

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

Владислав ПОЛІЩУК

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В  
РЕГІОНІ

Спеціальність 242 Туризм  
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Туризм  
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:  
**Ігор САЗОНЕЦЬ,**  
доктор економічних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 9 від 14.06.2022р

Завідувач кафедри



(підпис)

Тетяна ТЕСЛЕНКО

(І'мя, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2022

## АНОТАЦІЯ

Поліщук В. Маркетингові стратегії розвитку медичного туризму в регіоні: 80 с., 23 рис., 2 табл., 55 джерел.

Дипломна робота на здобуття рівня вищої освіти «бакалавр з туризму». – Дніпровський гуманітарний університет, Дніпро, 2022.

Досліджено теоретичні основи формування та розвитку медичного туризму, визначено основні тенденції та проблеми розвитку медичного туризму в регіоні, запропоновано напрями вдосконалення системи медичного туризму на засадах ринкового регулювання, в т.ч. на основі напрямів, що запропоновані експертами.

**Ключові слова:** медичний туризм, розвиток, регіон, напрями, вдосконалення, ринок, регулювання, експерти

## ABSTRACT

Polishchuk V. Marketing strategies for the development of medical tourism in the region: 80 pages, 23 figures, 2 tables, 55 sources.

Thesis for obtaining the level of higher education "bachelor in tourism". - Dnipro Humanities University, Dnipro, 2022.

The theoretical foundations of the formation and development of medical tourism have been studied, the main trends and problems of the development of medical tourism in the region have been determined, directions for improving the medical tourism system on the basis of market regulation have been proposed, including based on directions proposed by experts.

**Keywords:** medical tourism, development, region, directions, improvement, market, regulation, experts

## АННОТАЦИЯ

Полищук В. Маркетинговые стратегии развития медицинского туризма в регионе: 80 с., 23 рис., 2 табл., 55 источников.

Дипломная работа на получение уровня высшего образования «бакалавр по туризму». – Днепропетровский гуманитарный университет, Днепр, 2022.

Исследованы теоретические основы формирования и развития медицинского туризма, определены основные тенденции и проблемы развития медицинского туризма в регионе, предложены направления усовершенствования системы медицинского туризма на основе рыночного регулирования, в т.ч. на основе направлений, предложенных экспертами.

**Ключевые слова:** медицинский туризм, развитие, регион, направления, усовершенствование, рынок, регулирование, эксперты

## ЗМІСТ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ.....</b>  | <b>10</b> |
| 1.1. Економічні та інституційні передумови виникнення та розвитку медичного туризму.....                                    | 10        |
| 1.2. Сучасні маркетингові стратегії.....  | 15        |
| 1.3. Маркетингові стратегії в медичному туризмі.....  | 23        |
| Висновки до першого розділу.....  | 31        |
| <b>РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ .....</b>   | <b>33</b> |
| 2.1. Аналіз глобального контексту медичного туризму.....  | 33        |
| 2.2. Процес старіння населення та можливості розвитку медичного туризму в Україні.....                                      | 40        |
| 2.3. Визначення основних проблем розвитку медичного туризму в Дніпропетровській області на основі опитування експертів..... | 46        |
| Висновки до другого розділу.....  | 52        |
| <b>РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ РИНКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ.....</b>                              | <b>55</b> |
| 3.1. Напрями вдосконалення системи державного регулювання ринку медичного туризму в Дніпропетровській області.....          | 55        |
| 3.1. Напрями вдосконалення системи державного регулювання ринку медичного туризму.....                                      | 63        |
| 3.3. Формування споживчого попиту на ринку медичного туризму в Україні.....   | 67        |
| Висновки до третього розділу.....   | 74        |
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>  | <b>76</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>  | <b>81</b> |

## ВСТУП

Світовий ринок медичного туризму, пройшовши певні стадії еволюційного розвитку відповідно до загальних тенденцій та змін світової економічної системи та адаптуючись до нових умов світового господарства, суттєво трансформувався не лише з точки зору кількості учасників (від обмеженої кількості розвинутих країн, які могли запропонувати унікальні медичні технології та послуги висококваліфікованих медичних працівників до значної кількості учасників з різних країн світу, які активно використовують наявні конкурентні переваги з метою досягнення стабільного рівня попиту на послуги медичного туризму), а також у контексті якості пропонованих медичних та туристичних послуг, рівню інноваційних технологій у процесі організації технологічного процесу надання комплексної послуги тощо. Як підтвердження вищесказаному можуть бути статистичні дані, що відображають динаміку розвитку світового ринку медичного туризму.

Наукові та прикладні аспекти вдосконалення системи стратегічного менеджменту туристичною діяльністю досліджували такі науковці як: Гринько Т.В., Джинджоян В.В., Жиленко К.М., Лисенко О.В., Сазонець І.Л., Сазонець О.М., Сардак С.Е., Стоян К.М., Тесленко Т.В., Торянник В.М. та ін.

Медичний туризм - це переміщення пацієнтів в глобальній мережі медичних послуг. Медичні туристи шукають доступну медичну допомогу в своєчасно в різних країнах призначення. Розширення глобального ринку медичних послуг викликало величезне економічне зростання в розвитку країн і створило новий ринок реклами доступу до медичної допомоги. Однак, в той же час, новий унікальний неапробований ринок послуг медичного туризму зумовлює наявність великої відповідальності з метою усунення зловживань і етичних проблем. Вибухове зростання обсягів офшорних «міні-хірургічних» відпусток, безумовно, сприятиме глобальному об'єднанню та покращення доступу, якості та доступності медичної допомоги.

Активне приєднання України до ряду країн з розвинутим медичним туризмом, вимагає реалізації різноманітних дій органів державної влади, що мають бути спрямовані не тільки на підвищення стандартів медичних послуг, що надаються населенню, а й на підписання міжнародних угод, членства в міжнародних організаціях тощо. Значною мірою це зумовлено особливостями ринку медичного туризму в Україні.

**Метою роботи** є дослідження проблем та тенденцій формування маркетингові стратегії розвитку медичного туризму в регіоні.

Відповідно до заявленої мети дослідження визначено наступні **завдання роботи**:

- визначення економічних та інституційних передумов виникнення та розвитку медичного туризму;
- теоретичне дослідження сучасних маркетингових стратегій;
- систематизація маркетингових стратегій в медичному туризмі;
- аналіз глобального контексту розвитку та функціонування медичного туризму;
- дослідження процесу старіння населення та необхідності розвитку медичного туризму в Україні;
- визначення основних проблем розвитку медичного туризму в Дніпропетровській області на основі опитування експертів;
- розробка напрямів вдосконалення системи державного регулювання ринку медичного туризму в Дніпропетровській області;
- розробка напрямів вдосконалення системи державного регулювання ринку медичного туризму;
- виявлення тенденцій формування споживчого попиту на ринку медичного туризму в Україні.

**Об'єктом дослідження** є функціонування та вдосконалення системи стратегічного маркетингу як основи розвитку медичного туризму на національному та регіональному рівні.

*Предмет дослідження* – механізми вдосконалення маркетингової стратегії розвитку медичного туризму в регіоні.

*Методологічну базу роботи* складають наукові праці та практичні розробки провідних вітчизняних та закордонних вчених та експертів у сфері світової економіки та туризму, а саме таких як: Гринько Т.В., Джинджоян В.В., Жиленко К.М., Лисенко О.В., Сазонець І.Л., Сазонець О.М., Сардак С.Е., Стоян К.М., Тесленко Т.В., Торятник В.М. та інших.

*Інформаційна база дослідження* містить статистичну звітність органів державного управління та місцевого самоврядування, наукові праці вчених, що працюють над проблемами стратегічного маркетингу, національні та міжнародні нормативно-правові документи, монографій, навчальних посібників, підручників, наукових статей, що присвячені загальним проблемам розвитку туристичної діяльності, менеджменту туристичних компаній, аналізу досвіду туристичної діяльності в країнах Європи, запровадження маркетингових підходів в управлінні туристичною галуззю в цілому та медичним туризмом зокрема.

*Методами дослідження* є: структурно-функціональний (систематизація маркетингових стратегій, визначення економічних та інституційних передумов розвитку медичного туризму, структура ринку медичного туризму), еволюційний (аналіз глобального контексту розвитку та функціонування медичного туризму, дослідження процесу старіння населення та необхідності розвитку медичного туризму в Україні), індукції та дедукції (розробка напрямів вдосконалення системи державного регулювання ринку медичного туризму, виявлення тенденцій формування споживчого попиту на ринку медичного туризму в Україні), статистичного аналізу (визначення основних проблем розвитку медичного туризму в Дніпропетровській області на основі опитування експертів, розробка напрямів вдосконалення системи державного регулювання ринку медичного туризму в Дніпропетровській області) та інші.

*Наукова новизна роботи* полягає в систематизації та узагальненні теоретичних підходів до вдосконалення системи стратегічного маркетингу в управлінні процесом розвитку медичного туризму на національному та регіональному рівні.

*Практична значущість* дипломної роботи міститься у можливості впровадження її результатів у практику діяльності туристичних компаній, органів державного управління, місцевого самоврядування. Матеріали роботи можна також застосовувати в процесі підготовки та викладання академічних дисциплін, таких як: «Міжнародний маркетинг», «Управління діяльністю санаторно-курортних підприємств».

Дипломна робота бакалавра складається з: вступу, 3 розділів (теоретичні основи формування та розвитку медичного туризму, основні тенденції та проблеми розвитку медичного туризму, вдосконалення системи медичного туризму на засадах ринкового регулювання), висновків до кожного розділу, висновків та переліку використаних джерел.

## ВИСНОВКИ

1. Сучасні технології дозволяють потенційним медичним туристам інвестувати та організовувати медичне обслуговування в будь-якій точці світу зі свого домашнього комп'ютера безпосередньо або за рекомендацією та допомогою агентства медичного туризму. Для пацієнтів із країн, де державна система охорони здоров'я контролює доступ до медичних послуг, головною причиною вибору офшорної медичної допомоги є обхід затримок, пов'язаних із довгими списками очікування. Національні програми охорони здоров'я зазвичай не оплачують косметичну хірургію та подібні послуги. Саме тому, пацієнти з Канади та Великобританії (країни де домінує державна система контролю медичних послуг), які бажають отримати медичні процедури, займаються медичним туризмом з тих же економічних причин, що й пацієнти зі Сполучених Штатів. Для пацієнтів із високоіндустріальних країн головною причиною отримання медичних послуг у менш розвинених країнах є привабливо низька вартість. Інша група осіб, яка займається медичним туризмом, — це люди, які шукають косметичну хірургію, реконструкцію зубів, лікування безпліддя, процедури зміни статі та інші види лікування, які не покриваються медичним страхуванням.

2. Крім класичних маркетингових стратегій велике значення маркетингове планування. Маркетингове планування складається з наступних елементів: маркетингова місія, SWOT-аналіз, формулювання мети, формулювання стратегії, формулювання програми, реалізація, зворотній зв'язок і контроль. Особливе місце в сучасному маркетингу займає маркетинг-мікс. Маркетинг-мікс — це комплекс маркетингу - це набір маркетингових інструментів, які фірма використовує для здійснення свого маркетингу на цільовому ринку. Поділ безлічі маркетингових змінних або суміші на чотири різні категорії значно полегшують формулювання маркетингової стратегії. Цими категоріями є продукт, місце, ціна та просування. Клієнт не є частиною, а скоріше є метою комплексу маркетингу



3. До маркетингових стратегій медичного туризму необхідно віднести:

- забезпечення світового рівня якості медичних послуг;
- постійна робота з акредитаційними установи в сфері медичного туризму;
- визначення конкурентоспроможної ціни лікування в цілому та окремих процедур;
- прозорість процедур оголошення вартості медичних послуг;
- наявність програм реабілітації та психологічної релаксації в період лікування та після отримання лікування;
- необхідність державної підтримки сфери медичного туризму;
- здійснення зв'язків з пацієнтами безпосередньо або через медичних туристичних агентів.

4. Світовий ринок медичного туризму, пройшовши певні стадії еволюційного розвитку відповідно до загальних тенденцій та змін світової економічної системи та адаптуючись до нових умов світового господарства, суттєво трансформувався не лише з точки зору кількості учасників (від обмеженої кількості розвинутих країн, які могли запропонувати унікальні медичні технології та послуги висококваліфікованих медичних працівників до значної кількості учасників з різних країн світу, які активно використовують наявні конкурентні переваги з метою досягнення стабільного рівня попиту на послуги медичного туризму), а також у контексті якості пропонованих медичних та туристичних послуг, рівню інноваційних технологій у процесі організації технологічного процесу надання комплексної послуги тощо. Як підтвердження вищесказаному можуть бути статистичні дані, що відображають динаміку розвитку світового ринку медичного туризму.

5. В Україні відбувається процес старіння населення. В Україні зменшується чисельність постійного населення. Цей процес відбувається багато в чому за рахунок виїзду за кордон на заробітки людей працездатного віку. Пенсіонери та літні люди залишаються в країні. Таким людям необхідне періодичне лікування та перебування в санаторіях, домах відпочинку, що є об'єктивною підставою для розвитку медичного туризму.

6. Серед актуальних проблем розвитку медичного туризму в регіоні як складової системи профілактики та реабілітації респонденти визначили наступні: створення ще однієї ланки системи профілактики та реабілітації, стимулювання медичних туристів до проходження вакцинації до дотримання санітарних та карантинних норм під час подорожей, вирішення проблем з наданням профілактичних та реабілітаційних процедур високої якості. Роль медичного туризму у вирішенні проблеми доступності медичних послуг може визначатися наступними чинниками: медичний туризм робить вакцинації та щеплення більш доступними крім того, медичний туризм дозволяє мати доступ до ліків, які відсутні, або є дуже дефіцитними на території України та дозволяє проводити не тільки хірургічні втручання, але й забезпечувати якісний реабілітаційний період.

Значення медичного туризму у досягненні вітчизняними лікувальними установами світового рівня надання медичних послуг базується на: поширенні практики запровадження страхової медицини, як форми доступності медичних послуг для всіх верств населення, забезпеченні лікувальних закладів необхідними ліками, як за рахунок страхової медицини, так і за рахунок держави, запровадження телемедицини з метою отримання оперативної та консультативної медичної допомоги з різних медичних установ.

Вирішення проблем забезпечення пацієнтів необхідними ліками обладнанням, виробами медичного призначення в процесі розвитку медичного туризму забезпечується можливістю вибору медичного лікувального закладу, який має все необхідне обладнання, можливістю заключення довгострокових контрактів на лікування хворого який потребує постійного медичного нагляду з медичними закладами, які спеціалізуються на відповідному лікуванні, наявність в медичних закладах виробів медичного призначення, що необхідні для профілактики та реабілітації.

7. Державне регулювання ринкових відносин в сфері туристичної діяльності, державна підтримка та інвестиції в туристичну сферу є вагомим чинником вдосконалення підприємств медичного туризму та системи

медичного туризму в цілому. До напрямів створення дієвих механізмів державного управління медичним туризмом в ринковому середовищі експерти Дніпропетровської об віднесли такі як: запровадження іноземного досвіду регулювання ринкових механізмів медичного туризму, постійний моніторинг на основі аналізу ринкового стану медичного туризму та державну підтримку закладів медичного туризму з боку держави, світових та національних інституцій.

Серед основних проблем, які перешкоджають запровадженню ефективних ринкових механізмів розвитку медичного туризму в Україні, експерти виокремили такі як форс-мажорні обставини, що пов'язані з початком бойових дій в країні, неузгодженість ринкових механізмів на національному та регіональному та локальному рівнях та недостатній вплив міжнародних організацій на формування ринкового середовища в умовах корупційних ризиків.

До головних напрямів вдосконалення механізму управління медичним туризмом в Україні на основі розширення співпраці органів державної влади та міжнародних організацій експерти визначили такі як необхідність державної підтримки започаткування санаторно-курортними підприємствами програм реабілітації після хвороби COVID – 19 на основі рекомендацій ВООЗ та розвиток медичного туризму для учасників військових дій в спеціалізованих госпіталях та санаторно-курортних підприємствах.

Серед перспективних напрямів співпраці медичних установ, санаторно-курортних закладів, рекреаційних закладів України з іноземними туристичними компаніями» респонденти визначили як основні важливі формування державно-інституційної системи залучення іноземних туристичних операторів в Україну, розвиток державно-приватного партнерства в сфері міжнародної діяльності підприємств медичного туризму, формування інституційних передумов активного функціонування приватного капіталу в розвитку медичного туризму на основі створення спільних підприємств та використання можливостей іноземних партнерів у

забезпеченні вітчизняних підприємств сучасним обладнанням, технологіями та ефективними ліками.

8. Формування ефективного ринкового середовища та діяльність в ньому підприємств медичного туризму на основі використання ефективних маркетингових стратегій можливо за умови врахування таких факторів як запровадження світових стандартів використання інструментів маркетингу в ринковому середовищі медичного туризму, застосування сучасних інструментів маркетингу в конкурентному середовищі на регіональному рівні та запровадження маркетингових підходів до управління медичним туризмом в органах державного управління.

9. Чинники, що впливають на споживчий попит в сфері медичного туризму наступні: політична та економічна стабільність держави, кліматичні умови, демографічний чинник, психологічний чинник, споживчі смаки туристів, кількість туристів, ціна на медико-туристичні послуги. Новий унікальний неапробований ринок послуг медичного туризму зумовлює наявність великої відповідальності з метою усунення зловживань і етичних проблем. Вибухове зростання обсягів офшорних «міні-хірургічних» відпусток, безумовно, сприятиме глобальному об'єднанню та покращення доступу, якості та доступності медичної допомоги. Склалися відповідні спеціалізації окремих країн за напрямками надання послуг медичного туризму.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антєвікова медицина може стати для українців реальністю. Національна Академія Медичних Наук України. URL: <http://amnu.gov.ua/antyyikova-medyczyna-mozhe-staty-dlya-ukrayincziv-realnistyuu/>. (Дата звернення 20.05.2022 р.).
2. Власенко І. В. Інновації в туризмі. Опорний конспект лекцій. Вінниця. 2017. 108с. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26126.pdf> (дата звернення: 10.04.2022).
3. Всесвітня туристична організація: веб-сайт. URL:<http://www2.unwto.org> (дата звернення: 10.04.2022).
4. Гуржій Н. М., Третинко А. В. Сталий розвиток економіки. 2013. №3. С.221-224. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gurzhiy.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/gurzhiy.htm) (дата звернення: 10.04.2022).
5. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шев'ченка. Економіка. 2015. № 7 (172). С. 65-69. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/davydova7.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/davydova7.htm) (дата звернення: 10.04.2022).
6. Джинджоян В. В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с. (17,42 д. а.).
7. Джинджоян В. В. Визначення пріоритетів соціальної діяльності туристичних підприємств та їх розвитку. Теорія та практика управління суб'єктами підприємництва : монографія / за ред. Т. В. Гринько. Дніпро, 2020. С. 282–302.
8. Джинджоян В. В. Продвижение турпродукта современными инструментами туристического маркетинга. Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи : монографія / за ред. Т. В. Гринько. Дніпро, 2016. С. 292–301.

9. Джинджоян В.В. Міжнародний туризм: сучасні виклики на хвилі всесвітньої пандемії COVID-19. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції *«Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах»*. Дніпро, 16 квітня 2021. С. 474 – 476.

10. Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства. Рівне. Волин. обереги, 2021, 208 с.

11. Джинджоян В.В., Шарутенко К.С. Фактори впливу на розвиток міжнародного туризму у Європі. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції *«Теоретико-прикладні аспекти розвитку індустрії гостинності, туризму, виробництва в умовах міжнародної економічної інтеграції»*. Дніпро, 25 травня 2021. С. 179 – 182.

12. Джинджоян В.В., Шарутенко К.С. Розвиток міжнародного туризму у європейському туристичному регіоні. *Ефективна економіка*. [Електронний ресурс]. 2021. № 7. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7\\_2021/6.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7_2021/6.pdf) (Дата звернення: 12.06.2022 р.).

13. Джинджоян В.В., Шарутенко К.С. Сучасний стан розвитку інновацій у світі. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції *«Сучасні технології менеджменту»*. Луцьк, 23 листопада 2021. С. 178-181.

14. Джинджоян В. В. Застосування елементів проектного маркетингового менеджменту для управління збутом туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6303> (дата звернення 10.02.2020).

15. Джинджоян В. В. Виконання соціальних функцій туристичними підприємствами. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 40, березень. С. 221–230.

16. Джинджоян В. В., Набока Ю. В. Реалізація соціальних складових діяльності туристичних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 41, квітень. С. 225–236.
17. Джинджоян В. В., Волок В. В. Влияние уровня использования IT на развитие туризма и гостеприимства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 1 (18). С. 324–329.
18. Джинджоян В. В. Дослідження соціальних процесів в умовах складного методологічного плюралізму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 19. С. 18–22.
19. Джинджоян В. В., Торяник В.М., Приз О. В. Інноваційно-інвестиційні тренди у міжнародному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 22. С. 5–9.
20. Джинджоян В. В. Діяльність туристичних підприємств та класифікація туристичних програм. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 24. С. 49–53.
21. Джинджоян В. В. Місце підприємницької та корпоративної діяльності в реалізації сучасної соціальної парадигми. *Економіка та держава*. 2019. № 11. С. 30–33.
22. Джинджоян В. В. Стратегічне управління підприємством на основі використання інформаційного потенціалу. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. пр.* Рівне : НУВГП, 2019. Вип. 2 (86). С. 141–150.
23. Джинджоян В. В. Внутрішньокорпоративні соціальні програми туристичних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 1. С. 39–43.
24. Джинджоян В. В. Реалізація туристичних програм у сфері освіти, медицини, природоохорони. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 50–53.
25. Джинджоян В. В. Світовий досвід встановлення соціальних зв'язків шляхом розвитку діяльності туристичних підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 44–47.

26. Джинджоян В. В. Вплив внутрішніх соціальних програм туристичних підприємств на показники їх діяльності. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. пр. Рівне : НУВГП, 2020. Вип. 2 (90). С. 225–230.*

27. Доценко М.С. Інновації в туризмі України. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». Ч. II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. 145 с. С. 31-34. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/docenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/docenko.htm) (дата звернення: 10.04.2022).

28. Жукович І. А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Наука та наукознавство. 2017. № 2 (95). С. 69-81.* URL: [https://sofs.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/NNZ\\_2017\\_2\\_6.pdf](https://sofs.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/NNZ_2017_2_6.pdf) (дата звернення: 10.04.2022).

29. Зануда А. Коронавірус: скільки втрачає туризм. *BBC News Україна*, 16 березня 2020. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (дата звернення: 10.04.2022).

30. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними destinations : підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

31. Коронавірус завдасть світовому туризму \$2,1 трлн збитків – дослідження. *Журнал «Бізнес»*, 31 березня 2020. URL: <https://business.ua/news/9513-koronavirus-zavdast-svitovomuturizmu-2-1-trln-zbitkiv-doslidzhennya> (дата звернення: 10.04.2022).

32. Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Менеджмент інновацій. 2015. Вип. 4. Т. 22. С. 64-71.* URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/krupskij.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/krupskij.htm) (дата звернення: 10.04.2022).

33. Ліпілька М. В., Олійник О. В., Давидюк Ю. В. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку. Міжнародна науково-практична конференція з проблем вищої освіти і науки «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу». 2021. С. 408-411. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/408.pdf> (дата звернення: 10.04.2022).



34. Мальська М. П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. К. : Центр учбов. літ., 2012. 368 с.

35. Мельниченко С.В. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : матеріали доп. Міжнар. наук.- практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.). К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 418 с.

36. Пестушко В.Ю. Туристичний ринок України як індикатор суспільних процесів. URL: <http://er.nau.edu.ua:8080/bitstream/NAU/19654/1/> (дата звернення: 10.04.2022).

37. Регула А. Інновації в туризмі: екологічний туризм. Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». Кам'янець-Подільський. 2016. 230 с. С. 148-150. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/regula.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/regula.htm) (дата звернення: 10.04.2022).

38. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 8. С. 5-9. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/8\\_2018/3.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2018/3.pdf) (дата звернення: 10.04.2022).

39. Романова А. Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її. Дивись.info. 14 травня 2020. URL: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yakpandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyula-yiyi/> (дата звернення: 10.04.2022).

40. Сазонець О.М., Сазонець І.Л. Міжнародний бізнес і логістика. Понятійно-термінологічний словник. Київ, Центр учбової літератури, 2021, 288 с.

41. Сазонець І. Л. Оціночні параметри якості рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 15–18.

42. Сазонець І. Л. Концептуальні основи державного регулювання розвитку рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 6. С. 5–8.

43. Сазонець І. Л., Саленко А. С. Пріоритетність змін індивідуального характеру трансформації праці в постіндустріальному суспільстві. *Економіка та держава*. 2021. № 5. С. 28–32.

44. Сазонець І. Л., Саленко А. С. Інституційні основи державної підтримки лібералізації підприємницької діяльності. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 23–26.

45. Сазонець І. Л. Інноваційні методи управління діяльністю підприємств в умовах інформаційної економіки. *Економіка та держава*. 2018. № 5. С. 10–13.

46. Сазонець І. Л., Джинджоян В. В. Науково-методичні підходи до визначення функцій туристичних підприємств та напрямів реалізації їх соціальної складової. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7372> (дата звернення: 05.02.2022).

47. Сазонець І.Л., Саленко А.С. Сутність та трансформація основних форм підприємницької діяльності. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. Рівне, 2018. № 3(83). С. 197 – 205.

48. Сазонець І. Л., Джинджоян В.В. Економічна антропологія в системі методологій дослідження соціальних процесів. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2019. Вип. 3(87). С. 83-102.

49. Сазонець І. Л., Джинджоян В.В. Визначення основних форм соціальної взаємодії підприємницьких структур із інституційним середовищем та громадянським суспільством. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2019. Вип. 4(88).

50. Сазонець І.Л., Джинджоян В.В. Соціальний потенціал та перспективи функціонування санаторно-курортних підприємств. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2020. Вип. 1(89). С. 295-306.

51. Сазонец И.Л., Джинджоян В.В. Приоритеты развития туристических компаний и их социальной деятельности. *Středoevropský věstník provědu a výzkum*. 2020. № 1(62). С. 64-72.

52. Тонкошкур М. В. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародний туризм» (для студентів 5 курсу денної та 6 курсу заочної форм навчання освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст спеціальності 7.14010301 «Туризмознавство (за видами)» та освітньо-кваліфікаційного рівня магістр спеціальності 8.14010301 «Туризмознавство (за видами)»). Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Х.: ХНУМГ, 2013. 126 с.

53. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. 448 с

54. Шевченко А.В., Сава Є.В. Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2018. ВИПУСК № 5(67). с. 45-50.

55. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. 2015. *Ефективна економіка* № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4659> (дата звернення: 10.04.2022).

Ім'я користувача:  
Федосова Юлія

ID перевірки:  
1011663540

Дата перевірки:  
05.07.2022 00:34:10 EEST

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:  
05.07.2022 00:35:27 EEST

ID користувача:  
100005559

Назва документа: **Дипломна\_робота\_Поліщук**

Кількість сторінок: 83 Кількість слів: 15293 Кількість символів: 121096 Розмір файлу: 2.69 MB ID файлу: 101153003

Виглядає як чужої роботи / Може бути викрадено / Підозріле форматування

## 5.49%

### Схожість

Найбільша схожість: 1.9% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1011505144)

**Схожість з джерелом з Бібліотеки** ..... Сторінка 85

**Схожість з джерелом з Бібліотеки** ..... Сторінка 85

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0%

### Вилучень

Немає вилучених джерел

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Змінені символи: 7

Підозріле форматування: 14 сторінок