

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ*

© 2025 ВЛАЩЕНКО Н. М.

УДК 338.48-6:658.8
JEL Classification: M31; Z32

Влащенко Н. М. Сучасні особливості маркетингу санаторно-курортних підприємств в умовах війни

Метою статті є дослідження особливостей маркетингових орієнтирів санаторно-курортних підприємств в умовах війни, визначення основних викликів, що постали перед галуззю, та розробка рекомендацій щодо адаптації маркетингового інструментарію до нових економічних і безпекових реалій. Під час виконання дослідження було використано метод аналізу літературних джерел, порівняльного аналізу (зміни у функціонуванні санаторно-курортної сфери в довоєнний і воєнний періоди), метод системного підходу (розглянуто санаторно-курортний комплекс як частину регіональної економіки, яка впливає на зайнятість, туристичні потоки, медичну та рекреаційну інфраструктуру), структурологічний метод (під час групування маркетингового інструментарію для просування санаторно-курортних послуг). У статті розглянуто специфічні властивості санаторно-курортного комплексу як регіональної системи. Визначено зміни соціально-економічного становища країни та його вплив на стан здоров'я людей та функціонування санаторно-курортного комплексу. Окреслено проблеми розвитку санаторно-курортних підприємств, спричинені недосконалим маркетингом, а також виклики сьогодення, пов'язані з російською агресією та повномасштабним вторгненням в Україну. Визначено перспективні напрями розвитку санаторно-курортних закладів, зокрема організації сімейного відпочинку. Запропоновано розширення каналів збуту санаторно-курортних послуг, зокрема через співпрацю з туроператорами, та визначено переваги такої співпраці для санаторіїв та туроператорів. Розглянуто проблему сезонності у функціонуванні санаторно-курортних підприємств і запропоновано сучасний маркетинговий інструментарій для просування відповідних послуг з урахуванням військового стану, який згладжуватиме сезонність і забезпечуватиме сталий розвиток. Визначення сучасних особливостей маркетингу санаторно-курортних підприємств дозволяє в подальшому майбутнім дослідникам зосередитися на розвитку інноваційних маркетингових стратегій, що враховують зміну споживчих вподобань і споживчі тренди в туризмі. Перспективними є дослідження, спрямовані на визначення впливу соціальних факторів на попит санаторно-курортних послуг.

Ключові слова: маркетинг, санаторно-курортні підприємства, війна, сезонність, маркетинговий інструментарій, сімейний відпочинок.

Рис.: 1. Табл.: 1. Бібл.: 9.

Влащенко Наталія Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельного господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Чорногладівська, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: Nataliya.Vlaschenko@kname.edu.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4163-7185>

Researcher ID: HTQ-9436-2023

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57218094605>

UDC 338.48-6:658.8
JEL Classification: M31; Z32

Vlshchenko N. M. Modern Features of Resort and Sanatorium Enterprise Marketing in Wartime Conditions

The aim of the article is to study the features of marketing orientations of sanatorium and resort enterprises in wartime, to identify the main challenges faced by the industry, and to develop recommendations for adapting marketing instruments to new economic and security realities. The research used methods such as analysis of literary sources, comparative analysis (changes in the functioning of the sanatorium-resort sector during the pre-war and wartime periods), a systematic approach (viewing the sanatorium-resort complex as a part of the regional economy that influences employment, tourist flows, and medical and recreational infrastructure), and a structural method (during the grouping of marketing instruments for the promotion of sanatorium-resort services). The article examines the specific properties of the sanatorium-resort complex as a regional system. The changes in the socioeconomic situation of the country and its effects on people's health and the functioning of the sanatorium-resort complex are defined. The problems of the development of sanatorium-resort enterprises, caused by inadequate marketing, as well as current challenges related to russian aggression and the full-scale invasion of Ukraine, are outlined. Promising directions for the development of sanatorium-resort institutions, particularly the organization of family recreation vacations, have been determined. It is proposed to expand the distribution channels of sanatorium-resort services, particularly through cooperation with tour operators, and the benefits of such cooperation for both sanatoriums and tour operators are identified. The issue of seasonality in the functioning of sanatorium-resort enterprises is discussed, and modern marketing instruments for promoting relevant services, considering the current martial law, which will mitigate seasonality and ensure sustainable development, are proposed. The definition of modern features of marketing for sanatorium-resort enterprises enables future researchers to focus on the development of innovative marketing strategies that take into account changes in consumer preferences and consumer trends in tourism. Promising are the studies aimed at determining the impact of social factors on the demand for sanatorium-resort services.

Keywords: marketing, sanatorium-resort enterprises, war, seasonality, marketing instruments, family recreation.

Fig.: 1. Tabl.: 1. Bibl.: 9.

* Виконано в межах госпдогвірної тематики кафедри № 0124U000679 «Тенденції розвитку туристської індустрії та гостинності в поствоєнний період: стратегії, методи, інструментарій» 2024–2025 рр.

Vlashchenko Nataliia M. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Industry, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Chornohlazivska Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)
E-mail: Nataliya.Vlaschenko@kname.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4163-7185>
Researcher ID: HTQ-9436-2023
Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57218094605>

У сучасних умовах розвитку туристської галузі санаторно-курортні підприємства відіграють важливу роль у збереженні та зміцненні здоров'я населення. Проте, з огляду на високу конкуренцію на ринку та зміну споживчих уподобань, ефективне використання маркетингових інструментів стає ключовим фактором забезпечення стійкого функціонування та розвитку підприємств цієї сфери.

Зростаюча цифровізація, впровадження інноваційних технологій та зміна поведінкових моделей споживачів вимагають адаптації маркетингового інструментарію санаторно-курортних закладів до нових реалій. Крім того, важливим аспектом є розробка ефективних механізмів просування послуг, орієнтованих на внутрішній ринок.

Таким чином, дослідження сучасних особливостей маркетингу санаторно-курортних підприємств є надзвичайно актуальним і спрямованим на визначення ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності та довгострокового розвитку цієї сфери.

Дослідженню питань розвитку санаторно-курортного комплексу та підприємств цієї сфери присвячено багато наукових праць.

Аналіз останніх наукових досліджень свідчить про зростаючу увагу до соціально-економічних факторів, які впливають на діяльність санаторно-курортних підприємств України. У роботі Герасименко Т. В., Олійник А. І. та Дідусь А. Ю. [1] розглянуто стратегічні пріоритети розвитку санаторно-курортної сфери, зокрема необхідність адаптації до зміненої структури попиту, що формується під впливом обмежених можливостей міжнародного туризму та сезонних коливань.

Юхновська Ю. О. [2] у своєму дослідженні акцентує увагу на необхідності підвищення ефективності управління санаторно-курортними закладами на основі системи менеджменту якості. Авторка зазначає, що скорочення терміну відпусток вимагає оптимізації процесу надання послуг, щоб забезпечити максимальну ефективність короткотривалих оздоровчих програм.

Мороз С. Р. [3] аналізує стратегічні пріоритети інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства України, наголошуючи на необхідності диверсифікації маркетингових стратегій. Автор досліджує механізми залучення клієнтів

через соціальні програми та державне фінансування, включно з використанням бюджетних півток, що оплачується фондами соціального страхування.

Дослідження Карій О. І., Гальків Л. І. та Галаз Л. В. [4] містить аналіз регіональних особливостей розвитку санаторно-курортної сфери України, підкреслюючи її залежність від державної підтримки та економічної ситуації. Автори звертають увагу на необхідність удосконалення маркетингових стратегій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності регіональних курортів.

Таким чином, результати попередніх досліджень вказують на необхідність розробки ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на адаптацію санаторно-курортної сфери до сучасних викликів, зокрема зростання сезонності, залучення бюджетних рекреантів та скорочення термінів відпочинку.

Попри наявні дослідження, залишається недостатньо вивченим питання адаптації маркетингового інструментарію до реалій воєнного часу та економічної нестабільності, що й робить доцільним проведення цього дослідження.

Метою статті є дослідження особливостей маркетингових орієнтирів санаторно-курортних підприємств в умовах війни, визначення основних викликів, що постали перед галуззю, та розробка рекомендацій щодо адаптації маркетингового інструментарію до нових економічних і безпекових реалій.

Під час виконання дослідження було використано метод аналізу літературних джерел, порівняльного аналізу (зміни у функціонуванні санаторно-курортної сфери в довоєнний і воєнний періоди), метод системного підходу (розглянуто санаторно-курортний комплекс як частину регіональної економіки, що впливає на зайнятість, туристичні потоки, медичну та рекреаційну інфраструктуру), структурологічний метод (під час групування маркетингового інструментарію для просування санаторно-курортних послуг).

Санаторно-курортний комплекс (СКК) завжди мав свої специфічні властивості, які виокремлювали його серед інших мультигосподарських комплексів (сфери туризму та гостинності), які впливають на регіональну економіку (рис. 1).

Специфічні властивості СКК як регіональної системи

Властивості СКК	Характеристика
1. Територіальна обмеженість і природно-ресурсна залежність	Розміщення визначається наявністю природних лікувальних факторів (мінеральні води, грязі, термальні джерела тощо). Взаємодія з природним середовищем регіону (екологічна стійкість, охорона природних ресурсів)
2. Функціональна інтеграція в регіональну економіку	Формує туристично-рекреаційну індустрію регіону. Взаємодіє з місцевими виробниками продуктів, медичних послуг, туристичними агентствами, транспортною інфраструктурою. Сприяє зайнятості місцевого населення та розвитку малого бізнесу
3. Медико-соціальна значущість	Задовольняє потреби населення у відновленні здоров'я, профілактиці та реабілітації. Підтримує регіональні та державні програми оздоровлення (наприклад, санаторне лікування пільгових категорій громадян)
4. Сезонна динаміка та туристичні потоки	Має характерну сезонність завантаження, що впливає на економіку регіону. Впливає на транспортні потоки, логістику, міграцію трудових ресурсів
5. Інфраструктурна забезпеченість і просторові зв'язки	Поєднує оздоровчі, медичні, туристичні та рекреаційні об'єкти. Має транспортну доступність і взаємодіє з регіональними транспортними вузлами. Включає засоби розміщення, лікувальні корпуси, рекреаційні зони, розважальні заклади
6. Інтеграція культурно-історичної складової	Пов'язаний із місцевими традиціями оздоровлення (наприклад, карпатські чани, грязелікування у Трускавці, термальні води Закарпаття). Входить до складу туристичних маршрутів регіону
7. Стійкість та інноваційний розвиток	Вимагає екологічно раціонального використання природних ресурсів. Розвиває нові методики оздоровлення, залучає інвестиції, впроваджує «зелений туризм» і концепції екологічної безпеки

Джерело: авторська розробка.

Таким чином, санаторно-курортний комплекс, як регіональна система, є складним, інтегрованим утворенням, що впливає на економічний, соціальний, екологічний і культурний розвиток регіону.

Російська агресія та повномасштабне вторгнення в Україну на початку 2022 року спричинили значне погіршення соціально-економічного становища населення. Внаслідок цього відбулися зміни у пріоритетах громадян щодо організації відпусток і ставлення до власного здоров'я. Питання збереження здоров'я відходить на другий план, а увага до нього приділяється здебільшого лише за нагальної потреби. Така тенденція негативно впливає на санаторно-курортні установи, спричиняючи зменшення кількості реальних і потенційних клієнтів.

Зазначені тенденції зумовлюють переорієнтацію санаторно-курортних підприємств на надання доступніших за вартістю послуг, а також формування неповного пакета послуг у складі санаторно-курортної путівки. Водночас санаторно-курортні заклади стають більш залежними від співпраці з постачальниками так званих «бюджетних рекреантів», тобто осіб, які отримують путівки з частковою оплатою за рахунок Фонду соціального страхування та позабюджетних фондів. Оскільки

реалізація бюджетних путівок можлива лише через тендерні процедури (згідно із Законом України «Про публічні закупівлі» [5]), керівництво санаторно-курортних підприємств змушене оптимізувати склад послуг путівки у межах бюджетних пропозицій.

Однак це часто призводить до зниження рівня якості та комфортності санаторно-курортного обслуговування.

Таким чином, однією із гострих проблем сьогодення є обмеження комерціалізації санаторно-курортних підприємств і зміщення вектора їхньої діяльності суто в соціальний бік. При цьому комерціалізація санаторно-курортних послуг відбувається за рахунок надання додаткових послуг, які не входять до вартості путівки.

Перспективним напрямом розвитку санаторно-курортних закладів є їх трансформація в центри СПА-туризму. Цей сегмент набуває популярності як в Україні, так і у світі, адже поєднує оздоровлення, релаксацію та профілактику захворювань. Особливо актуальним таке спрямування є в умовах війни, оскільки сприяє не лише фізичному відновленню, а й забезпечує морально-психологічне розвантаження для рекреантів, допомагаючи знизити рівень стресу та покращити загальний емоційний стан. Однак, на думку Л. Устименко та Н. Булгакової, понад 70% українських

оздоровниць взагалі не орієнтовані на цей напрям [6, с. 53].

Одним із популярних форматів відпочинку є ретрит-тури (від англ. retreat – «відступ»). Їхня концепція передбачає відпочинок у віддалених від цивілізації місцях, що сприяє усамітненню, перезавантаженню та гармонізації внутрішнього стану [7, с. 31]. Такий формат відпочинку також можливо розвивати на базі санаторно-курортних підприємств.

Російська агресія спричинила окупацію низки південних курортних регіонів України, які традиційно приймали значні туристичні потоки з усієї країни. Зокрема, тимчасово окупованими залишаються АР Крим, частина Херсонської та Запорізької областей, що раніше були важливими центрами санаторно-курортного лікування та оздоровчого туризму. Водночас навіть ті території, які перебувають під контролем України, не можна вважати повністю безпечними для туристів.

Так, курорти Одеської області зазнають регулярних ракетних і дронівих атак, що спричиняє не лише загрозу життю людей, а й руйнування курортно-рекреаційної інфраструктури [8]. Зокрема, через обстріли пошкоджено готельні комплекси, бази відпочинку, пляжні зони та об'єкти комунальної інфраструктури. Така ситуація ускладнює відновлення рекреаційної, зокрема санаторно-курортної діяльності, та знижує інвестиційну привабливість регіону. Загалом, військові дії та постійна небезпека суттєво скорочують внутрішній туризм і змушують санаторно-курортні заклади адаптуватися до нових економічних і безпекових викликів.

Через військову агресію та пов'язані з нею безпекові ризики українці дедалі частіше обирають для лікування та оздоровлення курорти Західної України. Цей регіон стає ключовим центром внутрішнього туризму, особливо в літній період, коли попит на санаторно-курортні послуги зростає серед більшості громадян.

Ситуація ускладнюється обмеженими можливостями для закордонних подорожей, зумовленими закриттям аеропортів та припиненням авіасполучення на території України, що значно погіршує логістику пересування. Крім того, зростання курсу валют робить іноземні курорти менш доступними для українців, а небажання відпочивати поруч із росіянами додатково сприяє переорієнтації попиту на вітчизняні заклади, у тому числі рекреаційні.

У результаті курорти Західної України зазнають значного навантаження у «високий сезон» (липень – серпень), що створює проблеми з розміщенням відпочивальників, підвищує конкурен-

цію за ресурси та часто призводить до зниження рівня сервісу і суттєвого зростання цін. Загалом, проблема сезонності, зазвичай притаманна курортам України, продовжує загострюватися, і на сьогодні стає не лише характерною рисою санаторно-курортного комплексу, а й окремою проблемою організації відпочинку людей під час війни.

Санаторно-курортне оздоровлення має специфічні особливості, які впливають на організацію відпочинку різних категорій рекреантів, зокрема сімейних пар і сімей із дітьми. Санаторії найчастіше обирають люди, які потребують реабілітації після перенесених захворювань або бажають здійснити їх профілактику. Для ефективного оздоровлення необхідно підібрати профільну путівку, орієнтовану на лікування конкретного діагнозу, що передбачає перебування в закладі щонайменше один-два тижні, а в ідеалі – довший термін.

Це створює певні труднощі для сімейного планування відпочинку, адже члени родини можуть віддавати перевагу спільному дозвіллю замість роздільного оздоровлення. У результаті багато сімейних пар або батьків з дітьми можуть відмовлятися від санаторно-курортного лікування на користь альтернативних варіантів відпочинку.

Враховуючи цю проблему, актуальним стає впровадження спеціалізованих програм перебування для супроводжуваних осіб. Це можуть бути санаторно-курортні пакети, що передбачають відпочинок без обов'язкової лікувальної складової, але з можливістю проживання та користування інфраструктурою закладу. Запровадження таких програм дозволить зробити санаторний відпочинок привабливішим для сімей та сприятиме підвищенню заповнюваності закладів протягом усього року.

Закордонні курорти, навіть попри те, що здебільшого не надають оздоровчих послуг, залишаються серйозними конкурентами для вітчизняних санаторно-курортних закладів. Основною причиною цього є співвідношення вартості та сприйманої цінності відпочинку. Зокрема, повноцінний двотижневий курс оздоровлення в українському санаторії, що включає проживання, харчування, лікування та додаткові послуги, може коштувати стільки ж, скільки пакетний тур для двох осіб на один тиждень у закордонному курортному комплексі.

Попри логістичні труднощі, пов'язані з обмеженням авіасполучення та необхідністю триваліших переїздів, значна частина потенційних клієнтів санаторіїв може обирати альтернативні варіанти відпочинку. Це може бути як закордонна поїздка, так і внутрішній туризм в Укра-

їні без лікувальної складової. Така ситуація ставить перед вітчизняними санаторно-курортними закладами виклик щодо підвищення привабливості своїх послуг, зокрема шляхом розширення спектра дозвіллевих активностей, підвищення рівня сервісу та гнучкішого ціноутворення [9].

З огляду на зазначену ситуацію, санаторно-курортні заклади мають значну потребу в налагодженні співпраці з туристичними операторами та агентами для ефективного просування своїх послуг і залучення нових клієнтів. Таке партнерство є важливим інструментом у сучасних умовах конкуренції з іншими видами відпочинку, включно із закордонними курортами та альтернативними формами туризму в Україні.

Для санаторно-курортних закладів співпраця з туроператорами та агентами забезпечує кілька ключових переваг. По-перше, це можливість розширення каналу збуту послуг, оскільки туристичні оператори мають розвинену мережу клієнтів і можуть залучити значну кількість нових відпочивальників, зокрема в умовах, коли прямий маркетинг не дає бажаних результатів. По-друге, завдяки такому партнерству санаторії можуть отримати доступ до різноманітних маркетингових інструментів, таких як рекламні кампанії, участь у виставках, створення спільних акцій та пропозицій, що підвищує впізнаваність бренду санаторію на ринку. Крім того, санаторно-курортні установи можуть знизити власні витрати на рекламні та промоційні заходи, передаючи частину цих обов'язків туроператорам.

З іншого боку, для туристичних операторів співпраця із санаторно-курортними закладами також має суттєві переваги. По-перше, вони можуть розширити асортимент своїх послуг, включивши у свої тури лікувально-оздоровчі програми, що є важливим для залучення нових клієнтів, особливо в умовах конкуренції з традиційними курортами. По-друге, туроператори можуть скористатися існуючою інфраструктурою санаторіїв для організації більш різноманітних і комплексних турів, які включають не лише відпочинок, але й оздоровлення, що підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку.

Т аким чином, співпраця між санаторно-курортними закладами та туристичними операторами дозволяє створити взаємовигідні умови для обох сторін, забезпечуючи стабільний потік клієнтів для санаторіїв та розширюючи можливості для туроператорів у залученні нових категорій туристів.

Повертаючись до проблеми сезонності в діяльності санаторно-курортних закладів, слід зазначити, що для її зниження необхідно використовувати сучасний маркетинговий інструментарій для просування відповідних послуг з урахуванням воєнного стану (рис. 1).

Зниження сезонності в діяльності санаторно-курортних закладів в умовах воєнного стану можливе завдяки адаптації маркетингових технологій до нових реалій. Комплексне впровадження зазначених заходів сприятиме не лише зменшенню сезонних коливань, а й підвищенню конкурентоспроможності санаторно-курортних закладів у кризових умовах.

ВИСНОВКИ

Встановлено, що в умовах війни зросла потреба в бюджетних рекреаційних послугах, що потребує оптимізації санаторно-курортних пакетів без шкоди для якості обслуговування. Також наголошено на важливості орієнтації санаторно-курортних підприємств на сімейний відпочинок. Сім'ї з дітьми є однією з основних категорій клієнтів, і їх потреби у створенні комфортних умов для спільного відпочинку слід враховувати при розробці програм і послуг. У дослідженні запропоновано маркетинговий інструментарій, який включає зміну сервісної політики через розширення спектра дозвіллевих послуг, гнучке ціноутворення, а також розширення каналів збуту через співпрацю з туристичними операторами для залучення нових клієнтів.

У роботі розроблено маркетингові заходи для просування санаторно-курортних послуг з урахуванням воєнного стану, які позитивно впливатимуть на сезонність в діяльності оздоровчих підприємств. Ці заходи орієнтовані на забезпечення безпеки та фокусуються на психологічній реабілітації рекреантів, розробці спеціалізованих програм для військових та їхніх сімей, проведенні цільових рекламних кампаній, розширенні інформаційної присутності в соціальних мережах і локальних медіа, а також створення гнучких умов бронювання.

Перспективи подальших досліджень. Визначення сучасних особливостей маркетингу санаторно-курортних підприємств дозволяє в подальшому майбутнім дослідникам зосередитися на розвитку інноваційних маркетингових стратегій, що враховують зміну споживчих вподобань та споживчі тренди в туризмі. Перспективними є дослідження, спрямовані на визначення впливу соціальних факторів на попит на санаторно-курортні послуги. ■

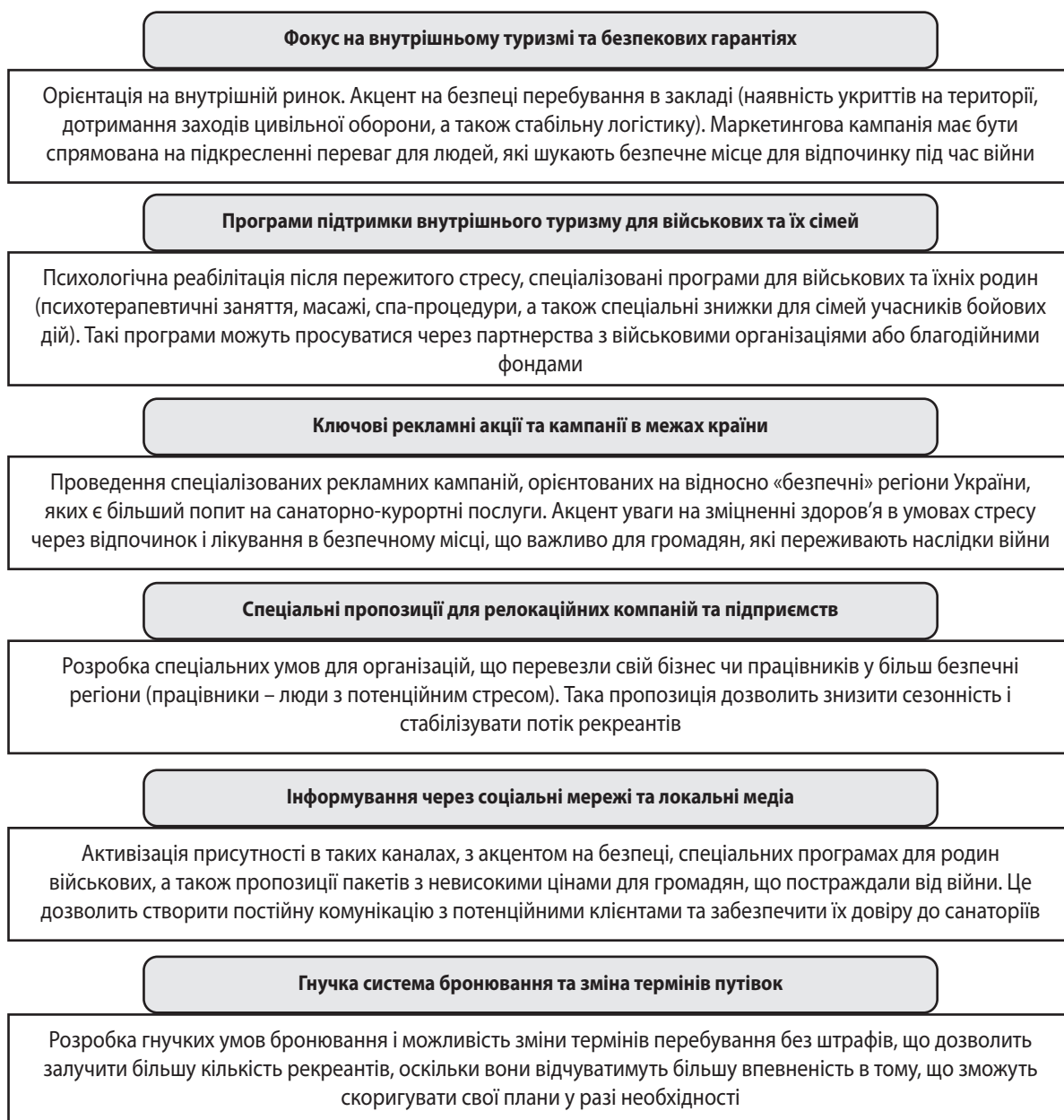


Рис. 1. Сучасний маркетинговий інструментарій для просування санаторно-курортних послуг з урахуванням воєнного стану

Джерело: авторська розробка.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Герасименко Т. В., Олійник А. І., Дідусь А. Ю. Стратегічні пріоритети розвитку санаторно-курортної сфери України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-18>
2. Юхновська Ю. О. Управління санаторно-курортними, лікувально-оздоровчими та реабілітаційними закладами на основі системи менеджменту якості. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2022. № 3–4. С. 167–180. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2022/82-83/pdf/167-180.pdf>
3. Мороз С. Р. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства в Україні. *Економічний вісник*. 2019. № 3. С. 52–57. DOI: <https://doi.org/10.33271/ev/67.052>
4. Karyy O. I., Halkiv L. I., Halaz L. V. Sanatorium and Health Resorts in Ukraine: View Characteristic, Regional Specificity and Dynamics of Development. *Науковий вісник Полісся*. 2018. № 2. Ч. 1. С. 172–178. DOI: [https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620182\(14\)172-178](https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620182(14)172-178)
5. Закон України «Про публічні закупівлі» від 12.04.2016 р. № 1078-VIII (в діючій редакції від

- 19.09.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>
6. Устименко Л., Булгакова Н. Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Туризм»*. 2019. Т 2. № 1. С. 49–59. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.1.2019.173023>
7. Бабушко С. Р., Попович С. І. Інновації у вітчизняному wellness туризмі. *Грааль науки*. 2024. № 36. С. 29–33. DOI: [10.36074/grail-of-science.16.02.2024.002](https://doi.org/10.36074/grail-of-science.16.02.2024.002)
8. Як рф знищувала курорт на Одещині: хроніка обстрілів Затоки. URL: http://cvu.od.ua/ua/announce/yak-rf-znischuvala-kurort-na-odeschini-hronika-obstriliv-zatoki_1522/
9. Влащенко Н. М. Забезпечення доступності санаторно-курортних послуг рекреаційних підприємств для населення. *Бізнес Інформ*. 2018. № 4. С. 164–169. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-4_0-pages-164_169.pdf
- Karyu, O. I., Halkiv, L. I., & Halaz, L. V. (2018). Sanatorium and health resorts in Ukraine: View characteristic, regional specificity and dynamics of development. *Naukovyi visnyk Polissia*, (2, Pt. 1), 172–178. DOI: [https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620182\(14\)172-178](https://doi.org/10.25140/10.25140/2410-957620182(14)172-178)
- Moroz, S. R. (2019). Stratehichni priorytety innovatsiino-ho rozvytku sanatorno-kurortnoho hospodarstva v Ukraini. *Ekonomichnyi visnyk*, (3), 52–57. DOI: <https://doi.org/10.33271/ev/67.052>
- Ustymenko, L., & Bulhakova, N. (2019). Rozvytok well-ness-turyzmu ta yoho vplyv na transformatsiiu turystychnoi industrii Ukrainy. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriiia «Turyzm»*, 2(1), 49–59. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.1.2019.173023>
- Vlshchenko, N. M. (2018). Zabezpechennia dostupnosti sanatorno-kurortnykh posluh rekreatsiinykh pid-priemstv dlia naselennia. *Biznes Inform*, (4), 164–169. https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-4_0-pages-164_169.pdf
- Yak RF znyshchuvala kurort na Odeschyni: Khronika obstriliv Zatoky. (n.d.). Retrieved from http://cvu.od.ua/ua/announce/yak-rf-znischuvala-kurort-na-odeschini-hronika-obstriliv-zatoki_1522/
- Yukhnovska, Yu. O. (2022). Upravlinnia sanatorno-kurortnymy, likuvalno-ozdorovchymy ta reabilitatsiynymy zakladamy na osnovi systemy menedzhmentu yakosti. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, (3–4), 167–180. <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2022/82-83/pdf/167-180.pdf>
- Zakon Ukrainy «Pro publichni zakupivli» vid 12.04.2016 r. № 1078-VIII (v diiuchii redaktsii vid 19.09.2024). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>

REFERENCES

- Babushko, S. R., & Popovych, S. I. (2024). Innovatsii u vitchyznianomu wellness turyzmi. *Hraal nauky*, (36), 29–33. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.16.02.2024.002>
- Gerasymenko, T. V., Oliinyk, A. I., & Didus, A. Yu. (2023). Stratehichni priorytety rozvytku sanatorno-kurortnoi sfery Ukrainy. *Ekonomika ta suspilstvo*, (58). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-18>