

УДК 911.3:33-032.35(447.8)

**МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОЇ ГАЛУЗІ
ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ****А. Манько**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
буль. П. Дорошенка, 41, м. Львів, 79000, Україна
тел. 8 (032) 296-46-03*

Досліджено актуальні проблеми лікувально-оздоровчої галузі Закарпатської обл. Окреслено головні аспекти, за якими проводять маркетингове дослідження цього регіону.

Ключові слова: лікувально-оздоровча галузь, маркетингове дослідження, Закарпатська обл.

Туризм – це індустрія експорту, яка, однак, відрізняється від інших експортних галузей одним важливим аспектом. У більшості експортних галузей товари вивозять з країни до споживача. В туристичній галузі споживач прибуває в країну для того, щоб придбати та спожити вироблені продукти та послуги.

Туристична галузь є індустрією з високим рівнем конкуренції. Понад 100 країн конкурують на світовому туристичному ринку, який постійно змінюється.

У Москві 1988 р. побачила світ книга О. Федотенка “Курорты и санатории Украинских Карпат”, у якій детально описано санаторно-лікувальні заклади Закарпаття [5], а в 1997 р. у Львові вийшла праця українського вченого В. Мацоли, у якій науковець проаналізував рекреаційно-туристичний комплекс України загалом та Закарпаття зокрема [3].

Український науковець В. Голубський в 2002 р. видав книгу “Кількісна оцінка Карпатського регіону” [1], а 2003 р. в Києві Ю. Щур та О. Дмитрук написали навчальний посібник “Спортивно-оздоровчий туризм”, значна частина матеріалів якого присвячена лікувально-оздоровчому туризму [6].

Наша мета – дослідити актуальні проблеми лікувально-оздоровчої галузі Закарпатської обл., окреслити головні аспекти, за якими проводять маркетингове дослідження цього регіону

Сьогоднішній турист надає перевагу відпочинку у місцях з незабрудненим навколишнім середовищем, а також шукає можливостей для активного відпочинку, культурного збагачення та самоосвіти. Україна загалом та Карпатський регіон зокрема можуть пропонувати саме такі види відпочинку. Карпатський регіон має незабруднене навколишнє середовище, чисте повітря, ріки, гори, сільські місцевості, де збережено національні традиції, музеї, церкви та інші архітектурні пам'ятки. У регіоні також багатий фольклор і традиції. Такі риси притаманні не багатьом іншим регіонам світу. Карпатський регіон задовольняє сучасні потреби туриста. Це повинно б приводити до збільшення кількості туристів. На жаль, цього не відбувається з декількох причин.

- Нема коштів на проведення маркетингу, а це означає, що немає засобів розповісти світу про цей чудовий куточок.

- Потрібно отримати візу для в'їзду в країну, а це викликає перше негативне ставлення в потенційних туристів.

- Якщо турист все ж вирішує відвідати регіон, то на його шляху стають різноманітні перешкоди – повільні та шумні поїзди, перевірки працівників державної автомобільної інспекції, застарілі літаки та занедбані аеропорти, ревні працівники митних та прикордонних служб.

- Україна не створює відповідної конкуренції багатьом країнам Центральної та Східної Європи, що межують з нею і які є в переліку потенційного туриста. Ці країни скасували візові вимоги для громадян Сполучених Штатів, Канади та країн-членів Європейського Союзу, а до того ж, інтенсивно провадять маркетинг туристичних послуг і продуктів. Поїзди в цих країнах швидкі та зручні, працівники правоохоронних органів не проводять весь робочий день, зупиняючи автомобілі чи автобуси, якість аеропортів поліпшують, а митні та імміграційні служби починають усвідомлювати цінність кожного туриста для їхньої країни. Працівники таких служб, здебільшого, привітні та готові допомогти як під час в'їзду в країну, так і під час виїзду з неї. В Україні треба якнайшвидше звернути увагу на вирішення цих питань для того, щоб скористатись тими економічними вигодами, які може забезпечити туризм. Туризм – це індустрія сервісу, про нього говорять як про “індустрію людського спілкування”. Це галузь, у якій новітні технології не можуть зменшити кількість робочих місць. Це також індустрія, яка допомагає усунути бар'єри між людьми різних культур та національностей і створює атмосферу миру та розуміння між народами. Туризм може бути використаний для збереження та поліпшення довкілля. За підтримки такої організації, як Центр досліджень та розвитку Карпатського регіону “Карпати –США”, в Івано-Франківській обл. туризм може досить ефективно сприяти збереженню навколишнього середовища. Водночас такий туризм, особливо у непромислових місцевостях, може дати населенню змогу отримати певний дохід. Туризм може забезпечити позитивні зрушення у сфері економіки, культури та екології, сприяючи розвитку України.

- Тенденції у розвитку туризму ХХІ ст. Останні дослідження впливу глобальних економічних процесів на зайнятість і перевагу в проведенні відпусток, організовані Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), свідчать про те, що існує тенденція до скорочення тривалості й збільшення частоти відпусток переважно з огляду на відсутність у людей вільного часу та інтенсифікацію процесу праці. Незважаючи на те, що трудове законодавство й умови праці у багатьох країнах розвиваються у напрямі надання більшого обсягу вільного часу, обставини змушують людей працювати надурочно, переважно вдома. Інший аспект – розвиток мережі “домашніх офісів”, який є наслідком розвитку інформаційних технологій, сприяє тому, що працівник, не маючи жорсткої прив'язки до робочого часу та місця роботи, прагне здійснювати декілька короткотермінових подорожей у рік.

- Туристи ХХІ ст. “будуть багаті на гроші, але бідні на час”. Результатом цього стане щораз більший попит на туристський продукт, який охоплює максимум задоволень за мінімальний проміжок часу. Перевагу віддаватимуть тематичним паркам та круїзам, які дають туристам змогу відвідати значну кількість місць та об'єктів за короткий час.

- У найближчі десять років туризм залишатиметься найбільшим джерелом створення робочих місць у європейських країнах і в туристських центрах інших регіонів. Прогнозують подальшу диференціацію пропозиції туристського продукту, яка

має на меті ширше охоплення споживачів з різноманітними потребами і можливостями, а також подальший процес концентрації капіталів, створення потужних транснаціональних компаній та корпорацій. Збережеться тенденція інтеграційних процесів у сфері туризму.

- В аналітичному прогнозі розвитку світового туризму, зробленому ВТО за результатами дослідження “Tourism: 2020 Vision”, визначено найпопулярніші види туризму до 2020 р.: пригодницький, екологічний, культурно-пізнавальний, тематичний, круїзний, екстремальний, а також найперспективніші туристичні напрями.

- ХХІ ст. відкриває нові потужні туристичні ринки, нових успішних гравців, але водночас ставить нові завдання перед туристичною індустрією світу [2].

З туристичним продуктом на туристичні ринки світу може увірватися й Україна, а особливо Карпатський регіон, до якого належить Закарпаття.

Мальовничі гірські хребти, хвойні та мішані ліси, географічне розташування в центрі Європи створили тут цілющий мікроклімат, який разом з рослинними та мінеральними ресурсами здавна використовували для лікування та реабілітації здоров'я людей.

Закарпаття є одним із наймальовничіших куточків України, воно розташоване на південно-західних схилах і передгір'ях Українських Карпат. Область межує з чотирма країнами – Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією. На її території є географічний центр континенту.

Близько 80 % території краю займають гори (Верховинський Вододільний хребет, Горгани, Свидовець, Черногора, Полонинський хребет, Рахівський масив, Вулканічні Карпати). На низовині ростуть дубово-грабові ліси, у передгір'ях – дубові й дубово-букові, у горах на висоті 800–1 000 м н. р. м. – букові, хвойні (ялиця біла, ялина) – на висоті 1 300–1 500 м. Довершують ландшафт субальпійські та альпійські луки – полонини. На території області протікає 9 429 потоків і річок, що з уже зазначеними чинниками формує помірно континентальний клімат. Улітку середня температура становить +21 °С, узимку -4 °С. Вегетаційний період на низовині триває до 230 днів, у передгір'ях 210–230, у горах – 90–210 днів.

У краї виявлено понад 360 родовищ та джерел цілющих природних мінеральних вод.

Рельєф, географічне розташування, ліси, мінеральні води, помірно континентальний клімат, багатовікові традиції і самобутня культура багатонаціонального населення краю в комплексі створюють унікальний рекреаційний і соціальний потенціал, на засадах якого існує і має перспективу поступового розвитку санаторно-оздоровчий комплекс світового рівня. Ефективно використати природний потенціал на благо людини, зберегти і примножити його – головне актуальне завдання сьогодення і майбутнього.

Історія Закарпаття складна і драматична. Легенди про його утворення сягають у сивої давнини. У X–XI ст. воно перебувало в складі Київської Русі, після утворення Угорської держави в XI–XIII ст. було завойоване її королями. Сен-Жерменським (Паризьким) договором від 10 вересня 1919 р. введене в склад Чехословаччини, а 26 листопада 1944 р. з'їзд Народних комітетів Закарпаття прийняв Маніфест про возз'єднання краю з Україною.

З огляду на це в області проживають громадяни 75 національностей, кількість населення на початок 2002 р. становила 1,2 млн осіб. Головним і корінним населенням є українці, близько 12,5 % – угорці, 4,0 – росіяни, 2,3 – румуни, 0,6 % – словаки. Історія

доводить, що протягом століть між жителями краю не було сутічок на міжнаціональному ґрунті. Це наклало своєрідний відбиток на історичний, культурний і економічний розвиток області. Археологічні джерела засвідчують, що в стародавні часи населення краю мало високу матеріальну і духовну культуру. До сьогодні збереглися старовинні замки, храми, загалом налічують понад 90 пам'яток архітектури державного і 58 – місцевого значення. До найвизначніших пам'яток належать замок-фортеця XVI ст. та Горянська ротонда XVII ст. в обласному центрі Ужгород, замок “Паланок” XIV–XVII ст. у м. Мукачеве, Невицький та Хустський замки, палац графів Шенборнів у селищі Чинадієве, Вознесенський собор XVIII ст. у райцентрі Виноградове, система монастирів, з яких 16 діють. Історичними вважають центри міст Ужгорода, Мукачєвого, Берегового, Тячева.

Закарпаття – батьківщина всесвітньо відомого художника-академіка Ігоря Грабара, визначних у Європі майстрів пензля – Адапльберта Ерделі, Йосипа Бокшая, Федора Маната, Андрія Коцки. Відомі в українській культурі такі постаті, як композитори Дезидерій Задор, Степан Мартон, Євген Станковий, співачка Гізела Ціпола та ін.

Історичні надбання Закарпаття, розвиток наукового, культурного потенціалу, релігійна та політична злагода є запорукою соціального поступу краю, у тому числі й санаторно-оздоровчого комплексу.

Стан функціонування санаторно-оздоровчого комплексу, його повноцінне використання і подальшу перспективу зумовлює розвиток прикордонної, шляхової інфраструктури, зв'язку, торгівлі та сфери послуг. У цьому аспекті останніми роками відбуваються певні позитивні зміни.

Вічнозелені Карпати – царство неповторних краєвидів, край, який називають перлиною української землі. Над дорогами, які ведуть мандрівників Карпатськими горами, шумлять праліси. Мальовничі краєвиди змінюються, як у калейдоскопі. Обабіч доріг – красиві села і завжди гостинні люди. Неповторна природа, пам'ятки історії та культури, своєрідні риси в культурі й побуті горян завжди приваблюють у Карпати туристів. Ці гори однаково красиві як улітку, так і взимку.

Під час подорожування мальовничими куточками Закарпаття можна зіткнутися з деякими перешкодами. Люди, які вперше приїхали на Закарпаття, звертаючись до того чи іншого туроператора чи турагенції, розчаровуються, тому що жодна фірма не пропонує повного спектра послуг для відпочинку в Карпатському регіоні. Майже всі туристичні фірми працюють тільки на виїзних туристів, тобто для українських туристів, які бажають відпочити за кордоном, у переважній більшості наші туристичні фірми працюють на ринки туристичних послуг таких країн, як Туреччина, Болгарія, Єгипет, Угорщина, Франція, Італія, Іспанія, Греція, Португалія, Словенія, Туніс, Хорватія; острови Кіпр, Крит, Мальта. Значний прибуток наших туристичних фірм становлять також кошти від відкриття віз до країн Західної Європи або в країни Північної Америки, перевезення туристів по країнах Європейського Союзу. На превеликий жаль, наші туроператори не розуміють, що на прийманні туристів у Карпатах можна заробити значно більше. Але це в недалекому майбутньому.

На допомогу туристам приходять самі власники закладів відпочинку Закарпатської обл., вони випускають путівники, брошури та рекламні проспекти з туризму в нашому регіоні. Тому, провівши певні дослідження, ми дійшли висновку, що потрібно допомогти підприємцям у рекламі їхнього туристичного продукту, не тільки у випуску рекламних листівок, а й поширенню інформації у глобальній мережі Internet.

Ми також з'ясували, що переважна більшість вітчизняних та іноземних туристів бажає відпочивати в осередках живої природи, пізнати довкілля, покуштувати смачні домашні страви, приготовлені зі свіжих екологічно-чистих продуктів. Саме в цьому можуть допомогти власники сільських садиб.

Розвиток сільського зеленого туризму в Закарпатському регіоні розпочався з 1996 р. і стає щораз популярнішим серед туристів, проте власників сільських садиб, які займаються цим видом підприємництва, поки що дуже мало.

У сільських садибах, крім ночівлі та домашньої їжі, можна надавати й інші послуги: паркування автомобіля; ванна або душ; телевізор; проточна вода; фрукти й овочі з городу; пасіка; лікувальний заклад; магазин або базар; ловля риби; музей або історична пам'ятка; верхова їзда; автобусна зупинка / залізнична станція; ресторани, кафе, бар; купання в озері; полювання; санаторій, пансіонат, турбаза [4].

Проте для розвитку сільського зеленого туризму потрібні певні кошти, щоб удосконалити житло та зробити оселю відповідно до вимог. Однак власники сільських садиб бояться конкуренції з великими туристично-рекреаційними закладами відпочинку.

На території Закарпаття розгортається широка екскурсійна діяльність, особливо серед учнів шкіл, гімназій, ліцеїв. Можна запропонувати такі екскурсії, які були б цікавими для туристів:

- 1) оглядова екскурсія "Закарпаття у трьох століттях";
- 2) оглядова екскурсія "Літературне Закарпаття";
- 3) оглядова екскурсія "Храми Закарпаття";
- 4) оглядова екскурсія "Майданами та вулицями рідного міста";
- 5) архітектурна екскурсія "Поезія, що застигла у камені";
- 6) природознавча екскурсія "Стежками старого парку";
- 7) замиська автобусна екскурсія "Ужгород – перлина Карпат";
- 8) замиська автобусна екскурсія "Літературне Закарпаття";
- 9) замиська автобусна екскурсія "У давнє Закарпаття";
- 10) замиська автобусна екскурсія "Давній Ужгород";
- 11) замиська автобусна екскурсія "Сріблясті водоспади";
- 12) замиська автобусна екскурсія "Замки західної України";
- 13) замиська автобусна екскурсія "Замки Закарпаття";
- 14) замиська автобусна екскурсія "У Рахів – до центру Європи";
- 15) замиська автобусна екскурсія "Синевир – перлина Закарпаття";
- 16) замиська автобусна екскурсія "Золоте кільце Карпат".

-
1. *Голубський В.* Кількісна оцінка Карпатського регіону. – К., 2002. – 113 с.
 2. *Великий А.П., Репін І.І.* Стан економіки регіонів України та розвиток їх рекреаційних ресурсів // Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали II Міжнарод. наук.-практ. конф. 10–11 жовтня 2001 р. – К.: Знання України, 2002. – С. 40–43.
 3. *Мацола В.І.* Рекреаційно-туристичний комплекс України. – Львів, 1997. – 259 с.
 4. *Никишин Л.Ф., Коструб А.А.* Туризм и здоровье. – К., 1991.
 5. *Федотенко О.С.* Курорты и санатории Украинских Карпат. – М., 1988. – 287 с.
 6. *Щур Ю.В., Дмитрук О.Ю.* Спортивно-оздоровчий туризм. Навч. посібник. – К.: Альтерпрес, 2003. – 232 с.

**MARKETING RESEARCH OF MEDICALLY-HEALTH INDUSTRY OF
TRANSKARPATION REGION**

A. Man'ko

*Ivan Franko National University of Lviv,
P. Doroshenko Str., 41, UA – 79000 Lviv, Ukraine*

The issue of the day of medically-health industry of the Transkarpation region is explored. Basic aspects are outlined, which marketing research of this region is conducted after.

Key words: medically-health industry, marketing research, Transkarpation region.

Стаття надійшла до редколегії 09.10.2006

Прийнята до друку 25.10.2006