

курортних територій України, створений з метою інформаційного забезпечення моніторингу природних територій курортів і прогнозування можливих змін під впливом господарської діяльності, дозволить створити інноваційний курортно-лікувальний продукт як марок, що діють, які вже зарекомендували себе як в Україні, так і за її межами, так і нових курортів (при відповідному матеріально-технічному забезпеченні і інформаційно-рекламній підтримці), просувати цей продукт як на вітчизняному, так і на міжнародному туристичних ринках.

Висновок. Спираючись на вищесказане, можна зробити висновок про те, що Луганська область має всі підстави для розвитку рекреаційного потенціалу. Важливо не просто привабити туристів, а й спонукати їх приїжджати регулярно, рекомендувати територію для відвідування своїм знайомим. Для цього потрібна спеціально розроблена програма по формуванню туристичного іміджу території. Розвиток санаторно-курортної справи в області потребує підтримки, погодження в межах всієї індустрії туризму країни.

Використані джерела:

1. Курорты. Энциклопедический словарь / Гл. ред. Е. И. Чазов. - Москва «Советская энциклопедия», 1983.- 592 с.
2. Кусков А. С., Лыскова О. В. Курортология и оздоровительный туризм: Учебное пособие. - Ростов н/Д: «Феникс», 2004.-320 с.
3. Парфиненко А. Ю. Туристический имидж как источник конкурентоспособности региона / А. Ю. Парфиненко // Актуальные проблемы экономики, менеджмента, маркетинга: Материалы междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 17-19 нояб. 2009 г.): в 2 ч. отв. ред. Г. И. Ткаченко. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2009. – Ч. 2. – С. 257-262.
4. Спирченко М. А. Образ, имидж и брэнд туристского города. – Режим доступа: http://archvuz.ru/magazine/Numbers/2007_22/template_article?ar=K21-40/k23.
5. Таранова Ю. В. Туристический имидж страны / Ю. В. Таранова // Имидж государства / региона: современные подходы : новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. 3 /отв. ред. Д.П. Гавра. – СПб.: Роза мира, 2009. – 264 с.
6. Фисуненко О. П. Природа Луганской области // О. П. Фисуненко, В. И. Жадан.- Луганск.- 1994.- 233 с.
7. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2007.- 312 с.

УДК: 338.48.:379.8

Плешивецова М.В.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ СПА-ІНДУСТРІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ГАЛУЗІ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В АР КРИМ

В роботі висвітлені питання термінології лікувально-оздоровчого туризму, представлені тенденції розвитку СПА-індустрії, а також проаналізовані основні проблеми становлення СПА-туризму в АР Крим.

Ключові слова: СПА-туризм, велнес, СПА-курорт, санаторій, тенденції розвитку, туристичний потік.

В работе освещены вопросы терминологии лечебно-оздоровительного туризма, представлены тенденции развития СПА-индустрии, а также проанализированы основные проблемы становления СПА-туризма в АР Крым.

Ключевые слова: СПА-туризм, велнес, СПА-курорт, санаторий, тенденции развития, туристический поток.

In the article the problems of the medical tourism terminology are highlighted, the trends of the SPA-industry development are mentioned, and the basic problems of formation SPA-tourism in Crimea are analysed.

Key words: spa tourism, wellness, spa, sanatorium development trends, tourist flow.

Постановка проблеми. Як свідчить міжнародна статистика, сьогодні відбувається бурхливий розвиток таких видів оздоровчого туризму як велнес- та СПА-туризм. Дослідження, які були проведені Global Spa Summit, показали, що дохід від «оздоровчого туризму» у 2007 р. перевищив 106 млрд. доларів США. Відповідно до даних European Travel Monitor на сегмент оздоровчого туризму припадає до 15% всього міжнародного відпочинкового ринку.

Беручи до уваги той факт, що Україна має значний запас рекреаційних ресурсів, який у більшій мірі представлений в АР Крим та на Західній Україні, можна й слід говорити про перспективи та можливі шляхи розвитку даного напрямку туризму. Тобто обрана тема статті є досить актуальною з точки зору розвитку туризму й міжнародного іміджу нашої Батьківщини.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Розвиток лікувально-оздоровчого туризму останнім часом став предметом дослідження багатьох міжнародних організацій, вчених різних країн світу, у тому числі й вітчизняних. Так, наприклад, щорічно результати своєї роботи подають у вигляді звітів Medical Wellness Association (MWA), Global Spa Summit, SpaFinder. Серед іноземних дослідників у даній сфері працюють Патрісія Ерфурт-Купер та Малькольм Купер, Мелані Сміт та Кетрін Келлі, Жанет Д'Анжело, Джей Паркінсон та інші. Санаторно-курортна діяльність своєю специфікою привернула увагу багатьох українських вчених: О.О. Любіцевої, В.І. Павлова, Л.М. Черчика, Г.В. Казачковської та інших [1;2].

Виклад основного матеріалу. Історично склалося так, що українське поняття «лікувально-оздоровчий туризм» значно відрізняється від його аналогів у світовій практиці. Найбільш динамічний розвиток даного виду туризму в Україні відбувався за радянських часів. Але слід зауважити, що на той час він був соціальним та дотаційним, а не прибутковим, як за кордоном. У світовій класифікації видів туризму до лікувально-оздоровчого напрямку можна віднести медичний (medical tourism), оздоровчий (health tourism and wellness tourism) та СПА-туризм (SPA-tourism). Дані терміни часто ототожнюють та плутають, оскільки для них ще не встановлені чіткі визначення. На даний момент деякі міжнародні організації займаються дослідженням особливостей медичного, оздоровчого та СПА-туризму з метою чіткого їх розподілу. До таких

організацій належать: International SPA Association (ISPA), Medical Tourism Association, Medical Wellness Association (MWA), Global Spa Summit, Medical Travel Quality Alliance. Такий розподіл необхідний для чіткого відображення у статистичній звітності результатів розвитку кожної зі сфер, а також для усвідомлення конкретних потреб споживачів послуг даного виду туризму.

Міжнародна організація Global Spa Summit, спираючись на характеристику туристів та мету їх подорожі, дає наступні визначення для оздоровчого та медичного туризму:

Медичний туризм охоплює людей, які подорожують до іншого місця тимчасового перебування з метою лікування захворювань або отримання косметологічних послуг і при цьому шукають нижчі ціни, більш якісні послуги або нові косметичні підходи, які вони не можуть отримати у своїй країні. Туристи даного сектору – це зазвичай хворі або особи, які шукають косметологічні чи стоматологічні хірургічні процедури [3, 17].

Оздоровчий (wellness) туризм приваблює туристів, які подорожують з метою проведення активної діяльності, яка сприяє підтримці чи покращенню їх особистого здоров'я та самопочуття. У своїх пошуках вони спираються на унікальність та традиційність місцевих методів терапії, чого не можуть знайти у межах своєї батьківщини. Зазвичай такі туристи поєднують оздоровлення із профілактичними підходами покращення здоров'я та якості життя [3, 20].

Дослідження, які були проведені Global Spa Summit, показали, що дохід від світового «медичного туризму» у 2007 р. склав 50 млрд. доларів США, у той час як дохід від «оздоровчого туризму» перевищив 106 млрд. доларів США [3, 23]. Така статистика є переконливою для інвестування та розвитку велнес- та СПА-туризму.

Відповідно до даних European Travel Monitor темпи зростання СПА-лікувального туризму є найбільшими з-поміж усіх секторів туристичної галузі: Світовий Банк відзначає зростання галузі приблизно на 30% щорічно, тоді як туристична індустрія в цілому щорічно зростає в середньому на 4-5% [2, 17].

Оздоровчий туризм більше асоціюється зі СПА-курортами, термальними ваннами чи іншими методами оздоровлення з використанням води. Взагалі поняття «wellness» за версією American Heritage Dictionary означає гарний стан фізичного і духовного здоров'я як результат правильного харчування, фізичної активності і корисних звичок». Слово «wellness» походить від англійських слів «well-being» (добробут) та «fitness» (натренованість, здоровий стан організму) і вперше було надруковане в Оксфордському словнику у 1654 році.

СПА (Sanus Per Aqua – здоров'я через воду), як пояснює International Spa Association (ISPA), присвячені підвищенню загального добробуту за допомогою різних професійних послуг, які сприяють оновленню стану розуму, тіла і духу. СПА, насамперед, – це природний курорт із максимальними можливостями оздоровлення та відновлення. Він

призначений як для тих, хто відчуває недугу, так і для абсолютно здорових людей, в якості профілактики. При цьому основна мета будь якого СПА – це боротьба із втомою та стресами [5].

СПА-туризм в останні роки став дуже популярним. До найважливіших причин його розвитку можна віднести зростаючий у світі інтерес до здорового способу життя, процеси глобалізації, які надають можливість більш широкого вибору курортів, СПА-послуг зі збереженням балансу між ціною і якістю, а також процес «прискорення життя», збільшення кількості стресів та скорочення часу для відпочинку.

Як впливає зі звіту «The Global Spa Economy 2007», доходи від діяльності СПА-закладів у 2007 році склали близько 47 млрд. доларів США. За результатами Global Spa & Wellness Summit 2012 в усьому світі у SPA-індустрії працює близько 130 000 – 180 000 менеджерів та директорів СПА [6, 2].

Найбільш повну класифікацію СПА запропонував Європейський центр вивчення і пропаганди курортів та водних джерел ISPA Europe [5]. Дана класифікація приведена на рис. 1.

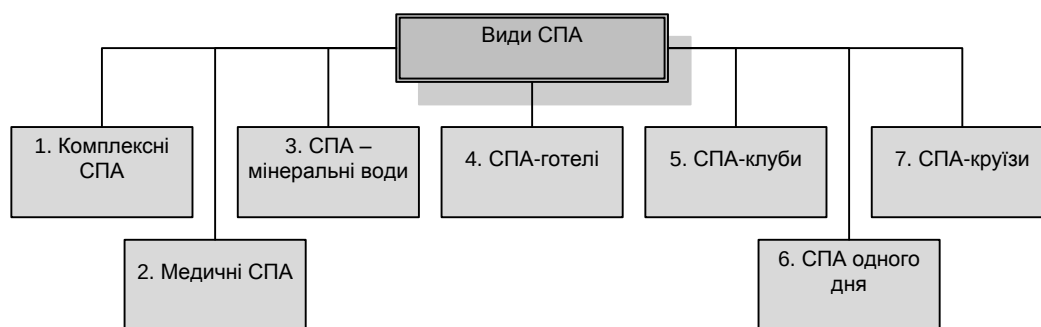


Рис. 1. Класифікація СПА за Європейським центром вивчення і пропаганди курортів та водних джерел ISPA Europe

Організація SpaFinder (Нью-Йорк, США) визначила ряд основних тенденцій розвитку СПА-індустрії у світі [1, 6-52]:

1) Серед СПА-процедур велика увага приділяється рефлексотерапії, яка належить до традиційної китайської медицини (в основному використовують точковий масаж стоп з метою впливу на різні органи тіла). Майже в кожному СПА-салоні обов'язково є програми догляду за ногами. Така тенденція не є випадковою, оскільки сучасна жінка у повсякденному житті більшу частину дня носить взуття на підборах, що спричинює біль у суглобах та м'язах ніг. Статистика, яку надають медичні експерти, говорить про те, що 4 із 5 американок та 60 % жінок Великобританії мають проблеми зі здоров'ям ніг.

2) Відроджується використання в СПА-центрах холодної води та льоду з метою зміцнення здоров'я. Традиційно СПА-терапія спирається на оздоровчі властивості гарячої води, використовуючи при цьому сауни, парові бані, джакузі, масаж з гарячими камінцями тощо. Це допомагає

людині розслабитися, заспокоїтися, зняти нервовий стрес, а також стимулює потовиділення, що дає змогу очистити організм від токсичних речовин та сприяє покращенню стану шкіри. Контрастне використання холодної і гарячої води в оздоровчих цілях використовувалося ще 2000 років тому. Римляни завершували свої СПА-процедури у фригідарії (одне з приміщень в стародавніх римських термах, де був басейн з холодною водою і який використовувався після купання в басейні з гарячою водою), що стимулювало вироблення ендорфінів. Ендорфіни мають корисний вплив на організм людини: зменшують больові відчуття, позитивно впливають на емоційний стан та роботу регуляторних систем організму, нормалізують артеріальний тиск, частоту дихання. Новаторством у даному методі терапії є облаштування у СПА-центрах «снігових кімнат», в яких можна встановлювати режими «снігопад з освітленням», «помірний снігопад», «заметіль» (Hill Resort & Spa (Канада), Champneys Tring (Великобританія)). Найсуворішим типом «холодної терапії» є кріотерапія, яка передбачає перебування людини в охолодженій камері від -160°C до 0°C протягом 2-3 хвилин лише у купальному костюмі, шкарпетках, рукавичках та масці. Так, наприклад, у реабілітаційному Олімпійському центрі у Польщі кімната кріотерапії використовується спортивними командами з усього світу. Крім того, слід зазначити, що низька температура прискорює процес схуднення, оскільки сприяє спалюванню зайвих калорій.

3) Розвиток «оздоровчого коучингу» сприяє становленню його як найбільш ефективної моделі для спонукання людей до здорового способу життя. Оздоровлення за даною методикою виконується із використанням спеціально складених оздоровчих програм для кожної особи окремо, враховуючи її фізичні, фізіологічні, психічні та психологічні властивості, тип темпераменту, стан здоров'я, вік тощо. Використання аналітичних комп'ютерних програм, які дають можливість вивчати та аналізувати стан здоров'я клієнта на кожному етапі програми, підтримка з ним зв'язку та надання консультацій після від'їзду стають пріоритетними напрямками розвитку СПА-центрів.

4) Останнім часом зростає популярність комп'ютерних ігор, присвячених СПА-індустрії. Мільйони людей у всьому світі витрачають свій вільний час на такі ігри, як «Sallie Spa», «Sara's Super Spa» or «Spa Mania». Деякі компанії використовують такі ігри як рекламу та як метод розповсюдження своєї продукції. Так, наприклад, французька компанія «Clarins» розмістила на Facebook подібну іграшку «Spa Life», в якій учасникам надається можливість накопичувати бали для придбання її продукції. Більшість медичних експертів погоджуються із твердженням, що ігри можуть стати ключовим фактором у зміні охорони здоров'я у світі, оскільки вони за допомогою рівнів, бонусів, балів, задач стимулюють зацікавленість учасників залишатися у системі. Потрібно лише правильно спроектувати етапи та результат гри, щоб вона приносила максимум користі здоров'ю населення. Лідером у цій індустрії є проект США «Games

for Health», який об'єднує професіоналів двох сфер – медицини та комп'ютерних ігор з метою створення та дослідження позитивного впливу подібних ігор на здоров'я людей і державну політику охорони здоров'я. Існують навіть спеціальні сайти для тих, хто дотримується дієти з метою схуднути, на яких можна робити ставки і отримувати прибуток за умови втрати зайвої ваги (HealthyWage.com). За прогнозами експертів, доходи від «оздоровлюючих ігор» у 2015 році досягнуть 2 млрд. доларів США, що доводить перспективність даного напрямку [1, 20].

5) Ще одним напрямком у СПА-індустрії є поєднання її із кулінарним туризмом. У даному випадку туристам, які відпочивають і оздоровлюються у СПА-готелях та курортах, пропонуються екскурсії із дегустацією до виноробень, мастер-класи по приготуванню вишуканих страв тощо. Наприклад, у СПА-комплексі «Guerlain» (Нью-Йорк) нещодавно був запущений проект подання у вестибюлі СПА-ланчів до або після процедур. Зробити замовлення можна за допомогою ай-подів, розташованих у межах всього СПА-салону.

6) З'являються нові підходи до використання у СПА-терапії старих методів зняття стресу за допомогою кольору, світла, ароматерапії, вібрацій та звуків природи. Медичні дослідження показують, що різні системи (органи) організму людини вібрують на різних частотах. При подальшому вивченні цього питання дана властивість може бути використана для профілактики захворювань органів тіла за допомогою вібрацій.

7) Історично в СПА-індустрії увага акцентувалася лише на оздоровленні організму, але останнім часом тенденція змінилася. Значного розвитку набувають краса та догляд за зовнішністю, при чому доступність таких послуг розрахована на різні верстви населення. На сьогоднішній день майже у всіх СПА-салонах пропонують широкий вибір косметичних послуг.

8) У 2011 р. Всесвітнім самітом СПА-індустрії був відкритий сайт SpaEvidence.com, який став першим світовим порталом, створеним для накопичення медичних досліджень у сфері оздоровлення та СПА. Сайт є корисним як для туристів, так і для структур, які надають СПА-послуги. Відповідно до маркетингових досліджень «Spas & the Global Wellness», 71 % респондентів відповіли, що вони відвідуватимуть більш охоче СПА, якщо матимуть доступ до результатів досліджень, які стосуються якості послуг у різних СПА. Крім того, слід відмітити таку тенденцію, як використання СПА-процедур у медичних закладах. Яскравим прикладом таких інтегрованих лікарень є Медичний центр UCLA в США, де розроблені програми з підготовки медичних фахівців з терапії йоги, лікування ефірними маслами, правильного харчування.

9) Традиційно СПА були місцем відпочинку дорослих від щоденних проблем, у тому числі й від сімейних обов'язків виховання дітей. Сучасні СПА з метою привернення уваги більшої кількості клієнтів пристосовуються до відпочинку своїх гостей усією родиною, пропонуючи послуги для підлітків і дітей. На багатьох курортах пропонуються послуги

нянь. Пристосовані до дитячого відпочинку СПА знаходяться зараз на підйомі. Такими, наприклад, є «Nickelodeon Suites» та «Keylime Cove» у Флориді (США). У Bodywize Day Spa (Гонконг) дітей змалку привчають до йоги за допомогою історії, музики і ляльки. Новий гавайський курорт Aulani пропонує батькам вивчити основи дитячого масажу під керівництвом професіоналу.

10) Ще однією тенденцією в СПА-індустрії є індивідуалізація кожного закладу, копіткий підхід до їх дизайну та створення вражаючих інтер'єрів. Так, наприклад, у Soqoon Spa на Пхукеті (Таїланд), дизайн буквально переносить любителів СПА у світ природи. В центрі знаходиться «Гніздо», розкішний сплетений з гілок дерева будинок, в той час як на території курорту знаходяться приватні басейни, тропічний душ, сауни і т.д., до того ж заклад розташований в тропічному лісі. Ritz-Carlton SPA у Гонконзі за версією ISPA є найвищим СПА у світі, оскільки знаходиться на 116 поверсі готелю. Sparkling Hill Resort & Spa (Канада) позиціонує себе як перша будівля у світі із «кришталевою архітектурою», так як збудована вона із 3,5 млн. кристалів Сваровські. Vota Vota SPA на воді в старому порту Монреаля є плавучим п'ятизірковим СПА-центром, побудованим на старій баржі.

Усі описані тенденції викликані розвитком СПА-індустрії як прибуткового бізнесу, заснованого на концепції здорового способу життя.

Найбільшим сучасним СПА-туристичним регіоном у світі за кількістю подорожей є Азіатсько-Тихоокеанський регіон (у 2007 р. сюди було здійснено 53,3 млн. СПА-подорожей). Проте доходи від СПА-подорожей найбільшими є в Європі, що заробляє майже вдвічі більше ніж Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Основними міжнародними СПА-напрямами (за кількістю подорожей) в Європі є Іспанія, Італія, Франція, Німеччина, Великобританія та Австрія. [2, 18].

Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Проекту «Локальні інвестиції та національна конкурентоспроможність» у 2011-2012 рр. займалося вивченням потенційних ринків для СПА-лікувального туристичного сектору Криму. Цей проект є першим комплексним дослідженням такого роду за роки незалежності України.

Перш ніж говорити про проблеми та тенденції розвитку СПА-туризму в АР Крим, як і в цілому в Україні, слід розібратися із термінологією даної сфери діяльності. За результатами дослідження USAID було виявлено, що в Україні існує лише дві професійні національні СПА-асоціації – Українська СПА асоціація та Союз професіоналів СПА, готелів та велнес-курортів України, але вони не пропонують власних класифікацій видів СПА. Натомість в Україні існує офіційна статистична класифікація санаторно-курортних і оздоровчих закладів, яка включає санаторії, пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, будинки і пансіонати відпочинку, бази та інші заклади відпочинку, а також заклади 1-2 денного перебування. Труднощами класифікації є те, що окремі категорії, а саме: «СПА-дестинація» та «СПА-мінеральні джерела», не

використовуються і не пояснюються в Україні, а поняття «СПА-курорт» в українській практиці означає місце або територію, тоді як за європейськими стандартами СПА-курорт є закладом, а місце або територія визначається як «СПА-місто», «СПА-територія» або «місто-курорт» [2, 32]. Із цього випливає, що однією з перших проблем, яка має бути вирішена, є визначення у законі України «Про курорти» понять, пов'язаних зі СПА-туризмом та проведення класифікації СПА-закладів відповідно до міжнародних стандартів та тенденцій розвитку СПА-індустрії.

Далі йде проблема фінансування розвитку СПА-курортів. Приблизно третина всієї кількості санаторіїв та профілакторіїв України знаходиться в Криму. Дані бюджету розвитку спеціального та загального фондів державного бюджету демонструють, що на розвиток галузі спрямовується зовсім незначний відсоток видатків (у 2005 році – 3,6%, у 2007 році – 10,6 %, у 2009 році – 2,7% від доходу). Якщо порівняти з тенденціями світового ринку – то в середньому 30% від доходів галузі реінвестується в її розвиток. Окремі дані щодо інвестицій у приватні санаторно-курортні заклади відсутні [2, 32].

У межах даної проблеми слід зауважити, що державні органи влади повинні максимально зміцнювати партнерські відносини із бізнесом, оскільки розвивати СПА-індустрію у Криму без інвестицій приватного сектору буде неможливим.

Однією з причин, чому іноземні туристи не їдуть відпочивати на українських курортах, є низька якість послуг. Вирішення даної проблеми має бути комплексним. З одного боку, слід звернути увагу на підготовку досвідчених кадрів. Для цього необхідно на державному рівні переглянути навчальні програми університетів, які готують спеціалістів туристичної галузі, та перейти до вузької їх спеціалізації. При цьому варто враховувати види та форми туризму. Також важливо вирішити проблему сезонної плінності кадрів, яка також впливає на неефективну роботу персоналу. Це можливо зробити лише за допомогою переходу до цілорічного функціонування лікувально-оздоровчих закладів АР Крим, що в свою чергу вимагає розвитку видів туризму, альтернативних пляжному відпочинку. Спа-туризм може стати одним із них. Не менш важливим для підвищення якості послуг, а разом з тим і іміджу курортів, є питання сертифікації та категоризації. Якщо даним питанням будуть займатися не лише державні органи, але й створені в Україні дві професійні національні СПА-асоціації, які, співпрацюючи із міжнародними організаціями зі СПА-та велнес-туризму, проводитимуть сертифікацію за відомими міжнародними стандартами і видаватимуть міжнародні сертифікати якості, то це може привернути неабиякий інтерес зі сторони іноземних туристів.

Ще однією перешкодою є пост-радянські способи організації відпочинку та оздоровлення. Наприклад, серед пропозицій санаторно-курортного лікування вкрай рідко зустрічаються пакетні пропозиції (за винятком, власне, путівок на лікування), які пропонували б комплекс послуг зі СПА-відпочинку на певну кількість днів. Натомість, в Європі це

дуже поширена практика – провідні СПА-курорти пропонують різноманітний набір пакетів на певну кількість днів для різних соціальних груп клієнтів (чоловіків, жінок, сімей, молоді, вагітних тощо), де вказаний перелік певних процедур та їх кількість.

Крім вже названих проблем, існує ще одна – майже повна відсутність маркетингових досліджень та реклами. Статистична звітність не ведеться на належному рівні. Проблематичним є зібрати достовірну інформацію щодо реальної кількості відпочиваючих, тим паче про розподіл туристів за країнами прибуття, віком, статтю, ціллю приїзду тощо. А це, в свою чергу, унеможливорює проведення якісного аналізу потенціалу розвитку галузі. Не проводяться дослідження соціального портрету кримського туриста, потенційних ринків збуту туристичних послуг. Крім того, проблему популяризації курортів АР Крим слід вирішувати шляхом проведення масштабної рекламної політики за кордоном на державному рівні.

Враховуючи, що близько 85% іноземців, які відвідали Крим й перебували у санаторно-курортних закладах – громадяни Російської Федерації, необхідно, замислитись над переорієнтуванням туризму півострова й на інші країни [2, 58]. Беручи до уваги те, що останніми роками зростає кількість оздоровлених з Польщі та Вірменії, слід проводити в цих країнах активну рекламну кампанію. На початковому етапі реклама АР Крим також повинна бути представлена в таких державах, як Грузія, Словаччина, Білорусія, Німеччина, Угорщина, Латвія, Литва.

Враховуючи те, що СПА-курорти надають послуги високої якості, вони стануть недоступними для багатьох українців. Крім того, відсоток заповнення оздоровниць МОЗ України та інших міністерств і організацій, у відомстві яких вони знаходяться, може знизитись через те, що іноземні туристи надаватимуть перевагу СПА-курортам. За відсутності інвестицій деякі санаторії можуть припинити свою діяльність. Саме тому процес створення нових СПА-курортів та реформування вже існуючих санаторіїв, пансіонатів з лікуванням, санаторіїв-профілакторіїв, баз відпочинку повинен керуватися державою. З точки зору автора статті, правильним було б створити сприятливий інвестиційний клімат для реконструкції збудованих ще за радянських часів оздоровниць АР Крим, з одного боку, і обов'язково залишити деяку квоту (близько 30 %) для профспілок організацій з метою оздоровлення українців зі зниженою вартістю путівки, з іншого.

Таким чином, можна зробити висновок, що не дивлячись на бурхливий розвиток СПА- і велнес-індустрії у світі, до сих пір не вирішеним є питання стосовно термінології у даній сфері. Для України даний вид туризму є новим і поки що не вивчається значною мірою. Навіть законодавство в сфері туризму і курортів не містить таких понять як СПА-курорт, їх види, велнес-індустрія тощо. Розвиток оздоровчого туризму в АР Крим має багато невирішених проблем, але за підтримки державних

органів влади може стати «донором» бюджету країни. Все це вказує на те, що дана тема є відкритою для подальших досліджень.

Використані джерела:

1) Top 10 Global Spa Trends Forecast / SpaFinder Research 2012. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/8%20-%20spafinder%202012%20spa%20trend%20report.pdf>; 2) Вивчення потенційних ринків для СПА-лікувального туристичного сектору Криму / Звіт Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) 2010. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://linc.com.ua/documents/storage/Spa_Market_Research.pdf; 3) Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit? / Research Report: Global Spa Summit 2011/ – [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf; 4) Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities / Global Spa Summit 2010. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/gss_spasandwellnessreport_final.pdf; 5) SPA-туризм в Криму. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.crimea-kurort.com/side/58-otdih/467/>; 6) Spa Management Workforce & Education: Addressing Market Gaps / ReseaRch RepoRt Global spa & Wellness summit 2012/ – [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.globalspaandwellnesssummit.org/index.php/spa-industry-resource/research>.

УДК 911.3

Шивала Ю.А.

ГЕОГРАФІЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТАХ

Проаналізовані наукові дослідження в галузі географії сільського зеленого туризму. Визначено основні закономірності територіального розподілу агроосель у Карпатському регіоні. Проведений аналіз послуг, що надаються туристам у карпатських агрооселях. Здійснений аналіз територіальної організації садиб сільського зеленого туризму на території Українських Карпат.

Ключові слова: сільський зелений туризм, агрооселя, Українські Карпати.

Проанализированы научные исследования в области географии сельского зеленого туризма. Определены основные закономерности территориального распределения агроусадьб в Карпатском регионе. Проведенный анализ услуг, предоставляемых туристам в карпатских агроусадьбах. Проведенный анализ территориальной организации усадеб сельского зеленого туризма на территории Украинских Карпат.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, агроусадьба, Украинские Карпаты.

The article defined the features of the geography of rural tourism. Analyzed the main regularities of spatial distribution of rural homesteads in the Carpathian region. The analysis of the services provided to tourists in the Carpathian rural homesteads. Identified the analysis of the territorial organization of rural tourism farmsteads in the Ukrainian Carpathians.

Key words: rural tourism, farmstead, Ukrainian Carpathians

Вступ. Розвиток сільського зеленого туризму в Українських Карпатах впливає позитивним чином не лише на функціонування територіальних туристичних комплексів, а й на поліпшення соціально-економічної становища сільського населення гірських регіонів. Державна