DOI: [10.32702/2307-2105-2020.3.79](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.3.79)

УДК 338.48

Ю. В. Набока,
викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Дніпровський гуманітарний університет
ORCID: 0000-0002-3040-6496

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ І ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МЕДИЧНИХ ТУРИСТІВ

Y. Naboka
teacher of the Department of hotel-restaurant business,
Dniprovskii University of the Humanities

OPTIMIZATION OF PROCESSES AND FORMS OF ENTREPRENEURIAL SERVICES FOR MEDICAL TOURISTS

У статті досліджено сутнісну характеристику медичного туризму і зазначено, що даний вид туризму не має уніфікованого трактування у правовій та теоретичній площинах. Визначено, що медичний туризм охоплює усю низку вузьких та взаємопов'язаних категорій у сфері надання послуг туристам, які приводять до покращення їх здоров'я, а критерієм відмінностей медичних послуг для туристів може бути міра медичного втручання визначена у законодавчому полі країн. Зазначено, що послуги на ринку медичного туризму охоплюють: самолікування туристів, інформаційні послуги щодо рекомендованого лікування туристів, психо-енергетичні послуги туристам, медичні послуги туристам, трансплантаційні послуги туристам, участь туристів у біомедичних заходах, надання паліативних та хоспісних послуг, евтаназійні послуги туристам. Розроблено та запропоновано систему підприємницького обслуговування медичних туристів в Україні. Наведено напрями удосконалення підприємницької діяльності підприємств на українському ринку медичного туризму.

In the article describes the essential characteristics of medical tourism and states that this type of tourism does not have a uniform interpretation in the legal and theoretical fields. Medical tourism has been identified to cover a wide range of narrow and interconnected categories of services to tourists that improve their health, and the criterion for differences in health services for tourists may be the extent of medical intervention identified in the legislative field of a country. It is stated that services in the market of medical tourism include: self-treatment of tourists, information services on the recommended treatment of tourists, psycho-energy services to tourists, medical services to tourists, transplantation services to tourists, participation of tourists in biomedical activities, palliative and hospice services, euthanasia services to tourists. It is noted that international tourism is developed heterogeneously and its deployment is influenced by numerous factors that can be analyzed by five management global level (world), macro (country), meso level (region, industry, market), micro level (organizations) and personal level (medical tourists, accompanying persons, local population). In view of these parameters, the

author's proposals are aimed at optimizing the development of the medical tourism market in Ukraine.

The scheme of functioning of information-marketing system will be developed, which will allow to coordinate interaction on the market of medical tourism of Ukraine: medical tourists, information-marketing centers, recreational enterprises, tourist companies, transport companies, national associations and organizations, service centers of state and local services, financial institutions, insurance and law firms, accommodation and catering, international associations and organizations.

It is emphasized that in the 21st century, measures for building the marketing potential of recreational entrepreneurship in tourism and hospitality should be innovative and take into account not only existing local examples of innovative developments in Ukraine, but also scientific and technological achievements and forms of their implementation in the international environment.

Directions of improvement of marketing activity of recreational enterprises on the market of medical tourism of Ukraine are offered, by identification, complex accounting and visualization in the form of the main factors of influence, on the one hand, on the world, and on the other, on the Ukrainian markets: tourism, medical ambassador and medical tourism.

Ключові слова: маркетинг; система; медичний туризм; туристи; Україна.

Key words: marketing; system; medical tourism; tourists; Ukraine.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

За концептуальним змістом, медичний туризм є демографічним процесом територіального руху людських ресурсів за межі місця їх постійного проживання, який здійснюється з метою отримання медичних послуг [1]. Дане явище існувало з давнини, однак у межах соціалізації та глобалізації суспільного розвитку протягом ХХ та на початку ХХІ століття воно набуло великого масштабу й почало привертати увагу науковців, підприємців, урядовців, асоціативних структур та міжнародних організацій [2]. Розглядаючи потенціал медичного туризму, необхідно звернути увагу на наявність різних аспектів його характеристики та необхідність оптимізації процесів і форм системного підприємницького обслуговування медичних туристів [3].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ І НА ЯКІ СПИРАЄТЬСЯ АВТОР, ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ ОЗНАЧЕНА СТАТТЯ

Аспекти розвитку та оптимізації медичного туризму вивчали такі вчені як: С. Гілл [4], і. В. Гончарук [5], І. В. Грошев [6], А. В. Железцова [7], Г. І. Михайліченко [8], Б. В. Островська [9], М. Ю. Поворозник [10], Н. В. Резнікова [11], І. Л. Сазонець [12], О. М. Сазонець [13], В. Янишевська [14].

На початку ХХІ ст. термін «медичний туризм» не має уніфікованої дефініції. З вузької точки зору медичний туризм відокремлюють від інших видів туризму і ототожнюють лише зі свідомим запланованим не екстремним лікуванням [15]. З широкої точки зору, медичний туризм розглядається як найбільш загальний термін, що характеризує надання туристам будь-якої медичної допомоги та медичних послуг і сполучає у собі оздоровчий, діагностичний, лікувальний, реабілітаційний, рекреаційний, естетичний та інші види туризму, пов'язані з медичним лікуванням, у тому числі інвазивні, діагностичні та послуги щодо способу життя [4].

Однак, також є багато й інших точок зору. Наприклад, Н. В. Резнікова, О. А. Іващенко, О. І. Войтович чітко розмежовують лікувальний туризм (віднесено такі види медичного туризму, що передбачають наданням хірургічних послуг та/або послуг консервативного лікування: трансплантація, реалізація репродуктивних прав, біопротезування, терапевтичне клонування, пластична хірургія, лікування порушення обмінних процесів, стоматологічні послуги, послуги з діагностики та лікування пухлин, реабілітаційні послуги тощо) та оздоровчий туризм (превентивні заходи, що передбачають запобігання розвитку хвороби або підтримку стану пацієнта альтернативними процедурами: спортивний туризм, йога-туризм, спа-туризм, санаторно-курортне лікування тощо) [11].

Г. І. Михайліченко зазначає, що лікувально-оздоровчий туризм поділяється на дві групи [8]. Перша – оздоровчий, рекреаційний туризм, який складається з велнеса та фітнесу. Друга – медичний туризм, який поділяється на реабілітаційний туризм та оздоровчий туризм на медичній основі.

Відповідно при визначенні потенціалу медичного туризму виникає необхідність конкретизації сфери його застосування у межах предмета та об'єкта дослідження, тому, що, з одного боку, медичні туристи часто поєднують медичне обслуговування з відпочинком на курортах, в оздоровчих, SPA і Wellness-центрах, а з іншого отримують цільового суттєвого тривалого лікування, що пов'язується із втручанням у тіло. Окрім того,

необхідно враховувати наявність специфічних форм міжнародного туризму, дослідження яких не набуло поширення у наукових джерелах. Мова іде про біомедичні втручання [9], трансплантацію органів [16] та евтаназію [7], які у світовій практиці здійснюються під час туру.

Таким чином, ми констатуємо відсутність уніфікованого змісту медичного туризму, що обумовлює необхідність подальших досліджень у даному напрямі, задля розробки подальших прикладних заходів оптимізації обслуговування медичних туристів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є розробка концепту системи підприємницького обслуговування медичних туристів в Україні.

Для досягнення мети поставлено та вирішено наступні завдання: визначити концептуальний зміст медичного туризму; ідентифікувати послуги на ринку медичного туризму; дослідити та ієрархізувати фактори впливу на розвиток медичного туризму; спроектувати схему системи обслуговування медичних туристів в Україні; розробити напрями удосконалення підприємницької діяльності підприємств на українському ринку медичного туризму.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

На наш погляд, ключовим терміном, який об'єднує усі вищенаведені види туризму є термін «медицина» як наука, сфера знань, сфера досліджень, сфера господарської діяльності, щодо «...зміцнення та збереження здоров'я, продовження життя людей, попередження та лікування захворювань людини.» [17]. На підставі аналізу та синтезу вищенаведеного матеріалу, ми вважаємо, що у зв'язку із поширенням у XXI ст. видів туризму, термін «медичний туризм» – є найбільш широкою категорією, яка охоплює усі інші види туризму пов'язані із наданням та отриманням послуг у сфері свідомої добровільної зміни психічного та фізичного стану туриста.

За нашою думкою, у науковому просторі, під терміном «медичний туризм» необхідно розуміти усю низку вужчих та взаємопов'язаних категорій у сфері надання послуг туристам, які приводять до покращення його здоров'я, а критерієм відмінностей медичних послуг для туристів може бути міра медичного втручання (застосування методів діагностики, профілактики або лікування, пов'язаних із впливом на організм людини) визначена у законодавчому полі країн [18].

За ієрархією міри втручання в організм людини ми пропонуємо наступну класифікацію послуг на ринку медичного туризму (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація послуг на ринку медичного туризму*

№	Зміст послуги	Характеристика послуги	Приклад послуги	Вид туризму												
				Рекреаційний туризм	Курортний туризм	Оздоровчий туризм	Діагностичний туризм	Реабілітаційний туризм	Санаторний туризм	Репродуктивний (фертильний,пологовий) туризм	Лікувальний (клінічний) туризм	Трансплантаційний туризм	Біомедичний (випробувальний) туризм	Паліативний туризм	Хоспісний туризм	Евтаназійний (суїцидальний) туризм
1.	Самолікування туриста	Турист самостійно та постійно використовує корисні оздоровчі ресурси території з метою рекреації	Вживання місцевої води та їжі, сонячні ванни, купання тощо, на безоплатній та платній основі (торгівля)	+	+	+	+	+	+	+						
2.	Інформаційні послуги щодо рекомендованого лікування туриста	Турист отримує рекомендації від сторонніх осіб щодо самостійного оздоровлення	Консультації лікарів, реабілітологів, тренерів, фахівців з Wellness, SPA, Physical fitness та альтернативної медицини тощо	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
3.	Психо-енергетичні послуги туристу	Турист отримує послуги від сторонніх осіб без втручання в тіло та без застосування технічних приладів	Психодіагностика, психологічні та психіатричні консультації, нетрадиційні методи впливу без безпосереднього контакту з тілом, послуги у сфері дієтології	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
4.	Медичні послуги туристу	Турист отримує тимчасові послуги від сторонніх осіб із втручанням або без втручання в тіло за допомогою персоналу та технічних засобів	Діагностичні заходи, масаж, фізіотерапія, магнітотерапія, фітотерапія, психіатричне лікування, стоматологічні послуги, голковколвання, уколи, капельниці, хірургічні послуги, послуги штучного запліднення, аборт, пологові послуги тощо	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
5.	Трансплантаційні послуги туристу	Турист отримує цільові послуги з трансплантації анатомічних матеріалів	Трансплантація органів та їх частин, тканин, анатомічних утворень, клітин людини або тварини, фетальні матеріали людини, а також застосування біоімплантатів								+	+				
6.	Участь туриста у біомедичних заходах	Турист отримує біомедичне втручання із невизначеним або різноможливим наслідком	Прийняття участі у наукових дослідженнях, клінічних випробуваннях, генетичних експериментах тощо										+	+		
7.	Надання паліативних та хоспісних послуг	Турист який перебуває в складних життєвих обставинах і потребує сторонньої допомоги – покращує якість життя, уповільнює або гальмує розвиток хвороби	Виявлення небезпечної або невиліковної хвороби, усунення, знеболювання, медикаментозна підтримка, медико-психологічна реабілітація, хірургічне лікування, догляд тощо										+	+	+	
8.	Евтаназійна послуга туристу	Турист отримує послугу евтаназії	Турист свідомо, добровільно та заплановано закінчує своє життя у медичному закладі													+

* розроблено автором

Однак медичний туризм у світі в цілому, і в Україні, зокрема, розвинутий неоднорідно і на його розгортання впливають числені фактори, аналізувати які виявляється доцільно за управлінськими рівнями – глобальним рівнем (світ), макrorівнем (країна), мезорівнем (регіон, галузь, ринок), мікрорівнем (організації) та особистісним рівнем (медичні туристи, супроводжуючі особи, місцеве населення) [19]

На глобальному рівні визначального значення має розгортання глобальних процесів [20]. Для України, насамперед, це стосується щодо динаміки поглиблення євроінтеграційних процесів. Так, підписання Угоди про Асоціацію України з ЄС та лібералізація візового режиму постало сприятливим фактором розвитку українського ринку виїзного медичного туризму. При спрощенні візових та прикордонних процедур з азіатськими та африканськими країнами, очікується зростання обсягів в'їзного медичного туризму. Також великого значення матимуть дії щодо підтримки українського ринку медичного туризму з боку таких міжнародних організацій, як ВТО, Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), структур Міжнародного руху Червоного Хреста і Червоного Півмісяця, а також міжнародних асоціативних структур, таких як:

- «Міжнародна Асоціація медичної допомоги мандрівникам» (International Association for Medical Assistance to Travellers, IAMAT) – є некомерційною організацією, створеною в 1960 році в Канаді займається захистом благополуччя мандрівників за допомогою актуальною медичної інформації та власної міжнародної мережі англомовних лікарів, які прагнуть допомогти членам асоціації [21];

- «Міжнародна Асоціація медичного туризму» (англ. «International Medical Travel Association», IMTA) була заснована в 2006 році зі штаб-квартирою в Сінгапурі й у даний час налічує 40 повноправних членів (провідні міжнародні організації так чи інакше пов'язані з галуззю медичного туризму, включаючи постачальників медичних послуг, медичних турагентів, страхові компанії та національні туристичні офіси), які активно беруть участь в медичних поїздках [22];

- «Асоціація медичного туризму» (англ. «Medical Tourism Association» або «Medical Travel Association», MTA) створена у США в 2007 р., має міжнародний статус і є некомерційною торгівельною асоціацією медичного туризму і світової індустрії охорони здоров'я, до складу якої входять провідні міжнародні лікарні, постачальники медичних послуг, організатори медичних поїздок, страхові компанії, посередники й інші афілійовані компанії та члени із загальною метою просування високої якості медичного обслуговування пацієнтів в глобальному середовищі [23];

- «Європейський Альянс медичного туризму» (англ. European Medical Tourism Alliance, EuMTA) – некомерційна організація була створена в 2009 в Угорщині й представляє інтереси агентств, клінік і лікарень в європейській індустрії медичного туризму, надаючи найбільш вичерпну інформацію про компанії, що діють на ринку медичного туризму, захист інтересів і оптимізація діяльності організацій залучених в даній сфері [24];

- «Глобальна рада з охорони здоров'я» (англ. «Global Healthcare Travel Council», GHTC) була заснована в 2013 році, в Монако у Монте-Карло, представниками дванадцяти країн світу, у тому числі й Україною як форум національних рад індустрії охорони здоров'я і зараз у дану структуру входять профільні асоціації з п'ятдесяти шести країн [25].

Крім того, необхідно відзначити існування низки глобальних інформаційних ресурсів координаційної характеру, які допомагають розвитку і ефективній взаємодії суб'єктів світового ринку медичного туризму. Наприклад, орієнтуючись на потреби користувачів, Глобальне агентство INTMEDTOURISM як частина VERDYS Group International (Лондон, Великобританія) представляє найбільш простий і доступний спосіб подачі інформації – інформаційно-рекламний портал медичного туризму intmedtourism.com [26].

На макrorівні важливого значення має ефективність системи державного управління і її безпосередній прояв у сфері охорони здоров'я та туризму. Політична ситуація, макроекономічна політика, стан реформ – все це комплексно впливатиме на розвиток ринку медичного туризму в Україні. Відношення держави до рекреаційних історико-культурних об'єктів державного значення, правове забезпечення і захист інтересів громадян та іноземців, регулювання туристичних дестинацій – постають факторами впливу. Головними регулюючими органами державної влади у сфері медичного туризму постають: Верховна Рада України; Кабінет Міністрів України; Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства; Міністерство культури, молоді та спорту України; Міністерство охорони здоров'я України

На мезорівні в Україні важливого значення для розвитку ринку медичного туризму має діяльність органів місцевого самоврядування, асоціативних структур, об'єднань громадян, закладів культури, освіти та охорони здоров'я. Так, в Україні у 2012 р. створено «Міжнародну асоціацію лікарів медичного туризму» (МАЛМТ) – англ. (International Association of Physicians in Medical Tourism), як добровільне, відкрите, незалежне, некомерційне об'єднання лікарів, залучених до сфери медичного туризму і зацікавлених в поліпшенні публічної поінформованості про можливості медичного туризму [27]. На початку 2020 р. членами МАЛМТ були лікарі різних спеціальностей, організатори охорони здоров'я, представники туроператорів, страхових і допоміжних компаній (загальна кількість близько 3 тис. членів). У 2013 році в Україні створено «Українську Асоціацію медичного туризму» (УАМТ, а англ. Ukrainian Association of Medical Tourism), у складі якої в 2020 р. налічується більше ніж 100 вітчизняних організацій-членів та 15 з інших країн, які працюють на вітчизняному ринку медичного туризму [28].

На мікрорівні важливого значення мають ресурсні можливості підприємств – учасників ринку медичного туризму України. Кадровий потенціал, фінансові ресурси, технології та технічне оснащення, якість інфраструктурного забезпечення, інноваційність підприємницької діяльності, маркетингова політика,

інформатизація діяльності – постають основними факторами конкурентоспроможності та динамічних здібностей компаній і відповідно потужності ринку у цілому [29].

На особистісному рівні головного значення мають фінансові можливості громадян України, а також культура їх праці та відпочинку, що набуватиме свого прояву у сферах туризму та споживання медичних послуг.

Відповідно, врахування вищенаведених факторів, які у подальшому формуватимуть стан розвитку ринку медичного туризму в Україні, дозволяє розробити певні заходи його оптимізації (табл. 2).

Таблиця 2.
Заходи оптимізації розвитку ринку медичного туризму в Україні*

Управлінський рівень заходів	Суб'єкт виконання	Зміст заходів
Глобальний	Міжнародні організації, регіональні об'єднання, асоціативні структури та інші глобальні суб'єкти	Популяризація розвитку медичного туризму у світі. Посилення форм міжнародної економічної інтеграції. Протекція розвитку медичному туризму в Україні.
Макрорівень	Органи державної влади (державні органи законодавчої, виконавчої та судової влади)	Лібералізація візових та прикордонних процедур. Формування системи інформаційно-маркетингового забезпечення ринку медичного туризму. Сприяння захисту та розвитку рекреаційних історико-культурних об'єктів державного значення (правове, фінансове та інформаційне забезпечення).
Мезорівень	Органи місцевого самоврядування, місцеві громади, асоціативні структури, центри регіонального розвитку	Адаптація системи інформаційно-маркетингового забезпечення ринку медичного туризму. Обслуговування рекреаційних історико-культурних об'єктів регіонального значення.
Мікрорівень	Компанії, фірми, підприємства, об'єднання підприємств, торгово-промислові групи, ТНК, організації	Адміністрування системи інформаційно-маркетингового забезпечення ринку медичного туризму. Залучення туристів у дестинації розміщення рекреаційних історико-культурних об'єктів регіонального значення.
Особистісний рівень	Туристи, супроводжуючі особи, місцеве населення	Інформування та здійснення турів, комунікаційні процеси, розрахунки.

** розроблено автором*

Концептуально, нами пропонується, що в основі заходів оптимізації розвитку ринку медичного туризму в Україні, головним напрямом дій, має постати проектування і упровадження нової системи обслуговування медичних туристів.

На рис. 1 наведено структуру системи обслуговування медичних туристів в Україні, а у табл. 3 її функціональну характеристику.

Рис. 1. Спрощена структура системи обслуговування медичних туристів в Україні*

** розроблено автором*

Таблиця 3.

Характеристика системи обслуговування медичних туристів в Україні*

№	Структурний елемент	Склад суб'єктів (характеристика функціональної діяльності)
1.	Інформаційно-маркетинговий центр	Комерційна структура (розробка програмного забезпечення, адміністрування сайту або порталу, інформування, здійснення комунікацій, документообіг, координація, просування послуг медичного туризму у ЗМІ та Інтернет-просторі, логістика, супровід медичних туристів).
2.	Медичні туристи	Фізичні особи (вибір комплексної послуги, отримання інформації, надання запиту, бронювання, оплата).
3.	Рекреаційні підприємства	Фізичні та юридичні особи які надають медичні послуги (надання інформації, надання медичних послуг, консультування, додаткове обслуговування медичних туристів).
4.	Туристичні компанії	Туроператори, турагенти та екскурсійні бюро (інформування, розробка туру, бронювання, обслуговування).
5.	Транспортні компанії	Перевізники (перевезення, логістика, супровід, охорона).
6.	Національні асоціації та організації	Комерційні та некомерційні структури (інформування, координація, сертифікація, стандартизація, комунікації)
7.	Сервісні центри державних та місцевих служб	Державні служби та органи місцевого самоврядування (ліцензування, здійснення контролю, надання інформаційних послуг, оформлення документів, організація візових процедур, консульська підтримка, гарантування).
8.	Фінансові установи	Банки та інші кредитні установи (фінансове обслуговування, фінансове гарантування).
9.	Страхові та юридичні компанії	Страхування ризиків, проведення юридичних експертиз, нотаріальне, правове, адвокатське та судове обслуговування, третейське гарантування.
10.	Засоби розміщення і харчування	Підприємства готельної та ресторанної індустрії (розміщення, харчування, надання додаткових послуг).
11.	Міжнародні асоціації та організації	Комерційні та некомерційні структури (інформування, координація, сертифікація, стандартизація, комунікації)

* розроблено автором

Запропонована система обслуговування медичних туристів в Україні може об'єднати та скоординувати діяльність усіх учасників ринку медичного туризму на основі застосування позитивістських принципів: науковості, раціональності, добровільності, системності, інтеграції, кооперування, спеціалізації, делегування тощо.

В Україні вже визріла необхідність розробки такої системи, яка б комплексно активізувала розвиток вітчизняного ринку медичного туризму [14]. Ініціатива її створення вже сформована на мікрорівні (підприємствами) та доноситься суб'єктами мезорівня (керівниками асоціативних структур і органів місцевого самоврядування) на макрорівень (зокрема урядовцям та Президенту України).

На наш погляд, основним структуроутворюючим суб'єктом даної системи має стати – національний інформаційно-маркетинговий центр (комерційна структура яку доцільно утворити на основі змішаної форми власності – державної та приватної). Інформаційно-маркетинговий центр має інфраструктурно забезпечити позитивний розвиток національного ринку медичного туризму в Україні, завдяки: розробці програмного забезпечення, адміністрування сайту (порталу), інформування, здійснення комунікацій, ведення документообігу, координації роботи усіх інших структуроутворюючих елементів, просування послуг медичного туризму у ЗМІ та Інтернет-просторі, супроводу медичних туристів тощо. Інформаційно-маркетингові центри мають постати ринковими представниками рекреаційних підприємств України, які є головними надавачами медичних послуг.

До рекреаційних підприємств ми відносимо таких суб'єктів, як: бази та інші заклади відпочинку, будинки відпочинку, пансіонати, будинки-інтернати, дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, дитячі табори, клініки, лікарняні заклади (лікарні), лікарські (амбулаторно-поліклінічні) заклади, медичні центри, санаторії або пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, шпиталі, НДІ, приватних лікарів.

У ХХІ ст. заходи формування підприємницького потенціалу підприємств, які функціонують в сфері туризму та гостинності мають носити інноваційний характер та враховувати не тільки наявні локальні приклади інноваційних розробок в Україні, а й науково-технічні здобутки та форми їх втілення у міжнародному середовищі [19].

При цьому, треба враховувати й особливості діяльності підприємств на ринку медичного туризму: суб'єктні: споживачами рекреаційних послуг є лише певні сегменти населення, відсутня система оцінки якості рекреаційних закладів та надаваних рекреаційних послуг; ресурсні: рекреаційні підприємства концентруються біля певних центрів тяжіння на базі унікальних природних ресурсів; процесні: підприємства дуже залежать від іміджу дестинацій та рекреаційного бренду; зв'язкові: здійснення даного виду економічної діяльності має достатньо жорстке законодавче регулювання й тягне певну відповідальність в медичній сфері, але існують

суттєві прогалини в класифікації санаторно-курортних організацій, спостерігається слабкий асоціативний та інфраструктурний зв'язок.

Нами пропонується визначити напрями удосконалення господарської діяльності підприємств на ринку медичного туризму України, шляхом ідентифікації, комплексного врахування та візуалізації у графічному вигляді головних факторів впливу, з одного боку, на світових [21-26], а з іншого, на українських ринках: туризму, медичних послуг та медичного туризму [27-30] (табл. 4).

Таблиця 4.
Логіка визначення напрямів удосконалення господарської діяльності підприємств на ринку медичного туризму України*

Ринки Region	Ринок туризму	Ринок медичних послуг	Ринок медичного туризму
Світ	Фактори на світовому туристичному ринку (Пропозиції №1)	Фактори розвитку світового ринку медичних послуг (Пропозиція № 2)	Фактори розвитку світового ринку медичного туризму (Пропозиції № 3)
Україна	Фактори розвитку туристичного ринку України (Пропозиції № 4)	Фактори розвитку ринку медичних послуг в Україні (Пропозиції № 5)	Фактори розвитку ринку медичного туризму в Україні (Пропозиції № 6)

* розроблено автором

Виходячи із загального стану розвитку світового туристичного ринку, ми можемо ідентифікувати на глобальному рівні сталі фактори розвитку та надати пропозиції № 1: активізувати заходи в сфері міжнародного маркетингу, щодо залучення в'їзних медичних туристів; диференціювати товарну і цінову політику на надавані медичні послуги в'їзним і внутрішнім медичним туристам; поглибити кооперацію із асоціативними структурами та вітчизняними туристичними компаніями у сфері обслуговування туристів; спрямовувати більше уваги на комплексне обслуговування міжнародних медичних туристів з економічно розвинутих країн.

На основі аналізу загального стану розвитку світового ринку медичних послуг, ми ідентифікуємо сталі фактори розвитку та надаємо пропозиції №2: перманентне здійснення інноваційної діяльності; активізація міжнародної активності підприємств у цілому, а також активізації зовнішньоекономічних зв'язків, зокрема; активізація рекламної діяльності та комунікаційних процесів; стимулювання раціоналізаторської діяльності персоналу; активне використання комп'ютерного обладнання, Інтернет-технологій; вибір вигідних зон стратегічних ресурсів;

Ідентифікуючи тенденції розвитку світового ринку медичного туризму, візуалізуємо сталі фактори розвитку та надаємо пропозиції № 3: активізація міжнародної підприємницької діяльності; постійне поширення номенклатури медичних послуг, підвищення якості обслуговування та підтримки конкурентоспроможності; надання додаткових послуг; здійснення постійного маркетингового моніторингу; доцільно створювати потужні сайти; посилення юридичного забезпечення і дотримання норм на міжнародного права.

Враховуючи загальні дані про потоки туристів в Україні, що обслуговуються туроператорами і турагентами (які для рекреаційних підприємств постають посередниками), на макrorівні, нами ідентифікуються сталі фактори розвитку та надаються пропозиції № 4: щорічно корегувати тактичну підприємницьку діяльність залежно від макроситуації; активізувати маркетингову діяльність на самостійний пошук, встановлення контактів, ведення перемов та прийом іноземних туристів; спрямувати маркетингову діяльність на інформування та мотивування українських туроператорів і турагентів; своєчасно оновлювати матеріально-технічну базу.

На підставі аналізу стану і проблематики розвитку ринку медичних послуг в Україні, нами ідентифікуються сталі фактори розвитку та надаються пропозиції №5: адаптація діяльності під євростандарти; шукати нові додаткові резерви самофінансування; формування системи управління розвитком персоналу; шукати резерви підвищення якості власних послуг.

Приймаючи до уваги стан розвитку ринку медичного туризму в Україні, на мезорівні, нами ідентифікуються фактори розвитку та, відповідно, надаються авторські пропозиції №6: покращення якості стратегічного планування та стратегічного маркетингу; диференціація товарної та цінової політики рекреаційних підприємств; підвищення активності рекреаційних підприємств у сфері просування своїх послуг; розробка і донесення до урядових структур пропозицій щодо оптимізації розвитку галузі.

Для підприємств, які функціонують на ринку медичного туризму в Україні, у сфері управління та розвитку доцільно звернути увагу на такі питання як: розширення форм ведення бізнесу, трансформацію корпоративної концепції бізнесу, перехід на ефективні бізнес-моделі та бізнес-платформи з урахуванням глобальних факторів суспільного розвитку, що здійснюють суттєвий вплив на медичну та туристичну галузі. .

Комплексними рішеннями підприємств на ринку медичного туризму України можуть бути наступні заходи:

- розташування нових підприємств поблизу історико-культурних об'єктів туристичного призначення, які відвідують туристи;

- активне задіяння маркетингових комунікацій (реклами, зв'язків з громадськістю, стимулювання збуту та особистих дій персоналу) у місцях розташування історико-культурних об'єктів туристичного призначення, до яких активно залучаються туристи;
- розміщення підприємств у межах нових природних, антропогенних і техногенних об'єктів;
- активізація створення спеціалізованих медичних центрів, спроможних надавати, як комплексні так і спеціалізовані медичні послуги разом із профілактичними, рекреаційними, реабілітаційними та супутніми послугами у сфері обслуговування туристів;
- розширення асортименту медичних послуг для вітчизняних та іноземних туристів (у тому числі, паліативна допомога);
- інформатизація системи просування послуг медичного туризму із застосуванням інтернет-технологій;
- застосування технології SMART-навчання в управлінні персоналом;
- застосування потенціалу просьюмерізму для активізації маркетингової діяльності підприємств;
- поширення нових форм кооперації між вітчизняними та іноземними медичними й рекреаційними підприємствами та туристичними компаніями у сфері просування послуг;
- формування системи кооперації між органами державної влади, місцевого самоврядування, науковими установами, освітніми закладами, підприємствами та асоціативними структурами в Україні та за кордоном з метою стабілізації руху людських та фінансових ресурсів;
- розвиток соціального підприємництва (як господарської діяльності, яка сполучає у собі специфічну економічну, соціальну та управлінську ознаку) для вирішення локальних проблем та проєктів.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Розвиток національних ринків медичного туризму, відбувається в умовах глобалізації суспільства. Відповідно, розгляд перспектив розвитку ринку медичного туризму в Україні вимагає комплексного врахування глобальних імперативів в медичній індустрії та туризмі.

Національний ринок медичного туризму в Україні буде існувати перманентно і матиме тенденцію до зростання його ємності, збереження основних сегментів, поширення пропозиції та покращення якості обслуговування, що пояснюється глобальними і національними тенденціями розвитку медицини і туризму у соціумі.

Проте питання спрямованості якості розвитку, щодо позитивного або негативного, прогресивного або регресивного, сталого або турбулентного розвитку ринку медичного туризму буде залежати від сумарного вектору впливу усіх ринкових суб'єктів, які зараз функціонують без єдиної координаційної взаємодії, а також від сприятливих або несприятливих факторів на усіх управлінських рівнях.

Маркетингова діяльність є обов'язковою складовою і вкрай необхідною для усіх суб'єктів, які здійснюють господарську діяльність на ринку медичного туризму. Ефективне управління маркетинговими процесами на ринку медичного туризму в цілому, передбачає оптимізацію системи державного управління (державного менеджменту та маркетингу), галузевих систем кооперації (асоціативних форм взаємодії), корпоративних систем управління бізнесом (з участю власників), корпоративних систем менеджменту (з участю менеджерів), корпоративних систем маркетингу (з участю фахівців у сфері маркетингової діяльності), а також залучення усіх споживачів у напрям позитивного розгортання ринкових процесів, з обов'язковим урахуванням глобальних, національних та локальних факторів суспільного розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.

1. Sardak S. Current trends in global demographic processes / S. Sardak, M. Korneyev, V. Dzhyndzhoian, T. Fedotova, O. Tryfonova // Problems and Perspectives in Management. – 2018. – № 16(1). – P. 48 – 57.
2. Medical Tourism Association. – Access mode : <https://www.medicaltourismassociation.com>. – Title from screen.
3. Naboka Y. Potential of Medical Tourism / Y. Naboka // Imperatives of development of civil society in promoting national competitiveness – 2018: 1st International Scientific and Practical Conference (Batumi, Georgia, National Institute of Economic Research, 13-14 December 2018). – Volume I. – Batumi, Georgia: Publishing House «Kalmosani», 2018, p. 336. – P. 171 – 173.
4. Gill, S. & Sumant, O. Global Medical Tourism Market. Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2018 – 2025. <https://www.alliedmarketresearch.com/medical-tourism-market>.
5. Гончарук І. В. Конкуренція бізнес-платформ на ринках медичних товарів та послуг / І. В. Гончарук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – № 18(1). – С. 108 – 112.
6. Грошев І. В., Краснослободцев А. А. Мировой рынок медицинского туризма / Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – Том 61. – № 10. – С. 87–95.
7. Железцова А. В. Дилеммы экзотического туризма / А. В. Железцова, Д. С. Ромашкина // Научный альманах. Философские науки. – 2018. – № 5-3(43). С. 67 – 70.

8. Михайліченко Г. І. Розвиток туристичного продукту лікувально-оздоровчого та медичного туризму України / Г. І. Михайліченко // Ефективна економіка. – 2020. – № 2. – http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/4.pdf.

9. Островська Б. В. Біоетичні принципи як утвердження в міжнародному праві нового рівня захисту прав людини / Б. В. Островська // Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ. – 2018. – № 2 (16). – С. 38 – 54.

10. Поворозник М. Ю. Міжнародний медичний туризм у формуванні глобального сегменту медичних послуг // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверякова (голов. ред.) та ін. – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 2-3 (63-64). – С. 16–24.

11. Резнікова Н. В. Про співвідношення понять лікувального і оздоровчого туризму в контексті оцінки потенціалу міжнародного ринку медичних послуг / Н. В. Резнікова, О. А. Іващенко, О. І. Войтович // Ефективна економіка. – 2018. – № 2. – www.economy.nayka.com.ua.

12. Сазонець І. Л. Соціальні інститути в трансформації державної системи управління охороною здоров'я : моногр. / І. Л. Сазонець, І. Я. Зима. - Рівне : Волин, обереги, 2018. - 168 с.

13. Сазонець О. М. Іноземний досвід управління медичними закладами в інформаційно-комунікаційному середовищі / О. М. Сазонець, А. М. Алі // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 14. – С. 18 – 22.

14. Янишевська В. Медтуризм в Україні: інновації, експертність і доступність / В. Янишевська // Destinations. – 2020. – № 1. – С. 34 – 37.

15. Медицинский туризм. – <http://www.intmedtourism.com/ru/medical-tourism>.

16. Закон України «Про застосування трансплантації анатомічних матеріалів людині». Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 28, ст.232. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2427-19>. – Назва з екрану.

17. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. допов. та CD) / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ Перун, 2007. – 1736 с.

18. Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 4, ст.19. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12?lang=ru>. – Назва з екрану.

19. Sardak S. Global innovations in tourism / S. Sardak, V. Dzhyndzhoian, A. Samoilenko // Innovative Marketing. – 2016. – № 3. – Р. 45 – 50.

20. Сардак С. Е. Перспективи соціально-економічного розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації / С. Е. Сардак // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 9. – С. 217 – 225.

21. International Association for Medical Assistance to Travellers. – Access mode : <https://www.iamat.org/our-work>. – Title from screen.

22. International Medical Travel Association. – Access mode : www.intlmta.org. – Title from screen.

23. Medical Tourism Association. – Access mode : <https://www.medicaltourismassociation.com>. – Title from screen.

24. European Medical Tourism Alliance. – Access mode : <http://eumta.org/>. – Title from screen.

25. Global Healthcare Travel Council. – Access mode : <https://globalhtc.org/page/our-mission>. – Title from screen.

26. О проекте. – Режим доступа : <http://www.intmedtourism.com/ru/>. – Загл. с экрана.

27. Международная ассоциация врачей медицинского туризма. – Режим доступа : <https://www.medtourdoctors.com/pro-assotsiatsiyu/>. – Загл. с экрана.

28. Ukrainian Association of Medical Tourism. – Access mode : <https://uamt.com.ua/en/>. – Title from screen.

29. Bogodistov Y. Gendering dynamic capabilities in micro firms / Y. Bogodistov, A. Presse, O. P. Krupskyi, S. Sardak // RAE Revista de Administracao de Empresas. – 2017. – 57(3). – Р. 273 – 282.

30. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрану.

REFERENCES.

1. Sardak, S. Korneyev, M. Dzhyndzhoian, V. Fedotova, T. and Tryfonova, O. (2018), "Current trends in global demographic processes", *Problems and Perspectives in Management*, vol. 16(1), pp. 48 – 57.

2. Medical Tourism Association, available at: <https://www.medicaltourismassociation.com>, (Accessed 07 Mar 2020).

3. Naboka, Y. (2018), "Potential of Medical Tourism", Imperatives of development of civil society in promoting national competitiveness – 2018: 1st International Scientific and Practical Conference (Batumi, Georgia, National Institute of Economic Research, 13-14 December 2018). – Volume I. – Batumi, Georgia: Publishing House «Kalmosani», 2018, p. 336. – pp. 171 – 173.

4. Gill, S. & Sumant, O. Global Medical Tourism Market. Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2018 – 2025., available at: <https://www.alliedmarketresearch.com/medical-tourism-market>.

5. Honcharuk, I. V. (2018), "Competition of business platforms in the markets of medical goods and services", *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 18(1), pp. 108 – 112.

6. Groshev, I. V. and Krasnoslobodcev, A. A. (2017), "World Medical Tourism Market", *Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija*, vol. 61, issue 10, pp. 87–95.
7. Zhelezcova, A. V. and Romashkina, D. S. (2018), "Dilemmas of euthanasia tourism", *Nauchnyj al'manah. Filosofskie nauki*, vol. 5-3(43), pp. 67 – 70.
8. Mykhailichenko, H. (2020), "Development of the tourist product of healthcare and medical tourism of Ukraine", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7641> (Accessed 07 Mar 2020). DOI: [10.32702/2307-2105-2020.2.2](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.2.2)
9. Ostrovska, B. V. (2018), "Bioethical Principle of Approving the International Law of the New Rivne to the Protection of Human Rights", *Yurydychnyi chasopys Natsionalnoi akademii vnutrishnikh sprav*, vol. 2 (16), pp. 38 – 54.
10. Povoroznyk, M. Yu. (2017), "International medical tourism in the formulated global segment of medical services", *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen: zb. nauk. prats*, vol. 2-3 (63-64), pp. 16–24.
11. Reznikova, N., Ivashchenko, O. and Voitovych, O. (2018), "The relation between the notions of health care tourism and wellness tourism in the context of assessment of the capacity of the international market of medical services", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6278> (Accessed 07 Mar 2020).
12. Sazonets, I. L. and Zyma, I. Ya. (2018), *Sotsialni instituty v transformatsii derzhavnoi systemy upravlinnia okhoronoju zdorovia* [Social Institution in the Transformation of the Sovereign System and Management of Health Protection], Volyn, oberehy, Rivne, Ukraine, P. 168.
13. Sazonets, O. and Ali, Elshaafi Mohamed (2018), "Foreign experience in the management of medical institutions in the information and communication environment", *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 14, pp. 18–22.
14. Yanyshchevska, V. (2020), "Medtourism in Ukraine: Innovation, Expertise and Accessibility", *Destinations*, vol. 1, pp. 34 – 37.
15. Medytsynskyi turizm, available at: <http://www.intmedtourism.com/ru/medical-tourism> (Accessed 07 Mar 2020).
16. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018), The Law of Ukraine "On the Transplantation of Transplantation of Anatomical Materials", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2427-19> (Accessed 07 Mar 2020).
17. Busel, V. T. (2007), *Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy* [The Great Interpretive Dictionary of Modern Ukrainian], VTF Perun, Irpin, Ukraine, P. 1736.
18. The Verkhovna Rada of Ukraine (1993), The Law of Ukraine " Fundamentals of the legislation of Ukraine on health care", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12?lang=ru> (Accessed 07 Mar 2020).
19. Sardak, S. Dzhyndzhoian, V. and Samoilenko, A. (2016), "Global innovations in tourism", *Innovative Marketing*, vol. 3, pp. 45 – 50.
20. Sardak, S. E. (2011), "Perspectives of socio-economic development of human resources in the conditions of globalization", *Aktualni problemy ekonomiky*, vol. 9, pp. 217 – 225.
21. International Association for Medical Assistance to Travellers, available at: <https://www.iamat.org/our-work> (Accessed 07 Mar 2020).
22. International Medical Travel Association, available at: www.intlmta.org
23. Medical Tourism Association, available at: <https://www.medicaltourismassociation.com> (Accessed 07 Mar 2020).
24. European Medical Tourism Alliance, available at: <http://eumta.org/>
25. Global Healthcare Travel Council, available at: <https://globalhtc.org/page/our-mission> (Accessed 07 Mar 2020).
26. About the project, available at: <http://www.intmedtourism.com/ru/> (Accessed 07 Mar 2020).
27. International Association of Medical Tourism Doctors, available at: <https://www.medtourdoctors.com/pro-assotsiatsiyu/> (Accessed 07 Mar 2020).
28. Ukrainian Association of Medical Tourism, available at: <https://uamt.com.ua/en/> (Accessed 07 Mar 2020).
29. Bogodistov Y. Gendering dynamic capabilities in micro firms / Y. Bogodistov, A. Presse, O. P. Krupskyi, S. Sardak // RAE Revista de Administracao de Empresas. – 2017. – vol. 57(3). – pp. 273 – 282.
30. State Statistics Service of Ukraine, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 07 Mar 2020).

Стаття надійшла до редакції 20.03.2020 р.