

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

(інститут)

Фінансово-економічний факультет

(факультет)

Кафедра туризму та економіки підприємства

(повна назва)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня магістра

(бакалавра, магістра)

студента **Тарасова Євгена Миколайовича**

(П І Б)

академічної групи **242М-22-2**

(шифр)

спеціальності **242 Туризм**

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою **«Туристична діяльність»**

(офіційна назва)

на тему: **«Управління розвитком санаторно-курортного комплексу»**

(офіційна назва)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	Бондаренко Л.А.			
розділів:				
1. Теоретичний	Бондаренко Л.А.			
2. Дослідницький	Бондаренко Л.А.			
3. Проектний	Бондаренко Л.А.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Безугла Л.С.			

Дніпро
2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри туризму та
економіки підприємства
(повна назва)

_____ БЕЗУГЛА Л.С.
(підпис) (прізвище, ініціали)
«__» _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістра

(бакалавра, магістра)

студента Тарасова Є.М. академічної групи 242М-22-2

(прізвище та ініціали)

(шифр)

спеціальності 242 Туризм

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туристична діяльність»

(офіційна назва)

на тему: «Управління розвитком санаторно-курортного комплексу»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 06 листопада 2023 р. № 1353-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретико-методологічні основи дослідження розвитку санаторно-курортного комплексу	17.10.2023 р.
Дослідницький	Аналіз і діагностика стану санаторно-курортного комплексу в Україні	24.11.2023 р.
Проектний	Розробка напрямів стійкого розвитку ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»	29.12.2023 р.
Оформлення кваліфікаційної роботи магістра		16.01.2024 р.

Завдання видано _____
(підпис керівника)

Бондаренко Л.А.
(прізвище, ініціали)

Дата видачі 02.10.2023 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 19.01.2024 р.

Прийнято до виконання _____
(підпис студентка)

Тарасов Є.М.
(прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: с.75, рис. 24, табл. 10, 47 літературних джерел.

В кваліфікаційній роботі магістра проаналізовано діяльність ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина», а також вивчено досвід застосування сучасних методичних підходів та інструментів для ефективного управління розвитком санаторно-курортного комплексу.

Було сформульовано рекомендації щодо формування комплексу просування санаторно-курортних продуктів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина». Розроблено анкету для відвідувачів з метою визначення рівня якості надання послуг та відповідно задоволення ними рекреантів з використанням стратегій десенсибілізації і сенсибілізації.

Метою дослідження є вдосконалення системи управління розвитком санаторно-курортного комплексу.

Об'єкт дослідження – процес управління розвитком санаторно-курортного комплексу.

У процесі роботи використано такі **методи**: теоретичного узагальнення, класифікації, статистичний, індукції та дедукції (при формулюванні висновків проведеного дослідження), графічний (для візуалізації анкетних даних), прийоми фінансового аналізу (використання абсолютних, відносних і середніх величин, групування, порівняння), таксономічного аналізу – для оцінки економічної ефективності запропонованих інвестиційних заходів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: САНАТОРНО-КУРОРТНИЙ КОМПЛЕКС, ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ, ПОСЛУГА, РЕКРЕАЦІЯ, РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ, ПРОСУВАННЯ, САНАТОРНО-КУРОРТНІ ПОСЛУГИ.

PAPER

Explanatory note: p. 75, fig. 24, tab. 10, 47 sources.

The master's thesis analyses the activities of Sanatorium «Kurort Orlivshchyna» LLC, as well as the experience of applying modern methodological approaches and tools for effective management of the development of the sanatorium-resort complex. Recommendations for the formation of a complex for promoting the sanatorium and resort products of LLC Sanatorium «Kurort Orlivshchyna» have been formulated. A questionnaire for visitors has been developed to determine the level of quality-of-service provision and, accordingly, the satisfaction of recreationists with the use of desensitization and sensitization strategies.

The purpose of the study is to improve the management system for the development of the sanatorium-resort complex.

The object of research is the process of managing the development of a health resort complex.

The following methods were used in the research process: theoretical generalization, classification, statistical, induction and deduction (in formulating the conclusions of the study), graphical (for visualization of questionnaire data), financial analysis techniques (use of absolute, relative and average values, grouping, comparison), taxonomic analysis - to assess the economic efficiency of the proposed investment measures.

KEY WORDS: HEALTH RESORT COMPLEX, ECONOMIC EFFICIENCY, SERVICE, RECREATION, REGIONAL FEATURES, PROMOTION, HEALTH RESORT SERVICES.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ	9
1.1 Санаторно-курортний комплекс: поняття, роль та особливості розвитку	9
1.2 Механізм функціонування санаторно-курортного комплексу в Україні	17
1.3 Державне регулювання розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні	21
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ І ДІАГНОСТИКА СТАНУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ	29
2.1 Регіональні особливості розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні	29
2.2 Організаційно-економічна оцінка діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»	38
2.3 Методичні підходи до формування комплексу просування санаторно-курортних продуктів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»	51
Висновки до розділу 2	57
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА НАПРЯМІВ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТОВ «САНАТОРІЙ «КУРОРТ ОРЛІВЩИНА»	59
3.1 Удосконалення критеріїв оцінювання у ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»	59
3.2 Розробка комплексу просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» в період воєнного стану	67
Висновки до розділу 3	72
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	80

ВСТУП

Актуальність теми. Санаторно-курортний комплекс є вкрай перспективною і досить значущою складовою економічної сфери, адже рекреація та відновлення громадян є одними з найважливіших завдань, поставлених перед урядом тієї чи іншої країни. В сьогоденнішніх реаліях України важливо розвивати і підтримувати санаторно-курортний комплекс, функції якого не обмежуються тільки можливістю організації фізичного і психологічного відпочинку, а й відновлення менш дієздатної людини до звичного рівня працездатності. Тому актуальність обраної тематики вкрай висока саме сьогодні, коли розвиток ринку санаторно-курортних послуг має настільки ж велике значення для охорони здоров'я нашої країни, як і класичної галузі господарства.

Якість послуг та їх різноманітність, які надаються санаторіями, мають відповідати високому рівню, який необхідний для задоволення потреб громадян у санаторно-курортних послугах. Важливим є розвиток санаторно-курортних комплексів і підвищення якості надаваних ними послуг призведе до природної конкуренції між ними, що позитивно позначиться на ринку санаторно-курортних послуг.

Актуальність, теоретична і практична значущість вказаних питань зумовили вибір теми, мету й завдання кваліфікаційної роботи магістра.

Теоретичні та прикладні аспекти розвитку санаторно-курортних комплексів знайшли відображення у наукових публікаціях таких вітчизняних вчених, як: Бондаренко Л.А., Абалуєв Р.М., Біржаков М.Б., Бовтун І.В., Боголюбов В.С., Бозін В.П., Бордюг Т., Бистров С.А., Гаєва Д.Д., Гвозденко А.А., Голубчиков Ю., Гольман І.А., Горшенін В.Ю., Гриценко О., Зонін М.А., Лінчевський Е.Е., Успенський І.В. тощо.

Метою і завданням роботи є вдосконалення системи управління розвитком санаторно-курортного комплексу.

Для досягнення мети було визначено такі завдання:

- дослідити санаторно-курортний комплекс: поняття, роль та особливості розвитку;
- дослідити існуючі механізми функціонування санаторно-курортного комплексу в Україні;
- провести аналіз державного регулювання розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні;
- визначити регіональні особливості розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні;
- провести організаційно-економічну оцінку діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»;
- розробити методичні підходи до формування комплексу просування санаторно-курортних продуктів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»;
- удосконалити критерії оцінювання у ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»;
- розробити комплекс просування санаторно-курортних продуктів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» в період воєнного стану.

Об'єктом дослідження є процес управління розвитком санаторно-курортного комплексу.

Предметом дослідження є розробка системи управління розвитком санаторно-курортного комплексу.

Методи дослідження: теоретичного узагальнення, класифікації, статистичний, індукції та дедукції (при формулюванні висновків проведеного дослідження), графічний (для візуалізації анкетних даних), прийоми фінансового аналізу (використання абсолютних, відносних і середніх величин, групування, порівняння), таксономічного аналізу – для оцінки економічної ефективності запропонованих інвестиційних заходів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що результати проведеного дослідження можуть бути використані керівництвом ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина», а також іншими підприємствами, які працюють у сфері туризму та рекреації у подальшій своїй діяльності.

Інформаційною базою дослідження стали праці провідних вітчизняних та закордонних вчених з питань стратегічного планування діяльності санаторно-курортних закладів, нормативні документи, фінансова звітність.

Апробація результатів. Результати дослідження опубліковано у фаховому журналі «Економіка та суспільство» за темою «Кризовий реінжиніринг бізнес-процесів як сучасний метод забезпеченні якості туристичних послуг» та апробовано у Матеріалах I всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених «Розвиток туристичного бізнесу, економіки та підприємництва: виклики сьогодення» за темою: «Організація лікувально-оздоровчого туризму в дніпропетровській області, 26–27 вер. 2023 р., м. Дніпро НТУ «Дніпровська політехніка».

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи: Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, що містить 47 найменування. Основний зміст кваліфікаційної роботи викладений на 75 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 24 рисунка та 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ

1.1 Санаторно-курортний комплекс: поняття, роль та особливості розвитку

Санаторно-курортний комплекс в Україні займає особливе становище в рамках реалізації завдань з підтримки високого рівня здоров'я громадян. Стабільне зростання економічних показників, конкурентні переваги та поліпшення рівня життя безпосередньо залежать від якісних трудових ресурсів а рівень здоров'я населення залежить не тільки від стану та ефективної якості медичного обслуговування та соціальних програм, а й від роботи санаторно-курортного комплексу, головною метою якого є оздоровлення всього населення.

Теорія туризму за кордоном диференціює індустрію курортів на два елементи: сферу гостинності та курортну індустрію як особливий вид активності, спрямований на реалізацію поїздок з метою туризму.

Однак, у сучасних реаліях ринкової економіки, яка швидко розвивається, визначення курортної діяльності не повною мірою описує всю повноту реальних відносин та організацію діяльності санаторно-курортного комплексу, тому, при розширеному тлумаченні цього визначення варто вказати, що санаторно-курортна діяльність - це узагальнення всіляких форм практичної та наукової діяльності з організації і подальшої реалізації профілактики хвороби, лікування і відновлення хворих, ґрунтуючись на природних ресурсах, а також сукупності заходів щодо організації діяльності курортних земель.

Санаторно-курортна діяльність, нарівні з державною системою охорони здоров'я, є особливою галуззю економіки, що виконує низку соціально-значущих завдань із підтримання здоров'я громадян. Для такої важливої мети

вітчизняний санаторно-курортний комплекс має у своєму розпорядженні великі запаси природних ресурсів і збережену з радянських часів санаторно-курортну інфраструктуру.

Внаслідок того, що санаторно-курортна діяльність описує роботу курортів, то в рамках роботи варто дати визначення останнім.

Курорт - певна територія, колись освоєна, що володіє великим видом природних ресурсів, і використовує останні в профілактичних і лікувальних завданнях. На даній території розташовуються спеціальні установи та об'єкти інфраструктури, призначені для раціонального природокористування лікувальних ресурсів.

Визначення території як «курорту» відбувається за умови великих наукових досліджень і підтвердження рекреаційної значущості місцевості.

Основою класифікації курортів слугує їхній провідний природний лікувальний фактор. Відповідно до цього курорти ділять на бальнеотерапевтичні, грязьові та кліматичні. Якщо курорти мають у своєму розпорядженні кілька курортних чинників, вони вважаються кліматобальнеотерапевтичними, бальнеогрязьовими, кліматогрязьовими, кліматобальнео-грязьовими.

На курортах проводять комплексну терапію, що включає, крім природних лікувальних факторів, фізіотерапію, дієтотерапію, лікувальну фізкультуру, медикаментозне та інші види лікування.

На багатьох курортах проводять і амбулаторно-курсове лікування. Зазвичай до сучасних курортів висувають такі вимоги:

1. Наявність вивчених кліматичних, бальнеологічних, грязьових та ін. лікувальних ресурсів, що забезпечують нормальне функціонування курорту та його розвиток;
2. Наявність спеціальних гідрогеологічних, бальнеотехнічних та ін. пристроїв, споруд і установ для раціонального застосування курортних факторів (каптажі, бурові свердловини, питні галереї, бювети, ванні будівлі,

грязелікарні, пляжі, солярії, аерарії, плавальні басейни, кабінети фізіотерапії тощо);

3. Наявність лікувально-профілактичних закладів (санаторії, пансіонати, готелі, курортні поліклініки), що забезпечують медичне обслуговування хворих, а на кліматичних курортах - ще й оздоровчих закладів, призначених для відпочинку і туризму (будинки відпочинку, пансіонати для відпочивальників, літні містечка відпочинку, молодіжні табори, курортні готелі, турбази, мотелі, кемпінги тощо);

4. Наявність спортивних споруд і майданчиків, культурно-освітніх і видовищних закладів (курзали, кінотеатри, виставкові зали, бібліотеки тощо);

5. Наявність підприємств громадського харчування, торгівлі та побутового обслуговування (кафе, бджоли, бджоли побутового обслуговування (кафе, бари, ресторани, магазини, перукарні, майстерні);

6. Наявність комунального обладнання та благоустроїв, що відповідають гігієнічним вимогам (водопостачання, каналізація, енергопостачання, теплофікація, утримання в чистоті повітря, велика кількість зелених насаджень, парків, квітників тощо) [5].

Основний вид діяльності, що здійснюється на курортах стосовно відпочивальників, це оздоровчий відпочинок. Останній містить у собі перебування на курортах та інших рекреаційних місцевостях практично здорових осіб, які не потребують спеціального медичного догляду, лікарському спостереженні або лікуванні.

Медичний туризм сприймався спочатку як подорож для медичних втручань, і чимало трактувань відображають саме таку точку зору, проте, найчастіше зустрічається дещо інша ієрархія визначень. Рисунок 1.1 демонструє різницю між термінами поняття «послуга».

Теоретико-методологічною базою наукових досліджень з проблематики продукування і надання санаторно-курортних послуг є класичні та сучасні положення теорії конкурентних переваг, організації сфери послуг,

спеціалізації й кооперації. Вказані положення розроблені багатьма зарубіжними і вітчизняними вченими [1, 7].

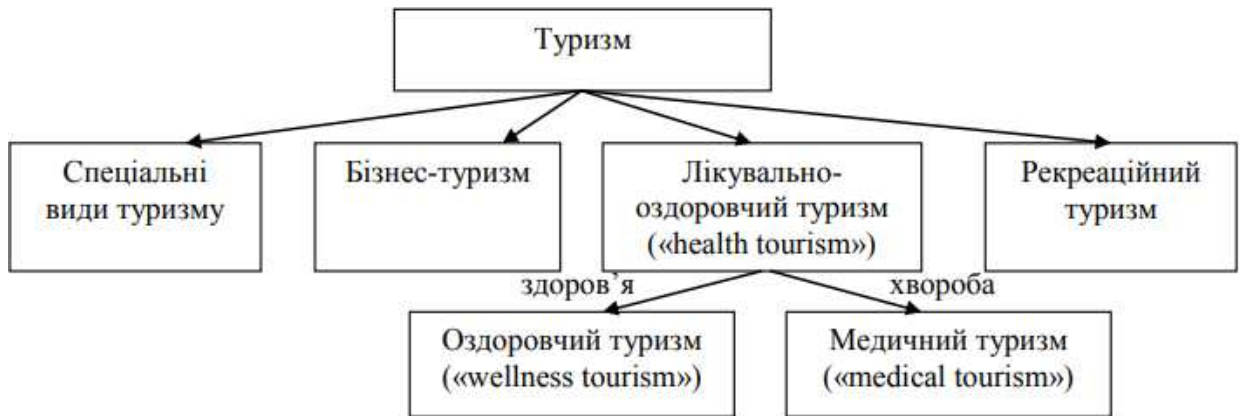


Рисунок 1.1 – Ієрархія лікувально-оздоровчого туризму серед інших видів туризму, та його категорії

Джерело: [8]

Перш ніж перейти до опису концептуальних засад «санаторно-курортної послуги», доцільно з'ясувати ключові особливості послуги як ринкового блага, що має цінність, споживчу цінність та ціну. У спеціальній літературі представлено значну кількість визначень поняття «послуга» (таблиця 1.1).

Окремі науковці характеризують послугу як нематеріальне благо, споживане в момент її надання, тобто виробництво послуги відбувається одночасно з її споживанням. Ці дві події збігаються в просторовому й часовому вимірі та є можливими завдяки прямій взаємодії між сторонами надавача і споживача. Характерною рисою послуги є «нетранспортабельність», що виключає можливість придбання з метою подальшої реалізації для отримання прибутку. При цьому вартість послуг посередника визначається лише специфікою, яка є незалежною та ніби неявно міститься в товарі [12].

За допомогою санаторно-курортних послуг громадяни отримують санаторно-курортний продукт - об'єднання елементів, що мають як

матеріальний характер (рекреаційні ресурси), так і нематеріальний (санаторно-курортні послуги).

Таблиця 1.1 – Визначення поняття «послуга»

№	Джерело	Визначення
1	Фредерік Бастіа	Послуги слід розглядати як діяння людей, котре здійснюється людьми і ними ж споживається. Таке функціонування набуває матеріальної вартості, а подана в цій іпостасі послуга перетворюється у товар
2	О. Ланге	Називає послугами «будь-які функції, пов'язані... із задоволенням людських потреб, що безпосередньо направлені на виробництво будь-яких предметів»
3	Е.М. Агабабьян	Ототожнює послугу з «корисним ефектом, котрий виникає в процесі продуктивної праці як цілеспрямованої діяльності. Корисний ефект є сукупністю корисних властивостей, направлених на задоволення певної потреби людини»
4	С.Ф. Легорнева	Послуга розуміння «стану людини або предмету, що належить будь-якому учаснику економічних відносин...»
5	О. В. Гладкий	Визначає послугу у вигляді «особливої споживчої вартості, отриманої певною працею нарівні з іншим товаром, проте особливість споживчої вартості послуги полягає у тому, що праця визначає послугу не як річ, а як діяльність». Отже, послуга аналізується в контексті безпосередньої праці суб'єктів, тобто діяльності. Діяння протиставляється речі, але мова йде не про кожне діяння, а лише про те, яке не має уречевленого результату. Методологічно вагомим є підхід щодо ідентифікації поняття послуги зі сторони не лише діяльності, а діяльності корисної
6	Л.П. Дядечко	Послуга – це вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару
7	Р. Норманн	У послугі вбачає вигоду, котру сфера послуг пропонує споживачеві
8	Ф. Котлер	Тлумачить послугу в контексті праці чи дії, що одна людина може запропонувати іншій, при цьому є

		нематеріальною та потенційно не стане чиеюсь власністю
9	М.М. Іванова	Надання послуги не обов'язково має бути пов'язане з товаром як матеріальним об'єктом. На противагу попереднім авторам, позиція полягає в баченні послуги у вигляді виробництва чи надання блага, спрямованого задовольнити певну потребу споживача (клієнта)
10	П.А. Мягков	Послуга, як про працю з результатом, що не носить матеріального характеру, але використовується в ході реалізації самої процедури
11	К.Р.Макконелл, С.Л. Брю	Послугу діяльністю з відсутнім матеріальним результатом, тобто таким, який не можна виразити в конкретному об'єкті, не можна відчутти, осягнути чи побачити, але можна обміняти на те, що готові заплатити клієнт, певна компанія чи навіть уряд
12	Н.А. Баринов	Доповнює розуміння послуги виконанням робіт, зазначивши при цьому існування послуг, матеріалізованих в товар, та послуг, які не набувають втілення у споживчій цінності, а лише виявляються у формі діяльності, що провадить надавач

Джерело: складено автором на основі [10, 11, 3, 16]

Специфічні риси санаторно-курортного продукту виражені взаємозв'язком нижченаведених споживчих вартостей:

- споживчими вартостями, що включають природну основу і є результатами продуктивних робіт (природнокліматичні характеристики, особливості ландшафту, флори і фауни);

- споживчими вартостями робіт, виконаних раніше, які не мають товарної форми, а представлені культурними та історичними об'єктами;

- споживчими вартостями, що доступні для споживання, як населення, так і туристів і не передбачають витрат для їх ремонту (ліси, парки, автомобільні дороги, пляжі) [2].

Споживчі послуги мають низку універсальних властивостей, котрі відносяться лише до даного виду послуг, серед них здатність приєднуватися, що продиктована універсальною ознакою компліментарності. Це дозволяє супутнім послугам додаватися до основного пакету та покращувати його.

Найбільш вдалим прикладом приєднати додаткові послуги може слугувати туристичний ринок. Так, купуючи путівку у туроператора або турагента, клієнт, окрім основної послуги (путівка), пов'язаної з відпочинком та лікуванням, набуває пакет супутніх послуг, наявність яких необхідна для якісного відпочинку.

У такий пакет увійдуть послуги з розміщення в місцях проживання туристів, забезпечення харчуванням, медичного обслуговування, розваги, страхування тощо (В1, В2, В3, В4) (рис. 1.2).

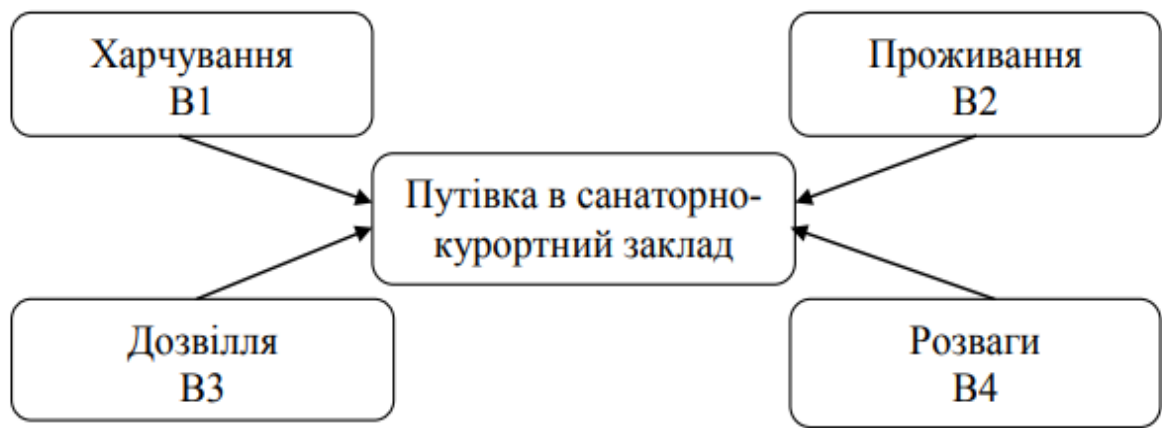


Рисунок 1.2 – Основні та супутні послуги при формуванні путівки в санаторно-курортний комплекс

Джерело: складено автором на основі [9, 13]

Санаторно-курортний бізнес стимулює орієнтованість на прибуток організацій суміжних галузей (рисунок 1.3):

- готелів;
- ресторанів;
- авіакомпаній;
- екскурсійних бюро;
- торговельних мереж;
- сувенірної реалізації.

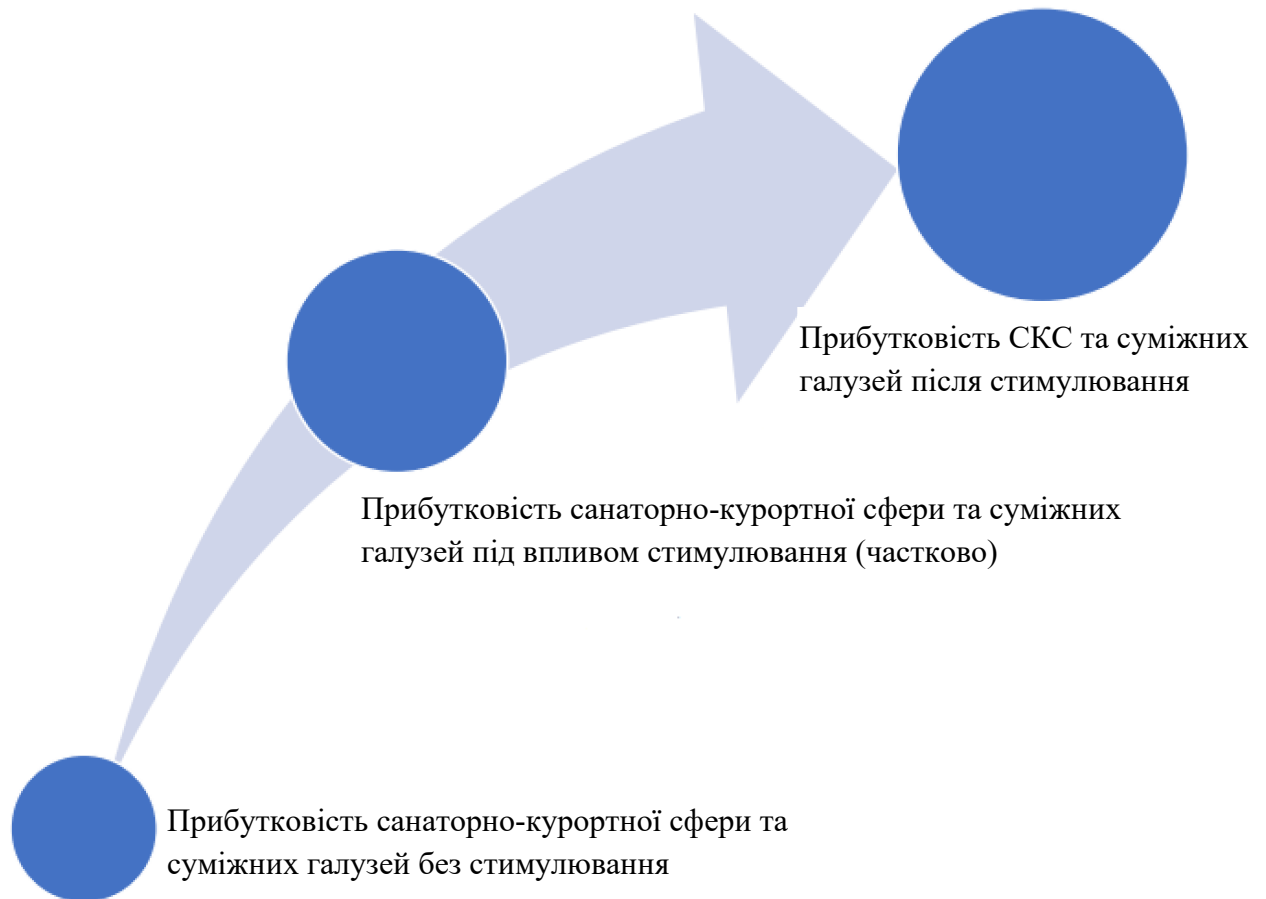


Рисунок 1.3 – Процес розвитку санаторно-курортної діяльності під впливом стимулювання санаторно-курортного бізнесу в Україні

Джерело: складено автором на основі [2, 10]

Отже, з рисунків 1.2 та 1.3 видно, що вигода санаторно-курортного комплексу впливає позитивно на економіку всієї країни, а не лише окремого регіону за рахунок збільшення податкових відрахувань, створення більшого числа нових робочих місць, підтримки навколишнього середовища та підвищення рівня життя місцевого населення.

1.2 Механізм функціонування санаторно-курортного комплексу в Україні

В умовах сучасної ринкової економіки будь-який санаторно-курортний комплекс стикається з постійно зростаючим темпом зростання нестабільності зовнішнього та внутрішнього середовищ, підвищенням рівня потреб клієнта, постійною конкурентною боротьбою на ринку курортної індустрії.

Подібна ситуація вимагає від курортних закладів розробки оптимального шляху розвитку та просування власного продукту, у зв'язку з чим з'являється потреба у створенні карти розвитку кожного окремого санаторно-курортного комплексу. Карта розвитку санаторно-курортного підприємства є основоположним інструментом для досягнення довгострокових цілей за допомогою постановки необхідних завдань, виконання яких дасть змогу досягти необхідного і бажаного результату [17].

Карта розвитку санаторно-курортного підприємства як інструмент планування являє собою не статичний курс і сліпе слідування за ним, а гнучку систему, здатну залишити право вибору в різній ситуації з урахуванням її мінливості. Місія і цілі комплексу ставлять конкретний намір, до якого необхідно прийти, а розвиток дає можливість вибору шляху, яким підприємство і має досягти перших результатів.

У випадку із санаторно-курортним комплексом, то основними соціально-економічними цілями будуть наступні:

1. Здобуття економічної стабільності в умовах ринкової економіки за допомогою досягнення фінансової стабільності;
2. Збільшення рівня і якості надаваних послуг санаторно-курортного лікування та відпочинку, відмінних від конкурентів;
3. Планомірне розширення ресурсозабезпеченості організації в матеріальному, технічному та кадровому плані [19].

Під час вироблення карти розвитку необхідно враховувати особливості зовнішнього середовища, стану ринку санаторно-курортних послуг, види

послуг курортної сфери, а також цільову аудиторію реальних споживачів продукту, що можна оцінити на рисунку 1.4.

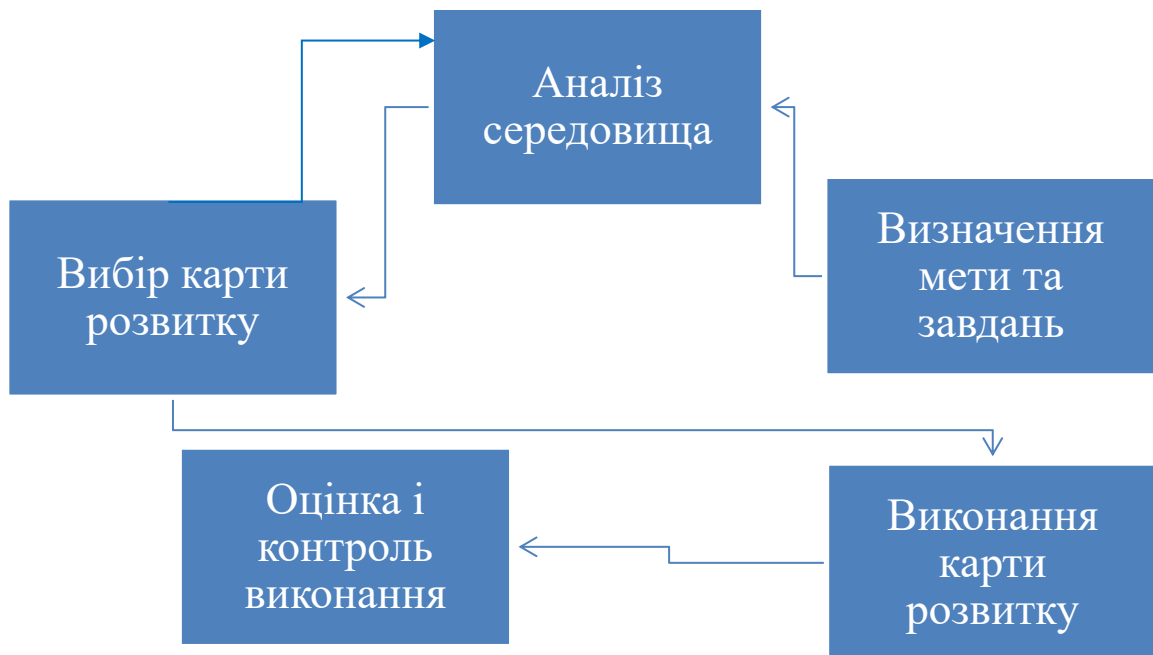


Рисунок 1.4 – Етапи процесу розробки карти розвитку санаторно-курортного комплексу

Джерело: складено автором на основі [14, 15, 34]

Процес формування карти розвитку повинен містити у собі наступні завдання [28]:

1. Можливість надання високоякісних послуг проживання, харчування та лікування. Це завдання вирішується за рахунок використання сучасного обладнання, технологій, залучення висококваліфікованого персоналу;

2. Забезпечення лідируючої позиції за витратами. Санаторно-курортні організації, що функціонують на території курорту надають приблизно однаковий перелік послуг. При цьому в окремому регіоні складається певний рівень цін на послуги. Найбільші стратегічні вигоди матимуть ті організації, які в тому чи іншому якісному сегменті, функціонують з мінімальними витратами;

3. Диверсифікація споживчого портфеля. Санаторно-курортним комплексам необхідно задіяти різні канали збуту послуг: прямі продажі та продажі через посередників. Необхідно розробляти і реалізовувати програми лояльності клієнтів, впроваджувати систему знижок постійним клієнтам і організаціям, які купують путівки оптом.

Основоположною метою будь-якого розвитку підприємства є максимізація прибутку. Саме сумарне значення прибутку дає можливість до розвитку і як такої діяльності будь-якої організації.

Підприємства, що виробляють соціальний продукт, мають на меті не максимізацію прибутку, а задоволення соціального попиту, у зв'язку з чим зниження витрат дає змогу досягати необхідного результату з максимально можливою ефективністю. Резерви зниження витрат таких підприємств можливо використовувати для задоволення інших потреб.

Здійснення основної діяльності санаторно-курортного комплексу пов'язане з наданням наступних послуг [22, 25]:

1. Комплексного характеру, що включають проживання, лікування та харчування;
2. Окремо послуг проживання;
3. Окремо послуг лікування.

Громадянин, який бажає пройти комплексне оздоровлення на базі санаторно-курортного комплексу, отримує або від соціальних чи медичних підприємств направлення на лікування - документ, що підтверджує право відпочивальника на отримання медичних послуг, у якому відпочивальник фігурує як [32, 38]:

1. Фізична особа, яка перебуває на лікуванні та відпочинку в санаторно-курортному закладі за путівкою або яка має право на таке лікування та відпочинок за путівкою;
2. Член профспілки, який перебуває на лікуванні та відпочинку за профспілковою путівкою або має право на таке лікування і відпочинок за профспілковою путівкою;

3. Фізична особа, яка перебуває в санаторно-курортному закладі або має право на отримання готельних послуг за власним бажанням.

Зарубіжний досвід розвитку цього сектору послуг свідчить про необхідність нарощування взаємодії між державними структурами, приватними лікарнями, профільними навчальними закладами, а також туристичними компаніями. Одним із ключових заходів відомчого проекту є створення системи медичних кластерів у різних регіонах України.

Так, станом на 2017 р. в Україні функціонувало 11 386 лікувально-оздоровчих закладів з них: 284 – санаторіїв та пансіонатів з лікуванням, 55 – санаторіїв-профілакторіїв, 67 – будинків і пансіонатів відпочинку, 1 235 од. – баз та інших закладів відпочинку; 9 745 од. – дитячих закладів оздоровлення та відпочинку [4]. В регіональному розрізі їх найбільша кількість характерна для Одеської, Запорізької, Миколаївської, Херсонської та Дніпропетровської областей (більше 100 од.). Найменша – зосереджена у Житомирській, Луганській, Рівненській, Тернопільській та Чернівецькій областях [29].

Через жорсткі карантинні обмеження, що були запроваджені у нашій країні (як і в більшості країн світу) у 2020 та першому кварталі 2022 рр., практично всі заклади розміщення туристів, у тому числі й ті, що надавали лікувально-оздоровчі послуги повністю припинили свою діяльність. Лише навесні 2022 р. відбулося пом'якшення карантинних обмежень та поступове відновлення туристичних потоків.

Для розвитку лікувально-оздоровчого туризму саме завдяки ініціативам бізнесу з'явилися проекти туристично-рекреаційних комплексів «FORZA», «Любашів – Яворів: два потенціали, спільний шанс»; «ГеоКарпати – створення польсько-українського туристичного маршруту»; «Полянчик і Східниця – використаємо разом наші туристичні та культурні потенціали для покращення конкурентоспроможності Карпатського краю»; «Розвиток міст-курортів Хоринець-Здруй та Моршин – шанс для активізації польськоукраїнського кордону»; «Модернізація зоологічних садів у Замостьє та Луцьку та розвиток концепції створення зони відпочинку в м. Жешув у цілях розвитку якісного

природного транскордонного туризму»; «Створення інформаційного комплексу у сфері транскордонного екологічного туризму в Єврореґіоні «Буг»»; «Скарби прикордоння – зберігаючи культурну спадщину» тощо [35, 39]. У санаторіях розробляються маршрути лікувально-оздоровчого туризму, пов'язані з інноваціями у ІТ-технологіях. Так, створення фітнес-браслетів, які знімають певні показання організму під час тренувань, підштовхнуло до ідеї контролю за станом здоров'я туриста на маршруті, а використання добового (Холтерівського) моніторингу електрокардіограм та артеріального тиску відпочиваючих має багаторічний досвід, і дозволяє стежити за станом здоров'я людини у будь-якій фізичній формі. Наступний етап розвитку цього напрямку – створення та облаштування маршрутів лікувально-оздоровчого туризму із 27 можливістю передачі даних від туриста до лікаря у будь-якій точці санаторію та прилеглих гірських та лісових масивів.

1.3 Державне регулювання розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні

У сучасних політико-соціологічних джерелах розрізняють кілька видів державної політики, кожен з яких спрямований на досягнення конкретних цілей і завдань. Нижче наведено деякі з основних видів державної політики:

Соціальна політика, яка спрямована на поліпшення соціального благополуччя громадян, забезпечення соціальної справедливості та підтримки тих, хто перебуває в уразливому становищі. Її ціллю є зменшення бідності, покращення умов праці, надання соціальних послуг, пенсійна реформа тощо.

Економічна політика, яка спрямована на регулювання економіки, стимулювання економічного зростання, забезпечення стійкості фінансової системи та підтримки підприємництва. Її ціллю є зменшення безробіття, збільшення ефективності економіки, контроль інфляції, підтримка малих і середніх підприємств [15].

Зовнішня політика, яка спрямована на взаємодію з іншими країнами, розвиток міжнародних відносин, участь у міжнародних організаціях і договорах. Її ціллю є забезпечення національної безпеки, захист інтересів країни на міжнародній арені, розвиток співпраці та дипломатичних відносин.

Екологічна політика спрямована на збереження навколишнього середовища, запобігання забрудненню, раціональне використання природних ресурсів. Ціллю якої є збереження біорізноманіття, зменшення викидів, розвиток відновлювальних джерел енергії.

Освітня та наукова політика, вона спрямована на розвиток системи освіти і науки, підтримку високих стандартів навчання та досліджень з метою забезпечення доступу до якісної освіти, розвиток наукового потенціалу, інноваційний розвиток.

Щодо культурної політика, то вона спрямована на збереження та розвиток культурної спадщини, підтримку мистецтва та культурних ініціатив. Саме зміцнення національної ідентичності, підтримка культурного розвитку, стимулювання творчості є її ціллю та пріоритетністю [24].

Вищезазначені категорії державної політики можуть взаємодіяти та доповнювати одна одну, створюючи комплексний підхід до управління державою а їх реалізація сприяє досягненню різноманітних соціальних, економічних та культурних цілей суспільства.

У сфері санаторно-курортних послуг існує ієрархія управлінського впливу, яка включає різні рівні управління. Основні види політики розвитку цієї сфери за ієрархічним рівнем управлінського впливу можуть бути наступними [27, 36]:

Головне відділення туризму та курортів відноситься до *національного рівня*. В рамках цього управління розробляються стратегії розвитку санаторно-курортного комплексу національного масштабу, встановлюються стандарти і нормативи щодо надання курортних послуг, розробляються програми підтримки та стимулюється розвиток курортів.

На регіональному рівні розміщені обласні та місцеві управління туризму. На цьому рівні проводиться розробка регіональних стратегій та програм розвитку курортів, забезпечується взаємодія між різними суб'єктами господарювання у сфері туризму та будуються маркетингові заходи для просування регіональних курортів. У Законі України «Про засади державної регіональної політики» (№156-VIII від 5 лютого 2015 р.) регіональний розвиток визначається як процес економічних, соціальних, екологічних, гуманітарних та інших позитивних змін у регіонах [40].

Місцевий рівень містить в собі місцеві органи самоврядування, до відповідальності яких входить розробка місцевих програм розвитку та управління курортами а також забезпечення інфраструктурою та умовами для розвитку санаторно-курортної галузі (Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» (зі змінами, внесеними згідно з Законом №163-XIV від 06.10.98, ВВР, 1998, №48, ст. 292)) [47].

Управління санаторіями або курортами, впровадження інновацій у надання санаторно-курортних послуг, маркетинг та реклама для залучення клієнтів а також оптимізація управлінських процесів для покращення якості обслуговування відноситься до *підприємницького рівня* управлінського впливу [45].

Всі чотири рівні управління мають спільну мету - створення сприятливих умов для розвитку санаторно-курортної галузі, залучення туристів та забезпечення високого рівня якості послуг у цій сфері. Взаємодія між різними рівнями управління є ключовою для досягнення цих цілей.

Також правове регулювання рекреаційної діяльності здійснюється на підставі Земельного Кодексу України, Господарського та Цивільного Кодексу України, Податкового Кодексу України, Законів України «Про туризм», «Про курорти», «Про природно-заповідний фонд України» [43, 46].

На забезпечення рекреаційних функцій широко вказується в Лісовому кодексі України та Кодексі України про надра, Законах України «Про

рослинний світ» та «Про тваринний світ», а також у інших законодавчих актах [40, 44].

Розвиток санаторно-курортного комплексу спрямований на досягнення ряду стратегічних цілей та завдань, які пов'язані з покращенням здоров'я та забезпеченням якісного відпочинку для відвідувачів. Основні напрями розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні висвітлені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Основні напрями розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні

Основні напрями	Основні завдання
Забезпечення лікувально-оздоровчої функції	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток та модернізація лікувально-оздоровчої бази санаторіїв. 2. Впровадження сучасних методів лікування та профілактики захворювань. 3. Залучення висококваліфікованого медичного персоналу.
Створення комфортних умов для відпочинку	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення та модернізація готельної бази санаторно-курортного комплексу. 2. Створення зон для активного та пасивного відпочинку. 3. Забезпечення відвідувачів сучасними розважальними та спортивними можливостями.
Використання природних лікувальних ресурсів	<ol style="list-style-type: none"> 1. Збереження та раціональне використання природних лікувальних факторів (мінеральні води, лікувальні грязі, клімат). 2. Розробка програм лікування на основі унікальних природних ресурсів регіону.
Маркетинг та продаж послуг	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розроблення та впровадження ефективної маркетингової стратегії для привертання нових відвідувачів. 2. Робота над формуванням іміджу та бренду санаторно-курортного комплексу. 3. Впровадження системи лояльності для постійних клієнтів.
Розвиток медичного туризму	<ol style="list-style-type: none"> 1. Створення умов для приваблення пацієнтів із різних регіонів та країн. 2. Розвиток медичних програм, які враховують специфіку потреб міжнародних гостей.

	3. Взаємодія з міжнародними медичними та туристичними організаціями.
Співпраця з громадськістю та місцевою спільнотою	1. Залучення громадськості до розробки та впровадження проєктів розвитку. 2. Забезпечення участі місцевого населення у розвитку санаторно-курортного комплексу. 3. Сприяння розвитку інфраструктури для задоволення потреб місцевого населення.
Екологічна свідомість	1. Впровадження екологічно чистих технологій та практик у функціонування санаторно-курортного комплексу. 2. Збереження природних ресурсів та екосистем.
Розвиток інновацій	1. Впровадження інноваційних технологій у лікуванні та обслуговуванні гостей. 2. Забезпечення доступу до сучасних технологій та інтернет-сервісів для відвідувачів.

Джерело: складено автором на основі [18, 26]

Отже, виходячи з таблиці 1.2 розвиток санаторно-курортного комплексу має бути комплексним та орієнтованим на забезпечення відповідних умов для відпочинку, відновлення здоров'я та задоволення потреб клієнтів.

Також реалізація поставлених завдань сприяє розвитку туризму, покращенню економічного становища та підвищенню якості життя у місцевих громадах.

Основні принципи регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг визначають стратегічні та тактичні орієнтири, спрямовані на створення сприятливого середовища для розвитку туризму та покращення якості послуг у даному регіоні (рис. 1.5).

Дослідження різних аспектів науково-інтелектуального, демографічного, природно-ресурсного та виробничого потенціалу може бути важливим кроком у досягненні результатів внутрішньої політики розвитку санаторно-курортних послуг в конкретному регіоні чи окремих закладах.

Такий аналіз дозволяє визначити конкурентні переваги та ризики, а також визначити стратегічні напрями розвитку.

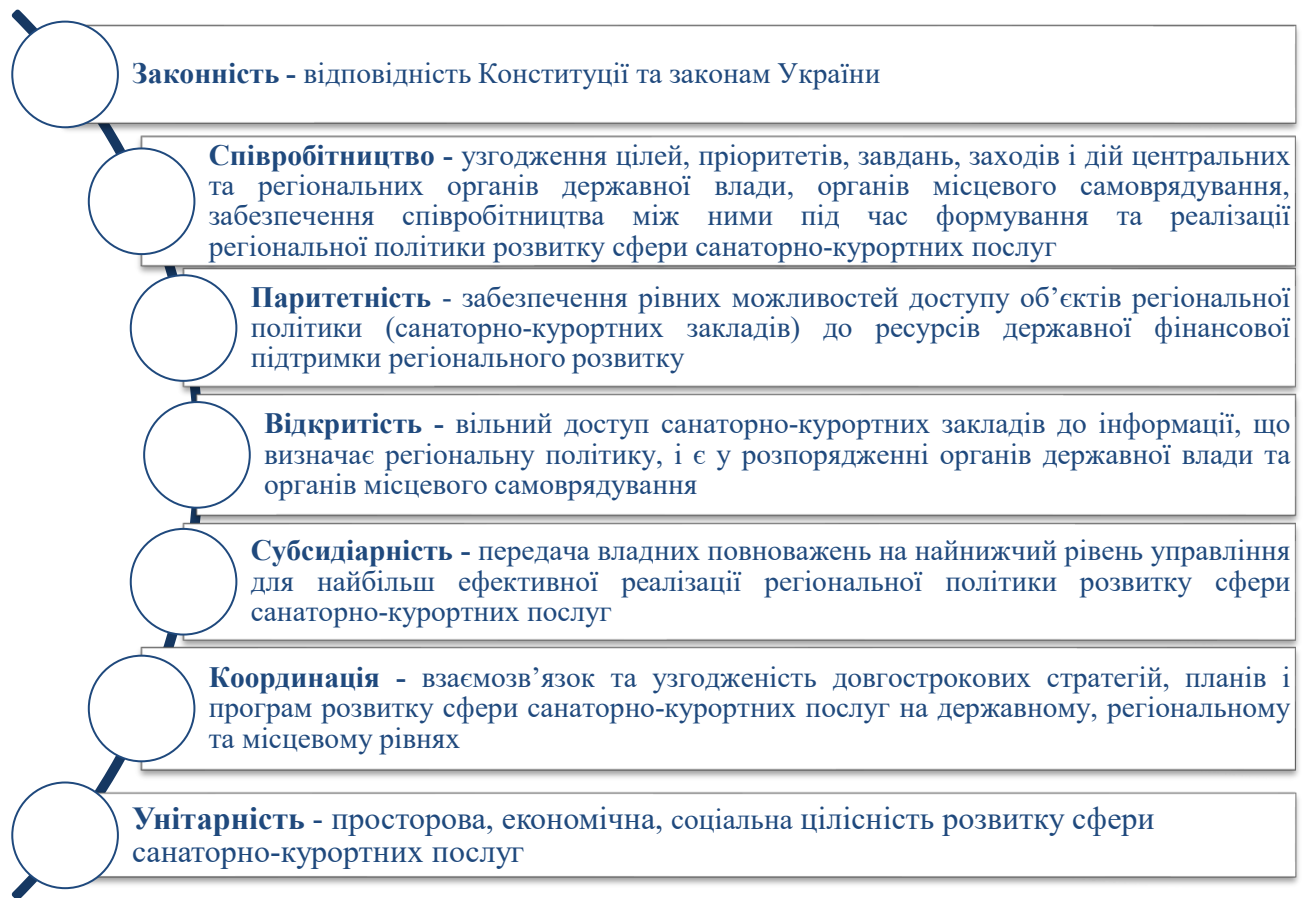


Рисунок 1.5 – Основні принципи регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг

Джерело: складено автором на основі [18, 23]

Нижче наведені кілька ключових аспектів:

1. Дослідження туристичних трендів - аналіз ринкових тенденцій та попиту на конкретні види послуг у галузі санаторно-курортного відпочинку.
2. Розробка інноваційних програм - використання наукових досліджень для створення інноваційних програм та лікувальних методик.
3. Визначення цільової аудиторії - аналіз демографічних характеристик потенційних клієнтів та адаптація послуг до їхніх потреб.
4. Прогнозування змін вікової структури - врахування тенденцій щодо зміни вікової структури населення для адаптації послуг.

5. Використання лікувальних факторів - аналіз природних лікувальних ресурсів (мінеральні води, грязі, клімат) та їх ефективне використання у програмах лікування.

6. Охорона навколишнього середовища - розвиток екологічно чистого та сталого туризму з метою збереження природи та збалансованого використання ресурсів.

7. Модернізація інфраструктури - оновлення та розвиток готельних та лікувальних закладів, а також транспортної та комунікаційної інфраструктури.

8. Створення туристичних комплексів - інтеграція послуг та створення комплексів для повного задоволення потреб туристів.

9. Аналіз конкурентів - дослідження конкурентного середовища та визначення сильних та слабких сторін конкурентів.

10. Стратегії маркетингу та бренду - розроблення стратегій просування та створення унікального бренду.

11. Привертання інвестицій - розроблення інвестиційних проектів на основі результатів досліджень для забезпечення розвитку та модернізації.

12. Залучення громадськості - залучення громадськості та місцевих громад до розробки та впровадження проектів для підтримки внутрішньої політики.

Врахування цих аспектів у внутрішній політиці дозволить санаторно-курортним комплексам ефективно використовувати ресурси, створювати конкурентоспроможні переваги та сприяти сталому розвитку сфери санаторно-курортних послуг в конкретному регіоні чи об'єктах.

Висновки до розділу 1

Проведений аналіз розвитку санаторно-курортного комплексу дає змогу зробити такі висновки:

1. Позитивними моментами розвитку санаторно-курортного комплексу є: особливі природно-кліматичні умови; природно-лікувальний потенціал

(грязі, мінеральні води тощо); сприятливі зовнішні геополітичні умови для розвитку внутрішнього туризму.

2. Стримуючим фактором є: застаріла матеріально-технічна база; закриття вже наявних санаторно-курортних організацій; зниження кількості відпочивальників у санаторно-курортних комплексах.

3. Визначено основні принципи регіональної політики розвитку сфери санаторно-курортних послуг щодо інтенсивності зростання попиту на послуги у сфері туризму, які робить цю галузь привабливою для підприємницької діяльності. У зв'язку з цим висока прибутковість туристського бізнесу сприяє тому, що він користується всебічною підтримкою на державному рівні в багатьох країнах. У низці держав туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей економіки, чий внесок у валовий національний дохід становить більше однієї третини.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ І ДІАГНОСТИКА СТАНУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ

2.1 Регіональні особливості розвитку санаторно-курортного комплексу в Україні

Розвиток санаторно-курортних комплексів у всіх регіонах України може бути важливим пріоритетом для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Такі комплекси відіграють ключову роль у створенні не лише сприятливого середовища для відновлення здоров'я та відпочинку людини, але і сприяють загальному розвитку регіонів. Проте, пандемія COVID-19 та воєнний стан є серйозними факторами, які вплинули на роботу санаторно-курортних закладів і призвели до їхнього скорочення (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Показники функціонування санаторно-курортних та оздоровчих закладів в Україні за 2019-2021 рр.

Заклади	Роки			Відхилення			
	2019	2020	2021	Абсолютне (+; -)		відносне, %	
				2020/ 2019	2021/ 2020	2020/ 2019	2021/ 2020
Санаторії та пансіонати з лікуванням	309	291	284	-18	-7	-5,8	-2,4
у % від загальної кількості	2,7	2,6	2,7	-	0,1	x	x
Дитячі заклади оздоровлення	333	244	241	-89	-3	-26,7	-1,2
у % від загальної кількості	2,9	2,2	2,3	-0,7	0,1	x	x
Дитячі заклади відпочинку	9410	9084	8567	-326	-517	-3,5	-5,7
у % від загальної кількості	81,0	82,1	81,9	1,1	-0,2	x	x
Санаторії-профілакторії	79	63	55	-16	-8	-20,3	-12,7
у % від загальної кількості	0,7	0,6	0,5	-0,1	0,01	x	x
Бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні	3	3	3	-	-	-	-
у % від загальної кількості	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	x	x
Будинки та пансіонати відпочинку	76	73	67	-3	-6	-3,9	-8,2

у % від загальної кількості	0,7	0,7	0,6	-	0,01	х	х
Бази та інші заклади відпочинку	1399	1295	1235	-104	-60	-7,4	4,6
у % від загальної кількості	12,0	11,7	11,8	-0,3	0,1	х	х
Оздоровчі заклади 1-2 денного перебування	11	10	6	-1	-4	-9,1	-40,0
у % від загальної кількості	0,1	0,1	0,1	-	-	х	х
Усього	11620	11063	10458	-557	-605	-4,8	-5,5

Джерело: складено автором за [20, 42]

Як свідчать дані офіційної статистики станом на 2020 р. в Україні функціонувало 10 458 лікувально-оздоровчих закладів, з них: 284 – санаторіїв та пансіонатів з лікуванням, 55 – санаторіїв-профілакторіїв, 67 – будинків і пансіонатів відпочинку, 1 235 од. – баз та інших закладів відпочинку; 8 808 од. – дитячих закладів оздоровлення та відпочинку. Зауважимо, в 2020 р. у приватній власності знаходилось близько 70 % об'єктів санаторно-курортного комплексу України, у державній та комунальній –30%.

По Україні кількість закладів лікувально-оздоровчої сфери за усіма видами, у 2019 р. порівняно з 2019 р. скоротилась на 557 од. (4,8 %), а у 2020 р. порівняно з 2019 р. – на 605 од. (5,5 %).

Основними причинами зменшення закладів лікувально-оздоровчої сфери в Україні є:

- зниження платоспроможності населення;
- нестабільна ситуація через бойові дії в Україні можуть ускладнювати прогнозування перспектив відновлення санаторно-курортного бізнесу;
- пандемія COVID-19, яка спричинила обмеження в міжнародних та внутрішніх подорожах, що призвело до різкого зменшення туристичного потоку;
- недостатні кошти для закупівлі обладнання, оплати медичного персоналу;
- зменшення населення в деяких регіонах України, що може бути пов'язано з відтоком населення в інші регіони або країни в пошуках роботи та кращого життя;

- брак кваліфікованого медичного персоналу, включаючи лікарів, медичних сестер, що може привести до надання неякісних послуг, впровадження нових реформ та змін в системі охорони здоров'я, що може також призвести до закриття деяких закладів, особливо якщо ці реформи не завжди відповідають потребам населення та медичного персоналу;

- санаторно-курортні заклади були вимушені впроваджувати строгі заходи здоров'я та безпеки, що також обмежило їхню діяльність та кількість відвідувачів;

- нестабільна ситуація вплинула на рішення щодо інвестицій та розвитку санаторно-курортних закладів;

- зміна психології клієнтів, які можуть бути обережнішими та уникати масованих місць, включаючи санаторно-курортні комплекси;

У структурі санаторно-курортних комплексів України традиційно лідируючі позиції займають бази та інші заклади відпочинку (11,8 %) а найменше – бальнеологічні (0,01%) (рис. 2.1).

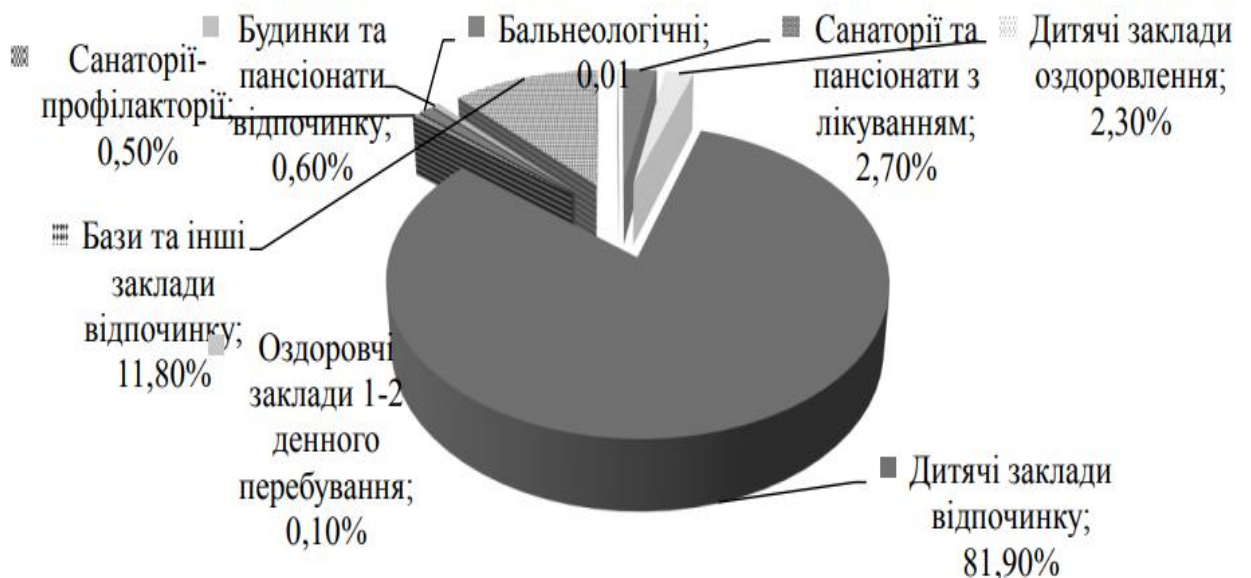


Рисунок 2.1 – Структура санаторно-курортних комплексів України за 2019-2021 рр.

Джерело: розробка автора

Аналіз показав, що розподіл санаторно-курортних закладів на території України є нерівномірний. Лідерами серед регіонів за кількістю санаторно-курортних закладів є Львівська – 63 од. (8,5 %), Донецька – 57 од. (7,7 %), Київська (46 од.), Дніпропетровська (45 од.) та Одеська (41 од.) області. Найменші показники у Кіровоградській – 7 закладів (0,94 %), Сумській та Чернівецькій по 8 од. (1,1 %) відповідно, та Волинській – 9 од. (1,2 %) областях.

На території Дніпропетровської області є достатні умови, щоб лікувально-оздоровчий туризм став повноцінним туристичним напрямком.

Запозичивши європейський та світовий досвід, наявна ресурсна база може стати умовою розвитку SPA-курортів, а також виділитися своєю бальнеологічною, релаксаційно-відпочинковою орієнтацією, з метою забезпечення потреб споживачів під час перебування на курорті. Ці умови можуть бути забезпечені у випадку використання сучасних маркетингових технологій та сприятливої інвестиційної політики [41].

Значне поширення рекреаційно-курортних закладів знаходяться у Харківській, Полтавській і Дніпропетровській областях, які відомі своїми природними ресурсами та курортними зонами, і тому тут можна спостерігати значне поширення санаторно-курортних закладів. Деякі з найбільш відомих курортів у цих регіонах можуть бути спрямовані на лікування різних захворювань, відпочинок та реабілітацію.

Ці регіони приваблюють туристів і відпочиваючих своєю природою, мінеральними джерелами, зеленими зонами та іншими лікувальними чинниками. Серед відомих курортів можна виділити:

1. Харківська область:

Курорт «Миргород»: відомий своїми мінеральними водами та лікувальними грязями.

Курорт «Щасливцево»: спеціалізується на лікувальних процедурах та відпочинку.

2. Полтавська область:

Курорт «Полтава»: знаменитий своєю історією та архітектурними пам'ятками.

3. Дніпропетровська область:

ДП «Санаторій «Дніпровський» (Дніпропетровська обл., м. Кам'янське, вул. Гастелло, 2);

ДП Санаторій «Славутич» (Дніпропетровська обл., м. Верхньодніпровськ);

ТОВ Санаторій «Сонячний» (Дніпропетровська обл., Павлоградський р-н, с. Вербки вул. Лісова, 3).

Курорт «Залізне»: спеціалізується на лікуванні захворювань органів дихання та нервової системи.

Ці курорти та санаторно-курортні комплекси пропонують різноманітні програми лікування, відпочинку та реабілітації, і вони залучають як місцевих, так і іноземних відпочиваючих.

Потужний лікувально-діагностичний комплекс об'єднує сучасні санаторії «Березовий Гай», «Миргород», «Полтава», «Хорол» та найкращі в галузі загальнокурортну поліклініку та бальнеогрязелікарню, що пропонують нині понад 300 видів процедур і досліджень. Нині ПрАТ «Миргородкурорт» є лідером санаторно-курортної сфери України.

Зазначимо, що заклади курортно-лікувального спрямування в Україні не користуються великим попитом серед іноземців. Це свідчить про проблеми як реклами таких закладів за кордоном, так і про їх загальний матеріальний стан.

Підвищення кількості іноземних споживачів дозволить збільшити середній прибуток від одного відпочивальника, оскільки Україна оточена переважно державами з вищими прибутками населення.

Розподіл ліжок (місць) у санаторно-курортних закладах за регіонами України дуже нерівномірний (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Показники кількості місць (ліжок) у спеціалізованих засобах розміщування за регіонами України за 2019-2021 рр.

Регіон	Роки, %			Відхилення	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021/2019 рр.	2021/2020 рр.
Україна	50,00	50,00	49,79	-0,21	-0,21
Вінницька	0,93	0,87	0,27	-0,65	-0,60
Волинська	0,82	0,85	1,22	0,40	0,37
Дніпропетровська	3,42	3,33	3,74	0,32	0,41
Донецька	4,12	3,31	3,87	-0,25	0,55
Житомирська	0,38	0,40	0,01	-0,37	-0,39
Закарпатська	1,09	1,14	0,41	-0,68	-0,73
Запорізька	6,90	7,13	6,89	-0,01	-0,24
Івано-Франківська	0,76	0,80	0,87	0,11	0,06
Київська	2,18	1,70	2,57	0,39	0,87
Кіровоградська	0,33	0,25	0,50	0,16	0,24
Луганська	0,10	0,06	0,16	0,07	0,10
Львівська	2,70	3,24	0,81	-1,89	-2,43
Миколаївська	5,44	5,74	5,19	-0,25	-0,55
Одеська	9,31	9,34	7,77	-1,53	-1,57
Полтавська	1,09	1,07	0,50	-0,59	-0,57
Рівненська	0,46	0,45	0,28	-0,18	-0,17
Сумська	0,40	0,38	0,36	-0,04	-0,02
Тернопільська	0,35	0,26	0,20	-0,16	-0,06
Харківська	1,87	1,83	1,91	0,04	0,09
Херсонська	4,62	5,00	8,08	3,47	3,09
Хмельницька	0,39	0,40	0,58	0,19	0,18
Черкаська	0,84	0,87	1,53	0,69	0,66
Чернівецька	0,19	0,16	0,23	0,03	0,07
Чернігівська	0,40	0,51	0,36	-0,04	-0,15
м. Київ	0,90	0,90	1,90	1,00	1,00

Джерело: розробка автора

Дані таблиці 2.2 свідчать, що зі скороченням кількості санаторно-курортних закладів в усіх регіонах України, зменшується і кількість місць. Так, у 2021 році порівняно з 2019 та 2020 рр. їх кількість знизилась на 21%.

Графічна структура кількості місць (ліжок) у спеціалізованих засобах розміщування за регіонами України за 2019-2021 рр. наведена на рисунку 2.2.

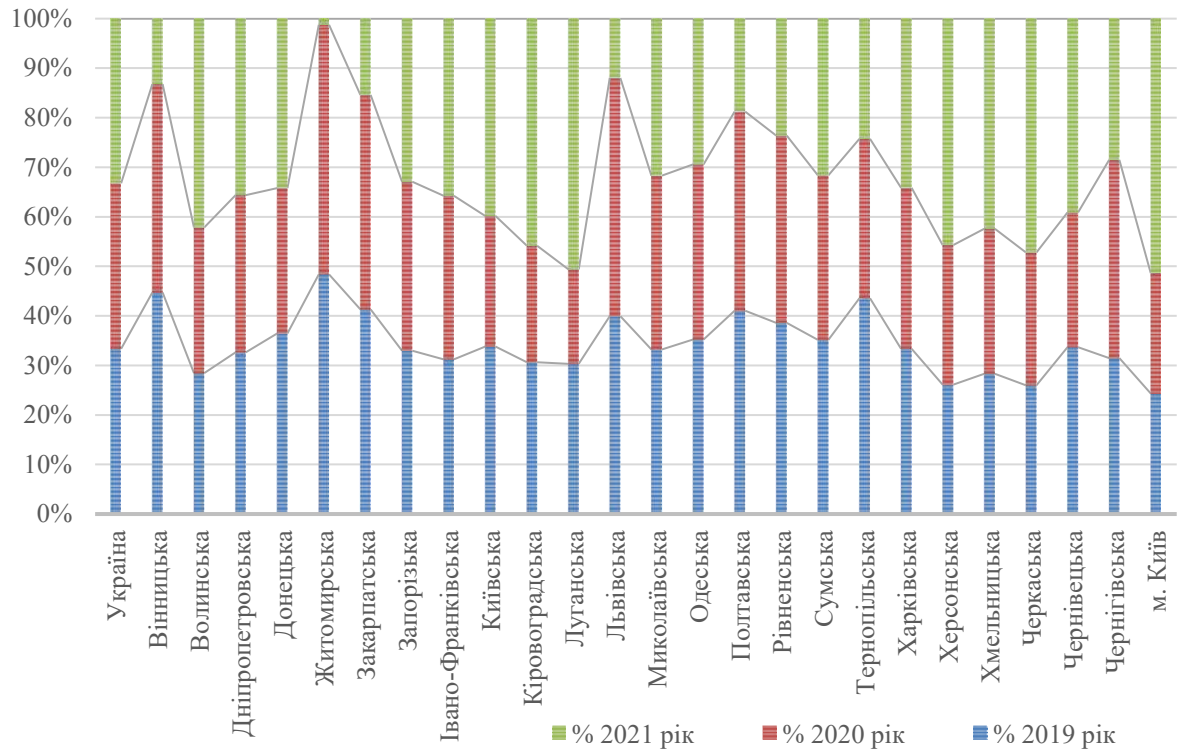


Рисунок 2.2 – Структура кількості місць (ліжок) у спеціалізованих засобах розміщування за регіонами України за 2019-2021 рр.

Джерело: розробка автора

Ранжування регіонів України у спадному порядку за результатами інтегрального оцінювання розвитку ринку послуг санаторіїв (Львівська – С_12; Одеська – С_14; Запорізька – С_7; Херсонська – С_20; Вінницька – С_1; Дніпропетровська – С_3; Полтавська – С_15; Луганська – С_11; Закарпатська – С_6; Київська – С_9; Кіровоградська – С_10; Харківська – С_19; Миколаївська – С_13; Хмельницька – С_21; Черкаська – С_22; Чернівецька – С_23; Івано-Франківська – С_8; Тернопільська – С_18; Волинська – С_2; Донецька – С_4; Рівненська – С_16; Житомирська – С_5; Сумська – С_17; Чернігівська – С_24; м. Київ – С_25). Крім того, візуалізовано осереднені нормовані значення за кожною підсистемою показників у регіонах.

Для оцінки діяльності санаторіїв в регіонах України проведемо кластерний аналіз, який представлено на рисунку 2.3.

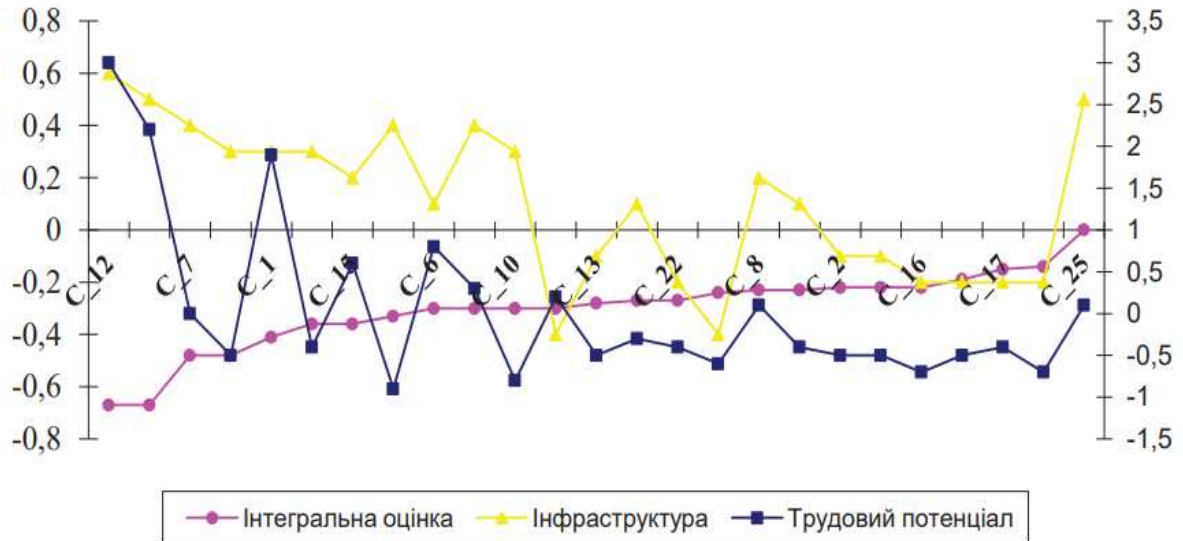


Рисунок 2.3 – Усереднені нормовані значення за показниками інтегральної оцінки розвитку ринку послуг санаторно-курортних закладів в регіонах України, складено до 24.02.2022 р.)

Джерело: розробка автора

Оцінюючи територіальну диспропорційність показників інфраструктури, зауважимо, що відрив Львівського та Одеського регіонів за часткою окремих показників (кількість – 13,6 % та 10,0 %; загальна площа – 11,5 % та 9,9 %; кількість ліжок (місць) – 16,8 % та 17,7 % відповідно) пояснюється розвинутою мережею санаторно-курортних закладів в усталених рекреаційних зонах.

Саме природні ресурси (клімат, мінеральні води, лікувальні грязі тощо) при поєднанні з морським купанням, сонцелікуванням, дієтотерапією, фізіотерапією, медикаментозним лікуванням, та іншими заходами є визначальними у лікувально-оздоровчій роботі санаторіїв.

Натомість за значень показників кількості і місткості санаторіїв на рівні 3,6 % у м. Київ сконцентровано 37,5 % від загальної площі цих закладів країни і 17,4 % – від житлової площі. При цьому, частка м. Київ за показниками підсистем, що характеризують трудовий потенціал, господарську діяльність і соціальну роль варіює у межах від 3,2 %

(обслуговано дітей) до 5,0 % (кількість лікарів), а за блоком показників, пов'язаних із наданням послуг іноземцям, – від 0,2 % (фактично проведені ліжко-дні іноземцями) до 0,3 % (обслуговано іноземців). Тобто, для столиці характерна концентрація надмірно крупних за територією санаторно-курортних закладів, зорієнтованих на обслуговування вузького кола осіб, головним чином, дорослого населення.

Резюмуючи зробимо висновок, що територія України має значний природно-рекреаційний потенціал, та усі необхідні умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, особливо в її західному та південному регіонах. В структурі спеціалізованих закладів розміщення курортно-рекреаційного спрямування найбільшу вагу мають бази відпочинку (крім турбаз). А за показником зайнятості у структурі комплексу лідируючі позиції займають дитячі та дорослі санаторні заклади.

Дана закономірність виходить із того, що такі заклади стаціонарного відпочинку потребують особливої участі персоналу у виконанні покладених на них завдань. Дивлячись на скорочення кількості відпочивальників в останні роки, що в основному спричинено пандемією COVID-19, сучасний стан санаторно-курортного комплексу України може бути оцінений як нестабільний. Оскільки, матеріально-технічна база санаторно-курортних закладів, асортимент та якість послуг гірші, ніж на світовому рівні, що знижує конкурентоспроможність санаторно-курортного комплексу України.

У процесі аналізування діяльності санаторно-курортних закладів у регіонах України виявлено, що чинники її активізації визначаються природно-рекреаційним потенціалом територій. Застосування статистичного інструментарію дозволило виокремити 6 кластерів за рівнем розвитку ринку санаторних послуг (I – Львівська і Одеська області, II – м. Київ; III – Вінницька, Закарпатська, Полтавська області, IV – Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Харківська області; V – Волинська, Донецька, Миколаївська, Рівненська, Сумська, Хмельницька, Чернівецька області; VI –

Дніпропетровська, Житомирська, Кіровоградська, Луганська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська, Чернігівська).

Загалом ринку послуг санаторно-курортних закладів у регіональному зрізі притаманні диспропорційність, асиметричність, та неоднорідність.

2.2 Організаційно-економічна оцінка діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Санаторій «Курорт Орлівщина» розташоване у Дніпропетровській області, Новомосковського району, селі Орлівщина, вулиця Лісна, будинок 32, індекс 51215 (рис. 2.4.).

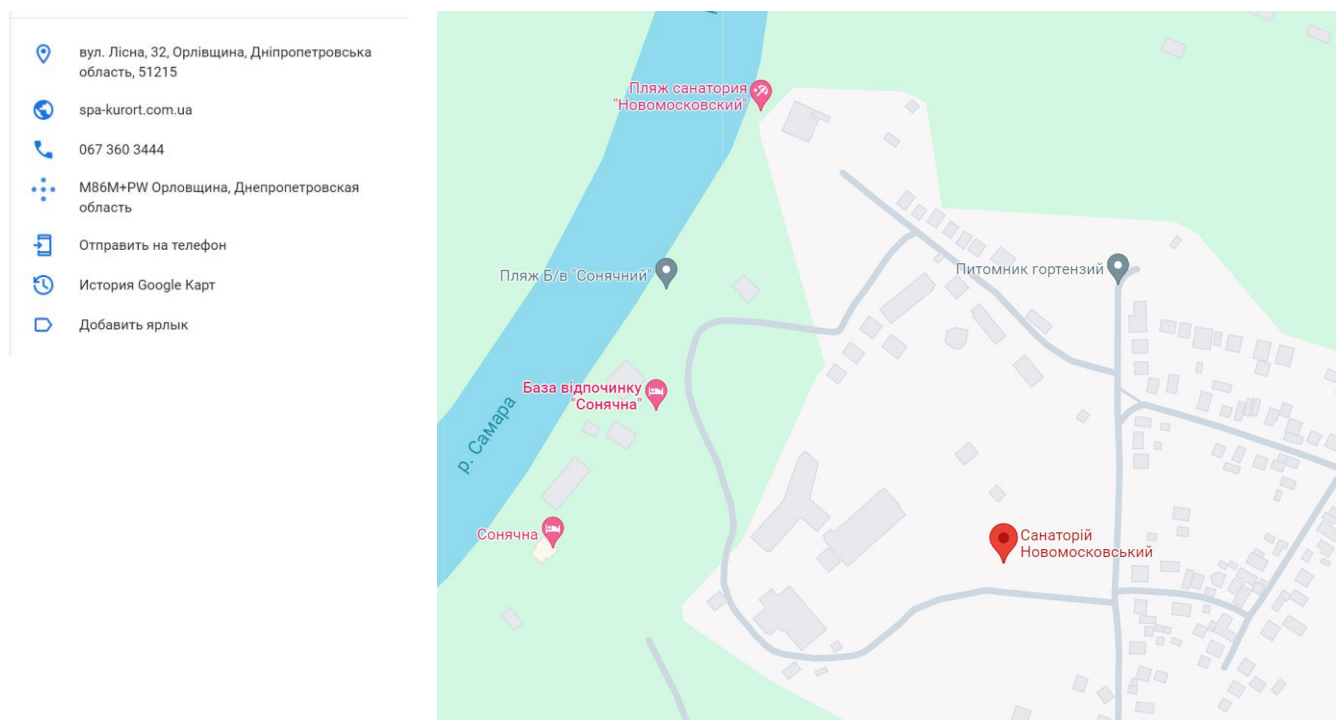


Рисунок 2.4 – Місце розташування ТОВ Санаторій «Курорт Орлівщина»

Джерело: сформовано автором на основі [30]

Зареєстроване 11.02.2003 р. № свідоцтва 12091200000000141 від 11.02.2003 р., ЄДРПОУ: 32286611.

Основними засновниками є ПАТ лікувально-оздоровчих закладів профспілок України "УКРПРОФОЗДОРОВНИЦЯ", внесок: 5 371 300.00 грн, 64.74%, ТОВ "ДНІПРОКУРОРТОЗДОРОВНИЦЯ", внесок: 1 514 982.00 грн, 18.26% та ТОВ "МОНТАЖНО-БУДІВЕЛЬНА КОМПАНІЯ "БАСТІОН", внесок: 1 410 440.00 грн, 17% [30, 33].

Основні види діяльності: 86.10 Діяльність лікарняних закладів.

Додаткові напрями діяльності: 55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування. 56.29 Постачання інших готових страв. 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність.

Площа санаторію складає 5,32 га, та має 6 розміщувальних корпусів з персональними зонами релаксу та оздоровлення який вміщує 312 осіб, загальна їдальня, клуб, паркова зона з дитячими, баскетбольної і футбольної майданчиками, тенісним кортом, упорядкованим, охоронюваним пляжем.

Нині санаторій може прийняти одночасно 312 людей. У планах на найближчі роки – добудувати ще один лікарняний корпус. ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» надає великий спектр медичних послуг які наведені на рисунку 2.5.



Рисунок 2.5 – Основні медичні послуги ТОВ Санаторій «Курорт Орлівщина»

Організаційна структура ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» наведена на рисунку 2.6.

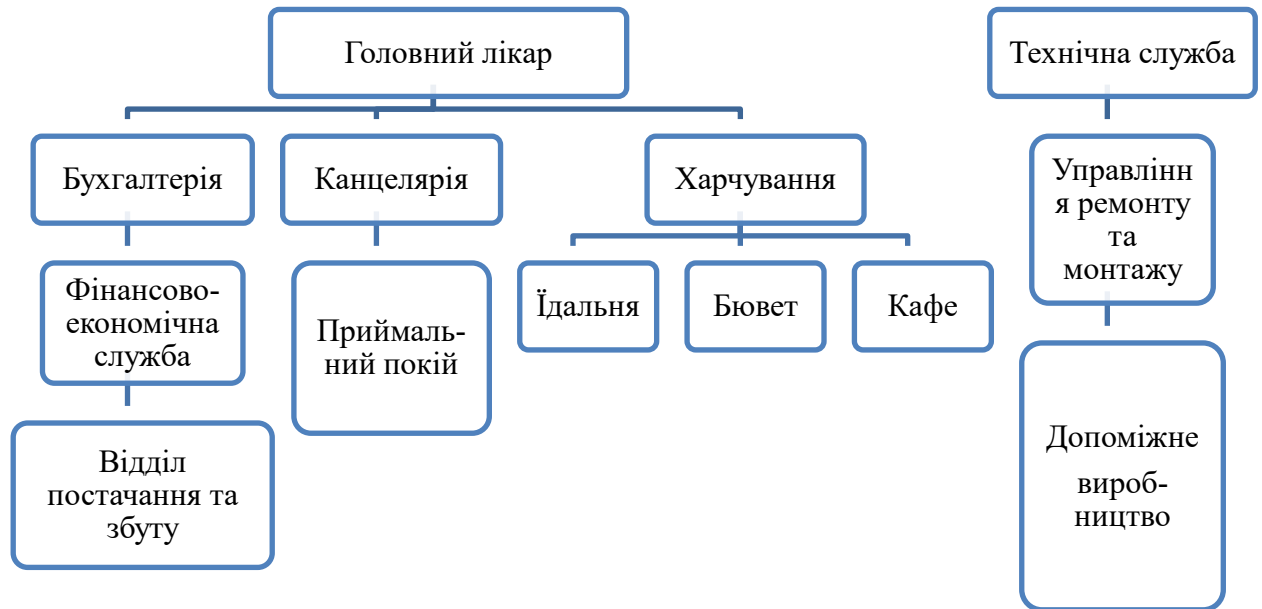


Рисунок 2.6 – Структура управління ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів підприємства

Як наведено на рисунку 2.6. до структури управління входить медичний персонал корпусів де розміщуються рекреанти, персонал водогрязелікарні, структури харчування (їдальня та ресторан), матеріально-технічна база, адміністративно-господарська частина, служба технічної підтримки, бухгалтерський відділ, відділ продажу путівок, економіко-планувальний відділ, кадрова структура, юридичний відділ, персонал культурного та масового призначення.

Проаналізуємо основні техніко-економічні та фінансові показники ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 – Основні фінансово-економічні показники діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

Показник	2 020р.	2 021р.	2 022р.	Відхилення			
				2021-2020 р.		2021-2022 р.	
				+/-	%	+/-	%
1. Капітал станом на кінець року, тис. грн.:	30868	34548	38052	3680	11,92	3504	10,14
в т.ч. 1.1. Власний капітал:	26227	25945	25847	-282	-1,08	-98	-0,38
1.1.1. Власний оборотний капітал	24263	24316	24364	53	0,22	48	0,20
1.1.2. Нерозподілений прибуток (непокриті збитки)	1964	1629	1483	-335	-17,06	-146	-8,96
Позиковий капітал	4641	8603	12205	3962	85,37	3602	41,87
1.2.1. Короткостроковий позиковий капітал	4641	8603	12205	3962	85,37	3602	41,87
2. Майно станом на кінець року, тис. грн.:	30868	34548	38052	3680	11,92	3504	10,14
2.1. Необоротні активи	26435	27927	36640	1492	5,64	8713	31,20
2.2. Оборотні активи:	4433	6621	1412	2188	49,36	-5209	-78,67
2.2.1. Запаси	954	1123	478	169	17,71	-645	-57,44
2.2.2. Дебіторська заборгованість	1126	1410	484	284	25,22	-926	-65,67
2.2.3. Грошові кошти та поточні фінансові інвестиції	2353	4088	450	1735	73,74	-3638	-88,99
3. Економічні показники:							
3.1. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	30542	33292	21687	2750	9,00	-11605	-34,86
3.2. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	27945	30396	19635	2451	8,77	-10761	-35,40
4. Трудові ресурси:							
4.1. Середньоспискова чисельність працюючих, осіб	58	50	46	-800	-13,79	-4	-8,00
4.2. Річний фонд оплати праці, тис. грн.	9164	9845	6753	681	7,43	-3092	-31,41
4.3. Середньомісячна заробітна плата, грн.	4,74	4,94	3,33	0,20	4,20	-1,61	-32,62
4.4. Продуктивність праці, тис. грн./особу	189,70	200,55	128,33	10,85	5,72	-72,23	-36,01
5. Фінансові коефіцієнти:							
5.1. Автономії	0,850	0,751	0,679	-0,099	-11,613	-0,072	-9,551
5.2. Маневрування	-0,008	-0,076	-0,418	-0,068	863,242	-0,341	446,616
5.3. Фінансового ризику	0,177	0,332	0,472	0,155	87,384	0,141	42,407
5.4. Абсолютної ліквідності	0,507	0,475	0,037	-0,032	-6,276	-0,438	-92,241
5.5. Покриття	0,955	0,770	0,116	-0,186	-19,427	-0,654	-84,968

За даними табл. 2.3 можна зробити наступні висновки. Капітал підприємства в 2021 році збільшився на 3680 тис. грн. на що вплинуло збільшення позикового капіталу на 85,37%, а саме короткострокового позикового капіталу на 3962 тис. грн. Довгостроковий позиковий капітал протягом 2020-2022 років відсутній. Власний капітал в 2022 році збільшився на 48,00 тис. грн. На підприємстві з кожним роком зменшуються непокриті збитки у 2021 році на 17,06%, а у 2022 році на 8,96%.

Наглядно динаміку змін капіталу за 2020-2022 рр. можна представити на рисунку 2.7.

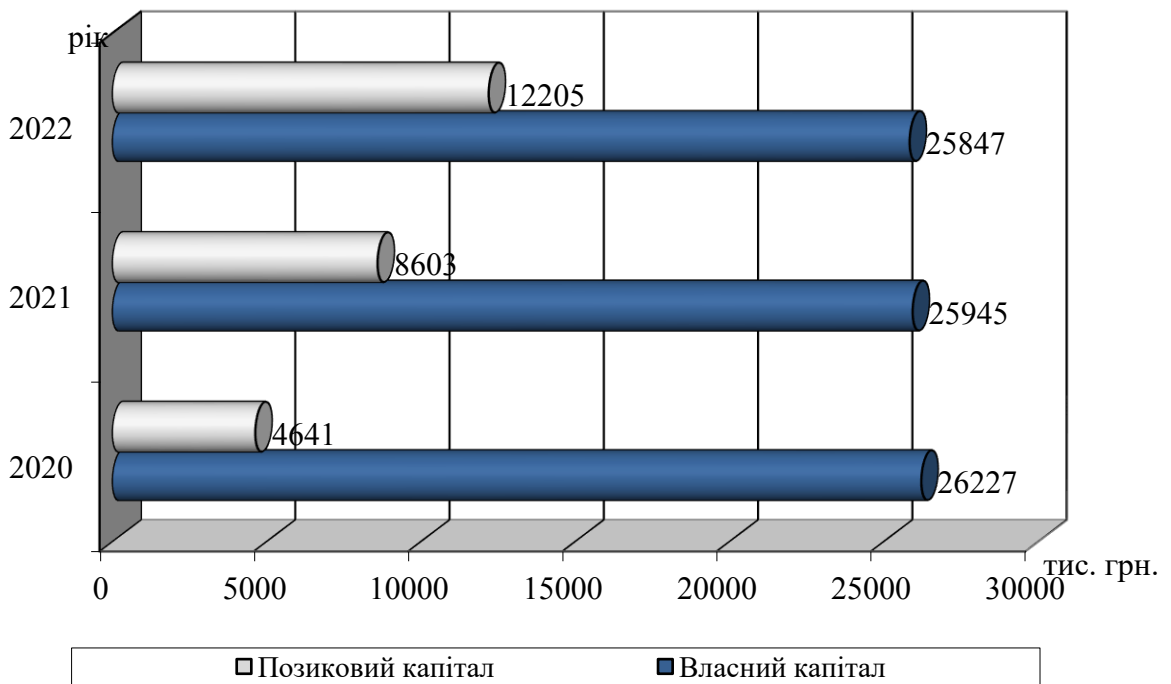


Рисунок 2.7 – Динаміка змін капіталу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр., тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

У 2022 році капітал збільшився на 10,14% до 38052 тис. грн. Як і в попередньому році відбулося збільшення позикових коштів на 41,87 % або на 3602 тис. грн. Власний капітал зменшився на 0,38% або на 98 тис. грн.,

відбулося це в результаті збільшення непокритих збитків на 146 тис. грн. до 1483 тис. грн.

Динаміку змін активів підприємства за 2020-2022 рр. можна прослідкувати на рисунку 2.8.

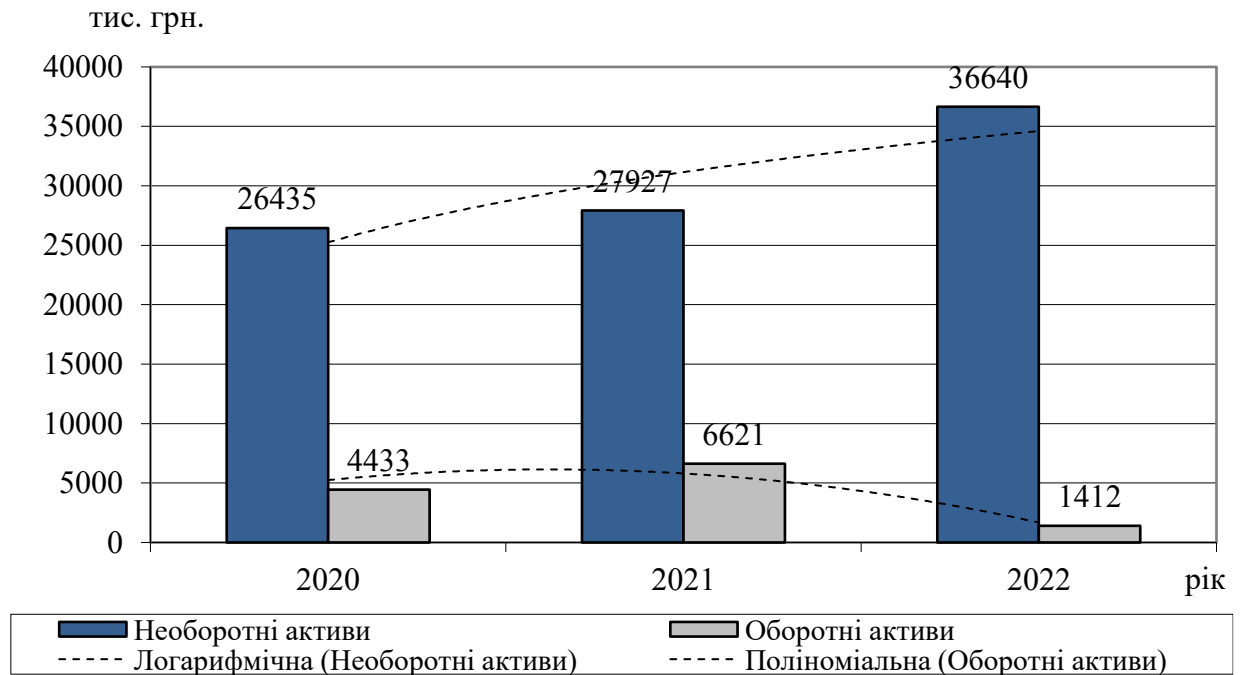


Рисунок 2.8 – Динаміка змін активів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

Більшу частину майна підприємства складають необоротні активи, які утворились за рахунок основних засобів. В 2021 році грошові кошти збільшились на 1735 тис. грн., а вже в 2022 році їх розмір зменшився на 88,89% і складає 450 тис. грн. У 2022 році відбулося збільшення дебіторської заборгованості на 65,67% до 926 тис. грн. На підприємстві невеликий розмір запасів в 2020 році - 954 тис. грн, але в 2022 році вони зменшились на 57,44%, а в 2021 році навпаки зросли на 17,71% до 1123 тис. грн.

Динаміку змін основних показників фінансових результатів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр., можна представити на рисунку 2.9.

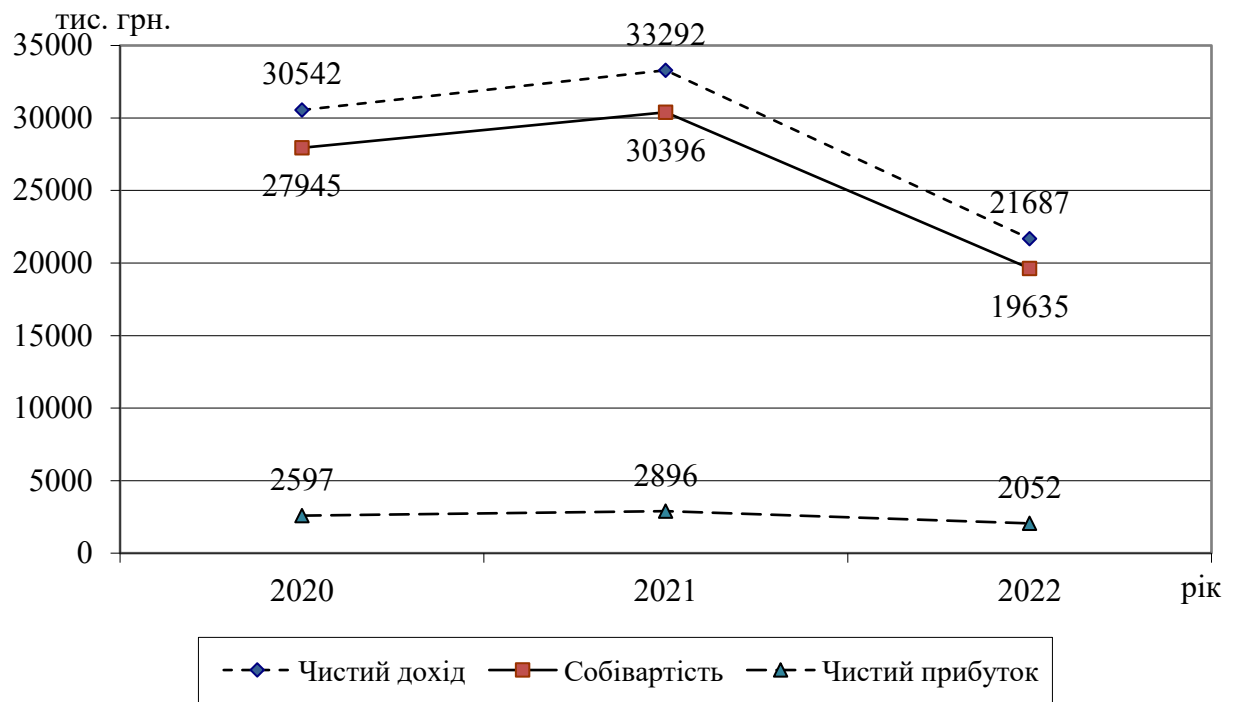


Рисунок 2.9 – Динаміка змін основних показників фінансових результатів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр., тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

Як видно з рисунку 2.9 підприємство отримує чистий прибуток в 2020-2022 роках. У 2021 році підприємство отримало на 299 тис. грн. більше чистих прибутків на що вплинуло незначне зростання собівартості продукції порівняно з чистим доходом від реалізації продукції у 2022 р. У 2022 році підприємство отримало 2052 тис. грн. чистих прибутків, на 29,14% менше за 2021 рік.

Розглядаючи трудові ресурси спостерігається плинність кадрового персоналу протягом 2020-2022 років і їх кількість зменшилася з 58 до 46 осіб або на 13,79 % у 2021 р. та на 8% у 2022 р. відповідно.

Проведені розрахунки фінансових коефіцієнтів можна графічно показати на рисунку 2.10.

Як видно з рисунку 2.10 в 2021 році всі показники погіршились, а маневреність значно впала.

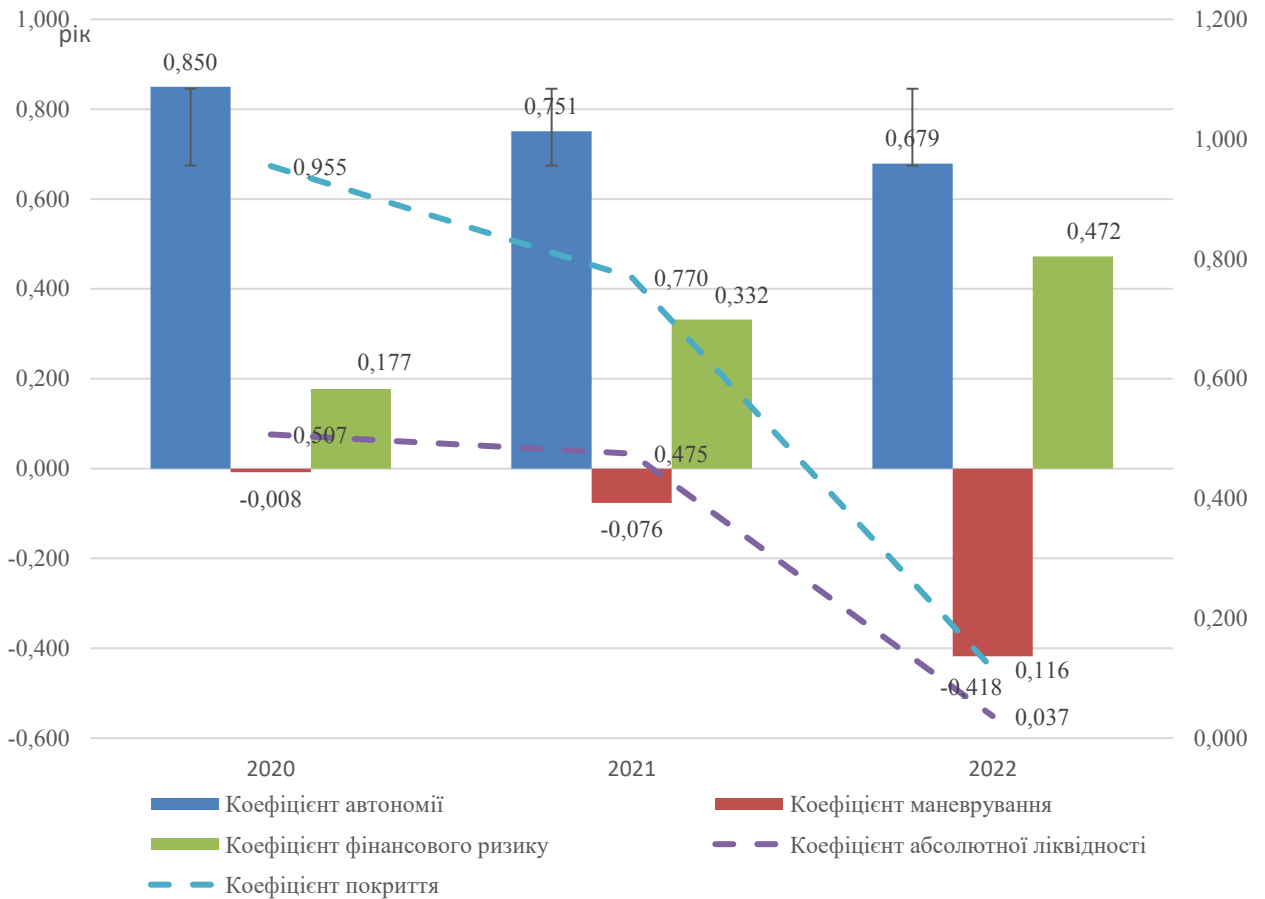


Рисунок 2.10 – Динаміка змін фінансових коефіцієнтів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр., тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

У 2022 році продовжують погіршуватись всі показники, зокрема: автономії на 9,551%, покриття на 84,968%, маневреність відсутня. Таким чином, проведені розрахунки показали, що в 2022 році відбуваються негативні зміни в господарській діяльності підприємства.

Фінансовий стан підприємств можна оцінити з погляду його короткострокової та довгострокової перспектив. У короткостроковий перспективі критерієм оцінки фінансового стану підприємства є його ліквідність і платоспроможність, тобто здатність своєчасно і в повному обсязі розрахуватися за короткостроковими зобов'язаннями. Термін «ліквідний» передбачає безперешкодне перетворення майна на гроші.

Ліквідність підприємства — це його спроможність перетворювати свої активи на гроші для покриття всіх необхідних платежів.

Коефіцієнти ліквідності представлені у табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз ліквідності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

Показник	2 020 р.	2 021 р.	2 022 р.	Відхилення +/- 2021 р. від 2020 р.	Відхилення +/-2022 р. від 2021р.
1. Коефіцієнт поточної ліквідності (Кпл)	0,955	0,770	0,116	-0,186	-0,654
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності (Кшл)	0,750	0,639	0,077	-0,111	-0,563
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал)	0,507	0,475	0,037	-0,032	-0,438
4. Власні оборотні кошти (ВОК)	-208	-1982	-10793	-1774	-8811
5. Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами (Квок)	-0,047	-0,299	-7,644	-0,252	-7,344
6. Коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами (Кзвок)	-0,218	-1,765	-22,579	-1,547	-20,815
7. Коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів (Кман _{вок})	-11,313	-2,063	-0,042	9,250	2,021
8. Коефіцієнт покриття запасів (Кпокр.зап)	-0,150	-1,713	-21,646	-1,563	-19,933

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

Наведені розрахунки показали, що ліквідність погіршилась в 2022 році, про що говорить зменшення всіх основних показників ліквідності - на 0,654 поточної, 0,563 - швидкої та на 0,438 абсолютної. Наглядно динаміку основних показників ліквідності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр. розглянуто на рисунку 2.11.

Як видно з рисунку 2.11 коефіцієнт абсолютної ліквідності дуже низький із-за невеликого розміру грошових коштів та їх еквівалентів і його значення на

протязі 2022 року погіршилось аж до 0,037 при нормативному значенні 0,1.

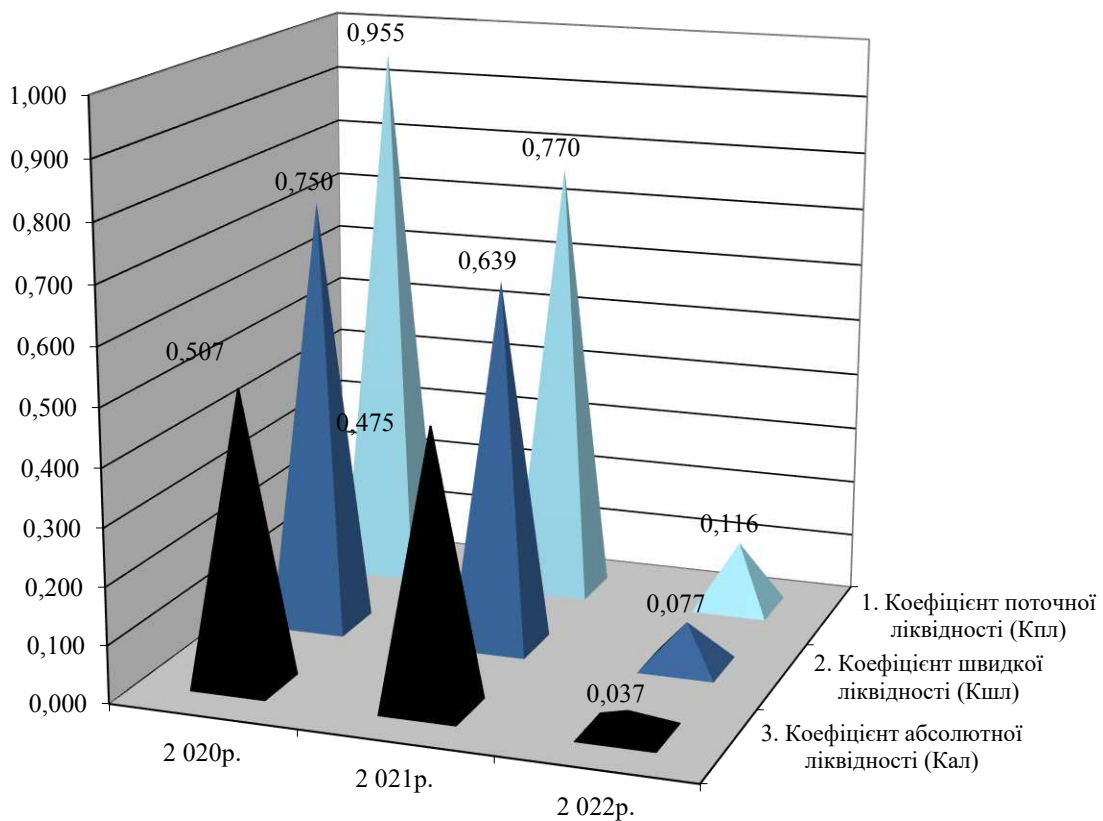


Рисунок 2.11 – Динаміка показників ліквідності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

Коефіцієнт співвідношення власних та залучених засобів визначає, чи може підприємство залучати до господарського обороту залучений капітал. Розрахунки показали, що з кожним роком все більше залучається капіталу і коефіцієнт також наближається до мінімального нормативного значення.

Починаючи з 2020 року підприємство втратило маневреність власного капіталу, а фінансовий ризик збільшився і став більше за мінімальне значення.

На рисунку 2.12 наведено динаміку змін коефіцієнтів фінансової стійкості ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

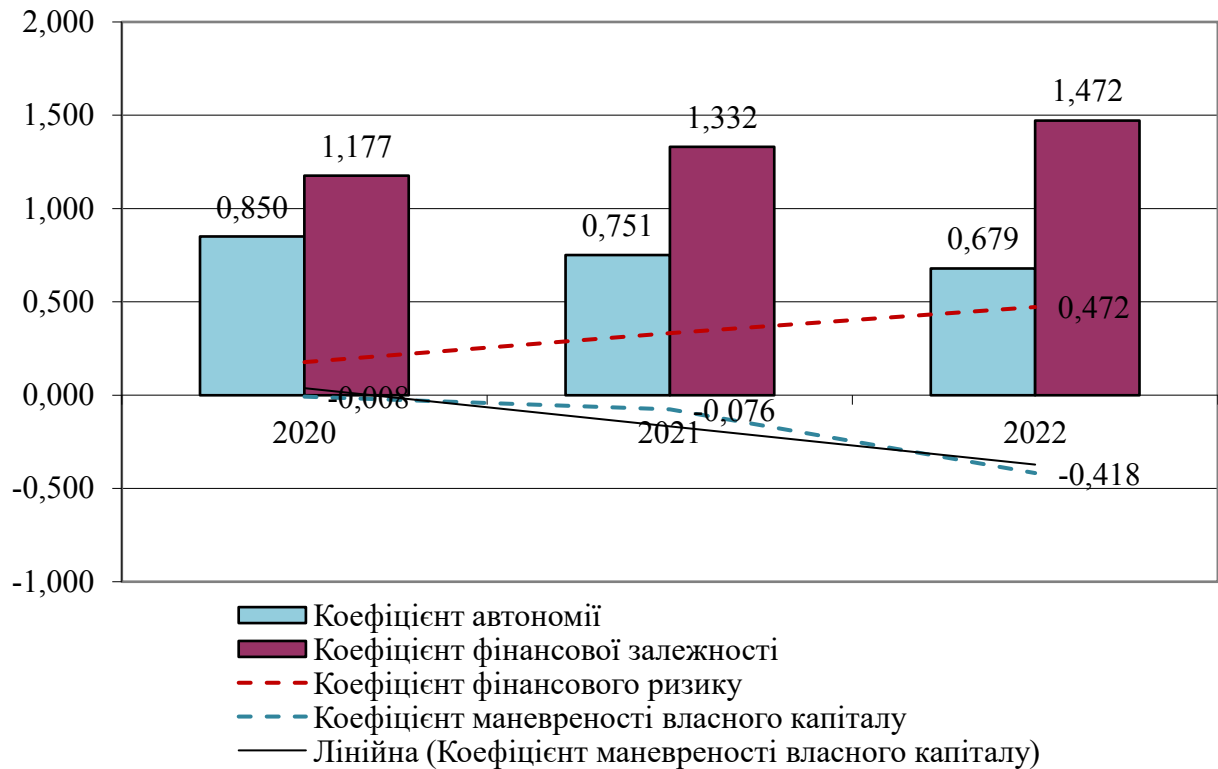


Рисунок 2.12 – Динаміка показників ліквідності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

Коефіцієнт автономії у 2021 році зменшився на 0,099, у 2022 році він зменшився ще на 9,551. Коефіцієнт маневреності за 2022 рік у порівнянні з 2021 р. погіршився на 0,0418 % і підприємство не має маневреності, а коефіцієнт фінансового ризику у 2022 р. збільшився на 0,472.

Таким чином, проведене дослідження ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» виявило, що у підприємства є великі проблеми з фінансовою стійкістю із-за великого розміру активів, що важко реалізуються. Підприємство не має достатньо власного капіталу, що не забезпечує його платоспроможність. Необхідним є збільшення розміру грошових коштів та їх еквівалентів для підтримки ліквідності.

Аналіз ділової активності дозволяє проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання

фінансових ресурсів підприємства. Аналіз здійснюється за допомогою коефіцієнтів оборотності.

В результаті того, що підприємство протягом 2020-2022 років має чисті прибутки більша частина показники рентабельності мають позитивне значення. Значення основних показників рентабельності представлено на рисунку 2.13.

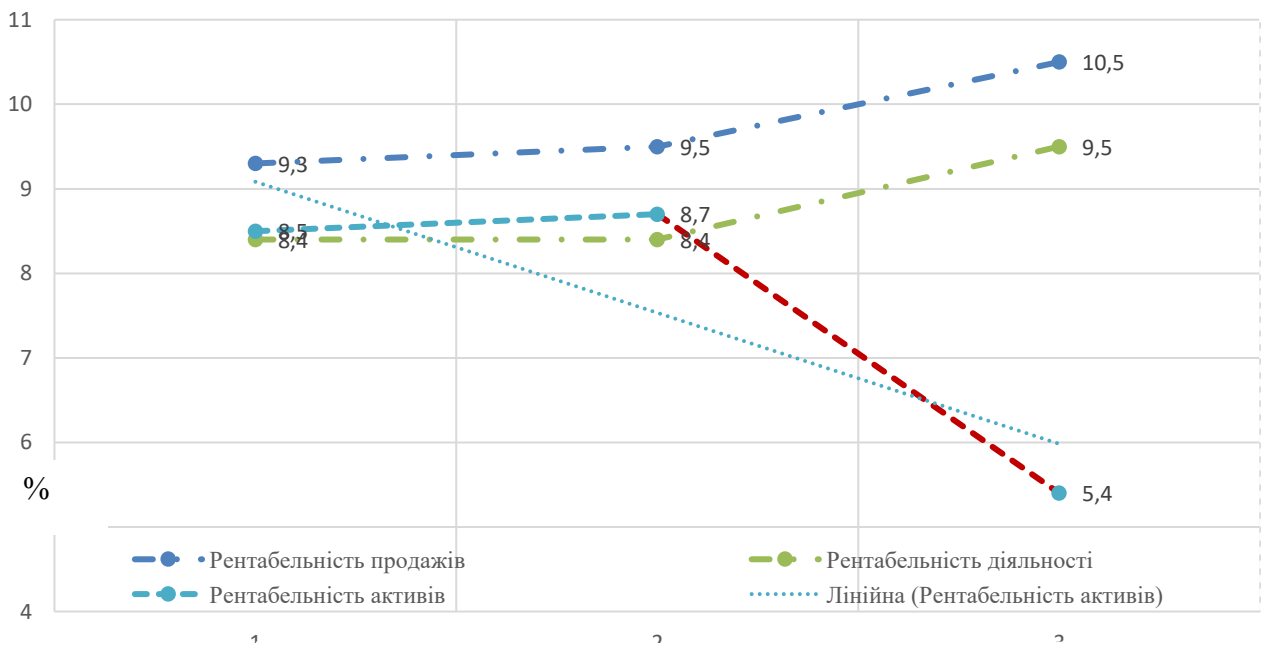


Рисунок 2.13 – Динаміка показників рентабельності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» у 2020-2022 рр., %

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

Показник загальної рентабельності має додатне значення у 2022 р. Це підкреслює необхідність подальшого пошуку можливостей задля збільшення обсягу продажів лікувально-оздоровчих та додаткових послуг для підвищення фінансового результату.

У таблиці 2.5 проведемо розрахунки основних показників фінансових результатів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

Проведені розрахунки в таблиці 2.5 виявили, що в 2022 році по відношенню до 2021 року пасиви збільшились на 3504 тис. грн., а власний

капітал зменшився на 98 тис. грн. Поточні зобов'язання зросли на 7,17% в результаті збільшення кредиторської заборгованості на 3648 тис. грн.

Таблиця 2.5 – Формування та структура капіталу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр., тис. грн.

Пасиви	Роки						Відхилення			
	2 020 р.		2 021 р.		2 022 р.		2021-2020 р.		2022-2021 рр.	
	сума	част-ка, %	сума	част-ка, %	сума	част-ка, %	сума	част-ка, %	сума	част-ка, %
Усього пасивів	30868	100	34548	100	38052	100	3680	-	3504	-
Власний капітал	26227	84,97	25945	75,10	25847	67,93	-282	-9,87	-98	-7,17
Зареєстрований (пайовий) капітал	6886	22,31	6886	19,93	6886	18,10	0	-2,38	0	-1,84
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1964	6,36	1629	4,72	1483	3,90	-335	-1,65	-146	-0,82
Інший капітал	17377	56,29	17430	50,45	17478	45,93	53	-5,84	48	-4,52
Поточні зобов'язання	4641	15,03	8603	24,90	12205	32,07	3962	9,87	3602	7,17
Кредиторська заборгованість	4265	13,82	8557	24,77	12205	32,07	4292	10,95	3648	7,31
Інші поточні зобов'язання	376	1,22	46	0,13	0	0,00	-330	-1,08	-46	-0,13

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів підприємства

На рисунку 2.14 наведено зміни в структурі капіталу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2020-2022 рр.

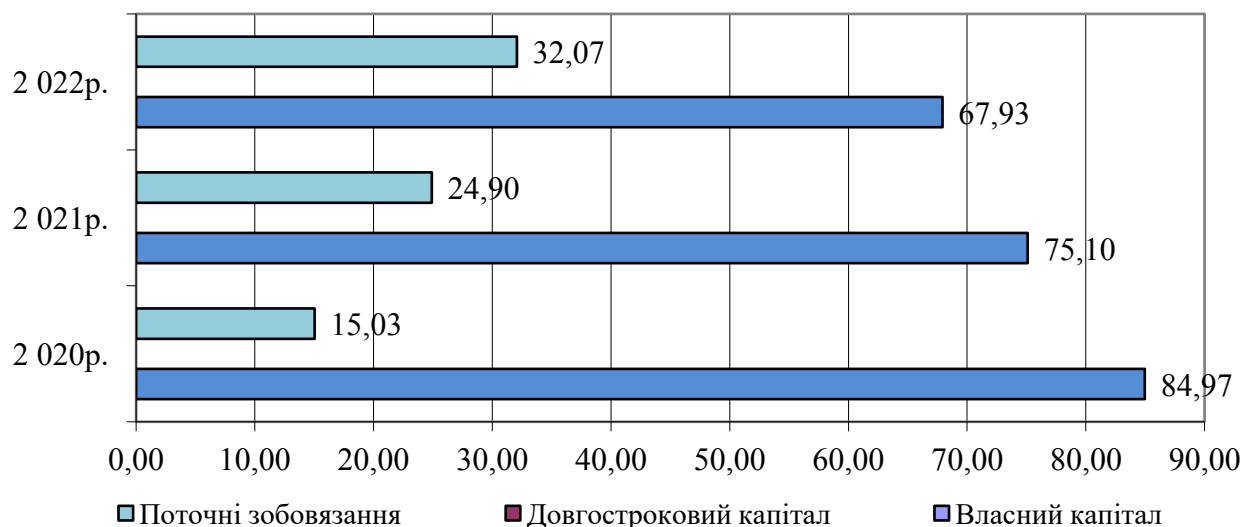


Рисунок 2.14 – Зміни в структурі капіталу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» у 2020-2022 рр.

У 2022 році по відношенню до 2021 року пасиви збільшились на 3504 тис. грн., на що вплинуло зростання поточних зобов'язань на 3602 тис. грн., а саме кредиторської заборгованості на 3648 тис. грн. та інших поточних зобов'язань на 3602 тис. грн.

Частка поточних зобов'язань зросла на 7,17 %.

2.3 Методичні підходи до формування комплексу просування санаторно-курортних продуктів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

Структурно комплекс просування може бути розділений на дві складові:

1. Міжособистісна інформація;
2. Загальна інформація, з використання засобів масового та індивідуального впливу в умовах відсутності особистого контакту або зворотного зв'язку.

Комплекс завдань щодо просування санаторно-курортних послуг починається з вибору цільових аудиторій – об'єктів, на які буде направлений інформаційний вплив.

Схема адресатів просування представлена на рис. 2.15.

Існує декілька точок зору відносно того, які групи являються адресатами просування.

Однак, узагальнивши різні підходи, доцільно в якості адресатів розглядати наступні групи:

- *працівників самого санаторно-курортного комплексу*. Від того наскільки трудовий колектив розглядає із керівництвом цілі та задачі – залежить дуже багато, особливо у індустрії сервісу. У працівників повинен буди сформований сприятливий імідж та почуття гордості за своє робоче місце. Засобами досягнення такого результату є матеріальні важелі, які слід

пов'язувати з об'єктом обслуговування та розміром прибутку, також різні види моральних заохочень, сприяння професійному росту.



Рисунок 2.15 – Основні адресати просування санаторно-курортних послуг

Джерело: розробка автора

- *потенційних та реальних споживачів.* На цю аудиторію вплив здійснюється всіма можливими засобами. Кінцева ціль комунікації – це побудити потенційного споживача придбати путівку.

- *посередників,* які приймають участь у реалізації санаторно-курортних програм, а також які є самостійним об'єктом комунікації. Для виконання своїх зобов'язань вони повинні бути добре поінформовані про санаторно-курортні послуги, а для того щоб вони включилися у процес реалізації, у них повинно бути сформовано позитивна думка про саму організацію.

- *контактні аудиторії* також впливають на результат роботи санаторно-курортного комплексу, тому дуже важливо сформувані у них позитивний імідж та сприяння в його роботі.

- *органи державної влади* спроможні різко вплинути на результати роботи санаторно-курортного комплексу, тому через такі інструменти як

формування позитивного іміджу, участь у роботі різних комітетів, регіональних та всеукраїнських заходах, різнобічних цільових програмах, презентаціях, досягається бажана зворотна реакція.

Як тільки цільова аудиторія виявлена необхідно з'ясувати яку зворотну реакцію ініціатор бажає отримати. Бажана зворотна реакція – це придбання путівки, проте процес прийняття рішення щодо купівлі має багатоетапність і достатньо тривалий.

Оскільки кожний метод щодо просування санаторно-курортних послуг має певні специфічні відмінності та потребує професійної підготовки для ефективного застосування, вважаємо за потрібне розглянути кожен метод більш детально.

Метод особистісного та персонального продажу санаторно-курортних послуг може бути особливо ефективним, оскільки це дозволяє налагоджувати індивідуальний контакт з потенційними клієнтами і враховувати їхні унікальні потреби та очікування. Ось кілька його ключових етапів: визначення мети відпочинку - розмова із клієнтом для з'ясування основних мотивів та мети подорожі на санаторій чи курорт; якщо подорож пов'язана з лікуванням, агент повинен враховувати медичні потреби клієнта; створення персональної програми лікування, відпочинку та розваг для клієнта; детальне обговорення пакету послуг; відповідь на всі запитання та уточнення непорозумінь; персональні запрошення на ексклюзивні заходи чи обіцянка особливого відношення під час перебування в санаторії; надання індивідуальних знижок або бонусів для залучення та утримання клієнта; забезпечення постійного зв'язку для забезпечення комфорту та відсутності проблем; вивчення та використання методів психології продажу для збільшення ефективності впливу на клієнта. Слід відмітити, що цей метод передбачає великий обсяг індивідуальної роботи та взаємодії з кожним клієнтом, але в той же час може створити сильні особисті зв'язки, що важливо в сфері санаторно-курортного бізнесу, де важлива покращена якість обслуговування та індивідуальний підхід.

Таким чином, особистісні продажі санаторно-курортних послуг можна розділити на дві групи (рисунок 2.16).



Рисунок 2.16 – Етапи процесу реалізації особистих продаж санаторно-курортних послуг

Джерело: розробка автора з використанням [21, 31]

Реалізація продажів являє собою комплекс стимулюючих заходів ціллю яких є прискорення активності зворотного зв'язку споживача. Можна

припустити, що активація продажів застосовується вже тоді, коли знижується попит, і з ціллю його підвищення – здійснюється активізація інформування споживачів про наявні послуги, збільшення рівня зацікавленості споживачів у придбанні путівки. Особливо якщо це стосується нових пропозицій.

Механізм активізації продажів реалізується через два фактори: прискорення процесу продажів та росту короткострокового рівня продажів (рисунок 2.17).

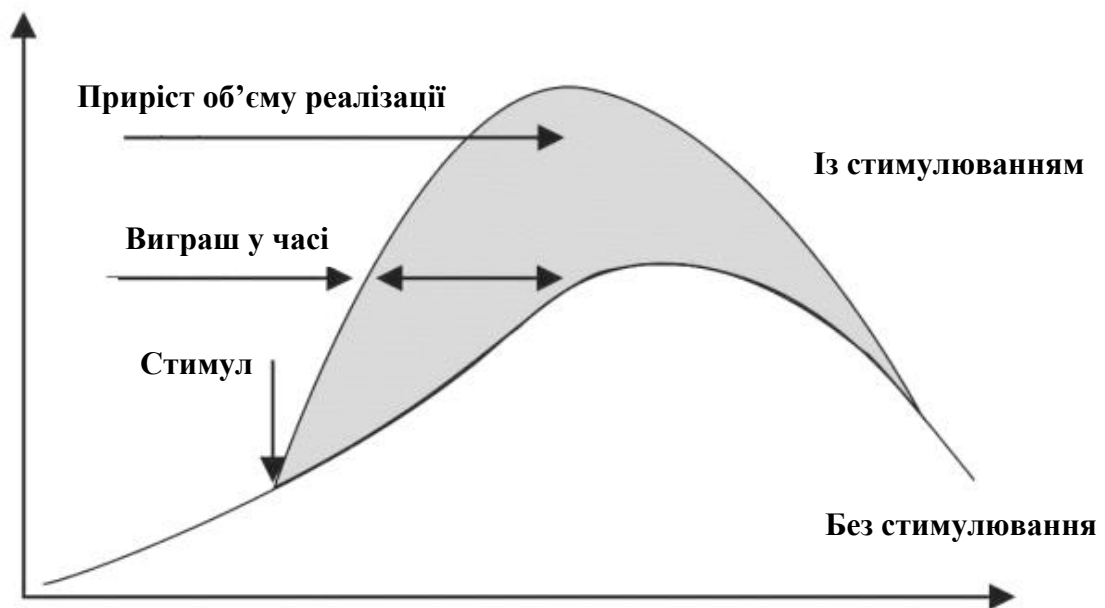


Рисунок 2.17 – Етапи процесу реалізації особистих продаж санаторно-курортних послуг

Джерело: розробка автора з використанням [21, 37]

Заходи щодо стимулювання продажів санаторно-курортних послуг повинні бути тісно пов'язані із картою розвитку санаторію. Це дозволяє максимізувати ефективність та відповідність меті і позиції бренду. Ось кілька загальних заходів, які можна розглядати у контексті стимулювання продажів:

1. Створення спеціальних лікувальних пакетів для конкретних видів лікування чи процедур.

2. Створення пропозиції для сімей або груп, які можуть стимулювати великі обсяги продажів.
3. Створення бонусних програм лояльності, в рамках яких буде здійснюватися надання бонусів та знижок для постійних клієнтів.
4. Створення привабливих пропозицій для тих, хто обирає санаторій вдруге чи більше разів.
5. Створення сезонних знижок, що відображають сезонні тенденції та попит на послуги у певний період року.
6. Налагодження співпраці з турагентствами для продажу пакетів відпочинку.
7. Розробка спеціальних пропозицій для корпоративних клієнтів.
8. Розширення переліку послуг, таких як екскурсії, розваги чи спеціальні кулінарні враження, або пропозиції, що включають спа-процедури та послуги відпочинку.
9. Стимулювання публікацій та відгуків для тих, хто надає відгуки чи ділиться враженнями в мережі.

Ключовою стратегією є розуміння потреб та уподобань цільової аудиторії та адаптація стимулюючих заходів до цих вимог. Кожна програма має бути частиною загальної стратегії бренду та підкреслювати унікальні переваги конкретного санаторію. Стимулюючі заходи повинні бути налаштовані на створення позитивного іміджу та забезпечення задоволеності клієнтів.

Реалізація програми підвищення кваліфікації працівників надасть санаторно-курортному комплексу забезпечення необхідного рівня сервісу. Конкурси професійної майстерності як в самій компанії так і за її межами не тільки сприяють підвищенню їх кваліфікації аде й звертають увагу керівництва на нових неформальних лідерів у колективі.

Висновки до розділу 2

На основі проведених досліджень у другому розділі можна зробити наступні висновки:

1. Територія України має значний природно-рекреаційний потенціал, що створює умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Особливо в західних та південних регіонах країни знаходиться багато природних резерватів, лісів, гірських масивів та мальовничих місць, що володіють потенціалом для відпочинку та лікування.

2. Визначено регіональні особливості санаторно-курортного комплексу, доведено що значне поширення рекреаційно-курортних закладів знаходяться у Харківській, Полтавській і Дніпропетровській областях, які відомі своїми природними ресурсами та курортними зонами, проведене спостереження щодо значного поширення санаторно-курортних закладів саме на цих локаціях.

3. Здійснено аналіз та діагностику стану санаторно-курортного комплексу на прикладі ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина». Капітал підприємства в 2021 році збільшився на 3680 тис. грн. на що вплинуло збільшення позикового капіталу на 85,37%, а саме короткострокового позикового капіталу на 3962 тис. грн.

Довгостроковий позиковий капітал протягом 2020-2022 років відсутній. Власний капітал в 2022 році збільшився на 48,00 тис. грн. На підприємстві з кожним роком зменшуються непокриті збитки у 2021 році на 17,06%, а у 2022 році на 8,96%. Більшу частину майна підприємства складають необоротні активи, які утворились за рахунок основних засобів. В 2022 році грошові кошти збільшились на 1735 тис. грн., а вже в 2022 році їх розмір зменшився на 88,89% і складає 450 тис. грн. У 2022 році відбулося збільшення дебіторської заборгованості на 65,67% до 926 тис. грн.

На підприємстві невеликий розмір запасів в 2020 році - 954 тис. грн, але в 2022 році вони зменшились на 57,44%, а в 2021 році навпаки зросли на

17,71% до 1123 тис. грн. У 2021 році підприємство отримало на 299 тис. грн. більше чистих прибутків на що вплинуло незначне зростання собівартості продукції порівняно з чистим доходом від реалізації продукції. У 2022 році підприємство отримало 2052 тис. грн. чистих прибутків, на 29,14% менше за 2021 рік.

4. Розглянуто трудові ресурси, спостереження виявило плинність кадрового персоналу протягом 2020-2022 років і їх кількість зменшилася з 58 до 46 осіб або на 13,79 % у 2021 р. та на 8% у 2022 р. відповідно. Проаналізувавши основні техніко-економічні показники, можна сказати, що підприємство є прибутковим, але ефективність його в динаміці знижується.

5. Запропоновані заходи щодо стимулювання продажів санаторно-курортних послуг, які повинні тісно пов'язуватися із картою розвитку санаторію. Такі дії дозволять максимізувати ефективність та відповідність меті і позиції бренду.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА НАПРЯМІВ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТОВ «САНАТОРІЙ «КУРОРТ ОРЛІВЩИНА»

3.1 Удосконалення критеріїв оцінювання на ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

Однією з найактуальніших проблем санаторно-курортного комплексу в Україні є застаріла політика функціонування останнього, повільна реорганізація з урахуванням мінливих потреб ринку.

Структуруючи проблеми розвитку санаторно-курортних послуг, можна виокремити кілька основних систем, у яких необхідне запровадження нових напрямів розвитку, відображених у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 Структуризація проблем розвитку санаторно-курортних послуг у Дніпропетровській області

Основні проблеми	Визначення проблеми	
	Найбільша по вагомості	Найменша по значущості
Споживачі	В одній і тій самій організації одночасно присутні споживачі з різних соціальних груп, що ускладнює ефективне управління санаторно-курортним комплексом області	Споживачі сприймають санаторно-курортні організації як підприємства соціальної сфери, тому очікують певний рівень обслуговування та цінову доступність послуг
Конкуренти	У конкурентів більше ресурсів, більш продумана тактика залучення клієнтів	Рівень цін на путівки в організації санаторно-курортного комплексу вищий за витрати на відпочинок за кордоном
Держава	Відсутність координаційної діяльності на державному і регіональному рівнях, відсутність єдиної політики розвитку туристичної сфери	Відсутність стандартизації санаторно-курортних послуг
Інфраструктура	Негативний імідж регіону як виключно видобувного, з поганими екологічними умовами	Слабке представництво організацій комплексу на державних і міжнародних

		інтернет-майданчиках просування туристських послуг
Управління	Керівництво прагне отримати прибуток будь-якою ціною тут і зараз на шкоду загальному розвитку	Зношеність основних фондів

Джерело: розробка автора

На основі аналізу продуктивності функціонування санаторно-курортного комплексу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» та оцінки ключових питань розвитку в цій сфері було визначено перспективні напрями розвитку бізнес-процесів у курортному комплексі, які мають включати наступне:

1. Чітке визначення статусу та категорії санаторно-курортної організації на ринку туристичних послуг.

2. Формування та реалізація дорожньої карти змін (короткострокових або довгострокових).

3. Диверсифікація послуг є важливим кроком для збільшення конкурентоспроможності, залучення нових клієнтів та задоволення різноманітних потреб гостей (наприклад введення йоги, пілатесу, ароматерапії та інших альтернативних методів покращення здоров'я або розробка індивідуальних фітнес-програм для різних груп клієнтів).

4. Введення нових методів лікування та реабілітації.

5. Співпраця з кваліфікованими медичними спеціалістами та використання сучасного обладнання.

6. Співпраця з локальними турфірмами для розширення туристичних можливостей.

7. Проведення культурних фестивалів, майстер-класів та тематичних заходів або розробка програм для культурного відпочинку та тематичних подій.

8. Створення привабливого веб-сайту та партнерство із онлайн-платформами.

9. Впровадження системи лояльності для постійних клієнтів.

10. Забезпечення бонусів за рекомендації та повторні відвідування.

Запропоновані заходи допоможуть розширити аудиторію, створити більше можливостей для клієнтів та забезпечити стійкий розвиток санаторно-курортного комплексу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина».

Різні соціальні групи споживачів, які перебувають в одному санаторно-курортному закладі, дійсно ускладнюють управління цією установою. Більш фінансово стійкі та незалежні організації переходять на обслуговування конкретного сегмента споживачів, які є досить забезпеченими порівняно з незахищеними соціальними групами клієнтів. Останні, своєю чергою, через непропорційні фінансових витрат нездатні споживати необхідні лікувально-профілактичні послуги в цих організаціях.

Значна кількість громадян із невисоким рівнем доходу або соціально слабо захищених, які отримують державну підтримку, проходять санаторно-курортне лікування в профспілкових санаторіях, пансіонатах. Близько 25% від загальної кількості відпочивальників у профспілкових здравницях - це люди, які отримують санаторно-курортне лікування за пільговими путівками.

Санаторно-курортна діяльність у своєму роді унікальна сфера послуг, успіх якої багато в чому залежить від споживчих вражень, задоволеності кожного конкретного відпочивальника, якості надаваних здравницями санаторних послуг, і не останнє місце в ланцюгу факторів успішності виявляється вартість санаторних путівок.

Ціна путівки часто стає вирішальним фактором при виборі відпочивальником здравниці. В умовах широкої конкурентної боротьби найчастіше виграє той санаторій, який може запропонувати великий вибір послуг за мінімальну вартість.

ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» орієнтований на сегмент масового ринку, і в цій ситуації складно не задуматися про фінансове навантаження того самого масового споживача.

Основою ефективного регулювання бізнес-процесів санаторно-курортного комплексу є лікування, профілактика та реабілітація.

Важливо розуміти які послуги користуються популярністю у масового споживача а також які обов'язково назначаються лікарями при направленні рекреанта. Для реалізації такої процедури можливе застосування особливого набору критеріїв. Подібна оціночна система дасть змогу проводити аналіз пропонованих послуг, які цікавлять, на предмет відношення її до конкретного санаторно-курортно комплексу та лояльності потенційних споживачів.

Лояльність, в контексті санаторно-курортного бізнесу означає відданість або вірність джерелу, такому як бренд, компанія або послуга. Це важливий аспект у відносинах між клієнтами та санаторно-курортними комплексами, оскільки лояльність може мати безпосередній вплив на довгостроковий успіх бізнесу.

Лояльність може виявлятися у різних формах, таких як:

Постійність покупок, адже лояльний клієнт регулярно обирає послуги даного бренду та віддає їм перевагу перед альтернативами.

Позитивне ставлення, адже лояльні клієнти мають позитивне ставлення до компанії. Вони можуть рекомендувати послуги своїм знайомим і сім'ї.

Відсутність зміни постачальника - лояльність проявляється в тому, що клієнти не шукають альтернатив та не переходять до інших постачальників.

Зворотний зв'язок, адже лояльні клієнти часто надають зворотний зв'язок, що дозволяє покращувати продукти чи послуги на основі їхніх потреб та вподобань.

Довготривалі стосунки між клієнтом та санаторієм.

Забезпечення лояльності може бути ключовим для успіху бізнесу, оскільки лояльні клієнти не лише приносять стабільний потік прибутку, але й можуть стати промовистими пропагандистами та амбасадорами улюбленого закладу.

Збудження та збереження лояльності вимагає ретельного вивчення потреб та очікувань клієнтів, створення високоякісних послуги, а також підтримка якісного обслуговування та взаємодії з клієнтами. Послідовність та надійність взаємодії з клієнтами може сприяти формуванню та збереженню лояльності на тривалий термін.

На формування лояльності споживачів впливають такі основні групи факторів:

1. Ціна, якість та асортимент;
2. Укомплектованість штату працівниками, спеціальність і кваліфікація яких відповідають профілю;
3. Впровадження сучасного обладнання, нових технологій та форм обслуговування;
4. Організація прийому великої кількості пацієнтів;
5. Забезпеченість якісною сировиною, матеріалами в повній відповідно до вимог за категоріями захворювань;
6. Складання індивідуального плану лікування з оцінкою результатів;
7. Специфічність людини, яка приймає рішення щодо придбання путівки;
8. Наявність інтерактивних сервісів планування та контролю проходження лікування.

Організація відпочинку та дозвілля - одне з основних завдань оздоровчого закладу. Для оцінювання цього критерію варто брати до уваги:

9. Наявність спеціального приміщення для проведення дозвіллевих заходів;
10. Наявність фахівця з проведення дозвілля зі спеціальною освітою;
11. Щоденні вечірні заходи;
12. Спеціальні заходи у вихідні та свята.

Під час оцінювання сервісного обслуговування в організації варто враховувати такі чинники, як:

13. Наявність стандартів сервісного обслуговування;

14. Регламентация бізнес-процесів;
15. Наявність сервісних шаблонів і алгоритмів;
16. Відсутність загальних скарг з боку клієнтів;
17. Відсутність обґрунтованих скарг з боку клієнтів;
18. Відсутність негативних відгуків.

До інших послуг під час оцінювання можна віднести:

19. Супровід клієнтів з обмеженими можливостями
20. Унікальність пропозиції;

Існує дві стратегії, які можуть використовуватися для створення лояльності серед клієнтів: стратегія десенсибілізації і стратегія сенсибілізації.

Десенсибілізації - передбачає зниження прив'язаності або чутливості клієнтів до конкурентів або альтернативних брендів (активна реклама і персоналізація для наведення на відомість переваг та унікальних характеристик вашого продукту чи послуги, зниження чутливості клієнтів до змін в ціні, умовах обслуговування чи інших параметрах).

Сенсибілізації - передбачає підвищення відданості клієнтів до бренду або послуги (впровадження програм лояльності та бонусних систем, організація подій, конкурсів та акцій для залучення уваги та підвищення взаємодії зі споживачами, сприяння участі споживачів у розробці нових послуг, роблячи їх частиною бренду).

Обидві стратегії можуть бути ефективними для ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина». Десенсибілізація може бути важливою, коли ринок насичений конкурентами, і клієнти швидко переходять між брендами. Сенсибілізація, з іншого боку, підходить для створення та зміцнення глибоких та довгострокових стосунків із рекреантами.

Вивчення звернень клієнтів, таких як скарги та пропозиції, є важливим інструментом для отримання інформації про рівень задоволеності клієнтів і покращення якості послуг. Також проведення опитувань та анкетування може допомогти зрозуміти рівень обізнаності споживачів про ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина».

Вивчення звернень клієнтів та проведення опитувань є невід'ємною частиною стратегії управління споживчим задоволенням і може сприяти створенню більш лояльного та інформованого споживача.

Взаємодія з клієнтами та систематичне збирання їхніх відгуків допомагають не тільки зрозуміти їхні потреби та очікування, але й покращити загальний рівень задоволення та зміцнити взаємовідносини з аудиторією.

Отже враховуючи вищенаведене пропонується впровадити в діяльність ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» наступний алгоритм забезпечення лояльності, який розділено на чотири етапи:

1 ЕТАП – проведення аналізу вагомості для споживача послуг, цін, та сегментування за критерієм відданості.

2 ЕТАП – проведення аналізу мотивації рекреантів щодо повторного придбання путівки. Важливо приділити увагу ставленню рекреанта до кожного критерію споживацької цінності, а також дослідити, який з наданих критеріїв підвищує ступінь емоційної лояльності.

3 ЕТАП – аналіз санаторіїв-конкурентів та ставлення споживачів до їх послуг.

4 ЕТАП – впровадження процесу забезпечення лояльності на системній основі.

Можливий такий поділ критеріїв оцінювання і введення бальної системи з розрахунку суми всіх балів, одержуваних санаторієм під час тестування, що дасть змогу наочно визначити та оцінити послуги до того чи іншого санаторно-курортного підрозділу, більш того, буде зрозуміло як у подальшому необхідно планувати навантаження на персонал (рис. 3.1).

При підведенні підсумків після проведеного аналізу всього комплексу послуг згідно з усіма перерахованими вище критеріями, можна буде підвести сумарне значення в балах, яке буде варіюватися від 1 до 20, виходячи з із суми критеріїв, що наочно дасть можливість оцінити належність організації до

вимог споживачів. Приклад проведених результатів та розробленої анкети для рекреантів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» наведено у додатку А



.Рисунок 3.1 – Етапи процесу забезпечення лояльності на ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

Джерело: розробка автора з використанням [21, 31]

Отже, нами було запропоновано алгоритм забезпечення лояльності на ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» та розроблено систему моніторингу лояльності, що буде застосовано в подальшому ході дослідження та надано розроблену анкету для рекреантів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» щодо визначення якості надання послуг та відповідно задоволення мина рекреантів.

3.2 Розробка комплексу просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» в період воєнного стану

Ефективність просування санаторно-курортних послуг на ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» визначають найчастіше за допомогою вимірювання рівня впізнаваності та популярності самої санаторно-курортної організації або окремих її санаторно-курортних послуг.

На основі застосування показників квартальних витрат на формування та здійснення комплексу просування та відповідні обсяги продажів санаторно-курортних послуг, а також плановані обсяги витрат на здійснення заходів за окремими місяцями, можливе формування уявлення про обсяги продажів на перспективний період часу.

Цей прогноз може допомогти виявити оптимальну послідовність етапів процесу прийняття рішень, що стосується всіх етапів просування. Крім того, він дає змогу визначити взаємозв'язки варіантів управлінських рішень залежно від ресурсного потенціалу ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» та його можливостей щодо формування бюджету просування.

Слід застерегти, що поряд із досить складною проблемою визначення кореляційних взаємозв'язків між виявленими змінними, серйозний вплив на вихідні параметри мають взаємозв'язки внутрішньо-організаційної системи управління. На нашу думку, виняткове знання причинно-наслідкових зав'язків усередині ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» сприятиме визначенню як

цілей прогнозу, так і зовнішніх і внутрішніх джерел отримання необхідної інформації.

Крім того, це дає можливість виявити об'єктивні передумови розвитку системи, оцінити можливі альтернативи та прийняти стратегічні й тактичні управлінські рішення.

За допомогою використання методу лінійної регресії, яка заснована на оцінці взаємозв'язку двох змінних (метод парної кореляції) проаналізуємо вплив варіації показника X (витрат на просування) на результуючий показник Y (обсяг продажів санаторно-курортної послуги) з використанням методу найменших квадратів [30]:

$$Y = A + BX \quad (3.1)$$

Розглянемо умовні показники діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» за 2022-2023 рр. та визначимо прогнозні значення обсягів реалізації санаторно-курортних послуг на 2024 рік (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Обсяги реалізації санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» та бюджет на їх просування

Рік	X	Y	X * Y	X ²
1 квартал 2022 р.	196,53	28868,13	5673453,59	38624,04
2 квартал 2022 р.	333,10	43460,83	14476802,47	110955,61
3 квартал 2022 р.	328,63	49805,50	16367581,47	107997,68
4 квартал 2022 р.	252,03	36481,73	9194490,41	63519,12
1 квартал 2023 р.	260,23	38662,70	10061194,42	67719,65
2 квартал 2023 р.	444,63	52343,33	23273414,82	197695,84
3 квартал 2023 р.	443,13	60868,97	26972866,68	196364,20
4 квартал 2023 р.	339,03	46395,23	15729374,83	114941,34
Всього:	2597,31	356886,42	121749178,68	897817,48

Джерело: розробка автора

Отримавши лінійне рівняння $Y = 9618,12 + 107,78 X$, розрахуємо очікуваний обсяг продажів санаторно-курортного продукту досліджуваного об'єкта (рисунок 3.2).

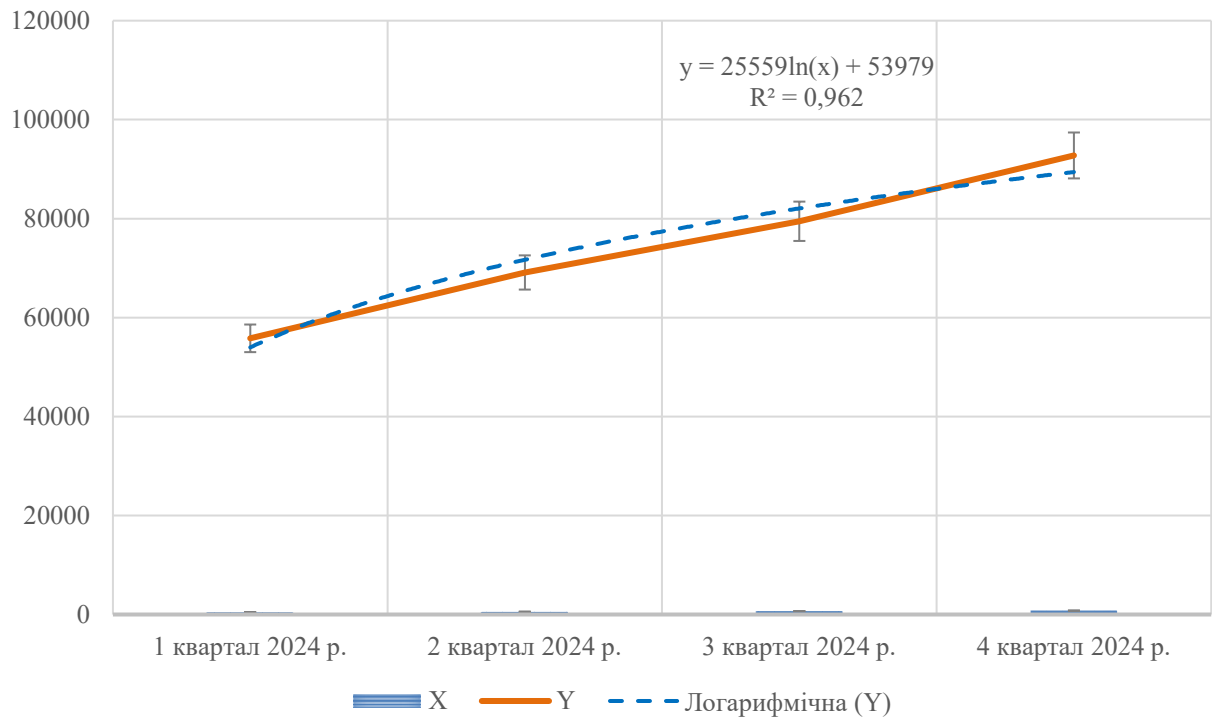


Рисунок 3.2 – Динаміка прогнозу змін обсягів реалізації санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» на 2024 р.

Джерело: розробка автора

Таким чином, при планованому бюджеті просування в 2 400 тис. грн. очікуваний обсяг продажів санаторно-курортних послуг у 2024 році становитиме 297 144,48 тис. грн.

Велике значення має визначення оптимального часу початку формування і застосування комплексу просування загалом та окремих його елементів.

Методичні підходи до визначення прогнозних значень обсягів продажів санаторно-курортних послуг можуть бути корисними під час ухвалення управлінських рішень щодо обсягів інвестованих коштів на просування, що може сприяти підвищенню ефективності діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» в цілому.

Використовуючи метод лінійної регресії, що базується на оцінці взаємозв'язків двох змінних, а саме, впливу зміни показника бюджету комплексу просування на очікуваний обсяг продажів, було розраховано оптимальний бюджет просування ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» на 2024 рік.

Для реалізації управлінських рішень нами було сформовано морфологічну таблицю з альтернативами, де для кожного альтернативного рішення було визначено значення витрат і результатів. Витрати визначалися виходячи з розцінок на послуги, що формують, продукують і реалізують окремі методи просування. Для визначення результатів було використано метод експертних оцінок.

Наступним кроком є визначення сумарних значень необхідних витрат (I_T), результатів (Π) та ефективності (E). Зазначені значення обчислюються за такими виразами:

$$I_T = \sum I_{Tij} \quad (3.2)$$

$$\Pi = \sum \Pi_{ij} \quad (3.3)$$

Сумарні витрати на просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» становили 4225 тис. грн. Бюджет просування було визначено в розмірі 2400 тис. грн. Сумарний результат визначено в 430 балів.

Розрахуємо показник ефективності за формулою 3.4:

$$E = \frac{\sum_{i=1}^n \Pi_{ij}}{\sum_{i=1}^n I_{Tij}} = \frac{430}{4225} = 0,102 \quad (3.4)$$

Заповнимо матрицю розподілу витрат у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Матриця розподілу витрат на просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

Стаття витрат	Альтернативне управлінське рішення		
	Розсилка інформації за методом «Пряма пошта»	Інтернет-ресурси, медіа, соціальні мережі	Розсилка інформації на мобільні пристрої
Витрати на інформування споживачів			
Бали:	5	35	35
Бюджет, тис. грн./рік:	210	450	330
Витрати на рекламу	Реклама в ЗМІ	Надрукована реклама (брошури, розповсюджуваний матеріал, буклети)	Сувенірна продукція
Бали:	35	45	40
Бюджет, тис. грн./рік:	400	345	250
Прямі продажі	Відрядження представників санаторію	Телемаркет	
Бали:	45	35	
Бюджет, тис. грн./рік:	250	260	
Активізація просування	Надання програми лояльності та бонусів	Преміювання посередників	
Бали:	40	35	
Бюджет, тис. грн./рік:	400	350	
PR	Участь у виставках та конференціях	Репутаційні заходи	
Бали:	40	50	
Бюджет, тис. грн./рік:	540	280	

Джерело: розробка автора

За результатами розрахунків нами було сформовано комплекс просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина», що складається із сукупності інструментів просування.

Виходячи з таблиці 3.3 розглянемо сумарний бал на пропозицію альтернативних варіантів просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»:

- відрядження представників ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» (0,180);
- надання сувенірної продукції (0,160);

- проведення репутаційних заходів про діяльність санаторію та його санаторно-курортні послуги (0,143);
- надання пропозицій потенційним споживачам по телефону (телемаркетинг) (0,135);
- реклама в друкованих ЗМІ (брошури, розповсюджуваний матеріал, буклети, тощо) (0,130);
- поширення інформації про санаторій та його санаторно-курортні послуги на мобільні пристрої споживачів (0,106);
- використання інтернет-ресурсів, включаючи соціальні медіа (0,078).

Отже, внаслідок оптимізації структури бюджету економія на просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» становить близько 11%.

Висновки до розділу 3

На основі проведених досліджень у третьому розділі можна зробити наступні висновки:

1. Запропоновано алгоритм забезпечення лояльності на ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» та розроблено систему моніторингу лояльності.
2. З урахуванням стратегій десенсибілізації і сенсибілізації було розроблено анкету для рекреантів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» з метою визначення рівня якості надання послуг та відповідно задоволення мина рекреантів.
3. Визначено можливості застосування оптимізаційних та імітаційних моделей ухвалення рішень з управління комплексом просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина». Виявлено напрями використання оптимізаційних моделей при визначенні складу і структури програми просування із застосуванням методу морфологічного синтезу.
4. Розраховано прогностні значення обсягів продажів санаторно-курортних послуг, які можуть бути корисними під час ухвалення

управлінських рішень щодо обсягів інвестованих коштів на просування, що може сприяти підвищенню ефективності діяльності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» в цілому.

ВИСНОВКИ

За результатами кваліфікаційної роботи магістра сформовано наступні висновки:

1. Проведено дослідження розвитку санаторно-курортного комплексу, який являє собою особливу форму соціальної активності. Ця форма характеризується наявністю великої кількості багатоваріантних моделей людської поведінки. Кожна з цих моделей являє собою результат взаємного впливу безлічі чинників. До них належать мотиви, звички та стереотипи, які є причиною тієї чи іншої поведінки індивіда або групи індивідів у різних ситуаціях, що характеризуються просторово-часовою єдністю.

2. Проаналізовано сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку вітчизняного санаторно-курортного комплексу та визначено специфічні характеристики, що впливають на поведінкові настанови, мотиви, споживчі стереотипи суб'єктів цього ринку.

3. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення методів просування для формування оптимальної структури просування санаторно-курортних послуг ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина», які сприятимуть удосконаленню функціонування організацій санаторно-курортної сфери та інтенсифікації стратегічного розвитку.

4. Проведений аналіз та діагностика стану ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» показав, що капітал підприємства у 2021 році збільшився на 3680 тис. грн. на що вплинуло збільшення позикового капіталу на 85,37%. Довгостроковий позиковий капітал протягом 2020-2022 років відсутній. Власний капітал в 2022 році збільшився на 48,00 тис. грн. Досліджено, що на підприємстві з кожним роком зменшуються непокриті збитки. Більшу частину майна підприємства складають необоротні активи, які утворились за рахунок основних засобів. Починаючи з 2021 р. грошові кошти збільшились на 1735 тис. грн., а вже в 2022 році їх розмір зменшився на 88,89%. На підприємстві невеликий розмір запасів в 2020 році - 954 тис. грн, але в 2022 році вони

зменшились на 57,44%, а в 2021 році навпаки зросли на 17,71% до 1123 тис. грн. У 2021 році підприємство отримало на 299 тис. грн. більше чистих прибутків на що вплинуло незначне зростання собівартості продукції порівняно з чистим доходом від реалізації продукції. У 2022 році підприємство отримало 2052 тис. грн. чистих прибутків, на 29,14% менше за 2021 рік.

5. Сформовано алгоритм моніторингу забезпечення лояльності рекреантів для ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина». В рамках якої запропоновано рекомендації щодо впровадження наступних дій: виконання моніторингу лояльності, створення ефективних каналів комунікації з метою продажів путівок, розширення додаткових послуг за пропозиціями постійних споживачів, підвищення кваліфікації трудового колективу, налагодження співпраці з відомими блогерами з метою збільшення впізнаваності ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина», замовлення реклами у засобах масової інформації.

6. Розроблено анкету для рекреантів ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» з метою визначення рівня якості надання послуг та відповідно задоволення мими рекреантів з використанням стратегій десенсибілізації і сенсибілізації.

7. Запропоновано матрицю розподілу витрат на просування санаторно-курортних послуг з ухваленням альтернативних рішень на ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bondarenko L. (2021). Organization and economic basis for the development of industrial tourism in the Dnipropetrovsk region. *Економіка і регіон. Науковий вісник*. Полтава: ПНТУ, №.2(81). С.25–31.
2. Bondarenko Liudmyla, Palimaka Daniel. (2023). Model of competitiveness of a tourism enterprise from the position of a business-oriented approach. *Modern processes of economy adaptation in crisis conditions. Monograph*. Opole: Academy of Applied Sciences Academy of Management and Administration in Opole, 2023. P. 126-134.
3. Grandvoinet Phillipe Sanatoriums in Europe: Build Heritage and Transformation Strategies. URL: <https://doi.org/10.52200/62.A.IYJYY4X1>.
4. Бондаренко Л.А. (2023). Дослідження програм розвитку в регіонах України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, №8, С. 5-10.
5. Бурулько Н. М. Сучасний стан та перспективи розвитку санаторно-курортного комплексу України. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2014. Вип. 8 (215). С. 10-15.
6. Ведмідь Н. М. Санаторно-курортний комплекс як системний об'єкт наукового пізнання. *Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного ун-ту. Сер.: Економічні науки*. Вип. 36(1.2). Черкаси., 2017. С.43-51.
7. Гальків Л. І. Статистичне оцінювання розвитку туристичного бізнесу в областях Західної України. Стратегічні напрями розвитку рекреації у туристичній діяльності та її вплив на соціально-економічний стан західного регіону України: монографія. Львів : Растр–7, 2017. 172 с.
8. Гальків Л. І., Кулиняк І. Я., Гербут М. В. Санаторно-курортна діяльність: ринок послуг санаторіїв у регіонах України. *Вісник Львівського політехнічного національного університету*. 2020. №3. С. 18-26. URL: <http://surl.li/hjурс>.

9. Гладкий О. В. Розвиток індустрії туризму та гостинності в санаторно-оздоровчих закладах України (на прикладі санаторію «Авангард»). *Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*. Суми: ФОП Цьома С. П., 2020. С. 15–19.
10. Горіна Г. О. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг. *Вісник ДонНУЕТ*, 2016. №2 (63). С. 121–127.
11. Гуджиян К. Програма лояльності: сутність та етапи створення. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 5. с. 119–125.
12. Гуменюк В. В. Державне регулювання курортно-рекреаційної сфери: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 372 с.
13. Гуменюк В.В. Інвестиційне проектування розвитку курортної справи. *Ринок цінних паперів України*. 2012. № 7. С. 33–38.
14. Гуменюк В.В. Кредитування підприємств курортно-рекреаційної сфери. *Фінансовий простір*. 2015. № 3. С. 248–253. URL: <http://fp.cibs.ck.ua>.
15. Деньга С.М. Концепція інформаційно-аналітичного забезпечення управління ефективністю вкладень капіталу в підприємницьку діяльність. *The genesis of genius. Scientific and educational journal*; December 2015 # 5, Volume 1. Switzerland: Publishing Center of The international scientific association of economists «Consilium», Geneva, 2015, p. 37–40.
16. Діденко К.Д. Медичний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 16 Ч. 4. С. 101–105.
17. Довгунь О.С. Сучасні маркетингові підходи в контексті формування підприємствами лояльності клієнтів. *Траєкторія Науки*. 2015. №4. с. 10-15
18. Доуртмес П.О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційно-інноваційної діяльності промислового підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2018. 21 с.

19. Заболотько В.М. Діяльність санаторіїв обласного та міського підпорядкування, що перебувають у сфері управління Міністерства охорони здоров'я України у 2020 році. ДЗ «Центр медичної статистики МОЗ України». К., 2020. 12 с.
20. Інвестиційні проекти на супроводі ДІА: відновлювально-оздоровчий кластер. URL: <http://surl.li/hjурj>.
21. Князик Ю.М. Формування лояльності споживачів як один з напрямків збільшення прибутковості підприємства. К.: ЛПУ, 2006.
22. Коваленко Н.М. Прогнозування розвитку санаторно-курортної діяльності в Україні. *Схід*. 2019. № 8. С. 25–29.
23. Колеватова А.В. Сучасний стан залучення іноземних інвестицій в економіку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 1080–1084.
24. Кошарний В.О. Загальна характеристика поняття «туристична інфраструктура». *Молодий вчений*. 2016. № 4(31). С. 96–99.
25. Кравець О. М., Рябев А.А. Курортологія : підручник; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 167 с.
26. Лендел О. М. Теоретико-методичні аспекти здійснення інвестиційної діяльності в сучасних економічних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 18. С. 83–87.
27. Мазаракі А. А. Санаторно-курортні та оздоровчі підприємства: структурні параметри розвитку. *Економіка розвитку*. 2018. № 3. С. 51–55.
28. Мендела І. Я. Особливості стратегічного розвитку підприємств санаторно-курортної справи. *Карпатський край*. 2012. №. 2. С. 86-89.
29. Музиченко-Козловська О.В. Розвиток туристичної інфраструктури – визначальний чинник туристичної привабливості території. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2016. № 714. С. 229–237.

30. На базі санаторію «Курорт Орлівщина» хочуть створити сучасний СПА-центр. URL: <http://surl.li/pjxdw>.
31. Ніколаєв К.Д., Ісаєнко В.М. Екологізація туристичної галузі, її роль у зменшенні впливу на біорізноманіття та навколишнє середовище. *Агроекологічний журнал, спецвипуск*. К. 2009. С. 228-232.
32. Основи законодавства України про охорону здоров'я Закон України (зі змін., внес. згідно із Законами № 5036–VI (5036–17) від 4 лип. 2012 р.) URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
33. Офіційний сайт ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина» URL: <https://spa-kurort.com.ua>.
34. Охота В. І. Інвестиційно-інноваційний потенціал санаторно-курортного туризму на Тернопільщині. *Інноваційна економіка*, 2016, 3-4. С.84–88.
35. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. проф. В. Г. Герасименка. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.
36. Перерва П. Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 45 (1266). С. 51-55.
37. Пилипенко О.С. Формування програм лояльності споживачів в контексті інноваційного маркетингу вітчизняних підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-45>.
38. Регіональний туристичний продукт: проектний підхід до забезпечення конкурентоспроможності / За заг. ред. М.М. Іжі, К.Д. Бабова, Т.М. Безверхнюк. Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. 626 с.
39. Романова А.А. Аналіз становлення і розвитку туризму в Україні у контексті світового економічного простору. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1 (9). С. 62–68.

40. Семенов В. Ф. Фактори конкурентоспроможності курортно-рекреаційних підприємств на ринку послуг. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки : зб. наук. праць*. 2015. Вип. 1 (28). С. 102-105.

41. Стратегія розвитку Дніпропетровської області до 2027 року. URL: <http://surl.li/aplpw>.

42. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>.

43. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 420 с.

44. Ткаченко Т.П., Шевчук Н.А., Гончарук І.В. Напрями оптимізації інвестиційної діяльності підприємств. *Агросвіт*. 2018. № 7. С. 45—48.

45. Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х. : ХНАМГ. 2012. 209 с.

46. Туристські дестинації (теорія управління, бренд) : монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко, Г.І. Михайліченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 347 с.

47. Федорчак О. В. Державне управління інвестиційною діяльністю на регіональному рівні в Україні: проблеми та напрями вдосконалення. *Регіональне управління та місцеве самоврядування*. № 2(52). 2017. С. 103-111.

АНКЕТА
анонімного опитування рекреантів
щодо задоволеності якістю наданих послуг
у ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»

1. Чи задоволені Ви якістю обслуговування медичним персоналом приймального відділення при поселенні?

- так
 ні

Якщо «ні», вкажіть причину:

2. Чи надав медичний персонал повну інформацію щодо правил перебування у лікувальному закладі під час Вашого надходження?

- так
 ні

Якщо «ні», вкажіть, яку саме інформацію Ви не отримали від медичного працівника:

3. Чи задоволені Ви професійним рівнем роботи медично персоналу: _____
(ПІБ працівника)

який надавав санаторно-курортні послуги?

- так
 ні

Якщо «ні», вкажіть причину:

- Не ознайомили з правилами догляду.
 Не повідомили можливі наслідки під час проведення догляду.
 Невчасно здійснювали маніпуляції, процедури.

-

Не надали достатньо інформації про проведені маніпуляції, процедури, обстеження, правила прийому ліків.

- Інше: _____
-

4. Чи задоволені Ви роботою молодшого медичного персоналу?

- так
 ні

Якщо «ні», вкажіть причину:

- Персонал грубий, байдужий, не враховує побажання клієнта.
 У кімнаті та санвузлі прибирають недостатньо часто.
 Інше: _____
-

5. Чи задоволені Ви умовами перебування у ТОВ «Санаторій «Курорт Орлівщина»?

- так
 ні

Якщо «ні», вкажіть причину:

- Кімнату прибирають неякісно.
- Неможливо проводити гігієнічні процедури.
- Не влаштовує зовнішній вигляд та оснащення кімнати.
- Немає постільної та натільної білизни, рушників.
- Інше: _____

6. Чи задоволені Ви організацією лікувального харчування?

- так
- ні

Якщо «ні», вкажіть причину:

- Незадовільний санітарний стан приміщення їдальні.
- Невчасно роздають готові страви.
- Інше: _____

7. Чи достатньо Вам інформації, яку надала медичний персонал щодо проведення лікувальних та діагностичних процедур, призначених лікуючим лікарем у відділенні/центрі?

- так
- ні

Якщо «ні», вкажіть причину:

8. Чи мають медичні працівники відділення/центру відповідний зовнішній вигляд (медична шапочка, халат, відповідне взуття тощо)?

- так
- ні

Якщо «ні», вкажіть, що саме не відповідає вимогам:

Вкажіть, що на Вашу думку необхідно для поліпшення обслуговування у відділенні/центрі:

- збільшити кількість медичного персоналу по догляду;
- поліпшити облаштування приміщень для обслуговування (ванна, душ), місць відпочинку;
- збільшити час для спілкування з відвідувачами;
- встановити систему двостороннього аудіозв'язку — переговорні пристрої «рекреант — медичний помічник».

Ваші побажання щодо поліпшення роботи медичного персоналу (прибиральниць): _____

Дякуємо за Ваші відповіді!

Заповнення анкети - добровільне.

Відомості, отримані при обробці даних анкети, будуть використані для вдосконалення обслуговування.

Бухгалтерська звітність за 2020-2022 рр.
Бухгалтерський баланс (Звіт про фінансовий стан)

Активи

Назва показника	Код	2020	2021	2022
Нематеріальні активи	1000	80	84	75
первісна вартість	1001	86	86	86
накопичена амортизація	1002	6	2	11
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1253	1693	6519
Основні засоби	1010			
первісна вартість	1011	39756	41164	45877
знос	1012	14654	15014	15831
I. Всього необоротних активів	1095	26435	27927	36640
Запаси	1100	954	1123	478
Виробничі запаси	1101	876	1106	–
Незавершене виробництво	1102	–	17	–
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	645	1186	103
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	432	175	332
із внутрішніх розрахунків	1145	49	49	49
Гроші та їх еквіваленти	1165	2353	4088	450
II. Всього оборотних активів	1195	4433	6621	1412
БАЛАНС	1300	30868	34548	38052

Бухгалтерський баланс (Звіт про фінансовий стан)

Пасиви

Назва показника	Код	2020	2021	2022
Зареєстрований (пайовий капітал)	1400	6886	6886	6886
Додатковий капітал	1410	17056	17056	17056
Резервний капітал	1415	321	374	422
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1964	1629	1483
I. Всього власного капіталу	1495	26227	25945	25847
II. Всього довгострокових зобов'язань і забезпечень	1595			
товари, роботи, послуги	1615	65	58	446
розрахунками з бюджетом	1620	376	708	218
розрахунками з оплати праці	1630	475	346	25
за одержаними авансами	1635	253	188	3034
за розрахунками з учасниками	1640	197	0	264
із внутрішніх розрахунків	1645	1254	4635	6635
Доходи майбутніх періодів	1665	1645	2622	1583
Інші поточні зобов'язання	1690	376	46	–
III. Всього поточних зобов'язань і забезпечень	1695	4641	8603	12205
БАЛАНС	1900	30868	34548	38052

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Назва показника	Код	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30542	33292	21687
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	27945	30396	19635
Валовий: прибуток	2090	2597	2896	2052
Інші операційні доходи	2120	115	51	228
Адміністративні витрати	2130	785	897	780
Витрати на збут	2150	645	738	427
Інші операційні витрати	2180	287	319	165
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	995	993	908
Інші фінансові доходи	2220	198	207	160
Інші витрати	2270	65	–	73
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1128	1200	995
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	225,6	238	179
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	902,4	962	816
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	–	–	–

Операційні витрати

Назва показника	Код	2020	2021	2022
Матеріальні затрати	2500	16875	18565	11548
Витрати на оплату праці	2505	9164	9845	6753
Відрахування на соціальні заходи	2510	2016,1	2166	1486
Амортизація	2515	1543	1455	1128
Інші операційні витрати	2520	275	319	165
Разом	2550	29873	32350	21080