

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/363385170>

SPA AND WELLNESS INDUSTRY MODERNIZATION AS A FACTOR OF THE MARKETING POLICY OF REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT

Article · January 2022

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-9-8235

CITATIONS

0

READS

6

4 authors, including:



Andrii Holod

Lviv State University of Physical Culture

18 PUBLICATIONS 2 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Yuliia Holovchuk

Vinnitsia Institute of Trade and Economics of the State University of Trade and Ec...

6 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

УДК 338.48

Голод Андрій Петрович

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри туризму

Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського

Holod Andrii

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Head of the Tourism Department

Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky

ORCID: 0000-0001-9022-3475

Головчук Юлія Олександрівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри маркетингу та реклами

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Holovchuk Yuliia

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Marketing and Advertising Department

Vinnitsia Trade and Economic Institute of STEU

ORCID: 0000-0002-4516-109X

Мороз Соломія Романівна

аспірантка

Львівською державного університету

фізичної культури імені Івана Боберського

Moroz Solomiia

Postgraduate Student of the

Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky

ORCID: 0000-0003-4742-6984

Дудаш Олександр Іванович

аспірант

Львівського університету бізнесу та права

Dudash Oleksandr

Postgraduate Student of the

Lviv University of Business and Law

ORCID: 0000-0002-2738-3131

**МОДЕРНІЗАЦІЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ГОСПОДАРСТВА
ЯК ЧИННИК МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ РЕГІОНАЛЬНОГО
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

**SPA AND WELLNESS INDUSTRY MODERNIZATION AS A FACTOR
OF THE MARKETING POLICY OF REGIONAL TOURISM
DEVELOPMENT**

Анотація. У статті обґрунтовано теоретико-методологічні засади дослідження модернізаційних процесів у туристичній сфері та сформовано практичні підходи для кількісного і якісного її оновлення на прикладі санаторно-курортного господарства, зокрема в контексті маркетингової політики регіонального розвитку туризму. Модернізація трактується як зміни, які відбуваються з об'єктами, шляхом оновлення властивостей для відповідності їх сучасним нормам, а бо ж процеси покращення наявних умов та параметрів для переходу на новий (інноваційний) рівень розвитку. Отже модернізація не виключає інноваційний розвиток, а є просто ширшим за масштабами та можливими наслідками процесом, який охоплює усі види економічної діяльності в регіоні та спрямований на їх прогресивні якісні та кількісні зміни. Відповідно, метою модернізаційних процесів у регіоні є його збалансований розвиток. Виділено і охарактеризовано такі напрями модернізації регіонального санаторно-курортного комплексу як

реконструкція наявних та будівництво нових санаторно-курортних закладів, а також розвиток інфраструктури закладів; формування туристичної та розважальної інфраструктури курорту; диверсифікація діяльності санаторно-курортних закладів; інтегрований процес формування стійкої системи санаторно-курортних підприємств на основі готельного принципу та акцент на короткотривалий відпочинок (тури вихідного дня); розвиток санаторно-курортного комплексу на основі кластеризації; промоція рекреаційних можливостей курорту та санаторно-курортних закладів; співпраця санаторно-курортних закладів курорту із туристичними підприємствами; упровадження технічних інновацій в діяльність санаторно-курортних закладів; інноваційний менеджмент. Зроблено висновок про те, що охарактеризовані напрями модернізації санаторно-курортного господарства мають сенс лише в контексті інтеграції курортної сфери до структури регіональної туристичної системи. У такому випадку сучасні модернізовані курорти із сформованими брендами, що орієнтовані на міжнародний ринок, можуть стати вагомим конкурентною перевагою регіону та важливим напрямом маркетингової політики регіонального розвитку туризму.

Ключові слова: модернізація, санаторно-курортне господарство, туризм, регіон, маркетингова політика.

Summary. *The article deals with the theoretical and methodological principles of the study of modernization processes in the tourism sphere and forms practical approaches for its quantitative and qualitative renewal on the example of the spa and wellness industry, in particular in the context of the marketing policy of regional tourism development. Modernization is interpreted as the changes that occur with objects by updating their properties to meet their modern norms, but rather the processes of improving the existing conditions and parameters for the transition to a new (innovative) level of development. Therefore, modernization does not exclude innovative development, but is*

simply a process broader in scope and possible consequences, which covers all types of economic activity in the region and is aimed at their progressive qualitative and quantitative changes. Accordingly, the goal of modernization processes in the region is its balanced development. Such areas of modernization of the regional spa and wellness complex as reconstruction of existing and construction of new spa and wellness facilities, as well as the development of the infrastructure of the spa and wellness facilities; formation of tourist and entertainment infrastructure of the resort; diversification of activities of establishments; an integrated process of forming a sustainable system of spa and wellness enterprises based on the hotel principle and an emphasis on short-term rest (weekend tours); development of a spa and wellness complex based on clustering; promotion of recreational opportunities of the resort and spa and wellness facilities; cooperation of spa and wellness establishments of the resort with tourist enterprises; introduction of technical innovations in the activity of spa and wellness establishments; innovation management are highlighted and characterized. It was concluded that the characterized directions of modernization of the spa and wellness industry make sense only in the context of the integration of the resort sphere into the structure of the regional tourism system. In this case, modern modernized resorts with established brands oriented to the international market can become a significant competitive advantage of the region and an important direction of the marketing policy of regional tourism development.

Key words: *modernization, spa and wellness industry, tourism, region, marketing policy.*

Постановка проблеми. Санаторно-курортне господарство є одним з пріоритетних напрямів розвитку внутрішнього та міжнародного в'їзного туризму в країні, одним з найбільш сталих видів туристичних ринків нашої держави. Зростання туристичних потоків зумовлює необхідність пошуку оптимальних підходів до модернізації санаторно-курортного

комплексу, який задовольняє не лише потреби туристів, але й місцевого населення та стимулює розвиток сфери загалом. Україна, володіючи значним потенціалом природно-кліматичних умов, досить слабо використовує його для потреб санаторно-курортного господарства. Варто зауважити, що це стосується і тих регіонів, де санаторно-курортний комплекс найбільш розвинений. Вважаємо, що у таких умовах процес модернізації санаторно-курортного господарства є одним із важливих чинників маркетингової політики регіонального розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною та методологічною основою дослідження модернізації санаторно-курортного господарства як чинника маркетингової політики регіонального розвитку туризму стали ідеї вітчизняних та іноземних вчених, таких як К. Бужимська, Н. Валінкевич, М. Гедз, О. Мамулай, М. Михальченко, К. Підгорний, М. Требіна, О. Феєр, П. Штомка та ін. Аналіз наукових праць доводить, що модернізація санаторно-курортного господарства є важливою передумовою прогресивного розвитку регіонального туризму.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає у подальшому розвитку теоретико-методологічних засад дослідження модернізаційних процесів у туристичній сфері та формування практичних підходів для кількісного і якісного її оновлення на прикладі санаторно-курортного господарства, зокрема в контексті маркетингової політики регіонального розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу. Досвід розвинених країн підтверджує необхідність розвитку санаторно-курортної галузі, яка створює істотні економічні переваги і сприяє вирішенню багатьох соціальних завдань. Санаторно-курортна сфера сприяє створенню сприятливих умов для економічного росту країни, підвищенню та покращенню якості життя населення, збільшенню його зайнятості та доходів [5, с. 99].

Для успішного функціонування санаторно-курортного комплексу, на нашу думку, необхідним є процес модернізації, який спрямований на

створення умов за яких можливо досягнути високих результатів не лише на регіональному та національному, але й міжнародному ринках. Однак, процес розвитку закладів санаторно-курортного комплексу та переобладнання матеріально-технічної бази здійснюються неспішно, а переважна більшість оздоровчих закладів країни здійснюють свою діяльність на основі, яка була сформована ще за радянських часів. Як наслідок, більшість санаторно-курортних закладів недостатньо звертають увагу на якість і сервіс рекреаційних послуг, а це запорука збільшення кількості потенційних клієнтів [6, с. 32].

На сьогоднішній день етимологія терміну «модернізація» є не до кінця визначеною. Ми пропонуємо під модернізацією розуміти зміни, які відбуваються з об'єктами, шляхом оновлення властивостей для відповідності їх сучасним нормам, а бо ж процеси покращення наявних умов та параметрів для переходу на новий (інноваційний) рівень розвитку.

Відтак, модернізація, на нашу думку, не виключає інноваційний розвиток, а є просто ширшим за масштабами та можливими наслідками процесом, який охоплює усі види економічної діяльності в регіоні та спрямований на їх прогресивні якісні та кількісні зміни. Відповідно, метою модернізаційних процесів у регіоні є його збалансований розвиток. З урахуванням специфіки різних видів економічної діяльності модернізацію економічної системи регіону доцільно розглядати окремо у рамках тієї чи іншої галузі чи сектору [3, с. 28].

Останнім часом простежуються позитивні тенденції розвитку санаторно-курортного комплексу країни, які, зокрема, проявляються у збільшенні кількості санаторно-курортних закладів та підвищенні попиту на вітчизняні курорти. Однак, незважаючи на прогресивні тенденції розвитку санаторно-курортне господарство потребує модернізаційних заходів, здатних відповідати глобалізаційним потребам часу.

Серед основних модернізаційних напрямів, які, на нашу думку, здатні створити умови для подальшого успішного розвитку регіонального

санаторно-курортного комплексу, а також підвищити його конкурентоздатність як на вітчизняному, так і міжнародному ринках є:

1. Реконструкція наявних та будівництво нових санаторно-курортних закладів, а також розвиток інфраструктури закладів.
2. Формування туристичної та розважальної інфраструктури курорту.
3. Диверсифікація діяльності санаторно-курортних закладів.
4. Інтегрований процес формування стійкої системи санаторно-курортних підприємств на основі готельного принципу та акцент на короткотривалий відпочинок (тури вихідного дня).
5. Розвиток санаторно-курортного комплексу на основі кластеризації.
6. Промоція рекреаційних можливостей курорту та санаторно-курортних закладів.
7. Співпраця санаторно-курортних закладів курорту із туристичними підприємствами.
8. Упровадження технічних інновацій в діяльність санаторно-курортних закладів.
9. Інноваційний менеджмент [4, с. 70-71].

Розглянемо детальніше кожен із вищевказаних напрямів.

Реконструкція санаторно-курортних закладів. Функціонування санаторно-курортного комплексу неможливо уявити без наявності потужної матеріально-технічної бази — ключового елементу успішного розвитку закладів. Зазначимо, що до матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів належить:

- приміщення, які безпосередньо використовуються в процесі обслуговування рекреантів;
- сукупність засобів та предметів праці, а також обладнання, які використовують в процесі обслуговування та надання лікувально-оздоровчих послуг.

Можемо виокремити декілька основних заходів реконструкції матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, серед яких: проведення косметичного ремонту основних приміщень будівлі (їдальні, медичних кабінетів) та підвищення рівня комфорту житлових приміщень (номерів, коридорів, холів); у випадку фізичного зношення медичного обладнання – ремонт, заміна або придбання нового; впровадження комп'ютерних технологій (системи онлайн-бронювання); благоустрій території закладу (облаштування дитячих та спортивних майданчиків, місць для відпочинку, озеленення території тощо).

Таким чином, реконструкція матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів, на нашу думку, сприятиме збільшенню попиту та кількості потенційних клієнтів; зменшенню простою номерів; підвищенню рівня прибутковості; інвестиційній привабливості; створенню позитивного іміджу.

Формування туристичної інфраструктури курорту. Туристична інфраструктура є невід'ємною частиною санаторно-курортного комплексу та важливою умовою для розвитку та функціонування як курорту, так і регіону в цілому. Туристична інфраструктура – це сукупність об'єктів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів, у нашому випадку – рекреаційних, а також місцевого населення.

Так, модернізація туристичної інфраструктури, окрім реконструкції санаторно-курортних закладів, на наш погляд, передбачає:

- формування розвиненої мережі закладів громадського харчування;
- формування розважальної інфраструктури – музеї, тематичні парки, вуличні театри, дитячі та спортивні майданчики, розважальні заклади тощо;
- формування елементів транспортної інфраструктури – доріг, велодоріжок, інформаційно-вказівних знаків, автозаправних станцій, станцій технічного обслуговування, придорожніх закладів громадського харчування, місць відпочинку;

- розвиток суб'єктів туристичної діяльності – туроператорська та турагентська діяльність;
- оптимізацію використання природних бальнеологічних ресурсів, які є базисом функціонування регіонального санаторно-курортного комплексу.

Диверсифікація діяльності. Диверсифікація є одним із напрямів модернізації санаторно-курортного комплексу, що дає змогу закладам функціонувати на належному рівні за рахунок надання широкого спектру додаткових послуг. Процес диверсифікації насамперед пов'язаний із впровадженням абсолютно нових технологій та послуг, які раніше не були включені в діяльність санаторно-курортних закладів. Найважливіша причина застосування диверсифікації – отримання високого рівня ефективності діяльності санаторно-курортних закладів.

Диверсифікація діяльності санаторно-курортних закладів є головним чином маркетинговим механізмом модернізації і розглядається як процес розширення спектру послуг, що передбачає підвищення ефективності діяльності та рівня конкурентоздатності закладів в міжсезоння і низький сезон (з січня до середини травня та з середини вересня до грудня). Приміром, впровадження системи лояльності для постійних клієнтів та системи знижок на базові послуги санаторно-курортного відпочинку в міжсезоння та низький сезон. Окрім цього, розробка спеціальних програм для людей похилого віку – сегменту споживачів, які можуть отримувати медичні та лікувально-оздоровчі послуги у будь-який час, в тому числі, у так званий низький сезон (який є привабливим для людей з середнім та низьким рівнем доходів) [2, с. 315].

Оскільки санаторно-курортні заклади є частиною туристичної індустрії, основна мета диверсифікації діяльності закладів – приймати відпочиваючих, які прибули на курорт незалежно від їх цілей та тривалості подорожі. Інакше кажучи, реалізація певної частки путівок без лікування – перехід на готельну структуру надання послуг [1] та акцент на формування

широкого асортименту додаткових послуг.

Формування стійкої системи санаторно-курортних підприємств на основі готельного принципу. Варто зазначити, що одним із важливих факторів, який стримує розвиток санаторно-курортних закладів є сезонність. Діяльність санаторно-курортних підприємств на основі готельного принципу не означає відмову від надання лікувально-оздоровчих послуг, а передбачає загальне оздоровлення та підтримку імунітету в поєднанні із відпочинком, зокрема у низький сезон та міжсезоння. Сучасний ринок санаторно-курортних послуг характеризується стрімким зростанням кількості оздоровчих закладів та посиленням конкуренції між ними, тому доречним в діяльності оздоровчих закладів, на нашу думку, є орієнтуватися й на короткотривалий відпочинок – тури вихідного дня. Такий вид відпочинку є більш сталим та орієнтованим на широкий сегмент рекреантів.

Так, короткотривалий відпочинок, на нашу думку, матиме чималий ряд переваг для санаторно-курортних закладів, серед яких цілорічна завантаженість номерного фонду; збільшення туристичних потоків у міжсезоння та низький сезон; розширення кола потенційних клієнтів; збільшення доходів.

Кластеризація. Одним із ефективних способів просторової організації рекреаційних територій, на нашу думку, є формування туристичного кластера, мета якого – створення єдиної системи санаторно-курортних послуг курорту. Головною ознакою кластера є географічна близькість його елементів.

Головна мета кластера полягає у підвищенні конкурентоприможності, зростанні привабливості території та розвитку інфраструктури курорту за рахунок спільної діяльності, розширенні асортименту послуг та покращенні їх якості, а також залученні інновацій.

Таким чином, створення туристичного кластера як єдиної системи санаторно-курортного комплексу, співпраця та взаємозв'язок усіх його

елементів повинно сприяти успішному функціонуванню курорту, а саме: збільшенню конкурентоздатності курорту; формуванню іміджу курорту; впровадженню інноваційних процесів; модернізації та реконструкції вже існуючих санаторно-курортних закладів та будівництву нових; залученню інвестицій; покращенню якості санаторно-курортних послуг; збільшенню доходів населення; створенню нових робочих місць; розвитку окремих додаткових елементів кластера (транспортної інфраструктури, індустрії розваг, реконструкції джерел мінеральних вод тощо).

Вважаємо, що туристичний кластер – це так званий новий етап розвитку курорту, який надасть можливість раціонально використовувати природні ресурси, створити оновлений та унікальний бренд та вийти новий міжнародний рівень.

Промоція. У докризовий період санаторно-курортний комплекс стрімко розвивався. Відновлення прогресивних тенденцій слід очікувати і в найближчому майбутньому. Отже, важливим моментом діяльності оздоровчих закладів є процес ефективного просування санаторно-курортних послуг на регіональному, національному та міжнародному ринках, у такий спосіб спонукаючи туристів до реалізації їх рекреаційних потреб. Відповідно до цього, можемо виокремити основні рекламні інструменти просування санаторно-курортних послуг:

- участь у міжнародних туристичних виставках, ярмарках, форумах здатних формувати тривалі міжнародні стосунки. Метою таких заходів є обмін санаторно-курортним досвідом, просування послуг, залучення іноземних інвестицій та потенційних туристів;

- організація міжнародних рекламних або інформаційних турів спеціально розроблених туроператорами для менеджерів з туризму (турагентів) з метою ознайомлення з туристично-рекреаційним продуктом, новими оздоровчими маршрутами, оздоровчими послугами, а також з основними оздоровчими закладами курорту чи регіону в цілому.;

- інтернет-маркетинг, який пропонує широкі можливості в процесі

просування санаторно-курортних послуг. Серед основних інструментів інтернет-маркетингу можемо виділити: медійні банери на сайтах, створення веб-сайту, реклама у пошукових системах за ключовими словами, просування послуг через соціальні мережі або SMM тощо;

– проведення event-заходів у міжсезоння та низький сезон (конференції, семінари, корпоративи, симпозіуми, тренінги, розважальні або науково-освітні заходи).

Технічні інновації. Прикладом технічних інновацій в санаторно-курортному господарстві є інтернет-технології – інформатизація сервісних послуг, обслуговування та процесів on-line бронювання, що дозволить миттєво отримувати підтвердження. На нашу думку, до основних технічних інновацій можемо віднести: створення веб-сайтів з повним переліком інформації про послуги, що надаються закладами; створення офіційних сторінок закладів у соціальних мережах; просування сайтів у пошукових системах за допомогою ключових слів; SMM просування; використання систем онлайн-бронювання, зокрема, представлення своїх послуг в системі інтернет-бронювання Booking.com, без якої важко уявити роботу сучасного туристичного ринку тощо.

Інноваційний менеджмент. Очевидно, що інновації в менеджменті передбачають удосконалення процесу управління та кадрової політики санаторно-курортних закладів. Основна мета кадрової політики полягає у формуванні висококваліфікованого персоналу, який зможе забезпечити закладам конкурентні переваги як на вітчизняному, так і міжнародному ринках санаторно-курортних послуг. Таким чином, до завдань кадрової політики належить:

– регулярна професійна перепідготовка: стажування, семінари, тренінги, конференції, симпозіуми, лекції метою яких є отримання нових знань формування навиків спілкування з клієнтами, навиків обслуговування клієнтів, особливості етикету і т. д.;

– курси іноземної мови;

- курси підвищення кваліфікації персоналу (робота з клієнтами, стандарти обслуговування і т. д.) з метою підтвердження або підвищення кваліфікаційного рівня;
- самонавчання (процес самостійного навчання з ініціативи працівника);
- мотивація персоналу – створення таких умов, за яких у працівників виникає бажання якісно та сумлінно виконувати свої обов'язки та розвиватися. До основних видів мотивації персоналу можемо віднести: фінансову винагороду, почесну грамоту, звання «працівник місяця», професійний ріст, інсентив-туризм (заохочувальний туризм) тощо.

Охарактеризовані напрями модернізації санаторно-курортного господарства мають сенс лише в контексті інтеграції курортної сфери до структури регіональної туристичної системи. У такому випадку сучасні модернізовані курорти із сформованими брендами, що орієнтовані на міжнародний ринок, можуть стати вагомою конкурентною перевагою регіону та важливим напрямом маркетингової політики регіонального розвитку туризму.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Аналіз ринку надає можливість дійти висновку, що сьогодні санаторно-курортний комплекс змінюється, розвивається та пропонує достатньо широкий асортимент лікувально-оздоровчих послуг, проте потребує суттєвого оновлення. Будь-які нові зміни позитивно вплинуть на розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму, однак важливим критерієм ефективності таких змін має бути їх системність та спрямованість на оптимізації регіональної політики розвитку туристичної сфери. Сформовані практичні рекомендації дадуть можливість оптимізувати використання наявної матеріально-технічної бази санаторно-курортного господарства регіону, удосконалити механізми управління галуззю на регіональному рівні, налагодити взаємодію між туристичними підприємствами та санаторно-курортними закладами, раціоналізувати

використання бальнеологічних ресурсів регіону. Усе це сприятиме зміцненню позицій туристичних регіонів України на міжнародному ринку та відновленню й зростанню туристичних потоків у післякризовий період.

Література

1. Влащенко Н.М. Соціально-економічний механізм розвитку санаторно-курортного комплексу регіону : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.05. Харків, 2009. 21 с.
2. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку сфери санаторно-курортних послуг : дис. канд. екон. наук : 08.00.05. Львів, 2019. 479 с.
3. Голод А.П., Криштопа М.В. Суть та принципи модернізації регіональних туристичних систем. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2017. №3. С. 27–31.
4. Мороз С. Модернізація санаторно-курортного комплексу регіону: напрями і підходи. *Молода спортивна наука України : зб. тез*. Львів ЛДУФК ім. І. Боберського, 2021. С. 70–71.
5. Мороз С.Р., Феленчак Ю.Б. Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортного господарства у туристичному комплексі України. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30(69). № 4. С. 99–104.
6. Мороз С.Р., Голод А.П., Бордун О.В. Підходи до формування та реалізації модернізаційної парадигми розвитку санаторно-курортного господарства регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2020. №59. С. 31–35.

References

1. Vlashchenko, N.M. (2009), "Socio-economic mechanism of the development of the sanatorium-resort complex of the region", avtoref. dys... kand. ekon. nauk: 08.00.05. Kharkiv, 21 p.
2. Halachenko, O.O. (2019), "Regional policy of the development of

- sanatorium-resort services”, dys. kand. ekon. nauk : 08.00.05. Lviv, 479 p.
3. Holod, A.P., Kryshchak, M.V. (2017), “The essence and principles of modernization of regional tourism systems”, *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, №3, pp. 27–31.
 4. Moroz, S. (2021), “Modernization of the sanatorium-resort complex of the region: directions and approaches”, *Moloda sportyvna nauka Ukrainy : zb. tez*. Lviv : LDUFK im. I. Boberskoho, pp. 70–71.
 5. Moroz, S.R., Felenchak, Yu.B. (2019), “Modern trends in the development of the sanatorium and resort economy in the tourist complex of Ukraine”, *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika i upravlinnia*, T. 30(69), № 4, pp. 99–104.
 6. Moroz, S.R., Holod, A.P., Bordun, O.V. (2020), “Approaches to the formation and implementation of the modernization paradigm for the development of the sanatorium-resort economy in the region”, *Prychornomorski ekonomichni studii*, №59, pp. 31–35.