

СТОМАТОЛОГІЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ОСОБЛИВОСТІ ПОПИТУ НА ПОСЛУГИ В СЕГМЕНТІ ДЕНТАЛЬНОЇ ІМПЛАНТАЦІЇ *

© 2017 СЛІПЧЕНКО Т. О.

УДК 339.133.2:339.13.017

Сліпченко Т. О. Стоматологічний ринок України: особливості попиту на послуги в сегменті дентальної імплантації

Метою статті є аналіз ринку стоматологічних послуг в Україні, зокрема сегмента імплантології, вивчення факторів попиту на дані послуги та розробка системи заходів щодо управління попитом на послуги дентальної імплантації. Доведено, що ринок стоматологічних послуг за комплексом ознак більш відповідає типу ринку монополістичної конкуренції. Одним із перспективних шляхів розвитку стоматологічного ринку є трансформація продуцентів стоматологічних послуг у вертикально інтегровані холдинги. Як одну зі специфічних рис ринку стоматологічних послуг виокремлено асиметричність інформації, що породжує конфлікт медичних та економічних інтересів лікарів-стоматологів. Визначено цінові та нецінові фактори попиту на стоматологічні послуги, зокрема на дентальну імплантацію, проаналізовано структуру собівартості стоматологічної послуги. Визначено характерні ознаки медичної послуги, згідно з якими це послідовно визначені дії або комплекс дій медичних працівників, спрямованих на профілактику, діагностику, лікування захворювання та реабілітацію, які мають самостійне закінчене значення і певну ціну.

Ключові слова: стоматологічний ринок, фактори попиту, сегмент дентальної імплантації, стоматологічна послуга.

Табл.: 1. **Бібл.:** 9.

Сліпченко Тетяна Олександрівна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економічної теорії, Тернопільський національний економічний університет (вул. Львівська, 11, Тернопіль, 46020, Україна)

E-mail: tetyana@dentaldepo.com

УДК 339.133.2:339.13.017

Сліпченко Т. А. Стоматологический рынок Украины: особенности спроса на услуги в сегменте дентальной имплантации

Целью статьи является анализ рынка стоматологических услуг в Украине в сегменте имплантологии, изучение факторов спроса на данные услуги и разработка системы мер по управлению спросом на услуги дентальной имплантации. Доказано, что рынок стоматологических услуг по комплексу признаков более соответствует типу рынка монополистической конкуренции. Одним из перспективных путей развития стоматологического рынка является трансформация продуцентов стоматологических услуг в вертикально интегрированные холдинги. В качестве одной из специфических черт рынка стоматологических услуг выделена асимметричность информации, которая приводит к конфликту медицинских и экономических интересов врачей-стоматологов. Определены ценовые и неценовые факторы спроса на стоматологические услуги дентальной имплантации, проанализирована структура себестоимости стоматологической услуги. Определены характерные признаки медицинской услуги, согласно которым это последовательно определенные действия или комплекс действий медицинских работников, направленных на профилактику, диагностику, лечение заболевания и реабилитации, которые имеют самостоятельное законченное значение и определенную цену.

Ключевые слова: стоматологический рынок, факторы спроса, сегмент дентальной имплантации стоматологического рынка, стоматологическая услуга.

Табл.: 1. **Библ.:** 9.

Сліпченко Тетяна Олександрівна – кандидат економічних наук, старший преподаватель кафедры экономической теории, Тернопольский национальный экономический университет (ул. Львовская, 11, Тернополь, 46020, Украина)

E-mail: tetyana@dentaldepo.com

UDC 339.133.2:339.13.017

Slipchenko T. O. The Ukrainian Dental Market: Characteristics of Demand for Services in the Segment of Dental Implantation

The article is aimed at analyzing the market for dental services in Ukraine in the implantology segment, studying the demand factors for these services and developing a system of measures to manage the demand for dental implantation services. It has been proven that the market for dental services according to a complex of its attributes is more in line with the type of market of monopolistic competition. One of the promising ways of developing the dental market is to transform producers of dental services into the vertically integrated holdings. As one of the specific features of the dental services market is allocated the asymmetry of information, which leads to a conflict between the medical and economic interests of dentists. The price and non-price factors of demand for dental implantation services were determined, the prime cost structure of a dental service was analyzed. The characteristic attributes of a medical service have been defined as consistently defined actions or a complex of actions by medical personnel aimed at prevention, diagnosis, treatment, and rehabilitation, which have a self-contained complete meaning and a certain price.

Keywords: dental market, demand factors, segment of dental implantation of the dental market, dental service.

Tbl.: 1. **Bibl.:** 9.

Slipchenko Tetiana O. – PhD (Economics), Senior Lecturer of the Department of Economic Theory, Ternopil National Economic University (11 Lvivska Str, Ternopil, 46020, Ukraine)

E-mail: tetyana@dentaldepo.com

З а сучасних умов особливої актуальності набуває розвиток вузькоспеціалізованих ринків виробничих ресурсів. Одним із них є ринок стоматологічних матеріалів, обладнання та інструментів, що забезпечує необхідними ресурсами вітчизняну стоматологічну галузь. На ньому, в умовах конкуренції, працюють виробники та імпортери стоматологічного устаткування, матеріалів, інструментів; споживачами є стоматологічні

заклади різної форми власності та лікарі-стоматологи, зареєстровані як ФОП і легалізовані шляхом отримання ліцензії на медичну практику. З розвитком цього ринку підвищується якість надання населенню України стоматологічних послуг і, як наслідок, – покращується забезпечення здоров'я нації. Варто зазначити, що вітчизняна стоматологічна галузь є імпортозалежною, оскільки більшість матеріалів та обладнання (близько 85%) імпортується на територію України з різних країн світу.

Стоматологічна галузь є найбільш ринковоорієнтованим сектором надання медичних послуг населенню, яка динамічно розвивається, пропонуючи на ринку про-

* Роботу виконано в межах госпдогвірної теми: «Цінові та нецінові фактори попиту в сегменті імплантології стоматологічного ринку», № державної реєстрації 0115U004822.

гресивні медичні технології та препарати, апробовані світовою медичною спільнотою. Найбільш ефективно у структурі стоматологічної галузі розвивається імплантологічний сегмент ринку, що зумовлено високою результативністю та ефективністю наукових медичних досліджень у даній сфері. Проведення дослідження щодо визначення цінових і нецінових факторів попиту в сегменті імплантології стоматологічного ринку дозволить більш ефективно впроваджувати на вітчизняному ринку новітні медичні технології, підвищити якість стоматологічних послуг для населення.

Проблемам розвитку вітчизняного стоматологічного ринку в умовах євроінтеграційних процесів значну увагу приділяють науковці: Ляхова Н., Чорноротов О., Савчук О., Удовиченко Н. та ін. Фахівці Зацна А., Івашків Т., Смотров О. вивчають проблеми розвитку медичних установ і маркетингу медичних послуг в умовах реформування сфери охорони здоров'я. При аналізі структури стоматологічного ринку актуальним залишається дослідження сегмента імплантації в стоматології та факторів, що визначають його ефективність. Розробку даного напрямку представляють: Заблоський Я. [1], Угрин М., Неспрядько В. та ін.

Метою статті є аналіз ринку стоматологічних послуг в Україні, зокрема в розрізі імплантології, вивчення факторів попиту на дані послуги та розробка системи заходів щодо управління попитом на послуги стоматологічної імплантології.

Значна інтенсивність ураження дорослого та дитячого населення стоматологічними захворюваннями обумовлює актуальність і значущість проблеми збереження та зміцнення його стоматологічного здоров'я. Збереження і стає підтримання стоматологічного здоров'я є не тільки медичною, а й важливою соціальною проблемою України. Одним з основних показників, що відображає рівень розвитку країни, є забезпечення населення лікарями – кількість лікарів на 10 тис. населення. За даними ВООЗ, кількість лікарів на 10 000 населення в середньому в Європі складає 36,0, у країнах Східної Європи – 33,2. В Україні показник забезпеченості лікарями, які безпосередньо займаються лікуванням хворих, становить 26,5 на 10 тис. населення. Кількість лікарів-стоматологів у 2015 р. у закладах системи МОЗ України становила 22 223 фізичних осіб, забезпеченість ними у 2015 р. склала 4,9 на 10 тис. населення; у 2014 р. – 4,8 [8, с. 15].

Варто зазначити, що держава на початку ринкових реформ різко скоротила фінансування, що поставило сектор вітчизняної стоматології на межу виживання, а щоб покрити дефіцит фінансування, дозволила державним стоматологічним поліклінікам надавати платні послуги. Така суперечлива ситуація обумовила втрату інтересу до даного сектора для усіх учасників ринку:

- ✦ для держави, тому що вона змушена, як і раніше, нести значні витрати на їх утримання;
- ✦ для пацієнтів, оскільки ті не можуть швидко отримати безоплатні та якісні послуги;
- ✦ для інвесторів, адже ті не зацікавлені вкладати гроші у свідомо неефективну структуру з незрозумілим статусом;

- ✦ для лікарів, оскільки рівень оплати праці в державному секторі не сприяє утриманню в ньому висококваліфікованих фахівців.

Слід відмітити, що у більшості державних стоматологічних установ відсутні кошти для закупівлі за державний рахунок сучасних матеріалів і обладнання, бо вони лише на 25–30% забезпечуються бюджетним фінансуванням. Це підтверджується загальною тенденцією в галузі. Так, частка витрат на охорону здоров'я в структурі Державного бюджету України зменшується з року в рік – з 12,2 % у 2013 р. до 7,1% у 2016 р. У міжнародному порівнянні частку державних витрат на охорону здоров'я в Україні можна розглядати як нижчу за середню серед країн Євросоюзу [5, с. 101].

На наш погляд, ряд дослідників стоматологічного ринку роблять помилкове узагальнення про те, що стоматологічний ринок України розвивається за траєкторією ринку досконалої конкуренції. Хоча очевидно, що такий ринок за комплексом ознак більш відповідає типу ринку монополістичної конкуренції. Загалом на ринку стоматологічних послуг надається велика різноманітність їх видів і підвидів (майже 400). Частина з них є повними чи неповними субститутами. В Україні в останні роки з'явилися приклади створення вертикально інтегрованих холдингів, які займаються продажем стоматологічних матеріалів і обладнання, наданням стоматологічних послуг і виробництвом стоматологічної ортопедичної продукції.

Складність аналізу стоматологічного ринку України полягає в наявності певних проблем:

- ✦ відсутність офіційних даних про обсяги стоматологічних послуг;
- ✦ неповне охоплення статистикою даних про виробництво стоматологічних послуг;
- ✦ більшість виробників на ринку стоматологічних послуг складають фізичні особи – підприємці, які не зобов'язані публічно розміщувати дані про свої комерційні результати; значна частина виробництва в стоматології (за нашою оцінкою, не менше 50%) знаходяться в тіньовому секторі.

Варто зазначити, що основними тенденціями розвитку стоматологічного ринку України є такі:

- ✦ повільно зростаючий ринок;
- ✦ попит збільшується за рахунок середнього класу та забезпечених прошарків населення;
- ✦ розвивається попит на послуги, які раніше не існували (послуги в кредит, естетична стоматологія);
- ✦ ринок великих міст характеризується надлишком пропозиції – його залишають переважно гравці менше середнього рівня, які починають працювати в нижчому ціновому сегменті;
- ✦ поступово у великих містах формуються мережі клінік, які в основному не покидають межі одного міста;
- ✦ з боку споживачів зростають вимоги до якості послуг та рівня сервісу;
- ✦ розширюється номенклатура послуг, універсальність послуг;

- ✦ на ринках великих міст домінують середні за розміром клініки (на 3–6 крісел) і середні мережі – 3–6 клінік;
- ✦ деякі мережі трансформуються в стоматологічні холдинги [2].

За оцінками експертів, щорічний обсяг ринку приватних медичних послуг в Україні становить від 1,0 до 1,3 млрд дол. США, при цьому для українського ринку характерна висока частка тіньового сектора (до 50%). Більше половини (56%) ринку приватних медичних послуг у 2015 р. припадало на сектор стоматології. Загалом у стоматологічних установах працює 2,4% від загальної кількості персоналу, зайнятого у сфері охорони здоров'я. Обсяг вартості стоматологічних послуг в Україні у 2015 р. становив близько 10 млрд грн, і він коливається в загальному валовому випуску охорони здоров'я в межах 11–14% [4, с. 48].

Попит на стоматологічні послуги в цьому дослідженні охарактеризований як нееластичний. На наш погляд, це справедливо лише для недорогих невідкладних стоматологічних послуг (наприклад, лікування карієсу, видалення зубів). Для дорожчих послуг, таких як дентальна імплантація, попит є значно еластичнішим. Аналізуючи процеси дентальної імплантації з економічної точки зору, у контексті вартісних складових даної медичної послуги, варто зацентувати увагу на кількох особливостях. По-перше, доцільно конкретизувати поняття «медична послуга» як діяльність, яка має корисні властивості, що споживаються під час її здійснення, і спрямована на підтримку чи покращення здоров'я особи.

Поряд із загальними ознаками послуги медична має притаманні тільки їй особливості. На думку О. І. Сморьова, такими є [7, с. 333]:

- 1) медична послуга завжди спрямована на особливе благо фізичної особи – здоров'я, тобто тільки за допомогою медичної послуги найчастіше можна досягти стану повного фізичного, духовного і соціального благополуччя;
- 2) медична послуга як очікуваний «корисний» результат діяльності послугодавця не може бути ним цілком гарантована;
- 3) медична послуга не підлягає повній стандартизації, тому що характер самих дій суб'єкта надання медичної послуги може істотно відрізнятись залежно від багатьох різних факторів (задавленості хвороби, віку пацієнта тощо), які не можна повністю передбачити;
- 4) до медичної послуги з боку держави пред'являються підвищені вимоги шляхом висунення певних вимог до суб'єкта їх надання (наприклад, суб'єкт надання медичних послуг повинен відповідати єдиним кваліфікаційним вимогам, мати ліцензію на заняття медичною практикою, проходити акредитацію).

Звідси стоматологічна послуга є необхідною та достатньою професійною дією, яка здійснюється стосовно пацієнта з профілактичною, діагностичною, лікувальною або реабілітаційною метою. У зв'язку з цим дентальну імплантологію можна розглядати як різновид стоматологічної послуги, спрямований на лікування зубів та

порожнини рота, що має самостійне закінчене значення та певну вартість і направлений на покращення здоров'я особи. Медичні заклади в процесі обслуговування пацієнтів усе частіше застосовують поняття «медична програма» чи «програма лікування», які сприймаються пацієнтом (і пропонуються медичним закладом) як комплексна послуга, але для медичного закладу фактично є набором медичних послуг чи маніпуляцій.

Послуги стоматологічного закладу можуть складатися не з одного етапу, а з кількох. Прикладом такої послуги може бути імплантологічне лікування, яке має кілька етапів. Загалом виділяють два етапи надання стоматологічної послуги в процесі імплантації. Перший етап – дентальна імплантація (хірургічне втручання) з процесом формування ясенного контуру. Другий етап – ортопедичний – встановлення ортопедичної конструкції (коронка, міст, знімний протез).

Аналіз ринку стоматологічної імплантології потребує одночасного вивчення ринку власне медичної послуги зі встановлення імплантатів і доповнюючих ортопедичних конструкцій та ринку, на якому лікарі-імплантологи купують ці імплантологічні системи. Слід підкреслити, що попит на імплантати є похідним від попиту на послуги з їх встановлення. Попит на дентальні імплантати передусім обумовлюється ціновим детермінантом – їх вартістю. Низка нецінових чинників також впливають на попит на імплантологічні системи. Зокрема це: проведення різного роду навчальних курсів, майстер-класів тощо, термін доставки необхідних імплантатів на першу вимогу лікаря, додаткові опції від продавця у вигляді системи знижок на ортопедичний етап (ряд продавців імплантатів можуть забезпечити безкоштовне виготовлення тимчасових коронок, маючи власні технічні потужності), надання лікарю можливості формування мінімального обсягу складських залишків імплантатів різного типу в стоматологічному кабінеті та розрахунок за них по мірі використання, існування оперативної системи заміни імплантатів у разі переїмпантитів за рахунок продавця в окремих випадках. Ряд виробників дентальних імплантатів формують попит на свою продукцію з боку кінцевих споживачів – пацієнтів, які вже зі сформованою думкою звертаються в стоматологічний заклад за дентальною імплантацією від конкретного виробника імплантатів. Різного роду інформаційні матеріали щодо дентальної імплантації з'являються в засобах масової інформації, журналах, буклетах тощо, де в зрозумілому для пацієнта форматі роз'яснюються переваги тих чи інших імплантологічних систем.

Споживачі стоматологічних послуг при виборі суб'єкта надання послуг можуть використовувати як власний досвід, так і досвід інших пацієнтів. Серед факторів, які впливають на вибір споживачів конкретної стоматологічної клініки, найбільш важливими є її ціна та якість послуги. Варто підкреслити, що цінові характеристики конкретної послуги не завжди є визначальними.

Одним з факторів, які визначають попит на послуги того чи іншого медичного закладу, є очікування пацієнтів, які стосуються рівня сервісу, матеріально-технічного оснащення закладу тощо. На сьогодні на сто-

матологічному ринку існує відчутна конкуренція, про що свідчить велика кількість учасників ринку та висока маркетингова активність, спрямована не лише на залучення нових пацієнтів, а й на «перетягування» до себе частини пацієнтів від конкурентів. Крім того, медичні заклади почали активно розробляти та впроваджувати у свою роботу програми лояльності, метою яких є втримати постійних пацієнтів. Тепер зацікавити пацієнта набагато важче. З одного боку, аудиторія приватної медицини збільшилася, з іншого – велика кількість учасників ринку дала пацієнтам право вибору. Сьогодні, в умовах конкуренції між медичними закладами, пацієнт звертає увагу на ціни (особливо до моменту безпосереднього знайомства з медичним центром) і на ступінь довіри до закладу. Тепер пацієнти обирають медичний заклад дуже виважено, більше очікуючи власне якісної медичної складової, ніж сервісної. Останні роки менеджери медичних закладів почали приділяти багато уваги поняттю пацієнторієнтованості. Найбільші труднощі виникають у лікарів, оскільки, зазвичай, вони схильні більше уваги приділяти власне лікувальному процесу, а не ефективній комунікації з пацієнтом [3].

Однією зі специфічних рис сегмента імплантології на ринку стоматологічних послуг є те, що часто обсяг послуги (кількість процедур, вид пломби, тип коронки чи імплантата) визначає виробник (лікар-стоматолог), а не споживач (пацієнт). Причиною такого типу неспроможності (провалу) ринку (*market failure*) є асиметричність інформації, що породжує конфлікт медичних та економічних інтересів лікарів-стоматологів. Вони можуть свідомо збільшувати перелік стоматологічних процедур, за незмінної загальної ціни використовувати дешевші, однак менш якісні субститути матеріалів і ліків, або навпаки збільшувати ціну, використовуючи дорожчі заміники, що особливо не відрізняються за якістю від дешевших. З точки зору економічної теорії попит на ринку стоматології, у т. ч. дентальної імплантології, можна охарактеризувати як попит, спровокований пропозицією. Як справедливо зазначає Ляхова Н. О., у такому випадку мова йде про нав'язування пацієнтові послуг, не дуже потрібних або зовсім не потрібних для досягнення клінічного результату, але необхідних виробникам медичних послуг для забезпечення своїх економічних інтересів. Так, у країнах, де стоматологічна

допомога оплачується за кожну окрему послугу (діє гонорарний принцип), обсяг цих послуг помітно вище, ніж у країнах, де ця допомога оплачується у вигляді фіксованої суми на одного пацієнта (діє подушний принцип). Наприклад, у Німеччині та Франції, що належать до першої групи країн, число стоматологічних відвідувань становить відповідно 11,5 і 7,2 на душу населення. У Великобританії, де використовується подушний принцип оплати лікарів, на одну людину припадає тільки 5,5 відвідувань на рік [6]. Теоретичні та емпіричні дослідження особливостей попиту на послуги дентальної імплантології дозволили ідентифікувати як цінові, так і нецінові фактори попиту в сегменті дентальної імплантології стоматологічного ринку України.

Ціновим фактором попиту є ціна послуги стоматологічної клініки (кабінету, практики). Важливим фактором, який враховується при формуванні ціни на послуги дентальної імплантології, є її собівартість. Структуру собівартості послуги дентальної імплантології відображено в *табл. 1*.

Аналізуючи структуру собівартості дентальної імплантації, варто відзначити, що найбільш вагомими в її структурі є: матеріальна складова та витрати на оплату праці. Це підтверджує думку, що для лікаря, як покупця імплантату, важливим є цінова політика продавця імплантологічних систем.

Варто підкреслити, що структура собівартості послуги залежить від етапу процесу імплантації. На хірургічному етапі основною статтею витрат є заробітна плата медичного персоналу (50%). На ортопедичному етапі зростає роль матеріальних витрат на ортопедичні конструкції та інші матеріали (разом їх вартість збільшується до 60%). Зазначимо, що ціна цієї послуги варіює як між країнами, так і між їх окремими регіонами та містами. До прикладу: в Південній Кореї найбільш стабільними в межах національного ринку є ціни дентальних знімків (CV = 9,5%), а найбільш мінливими – ціни на зубні імпланти (40,7%) [9].

Як нецінові фактори попиту на медичні послуги дентальної імплантації ідентифіковано:

- ✦ доходи населення;
- ✦ ціна товарів-субститутів для імплантатів (зубних коронок і протезів);
- ✦ поінформованість споживачів про послугу;

Таблиця 1

Орієнтовна структура загальної собівартості послуги з дентальної імплантації

Статті витрат					
1	2	3	4	5	6
Основні матеріали та медикаменти, що повністю використовуються у процесі проведення процедури	Частина матеріалів і медикаментів, що використовуються під час проведення усіх процедур	Частина заробітної плати медичного персоналу	Частина амортизації медичного обладнання	Частина накладних витрат відділення	Частина загальноклінічних витрат
Виробнича собівартість: 1 + 2 + 3 + 4 + 5					
Загальна собівартість: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6					

- ✦ зміна уподобань споживачів (стилю життя, естетичних переваг, дія ефектів наслідування і снобізму);
- ✦ лояльність споживачів до стоматологічної клініки (імплантолога);
- ✦ якість імплантатів, відомість бренду виробника імплантів;
- ✦ якість і комфортність процесу імплантації та постімплантаційного періоду;
- ✦ ступінь розвитку медичного туризму в країні, регіоні;
- ✦ тип власності на стоматологічну практику (державна, приватна);
- ✦ біологічні, соціальні, соціально-психологічні характеристики потенційних споживачів.

Теоретичні та емпіричні дослідження стоматологічного ринку України та світу, у т. ч. сектора дентальної імплантології, дозволили зробити такі **висновки та пропозиції**:

1. Стоматологічна галузь є найбільш ринковоорієнтованим сектором надання медичних послуг населенню. Сьогодні стоматологічна галузь в Україні динамічно розвивається, пропонуючи на ринку прогресивні медичні технології та препарати, апробовані світовою медичною спільнотою. Найбільш ефективно в структурі стоматологічної галузі розвивається імплантологічний сегмент ринку, що зумовлено високою результативністю та ефективністю наукових медичних досліджень у даній сфері.

2. Потенційними споживачами ринку дентальної імплантології є особи, які з різних причин втратили зуб(и). На сьогодні більшість населення України з такими проблемами стоматологічного здоров'я споживає послугу виготовлення і встановлення різноманітних протезів (містковидних, знімних, у т. ч. бюгельних суцільнолітих). Саме такі пацієнти формують потенційний контингент споживачів ринку дентальної імплантології. До цієї групи потенційних споживачів з меншим показником апріорної ймовірності (з відкладеним попитом) можна віднести пацієнтів, яким встановлено одиночні коронки різних типів (металеві, фарфорові), штифтові зуби, вкладки і напівкоронки.

3. Однією зі специфічних рис сегмента дентальної імплантології є асиметричність інформації, що породжує конфлікт медичних та економічних інтересів лікарів-стоматологів. З точки зору економічної теорії попит на ринку стоматології, у т. ч. дентальної імплантології, можна охарактеризувати як попит, спровокований пропозицією.

4. Ціновим фактором попиту є ціна послуги стоматологічної клініки (кабінету, практики). Найбільш вагомими в її структурі є: матеріальна складова та витрати на оплату праці.

5. Як нецінові фактори попиту на медичні послуги дентальної імплантації ідентифіковано: доходи населення; ціна товарів-субститутів для імплантів (зубних коронок і протезів); поінформованість споживачів про послугу та ін.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Заблюцький Я. В.** Імплантація в незнімному протезуванні: монографія. Львів: Галдент, 2006. 156 с.

2. **Зацна Л. Я., Івашків Т. І.** Маркетинг медичних послуг та особливості розвитку медичних установ в умовах трансформації економіки. *Економіка Криму*. 2012. Вип. № 1 (42). С. 363–367.

3. **Лепешина О.** Огляд ринку приватних медичних центрів України: актуальні тренди і прогнози на 2015 р. // Матеріали конференції «Управління прибутковістю приватних медичних центрів» (26 лютого 2015 р.). Київ, 2015. С. 25–29.

4. **Ляхова Н. О., Нестеренко О. М.** Стан ринку стоматологічних послуг в Україні на сучасному етапі. *Вісник проблем біології і медицини*. 2014. Вип. 3. Том 3 (112). С. 47–50.

5. **Савчук О. В.** Концептуальні напрями формування економічно орієнтованих форм стоматологічних організацій в Україні. *Вісник стоматології*. 2013. № 2. С. 100–103.

6. **Смик О.** Сучасний стан та перспективи розвитку медичного туризму // Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»: збірник тез доповідей (I частина). Миколаїв: ВП«МФ КНУКІМ», 2014. С. 77–80.

7. **Смотров О. І.** Договір щодо надання оплатних медичних послуг в умовах реформування галузі охорони здоров'я. *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2001. Спец. вип. С. 330–334.

8. Стоматологічна допомога в Україні: довідник/гол. ред. Вороненко Ю. В. Відп. укл.: Голубчиков М. В., Павленко О. В. Київ, 2015. 84 с.

9. **Lunt L., Smith R., Exworthy M.** Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A Scoping Review. Paris: OECD Publishing, 2011. 55 p.

REFERENCES

Lepeshyna, O. "Ohliad rynku pryvatnykh medychnykh tsestriv Ukrainy: aktualni trendy i prohnozy na 2015 r." [Market review of private medical centers Ukraine: current trends and forecasts for 2015]. *Upravlinnia prybutkovistiu pryvatnykh medychnykh tsestriv*. Kyiv, 2015. 25–29.

Liakhova, N. O., and Nesterenko, O. M. "Stan rynku stomatolohichnykh posluh v Ukraini na suchasnomu etapi" [State of the dental market in Ukraine at the present stage]. *Visnyk problem biolohii i medytsyny*. Vol. 3 (112), no. 3 (2014): 47–50.

Lunt, L., Smith, R., and Exworthy, M. *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A Scoping Review*. Paris: OECD Publishing, 2011.

Savchuk, O. V. "Kontseptualni napriamy formuvannia ekonomichno oriientovanykh form stomatolohichnykh orhanizatsii v Ukraini" [Conceptual directions of forming economically oriented forms of dental institutions in Ukraine]. *Visnyk stomatolohii*, no. 2 (2013): 100–103.

Smyk, O. "Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku medychnoho turyzmu" [Current state and prospects of development of medical tourism]. *Suchasni tendentsii rozvytku turyzmu*. Mykolaiv: VP«MF KNUKIM», 2014. 77–80.

Smotrov, O. I. "Dohovir shchodo nadannia oplatnykh medychnykh posluh v umovakh reformuvannia haluzi okhorony zdorovia" [The contract on provision of paid medical services in the conditions of reforming the healthcare industry]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu vnutrishnykh sprav*. Special Issue (2001): 330–334.

Stomatolohichna dopomoha v Ukraini [Dental care in Ukraine]. Kyiv, 2015.

Zatsna, L. Ya., and Ivashkiv, T. I. "Marketynh medychnykh posluh ta osoblyvosti rozvytku medychnykh ustanov v umovakh transformatsii ekonomiky" [Marketing of medical services and peculiarities of the development of medical institutions in the conditions of transformation economy]. *Ekonomika Krymu*, no. 1 (42) (2012): 363–367.

Zablotskyi, Ya. V. *Implantatsiia v neznimnomu protezuvanni* [Implants in removable prosthetics]. Lviv: Haldent, 2006.