

Юлія Головчук

*канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри маркетингу та реклами,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-
економічного університету*

Андрій Голод

*д-р екон.наук, професор,
завідувач кафедри туризму,
Львівський державний університет
фізичної культури
імені Івана Боберського*

МАРКЕТИНГОВІ МЕХАНІЗМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ НАДАННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ

Санаторно-курортні послуги в сучасних умовах не обмежуються лише традиційним лікуванням та профілактикою захворювань, а дедалі частіше уводять додаткові оздоровчі, рекреаційні та пізнавальні елементи. Розширення ринкових можливостей закладів, що надають такі послуги, неодмінно передбачає необхідність модернізації їх діяльності, яка має дати змогу курортам, зокрема в Україні, загалом вийти на якісно новий рівень функціонування та конкурентоспроможності.

Так, С. Мороз виокремлює такі напрями модернізації санаторно-курортного господарства, як реконструкція та будівництво нових санаторно-курортних закладів, розвиток їх інфраструктури; формування туристичної та розважальної інфраструктури курортів; диверсифікація діяльності санаторно-курортних закладів; формування їх стійкої системи на основі готельного принципу; кластеризація курортів; промоція рекреаційних можливостей курортів та окремих закладів; співпраця курортів із туристичними підприємствами;

упровадження технічних інновацій у діяльність санаторно-курортних закладів; інноваційний менеджмент [3].

Основним маркетинговим механізмом модернізації системи надання санаторно-курортних послуг є промоція, яка полягає в ефективному просуванні санаторно-курортних послуг на регіональному, національному та міжнародному ринках, спонукаючи туристів до задоволення їх рекреаційно-оздоровчих потреб. Відповідно, можна виокремити такі основні рекламні інструменти просування санаторно-курортних послуг:

- участь у міжнародних туристичних виставках, ярмарках, форумах, здатних формувати тривалі міжнародні стосунки (метою таких заходів є обмін санаторно-курортним досвідом, просування послуг, залучення іноземних інвестицій та потенційних туристів);
- організація міжнародних рекламних або інформаційних турів, які спеціально розробили туроператори для менеджери з туризму (турагентів) для ознайомлення з туристично-рекреаційним продуктом, новими оздоровчими маршрутами, оздоровчими послугами, а також з основними оздоровчими закладами курорту чи регіону загалом;
- інтернет-маркетинг, який пропонує широкі можливості в процесі просування санаторно-курортних послуг (серед основних інструментів інтернет-маркетингу можна виокремити медійні банери на сайтах, створення веб-сайту, реклама в пошукових системах за ключовими словами, просування послуг через соціальні мережі тощо);
- проведення івент-заходів у міжсезоння та низький сезон (конференції, семінари, корпоративи, симпозіуми, тренінги, розважальні або науково-освітні заходи) [2].

Водночас охарактеризовані напрями модернізації санаторно-курортного господарства мають сенс лише в контексті інтеграції курортної сфери до структури регіональної туристичної системи [1]. У такому разі сучасні модернізовані курорти зі сформованими брендами, що орієнтовані на міжнародний ринок, можуть стати ваговою конкурентною перевагою регіону та важливим напрямом маркетингової політики регіонального розвитку туризму.

Ключові слова: санаторно-курортні послуги, маркетингові механізми, модернізація, туризм.

Список використаних джерел

1. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія / Андрій Голод.– Львів : ЛДУФК, 2017.– 340 с.
2. Модернізація санаторно-курортного господарства як чинник маркетингової політики регіонального розвитку туризму / Голод А. П., Головчук Ю. О., Мороз С. Р., Дудаш О. І. // Інтернаука. Серія: Економічні науки.– 2022.– № 9.– URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8235>.
3. Голод А. П. Основні напрями модернізації санаторно-курортного господарства / Голод А. П., Мороз С. Р. // Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених, асп. і студ. (26 травня 2021 року, м. Львів).– Львів, 2021.– С. 186–189.