

відсутності ресурсів для реалізації широкомасштабних програм необхідною умовою успіху є сконцентрованість на розробці одного-двох проєктів.

Отже, маркетингова діяльність всіх рівнів повинна розглядатись у взаємодії. На макрорівні маркетинг «...орієнтований на підвищення іміджу країни, привабливості для інших країн, їх господарюючих суб'єктів, населення» [2, с. 38]. На мезорівні використання маркетингу спрямоване на формування привабливості території, розробку нових видів туризму та їх просування у зарубіжних країнах. Маркетингова діяльність органів державної влади повинна проводитись у взаємозв'язку з туристичними підприємствами, оскільки без державної підтримки видається неможливим проведення успішних маркетингових кампаній, насамперед, у сфері подієвого маркетингу. Запропонований організаційний механізм формування системи маркетингу міжнародних туристичних послуг є основою ефективного розвитку в'їзного туризму в Україні.

#### **Список використаних джерел**

1. Економічна енциклопедія : у 3-х томах / Редкол. С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія». – 2002 с.
2. Панкрухин А. П. Маркетинг територій / А. П. Панкрухин. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.

## **МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ**

Л. О. Іванова

м. Львів, Львівський державний університет фізичної культури  
імені І. Боберського

О. М. Вовчанська

м. Львів, Львівський торговельно-економічний університет

Останнім часом у світі спостерігається зростання інтересу туристів до медичного туризму. Швидкий темп життя, безліч стресових ситуацій, зростання потоків інформації, несприятлива економічна обстановка в багатьох країнах змушує людей звертатися до цього виду туризму. Медичний туризм вважається подорожжю за межі місця проживання особи з метою отримання медичного лікування, проведення діагностики стану здоров'я або хірургічного чи

консервативного лікування, діагностичного дослідження або терапії; охоплює туристів, які використовують інфраструктуру DESTИНАЦІЇ та туристичні об'єкти. Медичний туризм сьогодні дуже різноспрямований, це – профілактика і оздоровлення (41%), лікування, в тому числі операції. Кожен сегмент обслуговують відповідні спеціалізовані медичні центри. Залежно від видів медичних і оздоровчих послуг та країни, цінова політика у медичному туризмі дуже сильно диференціюється. В середньому вартість медичного туризму вище середньої вартості по галузі в 1,3 рази.

Маркетингові дослідження показують, що медичний туризм продовжує глобалізуватися і стрімко набирати обертів. У провідних країнах світу з високим рівнем медицини прибуток від в'їзного оздоровчого та лікувального туризму вимірюється сотнями мільйонів доларів щорічно і вносить вагомий вклад у поповнення бюджету країни. В останні роки медичний туризм, включаючи як лікування, так і діагностику та реабілітацію, становить близько 2% світового ВВП.

Більше 50 країн в рамках розвитку своїх економік прийняли національні програми з медичного туризму. Такі країни, як Німеччина, Ізраїль, Туреччина, Індія, Сінгапур, Таїланд інвестують мільйони у розвиток медичної інфраструктури, будівництво комфортабельних клінік з кращим устаткуванням та інноваційними технологіями для надання високоякісного лікування.

Маркетингова діяльність на ринку медичного туризму – це великі зусилля для привертання уваги і завоювання довіри споживача, формування оптимального співвідношення ціна/якість, а також, надання додаткових послуг окрім лікування та діагностики, виходячи з рекреаційних обставин.

Кон'юнктура ринку медичного туризму формується під впливом комплексу чинників які мають різний характер, силу і тривалість впливу. Серед основних чинників домінують: нижча вартість лікування та діагностики в іншій країні; сучасніші медичні технології за кордоном; висококваліфікована медична допомога і сервіс; чинник часу (при довгому очікуванні медичного лікування в своїй країні) [1]. Не менш важливими є інші кон'юнктурутворювальні чинники: можливість суміщення лікування з туристичною програмою в іншій країні (чинник доданої вартості); повна анонімність лікування; висока медичних послуг в економічно розвинених країнах.

Згідно з даними експертів Euromonitor International, ринок медичного туризму в 2017 р. очікувано продовжив зростання,

випереджаючи розвиток глобальної економіки, і перевершив рівень в 4 % (порівняно зі світовим ВВП – 3,5 %). Доходи від медичного туризму у 2017 р. перевищили 15 млрд. дол. США, а оздоровчого – 40 млрд. дол. США. За прогнозами того ж Euromonitor International до 2022 року ці цифри збільшаться ще на третину [2].

Згідно з новим звітом Grand View Research, Inc., очікується, що загальний обсяг ринку медичного туризму у 2025 р. складе 131,35 млрд. дол. США і збільшиться на 20,24 %. Зростання геріатричного населення, покращання доступу до якісних і недорогих медичних послуг і процедур посилюють мотивацію медичних туристів у поєднанні з збільшенням державних інвестицій в інфраструктуру охорони здоров'я – найголовніші умови формування такої кон'юнктури ринку [3].

Ринок медичного туризму добре розвинений в таких регіонах як Америка, Європа, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Близький Схід та Африка. Азіатсько-Тихоокеанський регіон домінує на ринку (40 %), завдяки зростаючій інфраструктурі охорони здоров'я, збільшенню державної підтримки та ефективності лікування. Америка займає друге місце на світовому ринку медичного туризму завдяки наявності інноваційних медичних рішень для діагностики і лікування та державної підтримки.

Сьогодні, до десятки країн, що є лідерами за кількістю туристів у медичному сегменті, входять Індія, Угорщина, Мексика, Сінгапур, Таїланд, Барбадос, Бразилія, Ізраїль, Південна Корея, Туреччина. До прикладу, тільки Індія надає медичні послуги іноземним туристам на суму 2,3 млрд. дол. США в рік. Основна причина – у зазначених країнах вартість медичних послуг набагато нижча, ніж в США і провідних країнах Європи. Частка п'яти країн – США, Німеччини, Японії, Франції та Австрії складає 63 % світового ринку медичного туризму [4].

Результати досліджень показують, що перспективність країни для розвитку медичного туризму визначається комплексом чинників: рівнем якості надання медичних послуг, вартістю діагностики та лікування, розвитком транспортної та готельної індустрії, рівнем мовної інтеграції, законодавчою базою та географічним розміщенням країни.

За даними Української асоціації медичного туризму, щорічно лікуватись в Україну приїжджає близько 62 тисяч іноземців, які витрачають тут 125 млн. дол. США. Основними туристами є особи з Молдови, Росії, Білорусії, Німеччини,

Італії, Франції, Великобританії, ОАЕ, країн Середньої Азії та Китаю. Щорічно 57 % пацієнтів-іноземців використовують наші кліткові технології, репродуктологію, кардіохірургію, пластичну хірургію та ортопедію; 25 % – санаторно-курортне лікування, 18 % – отримують послуги стоматологів та офтальмологів. Іноземних пацієнтів в Україні сьогодні обслуговує майже 100 медичних клінік. Основна причина вибору ними України – привабливе співвідношення ціни та якості у порівнянні з європейськими клініками [5]. Найпопулярнішими медичними напрямками для українських туристів в 2017 р. були Туреччина, куди виїжджали для діагностики та лікування онкології, ортопедії та проведення операцій за допомогою робота да Вінчі, Ізраїль (онкологія, ортопедія, трансплантологія), Латвія та Литва (ортопедія, реабілітація, флебологія), Греція (робот да Вінчі, реабілітація), Польща (нейрореабілітація, ортопедія), Індія (онкологія, хіміотерапія, радіотерапія, трансплантація), Білорусь (трансплантація), Таїланд (хірургія та пластична хірургія) [6].

Таким чином медичний туризм успішно поєднує сучасні парадигми охорони здоров'я та туризму. Не маючи можливості вирішити медичну проблему в своїй країні, пацієнт вибирає країну, лікаря і клініку, де йому можуть запропонувати найсучасніше обстеження і лікування. Україна із своїм високим потенціалом медичних, оздоровчих і рекреаційних ресурсів, конкурентних переваг за цінovими параметрами, може стати одним із світових лідерів з медичного в'їзного туризму. Розвиток медичного туризму генерує значний мультиплікативний ефект для економіки та може внести вагомий вклад у поповнення бюджету країни.

#### **Список використаних джерел**

1. Розвиток медичного туризму і лікування за кордоном [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uamt.com.ua/UA/deyatelnost-uk/novini/183-rozvitok-medichnogo-turizmu-i-likuvannya-za-kordonom.html>.
2. Обзор мирового медицинского туризма за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.remedium.ru/news/detail.php?ID=73195>.
3. The global medical tourism market size is expected to reach USD 131.35 billion by 2025 [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-global-medical-tourism-market-size-is-expected-to-reach-usd-131-35-billion-by-2025--300687238.html>.
4. Global Medical Tourism Market Expected to Reach USD 28.0 Billion by 2024: Zion Market Research [Electronic resource]. – Access

mode : <https://globenewswire.com/news-release/2018/06/25/1528923/0/en/Global-Medical-Tourism-Market-Expected-to-Reach-USD-28-0-Billion-by-2024-Zion-Market-Research.html>.

5. Медицинский туризм: перспективные направления развития в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://korrespondent.net/business/3944847-medytynskyi-turyzm-perspektyvnye-napravleniya-razvytyia-v-ukrayne>.

6. Эксперт рассказала о перспективах и реалиях медицинского туризма в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pharma.net.ua/analytic/analysis/18672-ekspert-rasskazala-o-perspektivah-i-realijah-razvitija-medicinskogo-turizma-v-ukraine>.

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ ГОСПОДАРСТВОМ ЯК СКЛАДОВОЮ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ**

С. П. Кожушко

м. Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля

Зарубіжний досвід показує, що успішний розвиток індустрії туризму перш за все залежить від активної участі держави в його функціонуванні. Успішний розвиток туристичної індустрії є нагальною проблемою сучасного етапу становлення готельно-ресторанного господарства як перспективної галузі економіки в Україні. Ефективному вирішенню цієї проблеми сприятиме ознайомлення та аналіз зарубіжних процесів управління туризмом на основі кластерного підходу.

Аналіз кластерних ініціатив, реалізованих за останні десять років у різних країнах, показує, що висока конкурентоспроможність цих країн базується на сильних позиціях окремих кластерів, підсилюють конкурентоспроможність і оптимізують управління національною економікою.

За загальною чисельністю кластерів провідні місця в ЄС займають Німеччина, Італія, Франція, Швеція, Данія, Фінляндія, на які припадає 66,5 % всіх створених у ЄС кластерів.

Кластери стали значним явищем в економічній політиці по всьому світу. Порівняльний аналіз особливостей організації кластерів в різних країнах дозволив виділити декілька найбільш поширених моделей, одна країна не може бути конкурентоздатною у всіх сферах. У розвинених країнах