лендел Г.Д. Напрями оптимізації оподаткування санаторно-курортних закладів. *Економіка та держава*, 2010. № 11. С. 50–52.
260. Павлов В.І., Ляхович О.О. Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері : монографія. Національний університет водного господарств та природокористування. Рівне, 2015. 188 с.
261. Парсонс Т.О. Политология. Хрестоматия. Москва: Гардарики, 2000. 843 с.
262. Пегушина Г.О. Управління конкурентоспроможністю санаторно-курортних підприємств. *Наукові вісті Дніпровського університету*. 2012. №6. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Nvdu/2012_6/12pgoskp.pdf.
263. Петриченко П.А. Формування стратегії підприємств санаторно-курортного комплексу на підставі життєвого циклу клієнтів. Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2010_29/Petrich.pdf
264. Пługина Ю.А. Интеллектуальный розвиток: сутність поняття. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків, 2011. № 36. С. 193-196.
265. Побережний Р.О. Основні напрямки розвитку підприємств машинобудування. *Вісник національного технічного університету «ХПІ»*. Харків, 2012. №13. с. 90-100.
266. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія. Харків : ІНЖЕК, 2003. 328 с.
267. Попович С.И. Развитие туризма в Украине. Проблемы и перспективы : монографія. Київ : ТанDEM, 1996. 248 с.
268. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ : Основи, 1997. 390 с.
269. Постанова Кабінету Міністрів України від 22 лютого 2006 р. №187 «Про затвердження Порядку забезпечення санаторно-курортними путівками

деяких категорій громадян структурними підрозділами з питань соціального захисту населення районних, районних у м. Києві та Севастополі держадміністрацій, виконавчими органами міських рад». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/187-2006-п>

270. Постанова Кабінету Міністрів України від 7 лютого 2007 р. № 150 »Про затвердження Порядку виплати деяким категоріям осіб з інвалідністю грошової компенсації замість санаторно-курортної путівки та вартості самостійного санаторно-курортного лікування». Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/150-2007-%D0%BF>

271. Прангишвили И.В. Системный подход и общественные закономерности. Москва : Синтег, 2000. 528 с.

272. Прахалад К., Хамел Г. Ключевые компетенции корпорации. *Вестник СПбГУ. Сер. 8 : Менеджмент*, 2003. Вып. 3. С. 18—46.

273. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України: Відомості Верховної Ради України, 2004. №13. С. 180.

274. Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України: Указ Президента України від 11.03.2003 № 207/2003. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/207/2003>.

275. Про засади державної регіональної політики : Закон України від 5 лют. 2015 р. № 156-VIII. Офіц. вісн. України, 2015. № 18.

276. Про затвердження загального положення про санаторно-курортний заклад: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.07.2001 № 805. Режим доступу: [/ laws / show805-2001-n](#).

277. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки розвитку туризму, створення умов безпеки туристів, розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей в Україні : Постанова Кабінету Міністрів України від 7 березня 2012, №241. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/241-2012-%D0%BF>.

278. Про затвердження Порядку забезпечення санаторно-курортними

путівками деяких категорій громадян органами праці та соціального захисту населення: постанова Кабінету Міністрів України від 22 лютого 2006 року N 187. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/187-2006-п>

279. Про затвердження Положення про Міністерство екології та природних ресурсів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 21 січня 2015 р. №32. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/32-2015-п>.

280. Про затвердження заходів щодо державної підтримки молодіжного та дитячого туризму: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 12 травня 2004 р. N 298-р. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/298-2004-р>

281. Про затвердження Порядку створення і ведення Державного кадастру природних територій курортів: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.05.2001 №562. Урядовий кур'єр (27 червня 2001 р.) №113.

282. Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні: Указ Президента України від 21.02.2007 р. №136 / 2007. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/136/2007>.

283. Про Концепцію розвитку охорони здоров'я населення України: Указ Президента України від 07.12.2000 р. № 1313/2000. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

284. Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату : Закон України від 04.02.2004 р. №1430-IV. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1430-15>

285. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України. – ВВР України, 2005. – № 51. – ст. 548. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2850-15>.

286. Про схвалення Концепції розвитку санаторно-курортної галузі : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.04.2003 р. № 231-р. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/231-2003-р>

287. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів [Електронний ресурс]: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 1088-р від 06.08.2008р. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=10882008%FO>.

288. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16 березня 2017 р. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>
289. Райко Д. В., Лебедева Л.Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. № 1. С. 107-123. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2015_1_11
290. Райко Д.В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація: монографія. Національний технічний ун-т «Харківський політехнічний ін-т». Харків.: ВД «ІНЖЕК», 2008. 632 с.
291. Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_044
292. Рахмана І.А. Реорганізація підприємств санаторно-курортного комплексу як інструмент поліпшення результатів їхньої фінансової діяльності. Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSUNU/2008_10_2/rahmana.pdf
293. Рачко В.І. Передумови становлення курортного бізнесу в Україні. *Економіка и управление*. 2009. №6. С. 55–59.
294. Реутов В.Е., Вельгош Н.З. Оцінка функціонування курортно-рекреаційних підприємств : теоретичні аспекти. *Економіка и управление*. 2006. № 4. С. 65-69.
295. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів» № 1088-р від 06.08.2008 року.
296. Россинский М.Б. Сфера услуг в экономике развитого социализма. Саратов: Изд-во Саратовс. ун-та, 1976. 152 с.
297. Салига С.Я., Кирилова Л.І., Каланджи І.А. Удосконалення системи стратегічного маркетингу на підприємствах: монографія. Класичний приватний ун-т. Запоріжжя, 2009. 52 с.
298. Санаторно-курортні і оздоровчі заклади. Туризм. Економічна діяльність. Економічна статистика. Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

299. Семенов В.Ф., Банджи М.Д., Мозгальова В.М. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія. Одеса: «Optimum», 2008. 201 с.
300. Семиноженко В. Новий регіоналізм / В. Семиноженко, Б. Данилишин – К.: Наукова думка, 2005. 119 с.
301. Симоненко В. Регіональна політика: системний підхід / В. Симоненко // Економіка України. – 1996. – № 6. – С. 31-42.
302. Сисоєнко І.В. Санаторно-курортні заклади в державній системі реабілітації та попередження інвалідності в Україні. Теоретичні та прикладні питання державотворення, 2016. Вип. 18. С. 95-106.
303. Сільський зелений туризм в Україні: окремі аспекти організації, обліку і контролю: монографія (Т.С. Осадча). Херсон: Олді-плюс, 2009. 290 с.
304. Снігова О.Ю. Розвиток рекреаційного потенціалу України : оцінка умов та перспектив. *Економика и управление*, 2009. № 4. С. 184-192.
305. Стаханов В.Н. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособ. Москва: Экспертное бюро, 2001. 160 с.
306. Сторонянська І.З. Фінансові механізми формування конвергентної моделі регіонального розвитку : монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2014. 438 с. (Сер. «Проблеми регіонального розвитку»).
307. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія. за ред. Д.Т. Лук'яненка. – Київ: КНЕУ, 2004. 538 с.
308. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9>
309. Стратегічне маркетингове управління: монографія (А.О. Длігач). Київ: Алерта, 2014. 271 с.
310. Субота М.В. Державна підтримка інновацій у курортній справі. Проблеми науки, 2013. № 2. С. 8-12.
311. Тимошенко О.Ю. Нормативно-правовая база Украины в сфере рекреации и туризма. *Управління економікою рекреаційних територій, галузей і*

підприємств : Зб. наук. пр. Київ: Ін-т економіко-правових досліджень НАН України, 2008. С. 23–32.

312. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ : Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

313. Томас Т.Л. Рефлексивное управление в России: теория и военные приложения. *Рефлексивные процессы и управление*, 2002. Т. 2. №1. С. 71-89.

314. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. Москва: ИД Вильямс, 2009. 928 с.

315. Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1213/2001>

316. Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/136/2007>

317. Указ Президента України «Про підтримку розвитку туризму в Україні». Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/127/2001>

318. Ушенко Н.В. Конкурентоспроможність персоналу інноваційно-орієнтованого підприємства. *Часопис економічних реформ*, 2011. №4. С. 150-156.

319. Фасхиев Х.А. Модель управления конкурентоспособностью предприятия. *Проблемы теории и практики управления*, 2008. №2. С. 69-80.

320. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. Київ: Вища школа, 2002. 195 с.

321. Філіпченко А.С. Глобальні форми економічного розвитку : історія і сучасність. Київ: Знання, 2007. 670 с.

322. Хамидова О.М. Причины, тормозящие развитие инфраструктуры крымских курортов. Проблемы и перспективы транзитивной экономики: всеукр. науч.-практ. конф., 20 декабря 2003 года. Симферополь : Таврия-Плюс, 2003. С. 320–322.

323. Хартия туризма и кодекс туриста. Режим доступа: <http://www.keyb.ru/info/269>.

324. Харченко В.А. Бюджет и его влияние на реализацию программы социально-экономического развития региона. *Економіка, фінанси, право*, 2008. № 2. С. 9–13.
325. Хмелевська Л.П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України: дис. канд. екон. наук: 08.01.01. Київ, 2002. 230 с.
326. Царенко О.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Держава та регіони*, 2006. № 6. С. 307–310.
327. Цехла С.Ю. Основные экономические проблемы санаторно-курортного комплекса Крыма. *Экономика Крыма*, 2006. № 17. С. 107-110.
328. Цехла С.Ю. Система управления качеством туристско-рекреационным продуктом. *Экономика Крыма*, 2009. № 29. С. 68-71.
329. Цивільний Кодексу України. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
330. Цобер І.Ю. Аналіз підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств, *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №6 (29). С. 151–155.
331. Цьохла С.Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку. *Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского*, 2008. Т. 2 (60). С. 284–294. Серия: «Экономика».
332. Цьохла С.Ю. Сутність соціально орієнтованої рекреаційної діяльності й проблеми її розвитку. *Економіка та держава*, 2008. №1. С. 21–23.
333. Цьохла С.Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз та шляхи вдосконалення: монографія. Сімферополь: «Таврія», 2008. 352 с.
334. Чайковська О.В., Костенко Г.П. Фінансове забезпечення розвитку санаторно-курортних закладів як необхідна умова соціалізації суспільства. *Торгівля і ринок: темат. зб. наук. праць*, 2010. Т. 1. Вип. 30. 453 с.
335. Чайковська О.В., Костенко Г.П. Фінансові умови розвитку санаторно-курортних закладів. *Торгівля і ринок України: зб. наук. праць*, 2009. Т. 3. Вип. 27. 451 с.

336. Чайковська О. В., Костенко Г. П. Фінансове забезпечення розвитку санаторно-курортних закладів як необхідна умова соціалізації суспільства . *Торгівля і ринок*: темат. зб. наук. праць. 2010. Вип. 30. Т. 1. 453 с.

337. Черниш О.І. Ринок послуг: механізми державного регулювання в трансформаційній економіці: монографія. Донецьк: ТОВ «РВК» ПРОМО», 2005. 418 с.

338. Черчик Л.М. Напрями фінансово-економічного регулювання в рекреаційній сфері. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. – Луцьк: Луцький індустріальний інститут, 1997. С. 52-64.

339. Черчик Л.М. Рекреаційна система Волинської області та соціально-економічні фактори її формування. *Регіональна політика України : наукові основи, методи, механізми*. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1998. С. 197-200.

340. Черчик Л.М. Шляхи залучення інвестицій в рекреаційну сферу Волинської області. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону*. Луцьк: Луцький державний технічний університет, 1998. С.12-24.

341. Шаповаленко К.С. Стратегія брендінгу на світовому та українському світових ринках. *Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення*: Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих вчених ХНУ ім. В.Н. Каразіна (Харків, 6-7 квітня 2012 р.). 2012. 345 с.

342. Шмагина В.В., Харичков С.К. Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально-экономического развития. Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2003. 70 с.

343. Шульц С.Л. Економічний простір України: формування, структурування та управління: монографія. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2010. 390 с.

344. Aaker David A. Strategic market management. USA: John Wiley & Sons, Inc., 2008. 245 p.
345. Ansoff H.I. Strategic issue management. *Strategic Management Journal*, 1970. № 1. P. 131-148.
346. Ansoff I.H. The New Corporate Strategy. N.Y.: John Wiley and Sons, Inc., 1988. 235 p.
347. Audretsch D., Feldman M. Innovative clusters and the industry life cycle. *Review of Industrial Organization* 11. 1996. P. 253-273.
348. Bole L., Johnson L. A customer-service worker relationship model. *International Journal of Service Industry Management*, 2000. № 11 (5). P. 491–511.
349. Boo E. Ecotourism Boom: Planning for Development in Management. Wildlands and Human Needs Technical Paper Series (Paper №2). Washington D.C., U.S.A.: World Wildlife Fund. 1994. 168 p.
350. Buhalis D. Limits of tourism development in peripheral destinations: problems and challenges. *Tourism Management*. 1999. Vol. 20 (2). P.183-185.
351. Commons R. John. Institutional Economics. *American Economic Review*, 1931. Vol. – 21. P. 648–657.
352. Cost sharing for care : France, Germany, and Switzerland / The Kaiser Family Foundation. Washington : The Henry J Kaiser Family Foundation, 2009. 24 p.
353. Davis L., North D. Institutional Change and American Economic Growth: A First Step towards a Theory of Institutional Innovation. *Journal of Economic History*, 1970. Vol. 30. №1. P. 133.
354. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality (Ed. S. Medlik). London: ButterworthHeinemann Etd., 1993. – P.43.
355. Drucker P.F. The theory of business. *Harvard Business Review*, 1994. Sept.-Okt. P. 95-104.
356. Ecotourism Society, 1994. Western D. Defining Ecotourism. In: Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society, North Bennington, USA, 1993. 547 p.

357. Evans D., McKee J. Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement – John Wiley & Sons, 2010. 408 p.
358. Exports from international tourism rise to US\$ 1.5 trillion in 2014 URL: <http://media.unwto.org/press-release/2015-04-15/exports-international-tourism-rise-us-15-trillion-2014>.
359. Experience Ukraine! We are open for Tourism. URL : <http://youtube.com/watch?v=qZMMJo7jOTQ>.
360. Foss Nicolai J. The Resource-Based Perspective: An Assessment and Diagnosis of Problems. *Scandinavian Journal of Management*, 1998. Vol. 14. P. 133-149.
361. Get Approval for Tourism Projects [Electronic resource] // Sri Lanka Tourism Development Authority. – URL: http://www.sltda.lk/get_approval_for_
362. Global Competitiveness Reports from World Economic Forum. URL: <http://weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/PastReports/index.htm>.
363. Gossiling S. Tourism – Sustainable Development Option. *Environmental Conservation*, 2000. Vol. 27. N 3. pp. 5-14.
364. Gulati M. Improving Efficiency of Service Provision - relevance of Cluster Approach. UNIDO - NEW DELHI, 2003, 3 December. – 2003: URL: <http://www.oecd.org/daf/corporate> .
365. Haas R. W. Industrial Marketing Management. 2- nd ed. Boston: Kent Publishing Co., 1982. 652 p.
366. Halachenko O. Assessment of trends of development of the sphere of sanatorium and resort services: regional aspect. *Eurasian Academic Research Journal*. Multilanguage science journal, №11 (17), 2017. Eurasian Social Sciences Association (Yerevan, Armenia). P. 96-102.
367. Halachenko O.O. Information support of field sanatorium in the international market of tourist services. *Sciences of Europe. Economis sciences*, 2017. VOL. 3. №14 (14). P. 14-17.

368. Halachenko O.O., Vasylchak S.V. Regional policy of the development of the sanatorium-resort services: directions for the formation and implementation. *Slovak international scientific journal*, 2017. VOL. 1. №7 (7). P. 32-33.
369. Halachenko O.O. Theoretical approaches to the formation of a systemic-reflexive marking paradigm of tourist services. *Sciences of Europe*, 2017. VOL. 3. №14 (16). P. 23-29.
370. Halachenko A., Vasylchak S.V. Theoretical basis for the development of sanatorium-resort services: regional aspect. *An International Refereed Economic Journal. International Economics Letters*, 2016. VOL.5. №2 (2). P. 54-62.
371. Hartmut, Bossel. Indictors for sustainable development: Theory, method, applications. *International Institute for Sustainable Development*, 1999. 124 p.
372. Havrylko H. Scenarios of strategic development priorities of the resort cluster (on example Zakarpattia oblast of Ukraine). *Scientific issue of knowledge, education, law and management*, 2015. № 4 (12). P. 89-92.
373. Henderson J.C. Healthcare tourism in Southeast Asia. *Tourism Review International*, 2004. № 7. P. 111-121.
374. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations [Text]. Madrid : WTO, 2004. 514 p.
375. Inskeep E. National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. New York: Routledge, 1994. 249 p.
376. International tourist arrivals up 4% in the first four months of 2015. URL: <http://media.unwto.org/press-release/2015-07-08/international-tourist-arrivals-4-first-four-months-2015>.
377. Kelly, G.A. The psychology of personal constructs: Vol. 2. Clinical diagnosis and psychotherapy. London: Routledge., 1991. 470 p.
378. Kotler Ph. Marketing Management: Analysis, Planning and Control. 5- th ed. Englewood Cliffs, N.Y.: Prentice Hall, 1984. 344 p.
379. Lindberg K., Hawking D. Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. Volume 1. The Ecotourism Society, North Bennington, USA, 1993. 331 p.
380. Markiewicz J. Oczekiwania na usługi ze stronv instvtucii otoczenia biznesu z zakresu szeroko pojętej innowacyjnosci. Ranort s badania. Szczecin, 2007. P. 101.

381. Marvin J. Cetron, Frederic K.J. De Micco. Owen Davies Hospitaliti 2010 : The Future of Hospitaliti and Travel. Pub. Prentce Hall. 2005. 312 p.
382. Materials of the World Economic Forum. Режим доступа: <http://www.weforum.org>.
383. Meadows D. H., Meadows D. L., Randers J. and Behrens W. W. The Limits to Growth. New York, 1972. 205 p.
384. Michael J. Stahl, David N. Grigsby. Strategic Management for Decision Making. Boston: PWS-Kent Publishing Company, 1992. 999 p.
385. Montgomery C.A., Kaufman R. The board's missing link. *Harvard Business Review*. 2003. Vol. 81. P. 3-29.
386. Muljadi, P. Digital Marketing Handbook. Retrieved from http://books.google.com.ua/books?id=L4wr9mFq7nkC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbgse_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false [in English].
387. Norman Ed. R. Service management. Strategy and leadership in Service Business. New York, 2000. 645 p.
388. Paraskevas A. Intemal service encounters in hotels : an empirical study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2001. № 13 (6). P. 285 – 292.
389. Perspektywy rozwoju malych i srednich przedsiebiorstw wysokich technologii w Polsce do 2020 roku. Wojnicka E., Klimczak P., Wojnicka M., Dabkowski J. Warszawa, 2006. S. 85.
390. Peter F. Drucker. «Management: Tasks, Responsibilities, Practices». New York : «Harper& Row», 1973. 512 p.
391. Planning for a Natural and Healthy Environment. Planning Policy Statement. Department of Communities and Local Government, UK.: <http://www.communities.gov.uk/publications/planningandbuilding/nat>
392. Porter M. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76. 1998. P. 77–90.
393. Porter M. Competitive Advantage. New York: Free Press, 1985. 933 p.
394. Robinson R. Strategic Management; Formulation, Implementation and Contral. Boston, 1991. 590 p.

395. Rouse M. Definition: Social Media Marketing. *Business terms glossary*.
Режим доступу: <http://whatis.techtarget.com/definition/social-media-marketing-SMM>.
396. Safko L., Brake D.K. The social media bible: Tactics, tools & strategies for business success. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2009. 622 p.
397. Schivinski B., Dąbrowski D. The Impact of Brand Communication on Brand Equity Dimensions and Brand Purchase Intention Through Facebook: Working Paper. Gdansk University of Technology, 2013. 278 p.
398. Shumpeter J. The Theory of Economic Development. United Kingdom: Cambridge, 1964. 560 p.
399. Social Media Marketing (SMM) Definition Investopedia. Режим доступу: <http://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp>.
400. Social media marketing Meaning in the Cambridge English Dictionary. Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media-marketing>
401. Stelzner, M. 2017 Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses. Social media examiner
402. Storonyanska I., Popadynets N. State structural policy: basic directions of its implementation. *Developmental challenges of the economy and enterprises after crisis*. Cracow, 2014. P. 25-32.
403. The European Cluster Memorandum. Promoting European Innovation Through Clusters: An Agenda For Policy Action. Prepared By The High Level Advisory Group on Clusters, chaired By Senator Pierre Laffitte. 2007. <http://www.clusterobservatory.eu>.
404. Whelan T. Nature Tourism. Managing for the Environment. Island Press, 1991. 235 p.
405. Yoon M., Beatty S., Suh J. The effect of work climate on critical employee and customer outcomes: An employee-level analysis. *International Journal of Service Industry Management*. 2001. № 12 (5). P. 500-521.
406. Zob. O. Lange, *Ekonomia polityczna*, t. 1, PWN, Warszawa 1980, s. 217.

ДОДАТКИ



Рис. А.1. Система регулювання функціонування сфери санаторно-курортних послуг

Джерело: складено автором

Курорти України, у яких надають лікувальні санаторно-курортні послуги

№	Курорт	Область	Тип курорту	Напрями лікування
1	2	3	4	5
1	Миргород	Полтавська	Бальнеологічний	Захворювання шлунково-кишкового тракту (хронічні гастрити, коліти, гепатити, холецистити тощо), обміну речовин (у тому числі, цукровий діабет), опорно-рухового апарату, нервової системи
2	Моршин	Львівська	Бальнеологічний	Хронічні гастрити, коліти, холецистити, панкреатити, виразкова хвороба шлунка та дванадцятипалої кишки, дискінезія жовчовивідних шляхів
3	Солотвино	Закарпатська	Кліматичний, бальнеогрязевий	Алергічні захворювання органів дихання (у тому числі, астма, туберкульоз), захворювання опорно-рухового апарату, нервової, сечовидільної систем
4	Східниця	Львівська	Бальнеологічний	Захворювання шлунково-кишкового тракту (хронічні гастрити, коліти, жовчнокам'яна хвороба, хронічні гепатити та холецистити), сечостатевої системи (сечокам'яна хвороба, сечокислий діабет тощо), ендокринної системи (цукровий діабет)
5	Трускавець	Львівська	Бальнеологічний	Захворювання шлунка, кишечника, печінки, жовчних шляхів, нирок, сечового міхура, гінекологічні захворювання, цукровий діабет, патологія опорно-рухового апарату
6	Хмільник	Вінницька	Бальнеологічний	Захворювання опорно-рухового апарату, нервової, ендокринної, серцево-судинної систем, жіночих та чоловічих статевих органів, шкіри
7	Черче	Івано-Франківська	Бальнеогрязевий	Лікування опорно-рухового апарату (остеохондроз, артрити, артрози), периферичної та центральної нервової системи (у тому числі, радикуліт, невралгії, астенічний синдром), захворювання судинної системи (хвороба Рейно, варикоз, хронічні тромбофлебії тощо), гінекологічні проблеми

1	2	3	4	5
8	Шаян	Закарпатська	Бальнеологічний	Захворювання шлунка та підшлункової залози (гастрити, коліти, виразки, панкреатити), печінки, жовчного міхура та жовчовивідних шляхів (хронічні гепатити, холецистити), обміну речовин (цукровий діабет, ожиріння), сечостатевої системи (хронічні пієлонефрити, цистити, сечокам'яна хвороба), інтоксикації
9	Поляна (Свалявський р-н)	Закарпатська	Бальнеологічний	Захворювання органів травлення у фазі стійкої та нестійкої ремісії (гастрит, виразка, панкреатит, гепатит, ентерит, ентероколіт, хронічні коліти), цукровий діабет легкого та середнього ступенів
10	Солочин	Закарпатська	Бальнеологічний	Лікування хронічних захворювань шлунково-кишкового тракту, захворювань ендокринної системи, супутніх захворювань серцево-судинної, центральної та периферичної нервової систем, опорно-рухового апарату
11	Берегове	Закарпатська	Бальнеологічний	Захворювання опорно-рухового апарату, нервової, серцево-судинної систем, урологічні проблеми
12	Великий Любінь	Львівська	Бальнеогрязевий	Хвороби системи кровообігу, кістково-м'язової системи і сполучної тканини, нервової, жіночої статевий систем, шкіри та підшкірної клітковини, відновлення після гострого інфаркту міокарда, лікування дітей (4-18 років) з ДЦП
13	Медобори	Тернопільська	Бальнеогрязевий	Захворювання серцево-судинної системи (гіпертонічна хвороба, судинні неврози); органів травлення (гастрити, коліти, гепатити, холангіти); нервової системи (радикуліти, неврити); опорно-рухового апарату (ревматоїдний артрит, остеохондроз); органів дихання; гінекологічні захворювання, безпліддя, ендокринної системи (цукровий діабет, ожиріння); захворювання шкіри (екзема, псоріаз, дерматити).

Продов. додат. Б. табл. Б.1

1	2	3	4	5
14	Голубине	Закарпатська	Кліматичний, бальнеологічний	Захворювання органів травлення, порушення обміну речовин, хвороби систем кровообігу, дихання, нервової, ендокринної, сечостатевої, кістково-м'язової систем
15	Сергіївка	Одеська	Кліматичний, бальнеогрязевий	Захворювання опорно-рухового апарату
16	Бердянськ	Запорізька	Кліматичний, бальнеогрязевий	Органи дихання та кишково-шлункового тракту
17	Коблево	Миколаївська	Бальнеокліматичний	Опорно-руховий апарат, шкірні захворювання, нервова система
18	Буковель	Івано- Франківська	Бальнеологічний, Гірськокліматичний	Захворювання опорно-рухового апарату, кишкового тракту та сечовивідних шляхів
19	Косино	Закарпатська	Бальнеокліматичний	Захворювання опорно-рухового апарату (наслідки травм кісток та м'язів), серцево-судинної, нервової систем, нирок, шкіри
20	Біла Церква	Київська	Бальнеологічний	Захворювання нервової та ендокринної систем, опорно-рухового апарату, серцево-судинної, жіночої статеві систем

Анкета для оцінки впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на розвиток сфери санаторно-курортних послуг

Вінницької області

«Маркетингове дослідження оцінки сили впливу факторів на діяльність закладів сфери санаторно-курортних послуг

Вінницької області»

1. Область _____
2. Район _____
3. Назва закладу _____
4. Міністерство, комітет, відомство _____
5. Форма власності _____
6. Вид діяльності _____
7. Визначити рівень вагомості впливу факторів на діяльність закладів ринку сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області. Ступінь впливу фактора оцінюється за шкалою від 1 до 3 (де: 1 – рівень вагомості незначний, будь-яка зміна фактора практично не впливає на діяльність закладів; 2 – рівень вагомості середній, зміна фактору впливає на реалізацію санаторно-курортних послуг і прибуток підприємств санаторно-курортної сфери; 3 – рівень високий, будь-які коливання викликають значущі зміни в продажах і прибутку закладів).

Фактори	Рівень вагомості	Фактори	Рівень вагомості
Сильні сторони		Слабкі сторони	
Вдале місце розташування		Недостатній рівень розвитку інфраструктури	
Сприяння органів місцевого самоврядування розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні		Низький рівень реклами та інформаційного сервісу	
Поєднання послуг		Низький рівень матеріально-технічного забезпечення	
Диверсифікація послуг		Відсутність узгодженого плану дій	
Широке коло охоплення сегментів ринку		Неефективна політика мотивації персоналу	
Низька цінова політика порівняно з конкурентами		Низький рівень обізнаності серед сегментів	
Площа приміщення		Обмежений маркетинговий бюджет	

Можливості		Загрози	
Потенційно високий попит на санаторно–курортні послуги		Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм	
Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування		Стрімкий вплив кваліфікованих кадрів	
Зростання попиту серед споживачів на санаторно-курортні послуги		Велика вартість кредитних ресурсів	
Наявні ресурси для стратегії диверсифікації санаторно-курортного продукту		Зміна політичного та економічного курсу в державі щодо регіонального розвитку санаторно-курортної сфери	
Зростання кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів		Зростання рівня конкуренції	

8. Оцініть ймовірності зміни фактору впливу на заклади сфери санаторно-курортних послуг Вінницької області (ймовірність коливань оцінюється за 5-ти бальною шкалою, де 1 - мінімальна ймовірність зміни фактору зовнішнього середовища, а 5 - максимальна).

Фактори	Ймовірність зміни	Фактори	Ймовірність зміни
Сильні сторони		Слабкі сторони	
Вдале місце розташування		Недостатній рівень розвитку інфраструктури	
Сприяння органів місцевого самоврядування розвитку санаторно-курортної сфери в регіоні		Низький рівень реклами та інформаційного сервісу	
Поєднання послуг		Низький рівень матеріально-технічного забезпечення	
Диверсифікація послуг		Відсутність узгодженого плану дій	
Широке коло охоплення сегментів ринку		Неефективна політика мотивації персоналу	
Низька цінова політика порівняно з конкурентами		Низький рівень обізнаності серед сегментів	
Площа приміщення		Обмежений маркетинговий бюджет	
Можливості		Загрози	
Потенційно високий попит на санаторно–курортні послуги		Недостатнє фінансування на реалізацію регіональних програм	

Зростання кількості кваліфікованого персоналу в сфері обслуговування		Стрімкий вплив кваліфікованих кадрів	
Зростання попиту серед споживачів на санаторно-курортні послуги		Велика вартість кредитних ресурсів	
Наявні ресурси для стратегії диверсифікації санаторно-курортного продукту		Зміна політичного та економічного курсу в державі щодо регіонального розвитку санаторно-курортної сфери	
Зростання кількості внутрішніх та зовнішніх споживачів		Зростання рівня конкуренції	

Дякуємо за співпрацю!!!

Шановний респондент!

У зв'язку з проведенням дослідження оцінки рівня впливу інструментів соціал медіа маркетингу на розвиток регіонального ринку санаторно-курортних послуг просимо Вас заповнити наступну анкету. Відзначте той варіант відповіді, що більшою мірою відповідає Вашій думці.

Анкета

Маркетингове дослідження оцінки рівня впливу інструментів соціал медіа маркетингу на розвиток регіонального ринку санаторно-курортних послуг

○ Які інструменти комунікаційної стратегії використовує санаторно-курортне підприємство:

- рекламу;
- пропаганду;
- стимулювання збуту;
- PR.

○ Які канали поширення інформації використовує суб'єкт підприємницької діяльності:

- Інтернет ресурси;
- Буклети та брошури;
- Реклама в газетах, журналах тощо ;
- реклама на транспорті;
- інше.

○ Вкажіть чи використовує ваше підприємство інструменти соціал медіа маркетингу для підвищення рівня пізнаваності бренду на ринку санаторно-курортних послуг:

- так;
- ні

○ Які інструменти соціал-медіа маркетингу формують комунікаційну стратегію санаторно-курортного підприємства:

- сайт підприємства;
- відео-контент;
- соціальні вкладки;

- сторінка у соціальних мережах;
 - е-мейл маркетинг;
 - event-маркетинг;
 - інше.
- Визначіть основні переваги за результатами використання інструментів соціаль медіа маркетингу у комунікаційній стратегії підприємства:
- покращення позиції на ринку;
 - підтримка трафіку;
 - формування зворотного зв'язку зі споживачами;
 - забезпечення розуміння ринку;
 - сприяння діловому партнерству;
 - залучення додаткових споживачів;
 - зниження витрат на маркетинг;
 - збільшення продажів.

Дякуємо за відверті відповіді!

Шановний респондент!

У зв'язку з проведенням дослідження регіонального ринку санаторно-курортних послуг України просимо Вас заповнити наступну анкету. Відзначте той варіант відповіді, що більшою мірою відповідає Вашій думці.

Анкета

Маркетингове дослідження регіонального ринку санаторно-курортних послуг.

1. Якому напрямку відпочинку Ви віддаєте перевагу:
 - ☐ за кордоном;
 - ☐ по інших областях України;
 - ☐ по Львівській області.
2. Яким чином, як правило, Ви здійснюєте організацію свого відпочинку:
 - ☐ за допомогою туристичних фірм;
 - ☐ організовую самостійно.
3. На які показники Ви звертаєте увагу при виборі санаторно-курортної послуги(не більше трьох):
 - ☐ реклама;
 - ☐ рівень бренду санаторно-курортної послуги;
 - ☐ відгуки друзів;
 - ☐ цінова політика;
 - ☐ система знижок;
 - ☐ інші інструменти;
4. Як часто Ви їздите відпочивати:
 - ☐ рідше ніж раз на два роки;
 - ☐ раз на два роки;
 - ☐ раз на рік;
5. Оцініть ефективність бренду санаторно-курортних послуг Закарпатської, Вінницької, Львівської, Херсонської областей:

Оцінюючий критерій		Оцінка відповідей			
		Область 1	Область 2	Область 3	Область 4
Позиція бренду на ринку (наскільки відомий)					
Варіанти	Існуючими споживачами				
	Потенційними споживачами				

2. Чи є проблеми з поточним іміджем					
варіанти	Низька якість послуг				
	Не користується популярністю				
	Завищена ціна				
	Межі бренду розмиті				
	Проблеми при наданні послуг				
	інші				
3. Наскільки імідж бренду відрізняється від іміджу конкуруючих брендів					
варіанти	Іміджу конкуруючих брендів				
	Іміджу брендів інших регіонів				
4. Наскільки висока лояльність бренду серед					
варіанти	Працівників				
	Партнерів				
	Споживачів				
5. Наскільки бренд близький:					
варіанти	Операційним процесам				
	Корпоративній культурі				
6. Наскільки сильна позиція бренду на ринку					
Загальна оцінка ринкових позицій					

6. Які чинники впливу для Вас визначальні при виборі бренду санаторно-курортних послуг Вінницької області (не більше трьох):

- Якість послуг;
- Асортимент послуг;
- Імідж бренду послуг у порівнянні з конкурентами;
- Місце розташування;
- Доступна ціна;
- Акційні пропозиції;
- Інші чинники.

7. У який період Ви більше відпочиваєте:

- Зимово-весняний;
- Літньо–осінній.

8. Повідомте, будь-ласка, дані про себе:

- Вік _____
- Стать _____
- Сімейний стан _____
- Рід занять _____
- Освіта : _____

Дякуємо за відверті відповіді!

Критерії проведення оцінки ринкових позицій брендів санаторно-курортних послуг регіонів України

Оцінюючий критерій		Оцінка відповідей			
		Закарпатська область	Вінницька область	Львівська область	Херсонська область
1		2	3	4	5
Позиція бренду на ринку (наскільки відомий)		Лідер 3	Лідер 3	Регіон, що відстає -1	Регіон, що відстає -1
Варіанти	Існуючими споживачами	Добре відомий- 3	Добре відомий- 3	Добре відомий-3	Відомий певною мірою-2
	Потенційними споживачами	Добре відомий- 3	Відомий- певною мірою 2	Відомий певною мірою-2	Невідомий -1
2. Чи є проблеми з поточним іміджем					
варіанти	Низька якість послуг	немає проблем -3	немає проблем -3	є певні проблеми -2	є суттєві проблеми - 2
	Не користується популярністю	немає проблем -3	немає проблем -3	є суттєві проблеми - 1	є суттєві проблеми - 2
	Завищена ціна	є суттєві проблеми - 1	є суттєві проблеми - 1	є певні проблеми -2	немає проблем -3
	Межі бренду розмиті	немає проблем -3	є певні проблеми -2	немає проблем - 3	є суттєві проблеми - 1
	Проблеми при наданні послуг	немає проблем -3	немає проблем -3	є певні проблеми -2	є суттєві проблеми - 1
	інші	немає проблем -3	є певні проблеми -2	є певні проблеми -2	немає проблеми -3
3. Наскільки імідж бренду відрізняється від іміджу конкуруючих брендів					
варіанти	Іміджу конкуруючих брендів	Відрізняється певною мірою -3	Відрізняється певною мірою -3	Відрізняється певною мірою -3	Не відрізняється -1
	Іміджу брендів інших регіонів	Відрізняється певною мірою-2	Відрізняється певною мірою-1	Відрізняється певною мірою-2	Відрізняється певною мірою-3

Продов. додат. Є табл Є.1

1	2	3	4	5	6
4. Наскільки висока лояльність бренду серед					
варіанти	Працівників	Висока лояльність-3	Висока лояльність-3	Середня лояльність-2	Середня лояльність - 2
	Партнерів	Висока лояльність-3	Середня лояльність-2	Середня лояльність-2	Середня лояльність – 2
	Споживачів	Висока лояльність-3	Висока лояльність-3	Середня лояльність - 2	Середня лояльність - 2
5.Наскільки бренд близький:					
варіанти	Операційним процесам	Дуже близький - 3	Дуже близький - 3	Близький певною мірою - 2	Близький певною мірою - 2
	Корпоративній культурі	Дуже близький - 3	Дуже близький - 1	Близький певною мірою - 2	Не близький - 1
6.Наскільки сильна позиція бренду на ринку		Сильна позиція - 3	Сильна позиція - 3	Середній бренд - 2	Слабкий бренд - 1
Загальна оцінка ринкових позицій		45 балів	39 балів	34 бали	29 балів

Порівняння традиційної і системно-рефлексивної парадигм маркетингу*

Традиційне розуміння маркетингу	Системно-рефлексивний маркетинг
Ринкове середовище розглядається як контрольоване та неконтрольоване	Ринкове середовище розглядається як кероване і умовно некероване. Якщо відомо, що у певного чинника ринкового середовища принципово може бути керівник, то рефлексивний маркетинговий керівник (РМК) може за потреби включити цей чинник до об'єкта управління.
Ринкове середовище не є нейтральним по відношенню до суб'єкта надання санаторно-курортних послуг. Суб'єкт надання санаторно-курортних послуг може реалізувати проактивну або активну політику по відношенню до споживача.	Ринкове середовище є об'єктом управління.
Клієнт вважається раціоналізованим з усвідомленим інтересом. Маркетинг орієнтований на задоволення інтересів споживача.	Споживач вважається іраціоналізованим (суб'єктивно раціональним) з неусвідомленим інтересом. Маркетинг орієнтований на формування інтересів споживачів.
Суб'єкт надання санаторно-курортних послуг розглядається як одна зі сторін узгодження інтересів	Суб'єкт управління (РМК) може виступати суб'єктом узгодження інтересів, але при цьому займає рефлексивну позицію щодо інших суб'єктів узгодження інтересів. РМК організовує процес узгодження інтересів, тобто узгодження інтересів може здійснюватись не з позиції «всередині» відносин, а ззовні. РМК фактично не узгоджує інтереси, а створює умови для їх узгодження.
У граничному випадку маркетинг розглядається як теорія та практика управління підприємницькою діяльністю.	В граничному випадку маркетинг (системно рефлексивний маркетинг 7 рангу) розглядається як теорія та практика управління ринком.
Традиційний погляд на стратегічне управління передбачає, що маркетингова стратегія є складовою корпоративної стратегії та стратегії підрозділу й бізнес-одиниць.	Системно-рефлексивне маркетингове управління розглядає маркетингову стратегію як основу (сукупність базових рішень) корпоративної стратегії та стратегій інших рівнів.
Вихідним рішенням є формування бачення суб'єкта надання санаторно-курортних послуг і його декомпозиція на систему стратегічних цілей.	Вихідним є усвідомлення суб'єктом надання санаторно-курортних послуг об'єкта управління, його власного інтересу по відношенню до об'єкта і управління, формування бачення (узгодження інтересів стейкхолдерів).

Джерело: побудовано автором на основі [130].

Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу

	1 Регіон	2 Доходи від наданих послуг, тис. грн	3 Кількість спеціалізованих засобів розміщування, які працювали	4 Кількість розміщених осіб	5 Кількість ночівель проведених у СКЗР, ліжко-днів	6 Фактичні витрати на один день перебування в середньому за рік, грн	7 Частка лікарів серед працівників
1	Вінницька	247 328,4	20	50 783	827 821	412,1	0,097
2	Волинська	39 013,8	67	28 434	244 253	239,7	0,034
3	Дніпропетровська	116 596,6	78	208 292	1 082 385	254,7	0,039
4	Донецька	102 755,1	73	50 396	745 668	226,5	0,035
5	Житомирська	42 410,9	7	13 839	252 526	274,4	0,058
6	Закарпатська	338 586,7	45	64 900	748 081	424,9	0,057
7	Запорізька	357 186,7	262	207 420	1 696 273	256,4	0,037
8	Івано -Франківська	43 543,4	27	36 394	514 583	241,1	0,048
9	Київська	75 488,0	56	45 047	667 384	276,4	0,050
10	Кіровоградська	14 800,1	22	12 055	123 608	267,6	0,040
11	Луганська	13 447,3	6	6 052	87 304	267,9	0,043
12	Львівська	570 707,1	52	111 395	1 654 299	362,9	0,071
13	Миколаївська	145 138,7	173	119 797	878 583	187,9	0,030
14	Одеська	495 444,1	351	236 337	2 803 591	261,6	0,059
15	Полтавська	230 852,8	28	61 390	778 180	360,3	0,069
16	Рівненська	37 192,4	11	14 505	203 661	247,8	0,043
17	Сумська	17 964,9	18	11 977	153 138	225,1	0,052
18	Тернопільська	18 045,2	9	8 494	143 638	278,2	0,058
19	Харківська	81 800,3	39	37 673	541 728	272,9	0,061
20	Херсонська	269 029,1	127	106 283	1 121 126	224,8	0,024
21	Хмельницька	18 825,3	16	13 509	210 331	303,1	0,058
22	Черкаська	22 584,5	37	20 659	255 048	229,4	0,038
23	Чернівецька	4 371,2	7	3 027	78 591	242,2	0,052
24	Чернігівська	4 587,6	12	6 489	103 064	225,8	0,036
25	м.Київ	84 606,0	21	32 537	452 945	370,5	0,090

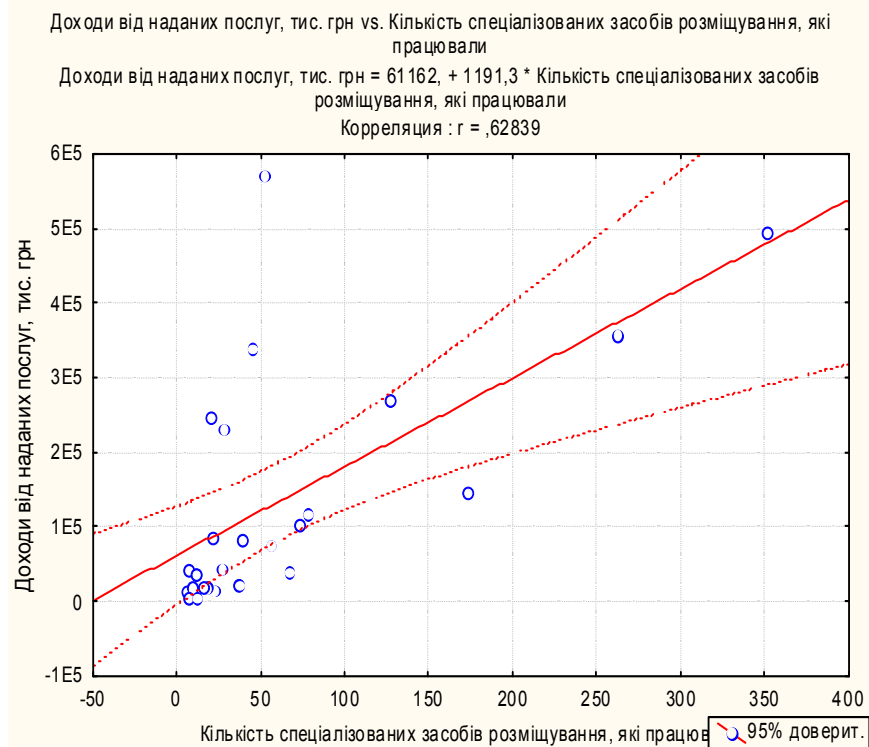


Рис. Л.1. Кореляційне поле та довірчі інтервали залежності доходів СКОЗ від їхньої кількості

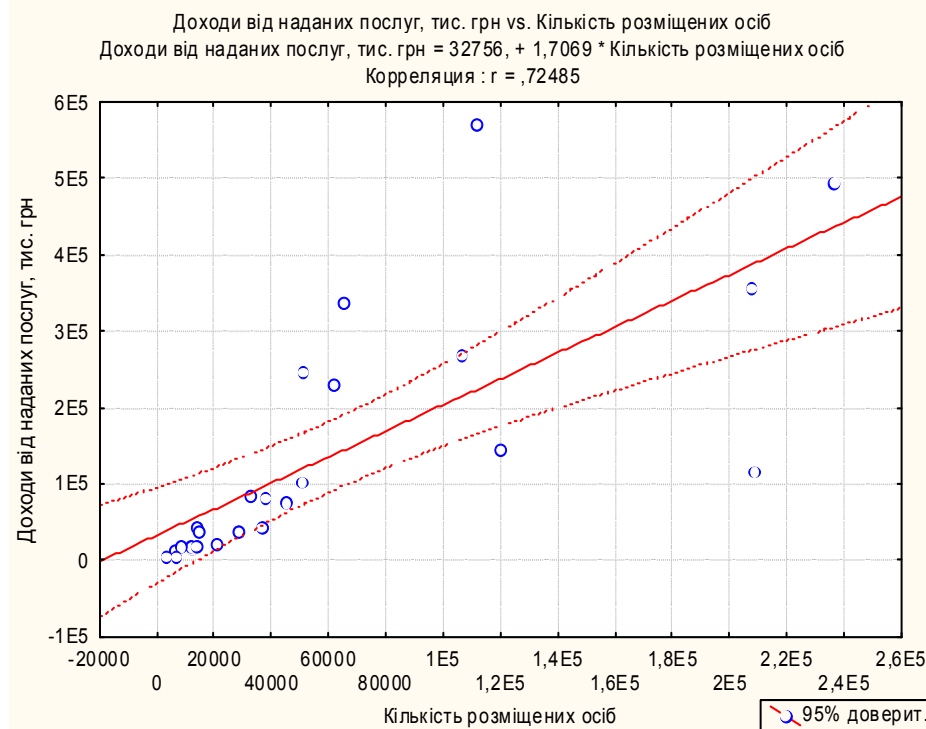


Рис. Л.2. Кореляційне поле та довірчі інтервали залежності доходів від кількості розміщених осіб у СКОЗ

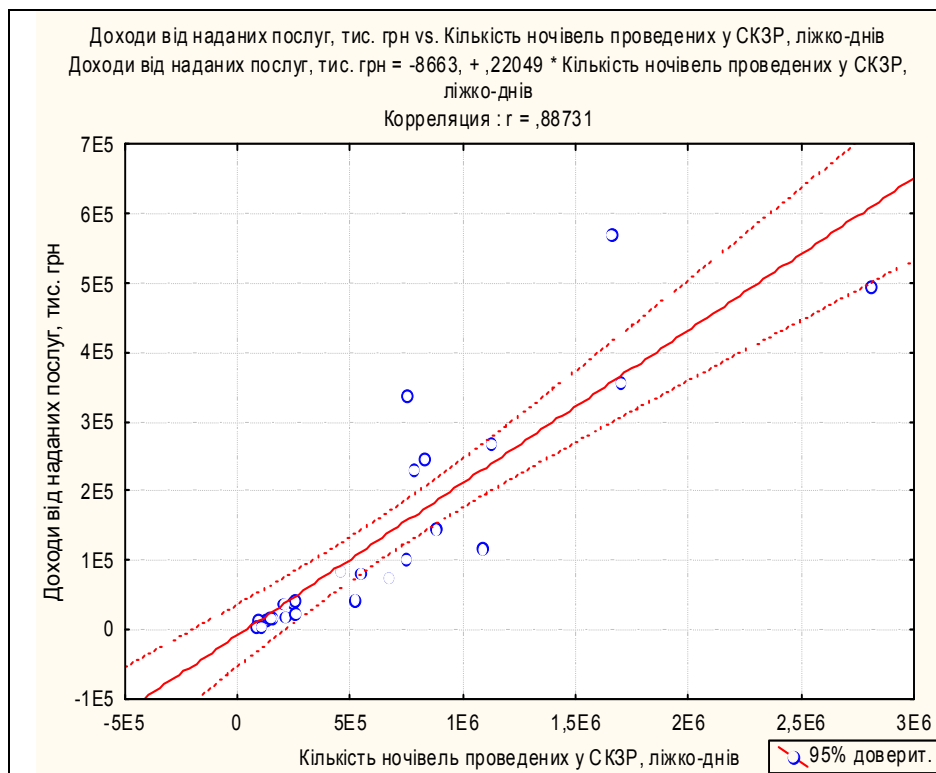


Рис. Л.3. Кореляційне поле та довірчі інтервали залежності доходів СКОЗ від кількості ночівель у них

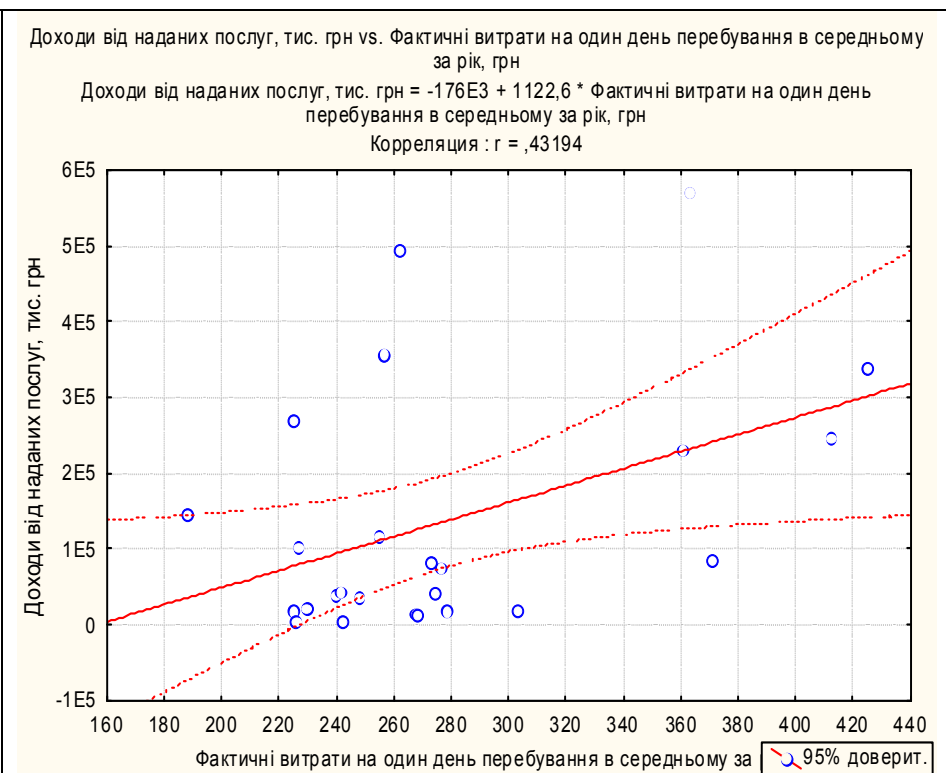


Рис. Л.4. Кореляційне поле та довірчі інтервали залежності доходів від витрат на один день перебування у СКОЗ

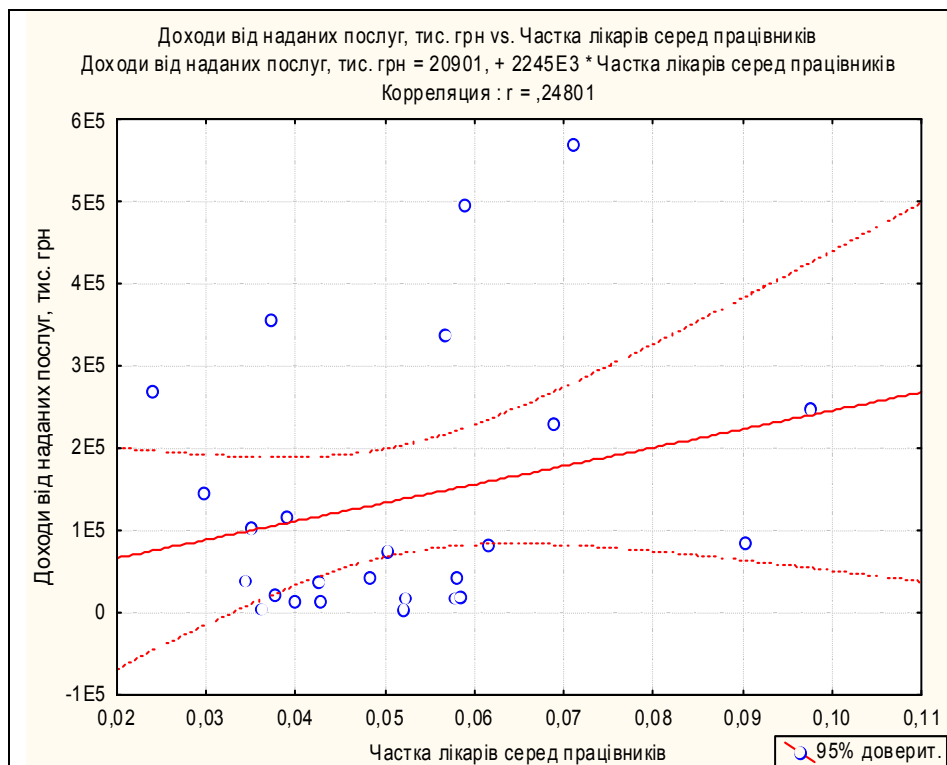


Рис. Л.5. Кореляційне поле та довірчі інтервали залежності доходів СКОЗ від частки лікарів серед працівників СКОЗ

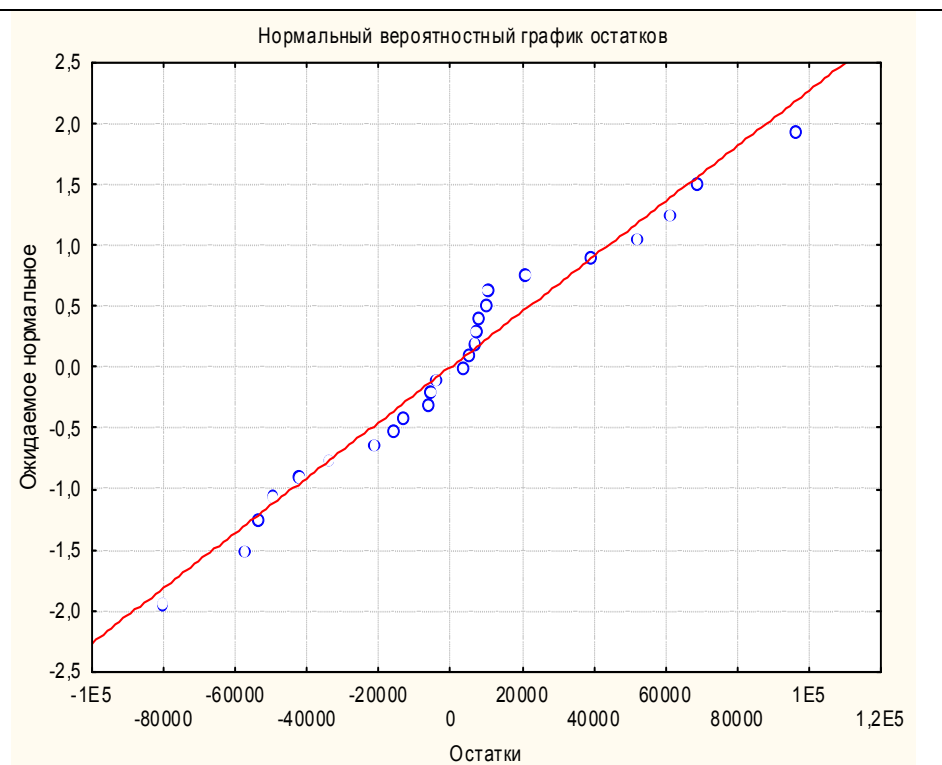


Рис. Л.6. Результати візуалізації залишків багатофакторної моделі доходів СКОЗ засобами Statistica 6

Вихідні дані застосування функції LINEST

Регіони	y	x_1	x_2	x_3
Волинська	39013,8	244253	76	-12307,8
Дніпропетровська	116596,6	1082385	116	231883,6
Донецька	102755,1	745668	80	154981,1
Житомирська	42410,9	252526	13	57538,69
Закарпатська	338586,7	748081	45	193037,8
Запорізька	357186,7	1696273	262	286599,4
Івано-Франківська	43543,4	514583	30	129109,8
Київська	75488	667384	62	147346,1
Кіровоградська	14800,1	123608	22	3859,577
Луганська	13447,3	87304	6	8459,249
Львівська	570707,1	1654299	56	491371,5
Миколаївська	145138,7	878583	187	86632,76
Одеська	495444,1	2803591	351	570760,9
Полтавська	230852,8	778180	33	216100,3
Рівненська	37192,4	203661	13	40821,02
Сумська	17964,9	153138	20	16089,87
Тернопільська	18045,2	143638	11	22413,47
Харківська	81800,3	541728	64	102229,2
Херсонська	269029,1	1121126	148	211097,7
Хмельницька	18825,3	210331	17	38847,96
Черкаська	22584,5	255048	44	25425,3
Чернівецька	4371,2	78591	7	4414,612
Чернігівська	4587,6	103064	18	1086,067
м.Київ	84606	452945	21	117596

**Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг
дочірнім підприємством ПрАТ ЛОЗПУ «Укрпрофоздоровниця»**

«Клінічний санаторій «Хмільник»

Показники	одиниці виміру	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Прибуток	тис. грн.	13994,2	17388,2	12521,4	8660,9	5378,7
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	60000,0	61846,8	62291,8	60483,9	74892,9
3. Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	11927	12385	11088	9067	10578
4. Чисельність споживачів санаторно-курортних послуг	осіб	15059	15501	13843	11166	12548
5. Чисельність оздоровлених в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді	ліжко-дні оздоров.	256011	263817	221382	178661	188573
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	17	17	16	16	15
7. Ліжко-місця	одиниць	750	750	750	750*	750*
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко-дні	273750	273750	273750	207150	207150

*3 2015 р. наявних місць цілорічного функціонування - 390 од., сезонного функціонування –

360 од.

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг
ТзОВ «Санаторій Поділля»**

Показники	одиниці виміру	од. виміру	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Чистий прибуток	тис. грн.	тис. грн.	13154,4	16344,9	11769,9	8142,3	5057,4
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	тис. грн.	61755,9	59006,9	60669,6	61220,3	76627,3
3. Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	ос.	12076	11639	10324	8401	8684
4. Чисельність споживачів санаторно-курортних послуг	осіб	ос.	14891	14903	13101	10566	10720
5. Чисельність оздоровлених в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді	ліжко-дні оздоров.	ліжко-дні оздоров.	268041	253358	209621	158499	160809
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	дн.	18	17	16	15	15
7. Ліжко-місця	одиниць	од.	750	750	750	750	750
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко-дні	ліжко-дні	273750	273750	273750	207150	207150

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних
послуг санаторієм «Радон»**

Показники	одиниці виміру	од. виміру	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Чистий прибуток	тис. грн.	тис. грн.	9471	11771	8470	5865	3650
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	тис. грн.	45102	43435	42563	31703	44512
3. Чисельність оздоровле- них із стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	ос.	9410	9119	7979	6378	6531
4. Чисельність споживачів санаторно- курортних послуг	осіб	ос.	11926	11951	10485	8459	8582
5. Чисельність оздоровле- них в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курор. з-ді	ліжко- дні оздоров.	ліжко- дні оздоров.	190820	179271	125829	101514	102988
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	дн.	16	15	12	12	12
7. Ліжко-місця	одиниць	од.	610	610	610	610	610
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку із наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко- дні	ліжко- дні	222650	222650	222650	222650	222650

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг санаторієм «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»

Показники	одиниці виміру	од. виміру	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Чистий прибуток	тис. грн.	тис. грн.	3567	4434	3175	2240	1469
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	тис. грн.	16670	16124	16282	13576	14845
3. Чисельність оздоровлених з стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	ос.	3184	3204	2815	2421	2859
4. Чисельність споживачів санаторно-курортних послуг	осіб	ос.	3975	3995	3505	3011	3556
5. Чисельність оздоровлених в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді	ліжко-дні оздоров.	ліжко-дні оздоров.	65575	67915	59585	51187	56896
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	дн.	17	17	17	17	16
7. Ліжко-місця	одиниць	од.	196	196	196	196	196
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко-дні	ліжко-дні	71540	71540	71540	71540	71540

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг
медичним реабілітаційним центром «Південний Буг» МВС України**

Показники	одиниці виміру	од. виміру	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Чистий прибуток	тис. грн.	тис. грн.	3391	4011	3019	2101	1352
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	тис. грн.	17040	19566	14946	14692	21806
3. Чисельність оздоровле- них зі стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	ос.	2465	2527	2167	1890	2203
4. Чисельність споживачів санаторно- курортних послуг	осіб	ос.	3181	3256	2810	2455	2854
5. Чисельність оздоровле- них в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курор. з-ді	ліжко- дні оздоров.	ліжко- дні оздоров.	54079	55356	47778	41738	45665
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	дн.	17	17	17	17	16
7. Ліжко-місця	одиниць	од.	170	170	170	170	170
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко- дні	ліжко- дні	62050	62050	62050	62050	62050

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг
ТзОВ Санаторій «Березовий гай»**

Показники	одиниці виміру	од. виміру	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
1. Чистий прибуток	тис. грн.	тис. грн.	2051	2145	2046	1311	914
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	тис. грн.	10968	11595	12325	9041	17922
3. Чисельність оздоровлених з стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	ос.	1466	1391	1237	1035	1235
4. Чисельність споживачів санаторно-курортних послуг	осіб	ос.	2205	2280	1988	1720	1995
5. Чисельність оздоровлених в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді	ліжко-дні оздоров.	ліжко-дні оздоров.	37485	36480	29820	24080	23940
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	дн.	17	16	15	14	12
7. Ліжко-місця	одиниць	од.	120	120	120	120	120
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко-дні	ліжко-дні	43800	43800	43800	43800	43800

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Вихідні дані для оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг
центральним військовим клінічним санаторієм «Хмільник»**

Показники	одиниці виміру	од. виміру	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Чистий прибуток	тис. грн.	тис. грн.	5381	5630	5412	3540	2452
2. Собівартість реалізованих послуг	тис. грн.	тис. грн.	31104	32356	34916	21198	33589
3. Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації	осіб	ос.	5909	5412	4847	4728	5415
4. Чисельність споживачів санаторно-курортних послуг	осіб	ос.	8940	8945	7882	6640	6685
5. Чисельність оздоровлених в перерах. на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді	ліжко-дні оздоров.	ліжко-дні оздоров.	160920	161010	141876	126160	133700
6. Середній період тривалості оздоровлення	днів	дн.	18	18	18	19	20
7. Ліжко-місця	одиниць	од.	450	45	450	450	450
8. Чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	ліжко-дні	ліжко-дні	164250	164250	164250	164250	164250

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг ТзОВ «Санаторій Поділля»

Показник	Формула для розрахунку	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,213	0,277	0,194	0,133	0,066
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в окремому оздоровчому закладі	0,811	0,781	0,788	0,795	0,810
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерах на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,979	0,926	0,766	0,765	0,776
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{еф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{еф.ф.-г.д.}} + K_{\text{еф.л.-п.р.}} + K_{\text{еф.л.-н.}}}{3}$	0,668	0,661	0,583	0,564	0,551

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг санаторієм «Радон»

Показник	Формула для розрахунку	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,210	0,271	0,199	0,185	0,082
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в окремому оздоровчому закладі	0,789	0,763	0,761	0,754	0,761
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерах на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курор. з-ді / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,857	0,805	0,565	0,456	0,463
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{еф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{еф.с.-г.д.}} + K_{\text{еф.л.-п.р.}} + K_{\text{еф.л.-н.}}}{3}$	0,619	0,613	0,508	0,465	0,435

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг санаторієм «Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»

Показник	Формула для розрахунку	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,214	0,275	0,195	0,165	0,099
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в окремому оздоровчому закладі	0,801	0,802	0,803	0,804	0,804
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерах на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,945	0,949	0,833	0,716	0,795
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{еф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{еф.ф.-г.д.}} + K_{\text{еф.л.-п.р.}} + K_{\text{еф.л.-м.}}}{3}$	0,653	0,675	0,610	0,562	0,566

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг медичним реабілітаційним центром
«Південний Буг» МВС України 704**

Показник	Формула для розрахунку	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,199	0,205	0,202	0,143	0,062
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в окремому оздоровчому закладі	0,775	0,776	0,771	0,770	0,772
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерах на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,872	0,892	0,770	0,673	0,736
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{еф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{еф.ф.-г.д.}} + K_{\text{еф.л.-п.р.}} + K_{\text{еф.л.-м.}}}{3}$	0,615	0,624	0,784	0,523	0,523

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг ТзОВ Санаторій «Березовий гай»

Показник	Формула для розрахунку	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,187	0,185	0,166	0,145	0,051
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в окремому оздоровчому закладі	0,665	0,610	0,622	0,602	0,619
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерах на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курор. з-ді / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,856	0,833	0,681	0,550	0,547
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{еф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{еф.ф.-г.д.}} + K_{\text{еф.л.-п.р.}} + K_{\text{еф.л.-м.}}}{3}$	0,569	0,543	0,490	0,432	0,406

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

Оцінка ефективності надання санаторно-курортних послуг центральним військовим клінічним санаторієм «Хмільник»

Показник	Формула для розрахунку	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
1. Коефіцієнт ефективності фінансово-господарської діяльності санаторно-курортного закладу	Прибуток / собівартість реалізованих послуг	0,173	0,174	0,155	0,167	0,073
2. Коефіцієнт ефективності надання лікувально-профілактичних та реабілітаційних послуг	Чисельність оздоровлених зі стійкими результатами лікування та реабілітації / чисельність споживачів санаторно-курортних послуг в окремому оздоровчому закладі	0,661	0,605	0,615	0,712	0,810
3. Коефіцієнт ефективності використання ліжко-місць санаторно-курортного закладу	Чисельність оздоровлених в перерах на провед. ліжко-дні оздоров. в санат.-курорт. з-ді / чисельність ліжко-днів в розрахунку з наявної кількості ліжко-місць в санаторно-курортному закладі	0,980	0,980	0,864	0,768	0,814
4. Коефіцієнт ефективності надання санаторно-курортних послуг	$K_{\text{сф.с.-к.п.}} = \frac{K_{\text{сф.с.-г.д.}} + K_{\text{сф.с.-л.р.}} + K_{\text{сф.с.-м.}}}{3}$	0,605	0,586	0,545	0,549	0,566

Джерело: розраховано автором на основі бухгалтерської звітності санаторно-курортного закладу

**Перелік питань для формування анкети соціологічного обстеження
споживачів санаторно-курортних послуг курорту «Хмільник»**

1. Питання, пов'язані з якістю та ефективністю надання медичних послуг
2. Питання, пов'язані з якістю розміщення у відповідності з бажаннями та витраченими коштами
3. Питання, пов'язані з якістю харчування, гнучкістю його графіку тощо
4. Питання, пов'язані з можливістю нормального відпочинку, у т. ч. відсутність (наявність) шуму вночі та вранці
5. Питання, пов'язані з можливістю занять фізичними вправами, розвагами тощо
6. Питання, пов'язані з рівнем додаткових процедур в санаторно-курортному закладі
7. Питання, пов'язані з транспортним забезпеченням, можливістю поїздки до міста, туристичні екскурсії тощо
8. Питання, пов'язані з взаємостосунками з медичним та обслуговуючим персоналом санаторно-курортного закладу
9. Питання, пов'язані з ефективністю та впливом санаторно-курортних послуг на фізичний стан та здоров'я
10. Питання, пов'язані з рівнем обслуговування у санаторно-курортному закладі

Джерело: розроблено автором

АНКЕТА

соціологічного обстеження споживачів санаторно-курортних послуг в оздоровчих закладах курорту «Хмільник» Вінницької області

(назва санаторно-курортного закладу)

1. Як Ви оцінюєте якість надання лікувальних послуг у санаторно-курортному закладі?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

2. Як Ви оцінюєте якість розміщення під час санаторно-курортного лікування?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

3. Як Ви оцінюєте якість харчування, гнучкість його графіку?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

4. Як Ви оцінюєте можливість нормального відпочинку під час перебування в санаторно-курортному закладі?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

5. Як Ви оцінюєте можливість занять фізичними вправами, розвагами під час санаторно-курортного лікування?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

6. Чи задовольняє Вас рівень додаткових процедур в санаторно-курортному закладі?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

7. Чи задовольняють Вас транспортне забезпечення, можливість поїздок до міста та організація туристичних екскурсій?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

8. Як Ви оцінюєте ставлення медичного та обслуговуючого персоналу санаторно-курортного закладу до Вас як споживача під час санаторно-курортного лікування?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

Продов. додат. С

9. Як Ви оцінюєте вплив санаторно-курортних послуг на фізичний стан та здоров'я (на скільки ефективний був комплекс всіх послуг, якими Ви скористалися)?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

10. Чи задовольняє Вас рівень обслуговування персоналу санаторно-курортного закладу?

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

11. Ваш вік (років):

1) до 20 2) 21-30 3) 31-40 4) 41-50 5) 51-60 6) більше 60.

12. Ваша стать:

1) чоловік 2) жінка.

Разом балів згідно даної анкети

Загальні результати опитування за всіма анкетами соціологічного обстеження споживачів санаторно-курортних послуг курорту «Хмільник»

Санаторно-курортні заклади курорту «Хмільник» Запитання анкети	ПрАТ ЛОЗПУ «Укрпрофоздоровниця» Клінічний санаторій «Хмільник»	ТзОВ «Санаторій Поділля»	«Медичний центр реабілітації залізничників Південно-Західної залізниці»	Санаторій «Радон»	Медичний реабілітаційний центр «Південний Буг» МВС України	ТзОВ санаторій «Березовий Гай»	Центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник»	Разом по даному питанню
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Як Ви оцінюєте якість надання лікувальних послуг у санаторно-курортному закладі?	245	211	195	190	194	182	179	1396
Як Ви оцінюєте якість розміщення під час санаторно-курортного лікування?	221	202	206	245	203	166	152	1395
Як Ви оцінюєте якість харчування, гнучкість його графіку?	232	221	198	211	189	188	165	1404
Як Ви оцінюєте можливість нормального відпочинку під час перебування в санаторно-курортному закладі?	233	245	201	205	195	198	171	1448
Як Ви оцінюєте можливість занять фізичними вправами, розвагами під час санаторно-курортного лікування?	195	203	175	211	199	188	172	1343

Продовж. додат. Т. табл. Т.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Чи задовольняє Вас рівень додаткових процедур в санаторно-курортному закладі?	211	201	188	203	197	192	188	1380
Чи задовольняють Вас транспортне забезпечення, можливість поїздок до міста та організація туристичних екскурсій?	215	206	204	201	199	198	205	1428
Як Ви оцінюєте ставлення медичного та обслуговуючого персоналу санаторно-курортного закладу до Вас як споживача під час санаторно-курортного лікування?	231	225	216	221	215	209	211	1528
Як Ви оцінюєте вплив санаторно-курортних послуг на фізичний стан та здоров'я (на скільки ефективний був комплекс всіх послуг, якими Ви скористалися)?	244	231	225	219	222	215	222	1578
Чи задовольняє Вас рівень обслуговування персоналу санаторно-курортного закладу?	241	226	219	228	218	224	211	1567
Всього по санаторно-курортному закладу	2268	2171	2027	2134	2031	1960	1876	14467

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг: регіональний аспект: монографія. Львів: Вид-во ПП «Арал», 2017. 360 с.

Статті у наукових фахових виданнях України

2. Галаченко О.О. Розвиток санаторно-курортного сектору як фактор зростання соціально-економічного становища регіону. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2014. Вип. 6 (110). С. 304-310.

3. Галаченко О.О. Засади формування механізму реалізації курортних послуг в умовах конкуренції. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2015. Вип. 6 (116). С. 99-101.

4. Галаченко О.О. Наукові засади регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2015. № 12 (175). С. 190-195.

5. Галаченко О.О. Соціальне страхування як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств України. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2016. № 5 (180). С. 43-45.

6. Галаченко О.О., Васильчак С. В. Оцінка виробничого потенціалу санаторно-курортних підприємств в розрізі туристичних регіонів. *Економічний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г.Сковороди*»: зб. наук. пр.* Переяслав-Хмельницький, 2016. Вип. 29/2. С. 134-138. *Особистий внесок здобувача: проведено оцінку виробничого потенціалу санаторно-курортних підприємств в розрізі туристичних регіонів.*

*Статті у виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз

7. Галаченко О.О. Маркетингові інструменти розвитку санаторно-курортних підприємств регіону. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2016. № 9 (184). С. 133-136.

8. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортного послуг: теоретичний аспект. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2016. Вип. 6 (122). С. 64-66.

9. Галаченко О.О., Вівчарук О.М. Передумови розвитку санаторно-курортних закладів України в регіональному аспекті. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр.* НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів, 2016. Вип. 4 (120). С. 53-55. *Особистий внесок здобувача: проведено аналіз та визначено передумови розвитку санаторно-курортних закладів України за регіонами.*

10. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних закладів. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. Київ, 2016. № 11 (186). С. 68-70.

11. Галаченко О.О. Санаторно-курортні послуги: особливості та проблеми реалізації. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Серія: економічні науки**. Мелітополь, 2016. № 3 (32). С. 57-62.

12. Галаченко О.О. Підходи до формування структури регіональної політики розвитку санаторно-курортної сфери. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. праць. Київ, 2017. № 1 (188). С. 76-79. *Особистий внесок здобувача: визначено підходи до формування структури регіональної політики розвитку санаторно-курортної сфери.*

13. Галаченко О.О. Фінансове забезпечення сфери санаторно-курортних послуг у регіонах України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Серія: економічні науки**. Мелітополь, 2017. № 1-2 (33-34). С. 188-193.

14.Галаченко О.О., Васильчак С.В., Стручок Н.М. Стратегічне управління санаторно-курортними закладами в регіонах як складова національної економічної безпеки. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 4 (191). С. 84-88. *Особистий внесок здобувача: визначено напрями стратегічного управління санаторно-курортними закладами в регіонах та визначено їх як складову національної економічної безпеки.*

15.Галаченко О.О. Регіональні особливості сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія: Економічні науки*, 2017. Вип. 12. Т. 2. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, С. 186-191.

16.Галаченко О.О., Замрій О.М. Стратегії розвитку санаторно-курортних закладів на регіональному ринку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»**, 2017. Вип. 1 (49). Т. 2. Ужгород. С. 139-142. *Особистий внесок здобувача: розроблено та запропоновано стратегію розвитку санаторно-курортних закладів на регіональному ринку.*

17.Галаченко О.О. Сучасний стан та регіональні особливості розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 9 (196). С. 96-102.

18.Галаченко О.О. Кластерний аналіз регіонів України за рівнем розвитку ринку послуг санаторіїв. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 11 (198). С. 117-123.

19.Галаченко О.О. Парадигма системно-рефлексивного маркетингу як інструмент підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в умовах регіону. *Формування ринкових відносин в Україні*: зб. наук. пр. Київ, 2017. № 12 (199). С. 206-212.

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав

20.Галаченко А.А. Оценка экономического положения курортного потенциала Украины. *Карельский научный журнал. «НП ОДПО Институт*

направленого професійного освіти». Тольятти: Типогр. «Полиар Плюс», 2015. № 4 (13). С. 72-75.

21. Halachenko O.O. Information support of field sanatorium in the international market of tourist services. *Sciences of Europe*. VOL.3. №14 (14). 2017. Economic sciences, (Praha, Czech Republic). P. 14-17.

22. Halachenko O., Vasylchak S. Regional policy of the development of the sanatorium-resort services: directions for the formation and implementation. *Slovak international scientific journal*. Slovakia, VOL. 1. №7 (7). 2017. P. 32-33. *Особистий внесок здобувача: окреслено регіональну політику розвитку сфери надання санаторно-курортних послуг, визначено напрями формування та шляхи реалізації.*

23. Halachenko O., Vasylchak S. Theoretical basis for the development of resort services: regional aspect. *An International Refereed Economic Journal*. International Economics Letters, VOL. 5. №2 (2). 2016. Economic sciences, (Praha, Czech Republic). P. 54-62. *Особистий внесок здобувача: досліджено теоретичні основи розвитку санаторно-курортних послуг, визначено регіональний аспект.*

24. Halachenko O. Assessment of trends of development of the sphere of sanatorium and resort services: regional aspect. *Eurasian Academic Research Journal*. Multilanguage science journal, №11 (17), 2017. Eurasian Social Sciences Association (Yerevan, Armenia). P. 96-102.

25. Halachenko O. Theoretical approaches to the formation of a systemic-reflexive paradigm of marketing for sanatorium services. *European Journal of Economics and Management*. 2018. V. 4 (1). P. 106-111.

Публікації, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

26. Галаченко О.О., Васильчак С.В. Формування стратегії розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу України. *Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи*: Міжнар. наук.-практ. конф. (Ужгород, 15-16 квіт. 2016 р.): тези доп. Ужгород, 2016. С. 64-

67. *Особистий внесок здобувача: визначено підходи до формування стратегії розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу України.*

27.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Маркетинг як інструмент розвитку санаторно-курортних підприємств. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин: Х Міжнар. наук.-практ. конф. (Умань, 21-22 квіт. 2016 р.). Ч. 1.: тези доп. Умань, 2016. С. 36-38. Особистий внесок здобувача: доведено, що маркетинг є одним із інструментів розвитку санаторно-курортних підприємств.*

28.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Розвиток спеціалізованих підприємств розміщення в контексті економічної безпеки. *Економічна безпека України: стан, проблеми та перспективи: Всеукр. наук.-практ. конф. (Львів, 22 квіт. 2016 р.): тези доп. Львів, 2016. С. 39-42. Особистий внесок здобувача: визначено розвиток спеціалізованих підприємств розміщення та доведено його як основний елемент економічної безпеки.*

29.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Основні інструменти впливу на розвиток санаторно-курортних підприємств. *Проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства, регіону, країни: Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Полтава, 19 трав. 2016 р.). Ч. 1.: тези доп. Полтава, 2016. С. 116-118. Особистий внесок здобувача: визначено основні інструменти впливу на розвиток санаторно-курортних підприємств.*

30.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Інвестиційний клімат санаторно-курортного комплексу України. *Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи: II Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 27-28 трав. 2016 р.): зб. матеріалів. Одеса, 2016. С. 230-231. Особистий внесок здобувача: досліджено та визначено передумови формування сприятливого інвестиційного клімату розвитку санаторно-курортного комплексу України.*

31.Галаченко О.О. Бренд як інструмент маркетингової регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг. *Модернізація економіки:*

виклики і можливості економічного зростання: Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (Київ, 15 лют. 2017 р.). Київ, 2017. С. 191-193.

32.Галаченко О.О. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті формування та реалізації стратегії сталого економічного зростання в умовах глобалізаційних процесів. *Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення: Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23 бер. 2017 р.): зб. матеріалів. Львів: ЛІЕТ, 2017. С. 58-61.*

33.Галаченко О.О. Фінансове забезпечення сфери санаторно-курортних послуг регіонів в умовах децентралізації влади. *Проблеми сталого розвитку економіки в умовах посилення глобалізаційних процесів: Міжнар. наук.-практ. конф. (Полтава, 14 квіт. 2017 р.): зб. тез доп. Полтава, 2017. С. 44-45.*

34.Галаченко О.О. Розвиток сфери санаторно-курортних послуг регіонів: проблеми та шляхи вирішення. *Сучасні економічні, соціальні та екологічні детермінанти активізації розвитку країни та її регіонів: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Ужгород, 28-29 квіт. 2017 р.). Ч. 2. Ужгород, 2017. С. 76-78.*

35.Галаченко О.О., Стручок Н.М. Тренди маркетингової стратегії реалізації санаторно - курортних послуг на регіональному рівні в умовах децентралізації. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки: Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 18-19 трав. 2017 р.). Львів, 2017. С. 99-100. Особистий внесок здобувача: визначено тренди маркетингової стратегії реалізації санаторно - курортних послуг на регіональному рівні в умовах децентралізації.*

36.Галаченко О.О. Інструменти економічної безпеки санаторно-курортного сектору на регіональному рівні. *Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції: Матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. (Суми, 20-21 трав. 2017 р.). Суми, 2017. С. 228-230.*

37.Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних послуг: досвід та практика. *Економічний розвиток держави та її соціальна*

стабільність: Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет- конф. (Полтава, 11 трав. 2017 р.). Ч. 1. Полтава, 2017. С. 71-73.

38.Галаченко О.О., Васильчак С.В. Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті економічної безпеки. *Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Мелітополь, 14-15 червня 2018 р.). Ч. 1. Мелітополь, 2018. – С. 71-73. *Особистий внесок здобувача: визначено напрями регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг в контексті економічної безпеки.*

39.Галаченко О.О. Інноваційні вектори розвитку сфери санаторно-курортних послуг як складової туристичної індустрії. *Туристичні послуги на світовому ринку як фактор розвитку міжнародного туризму*: Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 10 травня 2018 р.). Львів, 2018. – С. 90-97.

Публікації, які додатково відображають наукові результати дисертації

40.Галаченко О.О., Васильчак С.В., Пушак Я.Я. Розвиток санаторно-курортних послуг регіону як складова економічної безпеки. *Туристична освіта: європейський вимір*: зб. наук. пр.* Львівський інститут економіки і туризму. Львів: Компанія «Манускрипт», 2017. С. 150-155. *Особистий внесок здобувача: окреслено розвиток санаторно-курортних послуг регіону і доведено як складову економічної безпеки.*

Відомості про апробацію результатів дисертації

Назва конференції, симпозіуму, семінару, школи	Місце проведення	Дата проведення	Форма участі
Регіональні проблеми розвитку територіальних систем: теорія, практика, перспективи	м. Ужгород	15-16 квітня 2016 р.	очна
Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин	м. Умань	21-22 квітня 2016 р.	очна
Економічна безпека України: стан, проблеми та перспективи	м. Львів	22 квітня 2016 р.	очна
Проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення управління економічною безпекою підприємства, регіону, країни	м. Полтава	19 травня 2016 р.	заочна
Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи	м. Одеса	27-28 травня 2016 р.	заочна
Модернізація економіки: виклики і можливості економічного зростання	м. Київ	15 лютого 2017 р.	заочна
Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення	м. Львів	23 березня 2017 р.	очна
Проблеми сталого розвитку економіки в умовах посилення глобалізаційних процесів	м. Полтава	14 квітня 2017 р.	очна
Сучасні економічні, соціальні та екологічні детермінанти активізації розвитку країни та її регіонів	м. Ужгород	28-29 квітня 2017 р.	очна
Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки	м. Львів	18-19 травня 2017 р.	очна
Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції	м. Суми	20-21 травня 2017 р.	очна
Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність	м. Полтава	11 травня 2017 р.	очна
Соціально-економічні проблеми регіонального розвитку	м. Мелітополь	14-15 червня 2018 р.	очна
Туристичні послуги на світовому ринку як фактор розвитку міжнародного туризму	м. Львів	10 травня 2018 р.	заочна

Довідки про впровадження

**ЗАКРИТЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО ЛІКУВАЛЬНО-
ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ ПРОФСПЛОК УКРАЇНИ
“УКРПРОФОЗДОРОВНИЦЯ”**

**ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО
„САНАТОРІЙ “ЗБРУЧ”**

32034, Україна, Хмельницька область, Городоцький район, смт. Сатанів, вул. Курортна, 17
тел (факс): /038-51/ 5 – 10 – 36, dianazbruch73@ukr.net

№ 01-08/____
12.06. 2016 р.

Довідка
про впровадження результатів дисертаційної роботи
Галаченка Олександра Олександровича
на тему **"Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних
послуг в умовах децентралізації влади",**
поданої на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

Основні наукові положення, рекомендації та висновки дисертаційного дослідження Галаченка Олександра Олександровича розглянуті керівництвом та фахівцями санаторію «Збруч» і визнані як такі, що мають практичну цінність і можуть бути впроваджені у діяльність закладу.

Результати дисертації Галаченка О.О. на тему "Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади" були використані для розробки і обґрунтування стратегії розвитку санаторно-курортного закладу в контексті формування бренду дестинації санаторно-курортних послуг, який представлений п'ятьма послідовними етапами: позиціонуванням, формуванням стратегії, розробкою ідеї, пошуком імені та тестуванням бренду. На основі запропонованого просування бренду дестинацій санаторно-курортних послуг використовується пряма та не пряма реклама, паблік релейшнз. Політика управління брендами санаторно-курортних послуг враховує регіональний, місцевий, індивідуальний бренд санаторно-курортної послуги та бренд посередника у реалізації.

Надані пропозиції автора дозволили істотно вдосконалити діяльність санаторно-курортного закладу.



Головний лікар

М.Д.Кирилук



ДП «Клінічний санаторій «Хмільник»

ЗАКРИТОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ ПРОФСПІЛОК УКРАЇНИ
«УКРПРОФОЗДОРОВНИЦЯ»

22003 м. Хмільник, Вінницької області, вул. Курортна, 2 тел. (04338) 2-21-62, факс 2-32-11

<http://khamilnyk-zdrav.com.ua>, E-mail: khamilnyk.zdrav@gmail.com

Р/р №26007300345725 в АТ «Ощадбанк», МФО 302076 ідент. код ЄДРПОУ 02583187

Від 23.11.2016 р. № 02-15/376

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Галаченка Олександра Олександровича

на тему **"Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади",**

поданої на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

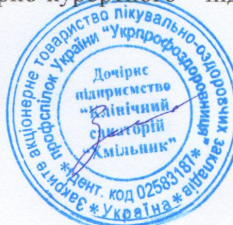
Результати дисертаційного дослідження Галаченка Олександра Олександровича, представленого на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, розглянуті та впроваджені у практичну діяльність ДП "Клінічний санаторій "Хмільник" ПрАТ "Укрпрофоздоровниця" у вигляді:

- модернізованого методичного підходу до оцінки дієвості надання оздоровчих послуг шляхом визначення ефективності самим санаторно-курортним закладом, курортом регіону та споживачами. Зазначений спосіб став підґрунтям розробки моделі підвищення продуктивності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, яка вперше комплексно враховує фактори, заходи, методи, інструменти й базується на складових, пов'язаних з діяльністю рекреаційних закладів і наданням послуг, з економічною підтримкою регіональних та місцевих органів влади в умовах децентралізації, державним регулюванням розвитку даної сфери;

- науково-обґрунтованого методичного підходу вдосконалення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в регіоні на основі використання ефективних інструментів маркетингу: SMM, бренд-підходу та системно-рефлексивного маркетингу, котрі націлені на залучення додаткових споживачів, розширення цільового сегменту, покращення та захист іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг.

Значна прикладна цінність нових моделей аналізу ефективності наданих послуг та спостережених форм маркетингових інструментів надала можливість підвищити результативність діяльності санаторно-курортного підприємства, зокрема суттєво посилити імідж бренду на ринку.

**Заступник головного лікаря
з економічних питань**



О.М. Завальнюк



УКРАЇНА

**ВІННИЦЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ДЕПАРТАМЕНТ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА
ТА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

21036, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 7, тел. (0432) 66-14-38, факс (0432) 53-09-59
<http://www.vin.gov.ua> E-mail: ums@vin.gov.ua

17.08.2017 № 1981/4-2
на № _____ від _____

**Щодо впровадження результатів
дисертаційної роботи
Галаченка Олександра Олександровича
на тему "Регіональна політика розвитку
сфери санаторно-курортних послуг
в умовах децентралізації влади"**

За висновками Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку облдержадміністрації наукові положення та висновки рекомендаційного характеру дисертаційної роботи Галаченка Олександра Олександровича на тему "Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади" є суттєвими і перспективними для вирішення прикладних завдань, пов'язаних з розробкою стратегії економічного та соціального розвитку регіону, зокрема, програм щодо сфери санаторно-курортних послуг.

Заслужують на особливу увагу окреслені автором наукового дослідження, напрями активізації сфери рекреаційно-оздоровчих послуг, котрі передбачають використання міжнародного досвіду державної підтримки діяльності санаторно-курортних підприємств, зокрема, на регіональному рівні з огляду на розвиток децентралізаційних процесів, формування умов для покращення інвестиційного клімату, розробку інноваційних регіональних програм, фінансування окремих інфраструктурних проектів на локальних курортних територіях, що дозволить нейтралізувати негативні наслідки діяльності суб'єктів господарювання в даній сфері, підвищити їх ефективність, сприятиме покращенню інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності на вітчизняних та міжнародних ринках.

Результати дисертаційної роботи Галаченка О.О. використані у поточній діяльності Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку облдержадміністрації при підготовці аналітичних матеріалів, проектів програм економічного та соціального розвитку області та окремих територій.

Директор Департаменту



Володимир МЕРЕЖКО



Приватне акціонерне товариство
«Вищий навчальний заклад «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»

Вінницький інститут МАУП

21100, Україна м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 145 тел. (0432) 56-06-30

№ 94-9

Від 15.11.2017р.

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

Галаченка Олександра Олександровича

на тему **"Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних
послуг в умовах децентралізації влади"**
у навчальний процес

Основні наукові положення, рекомендації та висновки дисертаційної роботи Галаченка Олександра Олександровича розглянуті вченою радою Вінницького інституту ПрАТ "ВНЗ" МАУП. За результатами проведеного аналізу встановлено, що науково важливими з теоретичної та навчально-методичної точки зору є положення, котрі містять елементи новизни стосовно:

- економічного змісту категорії "розвиток сфери санаторно-курортних послуг", що (з врахуванням соціально-економічних умов регіонів та особливостей даної сфери) визначено як безперервний цілеспрямований процес діяльності санаторно-курортних закладів на основі впровадження інноваційних технологій, світових стандартів та використання певних природно-рекреаційних і лікувальних ресурсів, направлений на формування конкурентоспроможних оздоровчих послуг з метою задоволення потреби споживачів у відпочинку, лікуванні та покращенні фізичного стану, досягнення соціального ефекту в контексті формування регіональної політики за умов децентралізації;

- обґрунтування методичного підходу вивчення впливу чинників на розвиток сфери санаторно-курортних послуг в регіонах України, де на основі параметричного оцінювання зв'язку між ними за допомогою інструментарію кореляційно-регресійного аналізу доведено сукупність детермінант регіональної діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів, стримуючих розвиток ринку відповідних послуг, зокрема, недоліки в системі локального управління, не сумісні розриви між вартістю і якістю окремо

наданих послуг, низька платоспроможність населення, невисокий імідж вітчизняних оздоровниць з боку іноземних туристів, різновідомча їх підпорядкованість, недостатній рівень бюджетної підтримки регіонального розвитку в умовах децентралізації. Врахування перелічених факторів та розробка відповідних заходів дозволить суттєво нівелювати їх негативний вплив;

- обґрунтування науково-методичного підходу до забезпечення підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в регіонах на засадах використання дієвих інструментів маркетингу: соціальні медіа, системно-рефлексивний маркетинг, бренд-підходу, котрі, на відміну від існуючих, спрямовані на залучення додаткових споживачів, розширення цільового сегменту, покращення та захист іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг через формування лояльності до бренду.

Подані на розгляд матеріали наукової новизни дисертаційного дослідження були схвалені та надані для використання у навчальному процесі при підготовці навчально-методичних матеріалів та викладання навчальних дисциплін "Менеджмент", "Маркетинг", "Регіональна економіка", "Підприємництво", "Управління персоналом".

Директор
Вінницького інституту
ІнАТ «ВНЗ МАУП», професор



М.О. Соляніченко



ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 255-31-14, факс: 255-33-32

№ 04-33/19-84 (23572)

" 05 " лютого 2018р.

ДОВІДКА

Щодо впровадження результатів
дисертаційної роботи
Галаченка Олександра Олександровича
на тему "Регіональна політика розвитку
сфери санаторно-курортних послуг
в умовах децентралізації влади"

Повідомляємо, що Комітетом Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму отримано матеріали щодо наукових висновків та пропозицій, які містяться в дисертаційному дослідженні Галаченка Олександра Олександровича на тему "Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади", розглянувши які, рекомендовано до використання при формуванні законопроектів в контексті регулювання розвитку сфери санаторно-курортних послуг. До впровадження прийнято наступні складові наукової новизни:

- удосконалений методичний підхід до оцінки ефективності надання санаторно-курортних послуг на основі визначення ефективності самого санаторно-курортного закладу, курорту регіону та споживачів, який став підґрунтям розробки моделі підвищення ефективності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, яка на відміну від загальновідомих комплексно враховує фактори, заходи, методи та інструменти і базується на трьох блоках таких складових, що пов'язані з діяльністю санаторно-курортних закладів та наданням санаторно-курортних послуг, з економічною підтримкою регіональних

00000000

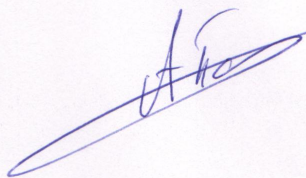
та місцевих органів влади в умовах децентралізації, державним регулюванням розвитку даної сфери в регіонах;

- обґрунтований науково-методичний підхід до забезпечення підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг в регіоні на засадах використання дієвих інструментів маркетингу: соціа-медіа маркетингу, бренд-підходу та системно-рефлексивного маркетингу, котрі, на відміну від існуючих, спрямовані на залучення додаткових споживачів, розширення цільового сегменту, покращення та захист іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг через формування лояльності до бренду;

- обґрунтовано напрями активізації розвитку сфери санаторно-курортних послуг, що передбачають використання міжнародного досвіду державної підтримки діяльності санаторно-курортних закладів, зокрема на регіональному рівні із огляду на розвиток децентралізаційних процесів, формування умов для покращення їх інвестиційного клімату, розробку інноваційних регіональних програм, фінансування окремих інфраструктурних проектів на курортних територіях регіону, що дозволить пом'якшити несприятливі наслідки діяльності суб'єктів господарювання в даній сфері, підвищити їх ефективність, сприятиме покращенню інвестиційної привабливості та підвищенню конкурентоспроможності на вітчизняних та міжнародних ринках.

Довідка видана для пред'явлення в спеціалізовану вчену раду по захисту дисертації.

Голова Комітету



А.Л.ПАЛАТНИЙ



ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ ПРОФСПІЛОК УКРАЇНИ "УКРПРОФОЗДОРОВНИЦЯ"

поштова адреса: а/с 34, м. Київ, 01019, адреса: 01033, Україна, Київ, Вул. Шота Руставелі, 39 - 41,
тел.: (044) 289-01-11, факс: (044) 289-76-50 e-mail: ukrprofzdrav@ukrzdraz.com www.ukrzdraz.info

23.02.2018 № 02-01/475

На № _____ від _____

ДОВІДКА

*про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Галаченка Олександра Олександровича
на тему "Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних
послуг в умовах децентралізації влади",
поданої на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук
за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил
і регіональна економіка*

Керівництвом ПрАТ "Укрпрофоздоровниця" лікувально-оздоровчих закладів профспілок України розглянуто науково-практичні результати, висновки та рекомендації дисертаційного дослідження Галаченка Олександра Олександровича на тему "Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади" та рекомендовано до використання в управлінській діяльності ПрАТ і практиці лікувально-оздоровчих закладів.

Основними науково-практичними рекомендаціями, котрі відображають новизну дисертаційного дослідження та спрямовані на вдосконалення менеджменту й збільшення ефективності розвитку сфери санаторно-курортних послуг в умовах децентралізації влади є:

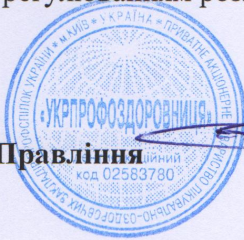
- обґрунтований науково-методичний підхід до підвищення конкурентоспроможності послуг оздоровниць регіону на засадах використання дієвих інструментів маркетингу: системно-рефлексивного, соціал медіа маркетингу, бренд-підходу, що спрямовані на залучення додаткових споживачів, розширення цільового сегменту, покращення та захист іміджу суб'єктів надання санаторно-курортних послуг через формування лояльності до бренду;

- напрями активізації розвитку сфери санаторно-курортних послуг, які передбачають використання міжнародного досвіду державної підтримки діяльності санаторно-курортних закладів, зокрема на

регіональному рівні, формування умов для покращення інвестиційного клімату, розробку інноваційних програм, фінансування окремих інфраструктурних проектів на курортних територіях регіону, що дозволить нівелювати несприятливі наслідки діяльності суб'єктів господарювання в даній сфері, підвищити їх ефективність, сприятиме покращенню інвестиційної привабливості та підвищенню конкурентоспроможності на вітчизняних та міжнародних ринках;

- удосконалений методичний підхід до оцінки результатів надання санаторно-курортних послуг на основі визначення ефективності самим санаторно-курортним закладом, курортом регіону та споживачами, який став підґрунтям розробки моделі підвищення продуктивності та розвитку сфери санаторно-курортних послуг, яка на противагу загальновідомим, комплексно враховує фактори, заходи, методи, інструменти і базується на складових, пов'язаних з діяльністю санаторно-курортних закладів та наданням санаторно-курортних послуг, з економічною підтримкою регіональних й місцевих органів влади за умов децентралізації, державним регулюванням розвитку даної сфери в регіонах.

Голова Правління



М.В. Субота