Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

Институт туризма и гостеприимства (г. Москва) (филиал)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: **«Медицинский туризм как перспективное направление деятельности российских туроператоров на примере Калининградской области»**
по направлению подготовки: 43.03.02 «Туризм»

Студент Цуканова Александра Андреевна

Руководитель к.э.н. доцент Арифуллин М.В.

Москва
2018 г.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ....3
1 СОДЕРЖАНИЕ И СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА....6
1.1 Понятие и сущность медицинского туризма....6
1.2 Технология организации туров в медицинском туризме....9
1.3 Современные мировые центры медицинского туризма....14
2 АНАЛИЗ РЫНКА МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА РОССИИ....19
2.1 Формирование и развитие рынка медицинского туризма в России....19
2.2 Анализ спроса на рынке медицинского туризма России....23
2.3 Анализ предложений на рынке медицинского туризма России....25
3 РАЗРАБОТКА МЕДИЦИНСКОГО ТУРА В КАЛИНИНГРАДСКУЮ ОБЛАСТЬ....31
(Офтальмологический тур в г. Калининград «Центр лазерной микрохирургии глаза»)....31
3.1 Разработка программы обслуживания туристов медицинского тура....31
3.2 Расчет стоимости медицинского тура....38
3.3 Продвижение медицинского тура на рынке России....40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ....46
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ....49
ПРИЛОЖЕНИЯ....53

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы работы объясняется острой необходимостью поиска новых возможностей для развития туризма в России. Пока туризм имеет в России слабое развитие, его доля достигает в структуре экономики около 1%. В то же время Россия имеет огромный ресурсный потенциал, который полностью не используется. Так, по прогнозам Международной Организации Туризма, потенциальные возможности России позволяют ей принимать до 40 млн. внешних туристов ежегодно [21]. Однако по итогам 2016 г. количество въезжающих туристов в Россию составило 2,35 млн., а в 2017 г. ожидается снижение турпотока [16].

Таким образом, статистика указывает на существование проблем в развитии внутреннего туризма в России, которые признает большинство специалистов, а также государство. Одним из вариантов решения этой проблемы должно стать развитие туризма в российских регионах на базе местного туристского потенциала и ресурсов.

Развитие медицинского туризма в России относится к новым и наиболее перспективным отраслям, которая может привлечь как внутренних, так и внешних туристов. Объем рынка медицинского туризма к 2022 году в мире вырастет на 15,7% [22]. Медицинский туризм в России не имеет давней истории и богатых традиций, в тоже время российские туристы занимают заметную долю на мировом рынке медицинского туризма. В России медицинский туризм развивался с учетом наличия необходимых ресурсов (современные медицинские центры, профессиональные врачи, наличие диагностической инфраструктуры). Многие регионы России имеют потенциал для развития медицинского туризма. Развитие практической медицины и имеющийся опыт нашей страны позволяют развивать практически все виды медицинского туризма, однако в России пока отсутствует системная работа в этом направлении и практический опыт. В таких условиях имеет значение

разработка новых медицинских туров внутри России, разработка схем их продвижения и поиск подходящей рыночной ниши.

Объект исследования – медицинский тур, основанный на внутренних ресурсах.

Предмет исследования – технологии организации медицинского тура в России.

Цель данного исследования выявление специфики развития медицинского туризма в России и разработка нового продукта (на базе Калининградской области).

Для достижения поставленной цели в работе ставятся следующие задачи:

- изучить понятие и содержание медицинского туризма;
- изучить технологию организации медицинских туров;
- провести анализ рынка медицинского туризма в России;
- разработать программу медицинского тура и рассчитать его стоимость;
- предложить пути продвижения медицинского тура на рынке России.

Научная новизна. В работе проведено исследование возможностей комплексного использования ресурсов региона для разработки туристического продукта в сфере медицинского туризма с учетом современных условий и тенденций. Новым подходом, использованным в работе, является разработка недорогого медицинского (офтальмологического) тура для группы населения, ориентированной на ресурсы крупного российского медицинского центра.

Практическое значение. Тур разработан в соответствии с приоритетами, обозначенными в программе развития туризма России до 2020 года [2]. Разработанный тур может быть использован турфирмами России для подготовки постоянно действующих программ на базе Центра лазерной микрохирургии глаза в г. Калининград.

Информационной базой стали научные и прикладные труды отечественных и зарубежных ученых и практиков по проблемам управления сферой услуг, индустрией туризма и гостеприимства.

Подходы к определению медицинского туризма как одного из видов туризма рассматривали в своих работах: А.В.Бабкина, А.М.Ветитнева, К.А.Гулевский-Оболонский, М.С.Оборин и др.

Рынок медицинского туризма, его ключевые тенденции и направления развития рассматриваются в работах: В.В.Галкина, Н.Ю.Власова, Д.Ю.Каримова, В.Д.Селезнев, И.Тогунов, и др.

Теоретическими и практическими аспектами организации медицинских туров, процессов его организации и эффективного развития на определенных территориях России занимались многие специалисты, среди которых можно отметить П.А.Герасимова, О.И.Пелих, Г.М.Серобабина, А.Кондратьев, В.К.Федоров и др.

Использовалась статистическая информация Федерального агентства туризма РФ (Ростуризм), Федерального Агентства статистики РФ (Росстат), Центра лазерной микрохирургии глаза г. Калининград.

Работа состоит из введения, трех глав и заключения.

1 СОДЕРЖАНИЕ И СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие и сущность медицинского туризма

Перспективным направлением туристской деятельности является медицинский туризм, который является категорией новой, сложной и многогранной. Термин «туризм» в общепринятом понимании означает путешествия, сочетающие активный отдых с укреплением здоровья, познавательными, деловыми и просветительными задачами.

Потребность в лечении, оздоровлении, поддержании здоровья – одна из приоритетных для человека, поэтому нет ничего удивительного, что для этого существует специализированный вид туризма.

Узкого определения медицинского туризма нет, но, исходя из логики, под этим термином следует подразумевать выезд гражданина (туриста) в другую страну или регион для получения медицинских услуг.

Известный отечественный специалист А.В.Бабкин использует понятие лечебный туризм. Он определяет его как деятельность, характеризуемую «перемещением резидентов и нерезидентов в пределах или за пределы государственных границ на срок не менее 20 ч. и не более 6 мес. в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека» [5, с.72].

А.М.Ветитнев и А.С.Кусков предлагают классификацию лечебных видов туризма. Лечебный туризм, в их понимании, подразделяется на следующие виды:

- санаторно-курортный туризм, предусматривающий лечение в санаториях с применением медицинских нехирургических или малоинвазивных хирургических процедур;

- медицинский (клинический) туризм, предусматривающий получение медицинских услуг, оказываемых за пределами обычной среды пациента

в специализированных лечебных учреждениях (больницах, госпиталях, клиниках, медицинских центрах). Характерной особенностью медицинского туризма является существование одной или нескольких взаимосвязанных медицинских манипуляций, направленных на лечение конкретного заболевания и являющихся первичной целью всего тура [6, с.27].

Необходимо отметить, что лечебный туризм ни в коем случае не стоит путать с обычными оздоровительно-лечебными поездками, даже если они включают отдельные медицинские услуги в оздоровительных центрах или отелях. По этой причине чаще используется термин «медицинский туризм», чтобы избежать смешения понятий и подчеркнуть уникальность рассматриваемого вида туризма.

М.Н.Мулихов и Н.Г.Куцевол уточняют, что понятие «медицинский туризм» подразумевает, прежде всего, основное и полноценное медицинское облуживание, лечение за границей, а не дополнительные процедуры [14, с.739].

Нередко под «медицинским туризмом» подразумевают поездку для оздоровительных процедур и отдыха. Тем не менее, руководство JTA (Международная Ассоциация медицинского туризма) под этим термином подразумевает случаи приезда в страну для получения именно медицинских (а не санаторно-курортных) услуг (лечение, медицинское обследование и эстетическая медицина).

В.В.Галкин указывает, что «термином «медицинский туризм» чаще всего называют организацию медицинского обслуживания пациентов за пределами страны их постоянного проживания» [7, с.97].

В.В.Галкин рассматривает туризм в узком и широком смысле. Под медицинским туризмом в узком смысле понимается «перемещение пациентов к месту лечения, реабилитации и отдыха в какой-либо регион или страну. Время пребывания на лечении и реабилитации при этом ограничивается в пределах одного года» [7, с.98].

В широком смысле – «сфера медицинской индустрии и гостеприимства, связанная в единую систему рынков с развитой инфраструктурой, включающей

не только медучреждения, но и самые разные отрасли бизнеса – страхование, банковскую деятельность, юридическую помощь, транспорт, связь» [7, с.100].

Существуют попытки классификации медицинского туризма. Например, по тому, какие цели преследует турист, медицинский туризм делится на четыре вида:

- оздоровительный (фактически аналог лечебно-оздоровительного);

- диагностический (выявление заболеваний на ранних стадиях на новейшем оборудовании);

- лечебный (непосредственное лечение заболеваний разными методами: инструментальные, аппаратные, препаратные и др.);

- реабилитационный (восстановление организма после операции) [19, с.171-179].

Медицинскими и оздоровительными услугами за границей чаще всего пользуются пациенты из тех стран, где медицина еще недостаточно развита или необходимые медицинские технологии недоступны (по различным причинам). Зачастую лечение за рубежом для таких людей становится единственной надеждой на выздоровление или на установление правильного диагноза. Наиболее популярными в этом плане странами на сегодняшний день являются Таиланд, Индия, Малайзия, Германия и Израиль.

Также одной из немаловажных причин выступают деньги. Ведь нередко стоимость пластической операции, любого другого хирургического вмешательства, стоматологическое лечение за границей обходится пациентам не дороже, а чаще всего и дешевле, чем у себя дома.

Еще одной причиной можно считать то, что в некоторых странах проведение отдельных медицинских вмешательств запрещено или ограничено законодательством, например, репродуктивные программы (ЭКО с суррогатным материнством и/или донорством), применение стволовых клеток, трансплантация органов, искусственное прерывание беременности и пр. Так, ежегодно сотни пациентов из благополучных в медицинском плане стран

Западной Европы (Германия, Италия, Швеция, Франция и некоторые другие) устремляются в Индию, Украину, США, Таиланд [18, с.113].

По этим причинам медицинский туризм охватывает практически все виды лечения и оздоровления, которые предлагает современная медицина, а число людей, желающих совместить отдых с качественным лечением, с каждым днем стремительно растет [9, с.4].

Таким образом, термин «медицинский туризм» обозначает, как правило, путешествие в другую страну с целью получения специализированных медицинских услуг (диагностика, лечение, реабилитация).

Ключевые характеристики медицинского туризма: перемещение людей с целью получения медицинских услуг, наличие специализированных центров, которые их предоставляют, наличие сопутствующих услуг (проживание, питание, транспорт и др.), регулярность оказания услуг и отработанность схемы.

Отличительной особенностью медицинского туризма является возможность совместить высококвалифицированные медицинские услуги и отдых в странах с уникальными условиями. Главной целью такого сочетания является наиболее полная реабилитация организма после медицинских процедур.

1.2 Технология организации туров в медицинском туризме

Результатом туристской деятельности является производство услуг или их комплекса, предназначенных для продажи на рынке. Комплекс этих услуг называется туристским продуктом, т.е. конкретный туристский тур.

В России официальное определение туристского продукта дано в статье 1 Федерального закона №132: - «комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта» [1].

Таким образом, туристский продукт – это весь комплекс услуг, которые предлагаются туристу для удовлетворения его потребностей в информации, отдыхе и развлечениях.

Специфика турпродукта заключается в том, что это особый комплекс услуг, так как потребитель ищет на рынке не отдельные услуги или товары, а их конкретное сочетание, предлагаемое туристскими представителями в виде конкретных туров.

Ключевые составляющие турпродукта представлены на рисунке 1 [25].

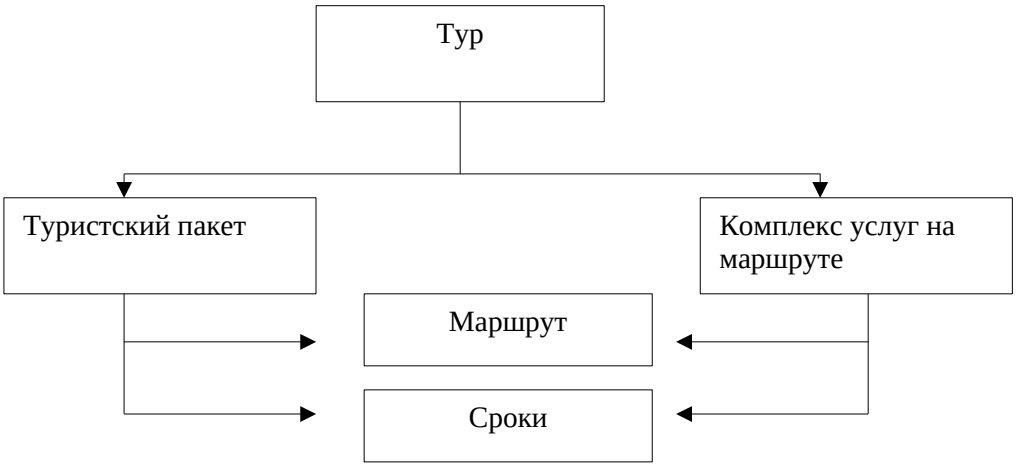

Рисунок 1 - Структура тура

Таким образом, каждый тур обладает примерно одинаковым набором составляющих, однако обязательно различаются маршрут и сроки, часто комплекс услуг может быть разным даже на одном направлении.

На сегодняшний день в мире уже сформировался глобальный рынок медицинских услуг со своей специфической структурой - медицинским менеджментом, аккредитующими органами, агентствами медицинского туризма, туроператорами, юристами, специализирующимися в этой сфере и др. Инфраструктуру медицинского туризма составляют не только медучреждения и турфирмы, но и отрасли бизнеса – страхование, банковская деятельность, юридическая помощь, транспорт, связь (см. рисунок 2) [7, с.100].

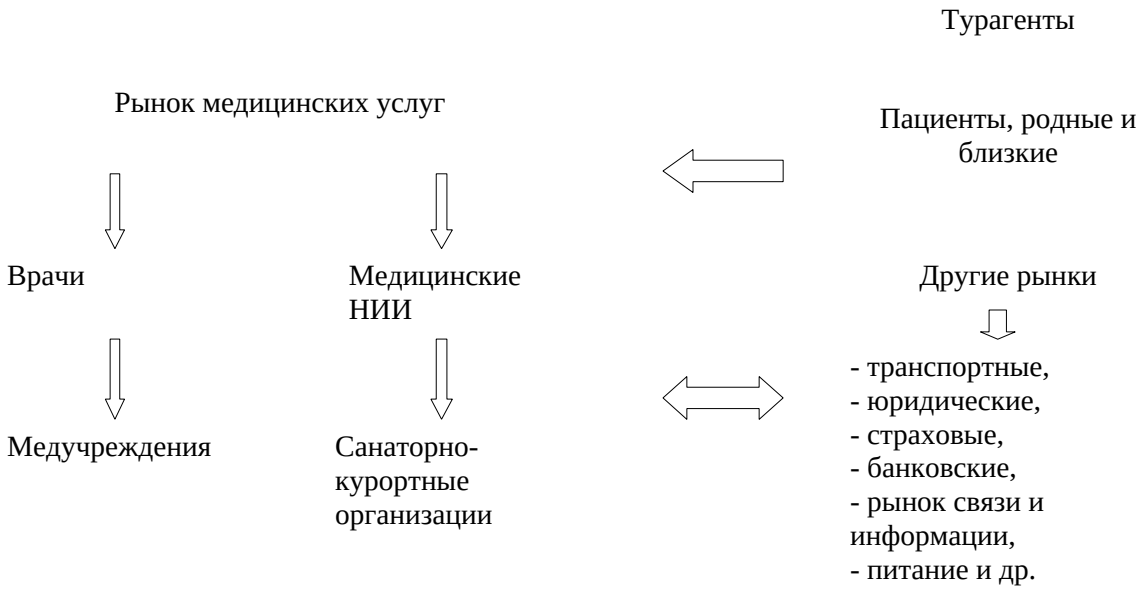

Рисунок 2 - Инфраструктура медицинского туризма

Разработка тура в медицинском туризме отличается своей спецификой. Прежде всего, не каждая турфирма может сформировать качественный медицинский тур. Организацией медицинских туров занимаются специальные компании (оператор медицинского туризма), которые учитывают все аспекты поездки - готовят полный пакет документов, осуществляют подбор медицинского или оздоровительного учреждения, открывают визу, при необходимости обеспечивают сопровождение пациента, а также предоставляют множество других услуг.

Основные функции турагентств сводятся к «производству» турпродукта.

Они могут быть более конкретизированы, проявляясь в следующем [10, с.109]:

- анализ рынка медицинских услуг и учет специфических потребностей конкретных целевых групп на нем;

- осуществление целенаправленного воздействия на поставщиков услуг, исходя из требований и потребностей туристского спроса;

- подготовка и заключение договоров с контрагентами поставщиками первичных туристских услуг (медучреждения, средства размещения, индустрия питания, экскурсионные службы и др.);

- осуществление деятельности по организации тура;

- определение каналов сбыта турпродукта, посредников - турагентств и т.д.;

- планирование, организация и осуществление рекламной деятельности;

- организация и управление деятельностью предприятия с использованием современных информационных технологий;

- контроль за исполнением договорных обязательств и управление качеством турпродукта на всех уровнях.

Работа турагентства начинается с подготовки совместно с пациентом необходимой медицинской документации в соответствии с предварительным диагнозом и потенциальными требованиями зарубежной клиники о предоставлении базовой (предварительной) информации [14, с.741].

Много вопросов возникает по поводу организации поездки, прежде всего, по поводу оформления правоотношений с провайдером услуг (агентством, страховой компанией, клиникой и др.). Это договорные отношения, которые обязательно оформляются путем заключения гражданско-правового договора в письменной форме. Договор может быть заключен напрямую с медицинским или оздоровительным учреждением либо через посредника (агентство, страховую компанию или др.). Тогда в таких случаях договор должен содержать все существенные и необходимые условия. Среди таких условий, прежде всего, выделяют:

- предмет договора, который должен включать не только общие названия, но и давать расшифровку всего перечня и объема услуг;

- четко сформулированные права и обязанности сторон;

- срок действия договора (желательно, чтобы в договоре была формулировка «…до полного выполнения сторонами взятых на себя обязательств»);

- цену договора (с четким разграничением оплаты услуг медицинского или оздоровительного учреждения, а также размера вознаграждения провайдера);

- ответственность сторон, в частности ответственность за невыполнение обязанностей провайдером, компенсации и штрафные санкции;

- форс-мажорные обстоятельства (случаи, когда стороны освобождаются от ответственности за нарушение договорных обязательств);

- юрисдикция и законодательство (с указанием страны и места рассмотрения претензий и судебных споров);

- контактные лица и способ обеспечения коммуникаций [34].

Окончательный расчёт с лечебным учреждением происходит через 3-4 недели после окончания лечения.

К ним нужно ещё подключить и немедицинские расходы. Они включают в себя следующее:

- расходы на оформление всех необходимых для поездки документов: загранпаспорта и визы;

- стоимость авиабилетов и трансфер в обе стороны;

- проживание в отеле или на квартире;

- проезд от отеля до клиники и обратно;

- переводчик (по необходимости);

- расходы на питание плюс чаевые;

- расходы на пользование интернетом, телефонную связь;

- оплата медицинских препаратов, послеоперационный уход;

- определённая сумма денег на непредвиденные растраты.

Таким образом, основу любого медицинского тура составляет – туристский продукт – комплекс услуг и ресурсов, которые предоставляются туристу на маршруте. Любой медицинский тур – формируемый комплекс основных и дополнительных услуг, предоставляемых туристу. Тур составляют основные и дополнительные услуги, которые предоставляются туристу. Организацией тура занимается оператор медицинского туризма, который напрямую или через посредника проводит переговоры с зарубежным медицинским учреждением, обговаривает стоимость услуг, сроки их оказания,

бронирует места, организует транспортировку пациента, готовит комплекс необходимых дополнительных услуг.

1.3 Современные мировые центры медицинского туризма

На международном рынке медицинского туризма существует специализация по отдельным направлениям. Основные центры медицинского туризма мира по ключевым направлениям представлены в приложении А [30].

Ключевыми направлениями в медицинском туризме считаются репродуктивная медицина, онкология, кардиология, трансплантология, нейрохирургия и пластическая хирургия [7, с.97].

Центры репродуктивной медицины - Великобритания, США, Ирландия, Япония, Дания, Германия, Израиль, Кипр, Индия, Россия и др.

Мировые центры стоматологии - Венгрия, Коста-Рика, Таиланд, Турция, Малайзия, Колумбия, Польша, Словакия, Латвия.

Онкологическое направление медицинского туризма развито в Израиле, Германии, Австрии, США, Малайзии, Сингапуре, Канаде, Южной Корее, Швеции.

Центры пластической хирургии - Таиланд, Коста-Рика, Аргентина, Бразилия, Малайзия, Сингапур, США, Швейцария, Франция, Россия.

В кардиологии центрами притяжения туристов являются: Израиль, Австрии, Швейцарии, Турция, Япония, Германия, Литва.

Мировые офтальмологические центры развиты в Израиле, Германии, Австрии, Малайзии, Сингапуре, Венгрии, Южной Корее, России.

Лучшие термальные и СПА-курорты находятся в Венгрии, Чехии, Словакии, Польше, Румынии и Турции [12].

Среди центров медицинского туризма есть моноспециализированные, т.е. на одном виде медицинских услуг – например, Литва (кардиохирургия), Латвия (стоматология), Куба (онкология), Чехия, Мальта (офтальмология), и многофункциональные центры. Среди них особо стоит выделить такие

страны, как Израиль, Сингапур, где оказывают широкий спектр медицинских услуг по различным направлениям по самым высоким стандартам и по приемлемым ценам. Качественными дорогими центрами медицинского туризма являются США, Германия, Австрия, Япония, и др.

Рассмотрим некоторые из ведущих центров медицинского туризма.

Например, для развития медицинского туризма в России интерес представляет опыт Израиля. Эта страна отличается высоким уровнем развития медицины и курортного сектора. Это позволяет стране являться мировым центром медицинского туризма – это весь комплекс медицинских услуг, включающий всестороннее обследование и диагностику, а также лечение самыми передовыми методами, кроме того, размещение и сопровождение пациента в клинике и гостинице и разрешение всех его бытовых проблем на период лечения в Израиле.

В Израиле для туристов есть возможность организации медицинской помощи по следующим направлениям:

- прохождение конкретного вида лечения на базе медицинского центра;

- прохождение диагностики и обследования (диагностическое направление);

- оздоровительные, омолаживающие курсы;

- курортное направление, сочетание оздоровления и отдыха.

Большинство медицинских центров Израиля является частными учреждениями, действующими по рыночным законам и оказывающими платные услуги. Государство оказывает активную поддержку медицинскому сектору и развивает медицинский туризм (отчасти помогает, например, отменив визы для россиян), существует Департамент медицинского туризма, работающий с государственными клиниками в этом направлении.

В числе самых приоритетных направлений израильской медицины следует выделить: кардиохирургию, гематологию, онкологию, нейрохирургию, гинекологию, (включая искусственное оплодотворение), ортопедию, дерматологию, пластическую хирургию и др.

Израиль отличается высокой концентрацией медицинской инфраструктуры. Так, платные услуги иностранным гражданам в стране оказывают 72 медицинских и курортных учреждения разного типа [27].

Стандартная программа оказания медицинских услуг в Израиле включает в себя:

Первичный визит (консультация) к врачу, определение программы лечения, количества процедур, график, цена и др.

Размещение в стационаре.

Начало подготовки процедур, диагностика.

Проведение операции, необходимых процедур.

Реабилитационный период под наблюдением врачей (ежедневный контроль).

Консультация врача, составление рекомендаций для лечения на месте [27].

Концепция медицинского туризма в Японии соответствует общей идее «безопасности человека». Медицинская инфраструктура страны приобрела такой размах, что без ущерба для себя японцы могут помогать людям, приезжающим из-за рубежа.

В сравнении с Северной Америкой и Европой японская медицина выигрывает в качестве при практически идентичной стоимости. Отличительные особенности японской медицины:

- техническое оснащение больниц – для примера, по количеству аппаратов МРТ и компьютерной томографии в пропорции на миллион жителей Япония занимает 1-е место в мире. В России один аппарат МРТ приходится на 5 миллионов человек, в лучшем случае.

- внедрение компьютерных технологий в системы функционирования клиник обеспечивает максимально высокий уровень диагностики и обслуживания;

- стоимость медицинских услуг регламентируется государством даже в частных клиниках. К тому же, стационарное и амбулаторное лечение оплачивается практически на одинаковом уровне;

- расположение большинства клиник вблизи бальнеологических лечебниц и курортов;

- внимательность персонала, которая несравнима с европейским обслуживанием;

- неприятие инвазивных процедур, поэтому хирургическое вмешательство стоит дешевле, чем лечение без него.

Крупным центром медицинского туризма стал Сингапур. В 2000 г. Всемирная организация здравоохранения присвоила Сингапуру 6-ое место среди лучших систем здравоохранения мира. Получив такую оценку, Сингапур значительно обогнал Соединенные Штаты, Канаду или Великобританию. Как правило, больницы и узкоспециализированные центры ориентированы на медицинских туристов, и практически все они предлагают медицинское обслуживание самого высокого качества. Большинство крупных больниц имеют международную аккредитацию Объединённой Международной Комиссии (JCI), и соответствуют стандартам ISO или OHSAS. В 2011 г. в Сингапуре насчитывалось 18 больниц и медицинских центров, имеющих аккредитацию JCI.

Все больше и больше людей в последнее время предпочитают получать медицинскую помощь за рубежом. В соответствии с потребностями пациентов появилось огромное количество медицинских и дополнительных услуг. К настоящему времени рынок медицинского туризма сегментирован по географическому и технологическому принципам. На рынке медицинского туризма сложились многофункциональные центры (Израиль, Сингапур), где предоставляются качественные и недорогие услуги. Существуют элитные центры, например, кардиологии (Германия, Австрия, Швейцария), в пластической хирургии (Франция, Швеция). Широко распространены

моноспециализированные центры, которые сосредоточены на оказания услуг в рамках одного медицинского направления.

2 АНАЛИЗ РЫНКА МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА РОССИИ

2.1 Формирование и развитие рынка медицинского туризма в России

Мировой рынок медицинского туризма растет высокими темпами. Доходы медицинского туризма в 2006 г. составляли 40 млрд. долл., а в 2016 г. - 0,5 трлн. долл. Это составляет 14% от общего объема доходов от туризма в целом [33].

Всемирная организация здравоохранения, оценив ежегодный мировой оборот в сфере медицинского туризма в 60 млрд. долл., прогнозировала, что через 10 лет эта отрасль станет одной из наиболее значимых в глобальной экономике [33].

Важным фактором развития отечественного рынка медицинских услуг является вовлеченность России в систему мировых экономических отношений. Российский сегмент мирового рынка медицинского туризма пока не велик. Однако потенциал его значительный. Рынок платных медуслуг в России оценивается в 500-540 млрд. рублей [28].

На долю России приходится не более 0,4% этого рынка. В Международном индексе медицинского туризма (Medical Tourism Index) Россия занимает 34-е место из 41. В этом рейтинге учитываются не только компетентность и репутация докторов и стандарты оказания услуг, но и отношение к пациентам в целом, дружелюбность персонала [24].

В целом российский рынок предоставляет комплекс медицинских услуг, однако низкий уровень их качества и неудовлетворительное состояние инфраструктуры не дает возможность проводить сложные высокотехнологичные операции. Поэтому Россия до 2014 г. чаще выступала как донор клиентов в медицинском туризме. После 2014 г. из-за девальвации рубля ситуация изменилась.

В 2013 г. общий объем расходов россиян за границей на лечение составил 53 млрд. долл. Из этой общей суммы на медицинский туризм они потратили около 1,1 млрд. долл. [28].

В 2012 г. из 12 млн. выезжающих за рубеж граждан РФ более 120 тыс. человек (1%) отправились за медицинской помощью [17, с.22].

В 2016 г. с медицинскими целями за рубеж выехало 4 млн. россиян, но вырос объем медицинского туризма внутри России [24]. В том же году внутренний медицинский туризм вырос на 16% - с 7-8 млн до более 9 млн человек. Объем расходов на лечение в регионах РФ пациентов из других городов составил 240 млрд руб. [32].

В России доля платных клиентов в медицинских учреждениях составляет не более 10% (см. рисунок 3). Однако, стабильно увеличивается. По итогам 2016 года объем платных медицинских услуг в стране увеличился еще на 15% [26].

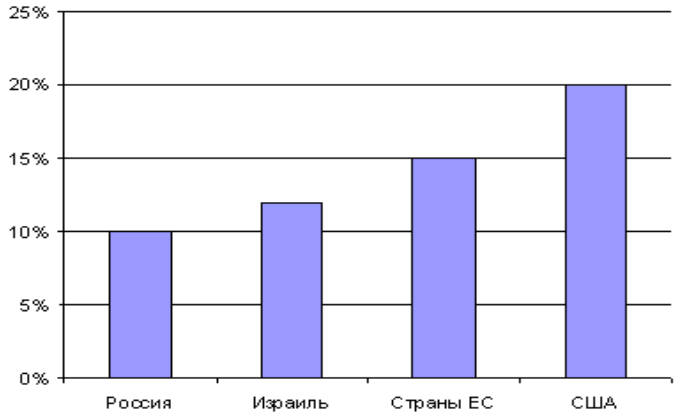

Рисунок 3 - Доля частных клиник от общего количества медицинских учреждений по странам

Рынок медицинского туризма России молодой и неструктурированный. По данным опросов, 92% респондентов считают, что медицинский туризм еще далеко не установился как вид бизнеса.

Россия как направление медицинского туризма интересна в первую очередь пациентам из постсоветских стран, где здравоохранение находится на более низком уровне. По данным НП «Санкуртур» (информационный ресурс

о лечебно-оздоровительном туризме в РФ), в 2014 г. в российских санаториях отдыхали всего 15 тыс. иностранных гостей [20].

Сами россияне не спешат пользоваться возможностями медицинского и оздоровительного туризма внутри страны. В российских здравницах за 2016 г. побывало 4,5 млн. человек (3% населения РФ) [26].

По данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), около 70% потенциальных клиентов (активных и обеспеченных людей в возрасте от 30 лет) не занимаются поисками оздоровительных санаториев в России, а уезжают лечиться и отдыхать за рубеж [28].

В 2015 году входящий поток иностранных пациентов составил около 8,5 тыс. человек, а выездной поток - чуть более 100 тыс. человек. Но уже в 2016 году картина изменилась с точностью до наоборот: въездной поток составил около 20 тыс. человек, а выездной сократился на 20% и составил около 80 тыс. человек [31].

До 8 млн человек за первую половину 2017 года путешествовало по России именно с целью медицинского туризма, и это число на 35% больше, чем в 2016 году [22].

Всех клиентов можно разделить на две категории:

Первая – средний класс из российских городов-миллионников, а также из Киева, Тбилиси, Алма-Аты и Астаны. Это люди, которые имеют возможность потратить сумму необходимую лечение.

Вторая категория – корпоративные клиенты, т.е. те, чьи счета оплачивают компании и другие лица, благотворительные фонды.

На рынке платного туризма России москвичи составляют примерно 30% от числа людей, едущих на лечение. Далее следуют жители Санкт-Петербурга, Ростова, Новосибирска, Казани, и Хабаровска.

Многие жители столицы предпочитают проходить лечение в областных центрах, что зачастую значительно дешевле. Например, стоимость томографии головного мозга в Туле почти в пять раз ниже, чем в Москве, то есть, затраты пациента будут меньше, даже если учесть дорожные расходы и оплату услуг

агентства-посредника. Иногда эти агентства специально организовывают приезд известного врача для проведения квалифицированных консультаций в регионе.

Среди российских услуг и товаров, которые широко востребованы на мировом рынке, медицинские услуги занимают далеко не последнее место. Множество иностранных граждан едут в Россию, чтобы удлинить на аппарате Илизарова ноги или улучшить зрение с использованием метода лазерной коррекции. Большой популярностью среди иностранцев в последнее время стал пользоваться Ленмедцентр в Санкт-Петербурге, принимают здесь также и российских граждан. Для всех, кто приезжает из других городов, в этом центре предусмотрена программа помощи в размещении, кроме того, на период пребывания в городе для пациентов может быть организована культурная программа [15, с.175].

Ленмедцентр активно сотрудничает с санаторием «Рогашка» в Словении, где постоянно действует набор в группы лечебного голодания и лечебного питания. Здесь можно поправить здоровье и восстановить силы, специалисты центра подбирают каждому пациенту индивидуально редуцированную диету или же систему лечебного голодания. Хороший эффект от лечения многократно усиливается под действием природно-климатических факторов (термальной и минеральной воды) и сопутствующих оздоровительных и лечебных процедур (подводный массаж, лимфодренаж, электротерапия, минеральные ванны, ингаляции, магнитотерапия и т. д.).

Важными методами продвижения медицинских услуг в России пока остаются наработанные связи с пациентами и «сарафанное радио». Основная масса клиентов обращается к услугам российских клиник именно по совету знакомых. При этом около 50% клиентов обращаются к услугам компании повторно. Как правило, за платной помощью обращаются с серьезными заболеваниями, которые требуют наблюдения и контроля.

Таким образом, рынок медицинского туризма в России находится на стадии формирования и пока не получил широкого распространения. После

2014 г. на рынке медицинского туризма произошли существенные изменения: сократился выездной поток, вырос спрос на внутренний медицинский туризм.

2.2 Анализ спроса на рынке медицинского туризма России

Самое популярное направление медицинского туризма - стоматология. Доля россиян, которые пытаются сэкономить на лечении за счет поездок в регионы, пока не превышает 4-6% россиян. На стоматологию приходится 32% всех оказанных медицинским туристам услуг, гинекологию и урологию - 23%, косметологию 12%, офтальмология 8%, кардиологию 5% [32].

По данным Агентства медицинского туризма РФ спрос на эти услуги распределяется иначе: стоматология (44%), урология и гинекология (23%), пластическая хирургия (17%), ортопедия и травматология (11%), сердечно-сосудистая хирургия (3%) и офтальмология (около 2%) [31].

При выборе клиники россияне руководствуются следующие критериями:

- 52% рекомендации родственников, друзей, коллег;
- 40% профильные интернет-сайты;
- 32% личный опыт респондентов;
- 16% туристические агентства;
- 11% бесплатные каталоги и брошюры;
- 7% СМИ: газеты, радио и телевидение;
- 7% платные путеводители и журналы;
- 5% рекомендации и отзывы друзей в social-media [29].

Одним из самых популярных направлений стоматологического туризма в Центральной России являются Рязань и Тверь. Это связано с хорошей транспортной доступностью и высоким качеством медицинских услуг (в городах функционируют хорошие медицинские ВУЗы). Например, в ближайших к Москве регионов самые доступные цены - в среднем на 40-50% ниже, чем в столичных клиниках. Разница цен с Москвой определяется

значительно более низкими издержками - расходы на заработную плату, рекламу, аренду помещений.

Если в регионы едут, прежде всего, из-за более низких цен, то в Москву и Санкт-Петербург, в основном, для сложного лечения, требующего высокой квалификации врачей и сложных технологий. Так, в Санкт-Петербург в прошлом году приехали около 80 тыс. пациентов из других регионов [22].

Спрос на медицинский туризм стран определяется двумя основными факторами: туристической привлекательностью и уровнем эффективности предлагаемых медицинских услуг той или иной страны.

Одними из ключевых факторов при выборе гражданами России медицинских учреждений за границей являются высокое качество медицинской помощи, финансовая доступность и отсутствие языкового барьера.

При выборе клиники для лечения российские туристы руководствуются следующими мотивами:

- 80% медицинских туристов движет экономия;

- 38% медицинских путешествий – косметическая хирургия [24].

Основными поставщиками въездных медицинских туристов России, оказываются Китай, Южная Корея, Япония, Вьетнам, Таиланд и Индия. При этом среди наиболее востребованных областей медицины, к которым обращаются въездные туристы, в первую очередь являются стоматология и гинекология (в основном ЭКО), а также косметическая хирургия, микрохирургия глаза, сердечно-сосудистая хирургия и ортопедия.

При этом, что интересно, эксперты отмечают спрос на нашу медицину в том числе и среди европейских туристов. Например, в Санкт-Петербурге туристы из Швеции, Финляндии и Дании чаще всего обращаются за стоматологическими услугами. Вероятнее всего их привлекают более дешевые, по сравнению со страной проживания, цены на услуги. Аналогичная ситуация и на Дальнем Востоке, где стоматологические клиники Хабаровска и Владивостока привлекают китайских и корейских туристов.

Ещё один интересный пункт спроса, отмеченный экспертами – прибывающие за процедурой ЭКО туристы из Израиля, так как в данной области в этой стране поставлен «возрастной порог» в 42 года, а в России же данных ограничений нет.

При этом, по прогнозам экспертов, при текущем курсе российского рубля к иностранным валютам спрос будет продолжать расти, так как лечение в России дешевле, чем в Европе. Тем более, что есть куда расти – на долю России приходится не более 0,4 % рынка медицинского туризма.

Таким образом, основные потребители медицинских услуг в России внутренние туристы, так как поток иностранных медицинских туристов не большой. Спросом среди граждан РФ пользуются услуги стоматологии, урология и гинекология, пластическая хирургия, ортопедия и травматология, сердечно-сосудистая хирургии и офтальмология. Среди зарубежных туристов это ЭКО и некоторые направления хирургии. Основной поток туристов направлен в ключевые медицинские центры страны (Москва и Санкт-Петербург), при это регионы РФ не имеют значительного и постоянного потока медицинских туристов.

2.3 Анализ предложений на рынке медицинского туризма России

В России сложились собственные национальные центры, предлагающие высококачественные платные медицинские услуги.

Структура предложения рынка платных медицинских услуг в России представлена на рисунке 4 [28].

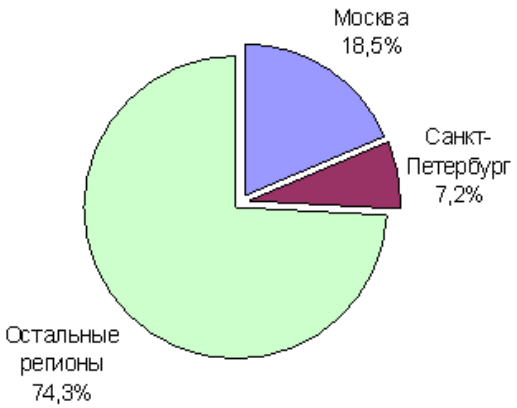

Рисунок 4 - Структура рынка платных медицинских услуг в России

Четверть всего рынка платных услуг России приходиться на города федерального значения - Москву и Санкт-Петербург.

В России компаний, специализирующихся на медицинском туризме, как и клиник, соответствующих международным стандартам, немного. В частности, сертификат Joint Commission International есть только у одной - это многопрофильная частная клиника «ОАО Медицина». По оценкам экспертов, в Москве количество учреждений, аккредитованных другими иностранными организациями, не превышает нескольких десятков. Крупнейшими многофункциональными центрами медицинского туризма в России так же являются крупные города: Санкт-Петербург, Новосибирск, Нижний Новгород, Казань, Ростов-на-Дону. Кроме того, существуют узкоспециализированные медицинские центры. Например, в Тамбове функционирует старейшая в России инновационная офтальмологическая клиника, стоматологический туризм развит в Самаре, Рязани, Йошкар-Оле. В последние годы мировые центры пластической хирургии созданы в Сочи, Краснодаре, Ярославле.

Российской столицей ортопедии считается Курган. Здесь работает Российский научный центр «Восстановительная травматология и ортопедия» имени академика Г.А.Илизарова, где ежегодно проходят лечение более 10 000 пациентов с ортопедической и нейроортопедической патологией. 1500 высококвалифицированных специалистов ежедневно проводят протезирование

утраченных конечностей, эндопротезирование и реэндопротезирование крупных и мелких суставов и ортезирование пациентов всех категорий [13].

Не менее популярно среди желающих пройти операцию по эндопротезированию суставов и ФБГУ «Приволжский федеральный медицинский исследовательский центр» Минздрава России в Нижнем Новгороде. Этот исследовательский центр входит в список ведущих медицинских учреждений России по направлениям: травматология, ортопедия, гнойная, реконструктивная и нейрохирургия, комбустиология, а также хирургия позвоночника. Сюда обращаются за помощью нуждающиеся в лечении заболеваний костно-мышечной системы, суставов, деформаций костей, в эндопротезировании крупных и мелких суставов, с острыми травмами костей и мышц, нервов и сухожилий любой локализации.

В нижегородском «Приволжском федеральном медицинском исследовательском центре» также успешно работает отделение реконструктивно-пластической хирургии и восстановительного лечения, где делают популярные пластические операции по эстетическим показаниям.

Не меньшей популярностью пользуется и отделение пластической и эстетической хирургии Центра косметологии и пластической хирургии имени С.В.Нудельмана в Екатеринбурге. Ежегодно десять сертифицированных хирургов проводят здесь 7500 пластических операций. Очень востребованной среди иногородних пациентов является услуга дистанционной консультации

Еще одно медицинское учреждение, которое может быть привлекательным для жителей других регионов - это расположенный в Уфе ФГБУ «Всероссийский центр глазной и пластической хирургии» Министерства здравоохранения Российской Федерации.

Самым современным оборудованием и инструментарием располагают и специалисты «Республиканской офтальмологической клинической больницы Министерства здравоохранения Удмуртской Республики» в Ижевске. Здесь проводятся диагностика и консервативное лечение близорукости, дальнозоркости, косоглазия, амбиопии и других аномалий рефракции.

Известным российским центром стоматологии является Тверь: здесь расположена Тверская медицинская академия, которая готовит высококвалифицированных дантистов. Например, местная «Клиника Современной Стоматологии» специализируется на организации приема пациентов из других городов, оказывает широчайший спектр услуг надлежащего качества по очень привлекательным для москвичей ценам. В тверской клинике «Дантист» иногородним пациентам обещают в одно посещение сделать максимальный объем стоматологических процедур, а в случае необходимости оказывают помощь в бронировании гостиницы. Еще один центр стоматологического туризма – это Рязань. Здесь на стоматологическом факультете Государственного медицинского университета имени академика И.П.Павлова в подготовке врачей-стоматологов используют самые современные медицинские и образовательные технологии [23].

Международные центры медицинского туризма сложились в районе Санкт-Петербурга: Международный медицинский центр «СОГАЗ» / ООО «ММЦ «СОГАЗ», Медицинский центр «Клиника Доктора Пеля», BaltMed - Балтийская Медицинская Клиника в Озерках, Американская Медицинская Клиника.

В Москве, где проживает больше всего приезжих, велика концентрация достаточно хорошо оснащенных учреждений, оказывающих квалифицированную медицинскую помощь. Проблемы с приемом иностранцев носят организационный характер: персонал не владеет иностранными языками, документооборот ведется на русском и т. д [15, с.175].

В настоящее время в России реализуются попытки привлечь зарубежных и отечественных медицинских туристов, но этого, к сожалению, недостаточно. Так, на побережье Балтийского моря планируется построить медицинский город с онкологическим центром. Предполагается, что это будет населённый пункт на 25–30 тыс. человек [28].

Постепенно в России развиваются и медучреждения международного уровня. Так, подконтрольная АФК «Система» сеть клиник «Медси»

объединяется с лечебными учреждениями столичного ГУП «Медицинский центр управления делами мэра и правительства Москвы» (ГУП ММЦ). В результате слияния в России появится сеть частных клиник, отстроенных по международным стандартам, оцениваемая в более чем 1 млрд долл.

В качестве ещё одного примера можно назвать группу компаний «Мать и дитя» (MD Medical Group), в которую Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) вложил 50 млн долл. Компания провела IPO на Лондонской фондовой бирже, её инвесторами стали один из крупнейших в мире инвестфонд BlackRock и фонд Russia Partners. Группа «Мать и дитя» работает на рынке частных медуслуг для женщин и детей, управляет сетью из 12 клиник, а её основатель профессор Марк Курцер один из первых в России начал применять технику экстракорпорального оплодотворения и поднял стандарты оказания акушерско-гинекологических услуг в своих клиниках до международного уровня [26].

Среди российских агентов, которые организуют медицинскую помощь для клиентов за рубежом и в России можно назвать компанию Patient Management – компания работает под эгидой GMS Clinic. Причем из пациентов, отправивших запрос в клинику, на лечение в итоге приезжают только 3%. В этих условиях посредник, особенно если он знаком клинике, действительно помогает клиенту обратить на себя внимание.

Услуги Patient Management в среднем обходятся клиентам в 60 тысяч рублей. При этом счета от оператора и клиники клиент оплачивает раздельно. Другая форма оплаты – посредник получает комиссионные от клиники, причем чаще всего это не отражается на совокупной цене услуг для пациента. Некоторые компании просят заплатить процент от стоимости лечения не медучреждение, а самого пациента.

Другие крупные российские компании на рынке медицинского туризма - екатеринбургская «Анадолу-Урал», санкт-петербургская «Амиро-Спб».

В России существует сегментация рынка медицинского туризма по стоимости. Например, цены разные виды операций в городах России могут

различаться в 4-5 раз. Так, стоимость коронарного шунтирования в Москве 65-120 тыс. руб., в Санкт-Петербурге – 45-370 тыс. руб., Екатеринбурге – 50-190 тыс. руб., Хабаровске – 40-200 тыс. руб., Новосибирске – 135-400 тыс. руб. [26].

Рынок медицинских услуг в России сегодня стремительно развивается – в основном, конечно, за счет открытия множества частных клиник в регионах. Высокая конкуренция на рынке заставляет медицинские учреждения бороться за пациента, и основным козырем в этой борьбе становится соотношение цены и качества. В регионах России действуют крупные центры: хирургии, кариологии, стоматологии, офтальмологии, которые ориентированы на потребителей услуг из других регионов и стран. Главной проблемой является плохая информированность потенциальных клиентов об услугах и возможностях, которые предлагают медицинские центры в регионах.

3 РАЗРАБОТКА МЕДИЦИНСКОГО ТУРА В КАЛИНИНГРАДСКУЮ ОБЛАСТЬ

(Офтальмологический тур в г. Калининград «Центр лазерной микрохирургии глаза»)

3.1 Разработка программы обслуживания туристов медицинского тура

Разрабатывается групповой офтальмологический тур в «Центр лазерной микрохирургии глаза» (ЦЛМГ) г.Калининград.

Цель тура – оказания специализированной офтальмологической помощи (лазерная коррекция зрения) на базе высокотехнологичного медицинского центра для широкого круга лиц.

Тур разрабатывается для российского туроператора или специализированного агентства, но может быть предложен и иностранным туроператором из соседних с Калининградской областью государств: Белоруссия, Литва, Польша.

Выбор медицинского центра обусловлен высоким качеством обслуживания в ЦЛМГ в г.Калининград, известностью бренда, удобством размещения. Город Калининград находится на западе России и граничит со странами ЕС. Потому подходит для клиентов, как из России, так и СНГ, и Европы.

ЦЛМГ был открыт в 2006 г. В Центре применяется современная малотравматичная методика удаления катаракты - ультразвуковая факоэмульсификация (ФЭК). Лечение проводится в амбулаторных условиях и не требует пребывания пациента в стационаре в послеоперационном периоде. Впервые в Калининграде стала доступной имплантация мультифокальных искусственных хрусталиков, позволяющих в ходе операции по катаракте вернуть пациенту и дальнее, и ближнее зрение.

Основная цель Центра - разработка и быстрое внедрение в медицинскую практику передовых методов диагностики и лечения глазных заболеваний,

создание необходимых для этого технологий и в то же время решение важной социальной задачи - сделать эти достижения доступными для жителей всех регионов России.

В Центре работают: 312 сотрудников, из них 2 доктора медицинских наук, 5 кандидатов медицинских наук, 2 заслуженных врача Российской Федерации, 6 Отличников здравоохранения, 19 врачей высшей категории.

Специализация филиала:

Хирургическое и лазерное лечение катаракты, глаукомы, близорукости, дальнозоркости, заболеваний роговицы, сетчатки, стекловидного тела, слезных путей, окулопластика, консервативное лечение глазных заболеваний, лечение патологии органа зрения у детей.

В приложении Б рассмотрим параметры программы обслуживания туристов офтальмологического тура в г.Калининград.

В процессе разработки офтальмологического тура в г. Калининград были выбраны следующие поставщики услуг (таблица 1).

Таблица 1 - Поставщики услуг для офтальмологического тура в г. Калининград

Услуга	Название поставщика услуг	Причина выбора
Транспортная	«РЖД» «Балтика Автотранс»	- высокое качество услуг, оптимальная стоимость, - высокое качество обслуживания, надежность услуги, хороший имидж компании.
Размещение	Гостиница ЦЛМГ	Единый комплекс услуг Центра, гостиница расположена в комплексе зданий медицинского центра. Максимально подходит под концепцию тура
Питание	Столовая и кафе Центра	Единый комплекс услуг Центра, столовая расположена в комплексе зданий медицинского центра. Максимально подходит под концепцию тура

Дополнительные услуги	Экскурсовод «Спутник-Калининград»	- профессионализм, высокое качество услуги, доступные цены, - интересное предложение маршрутов, по доступным ценам, - профессиональные инструкторы,

Для трансфера предлагается использовать железнодорожный транспорт «РЖД». Из Санкт-Петербурга ежедневно отправляются поезда. Например, расписание поездов по состоянию на март 2018 г. представлено ниже:

Отправление	Станция	Прибытие	Станция	Время в пути
09:32	Витебский вокзал	03:45	Калининград	в пути 18 ч 13 мин
11.50	Витебский вокзал	18:25	Калининград	в пути 14 часов
15:33	Витебский вокзал	21:28	Калининград	в пути 15 ч 55 мин

Цена билета колеблется в интервале от 800 до 2000 руб.

При этом цена на офтальмологические услуги в Калининграде на 25-30% ниже, чем в Санкт-Петербурге.

Программа обслуживания офтальмологического тура в Калининград:

Первый день.

03:45 – прибытие на железнодорожный вокзал «Калининград».

04.00 – 05.00 – трансфер в Центр лазерной микрохирургии глаза.

07.00 – 09.00 – регистрация больных, размещение в гостинице.

10.00 – 12.00 – обследование врача, первичная диагностика. Расширенная и углубленная диагностика органа зрения с помощью современных приборов и методик позволяет своевременно выявить причины ухудшения зрения, поставить правильный диагноз и назначить эффективное хирургическое или консервативное лечение. Диагностическое обследование в ЦЛМГ проводится высококвалифицированными специалистами на современном оборудовании лучших зарубежных производителей.

13.00 – 14.00 – обед

15.00 – 18.00 – сдача анализов

19.00 – 20.00 – ужин

Второй день.

08.00 – 9.00 – завтрак

10.00 – 12.00 – экскурсия на Куршскую косу (Куршская коса: пешеходный маршрут «Танцующий лес» – пешеходный маршрут на смотровую площадку «Высота Эфа».)

13.00 – 14.00 – обед

15.00 – 17.00 – консультация врача, подготовка к операции

19.00 – 20.00 – ужин

Третий день.

8.00 – 9.00 – завтрак

10.00 – 12.00 – лазерная операция. Лазерная коррекция зрения - это хирургическая операция, направленная на исправление аномалий рефракции глаза, за счет изменения формы роговицы и избавление пациента от необходимости пользоваться очками или контактными линзами. Предназначена для больных: близорукостью (миопия), дальнозоркостью (гиперметропия), пресбиопия, астигматизм.

13.00 – 14.00 – обед

15.00 – 18.00 – послеоперационные процедуры, отдых

19.00 – 20.00 – ужин

Четвертый день.

8.00 – 9.00 – завтрак

10.00 – 12.00 – консультация и осмотр врача

13.00 – 14.00 – обед

15.00 – 18.00 – посещение музея Центра лазерной микрохирургии глаза

19.00 – 20.00 – ужин

Пятый день.

8.00 – 9.00 – завтрак

10.00 – 12.00 – консультация и осмотр врача

13.00 – 14.00 – обед

15.00 – 18.00 – экскурсия по Калининграду с осмотром оборонительных сооружений города: башня Дона, бастион Обертайх, казарма Кронпринц, бастион Грольман. Посещение Бункера Ляша, Форта №5, форта №11 «Денхофф», Мемориал «1200 гвардейцам», прогулка по парку Победы, памятник Героям Первой Мировой Войны.

19.00 – 20.00 – ужин

Шестой день.

8.00 – 9.00 – завтрак

10.00- 12.00 – итоговая диагностика, консультация врача, оформление документов.

13.00 – трансфер на ж/д вокзал «Калиниград», отъезд

В рамках тура предлагаются две экскурсии.

Первая - Куршская коса: пешеходный маршрут «Танцующий лес» – пешеходный маршрут на смотровую площадку «Высота Эфа».

Куршская коса — уникальный уголок планеты Земля. Узкой полосой разделяет она соленое Балтийское море и пресноводный Куршский залив. На территории национального парка находятся три поселка: Лесное, Рыбачий и Морское. По своим габаритам, протяженности и высотным отметкам дюн, по красоте ландшафтов, богатству флоры и фауны, Куршская коса среди подобных образований в Европе не имеет аналогов. Это один из самых известных и посещаемых туристических центров. Туристов привлекает необычайно чистая природа, самые высокие в Европе дюны. Тут растут редкие растения, которые не встретишь больше нигде в мире. В здешних лесах водится много диких животных и редких птиц.

В период с апреля по октябрь в экскурсию на Куршскую косу включается посещение орнитологической станции кольцевания птиц «Фрингилла».

В период с ноября по март в экскурсию на Куршскую косу включается посещение визит-центра «Куршская коса», на территории которого расположен «Музейный комплекс».

«Долгая дорога в дюны» - экскурсия на Куршскую косу, скидки для ребенка от 50 до 10 %, стоимость необходимо уточнять.

Экскурсия предусматривает отдых и посещение любых экологических маршрутов. Программа и маршрут составляются при заказе экскурсии. Стандартно за 4 часа можно посетить пешеходные маршруты: Высота Эфа» и «Танцующий лес».

Музейный комплекс Национального парка «Куршская коса», расположен на 14-м километре на берегу залива. В состав музейного комплекса входят два основных здания и музей под открытым небом.

Вторая экскурсия по Калининграду с осмотром оборонительных сооружений города. Экскурсий по Калининграду много, с различными вариациями. Но, в общем, программа обзорной экскурсии, с историческим уклоном, включает осмотр:

- фортификационных сооружений (башня «Дер Дона», башня «Врангеля»);

- ворот (Королевские, Фринландские, Бранденбургские, Закхаймские);

- Кафедрального собора.

Калининград - один из самых притягательных городов страны, немецкое прошлое делает его «европейцем» на фоне городов средней полосы России.

Каждое турагентство может по-разному комбинировать порядок посещения и состав объектов. Большинство объектов можно посмотреть самостоятельно, выбрать те, которые наиболее привлекают туристов.

Таким образом, в рамках предлагаемого тура предусмотрены две медицинские диагностики и консультации, медицинская операция (используется лазер, операция длиться 15 минут, без анестезии), облегченная экскурсионная программа и трансфер.

3.2 Расчет стоимости медицинского тура

В приложении В проведем калькуляцию стоимости офтальмологического тура в Калининград. В стоимость турпродукта входят: стоимость трансфера по маршруту, размещение, питание, стоимость организации медицинской помощи, экскурсии.

Рассмотрим расчет стоимости более подробно.

1. Стоимость транспортного обслуживания складывает из двух статей:

Стоимость ж/д билета по маршруту (туда и обратно) – 1400 руб.

Аренда микроавтобуса для трансфера из аэропорта и на экскурсии – 2000 руб. за машину, т.е. по 400 руб. с человека в группе из 5 больных.

Таким образом, стоимость транспортного обслуживания составила 1800 руб. с человека или 9000 руб. для группы из 5 человек.

2. Центр лазерной микрохирургии глаза предлагает клиентам стационар и питание. Пребывание в стационаре (включает завтрак, обед, ужин) на начало 2018 года составляет 760 руб. в сутки. При стандартном сроке лечения 5 дней - общая сумма расходов по этой статье для человека составит 3950 руб., или 19 750 руб. с группы.

3. Основная статья расходов – медицинские услуги слагается из следующих обязательных процедур:

Комплексная диагностика – стоимость 900 руб.

Лабораторные исследования анализов – 280 руб.

Лазерная коррекция зрения (операция) имеет большой разброс цен, что связано со стадией заболевания, возрастом пациента, имеющимися осложнениями. Так, цены на один глаз колеблются от 12 000 до 20 500 руб. Для расчета взят наиболее типичный случай – 27 800 руб., при операции на оба глаза.

Консультация врача предлагается бесплатно, в рамках уже оплаченных услуг.

В итоге, общая стоимость всех медицинских услуг для данного тура составит 28 980 руб. с человека или 144 900 руб. с группы.

4. Тур предполагает экскурсионную программу, в рамках обязательных прогулок, которые предусматривает лечение.

Предлагаются две экскурсии:

Экскурсия на Куршскую косу по цене 200 руб. с человека.

Экскурсия по Калининграду – 150 руб. с человека.

В итоге стоимость прямых расходов тура составила 35 080 руб. на человека или 175 400 руб. с группы. К этой базовой стоимости следует добавить косвенные расходы (5% от суммы прямых расходов), комиссую турагентства (10%) и величину надбавки турфирмы (15%). Итоговая стоимость офтальмологического тура в Калининград составит 46 000 руб. с человека или 230 тыс. руб. с группы из 5 человек.

3.3 Продвижение медицинского тура на рынке России

Организация всякого тура, в том числе медицинского, предполагает наличие прямого и опосредованного каналов продвижения турпродукта:

Прямая схема в данном случае связана с созданием собственных фирм, которые занимались бы рекламой и продажей конкретной туристской программы, в частности продавали бы офтальмологический тур в Калининград. Однако это требует значительных финансовых средств, поэтому трудно рассчитывать на быструю окупаемость этих расходов.

Опосредованная схема предполагает использование действующих турфирм-туроператоров, которые имеют хорошие позиции в своем регионе или сегменте рынка. Эти фирмы выступают в роле посредников и реализуют на рынке уже готовый тур.

Такой вариант может широко использоваться в случае продвижения разработанного офтальмологического тура. При этом виде продвижения турпродукта на рынке существует возможность быстро и с наименьшими

затратами продвинуть турпродукт на рынках, обеспечив при этом его хорошую реализацию.

Для продвижения офтальмологического тура в Калининград на рынке России планируется использовать следующие способы продвижения турпродукта:

- работа с агентствами (турфирмы посредники);
- реклама (в периодических изданиях, на радио, в сети Интернет, печатная рекламная продукция);
- стимулирование потребителей (дисконтные карты, скидки).

Необходимость рекламной кампании диктуется положением на рынке, где еще не сложился устойчивый спрос, и потенциальные клиенты не осведомлены о наличии специализированных тур продуктов в медицинском туризме на внутреннем рынке. Поэтому предлагается задействовать при проведении рекламной компании такие площадки как Интернет и медицинские печатные издания. В случае успеха тура, возможно использовать для рекламы региональные телевизионные СМИ.

Важным шагом рекламной компании является поддержка и распространение собственного Интернет-сайта медицинского тура в Интернете. Необходимо создать специализированный сайт, посвященный офтальмологическим турам в Калининград. Также очень важно наладить поддержку обратной связи. Во-первых, возможность для клиента оперативно связаться по электронной почте или WhatsApp и, во-вторых, немедленную реакцию компании на его запрос (например, если пользователь послал вопрос по электронной почте, то он непременно должен в течение нескольких часов получить ответ или хотя бы уведомление о том, когда он его получит).

В данной работе в рекламных акциях следует сделать ставку на молодежь, студентов и молодых специалистов – это перспективное направление развития данного вида туризма, а также сегмент рынка, имеющий средние доходы, которые позволяют делать высокотехнологичные операции. Необходимость развивать его обусловлена такими социальными качествами

молодёжи, как активность, высокий уровень потребностей, интерес к инновационным методам лечения, восприимчивость к новым идеям, непритязательность. Высокая туристская активность объясняется и стремлением молодых людей к общению, познанию. Молодым свойственно ощущение радости жизни. Немаловажным является и наличие свободного времени (например, каникулы).

Необходимо выбрать слоган рекламной кампании для медицинского туризма. Предлагается использовать дополнительный слоган: «Новый взгляд в будущее». Данный слоган должен использоваться в рекламных материалах кампаний, предлагающих данные офтальмологические туры – видеороликах в Интернете, печатной продукции, также предлагается использовать данный слоган в оформлении офиса, на бланках компании.

Необходимость рекламной кампании диктуется положением на рынке, где существует жесткая конкуренция с выездным медицинским туризмом. Поэтому предлагается задействовать при проведении рекламной кампании такие площадки как Интернет и печатные издания.

Для продвижения тура фирмам предлагается использовать различные скидки. Для офтальмологических тура можно предложить следующую систему скидок:

- скидки сезонные;
- семейные скидки;
- групповые;
- детские;
- специальные (для тех, кто владеет картой постоянного клиента).

Компании, работающие на рынке медицинского туризма, используют систему скидок, которую обозначает цвет карты. Так, например, серебряная скидка (3%) предоставляется при выполнении одного из условий:

- повторное бронирование тура в компании;
- бронирование через интернет;

- раннее бронирование (бронирование и оплата за 45 дней до выезда и ранее);

- если у кого-то из участников поездки на даты тура приходится день рождения.

Золотая скидка (5%) предоставляется при одновременном выполнении двух и более из перечисленных выше условий.

Кроме того, каждому, оформившему поездку в Калининград, компания предоставляет - путеводитель по региону в подарок. Еще один механизм поддержки продаж - это карта постоянного клиента. Карта постоянного клиента - это не только дополнительные бесплатные услуги, но и скидка. Стабильная работа компании способствует появлению постоянных клиентов, которыми компания очень дорожит, и, поэтому, предлагает им лучшие цены. Накопительная карта накапливает дисконт, что позволяет получить больший размер скидки при последующих обращениях к нам.

Карта постоянного клиента представляет собой персонифицированную пластиковую карту и является официальным неплатежным документом для получения скидки.

Система бонусов по программе «Друзья постоянного клиента» (см. таблицу 2).

Таблица 2 - Система скидок для постоянных клиентов

Стоимость тура	Размер бонуса
15000	100
15010-30000	200
30010-40000	300
40010-60000	500
60010-80000	800
80010 и более	индивидуально

Скидка возрастает при каждом приобретении туристских услуг, связанных с медицинским туризмом. Друг постоянного клиента при оформлении тура предъявляет карту постоянного клиента, получает бонусы в

зависимости от стоимости тура, а сам постоянный клиент получает дополнительный дисконт на свою карту.

Таким образом, для продвижения тура и поддержания продаж можно использовать разнообразные механизмы, которые уже доказали свою эффективность.

Методами продвижения разработанного туристического продукта должны стать:

Использование услуг агента-промоутера, который будет заниматься продвижением и рекламой данного туристического продукта среди корпоративных клиентов.

Также необходимо сотрудничество с администрацией нескольких крупных туристских предприятий, дав рекламу своего тура на их персональном сайте.

Интернет рассылка, баннерная реклама в Интернете, работа в социальных сетях и на форумах.

Сотрудничество с гостиницами городов, раздача рекламных листовок фирмы на ресепшн гостиниц.

Установка рекламного щита недалеко от офиса турфирм.

Рекламная кампания в газетах и на телевидении регионов.

Для информационной поддержке турагентств и клиентов предлагается разработать серию информационных листовок и буклетов с информацией о возможных турах, услугах, описанием услуг на туре, и всей необходимой информацией.

Таким образом, для продвижения офтальмологического тура в Калининграде предлагается работать с агентствами; разработать рекламную кампанию (в периодических изданиях, на радио, в сети Интернет, печатная рекламная продукция); стимулировать потребителей (дисконтные карты, скидки). Предлагается разработать рекламную кампанию в Интернете, с целью продвижение на рынке туристских ресурсов, и, прежде всего, медицинских туров (необходимо занять пока еще свободную нишу), при этом, особое

значении должно быть уделено медицинскому туризму, т.к. в настоящее время, отмечается дефицит подобных туров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе рассмотрена специфика организации медицинских туров в России. Термином «медицинский туризм» обозначается путешествие в другую страну с целью получения специализированных медицинских услуг (диагностика, лечение, реабилитация).

Ключевые характеристики медицинского туризма: перемещение людей с целью получения медицинских услуг, наличие специализированных центров, которые их предоставляют, наличие сопутствующих услуг (проживание, питание, транспорт и др.), регулярность оказания услуг и отработанность схемы. Отличительной особенностью медицинского туризма является возможность совместить высококвалифицированные медицинские услуги и отдых в странах с уникальными условиями. Главной целью такого сочетания является наиболее полная реабилитация организма после медицинских процедур.

Технология создания медицинского тура включает деятельность туроператора (оператор медицинских услуг) по подготовке комплекса основных и дополнительных услуг. Любой медицинский тур – формируемый комплекс основных и дополнительных услуг, предоставляемых туристу. Тур составляют основные и дополнительные услуги, который предоставляются туристу. Организацией тура занимается оператор медицинского туризма, который напрямую или через посредника проводит переговоры с зарубежным медицинским учреждением, обговаривает стоимость услуг, сроки их оказания, бронирует места, организует транспортировку пациента, готовит комплекс необходимых дополнительных услуг.

Мировой рынок медицинского туризма развивается высокими темпами. Все больше и больше людей в последнее время предпочитают получать медицинскую помощь за рубежом. В соответствии с потребностями пациентов появилось огромное количество медицинских и дополнительных услуг. К настоящему времени рынок медицинского туризма сегментирован по

географическому и технологическому принципам. На рынке медицинского туризма сложились многофункциональные центры (Израиль, Сингапур), где предоставляются качественные и недорогие услуги. Существуют элитные центры, например, кардиологии (Германия, Австрия, Швейцария) или пластической хирургии (Франция, Швеция). Широко распространены моноспециализированные центры, которые сосредоточены на оказания услуг в рамках одного медицинского направления.

Одним из серьезных направлений развития рынка медицинских услуг в Росси может являться медицинский туризм. Россия является привлекательной страной для медицинских туристов, т.к. имеет высококвалифицированных специалистов, уникальные природные условия и конкурентные цены на медицинские услуги. Однако отсутствие развитой инфраструктуры сдерживает рост данного сегмента. Для развития в стране медицинского туризма следует рассмотреть возможность специализации на отдельных направлениях, таких, например, как офтальмологическая хирургия, где авторитет российской медицины достаточно высок, а предложения по качеству и цене конкурентоспособны на мировом рынке.

Российский внутренний рынок медицинского туризма находится в стадии формирования, и пока его объемы незначительны. В России действуют многофункциональные центры медицинского туризма, прежде всего, Москва и Санкт-Петербург; существуют узкоспециализированные медицинские центры мирового уровня. Платные медицинские услуги пользуются спросом, прежде всего, у граждан России. Основные направления российского медицинского туризма, имеющие международное значение: офтальмология, лечение опорно-двигательного аппарата, стоматология. Среди ключевых проблем российского рынка медицинского туризма в работе выделены: неразвитая медицинская инфраструктура и дефицит на рынке интересных предложений и информации о выгодных предложениях из медицинских центров в регионах России.

В проектной части работы разработан новый офтальмологический групповой тур в г.Калининград в Центр лазерной микрохирургии глаза. Цель

разработанного тура - предоставление высокотехнологичной медицинской помощи (лазерная коррекция зрения). Для оказания медицинских услуг выбран – ЦЛМГ по следующим причинам:

- это крупный и современный российский офтальмологический центр;

- наличие инновационного оборудования и профессионального персонала;

- Центр обладает международным признанием и хорошим имиджем.

Разработан шестидневный специализированный тур, включающий полный комплекс медицинских услуг (консультация, диагностика, операция, постоперационное наблюдение), а также услуги проживания и питание, экскурсионные услуги. Организуется трансфер пациентов от железнодорожной станции до ЦЛМГ. Весь комплекс базовых услуг реализуется на базе ЦЛМГ, где имеется стационар. Тур предусматривает программу восстановления – экскурсионная программа.

Расчет стоимости тура показал, что самой затратной является статья «медицинские услуги», при умеренной стоимости остальных. Стоимость медицинских услуг включает полный комплекс: консультация, полная диагностика, лазерная операция, послеоперационное обслуживание.

Для продвижения офтальмологического тура предлагается использовать работу с агентствами; разработать рекламную кампанию (в периодических изданиях, на радио, в сети Интернет, в печатной рекламной продукции); стимулировать потребителей (дисконтные карты, скидки). Предлагается разработать рекламную кампанию в Интернете, с целью продвижение на рынке туристских ресурсов, и прежде всего медицинских туров, при этом, особое значении должно быть уделено медицинскому туризму, т.к. в настоящее время, отмечается дефицит подобных туров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 №132-ФЗ // СПС Консультант-Плюс.

2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы. Утверждена постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 № 317.

3. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» Утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 02.08.2011 № 644.

4. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 18.07.2007 № 452.

Монографии и учебная литература

5. Бабкин А.В. Специальные виды туризма // Ростов-на-Дону, Феникс, 2008.

6. Ветитнев А.М., Кусков А.С. Лечебный туризм // М., Форум, 2014.

7. Галкин В.В. Медицинский бизнес // М., КноРус, 2015.

8. Дурович А.П. Организация туризма // СПб., Питер, 2013.

9. Руководства для координаторов медицинского туризма. JTA. март, 2014.

10. Чернова Т.В., Кармашкова Н.В., Дмитриенко Ю.В. Основы туристического бизнеса: Учебное пособие // Хабаровск, РИЦ ХГАЭП, 2014.

Статьи периодических изданий

11. Герасимов П. Готова ли Россия занять прочные позиции на рынке медицинского туризма? // Ремедиум, №1-2, 2016.

12. Гулевский-Оболонский К.А. Медицина без границ: подход к анализу современного рынка медицинского туризма // Турбизнес, 2016, №1.

13. Медицинский туризм в России. Пробовать ли? // Туринфо, №3, 2017.

14. Мулихов М.Н., Куцевол Н.Г. Разработка механизма реализации концепции медицинского туризма // Фундаментальные исследования, 2015, № 6 (часть 3).

15. Пелих О.И. Некоторые аспекты развития сегмента медицинского туризма в России // Ученые записки Российской Академии предпринимательства, 2015, № 32.

16. Ревью, тематическое приложение к газете Коммерсантъ, № 71/П, 2017.

17. Селезнев В.Д. Медицинский туризм и его развитие в современных условиях // Вестник Национальной академии туризма, 2015, № 4 (24).

18. Скоробогатова Т. Лечебный туризм как новая форма туристических услуг // Вестник физиотерапии и курортологии, 2016, Т. 8, № 2.

19. Федоров В.К. Предпосылки возникновения новых форм лечебно-оздоровительного туризма // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Серия «Экономика и управление». Том 24 (63) // 2014, № 2.

20. Утром пляж, вечером операция. Россияне едут отдохнуть и подлечиться за рубеж // Российская газета, 08.05.2014.

Электронные источники

21. Александрова А.Ю. Международный туризм Глава IV § 4 География лечебно-оздоровительного туризма // URL: http://tourlib.net/books_tourism/aleks44.htm

22. Архарова И. Исследование: медицинский туризм в России прирос более чем вдвое // Турпром, ноябрь 2017. URL: https://www.tourprom.ru/news/37673/

23. Галкин В.В. Медицинский туризм как сфера бизнеса // URL: http://vadim-galkin.ru/articles/medical-business/medical-tourism/

24. Диагноз туриста. За лечением в Россию пока едут в основном из стран СНГ // Российская газета - Столичный выпуск №7433 (267), 2017. URL: https://rg.ru/2017/11/23/kak-razvivat-v-rossii-medicinskij-turizm.html

25. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности // URL: http://tourlib.net/books_tourism/zorin.htm

26. Кондратьев А. Медицинский туризм: Россия или заграница // Бизнес России. URL: http://businessofrussia.com/март/item/149-medturizm.html

27. Лечение в Германии и в Израиле // URL: http://www.tiensmed.ru/news/guide_medicine_world.html

28. Отплывающая ниша. Деловой журнал об индустрии здоровья // URL: http://vademec.ru/magazines/article1049.html

29. Маньшина Н.В. Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: статистика и тренды мирового и российского рынка // Материалы 10-й международной конференции по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму “Medical Tourism, Spa & Health”, 2014. URL: https://www.tourismexpo.ru/spa/conference/2014/presentation/nadezhda-manshina.pdf

30. Популярные направления медицинского туризма // URL: http://www.intmedtourism.com/ru/popular-medical-tourism-destinations2/

31. Российский рынок въездного медицинского туризма находится на стадии подъема. Фармацевтический вестник, 2017 // URL: https://pharmvestnik.ru/publs/lenta/v-rossii/rossijskij-rynok-vjezdnogo-meditsinskogo-turizma-naxoditsja-na-stadii-podjema.html

32. Рынок внутреннего медицинского туризма в России за год вырос на 16%, Агентство экономической информации ПРАЙМ, 2017 // URL: https://1prime.ru/articles/20170321/827274807.html

33. Турист по жизненным показаниям, Эксперт-онлайн // URL: http://expert.ru/ural/2014/20/turist-po-zhiznennyim-pokazaniyam/

34. Что представляет собой Медицинский туризм? // URL: http://www.medicaltourismassociation.com/ru/medical-tourism-faq-s.html

35. Медицинский туризм: растущий рынок больших инвестиционных возможностей, информационно-аналитический портал Gaap.ru, 2014 // URL: http://gaap.ru/articles/Meditsinskiy_turizm_rastushchiy_rynok_bolshikh_investitsionnykh_vozmozhnostey/

ПРИЛОЖЕНИЯ