

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/348706026>

# Strategy for the development of spa tourism in the Polish–Ukrainian part of the Carpathian Euroregion (2014), ed. of the Polish part M. Basicński, A. Tucki, ed. of the Ukrainian pa...

Book · January 2014

CITATIONS

0

READ

1

1 author:



**Mykhailo Rutynskiy**

Ivan Franko National University of Lviv

162 PUBLICATIONS 9 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



International project “Strengthening the integration of border regions in the field of rural green tourism development” (2008–2010) under the Neighborhood Program “Romania-Ukraine”, funded by the European Union. The purpose of the project is to form a new infrastructure of non-mass types of tourism and to make the management system of tourism in Odessa region more effective. The executor of the project was the public organization “Odessa Regional Agricultural Advisory Service. Center for Rural Development and Legal Support”, and its partners are the NGO “Regional Development Agency” and the National Association of Rural Mountain Development “Romontana” (Vatra Dornei, Romania) [View project](#)



Przemiany przestrzenne uzdrowisk ukraińskich w Beskidów Wschodnich w latach 1827–2017. Ujęcie modelowe. [View project](#)



**STRATEGIA ROZWOJU  
TURYSTYKI UZDROWISKOWEJ  
W POLSKO-UKRAIŃSKIEJ CZĘŚCI  
EUROREGIONU KARPACKIEGO**





## Strategia rozwoju turystyki uzdrowiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego



1. WSTĘP	5
2. TURYSTYKA UZDROWISKOWA W POLSKO-UKRAIŃSKIEJ CZĘŚCI EUROREGIONU KARPACKIEGO. DEFINICJA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO KARPACKICH UZDROWISK.	6
2.1. UZDROWISKA W POLSCE – CHARAKTERYSTYKA OGÓLNA.	6
2.2. UZDROWISKA NA UKRAINIE - CHARAKTERYSTYKA OGÓLNA.	24
2.3. ANALIZA PROWADZONYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH – OPIS, WNIOSKI, REKOMENDACJE.	31
2.4. CHARAKTERYSTYKA ORGANIZACJI, KLASTRÓW I INNYCH INSTYTUCJI WSPIERAJĄCYCH ROZWÓJ TURYSTYKI UZDROWISKOWEJ.	33
3. CELE STRATEGICZNE ROZWOJU KARPACKIEJ TURYSTYKI UZDROWISKOWEJ.	38
4. UZDROWISKA KARPACKIE – ZARYS TOŻSAMOŚCI PRODUKTU.	40
4.1. KOMPETENCJE UZDROWISK KARPACKICH.	40
4.2. CECHY WYRÓZNIAJĄCE PRODUKT UZDROWISKA KARPACKIEGO.	40
4.3. WYMARZONY KLIENT UZDROWISK KARPACKICH.	41
4.4. GRUPY DOCELOWE PRODUKTU.	41
4.5. MISJA I AMBICJA UZDROWISK KARPACKICH.	42
4.6. OSOBOWOŚĆ UZDROWISK KARPACKICH.	42
4.7. KORZYŚCI DOSTARCZANE PRZEZ UZDROWISKA KARPACKIE.	43
4.8. WARTOŚCI, KTÓRYMI KIERUJĄ SIĘ UZDROWISKA KARPACKIE.	43
5. DZIAŁANIA PROMOCYJNE UZDROWISK KARPACKICH.	44
5.1. ADRESACI KOMUNIKACJI WIZERUNKOWEJ UZDROWISK KARPACKICH.	44
5.2. AMBASADORZY UZDROWISK KARPACKICH.	45
5.3. NARZĘDZIA KOMUNIKACJI UZDROWISK KARPACKICH.	45
6. MECHANIZM MONITOROWANIA WDRAŻANIA STRATEGII.	47
6.1. REGUŁY I ZASADY WDRAŻANIA STRATEGII.	47
6.2. OKREŚLENIE PODMIOTÓW ODPOWIEDZIALNYCH ZA WDRAŻANIE STRATEGII I ICH ROLI.	47
6.3. HARMONOGRAM WDRAŻANIA STRATEGII.	50

1. Вступ.	55
2. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ В ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ЧАСТИНІ КАРПАТСЬКОГО ЄВРОРЕГІОНУ. ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	56
2.1. КУРОРТИ В ПОЛЬЩІ - ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.	56
2.2. КУРОРТИ В УКРАЇНІ - ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.	74
2.3. АНАЛІЗ ПРОМОЦІЙНИХ ЗАХОДІВ - ОПИС, ПРОПОЗИЦІЇ, РЕКОМЕНДАЦІЇ.	81
2.4. ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙ, КЛАСТЕРІВ ТА ІНШИХ УСТАНОВ, ЯКІ ПІДТРИМУЮТЬ РОЗВИТОК ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ.	82
3. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ РОЗВИТКУ КАРПАТСЬКОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ.	88
4. КАРПАТСЬКИЙ КУРОРТ - ВИЗНАЧЕННЯ МАРКИ ПРОДУКТУ.	90
4.1 КОМПЕТЕНЦІЇ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	90
4.2 ХАРАКТЕРНІ РИСИ ПРОДУКТУ «КАРПАТСЬКІ КУРОРТИ».	90
4.3 ОМРІЯНИЙ КЛІЄНТ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	91
4.4 ЦІЛЬОВІ ГРУПИ ПРОДУКТУ.	91
4.5 МІСІЯ І АМБІЦІЯ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	92
4.6 ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	92
4.7 ПЕРЕВАГИ, ЯКІ НЕСУТЬ КАРПАТСЬКІ КУРОРТИ.	93
4.8 ЦІННОСТІ, ЯКИМИ КЕРУЮТЬСЯ КАРПАТСЬКІ КУРОРТИ.	93
5. ПРОМОЦІЙНІ ЗАХОДИ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	94
5.1 АДРЕСАТИ ІМІДЖЕВОЇ КОМУНІКАЦІЇ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	94
5.2 ПОСЛИ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	95
5.3 ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ КАРПАТСЬКИХ КУРОРТІВ.	95
6. МЕХАНІЗМ ВВЕДЕННЯ МОНИТОРИНГУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ.	97
6.1 ЗАСАДИ І ПРИНЦИПИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ.	97
6.2. ВИЗНАЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ, ВІДПОВІДАЛЬНИХ ЗА РЕАЛІЗАЦІЮ СТРАТЕГІЇ І ЇХ РОЛІ.	97
6.3 ГРАФІК РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ.	100



Szanowni Państwo,

*Oddajemy do rąk kolejną publikację, która współtworzy z innymi naszymi wydawnictwami zbiór strategicznych dokumentów Euroregionu Karpackiego dotyczących polityki rozwoju prowadzonej przez naszą organizację. Opracowana strategia jest dziedzinowym opracowaniem, efektem realizacji mikroprojektu pn. „Strategia rozwoju turystyki uzdrowiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego” w ramach projektu parasolowego pn. „Transgraniczna współpraca na rzecz turystyki uzdrowiskowej pogranicza polsko-ukraińskiego”. Mikroprojekt realizowany jest przez Stowarzyszenie „Euroregion Karpacki” Polska w partnerstwie ze Zrzeszeniem samorządów “Euroregion Karpaty – Ukraina”. Celem projektu jest rozwój współpracy transgranicznej w zakresie turystyki uzdrowiskowej na obszarze pogranicza polsko-ukraińskiego. Projekt finansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach programu Polska-Białoruś-Ukraina na lata 2007-2013. Dokument ten jest jednak przede wszystkim ogniwem w realizacji wizji rozwoju Euroregionu Karpackiego, jakim jest tworzenie wspólnej przestrzeni społeczno – gospodarczej w Karpatach. Działania podejmowane przez nas na rzecz integracji i internacjonalizacji potencjału Karpat w tym przypadku wiążą się również z realizacją flagowego przedsięwzięcia Euroregionu jakim jest kreacja Marki Karpackiej CARPATHIA. Uzdrowiska Karpackie ze swoją ofertą, wyjątkowością, głęboko osadzone w karpackim pejzażu są jednym z podstawowych elementów składowych jednej z wiodących „submarek” karpackich – „karpackiego zdrowia”. Liczymy na to, iż także dzięki temu opracowaniu oraz rozpoczętej w ramach projektu współpracy z uzdrowiskami ukraińskimi stworzymy metodologiczne i instytucjonalne fundamenty współpracy karpackiej w tym zakresie. Budując przyszłość Karpat pod sztandarem CARPATHIA chcemy w zbalansowany sposób łączyć pojawiające się w perspektywie Unii Europejskiej 2014 – 2020 możliwości finansowe oraz komercyjny wymiar współpracy terytorialnej. „Zdrowie Karpackie” stanie się jedną z pilotażowych płaszczyzn – laboratoriów takiego właśnie podejścia.*

*Zapraszamy do współpracy.*

*Dawid Lasek  
Wiceprezes Zarządu  
Stowarzyszenia Euroregion Karpacki Polska*

## 1. Wstęp

Zdrowie osiągane różnymi sposobami należy do najważniejszych wartości dla człowieka. Jedną z dróg osiągnięcia tejże wartości jest turystyka zdrowotna rozumiana jako „...każdy rodzaj podróży, który sprawia, że osoba wyjeżdżająca lub jej rodzina czują się zdrowi” (Łęcka 2003). Jedną z częściej cytowanych w literaturze koncepcji turystyki zdrowotnej (z ang. healthtourism) jest ujęcie J. Goodrich’a („the concept of health-care tourism”). J. Goodrich definiuje turystykę zdrowotną, jako celowe usiłowanie przyciągnięcia turystów dzięki części turystycznych udogodnień (np. hotelowe SPA) lub miejscom (np. Baden-Baden, Bath), poprzez promocję usług i urządzeń zdrowotnych, stanowiących dodatek do stałych elementów oferty turystycznej (Goodrich 1993).

Pobyty zdrowotne obejmują różne formy realizowane w zróżnicowanych miejscach i obiektach. Współcześnie uzdrowiska, jako miejsca usług turystyki zdrowotnej dzieli na tzw.: uzdrowiska z usługami dla przyjemności (z ang. amenity spa resort) oraz tzw. uzdrowiska jako miejsca przeznaczenia (z ang. destination spa resort) (Spivack 1998). W tzw. uzdrowiskach, jako miejscach przeznaczenia motyw zdrowotny jest nadrzędny, natomiast w tzw. uzdrowiskach z usługami dla przyjemności analizowany motyw ma jedynie charakter uzupełniający. Nierzadko w tzw. uzdrowiskach

dla przyjemności, jako dodatkowe usługi proponuje się programy fitness poprawiające sylwetkę gości, dzięki odpowiednim ćwiczeniom fizycznym (Spivack 1998).

Powszechnie przyjmuje się, że główną formą szeroko pojętej turystyki zdrowotnej jest turystyka uzdrowiskowa. Obejmuje ona świadomy i dobrowolny wyjazd do miejscowości uzdrowiskowych (co najmniej na dzień i nie dłużej niż na rok z noclegiem) w czasie wolnym. Celem zasadniczym jest poprawa zdrowia lub jego utrzymanie na odpowiednim poziomie za pomocą profilaktyki (w tym usług wellness i spa), rehabilitacji lub leczenia uzdrowiskowego, gdzie podstawowe znaczenie mają świadczone gościom zabiegi przyrodolecnicze (Hadzik 2011).

W Europie dla klasycznych uzdrowisk, jak i dla nowoczesnych centrów zdrowia rezerwuje się pojęcie „spa”. Termin ten związany jest z powstałym w XIV w. mineralnym uzdrowiskiem Spa w Belgii. Termin „spa” pochodzi od początkowych liter słów łacińskich „sanitas per aquas” oznaczających „zdrowie dzięki wodom” lub „sanus per aquam” – „zdrowy dzięki wodzie”. Słowo „spa” niektórzy tłumaczą z kolei pierwszymi literami terminu łacińskiego „spargere” czyli „zraszać” (Kurek 2007).

Obszary kuracyjne należą do głównych form realizacji turystyki zdrowotnej, stąd uzdrowiska (spa) zalicza się do ważniejszych miejscowości turystycznych.



## 2. Turystyka uzdrowiskowa w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego.

### Definicja produktu turystycznego karpaccich uzdrowisk.

#### 2.1. Uzdrawiska w Polsce – charakterystyka ogólna.

##### 2.1.1. Zarys historii uzdrowisk w Polsce i na Podkarpaciu.

Pierwsze wzmianki o wykorzystywaniu naturalnych surowców leczniczych w Polsce pochodzą z kronik z XI wieku. Wówczas to nadworni medycy Władysława Hermana, zalecili żonie króla (Judycie Czeskiej) kąpiele w wodach zdrojowych, co miało pomóc w poczęciu potomka. Wkrótce została matką Bolesława Krzywoustego. XII wiek to zgodnie z dowodami piśmiennymi czas powstania takich uzdrowisk jak Cieplice, Szczawno i Łądek-Zdrój, gdzie zażywano kąpeli leczniczych. Legenda o powstaniu uzdrowiska Cieplice głosi, iż w roku 1175 książę Bolesław Kędzierzawy (wnuk Władysława Hermana) kąpał się tam w ciepłych źródłach zdrojowych. Akt nadania zakonowi Joannitów ze Strzegomia źródeł wód mineralnych w Cieplicach i Łądku-Zdroju pochodzi z roku 1221.

Trzy wieki później kroniki odnotowują kolejne ważne wydarzenie dotyczące lecznictwa uzdrowiskowego na terenach Polski. Król Polski i Węgier Ludwik I Węgierski (ojciec królowej i świętej Jadwigi) za radą nadwornego lekarza udaje się na pierwszą (na byłych ziemiach polskich) kurację klimatyczną do Smokowca w Tatrach Spiskich. Ale wiek XV to również wzrost popularności takich uzdrowisk jak Cieplice Śląskie, Łądek, Iwonicz, Drużbaki, Lubień i Swoszowice. Także Inowrocław cieszy się dobrą sławą - król Kazimierz Jagiellończyk w akcie z 1450 roku wspomina o łaźniach ze słoną wodą zlokalizowanych w Inowrocławiu. Wiek XVI jest okresem dynamicznego rozwoju zarówno metod leczenia uzdrowiskowego, jak i całej medycyny. Pierwsze prace Wojciecha Oczko (naukowca uznanego za ojca polskiej balneologii) powstały na dworze króla Stefana Batorego w 1578 roku. W wieku XVII doceniono walory takich uzdrowisk jak Kudowa (Chudoba), Duszniki (Duszniki, Bad Reinerz), Polczyn (Polzin), Kołobrzeg (Kolberg), Busko, Wysowa, Ciechocinek i Nałęczów, natomiast w wieku XIX m.in.: Goczałkowice, Jastrzębie, Polanica (Altheide), Szczawno (Bad Salzbrunn), Kamień Pomorski (Cammin), Rabka, Szczawnica, Romanów oraz (ponownie) Inowrocław.

Znamienne jest, iż wraz z rozwojem lecznictwa uzdrowiskowego rozwijały się również sposoby jego organizacji, czyli sposoby korzystania z odkrytych właściwości leczniczych znajdujących się w uzdrowiskach zasobów naturalnych. W styczniu 1877 roku powstała Komisja ds. Balneologii, Klimatologii i Hydrologii Krajowej (Akademia Umiejętności w Krakowie), która przygotowała projekt ustawy o zdrojowiskach regulującej działalność uzdrowisk leżących na obszarze Galicji. Ustawę uchwalono w 1891 roku. Na ziemiach pozostałych zaborców nie uchwalono podobnej ustawy, ale dzięki działalności towarzystw naukowych (zaboru pruskiego) oraz efektywnemu zarządcy uzdrowisk (z terenów zaboru rosyjskiego) również tam nastąpił znaczący ich rozwój.

Wiek XX rozpoczął się od powstania wielu prywatnych sanatoriów, które po pewnym czasie znacjonalizowano i objęto wspólną nazwą Państwowych Przedsiębiorstw Uzdrawiskowych (Ryc. 1).



Ryc. 1 Uzdrawiska Polskie w 1932 roku.

Źródło: Kozłowska-Szczęśna Teresa: Stan badań klimatu i bioklimatu uzdrawisk polskich. Warszawa: PAN IGiPZ, 2000 - 61 s.

Przełom XIX i XX w. był czasem rosnącego zainteresowania uzdrowiskami aż do wybuchu I wojny światowej, której skutkiem była dewastacja wielu polskich uzdrowisk lub przeobrażenie ich w siedziby wojennych szpitali polowych. Po zakończeniu wojny obok państwowych sanatoriów powstało wiele prywatnych zakładów hotelarskich działających w uzdrowiskach. Niestety, realizowały one niemal wyłącznie cel gospodarczy, ukierunkowując działalność na maksymalizację zysku, ignorując przy tym m.in. cele społeczne i naukowe (w tym lecznicze).

Brak uregulowań prawnych w zakresie działalności zakładów lecznictwa uzdrowiskowego, a co za tym idzie niemożność kontroli tych zakładów, powodowało powstawanie pensjonatów (jeszcze drewnianych), w których nie przestrzegano nawet podstawowych wymagań sanitarnych. Wadą tej formy organizacji

pobytów w uzdrowiskach była również dyskryminacja niezamożnych kuracjuszy, ponieważ podstawowym kryterium przyjmowania turystów na kurację nie był bynajmniej ich stan zdrowia, ale właśnie stan zamożności. Częstym procederem było wykorzystywanie zasobów leczniczych miejscowości do celów niezwiązanych z poprawą zdrowia czy nawet z profilaktyką zdrowotną.

Powstanie państwowych zakładów uzdrowiskowych pozwoliło na stworzenie bazy noclegowo-leczniczej uzdrowisk, ale nie spowodowało rozwoju lecznictwa uzdrowiskowego. Zamiast leczenia uzdrowiskowego (balneologii i medycyny fizykalnej) oferowano odpłatne leczenie ambulatoryjne, zatem były to wczasy lecznicze. Prezentowany stan rzeczy utrzymywał się do wybuchu II wojny światowej. Skutkiem działań wojennych było ponowne zatrzymanie rozwoju polskich uzdrowisk oraz (nierzadko) ich dewastacja. Po II wojnie światowej nastąpił okres odbudowy kraju i realizacji reform społecznych. Był to niezwykle znaczący fakt ze względu na włączenie tym samym lecznictwa uzdrowiskowego do systemu opieki zdrowotnej. Oznaczało to również przejęcie pełnego nadzoru i opieki nad organizacją lecznictwa uzdrowiskowego przez Samodzielny Wydział Zdrowia Ministerstwa Zdrowia i Opieki Społecznej PRL. Powojenny podział terytorialny spowodował, iż Polska utraciła 4 uzdrowiska na wschodzie (Truskawiec, Morszyn, Niemirow i Druskienniki), a zyskała 21 nowych uzdrowisk na północy i zachodzie kraju.

Rozwój lecznictwa uzdrowiskowego, a zwłaszcza jego organizacji w uzdrowiskach przypadający na lata 60 i 70 XX w., upatrywany jest w rozwoju przemysłu i medycyny przemysłowej. Powstanie dużych zakładów przemysłowych wiązało się również z połączeniem przychodni przemysłowej służby zdrowia oraz nadaniem medycynie przemysłowej szczególnego znaczenia ze względu na rolę, jaką odgrywał przemysł w PRL. Rozwój ośrodków wczasowych oraz zakładów lecznictwa uzdrowiskowego uznano za podstawowy środek zaradczy absencji chorobowej i zachorowalności pracowników przemysłu. Wówczas to z inicjatywy związków zawodowych górników i chemików powstały sanatoria związkowe w Szczawnicy i Dusznikach, a z inicjatywy hutników i pracowników budownictwa – sanatoria w Kołobrzegu i Ciechocinku oraz Szczawnicy i Dusznikach.

Istotnym etapem rozwoju organizacji lecznictwa uzdrowiskowego był okres ostatniej dekady XX wieku. Zmiana ustroju politycznego w 1989 roku zapoczątkowała przemiany gospodarczo-społeczne oraz kulturowe. Wiązało się to m.in. ze zmniejszającą się rolą państwa w finansowaniu działalności wielu przedsiębiorstw państwowych czy inicjatyw społecznych. Taka sytuacja wystąpiła również w uzdrowiskach, czego wynikiem była zmniejszająca się opiekuńczość państwa nad uzdrowiskami i przedsiębiorstwami uzdrowiskowymi. W rezultacie niedofinansowania tych przedsiębiorstw wiele obiektów uzdrowiskowych ulegało stopniowemu niszczeniu, likwidowano miejsca w sanatoriach, a nawet sprzedawano całe obiekty (szczególnie te wymagające kosztownych remontów).

Zaniedbana infrastruktura oraz nieatrakcyjna oferta zakładów uzdrowiskowych, a przy tym ograniczenie wydatków ubezpieczycieli publicznych (ZUS, KRUS, NFZ) na kuracje sprawiły, iż popularność uzdrowisk znacząco się zmniejszyła. Rozpoczęte w ostatniej dekadzie XX wieku reformy (administracyjne, samorządowe, emerytalne, zdrowotne) oraz Program Powszechnej Prywatyzacji umożliwiły wprowadzenie szeregu zmian w organizacji lecznictwa uzdrowiskowego. Wiele PPU podlega procesowi prywatyzacji (pośredniej) od roku 1998 (lub 1999), stając się jednoosobowymi spółkami (akcyjnymi) Skarbu Państwa podległymi Ministrowi Skarbu. Przedsiębiorstwa te nie były jednak jedynymi podmiotami uzdrowiskowymi, ponieważ funkcjonowały obok sanatoriów powołanych przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych, związki zawodowe, ministerstwa, zakłady pracy, przy czym struktura tego rynku była zupełnie odmienna od dzisiejszej. Państwowe zakłady uzdrowiskowe (włącznie z prywatyzowanymi spółkami) obejmowały wówczas 48% miejsc uzdrowiskowych ogółem, natomiast związki zawodowe oraz zakłady pracy po 20%, a co dziesiąte łóżko należało do zakładu uzdrowiskowego podległego ministerstwu. Najmniej, bo zaledwie 2% miejsc podlegało prywatnym przedsiębiorcom 28 lipca 2005 r., po dziesięciu latach przygotowań, uchwalono ustawę o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych będącą nadzieją zarówno dla wódaty gmin, menedżerów przedsiębiorstw uzdrowiskowych, jaki dla naukowców oraz turystów (kuracjuszy). Ustawa niestety nie jest pozbawiona wad i nieścisłości, co w konsekwencji prowadzi do jej regularnych nowelizacji. Aktualizuje ona definicje podstawowych pojęć obszaru organizacji działalności uzdrowiskowej (takich jak lecznictwo uzdrowiskowe, uzdrowisko, obszar ochrony uzdrowiskowej itp.) oraz zadania poszczególnych zakładów lecznictwa uzdrowiskowego. Niezmiernie ważnymi dla rozwoju turystyki uzdrowiskowej artykułami omawianej ustawy są art. 14 i 16, które umożliwiają przedsiębiorstwom uzdrowiskowym przyjmowanie kuracjuszy bez skierowania na leczenie uzdrowiskowe, a jedynie z zaświadczeniem o braku przeciwwskazań do określonego leczenia uzdrowiskowego (rzecz jasna za ustaloną odpłatnością oraz z zastrzeżeniem, iż pierwszeństwo mają kuracjusze ze skierowaniami).

W ustawie (z 2005 roku) pojawił się również kluczowy dla prywatyzacji przedsiębiorstw uzdrowiskowych zapis mówiący o tym, że minister właściwy do spraw Skarbu Państwa w porozumieniu z ministrem właściwym do spraw zdrowia określi, które z zakładów lecznictwa uzdrowiskowego (prowadzonych w formie jednoosobowych spółek Skarbu Państwa, a utworzonych w wyniku komercjalizacji uzdrowiskowych przedsiębiorstw państwowych, dla których organem założycielskim był minister właściwy do spraw zdrowia) nie będą podlegać prywatyzacji. W latach 2005-2010 lista ta była często zmieniana. Jedną z wad tej ustawy jest również fakt, iż nie precyzuje ona wyraźnie regulacji dotyczących dostępu kuracjuszy do surowców naturalnych uzdrowiska, np. do wód zdrojowych.

##### 2.1.2. Zarys historii polskich i ukraińskich uzdrowisk karpaccich.

Lecznictwo uzdrowiskowe w Karpatach na pograniczu polsko-ukraińskim ma długą historię. Na analizowanym terenie, który obejmuje województwo podkarpackie i obwód lwowski zlokalizowanych jest 6 miejscowości uzdrowiskowych. Są to Iwonicz Zdrój, Rymanów Zdrój, Polańczyk i Horyniec po stronie polskiej oraz Truskawiec, Morszyn po stronie ukraińskiej (Ryc. 1)

Występują tutaj liczne surowce naturalne (peloidy, wody mineralne, ozokeryt, mikroklimat) wykorzystywane już od XIV wieku w leczeniu wielu schorzeń. Do najstarszych uzdrowisk należą Iwonicz Zdrój i Truskawiec. Pierwsze wzmianki o funkcjonowaniu tych miejscowości pochodzą z końca XV wieku (Michalak 1978, Kłopotowski 2006). O walorach leczniczych wód mineralnych uzdrowisk pisał w 1578 roku Wojciech Oczko, nadworny lekarz króla Stefana Batorego w dziele „Cieplice”. Oczko – ojciec balneologii polskiej określił wskazania i przeciwwskazania do leczenia uzdrowiskowego. Innymi, którzy przyczynili się do poznania i rozwoju lecznictwa uzdrowiskowego na tym terenie byli m.in. Erazm Sixtus oraz Jan Innocenty Petrycy. Ich badania dotyczyły wykorzystania kąpiei błotnych w terapii leczniczej (Michalak 1978, Łazarkowie 2007). Lwowski chemik Teodor Torosiewicz również interesował się wodami uzdrowisk karpackich. W latach 1835-1849 prowadziła badania składu chemicznego wód w Iwoniczu i Truskawcu. Swoje wyniki opublikował w artykule „O źródłach alkalicznych brom i jod w sobie zawierających” (Michalak 1978).

Rozwój karpackiej działalności uzdrowiskowej na szerszą skalę miał miejsce pod koniec XIX i na początku XX wieku. Iwonicz Zdrój rozwinął się głównie dzięki rodzinie Żałuskich. Karol Żałuski wraz z żoną Amelią przeprowadzili odbudowę źródeł, rozpoczęli budowę zakładu kąpielowego, budynków dla kuracjuszy i zakładu zdrojowego. Także z ich inicjatywy powstały ścieżki spacerowe i kościół św. Iwona (Kwilecki 1993).

Rozwój Truskawca związany był z osobą Rajmunda Jarosza, burmistrza Drohobycza i właściciela uzdrowiska. Z jego inicjatywy powstały nowe pensjonaty, wille, hotele, kawiarnie. Wybudowano drogi, linie kolejowe, doprowadzono elektryczność. Truskawiec zdobył sławę jednego z najważniejszych uzdrowisk europejskich (Buczek 2006).

Duże zasługi w promocji i popularyzacji uzdrowisk galicyjskich miał Józef Dietl profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego. Odwiedził on wiele uzdrowisk karpackich opisując ich piękno, walory przyrodnicze i lecznicze. Dietl nazwał Iwonicz Zdrój „księciem wód jodowych”.

Wiek XIX to także początek funkcjonowania innych uzdrowisk - Rymanowa Zdroju i Morszyna. W Rymanowie odkrycie wód mineralnych miało miejsce w lipcu 1876 roku, a rok 1881 jest uznawany za początek prowadzenia działalności leczniczej dla kuracjuszy (Kiryk 1985). Rozwój uzdrowiska nastąpił dzięki rodzinie Potockich. Hrabia Potocki nabył prawo własności tych ziem. Wybudował Zielony Domek – karczmę dla gości, willę, pijalnię wód, wytyczył ścieżki spacerowe. W Rymanowie Zdroju funkcjonowała także poczta, posterunek żandarmerii, restauracja (Kiryk 1985).

W Morszynie działalność lecznicza związana jest ze złożami borowin soli i wód mineralnych, które eksploatowano na terenie Karpat od XVI wieku. Pod koniec XIX wieku wybudowano w kurorcie pierwsze pensjonaty, gdzie kuracjusze mogli skorzystać z kąpiei mineralnych (Kłopotowski 2006).

Właściwości lecznicze horynieckich źródeł znane były od dawna, ale właściwe początki zakładu uzdrowiskowego sięgają przełomu XIX i XX wieku. Pierwsze łaźienki urządził w Horyńcu książę Aleksander Oskar Poniński. Składały się one z dwóch źródeł siarczanych: jednego do kąpiei, drugiego do picia oraz z drewnianego budynku z wannami. Nie było odrębnych pomieszczeń mieszkalnych dla kuracjuszy. Pomimo skromnych warunków na początku XX wieku do Horyńca przyjeżdżało w sezonie około 300 osób.

W najmłodszym z analizowanych uzdrowisk – Polańczyku, lecznictwo uzdrowiskowe prowadzone jest od 1974 roku. Bazujące na wodach leczniczych wodorowęglanowo-sodowo-żelazistych uzdrowisko oficjalny status otrzymało w 1999 roku.

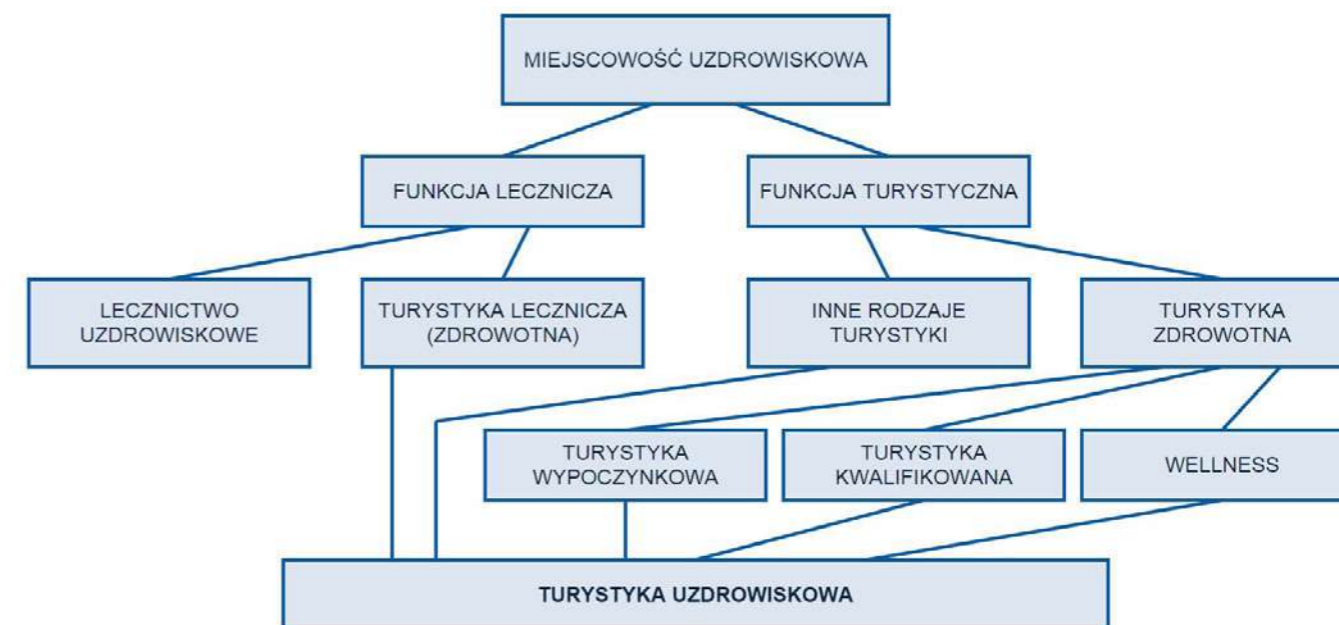
Dotkliwe straty i zahamowanie rozwoju i funkcjonowania uzdrowisk nastąpiło w czasie I i II wojny światowej. Uzdrowiska zostały zniszczone, obiekty sanatoryjne przeznaczone jako szpitale dla wojsk, sprzęt medyczny wywieziony za granicę. Odbudowę i modernizację obiektów rozpoczęto dopiero po zakończeniu działań wojennych w 1945 roku.

Otwarcie uzdrowiska w Iwoniczu Zdroju nastąpiło w 1945 roku, a w Rymanowie Zdroju pierwsi kuracjusze na leczenie zostali przyjęci w roku 1947. W latach powojennych zwiększono nacisk na promocję i reklamę uzdrowiska, wydawano foldery promocyjne, przewodniki, co przyczyniło się do wzrostu ilości kuracjuszy corocznie odwiedzających uzdrowiska. Zmieniła się struktura organizacyjna, powstały nowe branżowe obiekty sanatoryjne np. *Górnik* w Iwoniczu Zdroju i *Szachtar* w Truskawcu. Rozszerzono działalność leczniczą dla matki i dziecka (Rymanów Zdrój, Morszyn).

### 2.1.3. Uzdrowiska w Polsce – stan obecny.

W Polsce do głównych obecnie miejsc realizacji turystyki zdrowotnej należą obszary kuracyjne, gdzie obok typowych usług leczniczych, występują także coraz częściej usługi (świadczenia) prozdrowotne wellness i spa. Zadania realizowane w uzdrowiskach i postanowienia prawne (ustawowe) determinują występowanie dwóch głównych funkcji statutowych uzdrowisk w Polsce, czyli:

- funkcję turystyczną związaną głównie z wypoczynkiem odwiedzających gości;
- funkcję leczniczą obejmującą przede wszystkim lecznictwo uzdrowiskowe (Ryc. 2).



Ryc. 2 Podstawowe funkcje społeczno-gospodarcze uzdrowisk.

Źródło: Opracowanie na podstawie: Dryglas 2005.

**Uzdrowiskiem** w rozumieniu ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych (tekst jedn. Dz. U. z 2012 r., poz. 651) jest obszar, na terenie którego prowadzone jest lecznictwo uzdrowiskowe, wydzielony w celu wykorzystania i ochrony znajdujących się na jego obszarze naturalnych surowców leczniczych. W przypadku spełnienia wymogów, o których wyżej mowa, obszarowi nadawany jest status uzdrowiska.

Status uzdrowiska lub obszaru ochrony uzdrowiskowej stwarza podstawy prawno – organizacyjne do prowadzenia na danym obszarze lecznictwa uzdrowiskowego oraz działalności wypoczynkowej i turystycznej. Polskie uzdrowiska działają na podstawie ustawy uzdrowiskowej i aby uzyskać status uzdrowiska muszą posiadać:

- klimat lokalny o walorach leczniczych,
- unikalne, naturalne złoża surowców uzdrowiskowych,
- zakłady opieki zdrowotnej udzielające świadczeń z zakresu lecznictwa uzdrowiskowego przez wysoko wykwalifikowane kadry medyczne,
- obiekty szpitalne i sanatoryjne z pełnym zapleczem, o wysokim standardzie,
- urządzenia przeznaczone do korzystania z uzdrowiskowych zasobów naturalnych,
- wymagania określone w przepisach prawa o ochronie i kształtowaniu środowiska,
- odpowiedni obszar pozwalający na wyodrębnienie stref ochrony uzdrowiskowej,
- pełną infrastrukturę techniczną,
- znaczenie ponadlokalne.

Polskie uzdrowiska to miejscowości, którym Minister ds. Zdrowia nadał status uzdrowiska. Polskie statutowe uzdrowiska należą do miejscowości turystycznych zasobnych w złoża naturalnych surowców leczniczych lub/i dysponujących dostępem do wody morskiej oraz klimatem o właściwościach leczniczych. Kurorty ponadto wyposażone są w zakłady i urządzenia lecznictwa uzdrowiskowego oraz mają sprzyjające warunki środowiskowe i sanitarne.



Ryc. 3. Położenie miejscowości uzdrowiskowych w Polsce

Według danych Ministerstwa Zdrowia Polska posiada 45 uzdrowisk statutowych (Tab.1). Pomimo, że statutowe miejscowości uzdrowiskowe położone są na obszarach wszystkich regionów geograficznych Polski, to ich rozłożenie w przestrzeni kraju jest nierównomierne (Ryc. 3). Jest to wynik budowy geologicznej i związanego z tym uprzywilejowanego występowania naturalnych zasobów leczniczych na obszarach południowych kraju (Ponikowska 2001).

Tab. 1. Statutowe uzdrowiska w Polsce (stan na koniec 2012 roku)

Lp.	Województwo	Miasto/Gmina	Uzdrowisko statutowe	Hipsometria	Typ uzdrowisk
1	Dolnośląskie	m. Jelenia Góra	Cieplisce Śląskie-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko borowinowe
		m. Świeradów-Zdrój	Czarniawa-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko
		gm. Bystrzyca Kłodzka	Długopole-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko
		m. Duszniki-Zdrój	Duszniki-Zdrój	górskie	zdrojowisko borowinowe
		m. Jedlina-Zdrój	Jedlina-Zdrój	górskie	zdrojowisko
		m. Kudowa-Zdrój	Kudowa-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko
		m. Lądek-Zdrój	Lądek-Zdrój	podgórskie-górskie <sup>1</sup>	zdrojowisko
		m. Polanica-Zdrój	Polanica-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko
		gm. Niemcza	Przerzeczyn-Zdrój	nizinne	zdrojowisko
		m. Szczawno-Zdrój	Szczawno-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko
		m. Świeradów-Zdrój	Świeradów-Zdrój	górskie	zdrojowisko borowinowe

2	Kujawsko-Pomorskie	m. Ciechocinek	Ciechocinek	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		m. Inowrocław	Inowrocław	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		gm. Brześć Kujawski	Wieniec-Zdrój	nizinne	zdrojowisko borowinowe
3	Lubelskie	m. Krasnobród	Krasnobród	nizinne	uzdrowiskoklim.-borow.
		m. Nałęczów	Nałęczów	nizinne	zdrojowisko klimatyczne
4	Lubuskie	-	-	-	-
5	Łódzkie	m. Uniejów	Uniejów	Nizinne	termalne
6	Małopolskie	m. Krynica	Krynica	górskie	zdrojowisko borowinowe
		m. Muszyna	Muszyna	podgórskie	zdrojowisko
		m. Piwniczna-Zdrój	Piwniczna-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko borowinowe
		m. Rabka-Zdrój	Rabka-Zdrój	górskie	zdrojowisko
		m. Kraków	Swoszowice-Kraków	nizinne	zdrojowisko
		m. Szczawnica	Szczawnica	podgórskie-górskie <sup>1</sup>	zdrojowisko
		gm. Sękowa	Wapienne	podgórskie	zdrojowisko borowinowe
		gm. Uście Gorlickie	Wysowa	górskie	zdrojowisko borowinowe
gm. Muszyna	Żegiestów-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko		
7	Mazowieckie	m. Konstancin-Jeziorna	Konstancin-Jeziorna	nizinne	zdrojowisko
8	Opolskie	-	-	-	-
9	Podkarpackie	gm. Horyniec	Horyniec	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		m. Iwonicz-Zdrój	Iwonicz-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko borowinowe
		gm. Solina	Polańczyk	podgórskie	zdrojowisko
		gm. Rymanów	Rymanów-Zdrój	podgórskie	zdrojowisko borowinowe
latoszyn <sup>1</sup>	-	podgórskie	-		
10	Podlaskie	m. Augustów	Augustów	nizinne	uzdrowiskoklim.-borow.
		m. Supraśl	Supraśl	nizinne	uzdrowiskoklim.-borow.
11	Pomorskie	m. Sopot	Sopot	nizinne	zdrojowisko
		m. Ustka	Ustka	nizinne	zdrojowisko borowinowe
12	Śląskie	gm. Goczałkowice-Zdrój	Goczałkowice-Zdrój	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		m. Ustroń	Ustroń	podgórskie	zdrojowisko borowinowe
13	Świętokrzyskie	m. Busko-Zdrój	Busko-Zdrój	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		gm. Solec-Zdrój	Solec-Zdrój	nizinne	zdrojowisko borowinowe
14	Warmińsko-mazurskie	m. Gołdap	Gołdap	nizinne	zdrojowisko
15	Wielkopolskie	-	-	-	-
16	Zachodnio-Pomorskie	m. Kamień Pomorski	Kamień Pomorski	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		m. Kołobrzeg	Kołobrzeg	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		m. Połczyn-Zdrój	Połczyn-Zdrój	nizinne	zdrojowisko borowinowe
		m. Świnoujście	Świnoujście	nizinne	zdrojowisko borowinowe
gm. Darłowo	Dąbki	nizinne	uzdrowiskoklim.-borow.		

Legenda<sup>1</sup> - uzdrowiska ze względu na położenie n.p.m. wchodzą w dwie strefy hipsometryczne.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Ministerstwo Zdrowia, Departament Uzdrowisk (2013).

<sup>1</sup> Miejscowość obecnie ma status obszaru ochrony uzdrowiskowej. Z Mapy uzdrowisk Polski w 1932 roku wynika jednak, że było równoprawnym zdrojowiskiem na równi z Rymanowem i Iwoniczem-Zdrój (Kozłowska-Szczęśna 2000).



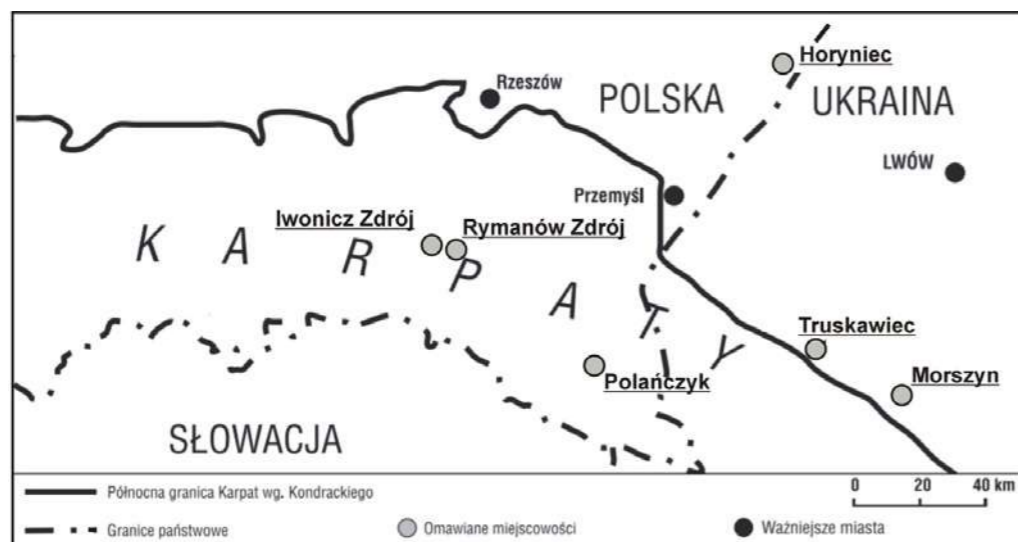
W Polsce wśród uzdrowisk, głównie południowych, najwięcej jest zdrojowisk, w których do podstawowych w działalności leczniczej należą zabiegi z użyciem wód leczniczych (Tab.4). Ponadto widoczne są zdrojowiska borowinowe, przeważnie usytuowane na północy kraju, gdzie wśród podstawowych zabiegów wyróżnia się terapie przy użyciu borowiny. Wyróżnić należy także uzdrowiska Krasnobród i Augustów mające charakter uzdrowisk klimatyczno - borowinowych, oraz Nałęczów - zdrojowisko klimatyczne.

Większość statutowych uzdrowisk (32 kurorty) położonych jest w granicach administracyjnych miast, głównie małych. W obrębie wielkich aglomeracji: warszawskiej, trójmiejskiej i krakowskiej położone są uzdrowiska: Konstancin-Jeziorna, Sopot i Swoszowice. Wśród uzdrowisk występują ponadto miejscowości wiejskie, w tym 3 z nich to wsie gminne (Goczałkowice-Zdrój, Horyniec, Solec-Zdrój).

Analizowane wcześniej funkcje turystyczne i lecznicze uzdrowisk kreowane są w oparciu o wydzielone ustawowo specjalne strefy ochronne „A”, „B” i „C”<sup>2</sup>. W strefach „A” i „B” krajowych uzdrowisk mogą być położone obiekty i urządzenia służące działalności leczniczej i turystycznej. W obszarze strefy „A” lokalizowane są zakłady i urządzenia lecznictwa uzdrowiskowego oraz inne obiekty obsługujące typowych kuracjuszy i turystów. Do tych ostatnich należą pensjonaty, restauracje i kawiarnie. Strefa „B”, otaczająca strefę „A”, obejmuje obszar, gdzie można sytuować obiekty usługowe, turystyczne, rekreacyjne, sportowe, komunalne, mieszkalne i inne, które nie powodują utrudnień w leczeniu uzdrowiskowym. W polskich uzdrowiskach zlokalizowana jest także strefa „C”, będąca otoczeniem kurortu i mająca wpływ na zachowanie walorów krajobrazowych, klimatycznych oraz ochronę złóż naturalnych surowców leczniczych. Podsumowując, strefa „A” powinna zapewnić dalszy rozwój funkcji głównie lecznictwa uzdrowiskowego, natomiast strefy „B” i „C” stanowią gwarancję realizacji funkcji turystycznej.

#### 2.1.4. Uzdrawiska Karpackie.

Analizowany obszarowy produkt uzdrowiskowy „Uzdrowiska Karpackie” według regionalizacji fizyczno-geograficznej położony jest w Karpatach Zewnętrznych (Ryc. 4).



Ryc. 4. Położenie analizowanych uzdrowisk karpackich

#### 2.1.5. Warunki przyrodnicze wybranych uzdrowisk karpackich.

Analizowane uzdrowiska mają podobne warunki rozwoju związane ze środowiskiem przyrodniczym (Tab.2). Położone są w Karpatach Zewnętrznych; na wysokości od 340 do 640 m.n.p.m. Według polskiej klasyfikacji uzdrowisk należą do uzdrowisk podgórszych i górskich (Schdyńca). Średnia roczna temperatura powietrza waha się od 6,6 °C (Rymanów Zdrój) do 7,1°C (Iwonicz). Najcieplejszym miesiącem we wszystkich uzdrowiskach jest lipiec a najzimniejszym - styczeń. (Tab.2.). Suma opadów rocznych wykazuje duże zróżnicowanie. Największe wartości osiąga w Rymanowie Zdroju – 930 mm, a najniższe w Horyńcu – 770 mm. Uzdrowiska położone są w dolinach rzek lub potoków, a Polańczyk nad Zalewem Solińskim, co wpływa znacznie na wzrost jego atrakcyjności turystycznej.

Tab.2. Warunki przyrodnicze polskich uzdrowisk karpackich.

Cecha	Iwonicz Zdrój	Rymanów Zdrój	Polańczyk	Horyniec
<b>Polożenie</b>	Karpaty Zewnętrzne	Karpaty Zewnętrzne	Karpaty Zewnętrzne	Karpaty Zewnętrzne
<b>Hipsometria</b>	390-430	375-400	440	260
<b>Klimat</b>	Śr. temp. roczna 7,1°C; śr. temp. I -4°C; śr. temp VII 16,9°C	Śr. temp. roczna 6,6°C; śr. temp. I -3°C; śr. temp VII 17°C	Śr. temp. roczna 7,1°C; śr. temp. I -3,9°C; śr. temp VII 16,6°C	Śr. temp. roczna 7,0°C; śr. temp. I -4°C; śr. temp VII 19°C
	Suma opadów rocznych 858 mm	Suma opadów rocznych 930 mm	Suma opadów rocznych 856 mm	Suma opadów rocznych 770 mm
<b>Wody</b>	Potok Iwoniczki	Potok Tabor	Zalew Soliński	Potok Papiernia

#### 2.1.6. Wybrane elementy zagospodarowania turystycznego polskich uzdrowisk karpackich.

Poza warunkami przyrodniczymi istotną rolę w rozwoju turystyki i kreowaniu produktu turystycznego ma infrastruktura turystyczna. W tabeli 3 przedstawiono wybrane elementy zagospodarowania turystycznego uzdrowisk karpackich. Spośród analizowanych uzdrowisk największą liczbą obiektów noclegowych i gastronomicznych dysponuje uzdrowisko Truskawiec po stronie ukraińskiej i uzdrowisko Iwonicz Zdrój po stronie polskiej. Baza towarzysząca także wykazuje duże zróżnicowanie w obrębie poszczególnych uzdrowisk. We wszystkich miejscowościach znajdują się wytyczone ścieżki spacerowe, boiska do gry w siatkówkę i koszykówkę oraz biblioteki. W Iwoniczu Zdroju i Rymanowie Zdroju są korzystne warunki do uprawiania sportów zimowych (wytyczone szlaki, wyciągi narciarskie). W Iwoniczu Zdroju funkcjonuje również stadnina koni. Dużą atrakcją dla turystów odwiedzających uzdrowiska są pływalnie kryte i odkryte, które zlokalizowane są w większości uzdrowisk (Tab.3.).

Tab.3. Zagospodarowanie turystyczne uzdrowisk karpackich

Cecha	Iwonicz Zdrój	Rymanów Zdrój	Polańczyk	Horyniec
Liczba obiektów noclegowych (bez kwater prywatnych)	26	15	14	13
Liczba obiektów gastronomicznych (otwartych)	31	10	7	4
Pływalnie odkryte i kryte	+	+	+	+
Wyciąg narciarski	+	+	-	-
Trasy narciarstwa biegowego	+	+	-	-
Ścieżki spacerowe	+	+	+	+
Trasy rowerowe	+	+	+	-
Stadnina koni	+	-	-	-
Korty tenisowe	+	+	-	-
Boiska do siatkówki, koszykówki	+	+	+	-
Biblioteki	+	+	+	-
Kino	+	-	-	+

#### 2.1.7. Czynniki lecznicze wykorzystywane w uzdrowiskach.

Jednym z warunków funkcjonowania uzdrowisk jest obecność na jego terenie naturalnych czynników leczniczych – wód mineralnych, peloidów, gazów leczniczych, korzystnego mikroklimatu. Analizowane uzdrowiska posiadają złoża wód mineralnych, najczęściej słabo i średniozmineralizowanych o różnym składzie chemicznym. Największą liczbę stanowią szczawy z zawartością bromu i żelaza (Tab. 4.).

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 28 lipca 2005r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych.

Wody mineralne wykorzystuje się w hydroterapii, a także w kuracji pitnej. Na terenie wszystkich uzdrowisk powstały pijalnie wód mineralnych, w których odpłatnie (Iwonicz Zdrój) turyści mogą korzystać z wybranych wód leczniczych.

Tab.4. Czynniki naturalne wykorzystywane w polskich uzdrowiskach karpaccich

Czynniki	Iwonicz Zdrój	Rymanów Zdrój	Horyniec	Polańczyk
<b>Woda mineralna</b>	Słabozmineralizowane, szczawy, chlorkowo-sodowe np. IwoniczII, Emma, Elin7, Iza 19 (razem 14)	Słabo i średniozmineralizowane, szczawy, chlorkowo-sodowe, żelaziste np. Tytus, Klaudia, Celestyna (razem 11)	Wody siarczkowe z dużą ilością pierwiastków śladowych	Szczawy wodorowęglanowo-sodowe żelaziste jodkowe borowe
<b>Peloidy</b>	+	+	+	-
<b>Mikroklimat</b>	+	+	+	+

Poza wodami mineralnymi w uzdrowiskach wykorzystuje się **właściwości lecznicze klimatu**. Powietrze w Iwoniczu Zdroju czy Rymanowie Zdroju przesycone jest jodem, co upodabnia go do klimatu morskiego (Kozłowska-Szczęśna i in.2002). W polskich i ukraińskich uzdrowiskach karpaccich w lecznictwie stosuje się **peloidy** - utwory powstałe wskutek naturalnych procesów geologicznych, występujące w postaci rozdrobnionej, które po zmieszaniu z wodą służą do celów leczniczych. Do peloidów zalicza się borowiny, szlamy, muły i glinki (Kucharski, Szymak 1993). Polskie uzdrowiska (Iwonicz Zdrój, Rymanów Zdrój i Polańczyk) korzystają z borowin ze złóż w Czarnym Dunajcu i Woli Chorzelowskiej, zaś uzdrowiska ukraińskie ze złóż znajdujących się na ich terenie. Wyjątkiem jest Horyniec z własnymi dość bogatymi złożami. Borowina Horyniecka wydobywana jest w odległej o 4 kilometry wiosce Podemszczyzna, ze złoża ocenianego za niewyczerpalne (w okolicy Horyńca są też inne złoża).

#### 2.1.8. Uwarunkowania rozwoju i oferta zdrowotna polskich uzdrowisk karpaccich.



Horyniec Zdrój

**Położenie.** Horyniec usytuowany jest na pograniczu Roztocza Wschodniego i Płaskowyżu Tarnogrodzkiego, w niewielkiej odległości od granicy z Ukrainą. Uzdrowisko leży na wysokości 260 m n.p.m. w dolinie potoku Papiernia. Pod względem bioklimatycznym położony jest w najcieplejszym w kraju „południowo-wschodnim” regionie klimatycznym. Jest uzdrowiskiem nizinnym o typie bioklimatu słabo i łagodnie bodźcowego.

Podstawą działalności leczniczej Horyńca jest woda mineralna (wody siarczkowe z dużą zawartością pierwiastków śladowych) oraz borowiną ze złoża Podemszczyzna. **Horyniecka borowina**, nazywana tutaj „czarnym złotem”, jest masą organiczną powstałą w procesie próchnienia z roślin bagiennych. Nazwę swą zawdzięcza borom, czyli lasom iglastym. Krótko mówiąc, jest to rodzaj torfu, który powstał w środowisku wodnym. Borowina Horyniecka wydobywana jest w odległej o 4 kilometry wiosce Podemszczyzna, ze złoża ocenianego za niewyczerpalne, zwłaszcza, że w okolicy Horyńca są też inne złoża.

Typem borowiny, jaki tutaj występuje, jest forma „niska”. Powstaje głównie w miejscach po zbiornikach wodnych, albo zarastających korytach rzek, z roślin, które potrzebują dużej ilości soli mineralnych. Borowina powinna zawierać optymalnie 25% składników mineralnych, do tego metale alkaliczne (potas czy sód), kwasy próchnicowe, białka, cukry, żywice i woski. Wysoki stopień rozkładu borowiny, który powodują kwasy i metale alkaliczne, wyznacza wartość leczniczą borowiny. Warto tutaj zaznaczyć, że osadnictwo na ziemi Horynieckiej zaczęło się dość późno i nigdy nie było intensywne. Jednym z powodów, była wymieniana w wielu źródłach, tak zwana ciężka do uprawy



„tłusta ziemia”. Borowina Horyniecka, o bardzo dużym stopniu rozkładu, jest właśnie tłustawa. Między innymi ten czynnik jest wyznacznikiem jakości leczniczej i plasuje ją wśród **najlepszych borowin w Europie**.

Należy łączyć ściśle działanie i właściwości borowiny z mikroklimatem. Okolica Horyńca ma niezwykle położenie, gdyż od wieków był to teren graniczny bez większego osadnictwa. Z jednej strony mamy tutaj Roztocze, a z drugiej ziemia lubaczowska graniczyła z Puszczą Sandomierską. Drastycznie różne krainy wywierały wpływ na różne procesy przyrodnicze. Wynikiem niespotykanego klimatu, ukształtowania terenu, odpowiedniej roślinności oraz wielowiekowych procesów rozkładu, jest Horyniecka Borowina.

#### Infrastruktura:

1. Dom Zdrojowy Uzdrowisko Horyniec Sp. z o.o. - największy i najbardziej okazały obiekt "Uzdrowiska Horyniec" Sp. z o.o. Zakład lecznictwa uzdrowiskowego wybudowany w latach 90-tych. Zachwyca gości przestronnością i dostępnością świadczonych usług leczniczych. Przystosowany również dla osób niepełnosprawnych. Składa się z 4 segmentów. Segment A – dwu kondygnacyjny hotel. Segment B, C, D – zakład przyrodolecznicy.
2. Centrum Rehabilitacji Rolników KRUS z basenem.
3. Sanatorium Bajka.
4. Jawor - Obiekt sanatoryjny jednopiętrowy z 42 miejscami w pokojach: 1, 2 i 3 osobowych z pełnym węzłem sanitarnym.
5. Modrzew - Obiekt sanatoryjny jednopiętrowy z 17 miejscami w pokojach: 1, 2 i 3 osobowe typu studio.

**Oferta lecznicza:** zabiegi lecznicze z wykorzystaniem jednej z najlepszych borowin w Polsce, kąpiele w wodzie siarczkowo-siarkowodorowej oraz ćwiczenia w unikalnym w Polsce basenie leczniczym z wodą siarczkowo-siarkowodorową.

- **Krenoterapia.** Woda siarczkowo-siarkowodorowa jest ceniona w terapii uzdrowiskowej nie tylko jako woda do kąpieli, ale też jako woda pitna.
- **Wskazania:** Choroby dróg oddechowych: nieżyty oskrzeli z zaleganiem wydzieliny ropnej, nieżyty dróg oddechowych na tle alergicznym. Choroby przewodu pokarmowego: przewlekłe nieżyty jelit, zaparcia nawykowe, przewlekłe stany nieżytowe dróg żółciowych, przewlekłe stany zapalne trzustki. Zaburzenia przemiany materii: cukrzyca i otyłość.
- **Kąpiele:** siarczkowo-siarkowodorowa: wody siarczkowe mają odczyn zasadowy, wobec czego działają na skórę keratolitycznie, rozmiękczają naskórek oraz keratoplastycznie - przebudowują naskórek. Siarka przenika przez skórę ludzką pod postacią siarkowodoru, tiosiarczynu lub w postaci koloidowej. Kąpiele działają na organizm ogólnie oraz wywierają na skórę wpływ miejscowy. Siarka wpływa na metabolizm skóry co jest związane z enzymami układu oksydoredukcyjnego, enzymami oddechowymi komórki, udziałem w kariogenezie, w syntezie kwasów nukleinowych. Wprowadzona przez skórę działa głębiej, zostaje zużyta do syntezy kwasu chondriotynosiarkowego wchodzącego w skład chrząstki stawowej, co ma duże znaczenie w chorobach chrząstki i stawów, zwłaszcza kiedy występują niedobory siarki. Siarczkowo-siarkowodorowa z ćwiczeniami. Zabieg odbywa się w formie 15 min. ćwiczeń rehabilitacyjnych z użyciem akcesoriów (deska, hantle bsenowe, makarony itp.), a następnie z czasu wolnego. Kuracjusze mają do dyspozycji 6 stanowisk hydromasażu. Temperatura wody w basenie leczniczym wynosi 26 – 31 °C, czas zabiegu ogółem 30 min.
- **Okłady borowinowe:** Okłady i zawijania borowinowe, częściowe i całkowite – w zależności od wyznaczonego obszaru ciała, okłada się warstwą kilkucentymetrową warstwą borowiny. Fasony borowinowe – częściowe kąpiele w specjalnych wysokich wanienkach, w których zanurza się ręce do łokci, a nogi do kolan. Jontoforeza borowinowa – zabieg z pasty borowinowej, którą miesza się z wodą destylowaną. Na daną część ciała nakłada się warstwę o grubości 2-3 cm. Galwanoborowina – zabieg z pasty borowinowej, którą nakłada się na daną część ciała, urozmaicony o dodatek prądu galwanicznego, mający wzmocnić działanie usmierzające ból, jakie ma borowina. Borowina ma zastosowanie przede wszystkim w leczeniu schorzeń reumatycznych oraz schorzeń narządu ruchu. Leczyć można takie przypadłości jak: procesy zwyrodnieniowe stawów i chrząstek stawowych, gościec pozastawowy oraz inne; stany po urazach kości i stawów, przewlekłe zapalenia kości, stany pourazowe tkanek miękkich, ostrogi piętowe, i inne związane z urazami tkanek.
- **Fizykoterapia.**
  - **Jonoforeza.** Zabieg elektro-leczniczy, w którym następuje wykorzystanie prądu stałego do wprowadzenia leku w postaci zjonizowanej przez skórę do części ciała zmienionego chorobowo. Nośnikiem jest tu prąd galwaniczny, dzięki któremu uzyskuje się zmiany pobudliwości nerwów i mięśni oraz długotrwałe rozszerzenie naczyń krwionośnych.
  - **Magnetoterapia.** Zabieg przeznaczony do leczenia pulsującym polem magnetycznym małej częstotliwości. Wykorzystanie pola magnetycznego skutkuje wzmocnieniem przemiany materii oraz poprawą ukrwienia. Działa równomiernie na wszystkie tkanki, także przez ubranie, opatrunek i gips. Stosowany w leczeniu schorzeń ortopedycznych, neurologicznych, chorób układu krążenia, przedłużającym się gojeniu ran i złamań, a także w osteoporozie.
  - **Terapuls.** Zabieg z wykorzystaniem pola elektromagnetycznego wielkiej częstotliwości dawkowanego impulsami nie dający efektu ciepłego, ale mający działanie przeciwzapalne, przeciwbólowe oraz przeciwobrzękowe.
  - **Ultradźwięki.** Zabieg wykonywany specjalną głowicą, dzięki której wytwarzane są fale akustyczne, które wywierają na organizm

człowieka działanie mechaniczne powodując mikromasaż tkanek. Posiadają właściwości przeciwbólowe, przeciwzapalne, zmniejszające napięcie mięśniowe, rozszerzają naczynia krwionośne. Stosowane w leczeniu zespołów bólowych kręgosłupa i stawów, nerwobólach i bliznach.

- **Diadynamik.** Zabieg elektroczniczy, w którym następuje wykorzystanie prądów średniej częstotliwości, które wywołują rozszerzenie naczyń krwionośnych, wykazują silne działanie przeciwbólowe, zarówno miejscowe jak i segmentowe. Zabieg stosowany jest w leczeniu choroby zwyrodnieniowej kręgosłupa, nerwoból, zapaleń okołostawowych oraz chorób zwyrodnieniowych stawów.
- **Laseroterapia.** Zabieg polegający na oddziaływaniu podczerwonego promieniowania laserowego na organizm. Polega na doprowadzeniu energii o podwyższonym natężeniu do tkanek położonych w głębi organizmu człowieka, a więc nieosiągalnych normalnymi środkami fizycznymi. Działa przeciwbólowo, przeciwzapalnie, przeciwbrzękowo, przyspiesza gojenie.
- **Lampa sollux.** Zabieg polegający na wykorzystaniu lampy emitującej promieniowanie podczerwone IR, widzialne oraz nadfioletowe UV. Dzięki ogrzaniu uzyskujemy poprawę ukrwienia. Wywiera działanie przeciwbólowe, a także działa na organizm stymulująco oraz bakteriobójczo.
- **Lampa solaris.** Zabieg polegający na naświetlaniu miejscowym światłem spolaryzowanym, pomocny w schorzeniach reumatycznych i artretyzmie, wszelkich schorzeniach skóry spowodowanych przez infekcje i alergię, stanach zapalnych oraz bólach stawów.
- **Okład parafinowy.** Zabieg polegający na zastosowaniu ogrzanej roztopionej parafiny nakładanej na miejsca zmienione chorobowo. Okład parafinowy powoduje przekrwienie zarówno powierzchniowe, jak i głębokie tkanek.
- **Masaż klasyczny.** Zabieg wykonywany przez masażystę powoduje działanie bodźców mechanicznych na tkanki, uzyskując szybsze przemieszczenie się płynów ustrojowych, co skutkuje poprawą sprawności poszczególnych narządów, przy biernym zachowaniu masowanego.
- **Masaż wibracyjny.** Zabieg polega na miejscowym stosowaniu drgającej gumowej membrany, dla której źródłem energii jest przepływająca wewnątrz urządzenia woda. Zabieg jest stosowany przy nerwobólach i zwyrodnieniach kręgosłupa. Poprawia ukrwienie, ujędrnia skórę, a także może być stosowany w kosmetyce.
- **Gimnastyka indywidualna.** Stosowana jest u chorych po urazach, chorych z zaburzeniami układu krążeniowo - oddechowego, chorych po udarach mózgu itp.
- **Gimnastyka grupowa.** Stosowana jest jako ogólnousprawniająca lub według grup dobranych z określonymi schorzeniami.
- **Gimnastyka przyrządowa.** Zabieg polegający na wykorzystaniu przyrządów (atlasu, bieżni, ergometru) celem poprawienia funkcji poszczególnych stawów i kręgosłupa.
- **Inhalacje.** Zabieg polega na wprowadzeniu leku do układu oddechowego dzięki zastosowaniu urządzeń wytwarzających aerozole lecznicze o różnym stopniu rozproszenia, co wywołuje żądany skutek leczniczy.

Tab. 5. Ruch turystyczny w obiektach sanatoryjnych Uzdrawiska Horyniec

Zakłady uzdrawiskowe		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
obiekty ogółem	ob.	2	2	2	2	2	2	1	1	2
obiekty całoroczne	ob.	2	2	2	2	2	2	1	1	2
miejsca noclegowe ogółem	msc	175	410	410	410	410	445	250	260	380
miejsca noclegowe całoroczne	msc	175	410	410	410	410	445	250	260	380
korzystający z noclegów ogółem	osoba	5 112	5 669	4 778	4 652	4 668	3 814	2 465	2 982	5 896
korzystający z noclegów turyści zagraniczni	osoba	20	12	15	45	25	22	32	56	61
udzielone noclegi ogółem	-	55 914	63 006	66 364	66 938	70 136	49 472	23 755	29 760	61 587
udzielone noclegi turystom zagranicznym		320	134	96	309	217	166	224	386	360

źródło: GUS.

#### Cechy wyróżniające uzdrawisko Horyniec-Zdrój:

- uzdrawisko reprezentuje nieliczny w kraju typ uzdrawiska nizinnego,
- bazuje na bogatych zasobach doskonałej jakości lokalnych surowcach leczniczych: siarczkowych wodach mineralnych i borowinie,
- w rejonie uzdrawiska korzystnie kształtują warunki klimatyczne - zwłaszcza insolacyjne, wyrażające się m. in. dużą liczbą dni pogodnych (średnio 50 w roku) i rocznym nasłonecznieniem (ok. 1600 godzin),
- klimat nizinny jest mniej bodźcowy od klimatu uzdrawisk górskich i podgórskich. Większość mieszkańców Polski żyje w strefie klimatu nizinnego i jest lepiej do niego przystosowana.



Uzdrawisko położone jest w brzeźnej strefie Beskidu Niskiego w łańcuchu Karpat Zewnętrznych. Część uzdrawiska położona jest na wysokości 380-450 m n.p.m. Iwonicz jest uzdrawiskiem podgórskim dolino-zboczowym, charakteryzującym się typem bioklimatu umiarkowanie bodźcowym. Uzdrawisko położone jest w VI regionie bioklimatycznym „podgórskim i górskim”.



Najwcześniejsza wzmianka kronikarska o leczniczych właściwościach wód iwoniczkich pochodzi z 1578 r. W tym roku nadworny lekarz króla Stefana Batorego Wojciech Oczko, autor pierwszego w Polsce dzieła lekarskiego w jęz. polskim pt. "Cieplice" opisał wody iwoniczkie.

Pierwsza praca poświęcona Iwoniczowi nosi tytuł: "Cenzura o wodzie iwanickiej" Jana Sechkiniego, lekarza przemyskiego, napisana w 1630 roku. Sechkini podkreśla w dziele piękne położenie uzdrawiska i wybitne walory lecznicze wód. Akta wizytacji biskupiej Iwonicza w 1639 roku podają obszerną relację o źródłach iwoniczkich oraz o licznych kuracuszach: "Dodać trzeba znakomitą Boskiej Opatrzności dla tej parafii łaskę i dobroć. W granicach onej albowiem znajdują się źródła wody ciągle bijącej, leczniczymi właściwościami słynące, które na oko mają barwę deszczowej wody, w kolor cytrynowy wpadające, czyli naftą są przejęte dla czego, gdy w nie proch lub papier zapalony wpuści, zajmują się płomieniem i nie gasną łatwo, aż mocno i długo gałęziami jodłowymi bite i tłumione. Do tych wód z całego prawie Królestwa Polskiego i z zagranicy, a najwięcej z Węgier, jakoby do wód Siloc lub cudownej sadzawki Owczej niezmiernie corocznie napływa ludność".

W czasach zaboru austriackiego nastąpiło zahamowanie rozwoju zdroju, rząd austriacki nie popierał polskich uzdrawisk widząc w nich konkurencję dla austriackich. Dopiero w XIX wieku nastąpił znaczny rozwój. Świetność przywróciła uzdrawisku **rodzina Załuskich**, która nabyła miejscowość w 1799 roku. W 1835 roku czynne były trzy zdroje, a w 1838 r. zakład kąpielowy wyposażony w 12 łazienek.

W roku 1835 ówczesny właściciel hr. Karol Załuski wraz z żoną zatrudnili znanego analityka Iwowskiego Teodora Torosiewicza, który przeprowadził pierwszą analizę chemiczną wód iwoniczkich. Doktor Torosiewicz razem z innymi lekarzami ze Lwowa i Krakowa stwierdzili wysoką wartość wód. Uzdrawisko wznowiło działalność. Załuski sprowadził stałych lekarzy, poprawił drogi, pobudował mosty i uporządkował źródła. W tym czasie czynne były 3 źródła: "Karol", "Amelia" i "Józef". Nad nimi w 1836 roku postawiono okazały kiosk, zbudowano łazienki, domy mieszkalne dla gości i kościółek św. Iwana - patrona chorych i rekonwalescentów.

O zdroju iwoniczkim pisali rozprawy lekarze, chemicy, geografowie i przyrodnicy. Zachowały się widoki przedstawiające źródło w 1839 roku. Pierwszym lekarzem zdrojowym w Iwonicz był Józef Pol - brat poety Wincentego Pola, który często przebywał w tym uzdrawisku, podziwiał krajobraz i był pod jego wrażeniem, czemu dał wyraz w "Pieśni o ziemi naszej" oraz powieści "Nieźli są ludzie", przedstawiającej życie kuracjuszy w Iwoniczu w 1842 roku.

W 1856 roku lecznicze czynniki Iwonicza zbadał wybitny uczony, balneolog, profesor i rektor UJ **dr J. Dietl**. Wydał on o zdroju szereg rozpraw i to on nazwał Iwonicz "księciem wód jodowych". W 1857 roku leczyło się tutaj ponad 400 osób. Dalszą rozbudowę zdroju w latach 1860-1867 prowadził syn Karola i Amelii - hr. Michał Załuski. Zabezpieczono ujęcie źródeł, co spowodowało większą ich wydajność. W 1862 roku wykonano nową obudowę zdrojów i nadano im imiona Karol, Amelia, Józef na cześć wskrzesicieli uzdrawiska: małżonków Karola i Amelii Załuskich oraz Józefa Załuskiego - brata Karola. Obaj bracia byli zasłużonymi weteranami Powstania Listopadowego. Oprócz kąpeli mineralnych urządzono kąpiele balsamiczne z igliwia jodowego, czynny był zakład gimnastyczny i apteka. W 1875 roku wybudowano

murowane łazienki, które czynne są do dnia dzisiejszego. W 1879 r. w uzdrowisku wprowadzono kąpiele borowinowe, a w 1885 roku zakład miał już 21 domów dla kuracjuszy z ponad 600 pokojami dla gości. Leczyli się tutaj ludzie zarówno z kraju jak i zagranicy m. in. z Austrii, Węgier, Rosji, Czech i Rumunii. Zakład zdrojowy otrzymał wiele dyplomów i medali na różnych wystawach lekarskich i przyrodniczych. W 1889 roku dokonano odwiertu nowego źródła wody mineralnej "Emma".

Intensywny rozwój Iwonicza trwał przez cały okres międzywojenny. Powstało kilkadziesiąt pensjonatów oraz nowoczesne zakłady przyrodolecznicze: sanatorium Związku Kas Chorych "Excelsior" i lecznica ortopedyczna "Santo". Tuż przed wojną roczna frekwencja wynosiła 19 tys. osób. Większość kuracjuszy stanowili w tym okresie Żydzi, którzy upodobali sobie Iwonicz. Latem 1944 roku miejscowość zajęły oddziały AK. Przez kilka tygodni, do nadejścia Armii Czerwonej istniała tu tzw. republika iwoniczka, terytorium wolne od kontroli niemieckiej. Zakład dysponował 130 wannami kąpielowymi dla dorosłych i 71 wannami dla dzieci. W 1933 roku czynnych w uzdrowisku było 28 domów mieszczących 1032 łóżka, dostępne było także 450 pokoi w willach prywatnych. Od roku 1931 przyjmowało chorych nowoczesne sanatorium Excelsior.

Po wojnie wybudowano wiele nowych sanatoriów. W 1950 r. Iwonicz został przekształcony w państwowe przedsiębiorstwo uzdrowiskowe, powstało wiele sanatoriów i obiektów wypoczynkowych. Od 2012 nowym właścicielem Uzdrowiska jest fundusz Uzdrowiska Polskie utworzony przez Bank Polskiej Spółdzielczości SA i Nałęczowskie Towarzystwo Inwestycyjne SA.

Architektura Iwonicza ma cechy późnoklasycystyczne i przede wszystkim wzorowana jest na modnym w XIX w. stylem szwajcarskim. Od 1973 roku zabudowa zdroju jest zabytkiem. Obiektami wyróżniającymi się są:

- Dom Zdrojowy zw. Hotelem (1859-61),
- Willa Bazar (1875-80) z charakterystyczną wieżą zegarową,
- Stare Łazienki Mineralne (1869-75) wzniesione w stylu secesyjnym wg. projektu Feliksa Księżarskiego,
- Stary Pałac - późnoklasycystyczny, wzniesiony w 1837 roku według rysunku Amelii z Ogińskich Załuskiej, obecnie siedziba uzdrowiska (adres w stopce),
- Pawilon nad Źródłami "Amelia" i "Karol" przy placu Karola i Józefa z 1837 r. w kształcie ośmiobocznej altany na kolumnach,
- Pijalnia Wód Mineralnych z 1837 roku, przebudowana w 1922 r.,
- Pawilon nad źródłem "Józef" z 1890 roku,
- Prywatna willa Krakowiak z roku 1876 r. zniszczona w grudniu 2004 w pożarze (odbudowywana),
- Biały Orzeł (1912) o oryginalnej architekturze w stylu szwajcarskim,
- Sanatorium "Pod Jodłą" z 1905 r.,
- Willa "Ustronie" z 1868 roku,
- Kaplica zdrojowa z 1845 roku.

Bogactwem Iwonicza są liczne źródła wód leczniczych. Są to wody chlorkowo-wodorowęglanowo-sodowe jodkowo bromkowe i wody fluororkowo borowe. Wydobywane są z następujących ujęć: ELIN 7, IWONICZ II, KLIMKÓWKA 27, ZOFIA 6, LUBATÓWKA 12, LUBATÓWKA 14.

#### Infrastruktura:

1. Sanatorium „Biały Orzeł” - posiada 128 miejsc w pokojach 2 i 3 osobowych z łazienkami.
2. Centrum Lecznictwa Uzdrowiskowego.
3. Centrum Rehabilitacji Rolników.
4. Szpital Uzdrowiskowy „Excelsior” - posiada 234 miejsca w pokojach 1,2,3 i 4 osobowych z pełnym i niepełnym węzłem sanitarnym.
5. Górnicze Sanatorium Związkowe „GÓRNIK” – bd.
6. Sanatorium Uzdrowiskowe nr IV - posiada 39 miejsc w 15 pokojach 2,3 i 4-osobowych.
7. ZRP Sanatorium Uzdrowiskowe PIAST - 110 miejsc w apartamentach, pokojach 1, 2 i 3 osobowych z pełnym węzłem sanitarnym, sprzętem rtv, balkonem, telefonem.
8. Sanatorium - „Pod Jodłą” - posiada 85 miejsc w 50 pokojach 1,2,3,4 osobowych i dwóch apartamentach 2-osobowych.
9. Sanatorium "Sanvit" – bd.

10. Sanatorium „Stare Łazienki” – posiada 57 miejsc w pokojach 2 i 3 osobowych z pełnym węzłem sanitarnym, wyposażonych w TV-SAT i telefon.
11. Sanatorium Uzdrowiskowe "Wisła Margot" – bd.
12. Sanatorium “Stomil-Ziemowit” – dysponuje 180 miejscami w pokojach 1, 2 i 3-osobowych oraz “studio” z pełnym węzłem sanitarnym.
13. Piast – 110 miejsc noclegowych.

#### Oferta lecznicza i zabiegowa:

- **Choroby układu trawienia:**
  - choroby żołądka i dwunastnicy (choroba wrzodowa, stany zapalne, zaburzenia wydzielania),
  - choroby wątroby i dróg żółciowych,
  - choroby jelit (zespół jelita drażliwego, zaparcia nawykowe).
- **Choroby ortopedyczno-urazowe:**
  - stany pourazowe kręgosłupa i kończyn,
  - stany po wszczępieniu endoprotez,
  - wady wrodzone i nabyte narządu ruchu.
- **Choroby reumatologiczne:**
  - reumatoidalne zapalenie stawów,
  - zeszywniające zapalenie stawów kręgosłupa,
  - inne choroby stawów i tkanek miękkich,
  - choroba zwyrodnieniowa kręgosłupa i stawów obwodowych.
- **Choroby dróg oddechowych:**
  - przewlekłe nieżytowe błony śluzowej gardła i nosogardła (proste, zanikowe, przerostowe, alergiczne),
  - przewlekłe zapalenia zatok,
  - stany po operacjach radykalnych zatok szczękowych,
  - przewlekłe zapalenia krtani (proste, nieżytowe, przerostowe i zanikowe oraz dysfunkcje krtaniowe i stany po operacjach mikrochirurgicznych krtani bez odczynów obrzękowych głośni),
  - przewlekłe nieżytowe zapalenie tchawicy i oskrzeli bez objawów spastycznych.
- **Choroby układu nerwowego:**
  - niedowłady po udarach mózgu, urazach kręgosłupa i czaszki, po operacjach kręgosłupa,
  - dyskopatie,
  - stwardnienie rozsiane,
  - inne choroby centralnego i obwodowego układu nerwowego.
- **Choroby kobiece:**
  - przewlekłe zapalenia narządów miednicy mniejszej,
  - stany po operacjach ginekologicznych,
  - nietrzymanie moczu u kobiet,
  - zaburzenia okresu menopauzy.
- **Po mastektomii:**
  - Rehabilitacja kobiet po amputacji piersi obejmuje:
  - kinezyterapię przeciwobrzękową pasa barkowego,
  - kinezyterapię i hydrokinezyterapię ogólnoustrojową,
  - masaż obręczy barkowej,
  - drenaż limfatyczny kończyny górnej,
  - inhalacje dróg oddechowych,
  - psychoterapię indywidualną i grupową.
- **Osteoporoza:**
  - badanie densytometryczne,
  - szczegółowe badania laboratoryjne (analityczne, chemiczne, hormonalne),
  - indywidualny zestaw zabiegów leczniczych z zakresu fizykoterapii, balneoterapii i kinezyterapii.
- **Choroby skóry:**
  - Uzdrowiskowa Klinika Dermatologiczna leczy: bielactwo, łuszczycę, łysienie plackowate, trądzik; wykonuje zabiegi z zakresu: korekcji twarzy, bezbolesnego usuwania blizn, przebarwień, zmarszczek, likwidacji rozszerzonych naczyń krwionośnych.
- **Otyłość:**
  - dieta niskokaloryczna,
  - kinezyterapia indywidualna i grupowa,
  - hydrokinezyterapia,
  - balneoterapia,
  - fizykoterapia,
  - masaże.

**Zabiegi:**

- **Kąpiele:** kąpiele aromatyczne, kąpiel borowinowa, kwasowęglowa, mineralna, perełkowa, perełkowa z automatycznym masowaniem, perełkowa z ozonem, siarczkowa, solno-borowinowa, solankowa, strumieniowa, rekreacyjna w basenie, wirowa, zmienno-ciepła, kąpiel 4-komorowa.
- **Natryski:** bicz szkocki, natrysk płaszczowy.
- **Inhalacje:** aerozolem leczniczym na bazie wody mineralnej, solankowe, ultradźwiękowe.
- **Cieplolecznictwo:** zawijanie borowinowe częściowe, zawijanie borowinowe, parafina.
- **Kinezyterapia:** gimnastyka indywidualna, gimnastyka lecznicza w basenie, gimnastyka zbiorowa, ćwiczenia kondycyjne i rehabilitacyjne na przyrządach, siłownia, aerobik.
- **Masaże:** ręczny (całkowity, częściowy), podwodny, hydromasaż, masaż wirowy, fotel wibracyjny, materac masujący, Aquavibron.
- **Fizykoterapia:** czterekomorówka, diadynamik, diatermia, elektrostymulacja, fonoforeza, galwanizacja, interdynam, interdynam +intercac, interdynam + intervac, jonoforeza, magnetoterapia, sanotherm, stymulacja, tens, terapuls, ultradźwięki.
- **Światolecznictwo:** lampa sollux, lampa kwarcowa, lampa biotron, lampa Q-light, lampa inra, lampa BIO-V-PL.

Tab. 6. Ruch turystyczny w obiektach sanatoryjnych Uzdrawiska Iwonicz

Zakłady uzdrowskowe		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
obiekty ogółem		1	2	2	4	4	5	6	6	6
obiekty całoroczne	ob.	1	2	2	4	4	5	6	6	6
miejsca noclegowe ogółem	msc	165	260	274	632	634	671	767	763	922
miejsca noclegowe całoroczne	msc	165	260	274	632	634	671	767	763	922
korzystający z noclegów ogółem	osoba	1020	2717	3030	12048	11751	13766	17885	13802	17269
korzystający z noclegów turyści zagraniczni	osoba	8	3	0	12	3	70	73	73	86
udzielone noclegi ogółem	-	54996	79916	80920	152625	172883	166566	189156	181234	246597
udzielone noclegi turystom zagranicznym	-	63	12	0	140	23	841	716	761	91

źródło: GUS.

**Cechy wyróżniające uzdrowiska Iwonicz:**

- pierwsze wzmianki o funkcjonowaniu tych miejscowości pochodzą z końca XV wieku,
- uzdrowisko - „Książę wód jodowych”,
- kurort rozwinął się głównie dzięki rodzinie Załuskich,
- wyróżnikiem krajobrazowym jest zabytkowa zabudowa uzdrowskowa. Składa się z grupy 22 budynków z XIX w. i pocz. XX wieku. Zachowany został oryginalny i przestrzenny układ drewnianej zabudowy.



Polańczyk leży w Górach Sanocko-Turczańskich, stanowiących północną część makroregionu Beskidy wschodnie. Uzdrowisko znajduje się na wysokości 440 m n.p.m., przy czym część uzdrowskowa usytuowana jest na wąskim półwyspie, na zachodnim brzegu Jeziora Solińskiego. Polańczyk usytuowany jest w regionie bioklimatycznym VI „podgórskim i górskim”, o dużym zróżnicowaniu lokalnych warunków bioklimatu. Jest to uzdrowisko podgórskie przyjeziorne. Uzdrowisko posiada wody lecznicze wodorowęglanowe sodowe żelaziste, jodkowo borowe.

Lecznictwo uzdrowskowe rozpoczęło w 1977 roku, natomiast w 1999 roku Polańczyk uzyskał status uzdrowska. Występują tu wody mineralne wodorowęglanowo-sodowe, jodkowe, borowe – o nazwie „**Polańczanka**” oraz chlorkowo-wodorowęglanowo-sodowe, bromkowe, jodkowe, fluorkowe i bromowe – o nazwie „**Solinianka**”, co pozwala wykorzystać ich działanie w kuracji pitnej i kąpielach leczniczych.

**Infrastruktura:**

Cała baza sanatoryjno-wypoczynkowa (900 łóżek) znajduje się na przepięknym półwyspie, wcinającym się głęboko w wody solińskiego akwenu, o dobrym nasłonecznieniu i przewietrzeniu.

1. Sanatorium Uzdrowskowe "SOLINKA".
2. Sanatorium Uzdrowskowe "AMER - Pol".
3. Sanatorium Uzdrowskowe "PLON".
4. Ośrodek Leczniczo - Wypoczynkowy "DEDAL" i „Atrium”.

Na terenie uzdrowska istnieją również ośrodki wypoczynkowe: „Jawor” (200 miejsc noclegowych), „Molo” (165 miejsc noclegowych) i „Skalny”(180 m.n.).

**Profile lecznicze uzdrowska Polańczyk:**

- choroby ortopedyczno-urazowe,
- choroby reumatyczne,
- choroby kardiologiczne i nadciśnienie,
- choroby górnych dróg oddechowych,
- choroby dolnych dróg oddechowych,
- choroby endokrynologiczne,
- cukrzyca.

**Oferta lecznicza i zabiegowa:**

Kinezyterapia (indywidualna, grupowa, terenoterapia).  
Peloidoterapia (okłady, kąpiele zawiesinowe z pasty borowinowej),  
Hydroterapia (kąpiele wirowe, bicz szkocki, masaż podwodny, hydromasaż).  
Fizykoterapia (elektroterapia, ultrasonoterapia, magnetoterapia).

- **Fototerapia:**
  - emitory promieniowania podczerwonego,
  - emitory promieniowania ultrafioletowego (zabiegi częściowe i całkowite),

- lampy B-V,
- lasery.

• **Krioterapia:**

- miejscowa CO<sub>2</sub> i ciekłym azotem,
- ogólna (sanatorium „DEDAL”).

• **Inhalacje:**

- indywidualne ( lekowe, solankowe, olejkowe ),
- tężnia solankowa.

• **Zabiegi balneologiczne (kąpiele lecznicze):**

- solankowe,
- siarczkowe,
- kwasowęglowe,
- perełkowe.

Ruch turystyczny w obiektach sanatoryjnych Polańczyka nie jest notowany w bazie GUS stąd brak jest tych danych w tym opracowaniu.

**Cechy wyróżniające uzdrowiska Polańczyk:**

- najmłodsze uzdrowisko z analizowanych – lata 80.,
- położone na terenach wiejskich o niskim stopniu urbanizacji, przyjezierne, najbliższej rdzenia Bieszczad,
- ruch turystyczny nie uzdrowiskowy głównie w okresie wakacyjnym,
- brak zabytkowej architektury, przeciwnie – uzdrowisko „odpycha” swoim nieharmonijnym krajobrazem kulturowym,
- dominacja krajobrazu przyrodniczego nad kulturowym.

• **Zabiegi hypertermalne:** sauna.

- **Masaże lecznicze** (klasyczne, segmentarne, limfatyczne), krenoterapia (kuracja pitna) i edukacja zdrowotna.



Uzdrowisko położone jest w Beskidzie Niskim na wysokości 375-400 m n.p.m. w dolinie rzeki Tabor i jej prawobrzeżnego dopływu Czarnego Potoku. Usytuowany jest w rejonie bioklimatycznym VI „podgórskim i górskim” charakteryzującym się dużym zróżnicowaniem warunków bioklimatycznych. Jest to uzdrowisko podgórskie dolinne. O klimacie charakteryzującym się umiarkowanymi, a okresowo nawet silnymi bodźcami atmosferycznymi.

Do naturalnych tworzyw leczniczych Rymanowa należą różnego rodzaju szczawy, w tym unikatowe w swym składzie wody ze źródła „Klaudia” (jedna z najsilniejszych w Europie szczaw solankowo-sodowych).

Odkrycie źródeł mineralnych 16 sierpnia 1876 roku dało początek dziejom Rymanowa Zdroju. Występowanie od wieków wód leczniczych w sąsiednim Iwoniczu Zdroju skłoniło zamieszkałych od 1870 r. w Rymanowie właścicieli dóbr Annę i Stanisława Potockich do szukania podobnych źródeł w okolicznych górach i dolinie rzeki Taba (dziś Tabor). Wyjątkową okazję dał pobyt na dworze rymanowskim chemika Tytusa Sławika. Wykonana przez niego pobieżna analiza źródła nad brzegiem rzeki Taba, wykazała silne stężenie jodu i żelaza. Przeprowadzenia dokładnych badań chemicznych odkrytej wody dokonał rok później w 1877 r. prof. dr Wesselshy, chemik wiedeński. Analiza w zupełności potwierdziła cenne zalety źródła. Rozpoczęto budowę pierwszych pensjonatów. W 1881 roku dr Bronisław Radziszewski dokonał trzeciego w historii uzdrowiska badania chemicznego składu źródeł mineralnych, wydane rok później drukiem. Nowo powstałe uzdrowisko odznaczone zostało na wystawie przyrodniczej w Krakowie w 1882 r. srebrnym medalem. W 1885 r. wybudowano pierwszą kolonię „Lwowską” inaugurującą lecznictwo dziecięce. W 1888 r. w parku zdrojowym w widłach Taboru i Czarnego Potoku wzniesiono gmach „Dworca Gościnnego”. Pełnił on funkcję domu zdrojowego. Powstało też wiele stylowych willi i pensjonatów. Wśród nich wyrażające się piękną architekturą secesyjną pensjonaty „Pod Matką Boską”, „Pogoń” i „Leliwa”. Na przyległym do zakładu terenie i w okolicznych lasach wycieczono chodniki i ścieżki spacerowe. Wśród kuracjuszy nie brakowało licznych dostojników, między innymi bawił w Rymanowie Zdroju arcyksiążę Albrecht, stryj cesarza Franciszka Józefa. Leczył się tutaj również Stanisław Wyspiański, a także sławny kompozytor Ludomir Różycki.



II wojna światowa doprowadziła uzdrowisko do ponownej ruiny. Po ustaniu działań wojennych przystąpiono do remontów ocalałych obiektów, zachowując ich dotychczasowy styl. Z sezonowego niegdyś kurortu, Rymanów Zdrój już w pierwszym dziesięcioleciu powojennym stał się dziecięcym uzdrowiskiem czynnym przez cały rok. Przeprowadzono modernizację zakładu przyrodoleczniczego wyposażając go w nowoczesne urządzenia zabiegowe. W 1965 roku w rozbudowanym gmachu dawnych „Łazienek Mineralnych” uruchomiono szpital uzdrowiskowy „Eskulap” dla dorosłych na 120 łóżek.

W południowej części uzdrowiska wzniesiono nowy szpital uzdrowiskowy dla dzieci „Polonia”, a bardziej na wschód, na południowym zboczu Zamczyska, trzystu-łożkowy szpital uzdrowiskowy „Zimowit”. Powstały sanatoria branżowe, ośrodki Funduszu Wczasów Pracowniczych, spółdzielcze i turystyczne. W 1980 roku oddano do użytku nowo wybudowaną rozlewnię wód mineralnych, zlokalizowaną w Desznie, na południe od uzdrowiska. Zakład prowadzi butelkowanie rymanowskich wód leczniczych „Tytus”, „Klaudynka” i „Celestynka” oraz napojów owocowych na bazie czystej wody. Rymanów Zdrój istniejący faktycznie od 1876 roku dopiero 16 sierpnia 1996 roku, w stu dwudziestą rocznicę odkrycia źródeł mineralnych, uchwałą Rady Miejskiej w Rymanowie utworzono wieś Rymanów Zdrój składającą się z obszarów dotychczasowych wsi Deszno, Wołtuszcza i południowej części wsi Posada Górna nazwanej Rymanów Zdrój o powierzchni 1625 ha.

**Infrastruktura:**

1. Sanatorium „Anna-Staś”.
2. Sanatorium Uzdrowiskowe "Gołąbek i Opatrzność". Willa "POD GOŁĄBKIEM" - należąca do najstarszych w Rymanowie Zdroju. Wybudowana została w 1882r., posiadała salę balową i restaurację. Jako jedna z nielicznych przetrwała do dnia dzisiejszego. Willa "OPATRZNOŚĆ" - jeden z najstarszych, zachowanych obiektów Rymanowa Zdroju, wybudowany w 1881 roku.
3. Sanatorium Uzdrowiskowe "Teresa" - może jednorazowo przyjąć 66 gości – kuracjuszy.
4. Sanatorium Uzdrowiskowe „Maria”- oferuje swoim gościom 77 miejsc w pokojach 2,3 lub 4 osobowych.
5. Pijalnia Wód Mineralnych – można dokonać degustacji wód leczniczych Tytus, Klaudia i Celestynka.
6. Podkarpackie Centrum Rehabilitacji Kardiologicznej „POLONIA”- jeden z największych inajnowocześniejszych w kraju ośrodków przeznaczony dla celów rehabilitacji pacjentów z chorobami układu krążenia, a w szczególności chorych po operacjach kardiologicznych i po zawałach serca (120 miejsc noclegowych).

**Oferta lecznicza i zabiegowa**

**POBYTY REFUNDOWANE PRZEZ NFZ:**

W ramach ubezpieczenia zdrowotnego w „Uzdrowisko Rymanów” S.A. kuracjusze mogą korzystać z:

- **szpitalnego leczenia uzdrowiskowego dla dorosłych** – pobyt trwa 21 dni, jest bezpłatny i w ramach zwolnienia lekarskiego,
- **szpitalnego leczenia uzdrowiskowego dla dzieci w wieku od 3-18 lat** – pobyt trwa 27 dni, jest bezpłatny, dzieciom zapewniamy naukę szkolną na poziomie szkoły podstawowej i gimnazjum,
- **sanatoryjnego leczenia uzdrowiskowego dla dorosłych** – pobyt trwa 21-dni, w ramach urlopu, kuracjusz ponosi częściowe koszty zakwaterowania i wyżywienia, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Zdrowia z dnia 22 grudnia 2010 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie świadczeń gwarantowanych z zakresu lecznictwa uzdrowiskowego,
- **sanatoryjnego leczenia uzdrowiskowego dla dzieci w wieku od 3-6 lat pod nadzorem opiekuna** – pobyt trwa 21 dni, pobyt dla dziecka jest bezpłatny, opiekun we własnym zakresie pokrywa koszty zakwaterowania i wyżywienia w wysokości określonej przez Uzdrowisko Rymanów S.A.,
- **uzdrowiskowej rehabilitacji dla dorosłych w szpitalu uzdrowiskowym** – pobyt trwa 28 dni, jest bezpłatny i w ramach zwolnienia lekarskiego,
- **ambulatoryjnego leczenia uzdrowiskowego dla dorosłych i dzieci** – trwa od 6 do 18 dni zabiegowych, kuracjusz we własnym zakresie pokrywa koszty zakwaterowania i wyżywienia,
- **fizjoterapii ambulatoryjnej** – prowadzonej w dni robocze od godz. 8.00 – 18.00.

Rehabilitacja kardiologiczna w systemie stacjonarnym

Świadczenia rozliczane są przez NFZ wg JGP (jednorodne grupy pacjentów) i przysługują chorym z następującymi rozpoznaniem:

- niewydolność serca zastoinowa, lewokomorowa,
- obecność pomostów naczyniowych aortalnowieńcowych omijających (bypass),

- obecność protez zastawek serca,
- obecność wszczepów i przeszczepów związanych z angioplastyką wieńcową.

#### POBYTY KOMERCYJNE:

Turnusy rehabilitacyjne – docelowa grupa pacjentów to osoby:

- z dysfunkcją narządu ruchu, z wyłączeniem osób poruszających się na wózkach inwalidzkich,
- z dysfunkcją narządu ruchu poruszających się na wózkach inwalidzkich,
- z upośledzeniem umysłowym,
- z padaczką,
- ze schorzeniami układu krążenia,
- z chorobami reumatycznymi, układu moczowo-płciowego, ze schorzeniami układu oddechowego.

Zielone szkoły.

Pobyty wypoczynkowe.

Tab. 7. Ruch turystyczny w obiektach sanatoryjnych Rymanowa Zdrój

Zakłady uzdrowiskowe		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
obiekty ogółem	ob.	1	1	1	1	1	1	1	1	5
obiekty całoroczne	ob.	1	1	1	1	1	1	1	1	5
miejsca noclegowe ogółem	msc	130	130	130	130	130	134	334	328	625
miejsca noclegowe całoroczne	msc	130	130	130	130	130	134	334	328	625
korzystający z noclegów ogółem	osoba	1596	1512	1580	1532	1517	2694	3277	4539	7756
korzystający z noclegów turyści zagraniczni	osoba	563	302	27	143	258	119	0	3	158
udzielone noclegi ogółem	-	48648	45997	47776	46117	46278	82454	99504	125090	185369
udzielone noclegi turystom zagranicznym	-	5498	2502	109	1058	2186	841	0	27	1117

źródło: GUS.

#### Cechy wyróżniające uzdrowisko Rymanów

- początek funkcjonowania uzdrowiska w XIX wieku;
- rozwój uzdrowiska nastąpił dzięki rodzinie Potockich - wybudowany Zielony Domek – symbol architektoniczny;
- wyróżniająca się architektura secesyjna pensjonatów Pod Matką Boską, "Pogoń" i "Leliwa".

## 2.2. Uzdrowiska na Ukrainie - charakterystyka ogólna.

### 2.2.1. Uzdrowiska regionu karpackiego na Ukrainie

Rozwój tradycji uzdrowiskowych i turystyki zdrowotno-rekreacyjnej w obwodach lwowskim, iwanofrankiowskim i zakarpacim Regionu Karpackiego można podzielić na kilka etapów:

- I okres – średniowieczny: powstanie pierwszych ośrodków uzdrowiskowych i upowszechnianie tradycji leczenia wodą - hydroterapii (III – XVII w.);

- II okres – cesarski: organizacja na terenach cesarstwa austro-węgierskiego nowoczesnych ośrodków uzdrowiskowych i rozpowszechnienie metod naukowych kulturologii i mody na „zwiedzanie wód” (XVIII w. – 1914 r);
- III okres – międzywojenny (lata 1918 – 1939): rozbudowanie infrastruktury turystyki leczniczej w granicach Polski i Czechosłowacji;
- IV okres – radziecki (lata 1939 – 1991): planowana rozbudowa infrastruktury turystyki leczniczej Ukrainiejskiej Socjalistycznej Republiki Radzieckiej w składzie ZSRR;
- V okres – współczesny (od 1991 r.): reorganizacja rynkowa i rozwój turystyki leczniczej we współczesnym państwie ukraińskim.

**Obwód lwowski** obejmuje 3,6% obszaru Ukrainy (21,8 tys. km<sup>2</sup>) i 5,4% (2,7 mln.) jej ludności - to największy i najlepiej rozwinięty obwód Ukrainy Zachodniej. W czterech miastach obwodu: we Lwowie, Drohobyczu, Stryju i Czerwonogrodzie ilość mieszkańców przekracza 50 tys. We Lwowie, stolicy obwodu mieszka 730 tys. osób. Obwód rozciąga się z północy na południe na długości 250 km i dzięki temu zawdzięcza różnorodność stref przyrodniczych i zmienność krajobrazów: poleskie – lasy iglaste i bagna; podolskie i podgórskie - lasy liściaste i fragmenty stepu; karpacie – lasy górskie. Przez obszar obwodu przebiega główny europejski dział wodny. Swoje źródła mają tutaj dwie wielkie rzeki Europy Środkowo - Wschodniej, jak Dniestr i Bug.

Region posiada dobrze rozwiniętą infrastrukturę transportową i jest głównym korytarzem tranzytowym między krajami Unii Europejskiej a krajami Kaukazu i Azji Środkowej. Do głównych osi tranzytowo-turystycznych należą międzynarodowe trasy drogowe E 40 (Kijów – Lwów), E 50 (Użhorod – Donieck), E 372 (Lwów – Warszawa), E 471 (Lwów - Stryj). Ogromne znaczenie turystyczne ma także trasa regionalna P 39, łącząca Lwów z Użhorodem przez Przełęcz Użocką. Gęstość sieci drogowej wynosi 3,7 km/10 km<sup>2</sup> (średni wskaźnik po Ukrainie 1,7 km/10 km<sup>2</sup>). Lwów posiada połączenie autokarowe ze wszystkimi głównymi miastami Ukrainy oraz międzynarodowe z Białorusią, Mołdową, Polską, Rumunią, Słowacją, Niemcami, Wielką Brytanią, Francją i innymi krajami. Obecnie wzdłuż dróg o znaczeniu międzynarodowym i regionalnym wybudowano prywatne motele, kempingi, restauracje, punkty obsługi serwisowej o standardzie europejskim. Lotnisko międzynarodowe we Lwowie obsługuje połączenia lotnicze nie tylko z największymi miastami na Ukrainie, ale też z Warszawą, Wiedniem, Frankfurtem i lotniskami w Rosji, na Kaukazie i w Azji Środkowej. Lwów leży na skrzyżowaniu linii kolejowych z dziewięciu różnych kierunków. Lwowskie koleje obsługują połączenie z obwodami Ukrainy i najważniejszymi regionami państw WNP i Czechami, Polską, Słowacją, Rumunią i Węgrami, a także z innymi krajami. Jednym z głównych kierunków rozwoju turystyki w regionach przygranicznych jest rozbudowa i zagospodarowanie istniejących przejść granicznych i otwarcie nowych. W obwodzie lwowskim wzdłuż granicy państwowej z Polską (250 km) działa 7 oddzielnych przejść granicznych: 4 samochodowe – Szezinie, Rawa Ruska, Krakowiec, Smielnica, i 3 kolejowe – Chyrów, Mościska-2 i Rawa Ruska oraz jedno przejście piesze w przygranicznym punkcie Szezinie – Medyka.

Obwód lwowski posiada dobrze rozwinięty sektor uzdrowiskowo-sanatoryjny. W 2011 r. w było w nim 55 pensjonatów leczniczych, 8 sanatoriów profilaktycznych, 6 domów wczasowych, 32 schroniska i inne placówki wypoczynkowe. Przez ostatnie dziesięciolecie znacznie wzrosła liczba obozów i kolonii dla dzieci i w 2011 r. ich było już 763 (w porównaniu z 32 obozami w 2000 r.). Najważniejsze ośrodki balneologiczne to Truskawiec, Morszyn, Lubiń Wielki, Niemirów, Szkło i Schodnica.

Lwowskie Podkarpacie to jeden z najślawniejszych na Ukrainie i w Karpatach obszarów uzdrowiskowych o znaczeniu światowym. Swoją sławę zawdzięcza trzem uzdrowiskom - Truskawiec, Morszyn i Schodnica, gdzie znajdują się dziesiątki sanatoriów, domów wczasowych oraz innych obiektów leczniczych i rekreacyjnych. Unikatowe pod względem swoich właściwości są lecznicze wody Naftusia i Morszynska. Unikatowość tych kurortów podkreśla także możliwość stosowania leczniczego wosku ziemnego, którego największe złoża znajdują się w regionie lwowskim. Turystyka zdrowotna obejmuje leczenie tradycyjne i nietradycyjne, klimatoterapię, hydroterapię, rehabilitację i inne. Pacjenci przebywają w komfortowych obiektach noclegowych z pełnym zakresem świadczeń dodatkowych, takich, jak kuchnia narodowa, bary ziołowe, baseny, łaźnie rosyjskie, solaria, sale konferencyjne, Internet, telewizja satelitarna, wypożyczalnia sprzętu sportowego. Pobyty urozmaicane są licznymi wycieczkami do zamków, miejscowości zabytkowych i rezerwatów przyrodniczych.

Najbardziej rozwiniętą częścią Ziemi Lwowskiej pod względem kurortów klimatycznych i narciarskich jest Beskidzko-Wierchowiński rejon turystyczny. Podstawową specjalizację rejonu stanowią różne formy rekreacji w górach, zarówno letniej jak i zimowej. Do największych ośrodków turystyki górskiej i rekreacji uzdrowiskowej należą Sławskie (10 wyciągów narciarskich, w tym najdłuższa na Ukrainie krzeselkowa kolej liniowa o długości 2,7 km) i Tysowiec. Wymienione ośrodki posiadają rozbudowaną współczesną infrastrukturę do uprawiania narciarstwa (wyciągi, skocznie, wypożyczalnie itp.) w tym trasy o różnej długości i trudności. Odpowiedni poziom obsługi zapewniają następujące hotele i domy wczasowe: Perła Karpat, Dynamo, Trostian, Swiatosław, Bojkowszczyzna, Zachar Berkut, Wieża Niedźwiedzia i wiele innych. W okresie letnio-jesiennym dla wypoczywających na obszarze Beskidu Wschodniego oznakowano sieć szlaków rowerowych i pieszych o różnym poziomie trudności. Popularności wypoczynku letniemu dodaje bliska obecność narodowego parku przyrodniczego Beskidu Skolewskiego z naturalnymi ścieżkami na szczyty karpacie: Paraszka, Wielki Wierch, Krzemienkę i do wodospadu Kamionka. Równie popularna jest sieć ścieżek w okolicach kurortu klimatycznego i narciarskiego Sławska – na szczyty Magura, Trostian i Tatarówka.

W górskiej części Ziemi Lwowskiej intensywnie są także rozbudowują się prywatne kwatery o kierunku ekologicznym: gospodarstwa rolne i domki "zielonej" turystyki wiejskiej o etnograficznym kolorycie huculskim. Atrakcją wypoczynku w prywatnych kwaterach agroturystycznych jest możliwość zbierania ziół, grzybów, jagód, łowienia ryby oraz poznania tradycyjnych rzemiosł huculskich i praca rolnika.

Obwód lwowski wyróżnia się szerokim spektrum wysoce konkurencyjnych uzdrowiskowo-rekreacyjnych produktów turystycznych (letnich i zimowych) – od aktywnego uprawiania narciarstwem do leczenia w kurortach klimatycznych i balneologicznych.

**Obwód iwanofrankiwski** zajmuje obszar 2,3% (13,9 tys. km<sup>2</sup>) ogólnej powierzchni Ukrainy i gromadzi 3% (1,45 mln.) jej ludności. Jest podzielony na czternaście rejonów administracyjnych i ma pięć miast podporządkowania obwodowego: Bolechów, Jaremcze, Kałusz i Kołomyja oraz centrum obwodowe Iwano – Frankiwska (dawny Stanisławów), liczący 240 tys. mieszkańców. Obwód iwanofrankiwski ciągnie się od północnego zachodu na południowy wschód wzdłuż Karpat Ukraini. Po Zakarpaciu to jest najbardziej górski obszar Ukrainy. Góry stanowią 43% jego terenów, a najbardziej atrakcyjne wśród nich to Czarnogóra, Gorgany, Hryniawa i Czywczynie. Region jest zróżnicowany etnograficznie jak też historycznie. Składa się z następujących krain: Bojkowszczyzna, Huculszczyzna i Pokucie. Mieszkańcy tych ziem najlepiej zachowali dawny miejscowy koloryt ukraiński, bogatą kulturę materialną i duchową, unikatowe obrzędy, architekturę, stroje ludowe, rzemiosła i dzieła artystyczne.

Dzięki różnorodności krajobrazowej i etnograficznej obwód iwanofrankiwski jest jednym z najbardziej popularnych regionów turystycznych Ukrainy. Popularny jest wśród turystów aktywnych i młodzieży ze względu na swoją atrakcyjność cenową. Udział zagranicznych turystów jest niewielki (około 8-9%), głównie na skutek niedostatecznej promocji na rynku światowym.

Obwód iwanofrankiwski posiada bezpośrednie połączenie kolejowe ze środkowymi i wschodnimi regionami Ukrainy. Podstawowymi osiami tranzytowo-turystycznymi są dwie trasy drogowe o znaczeniu regionalnym – P 03 i P 04. Trasa P 04 przebiega przez Podkarpacie i łączy Iwano - Frankiwska i inne ośrodki przemysłowo – administracyjne obwodu ze Lwowem i Czerniowcami. P 03 to główna trasa transkarpacka części południowo – zachodniej Ukrainy. Łączy Iwano - Frankiwska z Rumunią, Węgrami i Słowacją, a także między sobą najsłynniejsze kurorty górskie: Jaremcze, Tatarów i Jabłonicę (obwód iwanofrankiwski), Jasynię, Kwasy z Rachowem (Zakarpacie). Od końca lat dziewięćdziesiątych XX wieku obydwie trasy przekształciły się w korytarz tranzytowo – turystyczny z bazą prywatnych moteli, lokali i punktów obsługi serwisowej.

Ziemia obwodu iwanofrankiwskiego to najbardziej zalesiona po Zakarpaciu część Ukrainy. Tereny leśne zajmują 41% powierzchni obwodu. Ponad jedną trzecią obszarów leśnych stanowią unikatowe systemy ekologiczne podgórskich i górskich lasów dębowo- bukowych, iglastych pralaszów karpackich. Objęte są one ochroną, ale także służą w celach rekreacyjnych i turystyce ekologicznej. W obwodzie iwanofrankiwskim znajduje się wiele obszarów i obiektów chronionych przez państwo. Wśród nich są wielkie rezerваты górsko-leśne w Gorganach w tym największy w całym regionie Karpacki Park Narodowy oraz parki narodowe Huculszczyzna i Wierchowini. Kompleksowe zagospodarowanie turystyczno–rekreacyjne przyległych obiektów przyrodniczo – rezerwatowy w południowej części obwodu znajduje się w stadium początkowym wskutek niedostatecznego poziomu inwestycji oraz niskiej wiedzy inwestorów europejskich o potencjale turystycznym tego zakątka Europy.

Jednym z wiodących rekreacyjnych produktów turystycznych obwodu jest leczenie sanatoryjno–uzdrowiskowe i wypoczynek w miejscowościach uzdrowiskowych. W 2011 roku w obwodzie iwanofrankiwskim było 15 sanatoriów i pensjonatów kuracyjnych, 6 sanatoriów profilaktycznych, 2 domy wczasowe, 6 schronisk i innych obiektów rekreacyjnych. Przez ostatnie dziesięciolecie znacznie wzrosła liczba obozów rekreacyjnych dla dzieci i w 2011 r. ich już było 782 (w powońnaniu z 84 obozami w 2000 r.).

W równinnej części obwodu najsłynniejszym jest uzdrowisko balneologiczne Czercze we wsi Czercze rejonu rohatyńskiego. W granicach strefy rekreacyjno–turystycznej obwodu iwanofrankiwskiego są trzy oddzielne rejony z miejscowościami uzdrowiskowo–rekreacyjnymi, wyróżniające się wysokim poziomem zagospodarowania oraz atrakcyjnością i osobliwością produktu turystycznego: Beskidzki, Gorgano - Czarnogórski i Pokuto –Wierchowini.

Beskidzki rejon turystyczny to najsłynniejsza część Karpat Ukraini. Graniczy z największymi uzdrowiskami balneologicznymi na zachodzie Ukrainy (Truskawiec, Morszyn) i najsłynniejszymi ośrodkami turystyki górskiej obwodu lwowskiego (Sławskie, Skole) oraz Zakarpacia (Wołowiec, Miżhiria). Rejon graniczy także z parkami narodowymi Beskidy Skałowskie i Sinewirski. W wymienionym rejonie wyróżniają się dwa ośrodki turystyczne z uzdrowiskowo–rekreacyjną obsługą ruchu turystycznego. Jednym z nich jest Bolechów – stolica Bojkowszczyzny, ukierunkowany na obsługę wycieczek turystycznych, przyjeżdżających z kurortów sąsiedniego obwodu lwowskiego (Truskawca, Morszyn, Schodnicy). Kolejne to Nowy Mizuń i Myśliwka w rejonie dolinińskim – miejscowości rekreacyjne, bazujące na źródłach wód mineralnych i obsługujące przeważnie turystów krajowych.

Gogańsko – Czarnogórski rejon turystyczny z największym i najsłynniejszym karpackim parkiem narodowym to centrum turystyczne Karpat Ukraini, na które przypada 14-17% ruchu turystycznego w tych górach. Znajduje się tutaj 72% górskiej bazy turystycznej obwodu iwanofrankiwskiego. W rejonie położone są najsłynniejsze kurorty klimatyczne podgórskie (Jaremcze, Tatarów, Mikuliczyn) i wysokogórskie (Worochna i Jabłonica). Produkt uzdrowiskowo–rekreacyjny realizowany jest tutaj w licznych obiektach hotelowych o wysokim i niskim standardzie, ulokowanych w Jaremczu: U Haliny, Huculszczyzna, Prykarpacie; Mikuliczynie – Smericzka; Tatarowie – Piegi, Krzemieńce; Jabłonicy: Karpaty, Berkut i w Worochnie: Howerła, Zaroślak i Ukraina. Obiekty te proponują szerokie spektrum usług, składające się na bogaty wybór kuchni ludowej, fitobary (bary ziołowe) z koktajlami z ziół roślin karpackich, pływalnie, wypożyczalnie sprzętu górskiego. W okresie letnio–jesiennym oferta urozmaicona jest bogatym programem wycieczkowym.

W Pokucko – Wierchowinińskim rejonie turystycznym znajdują się następujące miejscowości rekreacyjne: Kosów, Szeszory (kosowski rejon administracyjny). Niedostatecznie znaną, ale bardzo perspektywiczną w sensie założenia uzdrowiska balneologicznego jest wieś Utoropy, gdzie wykryto znaczące ilości siarkowodorowych źródeł mineralnych.

Atrakcyjnym lokalnym produktem turystycznym jest narciarstwo. Rejon Worochniansko – Jaremczeński dzięki dobrej promocji, infrastrukturze i jakości tras narciarskich uzyskał pozycję renomowaną na rynku narciarskim w Karpatach. W ośrodkach turystycznych istnieje nowoczesna infrastruktura do uprawiania narciarstwa sportowego i rekreacyjnego w tym trasy zjazdowe o różnej długości i trudności, między innymi do uprawiania snowboardu i slalomu narciarskiego. Europejskie standardy obsługi zapewnia kompleks sportowo–turystyczny Bukowel,

hotele prywatne i pensjonaty Worochny, Tatarowa i Jabłonicy. Coraz bardziej konkurencyjnymi wobec wielkich ośrodków turystycznych stają się także prywatne osady turystyki “zielonej”, łączące komfort z gościnnością, rodzinną atmosferą i niezapomnianym kolorytem wypoczynku we wsiach huculskich.

W zakresie terapii uzdrowiskowej w obwodzie wykorzystywane są: klimatoterapia, wanny mineralne, bagna lecznicze, na bazie których można rozwijać oddzielne rodzaje turystyki; balneologia oraz SPA. Główne miejscowości uzdrowiskowe podgórskie to Tatarów, Jaremcze i Mikuliczyn, Myśliwak i Nowy Mizuń, Kosów i Szeszory, a wysokogórskie to Worochna i Jabłonica oraz balneologiczny kurort podgórski Czercze. Sanatoryjno–uzdrowiskowe obiekty specjalizują się głównie w rekreacji i leczeniu narządów przewodu pokarmowego. Część obiektów prowadzi leczenie narządów oddechowych (Krzemieńce, wieś Tatarów, Jaremcze) i układu mięśniowo–szkieletowego. W większości sanatoriów istnieje baza diagnostyczna do przeprowadzenia badań pacjentów i oddziały balneologiczne. Do leczenia chorób układu mięśniowo–szkieletowego są używane błota torfowe i wody mineralne kurortu Czercze (wieś Czercze, rejon rohatyński). Większość obiektów sanatoryjno–uzdrowiskowych obwodu iwanofrankiwskiego potrzebuje jednak rewitalizacji i modernizacji.

Na **obwód zakarpacki** przypada tylko 2,1% (12,8 tys. km<sup>2</sup>) obszaru i 2,6% (1,3 mln.) ludności Ukrainy. Obwód podzielono na 13 rejonów administracyjnych i trzy miasta podporządkowania obwodowego: Użhorod, Mukaczewo i Chust. W stolicy obwodu Użhorodzie mieszka 126,5 tys. osób. Z punktu widzenia atrakcyjności przyrody, krajobrazu i historii Zakarpacie to najbardziej wyjątkowy obwód na Ukrainie Zachodniej. Dzięki wielu czynnikom zdobył opinię jednego z najbardziej atrakcyjnych obszarów turystycznych na Ukrainie.

Zakarpacie wyróżnia się tym, że graniczy z czterema krajami Europy Środkowej: Polską, Słowacją, Węgrami i Rumunią. Podobny zbieg granic trudno znaleźć na mapie Europy. Taka osobliwość stwarza wyjątkowy transgraniczny magnetyzm, wabiąc ruch turystyczny z całego kontynentu europejskiego. W obwodzie zakarpackim przecinają się międzynarodowe magistrale autokarowe E 50 i E 573, łączące Unię Europejską z Ukrainą, Rosją i krajami Azji Środkowej. Niebawem te magistrale przekształcą się w międzynarodowe korytarze tranzytowo–turystyczne o rozbudowanej infrastrukturze wspomagającej. Obwód posiada połączenie kolejowe ze wszystkimi stolicami Europy Południowej i Środkowej. Zakarpacie wyróżnia się największą na Ukrainie ilością przejść granicznych. Na granicy ze Słowacją, Rumunią i Węgrami działa ich 18. Dziewięć z nich ma status międzynarodowych, pozostałe to międzypaństwowe i lokalne przejścia. Taka przygraniczna „otwartość” jest drugim elementem kluczowym formowania Zakarpacia, jako atrakcyjnego regionu turystycznego o skali europejskiej i sprzyja międzynarodowym przyjazdom etniczno–sentymentalnym.

Zakarpacie to najbardziej górski obwód Ukrainy. Około 80% jego powierzchni należy do karpackiego systemu górskiego. Najbardziej malownicze są wysoko i średniogórskie masywy: Grzbiet Wierchowini, Czarnogóra, Horgany, Swydowiec, Grzbiet Połoniński i Masyw Rachowski. Karpaty Wulkaniczne oddzielają obwód od pozostałej powierzchni kraju, co sprzyja zachowaniu autentycznej wielowiekowej kultury miejscowej ludności. Z pozostałymi regionami Ukrainy Zakarpacie łączą wysokogórskie przełęcze karpackie (od 931 do 1014 m n. p. m): Jabłoniecka, Wyszywska, Użocka, Wenecka i Wołowiecka. Tu przebiegają główne korytarze tranzytu turystycznego i samochodowego przez Karpaty Ukraini.

Zakarpacie uważane jest za najbardziej zalesiony region nie tylko na Ukrainie, ale w porównaniu z ościennymi państwami europejskimi. Prawie na 52% powierzchni rosną lasy nizinne, podgórskie i górskie. Niemal połowa z nich to unikatowe systemy ekologiczne karpackich pralaszów dębowo–bukowych i iglastych, które są pod ochroną państwa i są używane jak obiekty turystyki przyrodniczo–poznawczej. Ogółem na obszarze obwodu istnieje 415 rezerwatów i pamiątek przyrody. Najsłynniejsze tereny to Międzynarodowy Rezerwat Biosfery, parki narodowe: Synewir, Użański, Zaczarowana Dolina.

Zakarpacie już od dawna znane jest jako elitarna strefa uzdrowiskowa w skali całego kraju, a w przeszłości całego ZSRR. Światową renomę zawdzięcza przede wszystkim unikatowym zasobom mineralnym i balneologicznym. Na obszarze obwodu istnieje 50 źródeł wód mineralnych. Szczególnie cenne są wody mineralne górsko–wulkaniczne, nasycone płynnymi mikroelementami, źródła termiczne o temperaturze 30-35°C, które da się porównać z termami węgierskimi Hajduszoboszlo i Gór Pirenejskich. Dzięki wielkiej ilości i unikatowemu połączeniu różnych mineralnych wód bogatych w mikroelementy, ich uniwersalnym cudownym właściwościami Zakarpacie w kronikach historycznych uzyskało nazwę “Srebrnej Ziemi”, jako kraj wzorcowy z punktu widzenia czystości i zdrowia.

Główne miejsce w zakarpackim sektorze turystycznym posiada leczenie uzdrowiskowe oraz kuracja rekreacyjna. Z punktu widzenia poprawy zdrowia i rozmaitych usług produkty te nie ustępują najlepszym standardom w uzdrowiskach Niemiec, Węgier i Polski. Do zalet należy też kompleksowe leczenie pod nadzorem wykwalifikowanego personelu medycznego o indywidualnym podejściu do każdego klienta. Obejmuje ono: rozpoznawanie choroby, leczenie pitnymi wodami, inhalacje wodą mineralną, kąpiele termalne i mineralne, kąpiele błotne i klimatoterapię, pobyty rehabilitacyjne, wyżywienie dietetyczne ekologicznie czystymi atrykułami żywnościowymi. Produkt turystyczny o jakości na poziomie europejskim oferują liczne sanatoria balneologiczne i pensjonaty.

W 2011 roku w obwodzie zakarpackim istniało 20 sanatoriów i pensjonatów z leczeniem, 7 sanatoriów profilaktycznych, 27 baz wypoczynku i innych obiektów rekreacyjnych. W ciągu ostatniego dziesięciolecia znacznie powiększyła się ilość kolonii i obozów zdrowotnych dla dzieci i w 2011 r. ich już było 569 (w porównaniu z 50 obozami w 2000 r.). Najsłynniejszymi miejscowościami uzdrowiskowymi Zakarpacia jest Swalawa, Polana, Sołotwino, Berehowo i inne.

Kurort Swalawa słynie z wód mineralnych Polana Kwasowa i Lużańska. W okolicach Swalawy w Sołoczynie i Polanie są najsłynniejsze sanatoria Kwiatka Poloniny, Krysztlewe Dzerelo, Soniaczne Zakarpattia, Polana, których podstawowe leczenie to wody mineralne Zakarpacia. Zakarpacki kurort Polana – to jeden z najsłynniejszych kurortów Ukrainy w Karpatach. Wody mineralne uzdrowiska słynęły już w 16 wieku w całej Europie. Jako jedne z pierwszych były one rozlewane i eksportowane, a także zdobywały nagrody na wystawach światowych w Wiedniu. W 1842 roku woda mineralna Polana została uznana najlepszą w Europie, a w latach 1997 – 1998 najlepszą w WNP. Pierwszy szpital wodny



na bazie polańskiego złoża wód mineralnych typu węglanego (Polana Kupel) został wybudowany już w końcu XIX wieku. Kurort jest czynny przez cały rok, a podstawowymi wskaźnikami do leczenia są choroby układu pokarmowego. Jednym z najdawniejszych w obwodzie jest także kurort Szajan. Znany jest ze swej czystości ekologicznej, gdzie skały wulkaniczne miejscowych gór występują jak idealny filtr do oczyszczenia wody. Dlatego szajańskie wody są pierwotnie czyste i posiadają unikatowe właściwości lecznicze, stosowane już od 1876 roku. Słone jeziora Sołotwina mieszczą siarkowe błota lecznicze, dookoła jezior są plaże, kawiarnie, bazy rekreacyjne.

Na ukraińskim rynku turystycznym Zakarpacie znane jest jeszcze z kurortów narciarskich. Dzięki wyjątkowemu klimatowi warunki do uprawiania sportów zimowych i zimowego wypoczynku występują od listopada do połowy marca. Przedsiębiorstwa największego w obwodzie zjednoczenia Zakarpatturyzm proponuje klientom wybór 29 najlepszych i najbardziej złożonych tras narciarskich o długości od 200 do 1400 metrów. Pomimo schronisk, przeznaczonych dla średnio zamożnych klientów, w pierwszej kolejności młodzieży, intensywnie trwa rozbudowa współczesnych elitarnych i komfortowych prywatnych centrów rekreacyjnych, wchodzących na rynek narciarski z produktem turystycznym o wysokim poziomie europejskim. Przykładem takiej bazy może być centrum turystyczne Syniak w podgórskiej części pasma Karpat Wulkanicznych w okolicach góry Syniak.

Tabela 8. Główne rodzaje i centra turystyki zdrowotno–rekreacyjnej w obwodach lwowskim, iwanofrankiowskim i zakarpackim regionu karpackiego.

Rodzaje turystyki zdrowotno – rekreacyjnej	Zasoby i główne centra		
	Obwód lwowski	Obwód iwanofrankiowski	Obwód zakarpacki
Zdrowotny	Lecznicze: wody mineralne i torfy w uzdrowiskach: Truckawiec, Morszyn, Schodnica, Lubiń Wielki, Szkło, specjalizujących się w leczeniu chorób układu pokarmowego, układu sercowo – naczyniowego i aparatu mięśniowo – szkieletowego.	Klimatyczne przyrodnicze warunki lecznicze miejscowości w Gorganach i na Pokuciu (Jaremcze, Tatarów, Worochta, Kosów, i Szeszory) i ogólnie - lecznicze uzdrowiska Opilla, (Czerce).	Złoże leczniczych wód mineralnych w strefach uzdrowiskowych: Swalawskiej, Mukaczewskiej i Chustsko – Winogradowskiej. Główne kurorty: Polana, Syniak, Kwasy i Szyjan, specjalizujące się w leczeniu chorób układu pokarmowego, sercowo naczyniowego i chorób alergicznych. Mikroklimat słonych kąpeli i pieczar krasowych w rejonie Sołotwino (schorzenia dróg oddechowych).
Rekreacyjny	Kurorty klimatyczne we Wschodnim Beskidzie i miejscowości rekreacyjne Roztocza, Pobuża i Opilla i Podkarpacia. Główne ośrodki wypoczynkowe: Sławskie, Rozłęcz, Brzuchowice, Majdan, Korostów.	Warunki rekreacyjno - zdrowotne miejscowości z rekreacyjną bazą recepcyjną w górskich i podgórskich rejonach (Jaremcze, Kosów, Wierzchowina i Dolina)	Warunki masywów górskich i lasów, atrakcji nie dla pobytu rekreacyjno – zdrowotnego. Główne centra: Mukaczewo, Wołowiec, Chust i Lumszory z bazą recepcyjną o charakterze rekreacyjnym.
Narciarski	Strome zbocza i długotrwałe pokrycie śnieżne, a także rozwinięta infrastruktura umożliwia uprawianie narciarstwem górskim. Główne ośrodki narciarskie. Sławskie, Tysowiec, Oriawczy, Rozłęcz.	Odpowiednie zbocza i długotrwałe pokrycie śnieżne tworzą korzystne warunki do jeżdżenia nartami biegowymi i górskimi, a także do wypoczynku o charakterze rekreacyjnym i sportowym w Czarnogórze i Gorganach. Główne ośrodki: Jabłonica, Polanica i Kosów.	Odpowiednie stoki i długotrwałe pokrycie śnieżne i liczne wyciągi tworzą doskonałe warunki do uprawiania narciarstwa rekreacyjnego i sportowego, szczególnie w rejonach: Międzygórskim, Welykobereznianskim, Ruchiwskim, Pereczynskim, Mukaczewskim i Chustyńskim, posiadających bazę recepcyjną.

### 2.2.2. Statystyka ruchu turystycznego w uzdrowiskach regionu karpackiego.

Kompleksy sanatoryjno–uzdrowiskowe regionu karpackiego corocznie podejmują znaczące liczby odwiedzających, przy czym obwód lwowski wg. liczby zwiedzających znacznie wyprzedza pozostałe obwody regionu karpackiego. W latach 2012–2013 obwód lwowski ogólnie odwiedziło 224 632 osób (wśród nich obcokrajowców 15,8% – 35 532 osoby), najwięcej z tej liczby odpoczywało w sanatoriach – 195 386. W ciągu pewnego okresu poprawiły swój stan zdrowotny 217 794 osoby. W latach 2012–2013 w placówkach sanatoryjno–uzdrowiskowych obwodu lwowskiego przebywało 22 372 dzieci w wieku do 17 lat, 21 769 dzieci leczyło się przez dłuższy okres a 603 (2,7%) to pobyty 1-2 dniowe. Liczba dzieci, przebywających w okresie od czerwca do sierpnia w placówkach zdrowotnych stanowiła 10 590 osób w wieku do 17 lat. Najwięcej w obwodzie lwowskim leczyło się dzieci, które nie wyjeżdżały poza obszar swojego obwodu – 5 428 osób (24,3%). Przeciętna trwałość pobytu w placówkach sanatoryjno–rekreacyjnych wyniosła 16 dni. Faktyczne średnie koszty na 1 łóżko na dzień w 2013 roku w obwodzie lwowskim wyniosły 246,3 hrywien.

Obwód iwanofrankiowski wśród obwodów regionu karpackiego wg. liczby osób, które korzystały z oferty uzdrowisk, posiada 3 miejsce po lwowskim i zakarpackim. W latach 2012–2013 obwód odwiedziło 34 455 osób (wśród nich obcokrajowców 2,1% – 736 osób), najwięcej z nich w bazach rekreacyjnych 12 311 osób. Przez dłuższy czas poprawiało swoje zdrowie 29 641 osób. W ciągu lat 2012–2013 w placówkach sanatoryjno–uzdrowiskowych obwodu iwanofrankiowskiego przebywało 14 371 dzieci w wieku do 17 lat, z nich 13 302 dzieci leczyło się i odpoczywało przez dłuższy okres i 1 006 (7%) dzieci w ciągu 1-2 dni. Liczba dzieci, przebywających od czerwca do sierpnia w placówkach zdrowotnych stanowiła 7 061 osób w wieku do 17 lat. Przeciętny czas trwania pobytu w obiektach obwodu iwanofrankiowskiego w latach 2012–2013 wyniósł 27 dni. Koszty faktyczne na 1 łóżko na dzień średnio w 2013 r. wyniosły 234,2 hrywien.

Obwód zakarpacki, pomimo tego, że jest mniejszy od iwanofrankiowskiego, nie mniej jednak wyprzedza go pod względem wskaźników odwiedzin. W latach 2012–2013 obwód zakarpacki podjął 73 000 zwiedzających (wśród nich obcokrajowców 6,4% – 4685 osób), z nich najwięcej w sanatoriach 57 293. Przez dłuższy czas leczyły się 69 023 osoby. W latach 2012–2013 w obiektach sanatoryjno–uzdrowiskowych obwodu zakarpackiego przebywały 8 973 dzieci w wieku do 17 lat, z nich 7 881 dzieci leczyło się i wypoczywało przez dłuższy okres i 276 (3,1%) dzieci w ciągu 1-2 dni. Liczba dzieci, przebywających w okresie od czerwca do sierpnia w obiektach zdrowotnych stanowiła 5 054 osoby w wieku do 17 lat. Średni czas trwania pobytu w obiektach sanatoryjno–uzdrowiskowych wyniósł 19 dni. Koszty faktyczne na 1 łóżko na dzień średnio w 2013 r. w obwodzie zakarpackim wyniosły 370,1 hrywien.

W obwodach regionu karpackiego wg. wskaźników odwiedzin w ostatnich latach obwód lwowski znajduje się na 1 miejscu, zakarpacki na 2, a iwanofrankiowski na 3. W obwodach lwowskim i zakarpackim najwięcej odpoczywających było w sanatoriach. W obwodzie iwanofrankiowskim najwięcej osób przebywało w pensjonatach i bazach rekreacyjnych. Według ilości obcokrajowców, którzy leczyli się w obiektach sanatoryjno–uzdrowiskowych regionu karpackiego obwód lwowski posiada 1 miejsce, co stanowi około 16 % każdego roku. W obwodach iwanofrankiowskim i zakarpackim w ostatnich latach spostrzega się zwiększenie liczby obywateli państw zagranicznych wśród pacjentów obiektów sanatoryjno–uzdrowiskowych, w 2013 r. było to odpowiednio około 2% i 6,5%. Wśród obcokrajowców byli głównie obywatele WNP – Rosji, Mołdawii i Białorusi, Azerbejdżanu, a także obywatele Niemiec i Polski. Od końca 2013 r. liczba zagranicznych obywateli istotnie uległa zmniejszeniu, nie mniej jednak zwiększyła się ilość obywateli Ukrainy, co jest wynikiem sytuacji politycznej na Ukrainie. Dorośli i dzieci korzystają z oferty uzdrowisk podczas pobytów długookresowych, ale udział pobytów krótkookresowych zwiększa się co roku. Wydaje się, że wypoczynek nie jest popularny wśród młodzieży. Celem wizyt w sanatoriach i domach wczasowych jest leczenie, a nie profilaktyka. Najwięcej dzieci do regionu karpackim przyjeżdżało z Kijowa i obwodu kijowskiego, a dzieci z obwodów regionu karpackiego wyjeżdżały najwięcej na wypoczynek na wybrzeże morskie: na Krym, do obwodów: odeskigo, mikołajowskiego i chersonskiego.

### 2.2.3. Produkty turystyczne w uzdrowiskach regionu karpackiego.

Głównymi środkami promocji zdrowotnych produktów turystycznych kurortów regionu karpackiego jest: reklama (drukowana i w środkach masowego przekazu), zasoby internetowe (strony ośrodków uzdrowiskowych i pojedynczych przedsiębiorstw); udział w wystawach, forach, konferencjach. Zabezpieczenie informacyjno–promocyjne turystyki rekreacyjnej przez władze lokalne, publikacje folderów i przewodników, działania wystawowe, imprezy specjalistyczne (organizacja akcji promocyjnych, konferencji, forów, obchodów, festiwali itp.). Tematykę uzdrowiskową prezentowano na popularnych krajowych i regionalnych stronach turystyczno–informacyjnych, turystycznych i rekreacyjnych portalach wyspecjalizowanych regionu karpackiego, na Ukrainie, portalach różnych rodzajów turystyki, stronach o turystyce i wypoczynku w oddzielnych regionach i miejscowości. Popularne też są wyspecjalizowane strony uzdrowiskowe, informujące szczegółowo o miejscowościach uzdrowiskowych i obiektach uzdrowiskowych. Głównym wyspecjalizowanym portalem jest Kurorty i Sanatoria Ukrainy. Informacje drukowane o tematyce uzdrowiskowej można podzielić na edukacyjno–metodyczne (monografie, książki metodyczne i podręczniki) i reklamowo–informacyjne (foldery, przewodniki, mapy itp.).

W ośrodkach uzdrowiskowych trzech obwodów można wyróżnić dwa typy produktów:

- Pobyt w celu wypoczynkowym;
- Pobyt w celu zdrowotnym.

Istotą produktu pierwszego typu jest pobyt w obiektach typu hotelowego (hotele i pensjonaty) w połączeniu z wykorzystaniem usług rekreacyjnych paramedycznych i kosmetycznych, świadczonych przez obiekty rekreacyjne. Do mocnych stron tego produktu należą:

- Znaczna ilość bazy noclegowej w kurortach;
- Rozmaita oferta usług medycznych w kurortach.

Do słabych stron należą:

- Niski standard bazy noclegowej;
- Brak ofert dla osób, przebywających w celu rekreacyjnym.

Istotą produktu drugiego typu jest pobyt w celu zdrowotnym w sanatorium lub szpitalu uzdrowiskowym, połączony z zabiegami leczniczymi i rehabilitacyjnymi.

Do mocnych stron tego produktu należą:

- Znaczna ilość obiektów uzdrowiskowych;
- Znaczna różnorodność usług leczniczych i balneologicznych.

Do słabych stron należą:

- Brak odpowiednich informacji o produkcie sanatoryjno–uzdrowiskowym wśród lekarzy;
- Niski standard zabezpieczenia materialnego pacjentów krajowych.

Przeprowadzone badania marketingowe turystów w latach 2004-2005 w ośrodkach uzdrowiskowych (Truskawiec, Morszyn, Lubiń Wielki) pokazały, że:

- Główny powód przyjazdu to leczenie (67,1%);
- Przewaga pobytów długookresowych od 7 do 24 dni (95,5-94,4%);
- Podkreślono szerokie spektrum świadczeń leczniczo–zdrowotnych;
- Zróżnicowanie wiekowe odwiedzających;
- Odwiedzający zauważają zachowanie środowiska naturalnego, poczucie bezpieczeństwa, ale mniej ich satysfakcjonuje jakość usług i wyżywienia;
- Niewielki jest wybór usług uzupełniających możliwości aktywnego wypoczynku i rozrywek;
- Niedostateczna informacja i promocja.

#### 2.2.4. Perspektywy rozwoju i rekomendacje działań.

Perspektywy rozwoju miejscowości uzdrowiskowych obwodów lwowskiego, iwanofrankińskiego i zakarpackiego przewidują realizację działań o charakterze informacyjno–promocyjnym, organizacyjnym i inwestycyjnym. Proponowane są następujące działania rozwojowe:

- *Zainteresowanie turystów wypoczynkiem aktywnym w celu poprawy kondycji psychofizycznej.* Jak świadczą przeprowadzone badania, większość odwiedzających obiektów sanatoryjno–uzdrowiskowych stanowią osoby, przyjeżdżające w celu leczenia, a nie profilaktyki chorób. Wśród nich bardzo niski jest odsetek młodych ludzi (pomimo pacjentów wyspecjalizowanych placówek dziecięcych), ponieważ

oni często nie są poinformowani o perspektywach spędzania czasu wolnego poza zabiegami medycznymi i leczeniem. Dlatego ważne jest, aby wraz ze szczegółowo opracowanymi produktami zdrowotnymi miejscowości uzdrowiskowych opracować także aktualne oferty w zakresie aktywnego spędzania czasu wolnego, uprawiania sportów i rekreacji w ramach stref uzdrowiskowych i ich okolic.

- *Rozwój sieci obiektów agroturystycznych i pensjonatów dookoła miejscowości uzdrowiskowych.* Większość produktów zdrowotnych regionu karpackiego jest na wysokim poziomie cen z powodu drogiego zakwaterowania w obiektach sanatoryjno–uzdrowiskowych, stanowi to więcej niż połowę kosztu całego pobytu. Rozwój obiektów zakwaterowania różnych kategorii cenowych i pojemności dookoła miejscowości uzdrowiskowych umożliwiłby zaangażowanie segmentu odwiedzających o różnych możliwościach finansowych i w ten sposób powiększenia ilości klientów.
- *Poszerzenie możliwości promocyjnych ukraińskich produktów zdrowotnych na rynku europejskim.* Z reguły tylko znane kurorty (takie, jak Morszyn, Truskawiec) czynnie promują swój produkt zdrowotno–rekreacyjny na rynkach turystycznych różnych poziomów, w tym też na rynkach światowych. Dlatego powołały one specjalne struktury (Truskawieckurort Z.S.A, Morszynkurort Komplex Sanatoryjno – Uzdrowiskowy), które pomyślnie zajmują się zabezpieczeniem informacyjno–promocyjnym swoich klastrow. Pozostałe miejscowości uzdrowiskowe nie posiadają takich struktur celowych i promują swoje produkty samodzielnie lub przez pośredników, co nie zawsze jest skuteczne, ich oferta często jest niezauważalna wśród podobnych i nie zawsze odpowiednio sformułowana. Ponadto pośrednicy z reguły nie udzielają wszelkiej informacji i bezpośrednich danych kontaktowych, co negatywnie oddziałuje na podjęcie decyzji przez potencjalnych klientów o wyborze miejsca leczenia lub wypoczynku. Dlatego niezbędnym warunkiem dla pomyślnej promocji produktu zdrowotno–rekreacyjnego jest powołanie wyspecjalizowanych lokalnych struktur promocyjno–informacyjnych, przedstawiających swoją miejscowość na rynkach krajowych i zagranicznych.
- *Promocja produktów leczniczo–zdrowotnych w środowisku leczniczym.* W celu zapewnienia lepszego poinformowania środowiska leczniczego o możliwościach leczenia i ozdrowiania w sterfach uzdrowiskowo–leczniczych obwodów lwowskiego, iwanofrankińskiego i zakarpackiego oraz promocji swoich produktów zdrowotno–rekreacyjnych należy podjąć specjalistyczne działania dla lekarzy z różnych regionów Ukrainy i z zagranicy (konferencje, seminaria naukowe sympozja itp.), na których można byłoby bardziej szczegółowo zapoznać grupę z metodami leczenia, wyposażeniem obiektów kuracyjnych, warunkami pobytu itp.
- *Zaangażowanie pacjentów do zajęć turystycznych i rekreacyjnych.* Odwiedzający obiekty sanatoryjno–uzdrowiskowe, jak już o tym wyżej wspomiano, przyjeżdżają przeważnie w celu leczenia i poprawy zdrowia, nie planując przy tym żadnych dodatkowych zajęć podczas takiego pobytu. Ponadto niektórzy odpoczywający przyjeżdżają do tego samego uzdrowiska wielokrotnie, czyli są jego stałymi gośćmi. Te obiekty proponują dla nich w ramach spędzania czasu wolnego szereg zajęć rekreacyjnych, które częstokroć nie są zmieniane przez lata (te same wycieczki, przechadzki, książki do czytania w bibliotekach itp.). W celu urozmaicenia tej oferty warto co jakiś czas przejrzeć wykaz oferowanych zajęć turystycznych i rekreacyjnych, odnowić go i unowocześnić.
- *Rewitalizacja urbanistyczna i modernizacja bazy sanatoryjnej.* Wiele dobrze prosperujących obiektów sanatoryjno–uzdrowiskowych w miejscowościach uzdrowiskowych nie podejmują modernizacji i nie podwyższają poziomu obsługi swoich gości (obiekty “wzorca sowieckiego”). Nie mniej jednak z czasem mogą one stracić swoją reputację z powodu pojawienia się nowych, bardziej atrakcyjnych placówek takiego samego typu. Dlatego należy podjąć ich pełną modernizację i rekonstrukcję wg. najnowszych przepisów. W tym celu trzeba przygotować pakiety ofert inwestycyjnych i aktywnie zająć się poszukiwaniem inwestorów.
- *Profesjonalność w zakresie promocji produktu obiektów sanatoryjno–uzdrowiskowych i rekreacyjnych.* Pomimo tego, że większość miejscowości uzdrowiskowych posiada swoją specyfikę i określony zestaw zabiegów medyczno–zdrowotnych i dodatkowych, większość z nich nie jest promowanych jako wyjątkowe i unikalne. Dlatego na rynku turystycznym istnieje tylko ogólne wyobrażenie o większości miejscowości uzdrowiskowych regionu karpackiego Ukrainy. Zmienić zaistniałą sytuację może tylko duża i ciągła kampania informacyjno–promocyjna tych zasobów i miejscowości. Wiąże się to z istotnymi kosztami finansowymi i działaniami organizacyjnymi: prawidłowo i atrakcyjnie podane informacje w rozmaitych środkach przekazu (drukowanych, elektronicznych), wielojęzyczność i ciągłe uzupełnianie zasobów internetowych uzdrowisk, uczestnictwo w targach turystycznych, popularyzacja na konferencjach specjalistycznych i sympozjach (medycznych, turystycznych, inwestycyjnych itp.).

### 2.3. Analiza prowadzonych działań promocyjnych – opis, wnioski, rekomenda

#### 2.3.1. Opis działań promocyjnych turystyki uzdrowiskowej w woj. podkarpackim.

Działania promocyjne w zakresie marketingu miejscowości uzdrowiskowych można podzielić ze względu na podmiot realizujący. W województwie podkarpackim zidentyfikowane zostały działania prowadzone przez:

- samorządy miejscowości uzdrowiskowych,
- samorząd wojewódzki,
- zakłady/przedsiębiorstwa uzdrowiskowe,
- przedsiębiorcy turyści z miejscowości uzdrowiskowych,

- organizacje turystyczne i wspierające turystykę,
- klaster Zdrowia i Turystyki „Uzdrowiska – Perły Polski Wschodniej”.

Wśród wielu narzędzi wykorzystywanych przez wyżej wspomniane podmioty najczęściej wykorzystywane były:

- udział w targach krajowych i zagranicznych, najczęściej we współpracy samorządu województwa i innych podmiotów, w przypadku targów zagranicznych również we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną
- działania public relations,
- reklama prasowa,
- reklama w Internecie,
- marketing bezpośredni,
- materiały reklamowe i promocyjne.

Większość działań marketingowych z zakresu turystyki w województwie podkarpackim w latach 2007-2013 prowadzonych było z udziałem dofinansowania ze środków unijnych. Finansowanie pochodziło zarówno ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego jak i programów krajowych tj. Infrastruktura i Środowisko, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich, Program Rozwoju Polski Wschodniej, Polska – Białoruś – Ukraina, Polska - Słowacja a także ze środków mechanizmu szwajcarskiego i norweskiego.

### 2.3.2. Przykłady projektów promocyjnych z lat 2007-2013.

#### 1. Wspólne działania promocyjne miast Tomaszów Lubelski i Horyniec-Zdrój szansą na dynamiczny rozwój gospodarczy Rostocza Środkowego i Wschodniego.

*Przedmiot projektu to szeroko pojęta promocja regionu Tomaszowa Lubelskiego (województwo lubelskie) i Horyńca-Zdroju (województwo podkarpackie) przy wzajemnej współpracy. Celem dotarcia do jak największej grupy odbiorców założono promocję na różnych płaszczyznach, tj. Internet, publikacja, efektywne oznakowanie obiektów turystycznych i kulturowych. Atrakcje i usługi na terenie objętym projektem zostały zabrane i opublikowane jako spójna całość.*

#### 2. Współpraca gminy Krasnobród, Solec-Zdrój i Rymanów w zakresie rozwoju kompetencji uzdrowiskowych i turystycznych.

*Stworzona została długookresowa strategia rozwoju charakteru uzdrowiskowego i turystycznego. Przeprowadzono badania diagnozujące sytuację miejscowości uzdrowiskowych w Polsce Wschodniej, określono cele i wyznaczono sposoby działania. W ramach promocji zaplanowano szereg działań promujących Polskę Wschodnią i jej walory turystyczne i inwestycyjne.*

#### 3. Folder promocyjny Towarzystwa Przyjaciół Polańczyka.

*Działanie dofinansowane przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej, poprzez projekt „Alpy Karpatom”, realizowany przez Fundację Karpacką – Polska.*

#### 4. Folder promujący Gminę Rymanów i Obec Kračunowce został opracowany i wydany w ramach projektu pn. „Zwiększenie atrakcyjności i dostępności turystyczno – rekreacyjnej pogranicza Polsko – Słowackiego”. Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Karpackiego w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Rzeczpospolita Polska – Republika Słowacka 2007-2013.

### 2.3.3. Wnioski i rekomendacje.

Analizując dotychczasowe działania marketingowe turystyki uzdrowiskowej w woj. podkarpackim możemy określić następujące wnioski:

- brak wyodrębnionego produktu turystyki uzdrowiskowej na poziomie wojewódzkim, brak promocji turystyki uzdrowiskowej jako oddzielnego produktu;
- niski stopień integracji działań marketingowych samorządów i przedsiębiorstw uzdrowiskowych;
- brak wspólnej identyfikacji wizualnej dla uzdrowisk podkarpackich;
- brak wspólnej promocji podkarpackich miejscowości uzdrowiskowych na targach turystycznych.

W związku z wyżej wymienionymi wnioskami rekomendowane zostaje:

- stworzenie międzynarodowego produktu turystycznego Uzdrowiska Karpackie i podjęcie współpracy interesariuszy turystyki uzdrowiskowej w ramach produktu i marki Carpathia;
- integracja działań promocyjnych gmin uzdrowiskowych pomiędzy sobą oraz działaniami regionalnymi samorządu wojewódzkiego i PROT oraz przedsiębiorcami.

## 2.4. Charakterystyka organizacji, klastrów i innych instytucji wspierających rozwój turystyki uzdrowiskowej.

### 2.4.1. Instytucje działające na rzecz rozwoju turystyki w woj. podkarpackim.

Z punktu widzenia możliwości rozwoju województwa podkarpackiego w przyrządzie współdziałania sektora publiczno-pozarządowego w zakresie turystyki uzdrowiskowej największe znaczenie mają instytucje i organizacje pozarządowe działające w sferze turystyki i kultury. Do najważniejszych i najbardziej aktywnych należą:

- Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Rzeszowie,
- Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia” z siedzibą w Rzeszowie,
- Fundacja Bieszczadzka „Partnerstwo dla Środowiska” z siedzibą w Lesku,
- Lokalna Organizacja Turystyczna „Tabor” z siedzibą w Rymanowie Zdroju,
- Stowarzyszenie Agroturystyczne Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne – Bieszczady z siedzibą w Lesku,
- Stowarzyszenie Przewodników Turystycznych „Karpaty” z siedzibą w Sanoku,
- Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze wraz ze swoimi oddziałami,
- Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych.

Poza wyżej opisanymi w województwie funkcjonuje jeszcze kilkadziesiąt organizacji pozarządowych, których działalność w sposób bezpośredni lub pośredni związana jest z rozwojem turystyki uzdrowiskowej. Są to m.in. stowarzyszenia agroturystyczne i lokalne stowarzyszenia oraz fundacje działające na rzecz promocji i rozwoju niewielkich obszarów.

Na szczególną uwagę zasługuje Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna, która jest najważniejszą organizacją turystyczną w województwie. Została powołana do życia na początku 2002 roku. Celem działalności PROT jest rozwój turystyki w województwie podkarpackim, promocja turystyczna regionu oraz rozwijanie służącej temu współpracy samorządu terytorialnego województwa, powiatów, gmin, organizacji zrzeszających przedsiębiorców turystycznych, stowarzyszeń turystycznych, a także innych podmiotów działających w dziedzinie turystyki.

### 2.4.2. Rola samorządów w rozwoju turystyki uzdrowiskowej.

Samorządy wszystkich szczebli wykonują zadania ustawowe oraz własne z dziedziny turystyki i promocji. Podstawowe akty prawne regulujące działalność samorządów lokalnych w dziedzinie turystyki:

- ustawy o samorządzie wojewódzkim, powiatowym i gminnym;
- ustawa o usługach turystycznych;
- statuty samorządów lokalnych;
- strategie rozwoju samorządów lokalnych;
- strategie i koncepcje rozwoju turystyki, promocji, produktów.

Zadania **samorządu województwa** w zakresie turystyki prowadzi Departament Promocji, Turystyki, Sportu i Współpracy Międzynarodowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego. Działania Departamentu można podzielić na dwie grupy - promocję i administrowanie. Promocja ma zachęcić turystów do odwiedzania danego regionu.

W związku z tym pracownicy UM:

- organizują i uczestniczą w targach turystycznych;
- wydają materiały promocyjne (mapy, przewodniki, foldery);
- zapraszają na wizyty studyjne dziennikarzy i touroperatorów;
- tworzą regionalne produkty turystyczne;
- uruchamiają portale turystyczne;
- reklamują region na billboardach, citylightach itp.;
- inicjują współpracę wszystkich podmiotów turystycznych województwa.

Administrując turystyką samorząd wojewódzki:

- kategoryzuje obiekty turystyczne (hotele, motele, pensjonaty, kempingi, domy wycieczkowe i schroniska młodzieżowe);
- prowadzi rejestr działalności regulowanej dla organizatorów i pośredników turystycznych, w tym przechowuje oryginały umowy ubezpieczenia na rzecz klientów.

Ustawa o usługach turystycznych nie nakłada na **samorząd powiatowy** zadań o charakterze typowo turystycznym. Zadania powiatów związane z turystyką dotyczą zadań z zakresu kultury, ochrony zabytków, ochrony środowiska, promocji powiatu. Starostowie są organami nadzorującymi działalność organizacji pozarządowych zarejestrowanych na terenie powiatu.

**Samorząd gminny/miejski** ma za zadanie (według ustawy o samorządzie gminnym) przede wszystkim zaspokojenie zbiorowych potrzeb w dziedzinie turystyki związanych z infrastrukturą rekreacyjną. Rolą samorządów gminnych wg. ustawy o usługach turystycznych jest:

- prowadzenie ewidencji obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie;
- kontrolowanie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie;
- zawiadamianie organów prowadzących ewidencję obiektów hotelarskich o stwierdzonych w czasie kontroli uchybieniach;
- wydawanie nakazów wstrzymania świadczenia usług do czasu usunięcia uchybień w obiektach hotelarskich, na polach biwakowych i w kwaterach prywatnych.

**Turystyka w statutach samorządów lokalnych.** Statuty stanowią ustrój jednostki terytorialnej czyli określają przedmiot działania, zakres zadań i zasady organizacji organów samorządu. Statuty osadzają zadania z zakresu turystyki w odpowiednich wydziałach, departamentach i innych urzędowych strukturach. Określają także hierarchię tych jednostek i ich podległość względem innych organów samorządu.

Zaobserwować można więc dwukierunkowe rozumienie zapisów dotyczących turystyki w ustawach i statutach samorządowych.

1. Potrzeby społeczne mieszkańców wspólnoty. Tworzenie warunków do uprawiania turystyki, w tym: terenów rekreacyjnych i urządzeń sportowych.
2. Tworzenie warunków dla mieszkańców jako inwestorów w branży turystycznej, w tym:
  - warunków do powstawania obiektów hotelarskich i agroturystycznych;
  - wspieranie aktywności gospodarczej;
  - informacja turystyczna (IT);
  - promocja w kraju i zagranicą (członkostwo w ROT-ach i LOT -ach).

Podsumowując można wyróżnić funkcje samorządu terytorialnego w optymalnym, zgodnym z zasadami zrównoważonego rozwoju kształtowaniu turystyki. Są to funkcje:

- integracyjna,
- stymulacyjna,
- promocyjna,
- koordynacyjna,
- kontrolna.

### 2.4.3. Instytucje wsparcia finansowego dla inicjatyw turystycznych.

Ważną rolę dla rozwoju turystyki uzdrowiskowej województwa podkarpackiego odgrywają instytucje, których celem jest finansowe oraz organizacyjne wspieranie przedsiębiorczości i aktywności społecznej. Są to instytucje, które nie są wprost skoncentrowane na rozwoju turystyki, ale dzięki szerokiej działalności służą inicjatywom turystycznym. Wśród nich znajdują się:

- **Stowarzyszenie Euroregion Karpacki Polska** z siedzibą w Rzeszowie. Jest to organizacja współpracy międzynarodowej, która realizuje szereg programów finansowanych ze środków zewnętrznych (w tym UE, Granty Szwajcarskie) oraz dysponuje wieloma narzędziami wsparcia instytucjonalnego, takimi jak np.: Euroregionalny System Współpracy, Karpacka Agencja Rozwoju Regionalnego, Sieć Miast Euroregionu Karpackiego, Karpackie Forum Organizacji Pozarządowych i inne. Celem SEKP jest także budowa ponadregionalnego, międzynarodowego produktu turystycznego opartego na założeniach strategii marki Carpathia.
- **Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.** z siedzibą w Rzeszowie.
- **Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.** z siedzibą w Przemyśle.
- **Bieszczadzka Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.** z siedzibą w Ustrzykach Dolnych.
- **Lokalne Grupy Działania**, które powstały w ramach programu LEADER+, mające już w chwili obecnej duży wpływ na rozwój lokalny. Dysponują one środkami finansowymi, często na wsparcie działań z dziedziny turystyki.

### 2.4.4. Inicjatywy klastrowe.

Gminy uzdrowiskowe i zakłady uzdrowiskowe w województwie podkarpackim zrzeszone są w Innowacyjnym **Klasterze Zdrowia i Turystyki „Uzdrowiska – Perły Polski Wschodniej”**. Klaster powstał na podstawie Porozumienia z dnia 5 czerwca 2009 roku. Do inicjatywy klastrowej przystąpili przedsiębiorcy i samorządy gminne z 5 gmin uzdrowiskowych woj. podkarpackiego i woj. świętokrzyskiego, uczelnie – Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (koordynator) i Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Zamościu oraz dwie jednostki o charakterze doradczym, wspierające przedsięwzięcia biznesowe – Stowarzyszenie Promocji Przedsiębiorczości w Rzeszowie i Centrum Wspierania Biznesu Sp. z o.o. w Rzeszowie.

W preambule Porozumienia jego uczestnicy zapisali: „naszym celem jest wykorzystanie innowacji i podejmowanie wspólnych działań w procesach gospodarczych, gdyż uważamy, że stworzenie sieci współpracy, pozwoli na osiągnięcie efektu synergii w rezultacie połączenia i wykorzystania potencjału osób, przedsiębiorstw, uczelni wyższych, jednostek naukowo-badawczych, instytucji otoczenia biznesu oraz władz samorządowych i państwowych do transferu i dyfuzji wiedzy, a także innowacji, pomiędzy współpracującymi podmiotami”.

Zadaniem Klastra jest utworzenie platformy współpracy dla jego uczestników w celu realizacji wspólnych projektów finansowanych ze środków własnych, środków funduszy europejskich oraz innych funduszy krajowych i zagranicznych, przeznaczonych w szczególności na: badania naukowe, wspólne projekty inwestycyjne, działania związane z rozwojem nowoczesnych technologii, a także promocję marki Klastra, jego produktów i usług.

Klaster ma charakter usługowy – służy rozwojowi usług lecznictwa i turystyki uzdrowiskowej w powiązaniu z ekoturystyką, turystyką aktywną i kulturową. Przedmiotem konkurencyjnej współpracy w ramach Klastra jest wykreowanie innowacyjnych, kompleksowych produktów turystycznych i wypromowanie wspólnej marki produktów oraz samego Klastra. Ponadto Klaster dąży do upowszechnienia pozytywnego wizerunku uzdrowisk Polski Wschodniej, dokonuje wymiany doświadczeń i upowszechnia najlepsze praktyki współpracy klastrowej oraz promuje ideę klasteringu.

### 2.4.5. Analiza działań promocyjnych uzdrowisk na obszarze obwodów lwowskiego, iwanofrankińskiego i zakarpckiego.

**Wykorzystanie narzędzi promocyjnych.** Główne narzędzia promocji zdrowotnych produktów turystycznych regionu karpackiego to reklama (drukowana i w środkach przekazu masowego), Internet (portale ośrodków uzdrowiskowych i pojedynczych podmiotów działalności gospodarczej), udział w targach, forach i konferencjach. Informacyjno-promocyjne działania na rzecz turystyki zdrowotnej samorządy lokalne realizują poprzez portale państwowych władz regionalnych, publikacje przewodników i folderów, działalność wystawową, akcje specjalistyczne (organizacja imprez, konferencji, forów, obchodów, festiwali itp.). Informacje o uzdrowiskach obwodów lwowskiego, iwanofrankińskiego i zakarpckiego umieszczono na oficjalnych stronach internetowych organów władz państwowych. Na przykład portal lwowski <http://city-adm.lviv.ua/portal/for-tourist> zawiera materiały promocyjne o Lwowie, a także o możliwościach podróżowania, spędzania czasów i leczenia w uzdrowiskowo-rekreacyjnych miejscowościach regionu. Na stronie Iwanofrankińskiego Obwodowego Urzędu Administracji Publicznej [www.if.gov.ua](http://www.if.gov.ua) znajdują się dane statystyczne takie jak informacja analityczna głównych wskaźników finansowo-gospodarczych działalności obiektów turystycznych obwodu iwanofrankińskiego zgodnie z danymi państwowej ewidencji statystycznej, sprawozdanie z działalności podmiotów turystycznych obwodu, dane statystyczne o różnych rodzajach turystyki itp. W programach rozwoju turystyki i uzdrowisk każdego z trzech obwodów na określony czas obowiązkowo istnieje oddzielny rozdział, poświęcony branży turystycznej – stan obecny, kierunki i perspektywy rozwoju itd. Programy są dostępne na oficjalnych stronach internetowych organów władz publicznych.

Tematykę uzdrowską udostępniano także na popularnych krajowych i regionalnych stronach internetowych: stronach centrów turystyczno-informacyjnych, na wyspecjalizowanych portalach turystycznych w regionie karpackim, Ukrainie, portalach dot. różnych sportów, stronach internetowych dot. turystyki i rekreacji oddzielnych regionów i miejscowości. Jednym z najstarszych na Ukrainie jest portal informacyjno-promocyjny Karpaty.info [www.karpaty.info](http://www.karpaty.info), który do dziś dnia pomyślnie funkcjonuje. Umieszczono na nim szczegółowe informacje o uzdrowskach narciarskich i SPA - uzdrowskach i ich okolicach (zakwaterowanie, wyżywienie, transport, atrakcje, leczenie itd.), zgromadzono katalog obiektów uzdrowskowo-wczasowych i SPA – turystyki regionu karpackiego ze szczegółowymi informacjami i opisami usług i danymi kontaktowymi. Ważne jest to, że portal posiada obszerną wersję angielskojęzyczną.

Strona Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej obwodu iwanofrankińskiego <http://rtic.if.ua/about.html> zawiera bazę materiałów informacyjno-promocyjnych o możliwości uprawiania różnych rodzajów turystyki i usług uzdrowskich na obszarze obwodu. Ważną częścią działalności organizacji jest reprezentowanie interesów członków organizacji turystycznych i placówek uzdrowskowych na targach zarówno na Ukrainie jak i za granicą (Moskwa, Opolo, Berlin).

Popularny jest również polsko-ukraiński portal turystyczny Rady ds. Turystyki Euroregionu Karpackiego [www.tourism-carpathian.com.ua](http://www.tourism-carpathian.com.ua) – umieszczono na nim informacyjno-promocyjne materiały o turystycznych i zdrowotnych zasobach ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego. Dobrze są przedstawione rozmaite pożyteczne informacje dla gości obwodu iwanofrankińskiego na stronie: [www.tourism.if.ua](http://www.tourism.if.ua) – zawierającej informacje o kurortach i wodach mineralnych obszaru obwodu iwanofrankińskiego. Portal o turystyce w Karpatach <http://turizm-karpaty.com.ua> zapewnia rezerwację online usług turystyki zdrowotnej. Umieszczono na nim informacje promocyjne o potencjale turystycznym wszystkich rejonów administracyjnych regionu i jego największych ośrodkach uzdrowskowych. Lwowski portal turystyczno-informacyjny [www.lviv-land.lviv.ua](http://www.lviv-land.lviv.ua) zawiera materiały promocyjne o potencjale turystycznym regionu lwowskiego oraz oddzielną część poświęconą uzdrowskom. Także tu przedstawiono katalog wszystkich kompleksów czasowo-uzdrowskowych z informacjami kontaktowymi.

Oficjalny turystyczny portal informacyjny *Witamy na Zakarpaciu* [www.transcarpathiatour.com.ua](http://www.transcarpathiatour.com.ua) to podstrona strony internetowej Zakarpackiego Urzędu Administracji Publicznej, poświęcono promocji turystyki i rekreacji uzdrowskowej. Zawiera szczegółową bazę danych o uzdrowskach, źródłach wód mineralnych, sanatoriach i domach czasowych. Popularne są też wyspecjalizowane strony internetowe, które prezentują szczegółowe informacje o miejscowościach uzdrowskowych i placówkach uzdrowskowych. Główną wyspecjalizowaną stroną jest portal o nazwie: Kurorty i Sanatoria Ukrainy [www.sankurort.ua](http://www.sankurort.ua). Cała informacja została podzielona na podstawowe części informacyjne: o Ukrainie, o kurortach, o sanatoriach, o głównych kurortach, wszystkich sanatoriach Ukrainy – katalog, wybór sanatorium – rezerwacja w systemie online, urzędy branży uzdrowskowej Ukrainy, leczenia w uzdrowskach, pobyt w sanatoriach, najnowsze informacje o sanatoriach. Stronę w całości przetłumaczono na język angielski. Kolejny wyspecjalizowany portal to Kurorty Ukrainy Zachodniej [www.zahid-kurort.com.ua](http://www.zahid-kurort.com.ua), gdzie przedstawione są szczegółowe informacje o małych uzdrowskach Podola Zachodniego i Przykarpacia, wywiady z głównymi lekarzami, reprezentacje dla odwiedzających, informacje pożyteczne oraz kontakty.

Dosyć młodym, ale już bardzo popularnym jest portal Kurorty Karpat [vkarpatah.in.ua](http://vkarpatah.in.ua), na którym informacje zaprezentowane są według następujących segmentów strukturalnych: odpoczynek w Karpatach, Ziemia Lwowska, Obwód Iwanofrankiński, Zakarpacie, nieruchomości w Karpatach, kuchnia karpacka, wiadomości Karpat, leczenie, ciekawostki w Karpatach, zdjęcia Karpat, poszukiwania osoby towarzyszącej. Umożliwia to wywołanie zainteresowania tymi informacjami potencjalnych zwiedzających o szerokim kręgu interesów. Oddzielne bloki tematyczne o uzdrowskach zdrowotno-rekreacyjnych Karpat pozwalają przybliżyć potencjał miejscowości trzech obwodów karpackich: Morszyn, Oriawczyk, Sławskie, Schodnica, Truskawiec, Polanica (Bukowel), Tatarów, Berehowo, Mukaczewo, Pylypiec, Polana, Sołotwino, Szajjan, Migowe.

Wyróżnić należy także strony poszczególnych miejscowości uzdrowskowych, takich, jak Truskawiec, Schodnica, Jaremcze, Berehowo i innych. Znajdują się na nich szczegółowe informacje o miejscowościach, obiektach uzdrowskowych, zaleceniach w zakresie leczenia, możliwościach wypoczynku i rekreacji. Przykładem takiej strony jest oficjalny portal turystyczny miasta Truskawiec – największej miejscowości uzdrowskowej Ukrainy. [www.truskavets.ua](http://www.truskavets.ua), na którym można uzyskać informacje o wszystkim, co się tyczy tego kurortu w kilku językach. Interesujące też są strony nowych niestandardowych miejscowości i obiektów: unikatowych małych górskich kurortów ekologicznych, elitarnych SPA – uzdrowskich i temu podobnych, zajmujących niszę rynkową i ukierunkowanych na szczególnie wybrednych klientów.

Publikacje o temacie uzdrowskowym można podzielić na edukacyjno-metodyczne (monografie, książki metodyczne, podręczniki) i promocyjno-informacyjne (foldery, przewodniki, mapy itp.) Na przykład, monografia „Kurorty Ukrainy” o znaczeniu krajowym i lokalnym (2010, K. D. Babowa, O. M. Nikipelowej) obejmuje aspekty teoretyczne i przykładowe sprawy uzdrowskowe na Ukrainie, zawiera następujące rozdziały: Teoria sprawy uzdrowskowej, współczesne technologie uzdrowskowe Ukrainy, Potencjał sanatoryjno-uzdrowskowy Ukrainy, wody mineralne i kurorty Regionu Karpackiego Ukrainy, Potencjał turystyki rekreacyjnej w Regionie Karpackiego. W przewodniku „Kurorty i Sanatoria Ukrainy” w porządku alfabetycznym zaprezentowano analizę regionów rekreacyjnych Ukrainy, kurortów Karpat, ilustrowany katalog kurortów, informacje promocyjne o sanatoriach i domach czasowych. Książka o tytule „Krajoznawstwo Turystyczne” (Petranowski W. P., Rutynski M. J.) zawiera między innymi informacje o zasobach uzdrowskowych Ukrainy, mianowicie: warunki naturalne formowania balneologicznych zasobów Ukrainy, historia badania i wykorzystania wód mineralnych i borowiny w celu leczniczym, klasyfikacja kurortów Ukrainy, geografia miejscowości Ukrainy zaliczanych do kurortów.

Jedną ze współczesnych książek metodycznych jest „Geografia Turystyki” (Kuzyk S. P.), w której autor rozpatrzył kwestie teoretyczne w zakresie badania i formowania branży turystycznej, co można stosować też w odniesieniu do branży uzdrowskowej: metody badania rozwoju turystyki; czynniki formowania atrakcyjności obszaru; osobliwości rozwoju turystyki na świecie i na Ukrainie; rodzaje turystyki, w tym – turystyki zdrowotnej. Podręcznik „Zarządzanie turystyką” (Kiptenko W. K.) obejmuje szeroki wachlarz kwestii metodologicznych, przydatnych

w badaniu i planowaniu kierunków rozwoju strefy uzdrowskowej. Należy wymienić między innymi takie kwestie, jak planowanie w turystyce, zarządzanie kurortami Ukrainy, SWOT - analiza wizerunku kurortów, konkurencyjność branży turystycznej, motywacja w turystyce, kontrola w zakresie zarządzania działalnością turystyczną, zasady zarządzania w turystyce zdrowotnej. Niektóre rodzaje turystyki regionu karpackiego przedstawiono w podręczniku „Współczesne Rodzaje Turystyki” (Klap M. P., Szandor F. F.). Są to między innymi: apiturystryka; turystyka egzotyczna w Karpatach, turystyka ekologiczna w Karpatach, turystyka etniczna w Karpatach, turystyka zdrowotno-rekreacyjna, turystyka medyczna i SPA w Karpatach.

Wśród wydawnictw informacyjno-promocyjnych można wyróżnić dziesiątki folderów o potencjale zdrowotno-turystycznym poszczególnych kurortów regionu, folderów reklamowych oddzielnych uzdrowskich i świadczeń zdrowotno-leczniczych. Produkty uzdrowskowe różnych miejscowości regionu karpackiego przedstawiane są również na regionalnych, krajowych i międzynarodowych imprezach wystawowych – targach, salonach, wystawach i forach. Na przykład potencjał turystyki zdrowotnej regionu lwowskiego przedstawiono w 2013 roku na targach międzynarodowych i krajowych: Międzynarodowa Giełda Turystyczna ITB Berlin, Gdańskie Targi Turystyczne, MITT w Moskwie, AITF w Baku, UITT w Kijowie, VI Międzynarodowe Forum Turystyczne w Charkowie, TIF HELEXPO w Salonikach. Kurorty Regionu Karpackiego są stałymi uczestnikami regionalnych turystycznych i inwestycyjnych forów i targów: Lwowskie Forum Międzynarodowe Branży Turystycznej i Gościnności, Międzynarodowe Targi Turystyczne Tur-Euro-Centrum – Zakarpacie 2013 oraz festiwal turystyczny Euro-Karpaty 2013 w Użhorodzie. W ramach tych przedsięwzięć odbywają się spotkania biznesowe, zawierane są umowy, dochodzi do wymiany doświadczeniami, planowane są wspólne projekty, odbywają się konferencje, fora i sympozja, targi produktów turystycznych i świadczeń, markowych produktów artystycznych różnych regionów. Dzięki uczestniczeniu w takich imprezach przedstawiciele branży turystycznej obwodów lwowskiego, iwanofrankińskiego i zakarpackiego promowano również turystykę zdrowotno-uzdrowskową i pomyślnie sprzedawano produkty miejscowości uzdrowskowych.

#### 2.4.6. Organizacje, klastry i inne instytucje wspomagających rozwój turystyki w uzdrowskach regionu karpackiego Ukrainy.

Wyspecjalizowanymi organizacjami działającymi na rzecz rozwoju wyłącznie sanatoryjno-uzdrowskowego leczenia i wypoczynku w terenie są: Truskawieckurort Spółka Akcyjna i Morszynkurort Kompleks Sanatoryjno-Uzdrowskowy. Celem strategicznym Truskawieckurort Z.S.A. jest powołanie kompleksu sanatoryjno-uzdrowskowego, który stanie się ważnym ośrodkiem wypoczynku dla obywateli Ukrainy, Europy i innych krajów. Truskawieckurort Z.S.A. jest jednym z najbardziej popularnych kompleksów sanatoryjno-uzdrowskowych Ukrainy, który jednocześnie może przyjąć ponad 4000 kuracjuszy. Do spółki należą:

- Sanatoria: „Wesna”, „Krystal”, „Almaz”, „Jantar”, „Rubin”, „Berizka”;
- Willa „Krystyna” i inne wille;
- Przychodnie i szpitale wodolecznicze, w tym współczesny kompleks medyczny „Med-Palac”, który składa się z centrum diagnostycznego, szpitala wodoleczniczego i SPA – centrum;
- Pałac kultury im. T. Szewczeni;
- Restauracja uzdrowskowa;
- Pijalnia wody Naftusi i innych wód mineralnych.

Źródła wód mineralnych, baza medyczna i wysoce wykwalifikowany personel zapewniają Truskawieckurort Z.S.A. status wiodącego uzdrowska Ukrainy w zakresie diagnostyki, leczenia i rehabilitacji chorób urologicznych, gastroenterologicznych i innych. Za osiągnięcia w ciągłym rozwoju, spółka wielokrotnie była wyróżniana najbardziej prestiżowymi odznaczeniami. Corocznie z usług Truskawieckurort Z.S.A. korzysta powyżej 80 tys. kuracjuszy z Ukrainy i 49 krajów świata.

Kompleks sanatoryjno-uzdrowskowy Morszynkurort to następujące sanatoria Morszyna: Dnister, Lawanda, Perłyna Prykarpattia, Switanok i sanatorium Czeremosz. Łącznie są to 2/3 całego potencjału uzdrowska Morszyn, które mogą jednocześnie przyjąć na leczenie i odpoczynek powyżej 1700 osób. Sanatoria Morszyna, wchodzące w skład zakładów Państwowych Morszynkurort, są ulokowane w centrum miasta Morszyn, w strefie leśno-parkowej, gdzie zawsze jest cicho i spokojnie. Pod czas leczenia w sanatoriach można zapomnieć o gwarze miejskim i w całości delektować się odpoczynkiem. Realizacja pobytów odbywa się bezpośrednio w sanatoriach. Koszt takiego pobytu obejmuje wysokość zakwaterowania, leczenia i diagnostyki. Na bazie sanatoriów powołano wyspecjalizowany oddział rehabilitacji i leczenia najbardziej rozpowszechnionych chorób narządów układu pokarmowego i cukrzycy (centra wątroby i nerek, oddziały dla poprawy stanu zdrowotnego kobiet w ciąży i poszkodowanych w skutek awarii na elektrowni atomowej w Czarnobylu, dla dzieci z rodzicami, oddziały dla leczenia chorych na cukrzycę itd.) Zabiegi medyczne dla wypoczywających we wszystkich sanatoriach Morszynkurort odbywają się w szpitalu balneologicznym, gdzie obecnie wraz ze zdobytym doświadczeniem są stosowane najnowsze technologie i współczesna baza medyczna. Szpital balneologiczny kurortu Morszyn udziela szerokiego spektrum zabiegów leczniczych z zastosowaniem czynników naturalnych i źródeł mineralnych Morszyna. Diagnostyka i badania są wykonywane w centrum leczniczo-diagnostycznym, gdzie wykorzystywane są najnowsze metodyki diagnostyczne. Dla kuracjuszy dostępna jest pijalnia wód mineralnych, która stała się miejscem spotkań wszystkich odpoczywających w Morszynie. Do kompleksu Morszynkurort także należą lokalne zakłady gastronomiczne jak restauracje i kawiarnie, położone w pobliżu obiektów uzdrowskowych.

### 3. Cele Strategiczne Rozwoju Karpackiej Turystyki Uzdrawiskowej.

Określając cele strategiczne i operacyjne rozwoju turystyki uzdrawiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego przyjęte zostały 3 fundamentalne założenia, które określają zakres dokumentu Strategii. Przedstawiają się one następująco:

1. Dokument zakłada ambitne stworzenia produktu turystyki Uzdrawiska Karpackie, który będzie elementem marki turystycznej Carpathia.
2. Strategia będzie miała ograniczony wpływ na infrastrukturalny, procesowy i instytucjonalny rozwój uzdrawisk ze względu na wieloaspektowe różnice funkcjonowania lecznictwa uzdrawiskowego w Polsce i na Ukrainie.
3. Proponowane działania będą miały na celu integrację podmiotów oferujących produkty turystyki uzdrawiskowej w Polsce i na Ukrainie oraz promocję uzdrawisk karpackich jako elementu marki Carpathia.

Biorąc pod uwagę oba założenia określono poniższe długoterminowe cele dla marki uzdrawisk karpackich w 3 obszarach. Celom strategicznym przypisane zostały cele operacyjne.

#### OBSZAR STRATEGICZNY I – ARCHITEKTURA PRODUKTU

**Cel strategiczny 1.** Określenie produktu uzdrawisk karpackich o unikalnym wizerunku.

- *Cel operacyjny 1. Zidentyfikowanie kluczowych aktywów wewnętrznych i zewnętrznych marki*
- *Cel operacyjny 2. Opracowanie produktu pod nazwą Uzdrawiska Karpackie.*

**Cel strategiczny 2.** Stworzenie profesjonalnego systemu zarządzania promocją produktu turystyki uzdrawisk karpackich jako elementu marki Carpathia.

- *Cel operacyjny 1. Stworzenie zespołu odpowiedzialnego za zarządzanie promocją produktu w 2014 roku.*
- *Cel operacyjny 2. Opracowanie i wdrożenie systemu koordynacji działań promocyjnych podmiotów tworzących produkt turystyki uzdrawisk karpackich*

#### OBSZAR STRATEGICZNY II – ŚRODOWISKO PRODUKTU

**Cel strategiczny 3.** Wzrost poziomu integracji podmiotów tworzących produkt w zakresie informacji, współpracy produktowej i promocji.

- *Cel operacyjny 1. Wypracowanie sprawnie funkcjonujących mechanizmów współpracy między podmiotami w obszarze produktu do końca 2015 roku.*
- *Cel operacyjny 2. Zaangażowanie ekspertów środowiska naukowego do procesu budowania produktu w tym do działań badawczych w zakresie efektywności realizacji strategii rozwoju.*

**Cel strategiczny 4.** Informacja i edukacja mieszkańców polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego na temat unikalności produktu uzdrawisk karpackich.

- *Cel operacyjny 1. Wypracowanie działań mających na celu zrozumienie i akceptację działań określonych w Strategii wśród społeczności lokalnej do końca 2017 roku.*
- *Cel operacyjny 2. Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców miejscowości uzdrawiskowych z ideą produktu oraz marką Carpathia.*

#### OBSZAR STRATEGICZNY III – KOMUNIKACJA MARKETINGOWA

**Cel strategiczny 5.** Silne pozycjonowanie produktu uzdrawisk karpackich względem obszarów bezpośrednio konkurencyjnych pod kątem postrzeganej unikalności.

- *Cel operacyjny 1. Opracowanie i wdrożenie programu komunikacji marketingowej i działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do mieszkańców Euroregionu Karpackiego.*
- *Cel operacyjny 2. Opracowanie i wdrożenie programu działań informacyjno-promocyjnych o zasięgu ogólnoeuropejskim.*

**Cel strategiczny 6.** Zbudowanie doświadczalnych obszarów kontaktu z produktem w ramach komunikacji marketingowej marki Carpathia.

- *Cel operacyjny 1. Stworzenie katalogu flagowych wydarzeń i inicjatyw wspierających komunikację produktu Uzdrawiska Karpackie.*
- *Cel operacyjny 2. Opracowanie katalogu narzędzi wspierających komunikację produkt na poziomie zmysłów – zastosowanie wybranych elementów koncepcji Karpackie zmysły – CARPATHIAN SENSES.*



## 4. Uzdrawiska Karpackie – zarys tożsamości produktu.

Do określenia tożsamości produktu zastosowany został uproszczony model narzędzia Brand Synergy opracowany przez Kancelarię Doradcą Synergia w oparciu o metodologię Brand Foundations DDB Worldwide. Założeniem głównym określenia tożsamości produktu jest zgodność jego wizerunku z tożsamością marki Carpathia oraz szczegółowe rozwinięcie w segmencie turystyki uzdrowskiej.

### 4.1. Kompetencje uzdrowskich karpackich.

Pierwszym z elementów opisanych za pomocą narzędzia Brand Synergy w celu określenia tożsamości produktu są jego kompetencje. Pola kompetencji produktu zostały zdiagnozowane w sytuacji obecnej a także wskazane zostały kompetencje w przyszłości, zgodne z celami strategicznymi Strategii oraz założeniami marki Carpathia.

#### Kompetencje dziś

- Oferta uzdrowska regionu karpackiego jest bardzo zróżnicowana. Specyfika każdego z uzdrowsk jest wyjątkowa.
- Uzdrawiska karpackie posiadają także zróżnicowaną infrastrukturę: od zaniedbanych obiektów po luksusowe hotele.
- Istnieje duża przewaga oferty leczniczej nad ofertą turystyczno-rekreacyjną.
- Promocja uzdrowsk jest na poziomie krajowym dobra. Występują wspólne inicjatywy promocyjne i klastrowe.

#### Kompetencje jutro

- Markowe Uzdrawiska Karpackie będą oferować usługi na poziomie odpowiadającym założeniom marki, spełniać europejskie standardy.
- Uzdrawiska Karpackie będą rozwijać kompetencje turystyczne i rekreacyjne w oparciu o infrastrukturę i zasoby uzdrowskie.
- Uzdrawiska Karpackie będą wyznaczały standardy turystyki uzdrowskiej dla całego regionu w oparciu o unikalne atrybuty marki.
- Uzdrawiska Karpackie zapewnią idealne warunki do regeneracji zdrowia oraz odprężenie psychiczne.
- Integracja i promocja Uzdrawisk Karpackich będzie miała zasięg ponadnarodowy w ramach Euroregionu Karpackiego.

#### Produkt Uzdrawiska Carpathia powinien przede wszystkim:

- rozwinąć zaniedbaną funkcję pozaleczniczą – turystyczną i uzdrowską;
- wzmocnić już posiadane kompetencje związane z wykorzystaniem unikalnych zasobów leczniczych – postawić na najlepsze, wyróżniające się elementy, które będą siłą pociągową dla pozostałych;
- wspomóc rozwój infrastruktury zgodnej z założeniami marki Carpathia – autentyczność, przyroda itd;
- rozwinąć potencjał współpracy międzynarodowej w zakresie integracji miejscowości uzdrowskich w dziedzinach: kulturalnej, naukowej, społecznej i marketingowej.

### 4.2. Cechy wyróżniające produkt Uzdrawiska Karpackiego.

Unikalność marki Carpathia wynika z połączenia różnorodnej i wieloreligijnej kultury karpackich krain oraz niezwyklej przestrzeni gór z bogatym światem przyrody. Cechy, które wyróżniają produkt Uzdrawiska Karpackie wynikają wprost z tożsamości marki Carpathia i są nimi:

- **Autentyczność oraz zrozumienie wielokulturowości** – tradycje uzdrowsk karpackich, żywe tradycje i obrzędy, kultura ludowa, etnografia.

- **Doznanie przestrzeni oraz pokora wobec natury** - karpackie wody mineralne, krajobraz górski, czyste powietrze, mikroklimat.

W wyniku spotkań warsztatowych, które zostały przeprowadzone w trakcie realizacji projektu określone zostały główne atrybuty Uzdrawisk Karpackich. Celem warsztatów było odnalezienie unikalnych cech tożsamości produktu uzdrowsk karpackich. Zebrani w przeważającej większości wskazali na **karpackie wody mineralne**. W dalszej kolejności były to: krajobraz górski, klimat, czyste powietrze, mikroklimat, edukacja w duchu miłości do regionu, edukacja dla zdrowego życia oraz żywe tradycje i obrzędy, kultura ludowa, etnografia.

### 4.3. Wymarzony klient Uzdrawisk Karpackich.

Określenie cech (fizycznych i psychograficznych) wyidealizowanego "wymarzonego klienta" wspomaga proces poszukiwania grup docelowych i budowania komunikacji wizerunkowej. Z "wymarzonym klientem" nierozdzielnie związany jest consumer insight czyli opisanie wewnętrznej motywacji klienta do konsumpcji produktu. Realizacja opartych na consumer insight działań wizerunkowych pozwoli na silne uwiarygodnienie przekazu i wzbudzenie pozytywnego, emocjonalnego zaangażowania odbiorców w relację z Uzdrawiskami Karpackimi.

#### Wymarzony klient marki

- dojrzały i wrażliwy, w wieku 40+;
- z doświadczeniem i po przejściach;
- poszukujący odpowiedniej kuracji dla ciała i duszy;
- nie boi się nowego, opuszczania strefy komfortu, zmierzania z nową przestrzenią;
- poszukujący, zmieniający drogę życia;
- rodzinny, ceniący przebywanie w grupie przyjaciół;
- ceniący sobie sport i aktywność na łonie przyrody;
- posiadający wysoki poziom samoświadomości i samorefleksji.

#### Consumer insight

*Brak mi czasu dla siebie, dla mojego ciała i duszy.*

*Mam ochotę poświęcić sobie więcej czasu. To będzie z korzyścią dla mnie i moich bliskich.*

*Szukam ukojenia, kuracji by znów móc zmierzyć się z codziennością jako odmieniony człowiek.*

*Lubię odkrywać przestrzeń. Cenię sobie autentyczność kultury i prawdziwych ludzi.*

*Mam ochotę poświęcić się sobie. Poznając świat, poznaję lepiej siebie.*

### 4.4. Grupy docelowe produktu.

Analizując symboliczny obraz "wymarzonego klienta" oraz jego wewnętrzną motywację określone zostały trzy podstawowe i równorzędne grupy docelowe, do których będziemy kierować działania promocyjne w oparciu o Strategię. Grupy te wpisują się w określone dla miejscowości uzdrowskich segmenty klientów takich jak:

- Osoby spędzające czas w uzdrowskach turystycznie, "ładujące akumulatory", korzystającej z lepszej niż w innych miejscowościach turystycznych infrastruktury, rzadko korzystający z oferty leczniczej – **cel turystyczny i rekreacyjny**.
- Osoby korzystające z oferty zabiegowej dla przywrócenia zdrowia, polepszenia dobrostanu – **cel kuracyjny** (ozdrowczy – neologizm z jęz. Ukraińskiego).
- Osoby chore wymagające leczenia i rehabilitacji określonych schorzeń – **cel leczniczy**.

### Grupy docelowe Uzdrawisk Karpackich

1. Pracujący mieszkańcy europejskich miast w średnim wieku indywidualnie i w grupach (*cel turystyczny i kuracyjny*).
2. Mieszkańcy Karpat poszukujący nowej jakości w znanych uzdrawiskach (*cel turystyczny, kuracyjny i leczniczy*).
3. Pary w średnim wieku z syndromem opuszczonego gniazda (*cel turystyczny i kuracyjny*).

### 4.5. Misja i ambicja Uzdrawisk Karpackich.

Kolejnym elementem tożsamości Uzdrawisk Karpackich jest określona misja i ambicja, która posłuży jako wskazówka dla realizujących produkt oraz wesprze przekaz komunikacyjny zgodny z marką Carpathia.

#### Uzdrawiska Karpackie chcą:

- Zapewnić przestrzeń i odpowiednie warunki do regeneracji fizycznej i psychicznej.
- Działać na wszystkie zmysły i otwierać nowe obszary doświadczeń – Karpackie Zmysły (Carpathian Senses).
- Stać się produktem, który sprawi, że ludzie w ważnych i zwrotnych (jakim często jest choroba) momentach swojego życia odnajdują na nowo swoje powołanie i przeznaczenie.
- Stać się produktem, który pomaga znaleźć w życiu kierunek oraz pozwoli wrócić do świata przekonanym o swojej w nim roli.

### 4.6. Osobowość Uzdrawisk Karpackich.

Określenie osobowości (personifikacja) produktu jest sposobem do poznania cech obecnych i cech pożądaných w przyszłości, które pomogą w określeniu klimatu komunikacji produktu. Zestaw cech osobowości Uzdrawisk Karpackich został określony na warsztatach.

#### Uzdrawiska Karpackie dziś:

- niedoceniane,
- nieznanne powszechnie,
- naturalne, przyjazne,
- zaniedbane,
- wymagające pewnego wysiłku, aby je odkryć.

#### Uzdrawiska Carpathia jutro

- uzdrawiające,
- autentyczne,
- życzliwe, szczodre,
- energetyczne,
- przyjacielskie, towarzyskie, gościnne,
- czarujące,
- pełne energii, aktywne,
- naturalne, optymistyczne.

### 4.7. Korzyści dostarczane przez Uzdrawiska Karpackie.

Uzdrawiska Karpackie będą dostarczać korzyści podzielonych na trzy grupy. Korzyści racjonalne, czyli takie, które są doświadczalne na poziomie fizycznym (inaczej funkcjonalne) i odpowiadają na potrzeby realizowane poprzez naturalne zasoby uzdrawisk. Korzyści emocjonalne, które mają zaspokajać potrzeby na poziomie emocji i psychiki. Korzyści symboliczne, które mają znaczenie dla efektu doświadczenia produktu po jego konsumpcji.

#### Uzdrawiska Karpackie dostarczają następujących korzyści:

- **Racjonalne (funkcjonalne):**

- korzystnie wpływają na zdrowie, leczą wiele schorzeń fizycznych i korzystnie wpływają na zdrowie psychiczne.

- **Emocjonalne:**

- zapewniają emocjonalny reset i detoks cywilizacyjny (technologiczny),

- ułatwiają ucieczkę od codzienności do świata niecodziennych przeżyć,

- odprężają i pozwalają odnaleźć równowagę wewnętrzną oraz kierunek w przełomowych momentach życia,

- wzbogacają o doświadczenia związane z wielokulturowością i różnorodnością Karpat.

- **Symboliczne:**

- dają szansę poznać i zrozumieć siebie, a przez to stać się „pełniejszym” człowiekiem,

- dają szansę na powrót radości z życia pomimo problemów ze zdrowiem,

- zapewniają wspomnienia, które przywoływane będą poprawiać nastrój i samopoczucie.

### 4.8. Wartości, którymi kierują się Uzdrawiska Karpackie.

Aby realizować ambicje i być wiarygodnym w realizacji Uzdrawiska Karpackie muszą kierować się poniższymi wartościami, głównymi zasadami:

- Symbioza człowieka z naturą; szacunek i pokora dla przyrody i jej bogactwa;
- Autentyczność; wiarygodność, zaufanie – wysoka jakość usług, produktów i wyróżniające region walory przyrodnicze oraz kulturowe;
- Intymność; cisza; spokój - opieka nad miejscami w których można wyciszyć się i odpocząć od zgiełku miast;
- Ekologia; naturalność;
- Energia; radość; świeżość;
- Duch społeczności lokalnej – przywiązanie do kultury lokalnej i zwyczajów, charyzma i duma, gościnność i sposób życia -wzmacniają chęć powracania w Karpaty;
- Równowaga życiowa, umożliwienie przeżywania otaczającego piękna i „naładowanie baterii”;
- Zachowanie regionalnego dziedzictwa kulturowego – dbanie o historię i relikty przeszłości regionu;
- Podkreślanie faktu, że Karpaty są „organizmem żywym” znajdującym się w sercu Europy, składającym się z różnorodności i kontrastów, które tworzą ich siłę;
- Podkreślanie ważności związków pomiędzy: przeszłością z teraźniejszością; tradycją a nowoczesnością; legendami i opowieściami a kreatywnością;
- Kulturowanie duchowości i mistycyzmu Karpat.



## 5. Działania promocyjne Uzdrawisk Karpackich.

W tej części dokumentu przedstawione zostały propozycje narzędzi i działań promocyjnych na rzecz rozwoju turystyki w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego i promocji produktu Uzdrawiska Karpackie.

### 5.1. Adresaci komunikacji wizerunkowej Uzdrawisk Karpackich.

Wśród adresatów komunikacji wizerunkowej Uzdrawisk Karpackich wyróżnić można 6 głównych obszarów:

**1. Turyści/kuracjusze** (docelowa grupa konsumentów produktu), których liczbę możemy konsekwentnie zwiększać dzięki precyzyjnie dobranym formom komunikacji o charakterze promocyjno-informacyjnym, a w konsekwencji budować grupę lojalnych odbiorców, zwiększać rozpoznawalność Uzdrawisk Karpackich na rynkach krajowych i zagranicznych oraz budować silny i trwały wizerunek poparty pożądanymi skojarzeniami.

**Komunikat:** Uzdrawiska Karpackie są wyjątkową ofertą dla osób poszukujących regeneracji fizycznej i psychicznej w otoczeniu autentycznej kultury oraz przestrzeni natury.

**Narzędzia:** Dobrany do grupy docelowej zestaw narzędzi promocji w tym w szczególności Internet, wydawnictwa oraz public relations. Zaangażowanie partnerów z organizacji turystycznych oraz wydziałów promocji jednostek samorządowych.

**2. Przedsiębiorcy lokalni, zewnątrzni i touroperatorzy**, których przekonamy, że Uzdrawiska Karpackie posiadają duży potencjał rozwojowy, w związku z czym są dobrym produktem a miejscowości uzdrawiskowe dobrym partnerem biznesowym.

**Komunikat:** Uzdrawiska Karpackie dają szansę na rozwój firmy poprzez zaoferowanie turystom produktów i usług turystycznych opartych na unikalnych zasobach.

**Narzędzia:** Szkolenia, warsztaty, konferencje, wydawnictwa instruktażowe, marketing bezpośredni, konsultacje, study tour. Zaangażowanie partnerów z instytucji otoczenia biznesu itp.

**3. Lokalne władze, samorządy** różnych szczebli, których przekonamy, że Uzdrawiska Karpackie są szansą i czynnikiem rozwojowym dla lokalnych społeczności i warto zaangażować się w działania wspierające produkt.

**Komunikat:** Uzdrawiska Karpackie przyczynią się do rozwoju regionalnego, wzrostu inwestycji i zamożności mieszkańców.

**Narzędzia:** Szkolenia, warsztaty, konferencje, wydawnictwa instruktażowe, marketing bezpośredni, konsultacje, study tour.

**4. Specjaliści - lekarze, rehabilitanci i inni** czyli szeroko pojęta branża medyczna, która powinna być świadoma oferty Uzdrawisk Karpackich i przekonana o wartościach płynących z korzystania z uzdrawisk.

**Komunikat:** Uzdrawiska Karpackie doskonale uzupełniają procesy rehabilitacji i leczenia konwencjonalnego, korzystnie wpływają na zdrowie fizyczne i psychiczne pacjentów.

**Narzędzia:** Szkolenia, warsztaty, konferencje, wydawnictwa instruktażowe, marketing bezpośredni, konsultacje, study tour.

**5. Media** - z pomocą których rozpoczniemy proces informowania o Uzdrawiskach Karpackich, założeniach produktu, jego tożsamości i korzyściach.

**Komunikat:** Uzdrawiska Karpackie są wyjątkową ofertą dla osób poszukujących regeneracji fizycznej i psychicznej w otoczeniu autentycznej kultury oraz przestrzeni natury.

**Narzędzia:** Działania media relations w tym press tour'y, content marketing, artykuły sponsorowane oraz patronaty medialne i współpraca stała z redakcjami mediów lokalnych oraz krajowych.

**6. Mieszkańcy Euroregionu**, których będziemy motywować, informować i integrować wokół założeń produktu Uzdrawisk Karpackich.

**Komunikat:** Uzdrawiska Karpackie przyczyni się do rozwoju regionalnego, wzrostu inwestycji i zamożności mieszkańców.

**Narzędzia:** Działania oparte na public relations z wykorzystaniem mediów lokalnych oraz Internetu a także wydarzenia promocyjne. Zaangażowanie partnerów trzeciego sektora -stowarzyszenia społeczne, kulturalne i edukacyjne.

### 5.2. Ambasadorzy Uzdrawisk Karpackich.

Bardzo ważnym jest podniesienie wiarygodności komunikacji Uzdrawisk Karpackich dzięki zaangażowaniu w działania promocyjne autorytetu nadawcy, osoby znanej szerokiemu gronu odbiorców, związanej z mediami i kojarzącej się w sposób zbieżny z wartościami produktu i marki Carpathia.

#### Wewnętrzni ambasadorzy:

- lokalni artyści i twórcy, soliści i zespoły, postaci showbiznesu,
- przedstawiciele władzy państwowej i samorządu,
- duchowni,
- osoby znane z działalności społecznej i gospodarczej,
- dziennikarze.

#### Zewnętrzni ambasadorzy:

- artyści zagraniczni lub emigranci - sławiący Karpaty, posiadający domy w Karpatach,
- politycy europejscy związani z regionem - europosłowie, szefowie międzynarodowych organizacji,
- dziennikarze światowych/europejskich mediów tradycyjnych i elektronicznych,
- podróżnicy, globtroterzy.

### 5.3. Narzędzia komunikacji Uzdrawisk Karpackich.

Ze względu na optymalizację działań komunikacyjnych Uzdrawisk Karpackich pod względem finansowym, organizacyjnym i realizacyjnym zaproponowany został zestaw narzędzi. Odpowiednio wykorzystany, zgodnie z wytycznymi dotyczącymi adresatów produktu będzie warunkiem sukcesu wizerunkowego produktu.

#### Narzędzia Public Relations

- Media Relations - Utrzymywanie dobrych relacji z mediami, organizowanie konferencji prasowych związanych z kluczowymi wydarzeniami w regionie.
- Materiały prasowe, telewizyjne, radiowe - współtworzenie materiałów dotyczących wydarzeń i inicjatyw podejmowanych w ramach marki publikowanych na kanale internetowym, w sieciach społecznościowych.
- Publikacje - Artykuły sponsorowane, wywiady itp.
- Ambasadorzy marki - liderzy opinii.

#### Social media – media społecznościowe

- Portale społecznościowe – Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter
- Portale turystyczne – Tripadvisor, WikiTravel
- Kanały wideo – Youtube, Vimeo

#### Reklama drukowana – BTL (do konkretnego odbiorcy)

- Foldery, przewodniki, ulotki. Drukowane materiały promocyjne powinny być wydawane w spójnej wizualizacji oraz przedstawiać w atrakcyjny sposób ofertę Uzdrawisk Carpathia, prezentować markowe produkty i usługi. Ponadto, niezbędne są również materiały przekazujące ideę marki Carpathia - materiały wizerunkowe.
- Materiały promocyjne dotyczące głównych wydarzeń związanych z produktem, np. ulotki, wkładki w wybranych czasopismach. Najważniejsze wydarzenia organizowane w uzdrawiskach powinny posiadać również silne wsparcie promocyjne skierowane do kluczowych grup odbiorców.

### Reklama ATL

- Internet (strona www, aplikacje mobilne). To obecnie najbardziej efektywna ze względów finansowych i strategicznych forma reklamy.
- Outdoor - Nie wskazana na początku rozwoju produktu. Wynika to z jej kosztów oraz subsydiarnego charakteru.
- Reklama w wydawnictwach podróźniczych, turystycznych, kulturalnych, kulinarnych i stylowych. Taka forma reklamy pozwala w odpowiedni sposób dotrzeć do startegicznych odbiorców produktu.
- Reklama w TV, radio - jej wykorzystanie uzależnione jest od posiadanego budżetu oraz zasięgu (lokalny, krajowy, międzynarodowy).

### Elementy wspierające

- Stoiska na targach turystycznych, obecność z ofertą na stoiskach narodowych i regionalnych, obecność na stoisku marki Carpathia.
- Współpraca z punktami IT w celu dystrybucji drukowanych materiałów promocyjnych.
- Cykl wydarzeń/imprez wspierających produkt Uzdrawiska Karpackie. Wybranie z każdego z uzdrowisk jednego, największego wydarzenia do kalendarza cyklu.
- Konferencje, spotkania specjalistów, panele naukowe itp.

### Karpackie Zmysły – Carpathian Senses

(w nawiasie propozycje zgłoszone przez uczestników warsztatów)

- **Dotyk** – przedmioty, obiekty o charakterystycznej dla Karpat fakturze i kształtach (*chlód wody w strumieniu, orzeźwiający powiew wiatru, miękkość trawy, faktura drewnianych przedmiotów*).
- **Wzrok** – charakterystyczne dla Karpat krajobrazy, obiekty w przestrzeni, które stanowią komunikaty foto i wideo (*połoniny, stroje ludowe, architektura tradycyjna, zieleń przyrody, błękit nieba nad Karpatami, przestrzeń i poczucie wolności w górach*).
- **Sluch** – unikalne karpackie dźwięki, muzyka, instrumenty, śpiew (*dźwięk trembity/trombity, muzyka ludowa, śpiew ptaków, echo, szum potoków*).
- **Smak** – karpackie smaki – dania ale i produkty wytwarzane przez mieszkańców np. sery, przetwory itp. (*regionalne potrawy – barszcz, sery, wędliny, banosz, pierogi, jagnięcina; smak wody mineralnej; wina karpackie; karpackie destylaty – śliwowica, palinka, borowiczka, tsujka*).
- **Zapach** – karpackie zapachy, zapachy natury ale i zapachy związane z kulturą ludową – wykorzystanie ziół (*zapach lasu iglastego, zapach wędzenia serów i wędlin, zapach ziół, zapach wilgotnego lasu, skoszonej łąki*).

## 6. Mechanizm monitorowania wdrażania strategii.

Wdrożenie i monitorowanie strategii należy pod wieloma względami do najtrudniejszych zadań. Właściwie wdrażany i zarządzany produkt musi zaistnieć w codziennej pracy poszczególnych osób w ramach wielu struktur: instytucji i przedsiębiorców. W związku z powyższym niezbędne jest przestrzeganie pewnych reguł, które opisane zostały poniżej.

### 6.1. Reguły i zasady wdrażania strategii.

Właściwe zarządzanie produktem	- powołanie specjalnego zespołu odpowiedzialnego za wykonanie planu wdrażania strategii w ramach szerszego planu wdrażania strategii marki Carpathia
Ustanowienie szczegółowych planów organizacji pracy	- określenie priorytetów na najbliższy okres zgodnych z harmonogramem wdrażania strategii - systematyczne diagnozowanie potrzeb i możliwości wykorzystania poszczególnych inicjatyw - cykliczne strategiczne spotkania
Agregacja informacji zwrotnych oraz stopień ich wykorzystania	- sprawny system zbierania informacji pochodzących z obszaru - umożliwienie uczestniczenia w spotkaniach dla zainteresowanych podmiotów, zapoznania się z bieżącymi działaniami oraz przedstawiania swoich propozycji lub wskazówek.
Kontrola merytoryczna i formalna na etapie wdrażania założeń strategicznych	- określenie na wstępnym etapie wdrażania narzędzi takich jak: regulamin korzystania z logotypu produktu, formularz zgłoszeniowy inicjatywy lub podmiotu starającego się o wsparcie wizerunkowe.
Wspieranie potencjału obszaru oraz efektywne nim zarządzanie	- jeden z głównych celów rozwoju produktu Uzdrawiska Karpackie stanowić powinno wypracowanie partnerstwa obejmującego samorządy lokalne oraz inne organizacje - zaangażowanie obszaru w postaci oddolnych inicjatyw będzie miało miejsce wówczas, gdy poszczególne podmioty uznają ideę produktu za atrakcyjną oraz wyrażą zainteresowanie.
Silna motywacja zespołu do wdrażania strategii	- właściwy profil członków zespołu zarządzania produktem, rozumiejących strategię oraz markę Carpathia, otwartych na świat i nowe technologie. - utrzymanie entuzjazmu i zaangażowania zespołu, stworzenie kultury pracy promującej kreatywność. - generowanie nowych pomysłów i pobudzanie kreatywności członków zespołu.

### 6.2. Określenie podmiotów odpowiedzialnych za wdrażanie strategii i ich roli.

Kolejny etap przygotowania produktu Uzdrawisk Karpackich polega na określeniu jego interesariuszy, czyli organizacji, przedsiębiorstw i osób odpowiedzialnych za przygotowanie i realizację produktu.

W procesie budowy produktu Uzdrawisk Karpackich jako jednego z produktów marki Carpathia wyróżniono następujących interesariuszy oraz określono ich podstawowe role.

**I. Koordynator i właściciel marki Carpathia** – jest nim Stowarzyszenie Euroregion Karpacki Polska. Jej głównym zadaniem jest powołanie instytucji zarządzającej oraz nadzór nad nią. SEKP będzie również odpowiedzialna za proces certyfikacji produktów turystycznych oraz wsparcie instytucjonalne, społeczne, polityczne i promocyjne dla marki Carpathia.

**II. Operator marki (instytucja zarządzająca)** – jest to organizacja powołana przez Stowarzyszenie Euroregion Karpacki Polska, właściciela marki Carpathia, której charakter będzie zgodny z założeniami nowoczesnej instytucji typu DMO (Destination Management Organization). Forma prawna operatora powinna zostać jasno określona tak jak jej zależność i podległość w stosunku do właściciela marki. DMO marki Carpathia będzie również odpowiedzialna za wdrożenie Strategii Uzdrawisk Karpackich w tym budowę i zarządzanie produktem. Do głównych zadań instytucji zarządzającej należą:

- koordynowanie procesu przygotowania i wdrażania produktu turystycznego oraz współpraca z pozostałymi uczestnikami produktu;
- powołanie specjalnego zespołu odpowiedzialnego za wykonanie planu wdrażania strategii w ramach szerszego planu wdrażania strategii marki Carpathia;
- realizacja reguł i zasad wdrażania oraz monitorowania Strategii Uzdrawisk Karpackich;
- promowanie produktu turystycznego oraz instytucji lub osób z nim związanych;
- udzielanie kompleksowej informacji na temat produktu turystycznego;
- współpraca z SEKP w procesie certyfikacji produktów turystycznych.

**III. Zrzeszenie Samorządów „Euroregion Karpaty – Ukraina”** - suboperator regionalny na Ukrainę jest nim Stowarzyszenie Euroregion Karpacki Ukraina. Jest to instytucja tworząca strukturę Euroregionu Karpackiego na Ukrainie. W Strategii wdrażania Marki CARPATHIA odpowiada za zarządzanie portfelem Marki w Karpatach ukraińskich. Do zadań tej organizacji należy:

- tworzenie i koordynacja systemu wdrażania Marki Carpathia na Ukrainie;
- kontraktowanie produktów Marki CARPATHIA po stronie ukraińskiej;
- kontrola i monitoring jakości produktów Marki CARPATHIA po stronie ukraińskiej;
- koordynacja wdrożenia Strategii Uzdrawisk Karpackich po stronie ukraińskiej.

**IV. Samorządy terytorialne** – które są członkami Euroregionu Karpackiego i na ich terenie funkcjonują uzdrowiska. Ich rola w procesie wsparcia produktu sprowadzać się będzie do:

- współpracy z zarządzającym produktem turystycznym;
- współpracy w prowadzeniu działań związanych z transferem wiedzy;
- obejmowania patronatem działań związanych z produktem turystycznym;
- stwarzanie warunków do rozwoju produktu turystycznego poprzez promowanie produktu oraz wspieranie instytucji lub osób z nim związanych;
- przygotowywanie terenów, pomieszczeń, urządzeń itp. pod rozwój produktu turystycznego.

Dzięki współpracy w ramach marki samorządy będą uzyskiwały następujące korzyści:

- uczestnictwo w prestiżowym gronie samorządów, które współdziałają na rzecz tworzenia wspólnej przestrzeni społeczno – gospodarczej w Karpatach;
- możliwość korzystania z wiedzy i doświadczenia zespołu koordynującego wdrażanie marki Carpathia w zakresie rozwoju turystyki i marketingu;
- objęcie obszaru samorządu wsparciem promocyjnym w zakresie markowych produktów, imprez i usług turystycznych oraz włączeniu podmiotów z obszaru samorządu do biznesowego portfela dostawców Marki Karpackiej;
- możliwości uzyskania wsparcia inicjatyw rozwojowych w postaci narzędzi i mechanizmów Euroregionu Karpackiego;
- koordynacja przygotowania propozycji projektów do dofinansowania ze środków UE w perspektywie 2014 – 2020 zharmonizowanych według Strategii Marki Karpackiej w ramach koncepcji Wirtualnego Programu Karpackiego „Karpacki Horyzont 2020”;
- korzystanie z międzynarodowych (europejskich i światowych) powiązań partnerskich Stowarzyszenia Euroregion Karpacki Polska.

**V. Przedsiębiorcy** (bezpośredni dostawcy produktu) – realizatorzy produktów turystycznych marki Carpathia i Uzdrawisk Karpackich.

Główne zadania dla tej grupy to:

- przygotowanie oferty produktowej zgodnej z założeniami Strategii Uzdrawisk Karpackich i Strategii marki Carpathia;
- współpraca z zarządzającym produktem turystycznym i pozostałymi uczestnikami produktu;
- udzielanie podstawowej informacji na temat produktu turystycznego;
- udzielanie informacji na temat innych produktów marki Carpathia;
- promocja Uzdrawisk Karpackich i marki Carpathia.

Dzięki współpracy w ramach marki przedsiębiorcy będą uzyskiwać następujące korzyści:

- możliwość włączenia własnych produktów i usług do oferty Uzdrawisk Karpackich i marki Carpathia na zasadzie certyfikacji;
- wsparcie szkoleniowe w zakresie marketingu związanego z rozwojem Uzdrawisk Karpackich i marki Carpathia;
- wsparcie promocyjne obejmujące wielostronne działania na poziomie międzynarodowym w wielu innowacyjnych formach;
- włączenie w politykę edukacyjną i wymianę doświadczeń alpejsko – karpackich na bazie polsko – szwajcarskiego partnerstwa w oparciu o funkcjonujący Alpejsko – Karpacki Turystyczny Klaster Wiedzy;
- pomoc w zdobyciu zagranicznych rynków zbytu dla markowych produktów Marki Karpackiej w ramach polityki współpracy międzynarodowej Euroregionu Karpackiego oraz korzystanie ze wsparcia mechanizmów proeksportowych dla Marki;
- koordynacja przygotowania propozycji projektów do dofinansowania ze środków UE w perspektywie 2014 – 2020 zharmonizowanych według Strategii Marki Karpackiej w ramach koncepcji Wirtualnego Programu Karpackiego „Karpacki Horyzont 2020”.

**VI. Organizacje pozarządowe** (NGO)- stowarzyszenia branżowe, regionalnej/lokalne organizacje zajmujące się promocją turystyki, organizacje kulturalne i inne.

Główne zadania NGO w procesie budowy i realizacji produktu Uzdrawisk Karpackich to:

- przygotowanie oferty produktowej zgodnej z założeniami Uzdrawisk Karpackich i marki Carpathia;
- współpraca z zarządzającym produktem turystycznym i pozostałymi uczestnikami produktu;
- udzielanie podstawowej informacji na temat produktu turystycznego;
- udzielanie informacji na temat innych produktów marki Carpathia;
- promocja Uzdrawisk Karpackich i marki Carpathia.

Dzięki współpracy w ramach marki NGO będą uzyskiwać następujące korzyści:

- możliwości uzyskania wsparcia podejmowanych inicjatyw w postaci narzędzi i mechanizmów Euroregionu Karpackiego;
- wsparcie promocyjne dla prowadzonej działalności w ramach komunikacji Uzdrawisk Karpackich i marki Carpathia;
- możliwość uzyskania poprzez kanały informacyjne i mechanizmy współpracy Euroregionu Karpackiego wsparcia merytorycznego dla prowadzonej działalności;
- możliwość zainicjowania i wsparcia międzynarodowej współpracy rozwojowej, możliwość pozyskania partnerów do współpracy na obszarze Karpat i Alp;
- możliwość uczestnictwa w Karpackim Forum Organizacji Pozarządowych – platformie współpracy karpackich NGO;
- możliwość ekonomizacji i komercjalizacji działań organizacji pozarządowych w oparciu o udział w biznesowym modelu marki Carpathia;
- koordynacja przygotowania propozycji projektów do dofinansowania ze środków UE w perspektywie 2014 – 2020 zharmonizowanych według Strategii Marki Karpackiej w ramach koncepcji Wirtualnego Programu Karpackiego „Karpacki Horyzont 2020”.

**VII. Jednostki naukowo-badawcze** – uniwersytety, instytuty badawcze, szkoły średnie i policealne. Głównym zadaniem będzie wsparcie naukowe dla procesów budowy produktów Uzdrawiska Karpackie i marki Carpathia w tym w szczególności prowadzenie badań i analiz rynku turystycznego.

Dzięki współpracy w ramach marki jednostki naukowo-badawcze będą uzyskiwać następujące korzyści:

- współpraca z instytucjami w realizacji działań o charakterze naukowym i badawczym;
- możliwości uzyskania wsparcia działalności w postaci narzędzi i mechanizmów Euroregionu Karpackiego;
- możliwość współpracy z karpackimi i alpejskimi partnerami naukowo – badawczymi w ramach Alpejsko – Karpackiego Klastra Wiedzy;
- możliwość wykorzystania doświadczeń partnerów zagranicznych Euroregionu Karpackiego w zakresie edukacji na wszystkich szczeblach, szczególnie w kontekście dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy;
- koordynacja przygotowania propozycji projektów do dofinansowania ze środków UE w perspektywie 2014 – 2020 zharmonizowanych według Strategii Marki Karpackiej w ramach koncepcji Wirtualnego Programu Karpackiego „Karpacki Horyzont 2020”.

**VIII. Media** – lokalne, regionale, ogólnokrajowe w tym branżowe. Głównym zadaniem będzie wsparcie promocyjne i informacyjne dla Uzdrawisk Karpackich i oferty produktów turystycznych marki Carpathia.

Dzięki współpracy w ramach marki media będą uzyskiwać następujące korzyści:

- dostęp do szerokiego zakresu międzynarodowych źródeł informacji związanych z funkcjonowaniem Euroregionu Karpackiego i wdrażaniem Strategii Marki Karpackiej;
- udział w międzynarodowym partnerstwie Mediów Karpackich oraz korzystanie z rozwiązań wspierających współpracę mediów w Euroregionie Karpackim;
- współpraca międzynarodowa w zakresie promocji Marki i public relations;
- koordynacja przygotowania propozycji projektów „medialnych” do dofinansowania ze środków UE w perspektywie 2014 – 2020 zharmonizowanych według Strategii Marki Karpackiej w ramach koncepcji Wirtualnego Programu Karpackiego „Karpacki Horyzont 2020”.

### 6.3. Harmonogram wdrażania Strategii.

Cele strategiczne i operacyjne	Rok N	Rok N+1	Rok N+2	Rok N+3	Rok N+4	Rok N+5
<b>Cel strategiczny 1.</b> <i>Cel operacyjny 1.</i> <i>Zidentyfikowanie kluczowych aktywów wewnętrznych i zewnętrznych marki.</i>						
<b>Cel strategiczny 1.</b> <i>Cel operacyjny 2. Opracowanie produktu pod nazwą Uzdrawiska Karpackie.</i>						
<b>Cel strategiczny 2.</b> <i>Cel operacyjny 1. Stworzenie zespołu odpowiedzialnego za zarządzanie promocją produktu w 2014 roku.</i>						
<b>Cel strategiczny 2.</b> <i>Cel operacyjny 2. Opracowanie i wdrożenie systemu koordynacji działań promocyjnych podmiotów tworzących produkt</i>						

<b>Cel strategiczny 3.</b> <i>Cel operacyjny 1. Wypracowanie sprawnie funkcjonujących mechanizmów współpracy między podmiotami w obszarze produktu do końca 2015 roku.</i>						
<b>Cel strategiczny 3.</b> <i>Cel operacyjny 2.</i> <i>Zaangażowanie ekspertów środowiska naukowego do procesu budowania produktu w tym do działań badawczych w zakresie efektywności realizacji strategii rozwoju.</i>						
<b>Cel strategiczny 4.</b> <i>Cel operacyjny 1. Wypracowanie działań mających na celu zrozumienie i akceptację działań określonych w Strategii wśród społeczności lokalnej do końca 2017 roku.</i>						
<b>Cel strategiczny 4.</b> <i>Cel operacyjny 2. Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców miejscowości uzdrowskich z ideą produktu oraz marką Carpathia.</i>						
<b>Cel strategiczny 5.</b> <i>Cel operacyjny 1. Opracowanie i wdrożenie programu komunikacji marketingowej i działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do mieszkańców Euroregionu Karpackiego.</i>						
<b>Cel strategiczny 5.</b> <i>Cel operacyjny 2. Opracowanie i wdrożenie programu działań informacyjno-promocyjnych o zasięgu ogólnoeuropejskim.</i>						
<b>Cel strategiczny 6.</b> <i>Cel operacyjny 1. Stworzenie katalogu flagowych wydarzeń i inicjatyw wspierających komunikację produktu Uzdrawiska Karpackie.</i>						
<b>Cel strategiczny 6.</b> <i>Cel operacyjny 2. Opracowanie katalogu narzędzi wspierających komunikację produkt na poziomie zmysłów – zastosowanie wybranych elementów koncepcji Karpackie zmysły – CARPATHIAN SENSES.</i>						



## Стратегія розвитку рекреаційного туризму польсько-української частини Карпатського Єврорегіону

Strategia została opracowana w ramach mikroprojektu „Strategia rozwoju turystyki uzdrowiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego” w ramach projektu parasolowego pn. „Transgraniczna współpraca na rzecz turystyki uzdrowiskowej pogranicza polsko-ukraińskiego” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej.

Opracowanie części polskiej: Synergia Sp. z o.o., Michał Basiński, Andrzej Tucki

Opracowanie części ukraińskiej: Jurij Zinko, Myhajło Rutyński.



ЖЕШУВ, ВЕРЕСЕНЬ 2014



*Шановні пані та панове,*

*Представляємо Вам чергову публікацію, яка створює спільно з іншими нашими виданнями підбірку стратегічних документів Карпатського Єврорегіону щодо політики розвитку, котру здійснює наша організація. Стратегія є галузевим документом, елементом проекту під назвою: „Стратегія розвитку рекреаційного туризму польсько-української частини Карпатського Єврорегіону”, що фінансується у рамках парасолькового проекту «Транскордонна співпраця для рекреаційного туризму польсько-українського прикордоння».*

*Проте, цей документ – це, перш за все, елемент реалізації бачення розвитку Карпатського Єврорегіону, яке полягає у творенні спільного суспільно-економічного простору в Карпатах. Заходи, до яких ми вдаємося з метою інтеграції і інтернаціоналізації потенціалу Карпат, у цьому випадку пов'язані також з реалізацією такої знакової ініціативи Єврорегіону як формування Карпатської марки «CARPATHIA». Карпатські курорти зі своєю пропозицією, винятковістю, глибоко укорінилися в карпатському пейзажі як один з основних елементів карпатської «субмарки» «Карпатське здоров'я». Висловлюємо сподівання, що завдяки цьому документу та розпочатій в рамках проекту співпраці з українськими курортами ми створимо методологічні та інституційні підвалини для карпатської співпраці у цій галузі. Будуючи майбутнє Карпат під маркою «CARPATHIA», ми прагнемо збалансовано поєднувати фінансові можливості, котрі з'являються в перспективі Європейського Союзу на 2014 - 2020 та комерційний вимір територіальної співпраці. «Карпатське Здоров'я» стане одним з пілотних площин - лабораторій власне такого підходу.*

*Запрошуємо до співпраці.*

*Давид Ласек*

*Заступник Голови Правління Асоціації  
«Карпатський Єврорегіон - Польща»*

## 1. Вступ

Здоров'я, якого досягаємо різними шляхами, належить до найважливіших цінностей людини. Один з шляхів досягнення цієї вартості - це курортний туризм, яка трактується як "...кожен вид подорожі, який сприяє тому, що особа, котра подорожує або її сім'я, почуватимуться здоровішими" (Ленцка 2003). Одну з концепцій оздоровчого туризму, часто цитовану в літературі (з англ. healthtourism) представляє Й. Гудріх ("the concept of health-care tourism"). Й. Гудріх визначає оздоровчий туризм, як доцільне цілеспрямоване приваблення туристів, завдяки туристичній інфраструктурі (напр. готелі СПА) або місцям (напр. Баден-Баден, Bath), шляхом реклами послуг і курортного обладнання, які становлять додаток до постійних елементів туристичної пропозиції (Гудріх 1993).

Курортні путівки містять різні форми, які виконуються в різних місцях і об'єктах. Сучасні курорти, як місця надання послуг рекреаційного туризму, діляться на так звані: курорти з послугами для задоволення (з англ. amenity spa resort) та курорти, як місця призначення (з англ. destination spa resort) (Spivack 1998). В курортах, як місцях призначення, оздоровчий напрямок є головним, натомість, в курортах з послугами для задоволення аналізований напрямок має лише додатковий характер. Нерідко, в курортах для задоволення в якості додаткових послуг пропонуються програми фітнесу, які покращують фігуру гостей завдяки відповідним фізичним вправам (Spivack 1998).

Вважається, що головною формою оздоровчого туризму в широкому розумінні є курортний туризм. Він включає свідомий і добровільний виїзд в курортні місцевості (щонайменше на день і не довше, ніж на рік з ночівлею) у вільний час. Основна мета - це покращення здоров'я або його утримання на відповідному рівні за допомогою профілактики (у тому числі wellness і spa), курортної реабілітації або лікування, де основне значення мають фізіотерапевтичні процедури (Гадзік, 2011), які надаються гостям.

У Європі класичні курорти та сучасні центри здоров'я називаються терміном "spa". Цей термін пов'язаний зі створеним в XIV ст. мінеральним курортом Спа у Бельгії. Термін "spa" походить від початкових літер латинських слів "sanitas per aquas", що означають "здоров'я завдяки воді" або "sanus per aquam", - "здоровий завдяки воді". У свою чергу, слово "spa" перекладається першими літерами латинського терміну "spargere", тобто "зрошувати" (Курек, 2007).

Курортні території належать до основних форм реалізації оздоровчого туризму, тому курорти (spa) зараховують до найважливіших туристичних місцевостей.

Даний документ є результатом мікропроекту „Стратегія розвитку рекреаційного туризму польсько-української частини Карпатського Єврорегіону” в рамках парасолькового проекту під назвою "Транскордонна співпраця для рекреаційного туризму польсько-українського прикордоння". Мета проекту полягає у розвитку транскордонної співпраці у галузі рекреаційного туризму на території польсько-українського прикордоння. Проект фінансується за кошти Європейського Союзу у рамках Програми транскордонної співпраці Польща-Білорусь-Україна на 2007-2013 роки.



## 2. Рекреаційний туризм в польсько-українській частині Карпатського Євросередині. Визначення туристичного продукту карпатських курортів.

### 2.1. Курорти в Польщі - загальна характеристика

#### 2.1.1. Історичний нарис курортів в Польщі і на Підкарпатті

Перші згадки про використання натуральної лікувальної сировини в Польщі походять з хронік XI століття. Тоді придворні медики Владислава Германа порекомендували дружині короля (Юдиті Чеській) купання в водах курорту, що повинно було допомогти в зачатті нащадка. Незабаром вона стала матір'ю Болеслава Кривоустого. XII століття - це, відповідно до писемних згадок, час виникнення таких курортів як Цеплице, Щавно і Льондек-Здруй, де приймалися лікувальні ванни. Легенда про виникнення курорту Цеплице розповідає, що в 1175 році князь Болеслав Кучерявий (онук Владислава Германа) купався там в теплих курортних джерелах. Акт надання ордену Святого Іоанна з Штегомія джерел мінеральної води в Цеплице і Льондку-Здруй датується 1221 роком.

Через три століття хроніки занотують чергову важливу подію, яка стосується курортного лікування на території Польщі. Король Польщі і Угорщини Людовік I Угорський (батько королеви і святої Ядвіги) за порадою придворного лікаря вирушає на перше (на колишніх польських землях) курортне лікування до Смоковця в Спішських Татрах. Але XV століття - це також час зростання популярності таких курортів як Сілезькі Цеплице, Лондек, Івонич, Дружбаки, Любін і Свошовіце. Добру славу має також Іновроцлав - король Казимир Ягелончик в акті 1450 року згадує про ванни з солоною водою в Іновроцлаві. XVI століття - це період динамічного розвитку як методів курортного лікування, так і всієї медицини. Перші роботи Войцеха Очко (науковця, визнаного батьком польської бальнеології) виникли при дворі короля Стефана Баторія в 1578 році. У XVII столітті цінували переваги таких курортів як Худоба (Chudoba), Душники (Duszniki, Bad Reinerz), Полчин (Polzin), Колобжег (Kolberg), Бусько, Висова, Цехоцинек і Наленчув, натомість у XIX столітті: Гочалковець, Ястшембе, Поляниця (Altheide), Щавно (Bad Salzbrunn), Камінь-Поморський (Cammin), Рабка, Щавниця, Романів і (знову) Іновроцлав.

Знаково, що разом з розвитком курортного лікування розвивалися також методи його організації, тобто способи користування відкритими лікувальними властивостями натуральних ресурсів, котрі знаходяться в курортах. У січні 1877 року виникла Комісія у справах бальнеології, кліматології і державної гідрології (Академія мистецтв у Кракові), яка підготувала проект закону про курорти, що регулював діяльність курортів з території Галичини. Закон ухвалено у 1891 році. На землях інших загарбників схожий закон не приймався, проте завдяки діяльності наукових товариств (під Прусією) та ефективному управлінню курортами (території під Росією) там також наступив значний їх розвиток.

XX століття розпочалося з виникнення багатьох приватних курортів, які через певний час націоналізували і охопили спільною назвою Державних курортних закладів (рис. 1).



Рис. 1. Польські анаторії в 1932 році.

Джерело: Kozłowska-Szczęśna Teresa: Stan badań klimatu i bioklimatu uzdrowiskpolskich. Warszawa: PAN IGiPZ, 2000 - 61 s

Перелом XIX і XX ст. був періодом зростаючої зацікавленості курортами аж до початку I світової війни, внаслідок якої відбувся занепад багатьох польських курортів або перетворення їх в військові госпіталі. Після закінчення війни поруч з державними курортами виникло чимало приватних готельних закладів, які працювали в курортах. На жаль, вони реалізували майже виключно господарську мету, скеровуючи діяльність на збільшення доходу, ігноруючи при цьому суспільні і наукові цілі (в тому числі лікувальні).

Відсутність законодавчого регулювання в сфері діяльності лікувальних курортів і, відповідно, неможливість контролю над цими закладами, призвела до виникнення пансіонатів (ще дерев'яних), в яких не

дотримувалися навіть основних санітарних вимог. Вадою цієї форми організації перебування в курортах була також дискримінація незаможних курортників, оскільки основним критерієм прийняття туристів на лікування аж ніяк не був стан їх здоров'я, лише стан заможності. Часто використовувалися лікувальні ресурси місцевостей для цілей, не пов'язаних з покращенням здоров'я чи навіть з оздоровчою профілактикою.

Виникнення державних курортів дозволило створити готельно-лікувальну базу курортів, проте це не посприяло розвитку лікувальної бази. Замість курортного лікування (бальнеології і фізикальної медицини) пропонувалося платне амбулаторне лікування, а отже це був курортний відпочинок. Така ситуація утримувалася до початку II світової війни. Внаслідок військових дій розвиток польських курортів знову затримався, а також нерідко їх руйнували. Після II світової війни наступив період відбудови країни і проведення суспільних реформ. Це був надзвичайно важливий факт з огляду на включення, таким чином, курортного лікування до системи догляду охорони здоров'я. Це також означало отримання повного контролю і догляду над організацією курортного лікування Самостійним відділом здоров'я Міністерства охорони здоров'я і соціальної опіки ПНР. Післявоєнний територіальний поділ призвів до того, що Польща втратила 4 курорти на сході (Трускавець, Моршин, Немирів і Друскеннікі), а отримала 21 новий курорт на півночі і заході країни.

Розвиток курортного лікування, а особливо його організації в курортах, припадає на 60-70 роки XX ст., а причини цього полягають у розвитку промисловості і промислової медицини. Виникнення великих промислових підприємств пов'язувалося також з поєднанням амбулаторій промислової служби здоров'я, а також наданням промислової медицині особливого значення з огляду на роль, яку відігравала промисловість в ПНР. Розвиток центрів відпочинку та курортних закладів визнано основним запобіжним засобом хворобливої неявики і захворюваності працівників промисловості. Власне тоді, за ініціативою профспілок гірників і хіміків, виникли профспілкові курорти у Щавиці і Душниках, а з ініціативи металургів і працівників будівництва - курортів в Колобжегу і Цехоцінку, а також Щавиці і Душниках.

Важливим етапом розвитку організації курортного лікування була остання декада XX століття. Зміна політичного устрою в 1989 році започаткувала економічно-суспільні та культурні зміни. Пов'язувалося це зокрема зі зменшенням ролі держави в фінансуванні діяльності багатьох державних підприємств чи громадських ініціатив. Те саме відбувалося і в курортах, результатом чого стало зменшення опіки держави над курортами і курортними закладами. В результаті недофінансування цих підприємств чимало курортних об'єктів поступово знищувалися, ліквідовувалися місця в санаторіях, а навіть продавалися цілі об'єкти (особливо ті, які вимагали дорогих ремонтів).

Занедбана інфраструктура та неприваблива пропозиція курортів, а при цьому обмеження видатків публічних страховиків (ZUS, KRUS, NFZ) на лікування призвели до того, що популярність курортів значно зменшилася. Розпочаті в останній декаді XX століття реформи (адміністративні, самоврядні, пенсійні, медичні) та Програма загальної приватизації дозволили введення низки змін в організацію курортного лікування. Багато курортних об'єктів підлягає процесу приватизації (промійній) з 1998 року (або 1999), стаючи одноосібними товариствами (акціонерними) фонду держмайна, які підлягають Міністрові фонду держмайна. Проте ці підприємства не були єдиними санаторними суб'єктами, оскільки функціонували поруч з санаторіями, створеними Підприємствами соціального страхування, профспілками, міністерствами, підприємствами, при цьому структура цього ринку цілковито відрізнялася від сьогоденної. Державні курортні заклади (включно з приватизованими товариствами) володіли тоді 48% курортних місць загалом, натомість професійні профспілки та підприємства - по 20%, а кожне десяте ліжко належало курортним закладам міністерств. Найменше, бо заледве 2% місць, належали приватним підприємствам. 28 липня 2005 р., як наслідок десяти років підготовки, прийнято закон про курортне лікування, курорти і території курортної охорони, а також про курортні гміни, котрий став надією як для гмін, менеджерів курортних закладів, так і для науковців і туристів (курортників). Закон, на жаль, не без вад і неточностей, що в результаті відбувається у регулярному внесенні до нього поправок. Він актуалізує визначення основних понять території організації курортної діяльності (таких як курортне лікування, курорт, території курортної охорони і т.п.) та завдання окремих закладів курортного лікування. Надзвичайно важливими для розвитку курортного туризму статтями цього закону є ст. 14 і 16, які дозволяють курортним закладам приймати курортників без скерування на курортне лікування, лише з довідкою про відсутність протипоказань для визначеного курортного лікування (звісно за визначену оплату та із застереженням, що першість мають курортники зі скеруваннями).

В законі (2005 року) з'явилося також ключове для приватизації курортних закладів положення, у котрому йдеться про те, що міністр фонду держмайна у співпраці з міністром охорони здоров'я визначить, які з закладів курортного лікування (одноосібних товариств фонду держмайна, утворених в результаті комерціалізації державних курортних закладів, заснованих міністром охорони здоров'я) не підлягатимуть приватизації. В 2005-2010 роках цей список часто змінювався. Однією з вад цього закону є те, що він чітко не окреслює питання доступу курортників до натуральної сировини курорту, напр. до курортних вод.

#### 2.1.2. Нарис історії польських і українських карпатських курортів

Курортне лікування в Карпатах на польсько-українському прикордонні має довгою історію. На аналізованій території, яка охоплює Підкарпатське воєводство і Львівську область знаходиться 6 курортних місцевостей. Це Івонич-Здруй, Ріманів-Здруй, Поляничка і Горинець з польського боку та Трускавець і Моршин з українського боку.

Тут наявна багата натуральна сировина (лікувальні грязі, мінеральна вода, озокерит, мікроклімат), яка використовується ще з XIV століття для лікування багатьох захворювань. До найстаріших курортів належать Івонич-Здруй і Трускавець. Перші згадки про функціонування цих місцевостей походять з кінця XV століття (Міхаляк, 1978, Клопотовські, 2006). Про переваги мінеральних лікувальних вод курортів писав у 1578 році Войцех Очко, придворний лікар короля Стефана Баторія в роботі "Цепліце". Очко, батько польської бальнеології, визначив рекомендації та протипокази для курортного лікування. До пізнання і розвитку курортного лікування на цій території причинилися також Еразм Сикст та Ян Інокентій Петрици. Їх дослідження стосувалися використання грязьових ван в лікувальній терапії (Міхаляк, 1978, Лазаркове, 2007). Львівський хімік Теодор Торосевич також цікавився водою карпатських курортів. У 1835-1849 роках він проводив дослідження хімічного складу води в Івоничу і Трускавці. Свої результати він опублікував в статті „Про лужні джерела, які бром і йод в собі містять” (Міхаляк, 1978).

Розвиток карпатської курортної діяльності в широкому масштабі припадає на кінець XIX і початок XX століття. Івонич-Здруй розвинувся передовсім завдяки родині Залуских. Кароль Залускі разом з дружиною Амелією, відбудовував джерела, розпочав будівництво купального закладу, будівлі для курортників і курортного закладу. Також за їх ініціативою виникли стежки для прогулянок та костел святого Івона (Квілецькі, 1993).

Розвиток Трускавця пов'язаний з постаттю Раймунда Яроша, мера Дрогобича і власника курорту. За його ініціативи виникли нові пансіонати, вілли, готелі, кав'ярні. Побудовано дороги, залізничні лінії, проведено електричний струм. Трускавець здобув славу одного з найважливіших європейських курортів (Бучек, 2006).

Великі заслуги в рекламі і популяризації галицьких курортів мав Юзеф Дейтл, професор Ягелонського університету. Він відвідав чимало карпатських курортів, описуючи їх красу, природні і лікувальні переваги. Дейтл назвав Івонич-Здруй "князем йодованої води".

XIX століття - це також початок функціонування таких курортів як Риманів-Здруй та Моршин. В Риманові мінеральну воду відкрили в липні 1876 року, а 1881 рік вважається початком ведення лікувальної діяльності для курортників (Кірик, 1985). Розвиток курорту відбувся завдяки сім'ї Потоцьких. Граф Потоцький придбав право власності на ці землі. Він збудував Зелений будиночок - корчму для гостей, віллу, бювет, ознакував стежки для прогулянок. В Риманові-Здрую функціонувала також пошта, пост жандармерії, ресторан (Кірик, 1985).

У Моршині лікувальна діяльність пов'язується з покладами сольових грязей і мінеральних вод, які експлуатували на території Карпат з XVI століття. Наприкінці XIX століття у курорті збудовано перші пансіонати, де курортники могли скористатися мінеральними купаннями (Клопотовські, 2006).

Лікувальні властивості горинецьких джерел відомі були з давніх-давен, проте початки курортного закладу сягають рубежа XIX і XX століть. Перші ванни влаштував в Горинці князь Александр Оскар Понінські. Вони склалися з двох сульфідних джерел: одного для купання, другого для пиття та з дерев'яної будівлі з ваннами. Не було окремих житлових приміщень для курортників. Незважаючи на скромні умови на початку XX століття, до Горинця в сезон приїжджало близько 300 осіб.

У наймолодшому серед аналізованих курортів - Полянчику, курортне лікування ведеться з 1974 року. Курорт, який базується на лікувальних гідрокарбонатно-натрієво-залізистих водах, отримав офіційний статус у 1999 році.

Значні втрати і затримка розвитку і функціонування курортів відбулися в часи I і II світових воєн. Курорти були знищені, санаторні об'єкти працювали як військові госпіталі, медичне устаткування вивезли закордон. Відбудова і модернізація об'єктів почалася після закінчення військових дій у 1945 році.

Відкриття курорту в Івоничі-Здрую припадає на 1945 рік, а в Риманові-Здрую перших курортників прийняли на лікування у 1947 році. В післявоєнні роки збільшено акцент на рекламу і популяризацію курорту, видано рекламні буклети, путівники, що сприяло зростанню кількості відпочивальників, які щороку відвідували курорт. Змінилася організаційна структура, виникли нові галузеві санаторні об'єкти напр. «Гірник» в Івоничі-Здрую та «Шахтар» у Трускавці. Розширено лікувальну діяльність для матері і дитини (Риманів-Здруй, Моршин).

### 2.1.3. Курорти в Польщі - нинішній стан

У Польщі до головних на даний час місць оздоровчого туризму належать курортні території, де поруч з типовими лікувальними послугами все частіше виступають оздоровчі послуги wellness і spa. Завдання, які реалізують курорти, та правове регулювання зумовлюють наявність двох головних статутних функцій курортів в Польщі, а саме:

- туристичну функцію, пов'язану передусім з відпочинком відвідувачів;
- лікувальну функцію, яка передбачає передусім курортне лікування (рис.2).

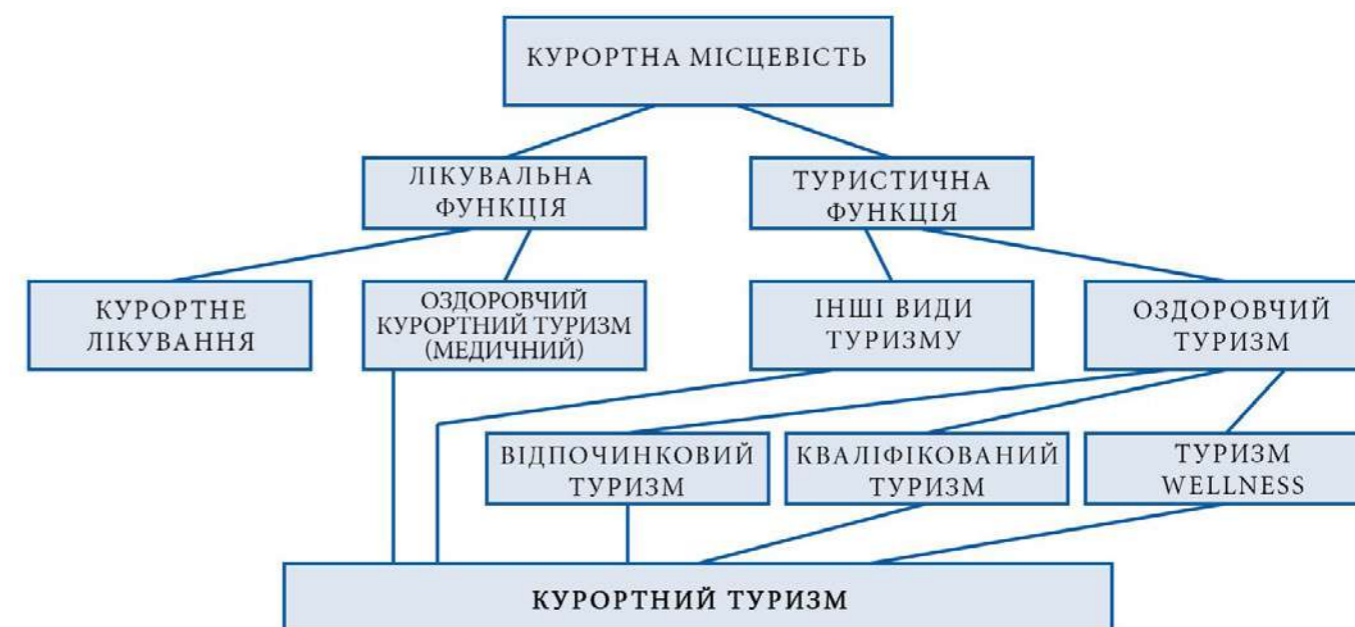


Рис. 2 Основні суспільно-економічні функції курортів. Джерело: Робота на підставі: Dryglas 2005.

**Курортом** відповідно до закону від 28 липня 2005 р. про курортне лікування, курорти і території курортного захисту та про курортні гміни (повний текст міститься у Віснику законів за 2012 р., поз. 651) вважається територія, на якій ведеться курортне лікування, відокремлена з метою використання і охорони природної лікувальної сировини, що знаходиться на її території. У випадку виконання вимог, про які мова йде вище, території надається статус курорту.

Статус курорту або території курортного захисту створює законодавчо-організаційні передумови для ведення на даній території курортного лікування та відпочинкової і туристичної діяльності. Польські курорти діють на підставі Закону про курорти і, щоб отримати статус курорту, мусять мати:

- місцевий клімат з лікувальними властивостями,
- унікальні, натуральні поклади оздоровчої сировини,
- медичні заклади, які надають послуги в сфері курортного лікування за участю висококваліфікованих медичних працівників,
- лікарняні і санаторні об'єкти з повною базою високого стандарту,
- пристрої, призначені для користування натуральними ресурсами курортів,
- відповідати вимогам, визначеним у положеннях закону про охорону і формування навколишнього середовища,
- відповідна територія, яка дозволяє на відокремлення зон курортної охорони,
- повну технічну інфраструктуру,
- понадмісцеве значення.

Польські курорти - це місцевості, яким Міністр охорони здоров'я надав статус курорту. Польські статутні курорти належать до туристичних місцевостей, багатих на поклади натуральної лікувальної сировини або/ї мають доступ до морської води та клімат з лікувальними властивостями. Крім того, в курортах знаходяться заклади і пристрої курортного лікування та мають сприятливі природні і санітарні умови.





Рис. 3. Розміщення курортних місцевостей в Польщі

За даними Міністерства охорони здоров'я Польща має 45 статутних курортів (таб.1). Незважаючи на те, що статутні курортні місцевості розташовані на територіях всіх географічних регіонів Польщі, їх концентрація по країні нерівномірна (рис. 3). Це результат геологічної будови та пов'язано з цим присутності природних лікувальних ресурсів на південних територіях країни (Поніковська, 2001).

Таблиця 1. Статутні курорти в Польщі (станом на кінець 2012 року)

№п/п	Воєводство	Місто/Гміна	Статутний курорт	Гіпсометрія	Тип курортів
1	Нижньосілезьке	м. Єленья-Ґура м. Шверадув-Здруй гм. Бистшиця-Клодзька м. Душники-Здруй м. Єдліна-Здруй м. Кудова-Здруй м. Льондек-Здруй м. Поляниця-Здруй гм. Немча м. Шавно-Здруй м. Шверадув-Здруй	Цеплице Шльонські-Здруй Чернява-Здруй Довгополе-Здруй Душники-Здруй Єдліна-Здруй Кудова-Здруй Льондек-Здруй Поляниця-Здруй Пжежечин-Здруй Шавно-Здруй Шверадув-Здруй	підгірне підгірне підгірне гірське гірське підгірне гірське підгірне низинне підгірне гірське	грязьовий курорт курорт курорт грязьовий курорт курорт курорт курорт курорт курорт грязьовий курорт

2	Куявсько-Поморське	м. Цехоцинек м. Іновроцлав гм. Бжесць-Куявський	Цехоцинек Іновроцлав Вінець-Здруй	низинне низинне низинне	грязьовий курорт грязьовий курорт грязьовий курорт
3	Люблінське	м. Краснобруд м. Наленчув	Краснобруд Наленчув	низинне низинне	кліматично-грязьовий курорт кліматичний курорт
4	Любуське	-	-	-	-
5	Лодзьке	м. Унеюв	Унеюв	Низинне	термальне
6	Малопольське	м. Криниця м. Мушина м. Північна-Здруй м. Рабка-Здруй м. Краків м. Шавниця гм. Сенкова гм. Устя-Горлицьке гм. Мушина	Криниця Мушина Північна-Здруй Рабка-Здруй Свошовіце-Краків Шавниця Вапенне Висова Жегестув-Здруй	гірське підгірне підгірне гірське низинне підгірне-гірське підгірне гірське підгірне	грязьовий курорт курорт грязьовий курорт курорт курорт грязьовий курорт грязьовий курорт курорт
7	Мазовецьке	м. Констанцин-Єзьорна	Констанцин-Єзьорна	Низинне	курорт
8	Опольське	-	-	-	-
9	Підкарпатське	гм. Горинець м. Івонич-Здруй гм. Соліна гм. Риманів Латошин <sup>1</sup>	Горинець Івонич-Здруй Полянчик Риманів-Здруй -	низинне підгірне підгірне підгірне підгірне	грязьовий курорт грязьовий курорт курорт грязьовий курорт -
10	Підляське	м. Августів м. Супрасль	Августів Супрасль	низинне низинне	кліматично-грязьовий курорт кліматично-грязьовий курорт
11	Поморське	м. Сопот м. Устка	Сопот Устка	низинне низинне	курорт грязьовий курорт
12	Сілезьке	гм. Гочалковіце-Здруй м. Устронь	Гочалковіце-Здруй Устронь	низинне підгірне	грязьовий курорт грязьовий курорт
13	Свентокшиське	м. Бусько-Здруй гм. Солець-Здруй	Бусько-Здруй Солець-Здруй	низинне низинне	грязьовий курорт грязьовий курорт
14	Вармінсько-Мазурське	м. Голдап	Голдап	Низинне	курорт
15	Великопольське	-	-	-	-
16	Західнопоморське	м. Камінь-Поморський м. Колобжег м. Полчин-Здруй м. Свіноуйсьце гм. Дарлово	Камінь-Поморський Колобжег Полчин-Здруй Свіноуйсьце Домбки	низинне низинне низинне низинне низинне	грязьовий курорт грязьовий курорт грязьовий курорт грязьовий курорт кліматично-грязьовий курорт

Умовні позначення: <sup>1</sup>- курорти з огляду на розташування над р.м. входять в дві гіпсометричні зони.

Джерело: Власне опрацювання на основі: Міністерство охорони здоров'я, Департамент курортів (2013).

У Польщі серед курортів, головним чином південних, найбільше курортів, в яких до основних лікувальних засобів належать процедури з використанням лікувальних вод (таб. 4). Крім того існують лікувальні грязьові курорти, переважно розміщені на півночі країни, де серед основних процедур вирізняється лікування з використанням лікувальних грязей. Слід також згадати курорти Краснобруд та Августів, які мають характер кліматично-грязьових курортів, а також Наленчув - кліматичний курорт.

<sup>1</sup> Місцевість має зараз статус території курортної охорони. З карти курортів Польщі в 1932 році однак виникає, що було рівноправним курортом нарівні з Римановом і Івоничем-Здруй (Kozłowska-Szczęśna 2000).

Більшість статутних курортів (32 курорти) розташовані в межах адміністративних міст, передовсім малих. В межах великих агломерацій варшавської, триміської краківської, розташовані курорти Констанцин-Єзьорна, Сопот і Свошовіце. Поміж курортів виступають також сільські місцевості, три з яких - це села (Гочалковіце-Здруй, Горинець, Солець-Здруй).

Аналізовані раніше туристичні і лікувальні функції курортів формуються на основі законодавчо виокремлення спеціальних охоронних зон „А”, „В” і „С”. У зонах „А” і „В” державних курортів можуть бути розташовані об’єкти і пристрої для лікувальної і туристичної діяльності. У межах зони „А” знаходяться підприємства і пристрої курортного лікування, а також інші об’єкти для обслуговування курортників і туристів. Це пансіонати, ресторани і кав’ярні. Зона „В”, яка оточує зону „А”, включає територію, де можна розміщувати об’єкти з надання туристичних, рекреаційних, спортивних, комунальних, житлових та інших послуг, які не перешкоджають курортному лікуванню. У польських курортах є також зона „С”, яка оточує курорт і важлива для збереження ландшафтних та кліматичних принад, а також охорони покладів натуральної лікувальної сировини. Підсумовуючи, зона „А” повинна забезпечити подальший розвиток функції передусім курортного лікування, натомість зони „В” і „С” становлять гарантію реалізації туристичної функції.

#### 2.1.4. Карпатські курорти

Аналізований територіальний курортний продукт «Карпатські курорти» відповідно до фізично-географічної регіоналізації знаходиться в Зовнішніх Карпатах (рис. 4).



Рис. 4. Розміщення аналізованих карпатських курортів

#### 2.1.5. Природні умови обраних карпатських курортів

Аналізовані курорти мають схожі умови розвитку, пов’язані з навколишнім середовищем (таб. 2). Розташовані в Зовнішніх Карпатах на висоті від 340 до 640 м н.р.м. За польською класифікацією курортів належать до передгірських і гірських (Східниця). Середня річна температура повітря вагається від 6,6 °С (Риманів-Здруй) до 7,1°С (Івонич). Найтеплішим місяцем у всіх курортах є липень, а найхолоднішим - січень. (таб.2.). Річна кількість опадів дуже диференційована. Найвищі значення фіксуються у Риманові-Здрую - 930 мм, а найнижчі - в Горинці (770 мм). Курорти розташовані в долинах рік або потоків, а Поляничка - в Солінській затоці, що значно впливає на зростання його туристичної привабливості.

Таб.2. Природні умови карпатських курортів.

Ознака	Івонич-Здруй	Риманів-Здруй	Поляничка	Горинець
Розміщення	Зовнішні Карпати	Зовнішні Карпати	Зовнішні Карпати	Зовнішні Карпати
Гіпсометрія	390-430	375-400	440	260
Клімат	Сер.темп. річна 7,1°С; сер. темп. I -4°С; сер. темп VII 16,9°С Сума річних опадів 858 мм	Сер.темп. річна 6,6°С; сер. темп. I -3°С; сер. темп. VII 17°С Сума річних опадів 930 мм	Сер. темп. річна 7,1°С; сер. темп. I -3,9°С; сер. темп. VII 16,6°С Сума річних опадів 856 мм	Сер.темп. річна 7,0°С; сер. темп. I -4°С; сер. темп. VII 19°С Сума річних опадів 770 мм
Води	Струмок Івоничський	Струмок Табор	Солінська затока	Струмок Паперня

2 Закон від 28 липня 2005 р. про курортне лікування, курорти і території курортної охорони, а також про курортні гміни.

#### 2.1.6. Окремі елементи туристичного облаштування карпатських курортів

Окрім природних умов важливу роль в розвитку туризму і створенні туристичного продукту має туристична інфраструктура. У таблиці 3 представлено окремі елементи туристичного облаштування карпатських курортів. Серед аналізованих курортів найбільша кількість готельних і гастрономічних об’єктів припадає на курорт Трускавець з українського боку і курорт Івонич-Здруй з польського боку. Додаткова база також досить різноманітна в залежності від курорту. У всіх місцевостях знаходяться стежки для прогулянок, спортивні майданчики для гри у волейбол і баскетбол, а також бібліотеки. В Івоничі-Здруї та Риманові-Здруї є сприятливі умови для занять зимовими видами спорту (маршрути, лижні підйомники). В Івоничі-Здруї функціонує також кінний завод. Великою популярністю серед туристів користуються закриті і відкриті басейни більшості курортів (таб.3.).

Таб.3. Туристичне облаштування карпатських курортів.

Ознака	Івонич-Здруй	Риманів-Здруй	Поляничка	Горинець
Кількість готельних об’єктів (без приватних квартир)	26	15	14	13
Кількість гастрономічних об’єктів (відкритих)	31	10	7	4
<b>1. Відкриті і закриті басейни</b>	+	+	+	+
Лижний підйомник	+	+	-	-
Траси для бігового лижного спорту	+	+	-	-
Стежки для прогулянок	+	+	+	+
Велосипедні маршрути	+	+	+	-
Кінний завод	+	-	-	-
Тенісні корти	+	+	-	-
Спортивні майданчики для волейболу, баскетболу	+	+	+	-
Бібліотеки	+	+	+	-
Кінотеатри	+	-	-	+

#### 2.1.7. Лікувальні чинники, які використовуються в курортах

Однією з умов функціонування курортів є його розміщення на території натуральних лікувальних засобів - мінеральних вод, лікувальних грязей, лікувальних газів, сприятливого мікроклімату. Аналізовані курорти мають поклади мінеральних вод, найчастіше з малою і середньою концентрацією мінералів з різним хімічним складом. Найбільшу кількість становлять води з вмістом броміду і заліза (таб.4). Мінеральні води використовуються в гідротерапії, а також у лікуванні мінеральними водами. На території всіх курортів виникли бювети, в яких за оплату (Івонич-Здруй) туристи можуть користуватися певною лікувальною водою.

Таб.4. Натуральні чинники, які використовуються в польських карпатських курортах

Чинники	Івонич-Здруй	Риманів-Здруй	Горинець	Поляничка
Мінеральна вода	З малою концентрацією мінералів, лікувальні води, хлоридно-натрієві. Івонич II, Емма, Елін7, Іза 19 (разом 14)	З малою і середньою концентрацією мінералів, лікувальні води, хлоридно-натрієві, залістисті напр. Титус, Клаудія, Целестина (разом 11)	Сульфідні води з великою кількістю мікроелементів	Лікувальні води бікарбонатно-натрієві залістисті йодидні борні
Пелюди	+	+	+	-
Мікроклімат	+	+	+	+

Окрім мінеральних вод в курортах використовуються *лікувальні властивості клімату*. Повітря в Івоничі-Здрой чи Риманові-Здрой насичене йодом, що робить його схожим до морського клімату (Козловська-Щенсна та ін., 2002). У польських та українських карпатських курортах у лікуванні застосовуються грязі, котрі виникають в результаті природних геологічних процесів, присутні в подрібненому виді, а після змішування з водою служать для лікувальних цілей. Це лікувальні грязі, шлами, мул і глина (Кухарські, Шимак, 1993). Польські курорти (Івонич-Здруй, Риманів-Здруй і Полянчик) користуються грязями з покладів в Чорному Дунаїці і Волі Хожеловській, а українські курорти - покладами, які знаходяться на їх території. Виняток становить Горинець з власними доволі багатими покладами. Горинецькі лікувальні грязі видобуваються у віддаленому на 4 кілометри селі Подемщина з покладу, який вважається невичерпним (в околиці Горинця є також інші поклади).

#### 2.1.8. Умови розвитку і оздоровча пропозиція польських карпатських курортів.



**Розташування.** Горинець знаходиться на межі Східного Розточчя та Терногородського плато, недалеко від кордону з Україною. Курорт розміщений на висоті 260 м н.р.м. в долині струмка Паперня. З біокліматичної точки зору він розташований в найтеплішому в країні «південно-східному» кліматичному регіоні. Це низинний курорт із слабким лагідним типом біоклімату.

Основою для лікувальної діяльності Горинця є мінеральна вода (сульфідні води з високим вмістом мікроелементів) та грязі з покладу Подемщина. **Горинецькі грязі**, які тут називають "чорним золотом", - це органічна маса, яка виникла в процесі перегнивання болотних рослин. Їх польська назва "bogowina" походить від слова «бір», тобто хвойний ліс. Узагальнюючи, це вид торфу, який виник у водному середовищі. Горинецькі лікувальні грязі видобуваються у віддаленому на 4 кілометри селі Подемщина з покладу, який вважається невичерпним, окрім того, в околицях Горинця є також інші поклади.

Тип грязі, який тут виступає - це "низька" форма. Вона виникає передусім в місцях колишніх водосховищ або в зарослях русел рік з рослин, які потребують великої кількості мінеральних солей. Грязь повинна містити оптимально 25% мінеральних складників, а також лужні метали (калій чи натрій), гумінові кислоти, білки, цукри, живиці і віск. Високий ступінь розкладу грязі, який спричиняють кислоти і лужні метали, визначає лікувальну цінність грязі. Тут варто зазначити, що поселення на Горинецьких землях почалося досить пізно і ніколи не було інтенсивним. Однією з причин цього була згадувана в багатьох джерелах так звана важка для обробітку "жирна земля". Горинецькі грязі, з дуже великим ступенем розкладу, є власне жирними. Серед іншого цей чинник є визначником лікувальної якості і спричиняє, що згадувані грязі є одними з **найкращих грязей в Європі**.

Слід провести чітку паралель між дією і властивостями лікувальних грязей та мікрокліматом. Околиці Горинця мають незвичайне положення, оскільки впродовж віків це була прикордонна територія, мало заселена. З одного боку ми маємо тут Розточчя, а з іншого любачівська земля межувала з Сандомирською пущею. Абсолютно різні території впливали на природні процеси. Результатом унікального клімату території, відповідної рослинності та багатівікових процесів розкладу, є Горинецькі грязі.

#### Інфраструктура:

1. ТзОВ «Оздоровчий дім Курорт Горинець» - це найбільший і найважливіший об'єкт ТзОВ «Курорту Горинець» Заклад курортного лікування збудовано у 90-х роках. Він захоплює гостей просторістю і доступністю послуг. Пристосований також для інвалідів. Складається з 4 сегментів. Сегмент А - двоповерховий готель. Сегменти В, С, D - фізіотерапевтичний заклад;
2. Центр реабілітації фермерів «КРУС» з басейном;
3. Санаторій «Байка»;
4. «Явір» - санаторний двоповерховий об'єкт із 42 ліжкомісцями в 1-, 2- та 3-місних номерах із санвузлами;
5. «Моджев» - санаторний двоповерховий об'єкт з 17 ліжкомісцями в 1-, 2- та 3-місних номерах типу «студія».



**Лікувальна пропозиція:** лікувальні процедури з використанням однієї з найкращих грязей в Польщі, ванни з сульфідно-сірководневими водами та заняття в унікальному в Польщі лікувальному басейні з сульфідно-сірководневою водою.

- **Кренотерапія.** Сульфідно-сірководнева вода цінується в курортному лікуванні не лише як вода для ванн, але також як питна вода.

**Застосування:** Респіраторні захворювання: гнійний бронхіт, запалення дихальних шляхів на алергічній основі. Шлунково-кишкові захворювання: хронічні запалення кишечника, хронічні запори, хронічні катаральні стани жовчовивідних шляхів, хронічне запалення підшлункової залози. Розлади обміну речовин: цукровий діабет і ожиріння.

- **Ванни:** сульфідно-сірководнева: сульфідні води характеризуються лужною реакцією, тому вони кератолітично діють на шкіру, пом'якшуючи епідерміс, та кератопластично, змінюючи епідерміс. Сірка проникає у людську шкіру у вигляді сірководня, тіосульфату або колоїдному вигляді. Ванни діють на організм загалом та місцево на шкіру. Сірка впливає на метаболізм шкіри, що пов'язано з ензимами окислювально-відновної системи, дихальними ензимами клітини, участю в каріогенезі, в синтезі нуклеїнових кислот. Введена через шкіру вона діє глибше, використовується для синтезу хондріатиносульфідної кислоти, яка входить до складу суглобового хряща, що має велике значення при лікуванні захворювань хрящів і суглобів, особливо за умови дефіциту сірки. Сульфідно-сірководневі з вправами. Процедура складається із 15-хвилинних реабілітаційних вправ з використанням аксесуарів (дошка, гантелі для басейну, макарони і т.п.), а потім вільного часу. Курортники можуть користуватися 6 точками гідромасажу. Температура води в лікувальному басейні складає 26 - 31 °С, процедура загалом триває 30 хвилин.
- **Лікувальні грязьові обгортання:** Грязьові обгортання, часткові та повні - в залежності від визначеної ділянки тіла, обгортається кількасантиметровим шаром грязі. Грязьові фасони - часткові купання в спеціальних високих ваннах, у яких занурюються руки до ліктів, а ноги до колін. Грязьовий йонофорез - процедура з грязьової пасти, яка змішується з дистильованою водою. На окрему ділянку тіла накладається шар товщиною 2-3 см. Гальваногрязі - процедура з лікувальної грязьової пасти, яка накладається на окрему ділянку тіла, з використанням гальванічного струму, який повинен посилити знеболюючу дію грязі. Грязь застосовується передусім в лікуванні ревматичних хвороб та захворювань опорно-рухового апарату. Лікувати можна такі захворювання, як артрит і дегенеративні процеси суглобового хряща, екстра-суглобний ревматизм та інші; посттравматичні стани кісток і суглобів, хронічний остеоартрит, посттравматичні стани м'язів тканин, шпори п'ят, та інші захворювання, пов'язані з травмами тканин.
- **Фізіотерапія**
  - **Йонофорез.** Електро-лікувальна процедура під час якої використовується постійний струм для введення ліків в онізованому стані через шкіру до частини тіла зі хворобливими змінами. Накопичувачем в цьому випадку виступає гальванічний струм, завдяки якому змінюється стан збудливості нервів і м'язів та досягається довготривале розширення кровоносних судин.
  - **Магнітотерапія.** Процедура, призначена для лікування пульсуючим магнітним полем низької частоти. Використання магнітного поля спричиняє інтенсифікацію обміну речовин та покращення кровообігу. Діє рівномірно на всі тканини, в тому числі через одяг, перев'язки і гіпс. Застосовується в лікуванні ортопедичних та неврологічних захворювань, хвороб серцево-судинної системи, для загоювання затяжних ран і переломів, а також при остеопорозі.
  - **Терапульс.** Процедура з використанням електромагнітного поля високої частоти, дозованого імпульсами, яка не дає теплового ефекту, проте має протизапальну, беззаспокійливу дію та знімає набряки.
  - **Ультразвуки.** Процедура виконується спеціальним наконечником, завдяки якому утворюються акустичні хвилі, що завдяки механічній дії впливають на організм людини, спричиняючи мікромасаж тканин. Вона має знеболювальні та протизапальні властивості, зменшує м'язову напругу, розширює кровоносні судини. Використовуються при лікуванні болі у спині та суглобах, невралгії та шрамах.
  - **Діодинамік.** Електролікувальна процедура з використанням струму середньої частоти, який впливає на розширення кровоносних судин, має сильну знеболювальну дію, як місцево, так і сегментно. Процедура застосовується в лікуванні остеоартриту хребта, невралгії, периарткулярному запаленні і дегенеративному захворюванні суглобів.
  - **Лазеротерапія.** Процедура, яка полягає у впливі інфрачервоного лазерного випромінювання на організм. Вона здійснюється шляхом доведення енергії з підвищеною напругою до тканин, розташованих глибоко в організмі людини, а отже недосяжних звичайними фізичними засобами. Має знеболювальну, протизапальну дію знімає набряки, прискорює загоєння.
  - **Лампа «sollux».** Процедура полягає у використанні лампи, яка імітує видиме інфрачервоне випромінювання та ультрафіолетове випромінювання. Завдяки нагріванню отримуємо покращення кровообігу. Має знеболювальну, стимулюючу та бактерицидну дію на організм.
  - **Лампа «solaris».** Процедура, яка полягає в місцевому опроміненні поляризованим світлом, допомагає при ревматичних хворобах і артриті, різних захворюваннях шкіри, спричинених інфекціями і алергією, запальних станах, а також болях суглобів.
  - **Парафінове обгортання.** Процедура полягає в застосуванні нагрітого розтопленого парафіну, який накладають на

хворі місця. Парафінове обгортання викликає гіперемію як поверхневих, так і глибоких тканин.

- **Класичний масаж.** Процедура, яку проводить масажист, спричиняє дію механічних стимулів на тканини, стимулюючи пришвидшення руху рідини в організмі, завдяки чому відбувається покращення ефективності роботи окремих органів, при пасивній поведінці пацієнта.
- **Вібраційний масаж.** Процедура полягає в місцевому застосуванні віброуючої гумової мембрани, джерело енергії якої - це наявна всередині пристрою вода. Процедура застосовується при невралгії та остеоартриті хребта. Покращує кровообіг, підтягує шкіру, а також може застосовуватися в косметології.
- **Індивідуальна гімнастика.** Застосовується у хворих після травм, у пацієнтів з розладами серцево-дихальної системи, після інсультів і т.п.
- **Груповою гімнастика.** Застосовується як загальнорозвиваюча процедура або окремо для груп пацієнтів з певними захворюваннями.
- **Гімнастика з приладами.** Процедура яка полягає у використанні приладів (доріжок, ергометра) з метою покращення функції окремих суглобів і хребта.
- **Інгаляції.** Процедура полягає у введенні ліків в дихальну систему завдяки використанню пристроїв, котрі утворюють лікувальні аерозолі різного ступеня розпорощення, що викликає необхідний лікувальний наслідок.

Таблиця 5. Туристичний рух в санаторних об'єктах курорту Горинець

Курортні заклади		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
об'єкти загалом	об.	2	2	2	2	2	2	1	1	2
круглорічні об'єкти	об.	2	2	2	2	2	2	1	1	2
готельні місця загалом	msc	175	410	410	410	410	445	250	260	380
готельні місця круглорічні	msc	175	410	410	410	410	445	250	260	380
користувачі готельною базою загалом	особа	5 112	5 669	4 778	4 652	4 668	3 814	2 465	2 982	5 896
закордонні туристи, які користуються готельною базою	особа	20	12	15	45	25	22	32	56	61
надані готельні місця загалом	-	55 914	63 006	66 364	66 938	70 136	49 472	23 755	29 760	61 587
надані готельні місця закордонним туристам		320	134	96	309	217	166	224	386	360

джерело: Головне управління статистики.

#### Риси, які виділяють курорт Горинець-Здруй:

- курорт репрезентує групу нечислених в країні низинних курортів,
- він базується на багатих запасах якісної місцевої лікувальної сировини: сульфідних мінеральних вод і грязей,
- територія курорту характеризується сприятливими кліматичними умовами - зокрема інсоляційними, що полягають у великій кількості погожих днів (в середньому 50 в році) і сонячних годин (близько 1600 годин),
- низинний клімат не має такого сильного впливу на організм, як гірських і передгірських курортів. Більшість мешканців Польщі проживає в поясі низинного клімату і краще до нього пристосована.



**Курорт розташований на окраїні Низького Бескиду в пасмі Зовнішніх Карпат. Частина курорту розташована на висоті 380-450 м н.р.м. Івонич - це передгірський курорт, розташований у долині, який характеризується поміркованим типом біоклімату. Курорт розташований в VI біокліматичному регіоні - "передгірському і гірському".**



Перша згадка про лікувальні властивості івоничських вод датується 1578 р. Тоді придворний лікар короля Стефана Баторія Войцех Очко, автор першої в Польщі медичної праці польською мовою під назвою "Цепліце", описав івоничські води.

Перша праця, присвячена Івоничу, що носить назву "Цензура про івоничську воду" Яна Сехкіні, перемишльського лікаря, була написана у 1630 році. Сехкіні у праці підкреслює прекрасне розташування курорту і знамениті лікувальні властивості води. В акті з візиту єпископа в Івонич в 1639 році знаходимо розширену інформацію про івоничські джерела та про численних курортників: "Слід додати знамениту Божу Благодать для цієї парафії, милість і доброту. В цих межах знаходяться джерела води, яка безперервно б'є і славиться лікувальними властивостями, на око має колір дощової води, близький до лимонного, тобто вона насичена нафтою, якщо в неї опустити порох або запалений папір, вона займається полум'ям і не гасне легко, і тоді її довго треба бити і гасити ялиновими гілками. До цієї води майже з цілого Польського королівства і з-за кордону, а найбільше з Угорщини, наче до води Сілоу або чудотворної Овечої сажалки, щороку напливає неймовірна кількість людей".

За часів австрійської окупації розвиток джерела затримався, австрійський уряд не підтримував польських курортів, оскільки вбачав в них конкуренцію для австрійських. Лише в XIX столітті відбувся значний розвиток. Славу повернула курорту родина Залускіх, яка придбала місцевість у 1799 році. У 1835 році діяли три джерела, а в 1838 р. відкрито купальний заклад, обладнаний 12 ваннами.

У 1835 році тодішній власник граф Кароль Залускі, разом з дружиною, залучили до роботи відомого львівського дослідника Теодора Торосевича, який провів перший хімічний аналіз івоничської води. Доктор Торосевич разом з іншими лікарями зі Львова і Кракова підтвердили високу цінність води. Курорт відновив діяльність. Залускі запросив постійних лікарів, покращив дороги, збудував мости і привів в порядок джерела. В цей час діяли 3 джерела: "Кароль", "Амелія" і "Юзеф". Над ними в 1836 році поставили прекрасний кіоск, збудували ванни, житлові будинки для гостей та церквцю святого Івана - опікуна хворих і видужуючих.

Про івоничське джерело писали праці медики, хіміки, географи та природознавці. Збереглися зображення курорту з 1839 року. Першим курортним лікарем в Івоничі був Юзеф Пол - брат поета Вікентія Пола, який часто перебував в цьому курорті, захоплювався краєвидами і був вражений ним настільки, що описав в "Пісні про землю нашу" та романі "Непогані є люди", де представлено життя курортників в Івоничі в 1842 році.

У 1856 році лікувальні властивості Івонича дослідив видатний вчений, бальнеолог, професор і ректор Ягелонського університету **др. Й. Дігль**. Він видав про джерело низку праць і назвав Івонич "князем йодних вод". У 1857 році тут лікувалося понад 400 осіб. Подальшу розбудову джерела впродовж 1860-1867 років проводив син Кароля і Амелії - граф Міхал Залускі. Збудовано захист джерел, завдяки чому збільшилася їх продуктивність. У 1862 році збудували новий корпус джерел і назвали їх Кароль, Амелія, Юзеф на честь відновлювачів курорту: подружжя Кароля і Амелії Залускіх та Юзефа Залуского - брата Кароля. Обидва брати були заслуженими ветеранами Листопадового повстання. Крім мінеральних ванн облаштовано бальзамічні купання з ялинової хвої, працював гімнастичний зал і аптека. У 1875 році збудовано муровані ванни, які працюють до сьогоднішнього дня. У 1879 р. в курорті ввели грязьові купання, а в 1885 році заклад вже налічував 21 будинок для курортників, в яких розміщувалося понад 600 номерів для гостей. Тут лікувалися люди як з Польщі, так і з-закордону, зокрема з Австрії, Угорщини, Росії, Чехії і Румунії. Курортний заклад отримав чимало дипломів і медалей на різних медичних і природничих виставках. У 1889 році пробурили нове джерело мінеральної води "Емма".

Інтенсивний розвиток Івонича тривав впродовж всього міжвоєнного періоду. Виникло кількадесят пансіонатів, а також сучасні фізіотерапевтичні заклади: санаторій Товариства лікарняних кас "Ексельціор" і ортопедична лікарня "Санто". Напередодні війни річна відвідуваність становила 19 тис. осіб. Більшість курортників в цей період були євреями, яким сподобався Івонич. Влітку 1944 року місцевість зайняли відділи Крайової Армії. Протягом декількох тижнів до приходу Червоної армії тут існувала так звана

Івоницька республіка, територія вільна від німецького контролю. Заклад налічував 130 купальних ванн для дорослих і 71 ванну для дітей. У 1933 році в курорті працювало 28 будинків, в яких містилися 1032 ліжка, а також було 450 кімнат в приватних віллах. З 1931 року хворих приймав сучасний санаторій " Ексельціор".

Після війни збудовано чимало нових санаторіїв. В 1950 р. Івонич перетворили в державний курортний заклад, виникло чимало санаторіїв і відпочинкових об'єктів. З 2012 року новим власником курорту стала компанія «Польські курорти», створена банком АТ «Польський Кооперативний Банк» і АТ «Наленчівське інвестиційне товариство».

Архітектура Івонича має пізньокласицистичні риси і перш за все посилається на модній в ХІХ ст. швейцарський стиль. З 1973 року забудова курорту є пам'ятником. Об'єктами, що відзначаються, є:

- Курортний дім, який називають Готелем (1859-61),
- Вілла «Базар» (1875-80) з характерною годинниковою баштою,
- Старі мінеральні купелі (1869-75), збудовані в стилі сецесії за проектом Фелікса Ксенжарського,
- Старий палац - пізньокласицистичний, збудований в 1837 році за проектом Амелії з Огінських Залуської, зараз офіс курорту (адреса в стовпчику),
- Павільйон над Джерелами «Амелія» і «Кароль» поруч з площею Кароля і Юзефа 1837 р. у вигляді восьмигранної альтанки на колонах,
- Бювет мінеральних вод 1837 року, перебудований в 1922 р.,
- Павільйон над джерелом «Юзеф» 1890 року,
- Приватна вілла «Краков'як» 1876 р., знищена в грудні 2004 під час пожежі (триває відбудова),
- «Білий Орел» (1912) оригінальної архітектури в швейцарському стилі,
- Санаторій «Під Ялицею» 1905 р.,
- Вілла «Устроне» 1868 року,
- Курортна каплиця 1845 року.

Багатством Івонича є численні джерела лікувальних вод. Це хлоридно-гідрокарбонатно-натрієві, йодидні бромідні і фторидні борні води. Вони видобуваються з таких джерел: «ЕЛІН 7», «ІВОНІЧ ІІ», «КЛІМКУВКА 27», «СОФІЯ 6», «ЛЮБАТУВКА 12», «ЛЮБАТУВКА 14».

## Інфраструктура

1. Санаторій «Білий Орел» - 128 ліжкомісць в 2- і 3-місних номерах з ваннами.
2. Центр курортного лікування.
3. Центр реабілітації фермерів.
4. Курортна лікарня „Ексельціор” - має 234 ліжкомісць в 1-, 2-, 3- і 4-місних номерах з повним і неповним санвузлом.
5. Гірничий профспілковий санаторій „ГІРНИК”.
6. Курортний санаторій № ІV - 39 ліжкомісць в 15 2-, 3- і 4-місних номерах.
7. Державний реабілітаційний центр «Санаторій ПЯСТ»»PIAST» - 110 місць в апартаментах, 1-, 2- і 3-місних номерах з повним санвузлом, теле-радіо технікою, балконом, телефоном.
8. Санаторій - „Під Ялицею” - 85 місць в 50 1-, 2-, 3- і 4-місних номерах, і двох 2-місних апартаментах.
9. Санаторій «Санвіт».
10. Санаторій „Старі Лазні” – 57 місць в 2- і 3-місних номерах з повним санвузлом, обладнаних телебаченням і телефоном.
11. Курортний санаторій «Вісла Марго».
12. Санаторій “Стоміль-Зімовіт” – 180 місць в 1-, 2- і 3-місних номерах і кімнатах типу «студія» з повним санвузлом.
13. «Пяст» – 110 готельних місць.

## Пропозиція лікування та процедур:

- **Захворювання системи травлення:**  
-захворювання шлунку і дванадцятипалої кишки (виразкова хвороба, запальні стани, розлади виділення)  
- захворювання печінки і жовчних шляхів,  
- захворювання кишок (комплекс дратівливої кишки, запори).
- **Ортопедично-травматичні захворювання:**  
-посттравматичні синдроми хребта і кінцівок,  
- синдроми після імплантації ендопротезів,  
- вроджені та набуті кістково-м'язові вади.
- **Ревматичні захворювання:**  
-ревматоїдний артрит,  
- анкілозуючий спондилоартрит,  
- інші захворювання суглобів і м'язових тканин,  
- дегенеративні захворювання хребта і периферичних суглобів.
- **Респіраторні захворювання:**  
- хронічні нежиті слизових оболонок горла та носоглотки (прості, атрофічні, гіпертрофічні, алергічні)  
- хронічний синусит,  
- післяопераційні синдроми верхньощелепної пазухи,  
- хронічне запалення гортані (просте, катаральне, гіпертрофічне і атрофічне та гортані дисфункції та синдроми після мікрохірургічних операцій гортані без надряжкових реакцій голосової щілини),  
- хронічний катаральний трахеобронхит без спастичних симптомів.
- **Хвороби нервової системи:**  
- стани після інсультів, травм хребта і черепа, хірургії хребта,  
- дископатії,  
- розсіяний склероз,  
- інші захворювання центральної і периферичної нервової системи.
- **Гінекологічні захворювання:**  
- хронічні запалення тазових органів,  
- стани після гінекологічних операцій,  
- нетримання сечі в жінок,  
- розлади періоду менопаузи.
- **Після мастектомії:**  
Реабілітація жінок після мастектомії включає:  
- кінезитерапію проти набряків плечового поясу,  
- загальнукінезитерапію і гідрокінезитерапію,  
- масаж плечового пояса,  
- лімфодренаж верхньої кінцівки,  
- дихальну інгаляцію,  
- індивідуальну та групову психотерапію.
- **Остеопороз:**  
- дослідження денситометрії,  
- детальні лабораторні тести (аналітичний, хімічний, гормональний)  
- індивідуальний підбір лікувальних процедур в галузі фізіотерапії, бальнеотерапії і кінезу.
- **Шкірні захворювання:**  
Курортна Дерматологічна клініка лікує : вітіліго, псоріаз, вогнищеву алопецію, акне; проводить такі процедури: корекція лица, безболісне усування шрамів, гіперпигментації, зморшок, розширених кровоносних судин.
- **Ожиріння:**  
-низькокалорійна дієта,  
- індивідуальна та групова фізіотерапія,  
- гідрокінезитерапія  
- бальнеотерапія,  
- фізіотерапія,  
- масажі.

## Процедури

- **Ванни:** ароматичні, вугільнокислі, мінеральні, перлинні ванни, перлинні з автоматичним масажем, перлинні з озоном, сульфідні, солево-грязеві, з ропою, струменеві ванни, відпочинок в басейні, джакузі, термальні, купання в 4-камерах.
- **Душі:** шотландський батіг, душ Шарко.
- **Інгаляції:** лікувальним аерозолем на основі мінеральної води, сольовим розчином, ультразвукові.
- **Термотерапія:** часткове грязьове обгортання, повне грязьове обгортання, парафінотерапія.
- **Кінезитерапія:** індивідуальна гімнастика, лікувальна гімнастика в басейні, груповою гімнастика, вправи на витривалість і реабілітаційні вправи з обладнанням, фітнес, аеробіка.
- **Масажі:** ручний (повний, частковий), підводний, гідромасаж, обгортувальний масаж, вібраційне крісло, масуючий матрац, Аквавіброн.
- **Фізіотерапія:** чотириохкамерна, діодинамік, діатермія, електростимуляція, фонофорез, гальваніка, «interdun», «interdun +intercas», «interdun + intervac», йонофорез, магнітотерапія, санотерм, стимуляція, тенс, терапульс, ультразвук.
- **Фототерапія:** лампа «sollux», кварцова лампа, лампа «БІОТРОН», лампа «Q-light», лампа «ІНРА», лампа «BIO-V-PL».

Таблиця 6. Туристичний рух в санаторних об'єктах курорту Івонич

Курортні заклади		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
об'єкти загалом		1	2	2	4	4	5	6	6	6
круглорічні об'єкти	об.	1	2	2	4	4	5	6	6	6
готельні місця загалом	msc	165	260	274	632	634	671	767	763	922
готельні місця круглорічні	msc	165	260	274	632	634	671	767	763	922
користувачі готельною базою загалом	особа	1020	2717	3030	12048	11751	13766	17885	13802	17269
закордонні туристи, які користуються готельною базою	особа	8	3	0	12	3	70	73	73	86
надані готельні місця загалом	-	54996	79916	80920	152625	172883	166566	189156	181234	246597
надані готельні місця закордонним туристам	-	63	12	0	140	23	841	716	761	91

джерело: Головне управління статистики.

#### Характерні риси курорту Івонич:

- перші згадки про функціонування цих місцевостей походять з кінця XV століття,
- курорт називали „князем йодної води»,
- своєму розвитку курорт завдячує сім'ї Залускіх,
- притаманною рисою є історична забудова курорту. Складається з групи 22 будівель XIX ст. і поч. XX століття. Збереглося оригінальне планування дерев'яної забудови.



## Полянчик

Полянчик розташований в Сяноцько-Турчанських горах, які становлять північну частину макрорегіону Східні Бескиди. Курорт знаходиться на висоті 440 м н.р.м., при цьому частина курорту розміщена на вузькому півострові, на західному березі Солінського озера. Полянчик знаходиться в біокліматичному регіоні VI «передгірському і гірському», з великим різноманіттям місцевих біокліматичних умов. Це передгірський курорт поблизу озера. Курорт славиться бікарбонатними, натрієвими, залістими, йодидними, борними лікувальними водами.

Курортне лікування розпочалося тут в 1977 році, натомість в 1999 році Полянчик отримав статус курорту. Тут присуття бікарбонатно-натрієва, йодидна, борна мінеральна вода під назвою „Полянчанка” а також хлорид-гідрокарбонатно-натрієва, бромідна, йодидна, фторидна і бромиста – під назвою „Солінянка”, що дозволяє використовувати їх властивості в питному лікуванні і лікувальних ваннах.

#### Інфраструктура

Вся санаторно-відпочинкова база (900 ліжок) знаходиться на прекрасному півострові, який врізається глибоко у воду солінського озера, з добрим потраплянням сонця і провітрюванням.

- Курортний санаторій «Солінка»;
- Курортний санаторій «АМЕР - Пол»;
- Курортний санаторій «ПЛОН»;
- Лікувально-відпочинковий центр «ДЕДАЛ» і „Атріум”.

На території курорту працюють також відпочинкові центри: „Явір” (200 готельних місць), „Моло” (165 готельних місць) і „Скальний”(180 готельних місць).

#### Лікувальні профілі курорту Полянчик:

- ортопедично-травматичні захворювання
- ревматичні захворювання
- серцеві захворювання і артеріальна гіпертензія
- захворювання верхніх дихальних шляхів
- захворювання нижніх дихальних шляхів
- ендокринні захворювання
- діабет.

#### Пропозиція лікування та процедур

Кінезитерапія (індивідуальна, групова, тренотерапія)  
Грязева терапія (обгортання, ванни в суспензіях з грязьової пасти)  
Гідротерапія (джакузі, шотландський батіг, підводний масаж, гідромасаж)  
Фізіотерапія (електролікування, ультрасонотеріпія, магніт).

- **Фототерапія:**
  - Інфрачервоні випромінювачі;
  - випромінювачі ультрафіолетового проміння (часткові і повні процедури);
  - лампи В-V;
  - лазери.
- **Кріотерапія:**
  - місцева і загальна, насичена CO<sub>2</sub> і рідким азотом (санаторій „ДЕДАЛ”).
- **Інгаляції:**
  - індивідуальні (з ліками, ропою, ефірними маслами);
  - градирня солянки соляного розчину.
- **Бальнеологічні процедури (лікувальне купання):**
  - в соляному розчині;
  - сульфідні;
  - вугільнокислотні;
  - перлинні.
- **Гіпертермальні процедури:** сауна.
- **Лікувальні масажі** (класичні, сегментні, лімфатичні), кренотерапія (питне лікування) і оздоровча просвіта.

Туристичний рух в санаторних об'єктах Полянчика не фіксується в базі Головного статистичного управління, тому нема даних в цій роботі.

#### Характерні риси курорту Полянчик

- наймолодший курорт серед аналізованих – існує з 80-х років XX століття;
- розташований в сільській місцевості з низьким рівнем урбанізації, з озером, найближче до серця Бескиду;
- туристичний рух не курортний, а передусім відпочинковий в період канікул;
- відсутня історична архітектура, навпаки - курорт «відштовхує» своїм негармонійним культурним краєвидом;
- домінування природного краєвиду над культурним.



Курорт розташований в Низькому Бескиді на висоті 375-400 м н.р.м. у долині ріки Табор і її правобережної притоки Чорний потік. Розміщений у біокліматичному регіоні VI «передгірському і гірському» та характеризується великою різноманітністю біокліматичних умов. Це підгірний низинний передгірський курорт. Тут панує клімат з поміркованими, а періодично навіть сильними атмосферними явищами.

До натуральних лікувальних засобів Риманова належать різні види лікувальних вод, в тому числі унікальні за своїм складом води з джерела «Клаудія» (одна з найсильніших в Європі содово-соляних лікувальних вод).

Відкриття мінеральних джерел 16 серпня 1876 року започаткувало історію Риманова-Здрою. Присутність впродовж багатьох років лікувальних вод в сусідньому Івоничі-Здруї схилило мешкаючих з 1870 р. в Риманові власників маєтку Анну і Станіслава Потоцьких пошукати схожі джерела в довколишніх горах і долині ріки Таба (сьогодні Табор). Виняткову нагоду дало перебування в римановському дворі хіміка Титуса Славика. Проведений ним поверхневий аналіз джерела на березі ріки Таба показав сильну концентрацію йоду і заліза. Детальні хімічні дослідження цієї води провів через рік, у 1877 р. професор д-р Вессельши, віденський хімік. Аналіз повністю підтвердив цінні властивості джерела. Розпочато будівництво перших пансіонатів. У 1881 році д-р Броніслав Радзішевський здійснив третє в історії курорту дослідження хімічного складу мінеральних джерел, яке опублікували через рік. Новий курорт отримав срібну медаль на природничій виставці в Кракові ц 1882 р. У 1885 р. збудовано перший дитячий табір "Львівський", який відкрив дитяче лікування. В 1888 р. в курортному парку в місці злиття Табору і Чорного потоку розпочали будівництво "Гостинного Двору". Він виконував функцію курортного дому. Виникло також чимало стильних вілл і пансіонатів. Серед них виділяються прекрасною сецесійною архітектурою пансіонати "Під Богоматір'ю", "Погонь" і "Леліва". На прилеглій до закладу території і в довколишніх лісах знаходяться маршрути і стежки для прогулянок. Серед курортників не бракувало численних відомих людей, зокрема бував в Риманові-Здруї ерцгерцог Альбрехт, дядько імператора Францішка Юзефа. Лікувався тут також Станіслав Виспянський і славетний композитор Людомир Ружицький.

Пі світова війна принесла курортів повну руйнацію. Після припинення військових дій розпочалися ремонти об'єктів, які вціліли, із збереженням їх стилю. Із колись сезонного курорту, Риманів-Здруй вже в першому післявоєнному десятиріччі став дитячим круглолітнім діючим курортом. Проведено модернізацію фізіотерапевтичного закладу з обладнанням його сучасними процедурними пристроями. На 1965 рік припадає розбудова будівлі давніх "Мінеральних ванн" та відкриття лікарні курорту "Ескулап" для дорослих на 120 ліжок.

У південній часті курорту збудовано нову лікарню курорту для дітей "Полонія", а у східній частині містечка, на південному схилі Замчиска, курортну лікарню на 300 ліжок "Зімовіт". Розбудовано профспілкові санаторії, центри Фонду робітничого відпочинку, кооперативні і туристичні центри. У 1980 році віддано в експлуатацію новозбудований розливний цех мінеральної води в Дешні, на південь від курорту. Заклад здійснює розлив у пляшки риманівської лікувальної води "Титус", "Клаудинка" і "Целестинка" та фруктових напоїв на базі чистої води. Риманов-Здрою, який існує фактично з 1876 року, лише 16 серпня 1996 року, у сто двадцяті річницю відкриття мінеральних джерел, ухвалою міської ради в Риманові створено надано статус село Риманів-Здруй, яке складається з дотеперішніх сіл Дешно, Волтушова і південної частини села Посада Гурна, загальною площею 1625 га.

#### Інфраструктура

1. Санаторій «Анна-Стась».
2. Курортний санаторій «Голуб і Благодать». Вілла «Під Голубом» є однією із найстаріших в Риманові-Здрої. Збудована у 1882 р., з бальним залом і рестораном. Як одна з небагатьох дожила до сьогоднішнього дня. Вілла «Благодать» - один з найстаріших об'єктів, які збереглися в Риманові-Здрої, збудована у 1881 р.
3. Курортний санаторій «Тереза» - може прийняти 66 гостей – курортників.
4. Курортний санаторій „Марія”- пропонує своїм гостям 77 ліжокмісць в 2-, 3- і 4-місних номерах.
5. Бювет мінеральних вод - можна продегустувати лікувальні води «Титус», «Клаудія» та «Целестинка».

6. Підкарпатський центр кардіологічної реабілітації „Полонія» - один з найбільших та найсучасніших в країні центрів, призначений для реабілітації пацієнтів з хворобами серцево-судинної системи, а зокрема хворих після кардіохірургічних операцій та після інфаркту (120 ліжокмісць).

#### Пропозиція лікування та процедур

##### Путівки на лікування

В межах страхування здоров'я в АТ «Курорт Риманів» курортники можуть користуватися:

- **лікарняним курортним лікуванням для дорослих** – перебування триває 21 день, безкоштовне і в рамках лікарського скерування,
- **лікарняного курортного лікування для дітей у віці 3-18 років** – перебування триває 27 днів, є безкоштовним, дітям забезпечується навчання за шкільною програмою на рівні початкової школи і гімназії,
- **санаторного курортного лікування для дорослих** – перебування триває 21-день, в рамках відпустки, курортник оплачує частково витрати пов'язані з проживанням та харчуванням, згідно з розпорядженням Міністра охорони здоров'я від 22 грудня 2010 р., яке заміняє розпорядження щодо послуг, забезпечених в межах курортного лікування,
- **санаторного курортного лікування для дітей віком 3-6 років під наглядом опікуна** – перебування триває 21 день, перебування для дитини безкоштовне, опікун самостійно покриває кошти проживання і харчування в розмірі, визначеному курортом АТ «Риманів.»,
- **курортної реабілітації для дорослих в лікарні курорту** – перебування триває 28 днів, є безкоштовним і в рамках скерування лікаря,
- **амбулаторного курортного лікування для дорослих і дітей** – триває від 6 до 18 процедурних днів, курортник за власний кошт покриває проживання і харчування,
- **амбулаторної фізіотерапії** – яка проводиться в робочі дні від 8.00 до 18.00.

#### Кардіологічна реабілітація в стаціонарній системі

Послуги оплачує Національний фонд здоров'я відповідно до однорідних груп пацієнтів і надаються хворим з наступним діагнозом:

- постійна серцева недостатність,
- серцева недостатність лівого шлуночка,
- неуточнена серцева недостатність,
- наявність судинного трансплантата коронарного шунтування байпаса,
- наявність протезів серцевих клапанів,
- наявність імплантатів і трансплантатів, пов'язаних з коронарною ангіопластиком.

#### Комерційне перебування

Реабілітаційні путівки - цільова група пацієнтів це особи:

- з дисфункцією органів руху, крім осіб, які пересуваються на інвалідних візках;
  - з дисфункцією органів руху для осіб, які пересуваються на інвалідних візках;
  - з розумовою відсталістю;
  - з епілепсією;
  - з серцево-судинними захворюваннями;
  - з ревматичними захворюваннями, хворобами сечостатевої системи, та захворюваннями дихальної системи
- Зелені школи  
Путівки з метою відпочинку.

Таб. 7. Туристичний рух в санаторних об'єктах Риманова-Здрою

Курортні заклади		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
об'єкти загалом	об.	1	1	1	1	1	1	1	1	5
круглолітні об'єкти	об.	1	1	1	1	1	1	1	1	5
готельні місця загалом	msc	130	130	130	130	130	134	334	328	625
готельні місця круглолітні	msc	130	130	130	130	130	134	334	328	625

користувачі готельною базою загалом	особа	1596	1512	1580	1532	1517	2694	3277	4539	7756
закордонні туристи, які користуються готельною базою	особа	563	302	27	143	258	119	0	3	158
надані готельні місця загалом	-	48648	45997	47776	46117	46278	82454	99504	125090	185369
надані готельні місця закордонним туристам	-	5498	2502	109	1058	2186	841	0	27	1117

джерело: Головне управління статистики.

### Характерні риси курорту Риманув

- початок функціонування курорту в XIX столітті;
- розвиток курорту відбувся завдяки сім'ї Потоцьких - збудований Zielony Domek – архітектурний символ;
- характерна сецесійна архітектура пансіонатів «Під Божою Матір'ю.», «Погонь» і «Леліва».

## 2.2. Курорти в Україні - загальна характеристика.

### 2.2.1. Курорти карпатського регіону в Україні

Розвиток курортних традицій та оздоровчо-відпочинкового туризму у Львівській, Івано-Франківській і Закарпатській областях Карпатського регіону можна розділити на кілька етапів:

- I період – середньовічний: поява перших курортних центрів та поширення традиції водолікування (III – XVII ст.);
- II період – імперський: організація на теренах Австро-Угорської імперії модерних курортних центрів та поширення наукових методів курортології і моди “відвідувати води” (XVIII ст. – 1914 рр.);
- III період – міжвоєнний (1918 – 1939 рр.): розбудова інфраструктури лікувального туризму у складі Польської та Чехословацької республік.
- IV період – радянський (1939 – 1991 рр.): планова розбудова інфраструктури лікувального туризму Української Радянської республіки у складі СРСР.
- V період – сучасний (з 1991 р.): ринкова реорганізація й розвиток лікувального туризму у сучасній Україні.

Львівська область обіймає 3,6% території України (21,8 тис. км<sup>2</sup>) і 5,4% (2,7 млн.) її населення. Це найбільша і найкраще економічно розвинута область Західної України. Налічує 20 районів і 42 міста, у тому числі 8 міст обласного підпорядкування. У чотирьох з них – Львові, Дрогобичі, Стрию і Червонограді – кількість мешканців перевищує 50 тис. осіб. У Львові, центрі області, мешкає 730 тис. осіб. Область простягається з півночі на південь на 250 км і завдяки такій відстані славиться різноманітністю природних зон і мінливістю ландшафтів: польські – хвойні ліси і болота; подільські і передгірські – листяні ліси і фрагменти степу; карпатські – гірські ліси. Територією області проходить Головний європейський вододіл. Тут беруть початок такі великі ріки Центрально-Східної Європи, як Дністер і Буг (Західний).

Регіон має добре розвинену транспортну інфраструктуру і є головним транзитним коридором між країнами Європейського Союзу і країнами Кавказу та Центральної Азії. До головних транзитно-туристичних осей відносять міжнародні дорожні магістралі Е 40 (Київ – Львів – Шегині), Е 50 (Ужгород – Донецьк), Е 372 (Львів – Варшава), Е 471 (Львів – Стрий). Велике туристичне значення також має регіональна траса Р 39, яка сполучає Львів з Ужгородом через Ужоцький перевал. Густота дорожньої мережі становить 3,7 км/10 км<sup>2</sup> (середній показник по Україні 1,7 км/10 км<sup>2</sup>). Це дозволяє зробити доступними для екскурсантів більшість природничих й історичних атракцій області. Львів має автобусне сполучення зі всіма головними містами України та міжнародне з Білоруссю, Молдовою, Польщею, Румунією, Словаччиною, Німеччиною, Великобританією, Францією та іншими країнами. Тепер вздовж доріг міжнародного і регіонального значення збудовані приватні мотелі, кемпінги, ресторани, сервісні пункти та інші придорожні послуги європейського рівня. Міжнародне летовище у Львові обслуговує авіасполучення не лише з найбільшими містами в Україні, але й з Варшавою, Віднем, Франкфуртом-на-Майні та аеропортами в Росії, на Кавказі і в Середній Азії. Її територію перетинають міжнародні пасажирські лінії, які сполучають Україну з державами Західної Європи і Росією. У Львові перетинаються залізничні лінії з дев'яти різних напрямків. Львівська залізниця обслуговує сполучення з областями України і з найважливішими регіонами держав СНД та Чехії, Польщі, Словаччини, Румунії і Угорщини, а також іншими країнами. Одним з головних напрямів розвитку туризму у прикордонних регіонах є розбудова і загоspодарювання наявних пунктів перетину кордону та відкриття нових. У Львівській області

вздовж державного кордону з Польщею (250 км) діє 7 окремих пунктів перетину кордону: 4 автомобільних – Шегині, Рава-Руська, Краківець і Смільниця, та 3 залізничних – Хирів, Мостиська-2 і Рава-Руська. Також діє один піший перехід у прикордонному пункті Шегині-Медика.

Для Львівської області характерний розвинутий курортно-санаторний сектор. У 2011 році у Львівській області було 55 санаторіїв та пансіонатів з лікуванням, 8 санаторіїв-профілакторіїв, 6 будинків і пансіонатів відпочинку, 32 бази та інших закладів відпочинку. За останнє десятиліття значно зросла кількість дитячих оздоровчих таборів і у 2011 р. їх уже було 763 (порівняно із 32 таборами у 2000 р.). Найважливішими бальнеологічними центрами є Трускавець, Моршин, Любін Великий, Немирів, Шкло і Східниця.

Львівське Передкарпаття – одна з найвідоміших в Україні і в Карпатах курортних територій міжнародного значення. Своєю славою вона завдячує трьом курортам – Трускавцю, Моршину і Східниці, де знаходяться десятки санаторіїв, пансіонатів та інших лікувальних і відпочинкових закладів. Унікальними за своїми властивостями є лікувальні мінеральні води «Нафтуся», «Моршинська», які інтенсивно застосовують для лікування у Трускавці, Моршині і Східниці. Унікальність цих курортів підкреслює також можливість застосування лікувального озокериту, найбільше родовище якого знаходиться на території Львівщини. Пропонований в них оздоровчий туристичний продукт включає традиційне і нетрадиційне лікування, кліматотерапію, водолікування, реабілітацію тощо. Пацієнти перебувають в комфортних об'єктах проживання з повним асортиментом супутніх послуг, таких як національна кухня, «травні» бари, басейни, російська баня, солярії, конференц-зали, Інтернет, сателітарне телебачення, прокат спортивного спорядження. Перебування урізноманітнюють численні екскурсії до замків-пам'яток, історичних міст і заповідників.

Найпривабливішою частиною Львівщини для розвитку кліматичних і гірськолижних курортів та розвитку відпочинкових зон є Бескидсько-Верховинський туристичний район. Він пропонує низку туристичних продуктів, які користуються успіхом на вітчизняному і міжнародному туристичному ринку. Головну спеціалізацію району становлять різні форми відпочинку у гірській місцевості – як літнього, так і зимового. До найбільших центрів гірського туризму і курортного відпочинку відносимо місцевості Славське (10 витягів, у т.ч. найдовша і Україні канатно-крісельна дорога довжиною 2,7 км) і Тисовець. Згадані центри мають розбудовану сучасну інфраструктуру для лижного спорту (витяги, трампліни, зняття для ущільнення снігу, під'їзні дороги з паркінгами, прокатні пункти тощо). До послуг туристів траси різної довжини і складності. Добрий рівень обслуговування забезпечують такі готелі і пансіонати, як «Пелина Карпат», «Динамо», «Тростян», «Святослав», «Бойківщина», «Захар Беркут», «Вежа Ведмежа» та багато інших, які пропонують широкий спектр послуг. На літньо-осінній період для відпочиваючих на території Східних Бескид створено мережу велосипедних і піших шляхів різного рівня складності у межах хребтів Орівський, Сянський, Зелемінь, та перевалів Ужоцького, Руський Шлях й інших. Популярність літньому відпочинку у гірській частині Львівщини підсилює національний природний парк «Сколівські Бескиди» з природничими стежками на карпатські вершини Парашку, Великий Верх, Кременну – до водоспаду Кам'янка. Також популярна мережа стежок в околицях кліматичного і гірськолижного курорту Славське – на вершини Магура, Тростян і Татарівка. Відпочинок з проживанням добре розвинений на гірському бальнеологічному курорті Розлук («Джерела Карпат» та інші пансіонати).

Також у гірській частині Львівщини інтенсивно розвиваються приватні заклади розміщення екологічного спрямування – садиби і котеджі «зеленого» сільського туризму з етнографічним гуцульським колоритом. Перевагою відпочинку у приватних агротуристичних оселях є можливість збирання трав, грибів, ягід, рибороллі, ознайомлення з традиційними гуцульськими ремеслами, праця на селі тощо.

Пропозицію курортних місцевостей Львівщини урізноманітнює багата програма атракційних туристичних екскурсій. На вибір пропонують близько двадцяти різних екскурсій і туристичних занять. Найпопулярнішими можна назвати автобусно-піші екскурсії до Львова, курортів Трускавця, Моршина і Східниці, заповідників і національних парків.

Загалом, на карпатському туристичному ринку Львівська область виділяється широким спектром висококонкуренційних туристичних курортно-відпочинкових продуктів (літніх, зимових) – від активного заняття гірським спортом до лікування на бальнеологічних і кліматичних курортах.

Івано-Франківська область займає 2,3% (13,9 тис. км<sup>2</sup>) території України і зосереджує 3% (1,45 млн.) її населення. Вона поділена на чотирнадцять адміністративних районів і має п'ять міст обласного підпорядкування: Болехів, Яремче, Калуш і Коломия та обласний центр Івано-Франківськ, який налічує 240 тис. мешканців. Івано-Франківська область простягається з північного заходу на південний схід вздовж Українських Карпат. Після Закарпаття це найбільш високогірна територія України. Гори складають майже 43% його території, а найкрасивіші серед них – Чорногора, Горгани, Гринява і Чивчини. Область диференційована з етнографічного та історичного аспекту. Складається з таких окремих країв, як Бойківщина, Гуцульщина та Покуття. Мешканці цих земель найкраще зберегли давній український місцевий колорит, багату матеріально-духовну культуру, унікальні обряди, архітектуру, народні строї, художні ремесла та мистецтво.

Завдяки мальовничій ландшафтній і етнографічній розмаїтості Івано-Франківська область є одним з найпопулярніших туристичних регіонів України. Для туризму характерні масовість, активність, велика частка молоді, доступні ціни на послуги. Ці особливості вигідно вирізняють область на туристичному ринку Карпатського регіону. Частка закордонних туристів невелика (близько 8-9%), в основному внаслідок недостатньої реклами на міжнародному ринку.

Івано-Франківська область має безпосереднє залізничне сполучення з центральними і східними регіонами України. Основними транзитно-туристичними вісями є дві дорожні траси регіонального значення – Р 03 і Р 04. Траса Р 04 проходить Передкарпаттям і сполучає Івано-Франківськ та інші промислово-адміністративні осередки області зі Львовом і Чернівцями. Р 03 – це основна транскарпатська траса південно-західної частини України. Сполучає Івано-Франківськ з Румунією, Угорщиною



і Словаччиною, а також між собою найпопулярніші гірські курорти обох карпатських макросхилів – Яремче, Татарів і Яблуницю (Івано-Франківська область) та Ясиню, Кваси і Рахів (Закарпаття). З кінця дев'яностих років ХХ століття обидві траси перетворилися у транзитно-туристичний коридор з базою приватних мотелів, ресторанів і сервісних пунктів.

Івано-Франківщина – найбільш заліснена після Закарпаття частина України. Лісові угіддя займають 41% території області. Більше третини лісових угідь – унікальні екологічні системи передгірських і гірських дубово-букових, ялинових і смерекових карпатських пралісів, які охороняються і використовуються для відпочинкового, кваліфікованого і екологічного туризму. У Івано-Франківській області багато заповідних об'єктів охорони природи. Серед них великі гірсько-лісові заповідники в Горганах, найбільший у всьому регіоні Карпатський національний парк, національні парки «Гуцульщина», «Верховинський». Комплексне туристично-рекреаційне загосподарювання оточуючих природно-заповідні об'єкти територій у південній частині області перебуває на початковій стадії внаслідок недостатніх інвестицій та слабкій поінформованості європейських інвесторів про туристичний потенціал цього унікального, майже не зміненого людиною, куточка Європи.

Одним із провідних оздоровчих туристичних продуктів області є санаторно-курортне лікування та відпочинок у курортних місцевостях. У 2011 році в Івано-Франківській області працювало 15 санаторіїв та пансіонатів з лікуванням, 6 санаторіїв-профілакторіїв, 2 будинки відпочинку, 6 баз та інших закладів відпочинку. За останнє десятиліття значно зросла кількість дитячих оздоровчих таборів і у 2011 р. їх уже було 782 (порівняно із 84 табором у 2000 р.).

У рівнинній частині області найвідомішим є бальнеологічний курорт «Черче» у с. Черче Рогатинського району. У межах гірської рекреаційно-туристичної зони Івано-Франківської області розрізняють три окремі райони з курортно-відпочинковими місцевостями, які відрізняються рівнем загосподарювання та атракційністю і специфікою туристичного продукту: Бескидський, Горгансько-Чорногірський і Покутсько-Верховинський.

Бескидський туристичний район – найвідоміша частина Українських Карпат. Межує з найбільшими бальнеологічними курортами на заході України (Трускавець, Моршин) та з найпопулярнішими осередками гірського туризму Львівської області (Славське, Сколе) і Закарпаття (Воловець, Міжгір'я); також межує з національними парками «Сколівські Бескиди» і «Синевирський». У згаданому районі виділяються два головні туристичні центри з обслуговування курортно-відпочинкового туристичного руху. Болехів – «столиця» етнічної землі Бойківщини – пропонує місцевий туристичний продукт, спрямований на обслуговування екскурсій, здебільшого із курортів сусідньої Львівської області (Трускавець, Моршина, Східниці). Другий осередок – Новий Мізунь і Мислівка Долинського району – рекреаційна місцевість, яка ґрунтується на джерелах мінеральних вод, і обслуговує переважно вітчизняних туристів.

Горгансько-Чорногірський туристичний район з найбільшим і найпопулярнішим Карпатським національним парком – це туристична «столиця» Українських Карпат, яка приваблює у середньому 14-17% туристичного руху в цих горах. Тут зосереджено 72% гірської туристичної бази Івано-Франківської області, також існує пропозиція конкурентноздатних продуктів, яка охоплює від двох до п'яти видів гірського туризму. Підґрунтям туристичної спеціалізації цього району є курортний відпочинок і рекреація у гірському екологічно чистому середовищі. У цьому районі розташовані найвідоміші низькогірні (Яремче, Татарів, Микуличин) та високогірні (Ворохта і Яблуниця) кліматичні курорти. Курортно-відпочинковий продукт тут реалізується у численних готельних об'єктах середнього і високого стандарту, розташованих у таких місцевостях як Яремче («У Галини», «Гуцульщина», «Прикарпаття»), Микуличин («Смерічка»), Татарів («Піги», «Кремінці»), Яблуниця («Карпати», «Беркут») і Ворохта («Говерла», «Заросляк» і «Україна»). Ці об'єкти пропонують широкий спектр послуг, які складаються з: багатой народної кухні, «фітобарів» з коктейлями з карпатських трав, плавальних басейнів, супутнього телебачення, пунктів прокату гірського спорядження. У літньо-осінній період пропозиція урізноманітнюється багатого екскурсійною програмою.

У Покутсько-Верховинському туристичному районі розташовані такі відомі курортно-відпочинкові місцевості як Косів, Шешори (Косівський район). Недостатньо відомою, але дуже перспективною для створення бальнеологічного курорту є місцевість біля с. Уторопи, де розвідано значну кількість сірководневих мінеральних джерел.

Атракційним місцевим туристичним продуктом є гірськолижництво. Ворохтянсько-Яремчанський район завдяки рекламі, інфраструктурі та якості лижних трас отримав реноману позицію на ринку гірськолижництва в Карпатах. У туристичних центрах є сучасна інфраструктура для рекреаційного і спортивного лижництва, а саме: бугельні і крісельні витяги, трампліни різної висоти, обладнання для ущільнення снігу, під'їзні дороги з паркінгами, пункти прокату спорядження та ін. До послуг туристів – спускові траси різної довжини і складності, серед інших і для сноборду та лижного слалому. Європейський стандарт обслуговування забезпечують спортивно-туристичний комплекс «Буковель», приватні готелі та пансіонати Ворохти, Татарова і Яблуниці. Щоразу більшу конкуренцію великим туристичним комплексам регіону починають складати приватні оселі «зеленого» сільського туризму, які поєднують комфорт з родинною гостинністю та незабутнім колоритом відпочинку в гуцульських селах.

Загалом, для курортної терапії використовуються кліматичне лікування, мінеральні ванни, лікувальні грязі, на базі яких можна розвивати окремі види туризму, такі як: бальнеологічний, спа-туризм. Основні курортні місцевості – низькогірні Татарів, Яремче і Микуличин Яремчанської міськради, Мислівка і Новий Мізунь Долинського району, Косів та Шешори Косівського району, високогірні Ворохта і Яблуниця Яремчанської міськради і бальнео-грязевий передгірний курорт Черче Рогатинського району. Санаторно-курортні заклади, в основному, спеціалізуються на загальному оздоровленні та лікуванні органів травлення. Частина закладів проводить лікування органів дихання („Кремінці”, с. Татарів, Яремче) та опорно-рухової системи. У більшості санаторіїв є діагностична база для обстеження пацієнтів та бальнеологічні відділення. Для лікування опорно-рухового апарату використовуються торфові грязі і мінеральні води курорту „Черче” (с. Черче, Рогатинський район). Більшість санаторно-курортних закладів Івано-Франківщини потребує реконструкції і модернізації.

На *Закарпатську область* припадає лише 2,1% (12,8 тис. км<sup>2</sup>) території і 2,6% (1,3 млн.) населення України. Область поділена на 13 адміністративних районів і три міста обласного підпорядкування – Ужгород, Мукачево і Хуст. У столиці області Ужгороді мешкає 126,5 тис. осіб. З природничо-ландшафтною та історично-культурною точки зору Закарпаття – найбільш виняткова область в Західній Україні. Завдяки багатьом чинникам вона здобула славу однієї з найбільш атракційних туристичних територій в Україні. За умовами і престижем відпочинку поступається лише Автономній Республіці Крим.

Закарпаття вирізняється тим, що єдине межує з чотирма країнами Центральної Європи – Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією. Інший такий збіг кордонів важко знайти на карті Європи. Ця особливість створює винятковий транскордонний «магнетизм», приваблюючи туристичний рух зі всього європейського континенту. У Закарпатській області перетинаються міжнародні автомобільні магістралі Е 50 і Е 573, які сполучають Європейський Союз з Україною, Росією і країнами Центральної Азії. Незадовго ці магістралі перетворюються у міжнародні транзитно-туристичні коридори з розбудованою допоміжною інфраструктурою. Область має залізничне сполучення зі всіма столицями Південної і Центральної Європи.

Закарпаття вирізняється найбільш розбудованою в Україні мережею прикордонних переходів. На кордоні зі Словаччиною, Румунією і Угорщиною їх діє всього 18, у т.ч. 14 особових. Дев'ять з них має статус міжнародних, решта – міждержавні або місцеві переходи. Така прикордонна «відкритість» є другим ключовим елементом формування Закарпаття як атракційного туристичного регіону європейського масштабу та сприяє міжнародним етнічно-сентиментальним приїздам.

Закарпаття – найбільш гориста область України. Близько 80% її території належить до карпатської гірської системи. Наймальовничішими є високо- і середньогірні масиви – Верховинський хребет, Чорногора, Горгани, Свидовець, Полонинський хребет і Рахівський масив. Вулканічні Карпати відділяють область від решти країни, що сприяє збереженню автентичної багатоголової культури місцевого населення. З іншими регіонами України Закарпаття сполучають високогірні карпатські перевали (від 931 до 1014 м н.р.м.): Яблуницький, Вишівський, Ужоцький, Верецький і Воловецький. Туди ведуть головні коридори автомобільного і туристичного транзиту через Українські Карпати.

Закарпаття вважають найбільш залісненим регіоном не лише в Україні, але й у порівнянні з сусідніми європейськими країнами. Майже на 52% поверхні ростуть низовинні, передгірські і гірські ліси. Мало не половина з них – унікальні екосистеми карпатських дубово-букових і хвойних пралісів. Вони перебувають під охороною держави і використовуються для природничо-пізнавального туризму. Всього на території області є 415 заповідників і пам'яток природи. Найвідоміші природоохоронні території – це Міжнародний Біосферний Резерват «Східні Карпати», Карпатський Біосферний Заповідник, національні парки Синевир, Ужанський Зачарована Долина.

Закарпаття вже давно набуло слави елітної курортної зони у масштабах країни, а в минулому – всього колишнього СРСР. Міжнародне реноме завдячує передусім унікальним мінеральним і бальнеологічним ресурсам. На території області є 50 джерел мінеральних вод. Особливо цінними є гірсько-вулканічні, насичені рідкими мікроелементами термальні джерела з температурою 30-35°C, які можна порівняти з термами угорського Гайдуюшошло та Піренеїв. Завдяки насиченості та унікальному сполученню різних мінеральних багатих на мікроелементи вод, їх універсальності і чудовим терапевтичними властивостями, Закарпаття в історичних хроніках отримало назву «Срібна Земля», як взірцева з точки зору чистоти і здоров'я країна.

Головне місце у закарпатському туристичному секторі займає курортне лікування і стаціонарний оздоровчий відпочинок. З точки зору покращення здоров'я і різноманітних послуг ці продукти не поступаються найкращим стандартам на курортах Німеччини, Угорщини і Польщі. До переваг належить комплексне лікування під наглядом кваліфікованого медичного персоналу з індивідуальним підходом до кожного клієнта. Воно включає: діагностування хвороби, лікування питними водами, інгаляції мінеральною водою, мінеральні і термальні ванни, грязеві ванни і кліматотерапію, реабілітаційні періоди, дієтичне харчування екологічно чистими продуктами. Туристичний продукт європейського рівня якості пропонують численні бальнеологічні санаторії і пансіонати. Лікувальне і відпочинкове перебування робить атракційнішим багата пропозиція краєзнавчих екскурсій до заповідників і національних парків та історичних місцевостей з численними пам'ятками і спадщиною багатонаціональної культури.

У 2011 році у Закарпатській області діяло 20 санаторіїв і пансіонатів з лікуванням, 7 санаторіїв-профілакторіїв, 1 будинок відпочинку, 27 баз та інших закладів відпочинку. За останнє десятиліття значно зросла кількість дитячих оздоровчих таборів і у 2011 р. їх уже було 569 (порівняно із 50 таборами у 2000 р.). Найвідомішими курортними місцевостями Закарпаття є Свалява, Поляна, Шаян, Солотвино, Берегово та ін.

Курорт Свалява відомий мінеральними водами «Поляна Квасова», «Лужанська». На околицях Сваляви – Солочині та Полянні - розташовані найвідоміші санаторії «Квітка Полонини», «Кришталеве джерело», «Сонячне Закарпаття», «Поляна», в основі лікування яких є саме мінеральні води Закарпаття. **Закарпатський курорт Поляна** – один з найвідоміших **курортів України в Карпатах**. Мінеральні води курорту славилися ще з 16 століття у всій Європі. Одним з перших почали розливатися й експортуватися. Мали найбільшу кількість нагород на міжнародних виставках у Відні. В 1842 році мінеральна вода "Поляна" визнана кращою в Європі, а в 1997 - 1998 році – кращою в СНД. Перша водолікарня на базі Полянського родовища мінеральних вод карбонатного типу (Поляна - Купель) була побудована ще наприкінці ХІХ сторіччя. Курорт діє цілорічно, а основними показаннями до лікування є захворювання шлунково-кишкового тракту й травної системи. Одним із найдавніших в області також є курорт Шаян. Він славиться своєю екологічною чистотою, а вулканічні породи місцевих гір виступають ідеальним фільтром для води. Тому «Шаянські» води первинно чисті та мають унікальні лікувальні властивості, котрі застосовують ще з 1876 року. **Солені озера Солотвино** містять лікувальну та сульфідну грязь, довкола озер розташовані пляжі, кафе, **базис відпочинку**.

На українському туристичному ринку Закарпаття відоме ще й у своїми гірськолижними курортами. Завдяки винятковому клімату умови для заняття зимовими видами рекреації і спорту створюються з кінця листопада до половини березня. Підприємства найбільшого в області об'єднання «Закарпаттуризм» пропонують клієнтам на вибір 29 найкращих і найскладніших гірськолижних трас довжиною від 200 до 1400 метрів. Крім розрахованих на середньозаможного клієнта, передовсім молоді, притулків інтенсивно розбудовуються сучасні елітні і комфортні приватні рекреаційні центри, які виходять на ринок лижних видів спорту з туристичним продуктом на високому європейському рівні. Прикладом такої бази є туристичний центр «Синяк» у передгірській частині пасма Вулканічних Карпат в околицях гори Синяк.

Таблиця 8. Основні види та центри оздоровчо-відпочинкового туризму у Львівській, Івано-Франківській і Закарпатській областях Карпатського регіону

Види оздоровчо-відпочинкового туризму	Ресурси і головні центри		
	Львівська область	Івано-Франківська область	Закарпатська область
Оздоровчий	Лікувальні мінеральні води і торфи на курортах Трускавці, Моршині, Східниці, Любіні Великому, Немирові і Шклі, які спеціалізуються на лікуванні захворювань системи травлення, серцево-судинної системи і рухового апарату	Кліматичні природолікувальні умови місцевостей в Горганах і на Покутті (Яремче, Татарів, Ворохта, Косів і Шешори) та загально лікувальні курорти Опілля (Черче)	Поклади лікувальних мінеральних вод у курортних зонах: Свалявській, Мукачівській і Хустсько-Виноградівській. Головні курорти: Поляна, Синяк, Кваси і Шаян, спеціалізуються на лікуванні захворювань травної системи, серцево-судинної системи і алергічних. Мікроклімат соляних копалень і карстових печер у районі Солотвино (захворювання дихальних шляхів).
Відпочинковий	Кліматичні курорти у Східних Бескидах та відпочинкові місцевості Розточчя, Побужжя, Опілля і Передкарпаття. Основні відпочинкові центри: Славсько, Розлуч, Брюховичі, Майдан, Коростів	Рекреаційні й оздоровчі умови місцевостей з відпочинковою рецепційною базою у гірських і передгірських районах (Яремче, Косів, Верховина і Долина)	Умови гірських масивів і лісів атракцій не для рекреаційного і оздоровчого перебування. Головні центри: Мукачево, Воловець, Хуст і Лумшори, з рецепційною базою відпочинкового характеру
Гірськолижний	Стрімкі схили і тривалий сніговий покрив, а також розвинута інфраструктура дає можливість займатись рекреаційним і спортивним лижництвом. Головні лижні центри: Славсько, Тисовець, Орявчий, Розлуч	Відповідні схили і тривалий сніговий покрив створюють сприятливі умови для заняття біговими лижами і гірськими рекреаційного і спортивного характеру в Чорногорі і Горганах. Головні осередки: Яблуниця, Поляниця, Ворохта і Косів	Відповідні схили, тривалий сніговий покрив та численні витяги створюють досконалі умови для рекреаційного і спортивного лижництва, особливо у районах: Між гірському, Великоберезнянському, Рухівському, Перечинському, Мукачівському і Хустському, забезпечених рецепційною базою.

### 2.2.2. Статистика туристичного руху в курортах карпатського регіону.

Санаторно-курортні комплекси Карпатського регіону щороку приймають значну кількість відвідувачів, причому Львівська область за відвідуваністю значно випереджає інші області Карпатського регіону за кількістю відпочиваючих.

У 2012/2013 році Львівську область загалом відвідало 224 632 (серед них іноземців (15,8%) – 35 532 особи), з них найбільше відпочивали у санаторіях 195 386. Протягом тривалого часу оздоровлювались 217 794 особи. Протягом 2012/2013 року у санаторно-курортних закладах Львівської області перебували 22 372 дитини віком до 17 років, з них 21 769 дітей оздоровлювались протягом тривалого часу та 603 (2,7%) дітей протягом 1-2 днів. Кількість дітей, що перебували протягом червня-серпня в оздоровчих закладах становила 10 590 осіб віком до 17 років. Найбільше в Львівській області оздоровилось дітей, що не виїжджали зі своєї області 5 428 осіб (24,3%). Середня тривалість перебування у санаторно-курортних закладах Львівської області у 2012/2013 році склала 16 днів. Фактичні витрати на 1 ліжко-день всередньому у 2013 році у Львівській області склали 246,3 грн.

Івано-Франківська область серед областей Карпатського регіону за кількістю оздоровлених займає 3 місце після Львівської та Закарпатської областей. У 2012/2013 році приїжджих в Івано-Франківській області було 34 455 (серед них іноземців (2,1%) – 736

осіб), з них найбільше у базах відпочинку 12 311. Протягом тривалого часу оздоровлювались 29 641 особа. Протягом 2012/2013 року у санаторно-курортних закладах Івано-Франківської області перебували 14 371 дитина віком до 17 років, з них 13 302 дитини оздоровлювались протягом тривалого часу та 1 006 (7%) дітей протягом 1-2 днів. Кількість дітей, що перебували протягом червня-серпня в оздоровчих закладах становила 7 061 особа віком до 17 років. Середня тривалість перебування у санаторно-курортних закладах Івано-Франківської області у 2012/2013 році склала 27 днів. Фактичні витрати на 1 ліжко-день всередньому у 2013 році в Івано-Франківській області склали 234,2 грн.

Закарпатська область хоч за своєю площею і менша за Івано-Франківську, проте випереджає її за показниками відвідуваності. У 2012/2013 році приїжджих у Закарпатській області було 73000 (серед них іноземців (6,4%) – 4685 осіб), з них найбільше у санаторіях 57 293. Протягом тривалого часу оздоровлювались 69023 особи. Протягом 2012/2013 року у санаторно-курортних закладах Закарпатської області перебували 8973 дитини віком до 17 років, з них 7881 дитина оздоровлювались протягом тривалого часу та 276 (3,1%) дітей протягом 1-2 днів. Кількість дітей, що перебували протягом червня-серпня в оздоровчих закладах становила 5054 особи віком до 17 років. Середня тривалість перебування у санаторно-курортних закладах Закарпатської області у 2012/2013 році склала 19 днів. Фактичні витрати на 1 ліжко-день у середньому у 2013 році у Закарпатській області склали 370,1 грн.

Отже, в областях Карпатського регіону за показниками відвідуваності за останні роки Львівська область – на 1 місці, Закарпатська – на 2, Івано-Франківська – на 3. У Львівській і Закарпатській областях найбільше відпочивають в санаторіях. В Івано-Франківській області найбільше оздоровлювались в пансіонатах та базах відпочинку.

За кількістю іноземців, що оздоровлювались в санаторно-курортних закладах Карпатського регіону Львівська область посідає знову 1 місце і це близько 16 % кожного року. В Івано-Франківській та Закарпатській областях за останні роки спостерігається збільшення іноземних громадян серед числа відвідувачів санаторно-курортних закладів, станом на 2013 р. це близько 2% і 6,5% відповідно. Серед оздоровлених іноземців, в основному, були громадяни країн СНД – Російська Федерація, Республіка Молдова та Білорусь, Азербайджан, а також громадяни Німеччини та Польщі. З кінця 2013 р. кількість іноземних громадян суттєво скоротилась, проте збільшується кількість громадян України, що пов'язано з політичною ситуацією в країні. Дорослі та діти оздоровлюються протягом тривалого часу, частка тих, хто перебуває на короткостроковому відпочинку – низька, проте збільшується. Можна припустити, що відпочинок не користується популярністю у молоді. Мета візиту до санаторно-курортних закладів – лікування, а не профілактика. Діти в Карпатський регіон приїжджали найбільше з м. Києва та Київської області, а діти з областей Карпатського регіону відпочивали на морському узбережжі: в АР Крим, Одеській та Миколаївській, Херсонській областях.

### 2.2.3. Туристичні продукти в курортах карпатського регіону.

Основними засобами просування оздоровчих туристичних продуктів курортів Карпатського регіону є: реклама (друкована та у засобах масової інформації), Інтернет-ресурси (Інтернет-сайти курортних центрів і окремих суб'єктів обслуговування), участь у виставках, форумах, конференціях. Інформаційно-рекламне забезпечення оздоровчого туризму регіональними органами влади здійснюється через *Інтернет-сайти регіональних органів влади, видання проспектів і буклетів, виставкову діяльність, спеціалізовані заходи* (організацію акцій, конференцій, форумів, святкувань, фестивалів тощо). Курортна тематика висвітлена на популярних національних і регіональних *Інтернет-сторінках*: сторінках туристично-інформаційних центрів, спеціалізованих порталах з туризму у Карпатському регіоні, в Україні, порталах з різних видів туризму, сайтах з туризму і відпочинку окремих регіонів і місцевостей. Популярними є *спеціалізовані курортні Інтернет-сайти*, котрі подають детальну інформацію про курортні місцевості і курортні заклади. Головним спеціалізованим порталом є «Курорти та санаторії України». Друковану продукцію на курортну тематику можна розділити на навчально-методичні (монографії, навчальні посібники, підручники) і рекламно-інформаційні (буклети, путівники, карти тощо).

У курортних центрах трьох областей Карпатського регіону можна виділити *два типи продуктів*:

- перебування з метою відпочинку;
  - перебування з метою оздоровлення.
- Сутністю продукту першого типу є перебування в об'єктах готельного типу (готелі і пансіонати) у поєднанні з використанням рекреаційних парамедичних і косметичних послуг, які надають оздоровчі (курортні) заклади.

До *сильних сторін* цього продукту належать:

- значна ємність нічліжної бази у курортах;
- різноманітна пропозиція медичних послуг в курортних закладах.

До *слабких сторін* належать:

- низький стандарт нічліжної бази;
- недостатність пропозицій для осіб, що прибувають з відпочинковою метою.

Сутністю *продукту другого типу (перебування з ціллю оздоровлення)* є перебування у санаторії чи курортній лікарні, поєднане із лікувальними чи реабілітаційними заходами.

До *сильних сторін* цього продукту належать:

- значна ємність курортних закладів;
- значна різноманітність лікувальних та бальнеологічних послуг.

До *слабких сторін* належать:

- недостатня поінформованість про санаторно-курортний продукт лікарів;
- низький рівень матеріального забезпечення вітчизняних відпочивальників.

Проведені маркетингові дослідження туристів у 2004-2005 рр. в оздоровчих центрах (Трускавець, Моршин, Любін Великий) засвідчили:

- основний мотив поїздки – лікування (67,1%);
- довготривалий відпочинок від 7 до 24 днів (95,5-94,4%);
- підкреслено широкий спектр лікувально-оздоровчих послуг;
- різновікові категорії відвідувачів;
- відвідувачі відзначають збережене природне середовище, почуття безпеки, але менше задовольняє якість послуг та харчування;
- невеликий вибір послуг, що доповнюють можливості активного відпочинку і розваг;
- недостатнє інформаційно-рекламне забезпечення.

#### 2.2.4. Перспективи розвитку і рекомендації дій.

Перспективи розвитку курортних місцевостей Львівської, Івано-Франківської і Закарпатської областей передбачають здійснення інформаційно-промоційних, організаційних та інвестиційних заходів.

- Зацікавлення туристів активним відпочинком задля покращення психофізичної кондиції. Як свідчить проведене дослідження, більшість відвідувачів санаторно-курортних закладів становлять особи, які приїжджають з метою лікування, а не профілактики захворювань. Серед них дуже низький відсоток молодих людей (окрім пацієнтів спеціалізованих дитячих закладів), оскільки вони часто не ознайомлені з перспективами проведення вільного часу поза оздоровчими процедурами і лікуванням. Тому важливо поряд із детально розробленими оздоровчими продуктами курортних місцевостей створити також і актуальні пропозиції щодо активного проведення вільного часу – заняття різними видами туризму і рекреації в межах курортних зон та їхніх околицях.
- Розвиток мереж агротуристичних об'єктів і пансіонатів довкола курортних місцевостей. Більшість оздоровчих продуктів Карпатського регіону мають досить високу вартість у зв'язку з дорогим проживанням у санаторно-курортних закладах, яке займає більшу частину вартості путівок. Розвиток засобів розміщення різних цінних категорій і місткості довкола курортних місцевостей дав би можливість залучити до оздоровлення і відпочинку сегмент відвідувачів з різними фінансовими можливостями і таким чином збільшити кількість відпочиваючих.
- Розширити можливості для промоції українських оздоровчих продуктів на європейському ринку. Як правило, лише знані курорти (такі як Моршин, Трускавець) активно просувають свій оздоровчо-відпочинковий продукт на туристичних ринках різних рівнів – у тому числі й міжнародних. Для цього у них створено спеціальні структури (ЗАТ «Трускавецькурорт», СКК «Моршинкурорт»), які успішно займаються інформаційно-рекламним забезпеченням своїх кластерів. Інші курортні місцевості і санаторно-курортні заклади не мають таких цільових структур і просувають свої продукти самостійно або через посередників, що не завжди ефективно – їхня пропозиція часто губиться серед подібних і не завжди правильно сформована. Окрім того, посередники, як правило, не подають розширеної інформації і безпосередніх контактних даних, що негативно впливає на прийняття рішення потенційними клієнтами про вибір місця оздоровлення чи відпочинку. Тому необхідною умовою для успішного просування оздоровчо-відпочинкового продукту є створення спеціалізованих місцевих промоційно-інформаційних структур, які представлятимуть свою курортно-відпочинкову місцевість на вітчизняному і зарубіжних туристичних ринках.
- Реклама лікувально-оздоровчих продуктів у лікарському середовищі. Для забезпечення кращої поінформованості лікарського середовища про можливості лікування і оздоровлення у курортно-відпочинкових зонах Львівської, Івано-Франківської і Закарпатської областей і промоції своїх лікувально-оздоровчих необхідно організувати спеціалізовані заходи для лікарів з різних регіонів України і зарубіжжя (конференції, наукові семінари і симпозіуми тощо), де можна було б детальніше ознайомитися з методами лікування, обладнанням оздоровчих закладів, умовами перебування тощо.
- Залучення відпочиваючих та пацієнтів до туристичних і рекреаційних занять. Відвідувачі санаторно-курортних закладів, як уже зазначалось, переважно приїжджають лише з метою лікування і оздоровлення, не плануючи жодних додаткових занять під час відпочинку. Крім того, деякі відпочиваючі приїжджають на один і той самий курорт періодично, тобто є його постійними гостями. Заклади пропонують для проведення вільного часу певний перелік рекреаційних занять, який часто не змінюють роками (одні і ті ж екскурсії, прогулянки, книги для читання у бібліотеках тощо). Задля урізноманітнення цієї пропозиції варто періодично переглядати перелік пропонованих туристичних і рекреаційних занять, оновлювати його і осучаснювати.
- Урбаністична санація та модернізація санаторної бази. Багато досить успішних закладів санаторно-курортного лікування і допоміжної туристичної інфраструктури у курортно-відпочинкових місцевостях роками користуються популярністю і не

змінюють свого зовнішнього вигляду і обладнання, не проводять модернізації і не підвищують рівня обслуговування своїх відвідувачів (їх називають закладами «фадянського зразка»). Проте з часом вони можуть втратити свою репутацію у зв'язку із появою нових привабливіших пропозицій того ж типу. Тому необхідно провести їх повну модернізацію і реконструкцію за сучасними вимогами. Для цього необхідно підготувати пакети інвестиційних пропозицій і активно шукати інвесторів.

- Професійність у просуванні продукту санаторно-курортних закладів і відпочинкових місцевостей з виділенням їхніх «родзинок» на вітчизняному і зарубіжному туристичному ринку. Хоча більшість оздоровчо-курортних місцевостей і окремих закладів має свою специфіку і певних набір лікувально-оздоровчих процедур і додаткових послуг, більшість їх не рекламують як «родзинки» і не поширюють інтенсивно інформації про унікальність того чи іншого природного лікувального засобу. Тому на світовому туристичному ринку побутує лише дуже загальне уявлення про більшість оздоровчо-курортних місцевостей і закладів Карпатського регіону України. Змінити цю ситуацію може лише потужна і постійна інформаційно-промоційна кампанія цих ресурсів і місцевостей, яка потребує суттєвих витрат: правильно і привабливо подана інформація у різноманітних засобах (друкованих, електронних), багатомовність і постійне оновлення інтернет-ресурсів курортів, участь у туристичних виставках і салонах, популяризація на спеціалізованих конференціях і симпозіумах (медичних, туристичних, інвестиційних тощо).

### 2.3. Аналіз рекламних заходів - опис, пропозиції, рекомендації.

#### 2.3.1. Опис рекламних заходів курортного туризму в Підкарпатському воєводстві.

Промоційні заходи в сфері маркетингу курортних місцевостей можна поділити з огляду на суб'єкт, який їх реалізовує. У Підкарпатському воєводстві ідентифіковано заходи, які проводили:

- органи місцевого самоврядування курортних місцевостей;
- регіональні (воєводство) органи самоврядування;
- курортні заклади/підприємства;
- туристичні підприємці з курортних місцевостей;
- туристичні організації та асоціації, які підтримують туризм;
- кластер Здоров'я і туризму „Курорти - перлини східної Польщі”.

Серед багатьох знарядь, які використовують вищезгадані суб'єкти найчастіше використовувалася:

- участь в державних і закордонних виставках, найчастіше у співпраці з органом регіонального самоврядування і іншими суб'єктами, а у випадку закордонних виставок також у співпраці з Польською туристичною організацією,
- заходи «public relations»,
- реклама в пресі,
- реклама в Інтернеті,
- безпосередній маркетинг,
- рекламні і популяризаційні матеріали.

Більшість маркетингових заходів у сфері туризму в Підкарпатському воєводстві в 2007-2013 роках здійснювалося за участю дофінансування з Євросоюзу. Фінансування походило як з Регіональної операційної програми, так і державних програм, таких як Інфраструктура і середовище, Програма розвитку сільських територій, Програма розвитку Східної Польщі, Польща - Білорусь - Україна, Польща – Словаччина, а також з швейцарського і норвезького механізмів.

### 2.3.2. Приклади рекламних проектів за 2007-2013 роки.

#### 1. 1. Спільні промоційні заходи міст Томашів Любельський Горинець-Здруй як шанс динамічного економічного розвитку Центрального і Східного Розточчя.

Об'єктом проекту є популяризація регіону Томашова Любельського в широкому розумінні (Люблінське воєводство) і Горинця-Здрую (Підкарпатське воєводство) при взаємній співпраці. Метою охоплення якнайбільшої групи одержувачів закладено промоції, у різних площинах, тобто Інтернет, публікації, ефективне знакування туристичних і культурних об'єктів. Розваги і послуги на території, охопленій проектом, зібрані і опубліковані як єдине ціле.

#### 2. 2. Співпраця гміни Краснобруд, Солець-Здруй і Риманів в галузі розвитку курортних і туристичних компетенцій.

Створено довгострокову стратегію розвитку курортів і туризму. Проведено діагностичні дослідження ситуації курортних місцевостей в Східній Польщі, визначено цілі і методи дій. В рамках промоції заплановано низку заходів для популяризації Східної Польщі і її туристичних та інвестиційних принад.

#### 3. 3. Промоційний буклет Асоціації приятелів Полянчика. Захід, при фінансовій підтримці Швейцарії, наданий в рамках швейцарської програми співпраці з новими країна-членами Європейського Союзу, через проект «Альпи Карпатам», реалізований Карпатською Фундацією - Польща.

#### 4. 4. Буклет, який популяризує гміну Риманув і село Крауновце розроблений і виданий в рамках проекту під назвою «Підвищення привабливості і туристично-рекреаційної доступності польсько-словацького прикордоння». Проект реалізовано за фінансової підтримки Європейського Союзу з Європейського фонду регіонального розвитку та з бюджету держави за посередництвом Карпатського Євросоюзу в рамках Програми транскордонної співпраці Республіка Польща - Республіка Словаччина 2007-2013.

### 2.3.3. Пропозиції і рекомендації.

Аналізуючи дотеперішні маркетингові заходи курортного туризму в Підкарпатському воєводстві, можемо зробити такі висновки:

- відчутність окремого продукту курортного туризму на регіональному рівні, відсутність промоції курортного туризму як окремого продукту;
- низький ступінь інтеграції маркетингових заходів органів місцевого самоврядування і курортних закладів;
- відсутність спільної візуальної ідентифікації для підкарпатських курортів;
- відсутність спільної промоції підкарпатських курортних місцевостей на туристичних виставках;

З огляду на вказані висновки рекомендується:

- створення міжнародного туристичного продукту «Карпатські курорти» та початок співпраці зацікавлених сторін курортного туризму в рамках продукту і марки «Carpathia»;
- інтеграція промоційних заходів курортних гмін між собою, із заходами регіонального самоврядування і Підкарпатської регіональної туристичної організації, а також з підприємцями.

## 2.4. Характеристика організацій, кластерів та інших установ, які підтримують розвиток оздоровчого туризму.

### 2.4.1. Інституції, які діють на користь розвитку туризму в Підкарпатському воєводстві

З точки зору можливості розвитку Підкарпатського воєводства в контексті взаємодії публічно-громадського сектору у галузі оздоровчого туризму найбільше значення мають інституції і громадські організації, які сфері працюють у галузі туризму і культури. До найважливіших і найбільш активних належать:

- Підкарпатська регіональна туристична організація, що знаходиться у Ряшеві,
- товариство для розвитку і популяризації Підкарпаття „Прокарпатія”, що знаходиться у Ряшеві,
- Бещадська фундація «Партнерство для Довкілля», що знаходиться у м. Леско,

- Місцева туристична організація «Табор», що знаходиться в Риманові-Здруї,
- Агротуристичне Галицьке товариство «Гостинні господарства – Бешади», що знаходиться у м. Леско,
- Товариство туристичних провідників «Карпати», що знаходиться у м. Сянок,
- Польське туристично-красознавче товариство з відділеннями,
- Польське товариство молодіжних осередків.

Окрім вищезгаданих, у воєводстві функціонує ще декілька десятків громадських організацій, діяльність яких безпосередньо або опосередковано пов'язана з розвитком оздоровчого туризму. Це, зокрема, агротуристичні товариства і місцеві асоціації, а також фонди, які діють з метою популяризації та розвитку невеликих територій.

На особливу увагу заслуговує Підкарпатська регіональна туристична організація, яка є найважливішою туристичною організацією у воєводстві. Вона була створена на початку 2002 року. Метою діяльності організації є розвиток туризму в Підкарпатському воєводстві, туристична популяризація регіону та розвиток співпраці органів територіального самоврядування воєводства, повітів, гмін, організацій, що об'єднують підприємців зі сфери туризму, туристичних товариств, а також інших суб'єктів, які працюють в галузі туризму.

### 2.4.2. Роль органів місцевого самоврядування в розвитку оздоровчого туризму.

Органи місцевого самоврядування всіх рівнів виконують встановлені законодавством та власні завдання в галузі туризму і промоції. Основні правові акти, які регулюють діяльність органів місцевого самоврядування в галузі туризму - це:

- закони про воєводське, повітове і гмінне самоврядування;
- закон про туристичні послуги;
- статuti органів місцевого самоврядування;
- стратегії розвитку органів місцевого самоврядування;
- стратегії і концепції розвитку туризму, промоції, продуктів.

Завданнями органів самоврядування рівня воєводства в сфері туризму займається Департамент промоції, туризму, спорту і міжнародної співпраці Маршалківського управління Підкарпатського воєводства. Діяльність Департаменту можна поділити на дві групи - промоцію і адміністрування. Промоція повинна заохотити туристів відвідувати даний регіон.

У зв'язку з цим працівники Маршалківського управління:

- організують і беруть участь в туристичних виставках;
- видають промоційні матеріали (карти, путівники, буклети);
- запрошують на навчальні візити журналістів і туроператорів;
- створюють регіональні туристичні продукти;
- запускають туристичні портали;
- рекламують регіон на білбордах, сітілайтах і т.п.;
- ініціюють співпрацю всіх туристичних суб'єктів воєводства.

Адмініструючи туризм самоврядування рівня воєводства:

- категоризує туристичні об'єкти (готелі, мотелі, пансіонати, кемпінги, екскурсійні доми і молодіжні осередки);
- веде реєстр регульованої діяльності для організаторів і туристичних посередників, в тому числі зберігає оригінали договорів страхування на користь клієнтів.

Закон про туристичні послуги не визначає для повітового самоврядування завдань типово туристичного характеру. Завдання повітів, пов'язані з туризмом, стосуються завдань в сфері культури, охорони пам'яток, охорони середовища, промоції повіту. Старости є наглядовими органами за діяльністю громадських організацій, зареєстрованих на території повіту.

Завданням органів самоврядування гмінного/міського рівнів, відповідно до закону про гмінне самоврядування, є перш за все задоволення потреб загалом в сфері туризму, пов'язаних з рекреаційною інфраструктурою. Роллю органів самоврядування гмінного рівня, відповідно до закону про туристичні послуги, є:

- ведення обліку об'єктів, в яких надаються готельні послуги;

- ▲ контроль над діяльністю готельних і інших об'єктів, в яких надаються готельні послуги;
- ▲ інформування органів, які ведуть облік об'єктів готельної справи, про виявлені під час контролю порушення;
- ▲ видача наказів про призупинення надання послуг до часу усунення порушень в готельних об'єктах, на наметових полях і в приватних садибах.

**Туризм в статутах органів місцевого самоврядування.** Статути визначають устрій територіальної одиниці, тобто визначають предмет діяльності, сферу завдань і принципи організації органів самоврядування. Статути закріплюють завдання в сфері туризму у відповідних відділах, департаментах і інших службових структурах, а також визначають ієрархію цих одиниць і їх підлеглисть відносно інших органів самоврядування.

Отже, можна зауважити двояке розуміння положень, які стосуються туризму в законах і самоврядних статутах.

1. Суспільні потреби мешканців громади. Створення умов для занять туризмом, в тому числі: рекреаційних територій і спортивного устаткування.
2. Створення умов для мешканців як інвесторів в туристичній галузі, в тому числі:
  - ▲ умов для виникнення агротуристичних і готельних об'єктів;
  - ▲ підтримка підприємницької активності;
  - ▲ туристична інформація (ТІ);
  - ▲ промоція в країні і закордоном (членство в регіональних та місцевих туристичних організаціях).

Підсумовуючи, можна вирізнити функції територіального самоврядування в оптимальному, сумісному з принципами сталого розвитку, формуванні туризму. Це такі функції, як:

- інтеграційна,
- стимулююча,
- промоційна,
- координаційна,
- контрольна.

#### 2.4.3. Інституції фінансової підтримки для туристичних ініціатив.

Важливу роль для розвитку оздоровчого туризму Підкарпатського воєводства відіграють інституції, метою яких є фінансова та організаційна підтримка підприємництва і громадської активності. Це інституції, які не безпосередньо сконцентровані на розвитку туризму, а лише завдяки широкому спектру діяльності долучаються до туристичних ініціатив. Серед них:

- ▲ **Асоціація Карпатський Єврорегіон Польша (SEKP), що знаходиться у Ряшеві.** Цю організацію міжнародної співпраці, яка реалізовує низку програм, що фінансуються з зовнішніх ресурсів (в тому числі ЄС, Швейцарські гранти) та використовує багато інструментів інституційної підтримки, таких як, напр.: Єврорегіональна система співпраці, Карпатська агенція регіонального розвитку, Мережа міст Карпатського Єврорегіону, Карпатський форум громадських організацій і інші. Метою Асоціації є також формування понадрегіонального, міжнародного туристичного продукту, який базується на принципах стратегії марки «Carpathia».
- ▲ **АТ «Ряшівська агенція регіонального розвитку», що знаходиться у Ряшеві.**
- ▲ **АТ «Перемишльська агенція регіонального розвитку», що знаходиться у Перемишлі.**
- ▲ **АТ «Бещадська агенція регіонального розвитку»», що знаходиться в Устриках-Долішніх.**
- ▲ **Місцеві групи дії**, які виникли в рамках програми LEADER+, та мають великий вплив на місцевий розвиток. Вони часто володіють фінансовими ресурсами для підтримки заходів з галузі туризму.

#### 2.4.4. Кластерні ініціативи

Курортні гміни і курорти в Підкарпатському воєводстві об'єднуються в інноваційний «Кластер здоров'я і туризм „Курорти - перлини Східної Польщі”». Кластер виник на підставі Угоди від 5 червня 2009 року. До кластерної ініціативи долучилися підприємці і органи місцевого самоврядування з 5 курортних гмін Підкарпатського воєводства і Свентокшиського воєводства, вузи - Університет інформатики і управління в Ряшеві (координатор) і Університет управління і адміністрації в Замості та дві установи дорадчого характеру, які підтримують комерційні починання - Асоціація промоції підприємництва в Ряшеві і ТзОВ «Центр підтримки бізнесу» з Ряшева.

У преамбулі Угоди його учасники записали: "наша мета полягає у використанні інновацій і спільних заходів в економічних процесах, оскільки ми вважаємо, що створення мережі для співпраці дозволить досягти ефекту синергії в результаті поєднання і використання потенціалу осіб, підприємств, вищих навчальних закладів, науково-дослідних установ, установ підтримки бізнесу, органів самоврядування та державних органів для трансферу і розповсюдження знань, а також інновацій, між суб'єктами співпраці".

Завдання Кластера полягає в утворенні платформи співпраці для його учасників з метою реалізації спільних проектів, що фінансуються з власних ресурсів, з європейських фондів та інших державних і закордонних фондів, призначених зокрема на: наукові дослідження, спільні інвестиційні проекти, заходи, пов'язані з розвитком сучасних технологій, а також промоцію марки Кластера, його продуктів і послуг.

Кластер має невиробничий характер - служить розвитку медичних послуг і оздоровчого туризму в поєднанні з екотуризмом, активним і культурним туризмом. Предметом конкурентної співпраці в рамках Кластера є створення інноваційних, комплексних туристичних продуктів і популяризація спільної марки продуктів та самого Кластера. Окрім того, Кластер має на меті популяризувати позитивний імідж курортів Східної Польщі, здійснює обмін досвідом і поширює найкращу практику кластерної співпраці, а також сприяє ідеї кластеризації.

#### 2.4.5. Характеристика організацій, кластерів та інших інституцій, що підтримують розвиток туризму в українських курортах.

**Використання промоційних інструментів.** Основними засобами просування оздоровчих туристичних продуктів курортів Карпатського регіону є: реклама (друкована та у засобах масової інформації), Інтернет-ресурси (WEB-сайти курортних центрів і окремих суб'єктів обслуговування), участь у виставках, форумах, конференціях.

Інформаційно-рекламне забезпечення оздоровчого туризму регіональними органами влади здійснюється через *Web-сайти регіональних органів влади, видання проспектів і буклетів, виставкову діяльність, спеціалізовані заходи* (організацію акцій, конференцій, форумів, святкування, фестивалів тощо). Інформацію про курорти Львівської, Івано-Франківської і Закарпатської областей розміщено на офіційних Інтернет-сторінках органів державної влади. Наприклад, львівський портал <http://city-adm.lviv.ua/portal/fog-tourist> містить промоційні матеріали про Львів, а також про можливості подорожей, відпочинку та оздоровлення у курортно-рекреаційних місцевостях Львівщини. На сторінці Івано-Франківської облдержадміністрації <http://www.if.gov.ua> містяться статистичні дані, такі як аналітична довідка основних фінансово-економічних показників діяльності туристичних підприємств Івано-Франківської області за даними державної статистичної звітності за формою № 1 ТУР (к), звіт про діяльність туристичних підприємств області, статистичні дані про різні види туризму тощо.

У програмах розвитку туризму і курортів кожної із трьох областей на певний період обов'язково є окремий розділ, присвячений курортній сфері – сучасний стан, напрями і перспективи розвитку тощо. Ці програми є у вільному доступі на офіційних Інтернет-сторінках органів державної влади.

Курортна тематика висвітлена на популярних *національних і регіональних web-сторінках*: сторінках туристично-інформаційних центрів, спеціалізованих порталах з туризму у Карпатському регіоні, в Україні, порталах з різних видів туризму, сайтах з туризму і відпочинку окремих регіонів і місцевостей.

Одним із найстаріший в Україні є Інформаційно-промоційний портал [Karpaty.info](http://www.karpaty.info) (<http://www.karpaty.info>), який і досі успішно функціонує. Тут розміщено детальну інформацію про гірськолижні курорти та SPA-курорти та їхні околиці (проживання, харчування, транспорт, атракції, лікування тощо), сконцентровано ілюстрований каталог закладів оздоровчо-відпочинкового і СПА-туризму Карпатського регіону з детальною характеристикою умов сервісу та контактними даними. Важливим є те, що портал має розгорнуту англійську версію.

Регіональний ТПЦ Івано-Франківської області (<http://rtic.if.ua/about.html>) містить базу інформаційно-промоційних матеріалів про можливості занять різними видами туризму та курортного сервісу на території області. Вагомою частиною діяльності організації є представлення інтересів членів туристичних організацій та курортних закладів на виставках як в Україні, так і за кордоном (Москва, Ополє, Берлін).

Популярним є промоційний Польсько-український туристичний портал Ради з туризму Карпатського єврорегіону (<http://www.tourism-carpathian.com.ua>) – тут розміщено інформаційно-промоційні матеріали про туристичні та оздоровчі можливості української частини Карпатського єврорегіону. Добре представлена різноманітна корисна інформація для гостей Івано-Франківської області Туризм.if.ua (<http://www.tourism.if.ua>) – містить інформацію про курорти і мінеральні води Івано-Франківщини.

Портал з туризму в Карпатах [turizm-karpaty.com.ua](http://turizm-karpaty.com.ua) (<http://turizm-karpaty.com.ua>) забезпечує online-бронювання послуг оздоровчого туризму. Тут розміщено детальну промоційна інформація про туристичний потенціал усіх адміністративних районів регіону та його найбільших курортних центрів. Є локалізація на онлайн-карті, масштабування та розгортки детальної інформації про кожен туристичний об'єкт, інформація про табори для дитячого оздоровчої рекреації в Карпатах та ін.

Львівський туристично-інформаційний портал [lviv-land.lviv.ua](http://www.lviv-land.lviv.ua) (<http://www.lviv-land.lviv.ua>) містить промоційні матеріали про туристично-оздоровчий потенціал Львівщини, окремий блок присвячено курортам. Також тут представлено каталог усіх санаторно-курортних комплексів із контактною інформацією.

Офіційний туристичний інформаційний портал «Вітаємо на Закарпатті» ([www.transcarpathiatour.com.ua](http://www.transcarpathiatour.com.ua)) – дочірний сайт Закарпатської ОДА, присвячений промоції туризму та курортної рекреації. Він містить детальну базу даних курортів, джерел мінеральних вод, санаторіїв і пансіонатів.

Популярними є спеціалізовані курортні веб-сайти, котрі подають детальну інформацію про курортні місцевості і курортні заклади. Головним спеціалізованим порталом є «Курорти та санаторії України» (<http://www.sankurort.ua>). Уся інформація тут розділена на основні інформаційні блоки: про Україну, про курорти, про санаторії, основні курорти, всі санаторії України – каталог, підбір санаторію – бронювання в online-режимі, установи курортної галузі України, лікування на курортах, соціальні путівки, новини галузі, новини санаторіїв. Сайт повністю продубльовано англійською мовою.

Ще одним спеціалізованим порталом є «Курорти Західної України» ([www.zahid-kurort.com.ua](http://www.zahid-kurort.com.ua)), де представлена детальна інформація про малі курорти Західного Поділля та Передкарпаття, інтерв'ю головних лікарів, покази для відвідувачів, корисна інформація та контакти.

Досить молодим, але уже популярним є портал «Курорти Карпат: vKarpath.in.ua» (<http://vkarpath.in.ua>), де інформацію подано за такими структурними підпорталами: відпочинок у Карпатах, Львівщина, Івано-Франківщина, Закарпаття, нерухомість у Карпатах, карпатська кухня, новини Карпат, лікування, цікаве в Карпатах, фото Карпат, пошук попутника. Це дає можливість зацікавити потенційних відвідувачів з широким колом інтересів. Окремі тематичні блоки про оздоровчо-відпочинкові курорти Карпат дають можливість розкрити поневілі місцевостей трьох карпатських областей (Львівської, Івано-Франківської і Закарпатської): Моршин, Орявчик, Славське, Східниця, Трускавець, Полянниця (Буковель), Татарів, Берегове, Мукачеве, Пилипець, Поляна, Солотвино, Шаян, Мигове.

Особливе місце посідають сайти окремих курортних місцевостей, таких як Трускавець, Східниця, Яремче, Берегове та інших. Усі вони надають детальну інформацію про місцевості, курортні заклади, покази до лікування, можливості відпочинку, розваг та багато іншого. Прикладом такого сайту може бути «truskavets.ua – офіційний туристичний портал міста Трускавець – найбільшого курортного центру України» ([www.truskavets.ua](http://www.truskavets.ua)), де можна здобути найдетальніше інформацію про усе, що стосується цього курорту кількома мовами. Цікавими є сайти нових нестандартних курортних місцевостей і закладів – унікальних малих гірських екокурортів, елітних SPA-курортів і тому подібних, які займають вузьку ринкову нішу і орієнтовані на особливо вимогливих клієнтів.

*Публікації.* Публікації на курортну тематику можна розділити на навчально-методичні (монографії, навчальні посібники, підручники) і рекламно-інформаційні (буклети, путівники, карти тощо). Наприклад, монографія «Курорти України державного та місцевого значення» (2010, за ред. К. Д. Бабова, О. М. Нікіпелової) охоплює теоретичні і прикладні аспекти курортної справи в Україні, містить такі розділи: Теорія курортної справи, Сучасні курортні технології України, Санаторно-курортний потенціал України, Мінеральні води і курорти Карпатського регіону України, Потенціал оздоровчого туризму в Карпатському регіоні.

У довіднику «Курорти & санаторії України від «А» до «Я» подано аналіз курортних регіонів України, курортів Карпат, ілюстрований каталог курортів, промоційну інформацію про санаторії і пансіонати.

Навчальний посібник «Туристичне краєзнавство» (Петранівський В. П., Рутинський М. Й.) серед іншого містить інформацію про курортні ресурси України, а саме: Природні умови формування бальнеологічних ресурсів України, Історія вивчення та використання мінеральних вод і лікувальних грязей в оздоровчих цілях, Класифікація курортів України, Географія населених пунктів України, віднесених до курортних.

Одним із сучасних навчальних посібників є «Географія туризму» (Кузик С. П.), де автор розглянув теоретичні питання дослідження і формування туристичної галузі, що можна застосувати і до курортної сфери: методи дослідження розвитку туризму; чинники формування туристичної привабливості території; особливості розвитку туризму в світі та в Україні; види туризму, у т.ч. – оздоровчий туризм.

Підручник «Менеджмент туризму» (Кіпченко В. К.) охоплює широкий спектр методологічних питань, які стануть у нагоді при дослідженні і плануванні напрямів розвитку курортної сфери. Серед них відзначимо: планування в туризмі, менеджмент курортів України, SWOT-аналіз іміджу курортів, конкурентоспроможність туристичної індустрії, мотивація в туризмі, контроль в управлінні туристичною діяльністю, принципи менеджменту в оздоровчому туризмі.

Деякі види туризму, які широко представлені або можуть розвиватися у курортних місцевостях Карпатського регіону, представлено у навчальному посібнику «Сучасні різновиди туризму» (Кляп М. П., Шандор Ф. Ф.). Серед них: апітуризм (медовий туризм, бджолиний туризм); екзотичний туризм в Карпатах; екологічний туризм в Карпатах; етнічний туризм в Карпатах; оздоровчо-рекреаційний туризм; медичний і СПА-туризм в Карпатах.

Серед інформаційно-рекламних видань можна відзначити десятки буклетів про потенціал оздоровчо-туристичний потенціал окремих курортів регіону, рекламних проспектів окремих курортів і оздоровчо-лікувальних послуг.

*Ярмарки і рекламні заходи.* Оздоровчо-курортні продукти різних місцевостей Карпатського регіону постійно представлені на регіональних, загальнодержавних і міжнародних виставкових заходах – ярмарках, салонах, виставках, форумах тощо. Наприклад, потенціал оздоровчого туризму на курортах Львівщини 2013 року було представлено на міжнародних та національних виставках: Міжнародна туристична біржа ІТВ (м. Берлін Німеччина), GTT (м. Гданськ Польща), MITT (м. Москва, Росія), AITF (м. Баку, Азербайджан), UITT (м. Київ Україна), VI Міжнародний туристичний форум “Харків: партнерство в туризмі” (м. Харків Україна), Міжнародний ярмарок «TIF HELEXPO S.A.» у м.Салонікі (Грецька Республіка), Міжнародний туристичний салон «Україна» (м. Київ). Курорти Карпатського регіону є постійними учасниками регіональних туристичних та інвестиційних форумів і ярмарок: Львівський міжнародний форум індустрії туризму та гостинності, області Міжнародна туристична виставка-ярмарок «Тур'євроцентр – Закарпаття 2013» та масштабний туристичний фестиваль «Євро Карпати – 2013» (м. Ужгород). У межах цих заходів відбуваються

бізнес-зустрічі, де налагоджують ділові контакти і підписують угоди, обмінюються досвідом, планують спільні проекти, відбуваються конференції, форуми і симпозиуми, ярмарки-продажі туристичних продуктів і послуг, маркових мистецьких продуктів різних регіонів тощо. Завдяки участі у таких заходах представники туристичної галузі Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської областей просувають серед іншого і оздоровчо-курортний туризм та успішно продають продукти і послуги курортних місцевостей.

#### 2.4.6. Характеристика організацій, кластерів та інших інституцій, що підтримують розвиток туризму в курортах.

Спеціалізованими організаціями, що працюють на розвиток виключно санаторно-курортного лікування і відпочинку у своїй місцевості є ЗАТ «Трускавецькурорт» і СКК «Моршинкурорт».

Стратегічною метою ЗАТ «Трускавецькурорт» є створення санаторно-курортного комплексу, який стане основним центром сучасного відпочинку для громадян України, Європи та інших країн. ЗАТ «Трускавецькурорт» - це один із найбільш популярних санаторно-курортних комплексів України, який одночасно може прийняти понад 4000 відпочивальників. До структури товариства входять:

- санаторії «Весна», «Кристал», «Алмаз», «Янтар», «Рубін», «Берізка»,
- комфортабельна вілла «Христина» та інші вілли,
- поліклініки і водолікарні, в т.ч. сучасний медичний комплекс «Мед-Палас», який складається з діагностичного центру, водолікарні та СПА-центру,
- Палац культури ім. Т.Г. Шевченка,
- курортний ресторан,
- бювети «Нафтусі» та інших мінеральних вод.

Цілощодні джерела мінеральних вод, медична база та висококваліфікований персонал забезпечують ЗАТ «Трускавецькурорт» статус провідної здравниці України в діагностиці, лікуванні та реабілітації урологічних, гастроентерологічних та інших захворювань. Щорічно більше 80 тис. відпочивальників з України і 49 країн світу користуються послугами ЗАТ «Трускавецькурорт».

*Санаторно-курортний комплекс «Моршинкурорт»* представляють такі санаторії Моршина: «Дністер», «Лаванда», «Перлина Прикарпаття», «Світанок» та санаторії «Черемош». Разом ці санаторії складають 2/3 всієї потужності курорту Моршин і можуть одночасно прийняти на лікування та відпочинок понад 1700 осіб. Санаторії Моршина, що входять до складу ДП «СКК «Моршинкурорт», компактно розміщені в самому центрі міста Моршин, в лісопарковій зоні, де завжди тихо і спокійно. За час лікування в санаторіях ви зможете забути про міську метушню і повністю насолодитись відпочинком. Реалізація путівок відбувається безпосередньо в санаторіях. У вартість путівки входить проживання, дієтичне харчування, лікування та діагностика. На базі санаторіїв створено Спеціалізовані реабілітаційні відділення для лікування найбільш поширених захворювань органів травлення та цукрового діабету (Печінковий та Кишковий центри, Відділення для оздоровлення вагітних та постраждалих наслідок аварії на ЧАЕС, для дітей з батьками, відділення для лікування хворих на цукровий діабет тощо). Лікувальні процедури всі відпочивальники санаторіїв «Моршинкурорту» проходять в Бальнеологічній лікарні, де сьогодні поряд з досвідом застосовуються найновіші технології та сучасна медична база. Бальнеолікарня курорту Моршин надає широкий спектр лікувальних процедур з застосуванням природних факторів та мінеральних джерел Моршина. Діагностика та обстеження проводяться в Лікувально-діагностичному центрі, де використовуються новітні діагностичні методики. Для відпочивальників працює бювет мінеральних вод, який став місцем зустрічей всіх відпочивальників курорту Моршин. До комплексу «Моршинкурорт» також входять місцеві заклади харчування – ресторани, кафе, розташовані поблизу санаторно-курортних закладів.

### 3. Стратегічні цілі розвитку карпатського рекреаційного туризму

Визначаючи стратегічні і операційні цілі розвитку рекреаційного туризму в польсько-українській частині Карпатського Єврорегіону, прийнято 3 фундаментальні принципи, які визначають сферу Стратегії. Вони виглядають наступним чином:

1. Документ передбачає амбітне створення туристичного продукту «Карпатські курорти», який буде елементом туристичної марки «Carpathia».
2. Стратегія матиме обмежений вплив на інфраструктурний, процедурний та інституційний розвиток курортів з огляду на багатоаспектні відмінності функціонування оздоровчого лікування в Польщі і Україні.
3. Запропоновані заходи матимуть на меті інтеграцію суб'єктів, які пропонують продукти курортного туризму в Польщі і в Україні та промоцію карпатських курортів як елементу марки «Carpathia».

Беручи до уваги принципи, визначено такі довгострокові цілі для марки карпатських курортів в 3 площинах. Стратегічним цілям підпорядковані операційні цілі.

#### СТРАТЕГІЧНИЙ ПРОСТІР I - АРХІТЕКТУРА ПРОДУКТУ

**Стратегічна мета 1.** Визначення продукту карпатських курортів з унікальним іміджем.

- *Операційна мета 1.* Ідентифікація ключових внутрішніх і зовнішніх активів марки
- *Операційна мета 2.* Розробка продукту під назвою «Карпатські курорти».

**Стратегічна мета 2.** Створення професійної системи управління промоцією туристичного продукту карпатських курортів як елементом марки «Carpathia».

- *Операційна мета 1.* Створення колективу, відповідального за управління промоцією продукту в 2014 році.
- *Операційна мета 2.* Розробка і введення системи координації промоційних заходів суб'єктів, які творять туристичний продукт карпатських курортів

#### СТРАТЕГІЧНИЙ ПРОСТІР II - СЕРЕДОВИЩЕ ПРОДУКТУ

**Стратегічна мета 3.** Зростання рівня інтеграції суб'єктів, які творять продукт в сфері інформації, співпраці в розробці продукту і реклами.

- *Операційна мета 1.* Розробка ефективно діючих механізмів співпраці між суб'єктами в сфері продукту до кінця 2015 року.
- *Операційна мета 2.* Залучення експертів наукового середовища в процес формування продукту, в тому числі в дослідницькі дії в галузі ефективності реалізації стратегії розвитку.

**Стратегічна мета 4.** Інформування і просвіта мешканців польсько-української частини Карпатського Єврорегіону на тему унікальності продукту карпатських курортів.

- *Операційна мета 1.* Розробка заходів, які мають на меті розуміння і схвалення дій, визначених Стратегією, серед місцевої громадськості до кінця 2017 року.
- *Операційна мета 2.* Підвищення рівня ідентифікації мешканців курортних місцевостей з ідеєю продукту та маркою «Carpathia».

#### СТРАТЕГІЧНИЙ ПРОСТІР III - МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЯ

**Стратегічна мета 5.** Сильне позиціонування продукту карпатських курортів з точки зору унікальності безпосередньо конкуруючих територій.

- *Операційна мета 1.* Розробка і запровадження програми маркетингової комунікації і інформаційно-промоційних заходів, скерованих до мешканців Карпатського Єврорегіону.
- *Операційна мета 2.* Розробка і запровадження програми інформаційно-промоційних заходів загальноєвропейського масштабу.

**Стратегічна мета 6.** Створення зон експериментальних точок контакту з продуктом в рамках маркетингової комунікації марки «Carpathia».

- *Операційна мета 1.* Створення каталогу подій і ініціатив, які підтримують комунікацію продукту «Карпатські курорти».
- *Операційна мета 2.* Розробка каталогу знарядь інструментів комунікації з продуктом на рівні відчуттів - використання окремих елементів концепції Карпатські відчуття - CARPATHIAN SENSES.



## 4. Карпатський курорт - визначення марки продукту.

Для іміджу визначення марки продукту використовується спрощена модель знаряддя «Синергія Марки» опрацьована консалтинговою канцелярією «Синергія» на основі методології Brand Foundations DDB Worldwide. Головним принципом визначення марки продукту є відповідність іміджем її марці «Carpathia» та особливий розвиток в сегменті оздоровчого туризму.

### 4.1. Компетенції карпатських курортів

Першим з елементів, описаних за допомогою знаряддя «Синергія марки» з метою визначення марки продукту, є компетенції. Сфери компетенції продукту, продіагностовані на даний час, а також вказані компетенції в майбутньому, сумісні зі стратегічними цілями Стратегії та принципами марки «Carpathia».

#### Компетенції сьогодні

- Пропозиція курортів карпатського регіону дуже різноманітна. Специфіка кожного з курортів виняткова.
- Карпатські курорти мають також різноманітну інфраструктуру: від занедбаних об'єктів до розкішних готелів.
- Існує велика перевага лікувальної пропозиції над туристично-рекреаційною пропозицією.
- На рівні держави промоція курортів добра. Існують спільні промоційні та кластерні ініціативи.

#### Компетенції завтра

- Маркові Карпатські курорти пропонуватимуть послуги на рівні, який відповідає принципам марки, виконує європейські стандарти.
- Карпатські курорти розвиватимуть туристичні і рекреаційні компетенції, опираючись на інфраструктуру і ресурси курортів.
- Карпатські курорти визначатимуть стандарти оздоровчого туризму для усього регіону на основі унікальних атрибутів марки.
- Карпатські курорти забезпечать ідеальні умови для відновлення здоров'я та психологічної розрядки.
- Інтеграція і промоція Карпатських курортів матиме міжнародний масштаб в рамках Карпатського Євросерединного регіону.

#### Продукт «Карпатські Курорти» повинен, перш за все:

- розвинути занедбану позалікувальну функцію - туристичну і курортну;
- зміцнити вже наявні компетенції, пов'язані з використанням унікальних лікувальних запасів, зробивши ставку на найкращі елементи, які стануть магнітом;
- зміцнити розвиток інфраструктури, сумісної із принципами марки «Carpathia», - автентичність, природа і т.д.;
- розвинути потенціал міжнародної співпраці в сфері інтеграції курортних місцевостей в культурній, науковій, соціальній і маркетинговій галузях.

### 4.2. Характерні риси продукту «Карпатські курорти»

Унікальність марки «Carpathia» виникає з поєднання різноманітної і мультирелігійної культури карпатських регіонів та незвичайного ландшафту гір з багатим світом природи. Характерні риси продукту «Карпатські курорти» виникають безпосередньо з марки «Carpathia» і це:

- **Автентичність та розуміння мультикультурності** – традиції карпатських курортів, живі традиції і обряди, народна культура, етнографія.
- **Відчуття простору та покора перед природою** - карпатська мінеральна вода, гірський краєвид, чисте повітря, мікроклімат.

В результаті навчальних зустрічей, які проводилися в ході реалізації проекту, визначено головні атрибути Карпатських курортів. Мета навчань полягала в пошуку унікальних ознак марки продукту «Карпатські курорти». Учасники в переважній більшості вказували на карпатські мінеральні води. Наступними були: гірський краєвид, клімат, чисте повітря, мікроклімат, просвіта в душі любові до регіону, пропагування здорового стилю життя та живі традиції і обряди, народна культура, етнографія.

### 4.3. Омріяний клієнт Карпатських курортів

Визначення ознак (фізичних і психографічних) ідеального «омріяного клієнта» допомагає в процесі пошуку цільових груп і формуванні іміджевої комунікації. Зі «створеним омріяного клієнта» нерозлучно пов'язаний «споживач зсередини» («consumer insight»), тобто опис внутрішньої мотивації клієнта до споживання продукту. Реалізація іміджевих заходів, базованих на «consumer insight» дозволить надати достовірність передати заклик і викликати позитивний емоційний зв'язок клієнта з Карпатськими курортами.

#### Омріяний клієнт марки

- дозрілий і чуттєвий, в віці 40+;
- з досвідом, який багато пережив;
- який шукає відповідного лікування для тіла і душі;
- не боїться нового, покинути зони комфорту, пізнати новий простір;
- який знаходиться в пошуках, змінює життєвий шлях;
- сімейний, який цінує перебування в колі друзів;
- який цінує спорт і активність на лоні природи;
- з високим рівнем самосвідомості і саморефлексії.

#### «Споживач зсередини» (Consumer insight)

*Не маю часу для себе, для мого тіла і душі.*

*Я хочу присвятити собі більше часу. Це буде корисно для мене і моїх близьких.*

*Я шукаю заспокоєння, лікування, щоб знову могли боротися з повсякденням, уже з новими силами.*

*Я люблю відкривати нову простори. Я ціную автентичність культури і справжніх людей.*

*Я хочу присвячуватися собі. Пізнаючи світ, я краще пізнаю себе.*

### 4.4. Цільові групи продукту

Аналізуючи символічну картину «омріяного клієнта» та його внутрішню мотивацію, визначено три головні і другорядні цільові групи, до яких ми скеровуємо промоційні заходи, опираючись на Стратегію. Ці групи вписуються у визначені для курортних місцевостей сегменти таких клієнтів, як:

- Особи, які проводять час в курортах як туристи, які «заряджають акумулятори», користуються кращою, ніж в інших туристичних місцевостях інфраструктурою, рідко користуються лікувальною пропозицією – **мета - туристична і рекреаційна**.
- Особи, які користуються процедурною пропозицією для відновлення здоров'я, покращення доброго стану – **мета оздоровлення** (оздоровча – неологізм з укр. мови).
- Особи хворі, які потребують лікування і реабілітації визначених хвороб – **лікувальна мета**.



## Цільові групи Карпатських курортів

1. Працюючі мешканці європейських міст середнього віку, індивідуально і в групах. *(туристична і лікування мета).*
2. Мешканці Карпат, які шукають нову якість у відомих курортах. *(туристична, оздоровча і лікувальна мета).*
3. Пари в середньому віці з синдромом «покинутого гнізда». *(туристична і лікування мета).*

## 4.5. Місія і амбіція Карпатських курортів

Черговим елементом марки «Карпатські курорти» є визначена місія і амбіція, яка послужить вказівником для тих, хто реалізовуватиме продукт, а також підтримає комунікаційний переказ, сумісний з маркою «Carpathia».

### Карпатські курорти хочуть:

- Забезпечити простір і відповідні умови для фізичного і психологічного відновлення.
- Діяти на всі види чуттів і відкривати нові простори досвіду - Карпатські відчуття (Carpathian Senses).
- Стати продуктом, завдяки якому люди у важливих і рішучих моментах свого життя (яким часто є хвороба) знаходять знову своє покликання і призначення.
- Стати продуктом, який допомагає знайти в житті правильний напрямок та дозволить повернутися до світу переконаним у своїй ролі в ньому.

## 4.6. Індивідуальність Карпатських курортів

Визначення індивідуальності (персоніфікація) продукту є способом для пізнання нинішніх рис і бажаних рис в майбутньому, які допоможуть у визначенні клімату комунікації продукту. Набір характерних рис Карпатських курортів визначено під час майстерень навчальних зустрічей.

### Карпатські курорти сьогодні:

- недооцінені
- не є загальновідомими
- природні, дружелюбні
- занедбані
- вимагають певного зусилля, щоб їх відкрити

### Курорти «Carpathia» завтра

- оздоровлюючі
- автентичні
- доброзичливі, щедрі
- енергетичні
- приятельські, товариські, гостинні
- чаруючі
- сповнені енергією, активні
- натуральні, оптимістичні

## 4.7. Переваги, які несуть Карпатські курорти

Карпатські курорти принеситимуть вигоди, поділені на три групи. Раціональні вигоди, тобто такі, які досліджуються на фізичному рівні (функціональні) і відповідають на потреби, які реалізуються природними засобами курортів. Емоційні вигоди, які повинні задовольняти потреби на рівні емоцій і психіки. Символічні вигоди, які мають значення для ефекту пізнання продукту після його споживання.

### Карпатські курорти дають наступні вигоди:

- **Раціональні (функціональні):**
  - позитивно впливають на здоров'я, лікують багато фізичних захворювань і позитивно впливають на психічне здоров'я.
- **Емоційні:**
  - забезпечують емоційне перезавантаження і цивілізаційну (технологічну) детоксикацію.
  - полегшують втечу від повсякдення до світу неповсякденних вражень.
  - знімають напругу і дозволяють відшукати внутрішню рівновагу та напрям в переломних моментах життя.
  - збагачують досвідом, пов'язаним з мультикультурністю і різноманітністю Карпат.
- **Символічні:**
  - дають шанс пізнати і зрозуміти себе, і, таким чином, збагатитися.
  - дають шанс повернути здатність тішитися життям, незважаючи на проблеми із здоров'ям.
  - забезпечують спогади, які покращуватимуть настрій і самопочуття.

## 4.8. Цінності, якими керуються Карпатські курорти.

Щоб реалізувати амбіції і бути правдивими Карпатські курорти мусять керуватися такими головними цінностями і принципами:

- Симбіоз людини з природою; повага і шана природи і її багатств;
- Автентичність; достовірність, довіра - висока якість послуг, продуктів і наявних в регіоні природних та культурних принад;
- Інтимність; тиша; спокій - місця, в яких можна заспокоїтися і відпочити від гамору міст;
- Екологія; природність;
- Енергія; радість; свіжість;
- Дух місцевої спільноти - прив'язування до місцевої культури і звичаїв, харизма і гордість, гостинність і спосіб життя - зміцнюють бажання повертатися в Карпати;
- Життєва рівновага, можливість переживання оточуючої краси і «зарядження батареї»;
- Збереження регіонального культурного спадку - турбота про історію і пам'ятки історії регіону;
- Підкреслення факту, що Карпати є «живим організмом», який знаходиться в серці Європи та складається з різноманітності і контрастів, які творять їх силу;
- Підкреслення ваги зв'язків між: минулим і сьогоденням; традицією і сучасністю; легендами, розповідями і креативністю;
- Культивування духовності і містицизму Карпат.

## 5. Промоційні заходи карпатських курортів

У цій частині документу представлено пропозиції інструментів і промоційних заходів, спрямованих на розвиток туризму в польсько-українській частині Карпатського Євросоюзу і промоції продукту Карпатські курорти.

### 5.1. Адресати іміджевої комунікації Карпатських курортів

Серед адресатів іміджевої комунікації Карпатських курортів можна виділити 6 головних груп:

**1. Туристи/курортники** (цільова група споживачів продукту), кількість яких ми можемо послідовно збільшувати завдяки точно підібраним формам комунікації промоційно-інформаційного характеру, та, в результаті, формувати групу лояльних отримувачів, збільшувати впізнаваність Карпатських курортів на державних і закордонних ринках, а також будувати міцній і постійній імідж на основі бажаних асоціацій.

**Повідомлення:** Карпатські курорти - це виняткова пропозиція для тих, хто шукає фізичного і психічного відновлення в оточенні автентичної культури і природи.

**Інструменти:** Підібраний до цільової групи набір інструментів для популяризації, зокрема Інтернет, публікації та «public relations». Залучення партнерів з туристичних організацій та відділів реклами самоврядних органів.

**2. Місцеві і зовнішні підприємці, туроператори,** яких ми переконуємо, що Карпатські курорти мають великий потенціал розвитку, у зв'язку з чим вони є добрим продуктом, а курортні місцевості - добрим діловим партнером.

**Повідомлення:** Карпатські курорти дають шанс розвитку для фірм шляхом пропозиції туристам продуктів і туристичних послуг на основі унікальних ресурсів.

**Знаряддя:** Навчання, семінари, конференції, видання посібників, безпосередній маркетинг, консультації, навчальні візити, залучення партнерів з інституцій оточення бізнесу і т.п.

**3. Місцева влада, органи самоврядування** різних рівнів, яких ми переконуємо, що Карпатські курорти є шансом і чинником розвитку для місцевих громад і варто долучитися до заходів, котрі підтримують продукт.

**Повідомлення:** Карпатські курорту сприятимуть регіональному розвитку, збільшенні інвестицій і можливості мешканців.

**Знаряддя:** Навчання, семінари, конференції, видання посібників, безпосередній маркетинг, консультації, study tour.

**4. Спеціалісти - лікарі, реабілітанти і інші** тобто медична галузь у широкому сенсі, яка повинна розуміти пропозиції Карпатських курортів і усвідомлювати користь, яка випливає з користування послугами курортів.

**Повідомлення:** Карпатські курорти досконало доповнюють процеси реабілітації і традиційного лікування, позитивно впливають на фізичне і психічне здоров'я пацієнтів.

**Знаряддя:** Навчання, семінари, конференції, видання посібників, безпосередній маркетинг, консультації, навчальні візити.

**5. Засоби масової інформації,** - за допомогою яких ми розпочнемо процес інформування про Карпатські курорти, принципи продукту, його суть і користь.

**Повідомлення:** Карпатські курорти - це виняткова пропозиція для тих, хто шукає фізичного і психічного відновлення в оточенні автентичної культури і природи.

**Знаряддя:** Заходи «media relations», в тому числі прес-тури, змістовий маркетинг, спонсоровані статті та медіа патронати, а також постійна співпраця з редакціями місцевих та державних ЗМІ.

**6. Мешканці Євросоюзу,** яких ми мотивуватимемо, інформуватимемо і інтегруватимемо довкола принципів продукту Карпатських курортів.

**Повідомлення:** Карпатські курорти сприятимуть регіональному розвитку, зростанню інвестицій та можливості мешканців.

**Знаряддя:** Заходи, які опираються на «public relations» з використанням місцевих ЗМІ та Інтернету та промоційних подій. Залучення партнерів третього сектора - громадські і культурні організації.

### 5.2. Посли Карпатських курортів

Дуже важливо підвищувати достовірність комунікації Карпатських курортів завдяки залученню в промоційні заходи авторитету відправника основних комунікаційних повідомлень - особи, яка відома широкому загалу адресатів, пов'язана зі ЗМІ і асоціюється з цінностями продукту і марки «Carpathia».

#### Внутрішні послы:

- місцеві артисти і митці, солісти і колективи, люди з шоу-бізнесу;
- представники державної влади і самоврядування;
- священики;
- особи, відомі своєю громадською і підприємницькою діяльністю;
- журналісти.

#### Зовнішні послы

- закордонні артисти або емігранти, які прославляють Карпати, які мають помешкання в Карпатах;
- вропейські політики, пов'язані з регіоном - депутати Європейського Парламенту, керівники міжнародних організацій;
- урналисти світових/європейських традиційних і електронних ЗМІ;
- мандрівники.

### 5.3. Інструменти комунікації Карпатських курортів

З огляду на оптимізацію комунікаційних заходів Карпатських курортів з фінансової, організаційної і виконавчої точки зору запропоновано набір інструментів. Якщо його належно використати, з дотриманням вказівок щодо адресатів продукту, він стане запорукою іміджевого успіху продукту.

#### Знаряддя «Public Relations»

- Media Relations - підтримка добрих відносин зі ЗМІ, організація прес-конференцій, пов'язаних з ключовими подіями в регіоні.
- Матеріали для преси, телебачення, радіо - спільне створення матеріалів про події і ініціативи, які проводяться в межах марки та публікація їх на інтернет каналах, в соціальних мережах.
- Публікації - спонсоровані статті, інтерв'ю і т.п.
- Послы марки - лідери формування думки.

### Соціальні мережі

- Соціальні портали – Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter
- Туристичні портали – TripAdvisor, WikiTravel
- Відеоканали – Youtube, Vimeo

### Друкована реклама – BTL (до конкретного адресата)

- Буклети, путівники, листівки. Друковані рекламні матеріали повинні публікуватися зі спільною візуалізацією та представляти в привабливий спосіб пропозицію Карпатських курортів, демонструвати продукти і послуги марки. Крім того, необхідними є ті матеріали, які передають ідею марки «Carpathia», - матеріали для створення іміджу.
- Рекламні матеріали, які стосуються головних подій, пов'язаних з продуктом, напр. листівки, вкладки в окремі журнали. Найважливіші події, які проводяться в курортах, повинні мати також сильну рекламну підтримку, скеровану до ключових груп адресатів

### Реклама

- Інтернет (Інтернет-сторінки мобільні додатки). Це, на даний час, найбільш ефективна з фінансової точки зору форма промоції.
- Зовнішня реклама. Не рекомендується на початку розвитку продукту. Це пов'язано з вартості та субсидіарним характером.
- Реклама в подорожніх виданнях для мандрівників, туристичних, культурних, кулінарних виданнях, а також типу «life style». Така форма реклами дозволяє у відповідний спосіб до стратегічних адресатів продукту.
- Реклама на телебаченні, радіо - її використання залежить від наявного бюджету та території покриття (місцева, державна, міжнародна).

### Додаткові елементи

- Стенди на туристичних виставках, присутність з пропозицією на національних і регіональних стендах, присутність на стенді марки «Carpathia».
- Співпраця з пунктами туристичної інформації з метою розповсюдження друкованих промоційних матеріалів.
- Цикл подій/заходів на підтримку продукту Карпатські курорти. Обрання з кожного з курортів однієї, найбільшої події для календаря циклу.
- Конференції, зустрічі спеціалістів, наукові дебати і т.п.

### Карпатські відчуття – Carpathian Senses (у дужках пропозиції учасників навчань)

- **Дотик** – предмети, об'єкти з характерною для Карпат структурою і формою (*холодна вода в струмку, освіжаючий подих вітру, м'якість трави, структура дерев'яних предметів*)
- **Зір** – характерні для Карпат краєвиди, об'єкти ландшафту, які можуть становити фото і відео повідомлення (*полонини, народне вбрання, традиційна архітектура, зелень природи, блакить неба над Карпатами, простір і відчуття свободи в горах*)
- **Слух** – унікальні карпатські звуки, музика, інструменти, спів (*звуки трембіти, народна музика, спів птахів, луна, шум струмків*)
- **Смак** – карпатські смаки - страви але і продукти, які виготовляються мешканцями напр. сири, закрутки і т.п. (*регіональні страви - борщ, сири, копченості, вареники, ягнятина; смак мінеральної води; карпатські вина; карпатські самогонки - сливовиця, паленка, боровічка, цуїка*)
- **Запах** – карпатські запахи, запахи природи, але і запахи, пов'язані з народною культурою, - використання трав (*запах хвойного лісу, запах копчених сирів і копченостей, запах трав, запах вологого лісу, скошеного луку*)

## 6. Механізм введення моніторингу реалізації стратегії

Реалізація і моніторинг стратегії часто є одними з найскладніших завдань. Продукт, який правильно реалізується та адмініструється, мусить виникнути як результат щоденної роботи окремих осіб з багатьох структур: інституцій і підприємств. У зв'язку з цим необхідно дотримуватися певних правил, які описано далі.

### 6.1. Засади і принципи реалізації стратегії

<b>Правильне управління продуктом</b>	- створення спеціального відповідального колективу, відповідального за виконання плану реалізації стратегії в рамках ширшого плану реалізації стратегії марки «Carpathia»
<b>Визначення детальних планів організації роботи</b>	- визначення пріоритетів на найближчий період, відповідних до графіку реалізації стратегії - систематичний моніторинг потреб і можливостей використання окремих ініціатив - циклічні стратегічні зустрічі
<b>Збір зворотної інформації та ступінь її використання</b>	- справна система збору інформації, яка походить з території - надання можливості участі в зустрічах зацікавленим суб'єктам, ознайомлення з поточними подіями та представлення своїх пропозицій або рекомендацій.
<b>Змістовий і формальний контроль на етапі реалізації стратегічних принципів</b>	- визначення на вступному етапі реалізації таких знарядь як: правила користування логотипом продукту, реєстраційна форма ініціативи або суб'єкта, який має намір про іміджеву підтримку.
<b>Підтримка потенціалу території та ефективне управління ним</b>	- одним з головних завдань розвитку продукту Карпатські курорти повинно бути розвиток партнерства, яке б охоплювало органи місцевого самоврядування та інші організації - залучення території у вигляді локальних ініціатив з'явиться тоді, коли окремі суб'єкти визнають ідею продукту привабливою та висловлять зацікавленість.
<b>Сильна мотивація колективу до реалізації стратегії</b>	- відповідний профіль членів колективу управління продуктом, які усвідомлюють стратегію та марку «Carpathia», відкритих на світ і нові технології. - підтримка ентузіазму і ангажування колективу, створення культури праці, яка б сприяла креативності. - продукування нових ідей і спонукання креативності членів колективу.

### 6.2. Визначення суб'єктів відповідальних за введення стратегії і їх ролі

Наступний етап підготовки продукту Карпатських курортів полягає у визначенні його зацікавлених сторін, тобто організацій, підприємств і осіб, відповідальних за підготовку і реалізацію продукту.

У процесі формування продукту Карпатських курортів як одного з продуктів марки «Carpathia» визначили наступних зацікавлених сторін та окреслили їх основні ролі.

**I. Координатор і власник марки «Carpathia»** – Асоціація Карпатський Єврорегіон Польща. Його головне завдання - створення управляючої інституції та нагляд за нею. Асоціація відповідатиме також за процес сертифікації туристичних продуктів та інституційну, громадську, політичну і промоційну підтримку марки «Carpathia».

**II. Оператор марки (управляюча інституція)** – це організація, створена Асоціацією Карпатський Єврорегіон Польща, власником марки «Carpathia», характер якої відповідатиме принципам сучасної інституції типу DMO (Destination Management Organization). Юридична форма оператора має бути чітко визначена, так само, як і її залежність і підлеглість по відношенню до власника марки. DMO марки «Carpathia» відповідатиме також за реалізацію Стратегії Карпатських курортів, в тому числі структуру і управління продуктом. До головних завдань управляючої інституції належатимуть:

- координація процесу підготовки і реалізації туристичного продукту та співпраці з іншими учасниками продукту;
- створення спеціального колективу, відповідального за виконання плану реалізації стратегії в рамках ширшого плану реалізації стратегії марки «Carpathia»;
- реалізація правил і принципів реалізації та моніторингу Стратегії Карпатських курортів;
- промоція туристичного продукту та пов'язаних з ним інституцій чи осіб;
- співпраця з SEKP в процесі сертифікації туристичних продуктів;
- співпраця з Асоціацією Карпатський Єврорегіон Польща в процесі сертифікації туристичних продуктів.

**III. Стратегічний Партнер марки – регіональний субоператор в Україні – Асоціація органів місцевого самоврядування «Єврорегіон Карпати – Україна»,** як інституція, що представляє структури Карпатського Єврорегіону з українського боку, У стратегії реалізації марки «Carpathia» відповідатиме за управління портфелем марки на території Українських Карпат. До завдань цієї організації належить:

- утворення та координація системи реалізації марки «Carpathia» в Україні;
- контракування продуктів марки «Carpathia» з українського боку;
- контроль і моніторинг за якістю продуктів марки «Carpathia» з українського боку;
- координація реалізації Стратегії карпатських Курортів з українського боку.

**IV. еритеріальні органи самоврядування,** – які є членами Карпатського Єврорегіону і на території котрих функціонують курорти. Їх роль в процесі підтримки продукту зводиться до:

- співпраці з туристичним продуктом;
- співпраці в веденні діяльності, пов'язаної з трансфером знань;
- надання патронату заходам, пов'язаним з туристичним продуктом;
- створення умов для розвитку туристичного продукту шляхом сприяння продукту та підтримки інституції або пов'язаних з ним осіб;
- підготовці територій, приміщень і т.п. для розвитку туристичного продукту.

Завдяки співпраці в рамках марки, органи місцевого самоврядування отримуватимуть наступні вигоди:

- участь в престижному гоні самоврядних структур, які співпрацюють з метою створення спільного суспільно-економічного простору в Карпатах;
- можливість використання знань і досвіду колективу реалізації марки «Carpathia» в галузі розвитку туризму і маркетингу;
- охоплення території органів місцевого самоврядування промоційною підтримкою в сфері продуктів марки, заходів і туристичних послуг та включення суб'єктів з території до бізнес-портфелю постачальників Карпатської марки;
- можливості отримання підтримки ініціатив розвитку у вигляді інструментів і механізмів Карпатського Єврорегіону.
- координація підготовки пропозиції проектів для фінансування з ЄС в перспективі 2014 – 2020 років, що відповідають засадам Стратегії Карпатської Марки в рамках концепції Віртуальної карпатської програми «Карпатський Горизонт 2020».
- кристування міжнародними (європейськими і світовими) партнерськими зв'язками Асоціації Карпатський Єврорегіон Польща.

**V. Підприємці** (безпосередні постачальники продукту) - виконавці туристичних продуктів марки «Carpathia» і Карпатських курортів.

Головні завдання для цієї групи:

- підготовка пропозиції продуктів, яка б відповідала принципам Стратегії Карпатських курортів і Стратегії марки «Carpathia»;
- співпраця з управляючим туристичним продуктом і іншими учасниками продукту;
- надання основної інформації про туристичний продукт;
- надання інформації про інші продукти марки «Carpathia»;
- промоція Карпатських курортів і марки «Carpathia».

Завдяки співпраці в рамках марки, підприємці отримуватимуть наступні вигоди:

- можливість включення власних продуктів і послуг до пропозиції Карпатських курортів і марки «Carpathia» за принципом сертифікації;
- підтримка в формі навчань в сфері маркетингу, пов'язаного з розвитком Карпатських курортів і марки «Carpathia»;
- рекламна підтримка, яка включає різнобічну діяльність на міжнародному рівні у багатьох інноваційних формах.
- включення в освітню політику і обмін альпійсько-карпатським досвідом на базі польсько-швейцарського партнерства, опираючись на функціонуючий Альпійсько-Карпатський туристичний кластер знань;
- допомога в підкоренні закордонних ринків збуту для продуктів Карпатської марки в рамках політики міжнародної співпраці Карпатського Єврорегіону та користування підтримкою проєкспортних механізмів для Марки;
- координація підготовки пропозиції проектів для дофінансування з ЄС в перспективі 2014 - 2020, що відповідають засадам Стратегії Карпатської Марки в рамках концепції Віртуальної карпатської програми «Карпатський горизонт 2020».

**VI. Громадські організації** - галузеві асоціації, регіональні/місцеві туристичні організації, які займаються промоцією, культурні організації і інші.

Головні завдання громадських організацій в процесі формування і реалізації продукту Карпатських курортів:

- підготовка пропозиції продуктів, яка б відповідала принципам Карпатських курортів і марки «Carpathia»;
- співпраця з управляючим туристичним продуктом і іншими учасниками продукту;
- надання основної інформації про туристичний продукт;
- надання інформації про інші продукти марки «Carpathia»;
- реклама Карпатських курортів і марки «Carpathia».

Завдяки співпраці в рамках марки, громадські організації отримуватимуть наступні вигоди:

- можливості отримання підтримки ініціатив розвитку у вигляді інструментів і механізмів Карпатського Єврорегіону.
- промоційна підтримка діяльності в рамках комунікації Карпатських курортів і марки «Carpathia»;
- можливість отримання через інформаційні канали і механізми співпраці Карпатського Єврорегіону суттєвої підтримки для своєї діяльності;
- можливість отримання через інформаційні канали і механізми співпраці Карпатського Єврорегіону суттєвої підтримки для своєї діяльності;
- можливість участі в Карпатському форумі громадських організацій - платформі співпраці карпатських громадських організацій;
- можливість економізації і комерціалізації діяльності громадських організацій на основі участі в бізнес моделі марки «Carpathia»;
- координація підготовки пропозиції проектів для дофінансування з ЄС в перспективі 2014 - 2020, що відповідають засадам Стратегії Карпатської Марки в рамках концепції Віртуальної карпатської програми «Карпатський горизонт 2020».

**VII. Науково-дослідні установи** – університети, науково-дослідні інститути, середні і вищі школи. Головним завданням буде наукова підтримка процесів формування продуктів Карпатські курорти і марки «Carpathia», в тому числі ведення досліджень туристичного ринку.

Завдяки співпраці в рамках марки, науково-дослідні інститути отримуватимуть наступні вигоди:

- співпраця з інституціями в реалізації діяльності наукового і дослідницького характеру;
- можливості отримання підтримки діяльності у вигляді інструментів і механізмів Карпатського Єврорегіону.
- можливість співпраці з карпатськими і альпійськими науково - дослідними партнерами в рамках Альпійсько - Карпатського кластера знань;
- можливість використання досвіду закордонних партнерів Карпатського Єврорегіону в сфері освіти на всіх рівнях, особливо в контексті пристосування освітньої пропозиції до потреб ринку праці;
- координація підготовки пропозиції проектів для дофінансування з ЄС в перспективі 2014 - 2020, що відповідають засадам Стратегії Карпатської Марки в рамках концепції Віртуальної карпатської програми «Карпатський горизонт 2020».

**VIII. Засоби масової інформації** – місцеві, регіональні, загальнодержавні в тому числі профільні. Головним завданням буде промоційна та інформаційна підтримка для Карпатських курортів і пропозиції туристичних продуктів марки «Carpathia».

Завдяки співпраці в рамках марки, ЗМІ отримуватимуть наступні вигоди:

- доступ до широкої сфери міжнародних джерел інформації, пов'язаної з функціонуванням Карпатського Єврорегіону і впровадженням Стратегії Карпатської марки;
- участь в міжнародному партнерстві Карпатських ЗМІ та користування рішеннями, які підтримують співпрацю ЗМІ в Карпатському Єврорегіоні;

- міжнародна співпраця в сфері реклами Марки і «public relations»;
- координація підготовки пропозиції медіа-проектів для дофінансування з ЄС в перспективі 2014 - 2020, що відповідають засадам Стратегії Карпатської Марки в рамках концепції Віртуальної карпатської програми «Карпатський горизонт 2020»

### 6.3. Графік введення Стратегії

Стратегічні цілі і операційні	Рік N	Рік N+1	Рік N+2	Рік N+3	Рік N+4	Рік N+5
<b>Стратегічна мета 1.</b> Операційна мета 1. Ідентифікація ключових внутрішніх і зовнішніх активів марки.						
<b>Стратегічна мета 1</b> Операційна мета 2. Розробка продукту під назвою «Карпатські курорти».						
<b>Стратегічна мета 2.</b> Операційна мета 1. Створення колективу, відповідального за управління рекламою продукту в 2014 році.						
<b>Стратегічна мета 2.</b> Операційна мета 2. Розробка і введення системи координації рекламних заходів суб'єктів, які творять продукт						
<b>Стратегічна мета 3.</b> Операційна мета 1. Опрацювання справно діючих механізмів співпраці між суб'єктами в сфері продукту до кінця 2015 року.						
<b>Стратегічна мета 3.</b> Операційна мета 2. Ангажування експертів наукового середовища в процес формування продукту, в тому числі в дослідницькі дії в сфері ефективності реалізації стратегії розвитку.						
<b>Стратегічна мета 4.</b> Операційна мета 1. Опрацювання заходів, які мають на меті розуміння і схвалення дій, визначених в Стратегії серед місцевої громадськості до кінця 2017 року.						

<b>Стратегічна мета 4.</b> Операційна мета 2. Підвищення рівня ідентифікування мешканців курортних місцевостей з ідеєю продукту та маркою «Carpathia».						
<b>Стратегічна мета 5.</b> Операційна мета 1. Опрацювання і введення програми маркетингової комунікації і інформаційно-реklamних заходів, скерованих до мешканців Карпатського євро регіону.						
<b>Стратегічна мета 5.</b> Операційна мета 2. Опрацювання і введення програми інформаційно-реklamних заходів загальноєвропейського масштабу.						
<b>Стратегічна мета 6.</b> Операційна мета 1. Створення каталогу подій і ініціатив, які підтримують, комунікацію продукту «Карпатські курорти».						
<b>Стратегічна мета 6.</b> Операційна мета 2. Опрацювання каталогу знарядь, для підтримки комунікації продукт на рівні відчуттів - використання окремих елементів концепції Карпатські відчуття - CARPATHIAN SENSES.						





**PARTNER WIODĄCY**

Stowarzyszenie Euroregion Karpacki Polska  
Rynek 5; 35-064 Rzeszów  
tel./fax: +48 17 853 68 98  
e-mail: sekretariat@karpacki.pl  
[www.karpacki.pl](http://www.karpacki.pl)

**ГОЛОВНИЙ ПАРТНЕР**

АСОЦІАЦІЯ "КАРПАТСЬКИЙ ЄВРОРЕГІОН - ПОЛЬЩА"  
пл. Ринок 5; 35-064 Ряшів  
тел./факс: +48 17 853 68 98  
Електронна скринька: sekretariat@karpacki.pl  
[www.karpacki.pl](http://www.karpacki.pl)



**PARTNER PROJEKTU**

Zrzeszenie Samorządów  
"EUROREGION KARPATY – UKRAINA"  
ul. Wynnyczenki 18/140  
79008 Lwów  
tel./fax: +380322357574  
e-mail: eku@ukr.net  
[www.euroregionkarpaty.com.ua](http://www.euroregionkarpaty.com.ua)

**ПАРТНЕР ПРОЕКТУ**

Асоціація Органів Місцевого Самоврядування  
«ЄВРОРЕГІОН КАРПАТИ – УКРАЇНА»  
вул. Винниченка, 18/140  
79008, м. Львів  
тел./факс: +380322357574  
Електронна скринька: eku@ukr.net  
[www.euroregionkarpaty.com.ua](http://www.euroregionkarpaty.com.ua)





Mikroprojekt „Strategia rozwoju turystyki uzdrowiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej