

Козійчук О. Г.

*канд. пед. н., доцент кафедри туризму,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: Koziiichuk@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-8820-5208*

Актуальним на сьогодні в умовах викликів є збереження людського економічного потенціалу України та відновлення інвестиційного потенціалу для розвитку індустрії туризму. Згідно аналітичного прогнозу Всесвітньої асоціації медичного туризму наша країна є одним із перспективних регіонів для іноземних інвесторів, саме тому впродовж останніх років асоціацією було запропоновано низку інвестиційних проєктів розроблених для українських закладів охорони здоров'я та рекомендацій для переоформлення галузей індустрії туризму [1,2]. У контексті вищезначеного медичний туризм-це вид господарської діяльності, який є невід'ємною складовою туристичної діяльності, що передбачає особливу процедуру формування та реалізації туристичного продукту який включає в себе як пакет загальних туристичних послуг, так і медичних послуг або лікувально оздоровчих, що здійснюється не лише загальними суб'єктами туристичної діяльності, а і суб'єктами, що мають особливий статус-статус закладів охорони здоров'я, що передбачає наявність спеціальних дозвільних документів на здійснення медичної практики [3]. З основних компонентів, які забезпечують регіональний та національний розвиток ринку лікувального туризму в регіонах-лідерах глобального масштабу, перспективними є наявність принципу постійного функціонуванні закладів на регіональному ринку лікувального туризму, тобто: «неперервного їх розвитку як системи в процесі надання комплексу послуг і просуванні нових напрямів діяльності шляхом розширення і модернізації наявних послуг, їх інформаційного забезпечення та удосконалення» [4, с.43].

Разом з тим, управління індустрією туризму на сучасному етапі вимагає пошуку нетрадиційних підходів таких як-от: розробка економічної політики різних категорій туристичних підприємств, оцінка потенційних можливостей регіональних організаційно-управлінських ресурсів. У контексті вищезначеного, важливо визначити регіональний організаційно-управлінський ресурс як організаційні інновації з позиції результативності керування ресурсами території для забезпечення життєдіяльності людей, які проживають на ній, а механізм дії даної категорії ресурсів-це соціальний простір, регіональне співтовариство і регіональні ресурси [5]. Конструктивна ефективність такого механізму визначається організаційним потенціалом, спрямованим на підвищення якості менеджменту індустрії туризму, а стан надання туристичних послуг залежить від ресурсного потенціалу і конкретних важелів управлінського впливу на ресурси.

Водночас нами аналізується роль організаційно-управлінських ресурсів у ефективній організації інноваційних процесів розвитку медичного туризму в поєднанні з етнічним туризмом Закарпаття і наголошується на необхідності визначення ефективності такої організації з погляду її ресурсозабезпеченості. Неоднозначно науковці поділяють туристичні ресурси на чотири основні групи (в дійсності їх може бути набагато більше): рекреаційні ресурси, історико-культурні, подієві ресурси, ШСР-штучно створені ресурси [6, с. 33].

Одним з провідних напрямів розвитку туризму Закарпатського регіону можна визнати медичний туризм на основі санаторно-курортного лікування. Санаторно-курортне лікування у Закарпатті має старовинні традиції і розвинену інфраструктуру. Значну кількість санаторіїв у регіоні, становлять ті, які розташовані на територіях з можливістю надання джерельних, мінеральних вод аналогів яких немає у світі в поєднанні з цілющими грязями. Медичний туризм Закарпаття за останні роки став прибутковим бізнесом в рамках транскордонного співробітництва у ньому з'являється все більша кількість нових учасників ринку, які пропонують свої послуги в жорстких умовах конкуренції шляхом якісного та комплексного сервісу з орієнтацією, як на VIP-туристів, так і на бюджетного туриста. Разом з тим, важливе місце у організаційно-управлінському аспекті розвитку медичного туризму належить етнокультурним рекреаційним ресурсам Закарпаття, складові яких можна поділити на матеріальні та нематеріальні. До складу нематеріальних етнокультурних ресурсів входять: етнопсихологічні особливості, засоби комунікації, вірування, звичаї, традиції, традиційні знання та досвід, фольклор. Познаючись з ними можна за допомогою різних інформаційних джерел, а відчути лише у середовищі проживання конкретного етносу [7]. Також, етнокультурні ресурси Закарпатського регіону представлені матеріальними об'єктами, які входять до складу музейних або виставкових експозицій та демонструють унікальність архітектури і побуту краю сприяючи просуванню національного туристичного продукту.

Цінність етнокультурної спадщини Закарпатського регіону для розвитку туризму зростає, регіон є цікавим не лише для іноземних туристів, але і для громадян нашої країни, між якими теж існують відмінності, тим більші, чим більша відстань між регіонами. Таким чином, мотиваційною підставою для вибору інвестором об'єктів, які можуть бути використані у процесі створення та реалізації медичного туристичного продукту є значні природно-рекреаційні ресурси, етнокультурні рекреаційні ресурси Закарпаття. Регіон має потужний інвестиційний потенціал для розвитку в'їзного медичного туризму на основі курортів з мінеральними водами та лікувальними грязями, бальнеологічних курортів і все це в поєднанні з етнокультурним рекреаційним потенціалом.

Список використаних джерел

1. UNWTO (2019), *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
2. UNWTO *International Network of Sustainable Tourism Observatories*. URL: <http://insto.unwto.org/>
3. Гнедик Є. С. Медичний туризм як вид господарської діяльності: проблеми нормативно-правового визначення. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2017. № 6. Том 2. С. 18-22.
4. Вахович І. М., Малімов В. В. Фактори розвитку регіонального ринку медичного туризму в розвинених країнах світу. *Розвиток та формування економіки та соціологія праці*. 2012. №3(7) С. 39-43.
5. Яненко І. Г. Організаційний ресурс інноваційного розвитку регіонів. *Бизнес-информ : науч. информ. журнал*. 2008. № 11. С. 83–85.
6. Смирнов І. Г. *Маркетинг у туризмі: навч. посіб.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. Київ. 2016. 251с.
7. Петрик Н. А., Олексійчук Т. В. *Етнічний туризм: зміст, особливості та форми. Наукові записки Вінницького педуніверситету. Сер. Географія*. 2010. Вип. 20