МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Гжельский государственный университет»
(ГГУ)

Направление подготовки: 43.03.02 - Туризм
Кафедра социально-культурной деятельности и туризма

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:
«Технология и организация медицинского туризма в РФ (на примере туристического агентства «Фолистер», г. Москва)

Автор работы:
студентка группы
форма обучения - заочная

Подпись_____

Руководитель работы:
ДОКТОР географических наук, профессор

Подпись

Заведующий выпускающей кафедрой:
кандидат географических наук, доцент

Подпись _____

пос. Электроизолятор
2022г.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Гжельский государственный университет»
(ГГУ)

Направление подготовки: 43.03.02 - Туризм
Кафедра социально-культурной деятельности и туризма

ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу

Студенту 5 курса группы
заочной формы обучения

1. Тема выпускной квалификационной работы:
Технология и организация внутреннего туризма (на примере туристического агентства «Фолистер»)
Утверждена приказом по Университету_____от_____20_____г.
2. Срок сдачи студентом законченной работы 4 июля 2022 г.
3. Исходные данные по выпускной квалификационной работе:
Методические указания, материалы преддипломной практики, рекомендации научного руководителя, собственные наработки и так далее.
4. Примерное содержание выпускной квалификационной работы:
Введение
Глава 1. Содержание и специфика организации медицинского туризма
1.1 Понятие и сущность медицинского туризма
1.2 Технология организации туров в медицинском туризме
1.3 Методология организации работы турагентства
Глава 2. Анализ технологий и организация медицинского туризма в РФ на примере турагентства «Фолистер».
2.1 Краткая характеристика турагентства «Фолистер»
2.2 Анализ спроса на рынке медицинского туризма России
2.3 Разработка медицинского тура в турагентстве «Фолистер»
Заключение
Список использованных источников

Дата выдачи задания 30 апреля 2022 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы:
д.г.н., профессо
Задание приняла к исполнению:
_____
(подпись студента)

МИНОБРНАУКИРОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Гжельский государственный университет»
(ГГУ)

Направление подготовки: 43.03.02 - Туризм
Кафедра социально-культурной деятельности и туризма

ОТЗЫВ

на бакалавра Соколову Марину Ивановну,
выполнившего выпускную квалификационную работу на тему
«Технология и организация медицинского туризма в РФ (на примере туристического агентства Фолистер)»

Руководитель выпускной квалификационной работы: д.г.н., профессор

Содержание отзыва: **Актуальность темы** исследования связана с тем, что в современных пандемийных условиях, существенно возрастает роль медицинского туризма. Усиление его роли - одна из важнейших задач современного российского внутреннего туризма. Неэффективная система медицинских услуг вызывает у работников неудовлетворенность, что приводит к снижению производительности труда и ухудшению показателей их деятельности. С другой стороны, эффективная система стимулирует производительность персонала, повышает эффективность человеческих ресурсов, обеспечивает достижение всего комплекса целей системы.

Цель работы автор видит в разработке преимуществ технологий и организации медицинского туризма в РФ.

Научная новизна исследования заключается в применении комплексного анализа современных возможностей организации и управления медицинским туризмом, а также исследовании его функциональных особенностей.

Работа соответствует заявленной теме по структуре и содержанию. Методологической основой послужили теории и концепции, традиционные для современной медико-географической науки.

Научные положения работы достаточно аргументированы и достоверны. Комплекс использованных методов соответствует цели и задачам исследования.

Рассмотрение выпускной квалификационной работы показывает, что задачи исследования сформулированы, обоснованы и выполнены, сделаны выводы как в конце глав, так в заключении работы. Результаты научно-исследовательской работы представляют научный интерес и имеют прикладное значение.

Автор достиг хороших результатов в области научно-исследовательской и практической деятельности, выявил высокий уровень творческих качеств, необходимых для получения квалификации, которая соответствует образовательно-квалификационному уровню бакалавра.

Практическое значение работы заключается в возможности использования полученных результатов в деятельности как отдельной турфирмы, так и других аналогичных предприятий.

В заключении следует отметить, что _____, выполнившая выпускную квалификационную работу на тему «Технология и организация медицинского туризма в РФ (на примере туристического агентства Фолистер)», которая полностью соответствует предъявляемым требованиями к работам такого рода, рекомендована к защите и заслуживает оценки «отлично».

Научный руководитель

16.02.2021

14 июня 2022 г.

Подпись

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....6
ГЛАВА 1 СОДЕРЖАНИЕ И СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА.....9
1.1 Понятие и сущность медицинского туризма.....9
1.2 Технология организации туров в медицинском туризме.....15
1.3 Методология организации работы турагентства.....24
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РФ НА ПРИМЕРЕ ТУРАГЕНТСТВА «ФОЛИСТЕР».....32
2.1 Краткая характеристика турагентства «Фолистер».....32
2.2 Анализ спроса на рынке медицинского туризма России.....36
2.3 Разработка медицинского тура в турагентстве Фолистер.....41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....55

ВВЕДЕНИЕ

Главным фактором полноценной и энергичной жизнедеятельности человека является хорошее здоровье. В настоящее время процессы научно-технологического развития протекают стремительными темпами. Взаимосвязанные факторы цифровизации, автоматизации, индустриализации оказывают негативное влияние на психофизиологическое состояние человека. Научно-технологический прогресс влечет за собой не только положительные изменения в развитии производства и экономики, но и способствуют росту негативных факторов, выраженных в нарушении экологии, частых стрессах, малоподвижном образе жизни, снижении уровня здоровья населения. Неблагоприятные экологические условия, в которых живет и работает человек, способствуют тому, что личность находится в постоянном стрессе, что, в свою очередь, влияет на физическое и умственное переутомление, преждевременное старение организма и получение хронических болезней.

Таким образом, здоровье представляет ценный фактор в современной действительности, от которого зависит полноценная и активная жизнедеятельность человека. Все большее количество людей стремится поддерживать здоровый образ жизни, вовремя обращаться за получением медицинских услуг, позволяющих не усугублять причины возникновения недомогания.

В связи с растущей потребностью населения в сохранении и поддержании своего здоровья, увеличивается количество организаций по оказанию оздоровительных, лечебных и реабилитационных услуг. Как правило, такие организации функционируют в регионах с оптимальными климатическими и природными условиями, благоприятно влияющими на процесс восстановления организма, при этом немаловажную роль играют социальные, культурные и экономические факторы.

Сегодня широко используемым направлением стал медицинский туризм. Это вызвано тем, что не всегда необходимую, квалифицированную

медицинскую помощь можно получить на территории проживания, и за получением комплексного профессионального лечения необходимо обращаться в другой регион или за границу, на территории которых функционируют соответствующие учреждения, где желающие, число которых стремительно растет, могут удовлетворить свои потребности. Все перечисленные факторы способствовали активному развитию лечебного туризма.

В соответствие со статистическими данными, до 6% поездок внутри страны и также за границу связаны с получение оздоровительных и лечебных услуг. На получение данного вида услуг туристы затрачивают около 14% от общего уровня туристических расходов, что подчеркивает значимость лечебного туризма, как направления туристической отрасли. В современной действительности медицинский туризм включает множество направлений и достижений в области лечения и оздоровления, современных лечебных практик, с каждым годом увеличивается количество желающих, не только отдохнуть, но и поправить свое здоровье.

Объектом исследования в работе выступает медицинский туризм.

Предметом исследования в работе является процесс организации медицинского тура.

Цель данной работы - исследование технологий и организации медицинского туризма в РФ.

Исходя из поставленной цели, в рамках данной работы, предполагается решение следующих **задач:**

- изучить понятие и сущность медицинского туризма;
- рассмотреть технологии организации туров в медицинском туризме;
- определить методологию организации работы турагентства;
- проанализировать спрос на рынке медицинского туризма России;
- разработать медицинский тур в турагентстве ООО «Фолистер».

Методология**.** Для раскрытия сущности, методов и механизма взаимодействия турагентства и туроператоров использовались принципы

научного познания: наблюдение, логический, системный, диалектический, исторический и институциональный.

Базой исследования в работе выступает ООО «Фолистер».

Методологической и теоретической базой работы являются концептуально-категориальный аппарат, положения и результаты теорий организации туризма, предпринимательства, экономической теории, управленческого учета. К важнейшим методам исследования можно отнести: аналитический, анкетирования, описательный, сравнительный,

Структура работы включает: введение, три главы, заключение и списком использованной литературы.

ГЛАВА 1. СОДЕРЖАНИЕ И СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие и сущность медицинского туризма

На сегодняшний день имеется множество определений термина медицинского туризма, предложенного учеными и экспертами, но все они сильно отличаются друг от друга, как и уровень развития данного туристического направления в разных странах.

В таблице 1.1 приведены наиболее популярные определения понятия медицинский туризм, сформулированные учеными и исследовательскими организациями. При анализе взглядов разных ученых выделим наиболее общее понятие медицинского туризма – это лечебный туризм, основной функцией которого является восстановление здоровья, лечение хронических и сопутствующих заболеваний на территориях, где функционируют санаторно-курортные и медицинские учреждения, оказывающие комплекс услуг разного уровня по восстановлению здоровья [18].

Таблица 1.1

Основные подходы к определению понятия «медицинский туризм»

Автор определения	Содержание определения
ЮНВТО	Медицинский туризм как вид услуг связан с оздоровлением в условиях специализированных учреждений (санаторно-курортных, лечебных).
ESPA	Медицинский туризм является разновидностью активного отдыха за пределами региона проживания с целью восстановления психофизиологического состояния организма.
АИЕСТ	Медицинский туризм является комплексной услугой, сочетающей оздоровительные, рекреационные и досуговые цели потребителя.
Нарштедт Х.	Медицинский туризм предполагает посещение специализированных здравниц, курортов, учреждений за пределами проживания потребителя услуг на программной основе при самостоятельном планировании отдыха.
Каспар С.	Медицинский туризм является интеграцией системного

	кооперационного взаимодействия, направленного на реализацию совокупности мер лечебнооздоровительного характера с целью укрепления адаптационных возможностей организма человека и стабилизации социального, физического, психического компонентов здоровья вне места его постоянного проживания

Сущностные характеристики медицинского туризма и его эффективного функционирования выражены в следующих факторах:

а) необходимость в квалифицированном техническом оборудовании и человеческих ресурсах;

б) для обеспечения положительного эффекта оздоровления, турист должен рассчитывать на пребывание в оздоровительном учреждении не менее чем две недели;

в) использование ресурсного природного потенциала, как фактора оздоровления;

г) высокая ценовая категория лечебных услуг;

д) индивидуальный подход к каждому клиенту, направление лечение и выбор лечебного учреждения, исходя от степени сложности заболевания. Таким образом, можно полагать, что лечебно-оздоровительный туризм, включает в себя такие виды, как медицинский, лечебный и оздоровительный туризм.

Лечебный туризм – это поездки человека за пределы территории постоянного местожительства с целью оздоровления путем лечения в специализированном медицинском учреждении, организуемые через туристические фирмы. А.М. Ветитнев и А.А. Торгашева считают целесообразным структурировать данные направления туристических потоков: выездной лечебно-оздоровительный туризм, внутренний лечебно-оздоровительный туризм и въездной лечебно-оздоровительный туризм

Рынок медицинского туризма развивается довольно активными темпами, что увеличивает конкуренцию между лечебно-оздоровительными

организациями, санаториями и профилакториями. Высокая конкуренция, в свою очередь, приводит к тому, что лечебные организации стараются расширить ассортимент предоставляемых услуг, его качественные и ценовые характеристики для расширения клиентской базы. Основным функциональным назначением курортов и санаториев является лечебная практика, но в целях привлечения клиентуры, данные организации также специализируются на предоставлении культурных, развлекательных, косметических и спортивных услуг (см. рисунок 1.1).

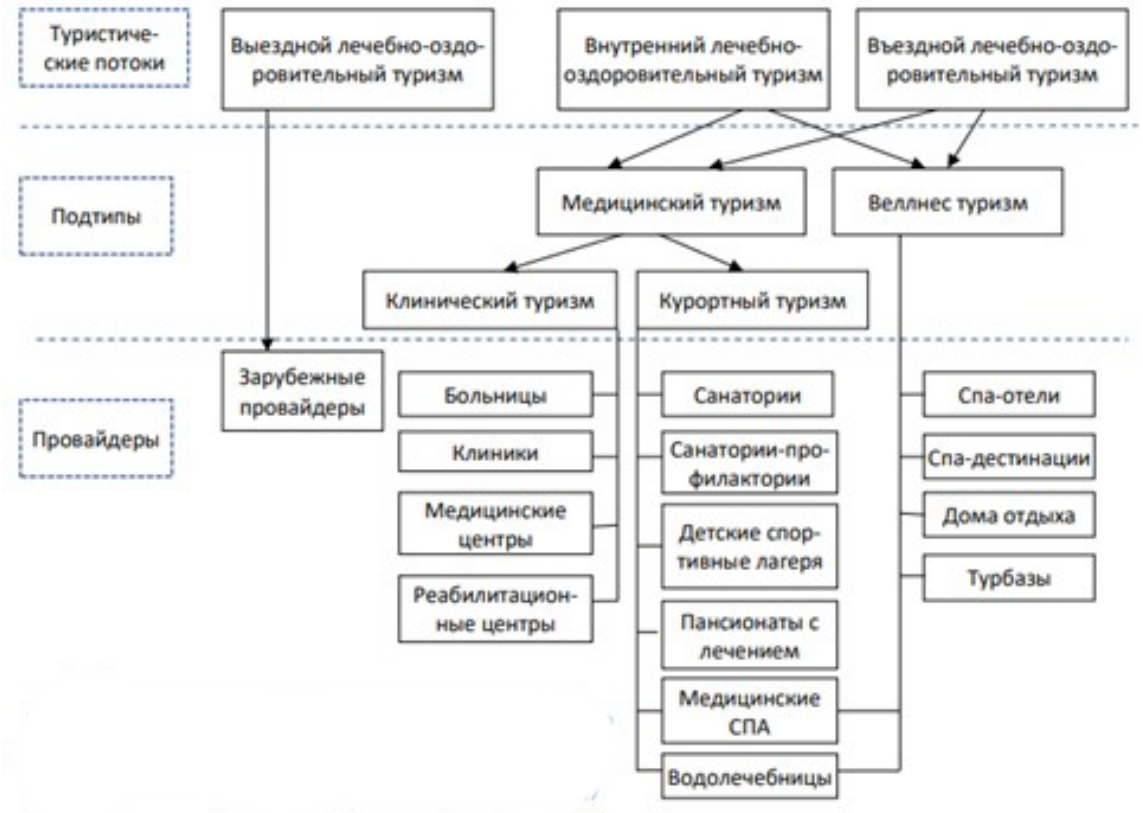


Рис. 1.1 Основные направления оздоровительного туризма и специализированные отечественные провайдеры

На развитие лечебно-оздоровительного туризма также повлиял тот факт, что последнее время путешествия стали более доступными для населения.

Туристы могут выбрать подходящее направление, как внутри страны, так и за ее пределами. Также следует отметить, что развитие медицинского туризма затрагивает ключевые отрасли экономики, а именно: сельское хозяйство, строительство, транспорт, связь и многие другие. Даже в период

кризисного финансового положения страны сфера лечебного туризма продолжает активно развиваться, оказывая большое влияние на системы здравоохранения и страховые организации. В связи, с чем для экономического развития государства, необходима поддержка данного сектора экономики и всяческое содействие в его развитии.

Сегодня каждое отдельное государство отличается сформировавшимся имиджем, на который огромное влияние оказывают такие факторы, как уровень медицины, разнообразные природные комплексы, социальный уровень и уровень культуры и экономики, ценовые и качественные предложения. На формирование положительного имиджа оказывает существенное влияние государственная политика, направленная на развитие медицины и туризма [15].

В связи с чем самыми популярными и посещаемыми туристическими направлениями являются развитые страны с высоким уровнем услуг медицинских и оздоровительных услуг, качественным сервисом туристов. Каждый человек, выбирая туристическое направление в целях не только отдыха, но и лечения, отталкивается от своих причин и необходимых для него условий. Кого-то привлекает лечебно-оздоровительное учреждение, оборудованное современной медицинской техникой, где обслуживают высококвалифицированные специалисты, кто-то при выборе места отдыха и реабилитации отталкивается от факторов доступности и ценовой категории [25].

Также в некоторых странах Европы, таких как Канада, Великобритания и другие, государственная система страхования сформирована таким образом, что для получения определенной медицинской помощи требуется довольно длительное время, что вынуждает людей, остро нуждающихся в лечении, искать подходящие услуги и лечебно-оздоровительные организации за пределами своей страны. Сформировать общий рейтинг стран по уровню развития медицины довольно сложно. На это влияет то, что в настоящее время нет общей оценки уровня развития лечебного туризма в каждой стране в связи

с влиянием множества факторов, таких как социальное положения, изменчивые экономические условия и другие.

При этом среди развитых стран можно выделить страны с высоким имиджем в рамках развития лечебно-оздоровительного туризма. Такие страны, как Израиль, Канада, Великобритания, Индия, Сингапур, Германия и Южная Корея достигли высокого уровня развития в этой области. В нашей стране развитие лечебного туризма пришлось на первую половину 20 века, причет развитие получило только внутреннее направление потребление данной услуги. Активно пользоваться зарубежными услугами лечебного туризма население России начало только пару десятков лет назад [21].

Развитие лечебных отечественных курортов пришлось на конец XVIII века, благодаря императору Петру Первому, по приказу которого были открыты первые минеральные источники, обладающие лечебной силой. Первый лечебный минеральный источник был обнаружен в Карелии в 1714 г., воды данного источника были насыщены железом и оказывали благотворное лечебное действие.

Спустя несколько десятков лет были открыты минеральные воды, лечебные свойства которых были описаны и рекомендованы И.А. Гильденштедтом. В 1803 году в Ставропольском крае были открыты минеральные источники, благодаря которым территория вскоре была заселена, получив название Кисловодск, популярный и по сей день, как лечебно-оздоровительный курорт [30].

В начале XX в. в России было обнаружено более 500 минеральных источников и месторождений лечебных грязей, однако эксплуатация ценных природных ресурсов была реализована только в 38 курортах. При этом данные лечебные источники особо не охранялись и не проходили санитарно-гигиенических профилактик. В период существования Советского Союза шло активное строение лечебно-оздоровительных учреждений, многие из которых функционируют и в настоящее время. В 80-е годы лечебный туризм активно

поддерживался государством и был доступен населению любого уровня жизни и состоятельности [13].

Эффективность развития данной туристической отрасли в те годы объясняется рациональным и эффективным использование природных ценных ресурсов, оказывающих положительный лечебный эффект, самым большим плюсом которого являлся его совершенно натуральный состав. В 1918 г. все курорты Советского Союза перешли от частной собственности к государству, управление ими осуществлялось Высшим советом народного хозяйства и Народным Комитетом здравоохранения РСФСР.

В 1920 г. по специальному положению рабочих граждан стали отправлять по путевкам в Крым для восстановления здоровья. В следующем году открылись курортные территории Черного моря. Еще через несколько лет была налажена инфраструктура курортов Боржоми и Абастумани. Эффективное развитие курортов, лечебных здравниц и санаториев в советское время реализовывалось благодаря бережливому отношению к природным лечебным факторам и окружающей среде в целом, рациональному использованию природных ресурсов и курортных зон. Сегодня отечественная курортная и туристическая отрасль не отличается такими качественными характеристиками, и вся деятельность лечебных организаций и территории основана на привлечении инвестиций и достаточном финансировании, фактору природной среды в настоящее время не уделяется должного внимания [19].

В ряде исследованиях отмечается неудовлетворенность отечественного населения качеством медицины в нашей стране. При этом Российская Федерация имеет высокие перспективы развития, согласно заключению ЮНВТО, и входит в пятерку стран, богатых ценными природными и лечебными ресурсами для эффективного развития лечебно-оздоровительного туризма.

Наиболее пригодными и популярными территориями России для развития лечебного туризма являются центральные и западные регионы

европейской части России — это Урал, Поволжье, Черноморское побережье и предгорные районы Кавказа. Самыми неблагоприятными территориями страны в рамках оздоровления, признаны северные территории и Сибирь, отличающиеся суровыми климатическими условиями.

Таким образом, в настоящее время лечебный туризм развивается активными темпами и приобретает все большую популярность у населения. Сегодня в услуги лечебного туризма, входит не только лечение природными источниками, но и множество современных прогрессивных направлений, таких как физиотерапия, психотерапия, спа-терапия и другие. Требования населения к лечебным курортам постепенно растут, спрос выражен не только в получении медицинских услуг, но и их качеству, комфортным условиям проживания, обслуживания, доступной стоимости, наличию спортивного инвентаря в здравницах и других видов обслуживания, делающих комфортным пребывание на курортной территории.

1.2 Технология организации туров в медицинском туризме

Объяснение роста популярности медицинского туризма лежит на поверхности. Не имея возможности решить медицинскую проблему в своем государстве, пациент выбирает страну, врача и клинику, где ему могут предложить самое современное обследование и лечение. И для решения данного вопроса пациенту необходим квалифицированный посредник в лице специализированной организации [22].

Особенности развития медицинского туризма может осуществляться по следующим направлениям:

Отбор приоритетных медицинских услуг для предоставления на медицинском рынке может быть следующим;

- отбор наиболее перспективных команд для предоставления медицинских услуг на медицинском рынке в субъектах Российской Федерации;

- формирование имиджа медицинского туризма, способного конкурировать на мировом рынке за пациентов и оказание высококачественной медицинской помощи;

- организация и оказание сервисных услуг иностранным пациентам и российским гражданам иных субъектов Российской Федерации в ряде городов (транспортные услуги, проживание, перевод с различных языков, экскурсионные услуги и пр.);

- контроль качества оказываемой медицинской помощи; -обеспечение различных страховых программ пациентов;

- обеспечение страхования профессиональной ответственности врачей на территории российских городов;

- поиск международных и внутрироссийских клиентов;

- организация и обеспечение коллективного участия в тематических семинарах, ярмарках и др., поиск источников финансирования на региональном, национальном и международном уровне, поддержка проектов (поиск партнеров, заключение соглашений);

- маркетинговое, аналитическое, консультационное сопровождение участников по вопросам медицинского туризма [14].

К важнейшим условиям для отбора страны при получении медицинских услуг, можно отметить такие как:

– медицинские услуги, являющиеся приоритетом в путешествии;

– длительное время ожидания в своей стране вызывает потребность получения медицинских услуг за рубежом или в других регионах своего государства;

– ценовой сегмент организации лечения;

– создание цифровой платформы по управлению медицинским туризмом.

– разработка комплекса страховых программ для пациентов, гармонизация нормативно-правовой базы для обеспечения

беспрепятственного приема зарубежных пациентов, разработка логистических коридоров.

С позиций интерпретации медицинского туризма по целям и условиям развития, его возможно классифицировать как внутренний, выездной и въездной. Внутренний медицинский туризм это перемещения в пределах одной страны между ее территориальными образованиями с ярко выраженной специализацией медицинских услуг [28].

Выездной медицинский туризм подразумевает импорт медицинских услуг с перемещением в другую страну для получения медицинской помощи. К въездному медицинскому туризму относится экспорт медицинских услуг, который подразумевает привлечение зарубежных туристов для оказания им определенных медицинских услуг. При этом основными трафика-генерирующими направлениями в медицинском туризме могут быть медицинское, диагностическое и оздоровительное.

Главными участниками системы организации медицинского туризма являются:

- туроператор;

- турагент;

- медицинское учреждение первоначального осмотра и постановки диагноза;

- санаторно-курортное учреждение или иное лечебное учреждение.

Одним из важных этапов разработки и планирования турпакета является исследование туристского рынка. Основной целью исследования туристического рынка является анализ и понимание ключевых элементов, связанных с конкретным туристским рынком и местом назначения.

Некоторые туроператоры начинают с разработки турпродукта, а затем ищут рынок для него. Их турпродукт – это место назначения, состоящее из туристского потенциала, туристской привлекательности, размещения и других услуг [17].

Концептуально, туроператор предпринимает следующие шаги, прежде чем войти на туристский рынок как таковой:

- выявление экономических, политических, социальных и климатических факторов, которые влияют на дальнейшее развитие пакетных туров;

- целевой рынок; когда целевой рынок маленький, туроператор должен получить большой процент, чтобы сделать тур успешным, но если рынок большой, он пытается получить меньший процент;

- составление тура для точного удовлетворения потребностей целевого рынка;

- определение ключевых направлений и сравнительное изучение альтернативных направлений;

- подход к поставщикам;

- принятие решений [23].

По сути, положительный прогрессивный подход, который должен быть принят туроператорами, основан на исследовании как туристских ингредиентов, так и рынка, то есть клиентуры, конкуренции и туристских ресурсов в месте назначения.

После того, как исследование места назначения и целевого рынка было проведено, начинается второй этап, который включает в себя разработку эффективного маршрута.

Как правило, новые туроператоры проводят «ознакомительный тур» и после успешной работы разрабатывают маршрут. Маршрут представляет собой обобщенную программу тура, которая предназначена для определения пунктов отправления, пунктов назначения, пунктов маршрута, мест размещения, транспорта, экскурсий и других услуг.

Кроме того, маршрут показывает последовательность различных компонентов тура и предоставляет важную информацию, такую, как пункт отправления, дата отправления и продолжительность тура, юридические требования, особенности мест назначения, дополнительные мероприятия,

питание и многое другое. Таким образом, разработка маршрута является ключевым элементом успеха туркомпании [8].

Теоретически существует два основных подхода к разработке маршрута. Первый касается обращения к поставщикам без идентификации себя. Причины, поддерживающие этот подход, заключаются в том, что туроператор делает резервирование независимо от компаний-поставщиков в качестве туриста или планировщика тура, чтобы узнать, как они относятся к «среднему туристу».

Это помогает классифицировать продавцов по категориям от очень хороших до очень плохих. То есть при таком подходе туроператор начинает «тур» как турист, который не отличается от других туристов.

Это дает главное преимущество планировщику туров в форме возможности оценить поставщиков и их услуги с точки зрения туристов. Тем не менее, у этого подхода есть свои недостатки: он дорогой и требует много времени [14].

Второй подход предполагает, что туроператор заранее заключает договор со всеми потенциальными поставщиками, чтобы собрать все ингредиенты. Очевидно, что в таком случае туроператор получает гораздо больше, чем получил бы средний турист. В основном продавцы предоставляют планировщику тура более удобные и комфортные условия во время его посещения.

Тем не менее, этот подход не лишен недостатка, который дает туроператору искаженную точку зрения в отношении всех компонентов тура. Деятельность туроператоров показывает, что для разработки маршрута чаще всего используется комбинированный подход.

Туроператор берет на себя все возможные атрибуты тура сначала как неопознанный индивидуальный путешественник и изучает каждый компонент тура как идентифицированный туроператор [15].

Таким образом, у планировщика тура будет намного более реалистичное представление во время подготовки маршрута. Как только маршрут будет

завершен, следующим шагом будет проведение переговоров с потенциальными поставщиками. Основными из них являются авиакомпании, гостиничные компании, транспортные операторы, прокат автомобилей, наземные операторы, экскурсионные продавцы и так далее.

У организатора тура есть возможность договориться с авиаперевозчиком напрямую или через туристическое агентство. Переговоры с отельерами, как правило, более неформальные, чем в случае авиаперевозчиков.

Туроператор также ведет переговоры с другими поставщиками, такими как наземные операторы, рестораны, транспортные операторы, поставщики экскурсий, страховые компании, банковские компании, круизные организации и даже другие, которые косвенно имеют дело с туристическими услугами, которые являются частью туристического пакета. Надежность и честность поставщиков – важная проблема, которая должна быть рассмотрена туроператором. После успешного согласования переговоров с этими поставщиками составляются контракты (могут быть как национальными, так и международными) [24].

Главная цель переговоров состоит в том, чтобы достичь наилучшей конкурентоспособной цены при удовлетворительном соотношении цена-качество.

Таким образом, главной задачей любого туроператора является планирование предстоящего тура.

Однако, в ряде субъектов Российской Федерации приняты свои законы, регулирующие туризм и туристскую деятельность. Например, в Законе Приморского края от 18 мая 1999 г. N 45-КЗ «О туристской деятельности на территории Приморского края» сформулировано определение туристического оператора, а также перечень его прав и обязанностей. Но, отсутствие единообразного законодательного закрепления понятия, прав и обязанностей такого важного субъекта туристского рынка, как туристический оператор, может привести к тому, что каждый туроператор сможет сам очерчивать круг

своих полномочий, выгодных конкретно для него, и тем самым, в последствии, приводящим к нарушению прав туристов либо заказчика или потребителя туристских услуг.

Также отсутствие таких важных характеристик не позволит полноценно изучить и проанализировать правовой статус туроператора, т.к. из-за размытости прав и обязанностей данного субъекта, будет сложно определить правосубъектность этого участника в туристских правоотношениях. А поскольку основной задачей туроператора является формирование турпродукта, которым в последующем будет пользоваться турист, то здесь стоит обратить внимание именно на защиту интересов «слабой» стороны правоотношений, т.е. туриста.

Стоит отметить, что турист – это лицо, которое посещает страну либо место временного пребывания в следующих целях: лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, а также иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране либо месте временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания [26].

И как показала практика, туристический бизнес не был готов к столь значительным негативным переменам, произошедшим в результате ограничительных мер. Та законодательная база, которая существовала до пандемии в полной степени не могла урегулировать вопросы о том, как защитить туристов, в том числе и тех, кто находится за рубежом. Ведь реализация приобретенного по договору об оказании туристских услуг туристского продукта оказалась весьма затруднительна. И данная ситуация понятна, потому что те права и обязанности, которые в данный момент содержатся в типовых договорах, бесспорно, направлены на защиту интересов потребителей туристских услуг, но не смогли оградить российских граждан от возникших проблем [19]. Поэтому Правительством РФ был предложен целый

ряд поправок в законодательство, направленных на поддержку всех участников туристского рынка.

Однако, хотелось бы в целях защиты законных прав и интересов туристов, предпринять попытку закрепления прав и обязанностей туристического оператора. Так, среди обязанностей можно выделить:

1. обеспечение заказчика туристских услуг соответствующей действительности информации, а также дополнительной информации, необходимой для заключения договора о реализации туристского продукта;

2. обеспечение безопасности персональных данных, предоставленных заказчиком;

3. оформление страхового медицинского полиса, если законодательством страны или места временного пребывания установлены требования наличия гарантий оплаты медицинской помощи лицам, временно находящимся на ее территории, а также оказать содействие в предоставлении услуг по страхованию иных рисков (в том числе при совершении путешествий, связанных с прохождением маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья);

4. оказание всех услуг, входящих в туристский продукт, самостоятельно или с привлечением третьих лиц;

5. гарантировать, что предоставляемые услуги, соответствуют требованиям личной безопасности и безопасности имущества заказчика;

6. передать заказчику документы, удостоверяющих право на получение услуги, не позднее 24 часов до начала путешествия, в том числе иные документы, необходимые для совершения путешествия;

7. организация бесперебойной обработки заявлений, поступающих от заказчиков туристских услуг;

8. рассмотрение и ответ на обращение заказчика туристских услуг в течение 48 часов, со дня получения такого обращения;

9. содействие в возвращении граждан Российской Федерации на родину из зон с повышенным уровнем риска для их жизни и здоровья;

10. проводить регулярные тренинги по оказанию помощи в чрезвычайных ситуациях среди работников, оказывающих услуги туристам напрямую, в том числе проводить проверку систем безопасности, контроль и оценку услуг и предпринимать меры по предотвращению причинения вреда туристам.

11. действовать в соответствии с требованиями, указаниями и правилами, установленными законами и иными нормативно-правовыми актами, а также выполнять свои обязательства, сформулированными в соответствующем договоре.

Если говорить о правах туроператора, то он может аннулировать бронирование туристского продукта в случае нарушения заказчиком условий оплаты по договору [27].

Таким образом, вышеприведенные данные говорят о том, что происходит восстановление туристского рынка в целом. По оценке наблюдателей, сменился тренд, существующий в последние годы, к сокращению числа компаний, специализирующихся конкретно на выездном туризме. Но становится очевидным, что в 2020-2021 гг. продолжится сокращение спроса платежеспособности и из-за этого рынок ждет концентрация, которая будет выражена в естественном уходе с рынка компаний, не имеющих необходимых резервов на случай, если наступят «плохие времена» или просчеты в планировании. В то же время на туроператорском рынке возрастет роль крупных компаний, так как этому будет способствовать и технологические решения, и собственные финансовые резервы. А те изменения в законодательство, вносимые под влиянием спорных ситуаций, сложившихся в результате пандемии, в дальнейшем помогут сохранить туристический бизнес и в кратчайшие сроки урегулировать проблемы, связанных с оказанием туристских услуг.

1.3 Методология организации работы турагентства

Ключевые участники туристской индустрии любой страны – это туристический оператор и туристический агент. Деятельность туроператоров заключается в проектировании, формировании, продвижении и реализации турпродукта с целью получения прибыли и ориентированных на выполнение программ, имеющих социальную значимость на федеральном и региональном уровне.

Под туроператорской деятельностью подразумевается деятельность по формированию, реализации и продвижению туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом.

Несмотря на то, что по определению туроператор может осуществлять деятельность по реализации туристского продукта, чаще всего, основной функцией туроператора является формирование туристского продукта. На практике, крупные туроператорские компании России практически не работают с частными лицами. Реализацией туристских продуктов и услуг занимаются туристические агентства [6].

Основная роль туроператора – создание качественного туристского продукта, соответствующего требованиям потребителя. Для осуществления данной задачи требуется обеспечение стабильных взаимоотношений и договоренностей с поставщиками услуг – авиакомпаниями, отелями, принимающими сторонами и т.д.

Таким образом, как правило, туроператор занимается формированием туристского продукта.

На сегодняшний день в Едином Федеральном реестре туроператоров числятся данные о 4 565 компаниях, которые занимаются туроператорской деятельностью на территории Российской Федерации. У каждой компании есть собственные требования и правила сотрудничества с турагентствами, большинство туроператоров успешно используют систему онлайн-бронирования для ведения заявок по туристским продуктам. Так, специалист в сфере туризма должен владеть навыками работы с сайтами и системами

бронирования основных туроператоров-партнеров, знать порядок сотрудничества, делового взаимодействия, порядок оплаты заявок по правилам каждой компании [11].

Турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Под турагентской деятельностью понимают деятельность, направленную на продвижение и реализацию турпродукта, который разработан туроператором. Данная деятельность осуществляется юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом). На практике различаются туроператоры и турагенты, которые работают на прием туристов или их отправку. Прием и отправка могут осуществляться по отношению, как к внутренним, так и к международным туристам. При проведении путешествий и экскурсий возникает потребность в услугах руководителя группы (турменеджера), экскурсовода или гида-переводчика. Под этими видами услуг понимаю деятельность профессионально подготовленных физических лиц по ознакомлению туристов в процессе проведения путешествия, поездки, экскурсии с туристскими ресурсами в месте пребывания. В свою очередь, к туристским ресурсам относят природные, исторические, социально-культурные объекты (природные парки, заповедники, архитектурные сооружения и ансамбли, памятники истории и культуры, театры, музеи, спортивные сооружения и др.), которые направлены на удовлетворение духовных потребностей туристов, а также содействуют восстановлению и укреплению их физических сил [18].

Санаторно-курортные организации или иное лечебное учреждение.

Основные задачи:

- качественное проведение лечебно-оздоровительных мероприятий, назначенных госпиталем – в санатории организуются лечебные мероприятия, согласно назначениям лечащего врача. Все назначения передаются лечащему врачу в санатории;

- обеспечение качественного проживания – предоставляются разные варианты размещения в палатах, медицинский турист заранее это оговаривает;

- обеспечение питанием – санаторий обеспечивает качественным питанием медицинского туриста, согласно назначениям лечащего врача;

- проведение культурнопознавательных мероприятий (согласно сформированным туроператором) – во время пребывания в санатории медицинский турист, в зависимости от его состояния получает культурно-познавательную программу.

Так, турагент занимается продвижением и непосредственно сбытом туристского продукта клиенту в виде комплекса или свободного набора услуг (заказных туров).

Турагентом называют субъекта предпринимательской деятельности, который осуществляет деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

На основании этого можно сказать, что, основными процедурами любого турагентства являются реклама туров оператора и продажа рекламируемых туров. Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров, т.е. приобретает необходимое количество туров у туроператора и занимается их доведением до потребителей. Турагент добавляет к приобретаемому туру стоимость проезда туристов от места их проживания до места (страны) их пребывания и обратно [7].

Турагент – это посредник, который занимается продажей сформированных туроператором туров и действующий на основе посреднических договоров, или продавец, действующий на основе договоров купли-продажи туристских продуктов.

Одна из главных задач турагентства состоит в грамотном анализе запросов потребителей в сфере туризма и определении возможностей их реализации. Профессиональный турагент должен иметь представление об иерархии человеческих потребностей и о том, какие потребительские

характеристики туристских продуктов могут удовлетворять те или иные потребности туриста. Успешная деятельность по предоставлению услуг, которая связана со сбытом турпродукта, обусловлена правильно выявленными запросами потребителя. Для того чтобы предлагать туристские поездки, туристический агент должен четко представлять себе структуру рекреационных потребностей человека, владеть методиками по изучению запросов потребителя и анализировать потребности клиентов. Основываясь на этих знаниях, турагент определяет потребности определенного клиента в ходе продажи туристического продукта и должен предложить из всех имеющихся вариантов туров те, которые будут наиболее оптимальными именно для данного туриста. Кроме указанных профессиональных знаний и умений в процессе продажи от сотрудника турагентства требуются знания делового этикета и методов эффективного общения. Эти знания и умения нужны не только для общения с потребителями турпродуктов, но и для правильного взаимодействия с сотрудниками организаций-партнеров, прежде всего туроператорских фирм. Основные задачи турагентства (см. рисунок 1).

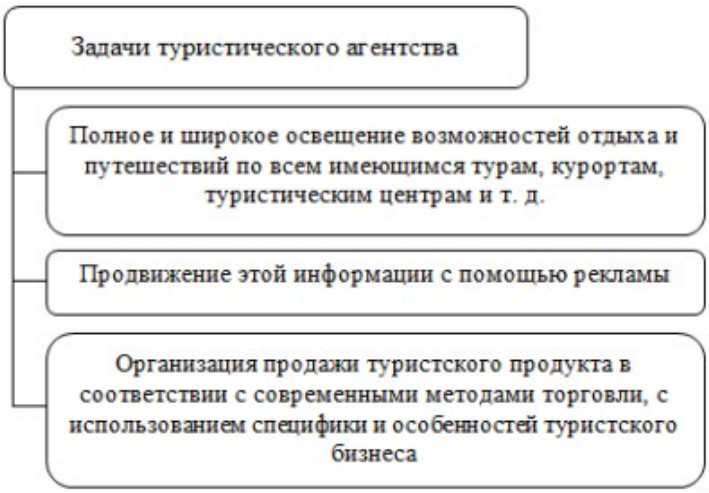


Рис. 1.3. Задачи туристического агентства [10]

Представленные задачи туристических агентств в полной мере отражают деятельность предприятий. Функции туристического агента

являются специфичными и отражают особенности деятельности на рынке данного субъекта туррынка.

Турагентство является достаточно распространенным видом бизнеса в туристической сфере. Большое количество туристских фирм действует как розничные турагентства, работая с клиентами напрямую.

Основные процедуры агентского бизнеса предполагают широкий спектр различных направлений. Итак, туристские агентства выполняют следующие виды работ:

– устанавливают тесные агентские отношения с предприятиями, предоставляющие туристские услуги, в частности, туроператорами, гостиничными и транспортными предприятиями, экскурсионными бюро, предприятиями досуга и развлечений и прочими поставщиками туристских услуг с целью получения права продавать производимые ими услуги розничным покупателям;

– занимаются организацией продвижения на своем микрорынке туристских услуг используя для этих целей почтовой рекламы, телефонных обращений, личных контактов и т. д.;

– информируют потенциальных потребителей о спектре продаваемых услуг и порядке их продажи;

– получают от клиентов заявки на продажу выбранных туристических программ или услуг и передача этих заявок туроператору или другим поставщикам услуг на предмет подтверждения их бронирования;

–принимают от покупателей оплату за тур или отдельные услуги, оформление необходимых туристских документов и своевременный перевод соответствующих сумм туроператору или другим поставщикам услуг;

– занимаются передачей туристам информации о вносимых корректировках или аннулировании тура по инициативе туроператора или других поставщиков услуг;

– принимают от клиента и передают туроператору или другим поставщикам туристских услуг заявления клиентов об изменениях или аннулировании приобретенного тура (услуг);

– формируют регулярные отчеты перед туроператорами или другими поставщиками туристских услуг обо всех произведенных продажах (по форме «отчет агента», установленной туроператором);

– принимают от клиентов жалобы на ненадлежащее исполнение проданных услуг и оказание содействия в урегулировании этих жалоб;

– осуществляют сбор и передачу туроператору и другим поставщикам услуг информации о ситуации на рынке турагентства, о критических замечаниях и пожеланиях туристов [21].

На сегодняшний день существует большое количество классификаций туристических агентств по различным признакам, в частности, Д.С. Ушаков выделяет следующие виды:

1 Независимые агентства их деятельность заключается продаже туров от любого туроператора в соответствии с их выбором.

2 Частично зависимые агентства продают туры конкретного туроператора по определенному направлению, по взаимному согласию.

3 Уполномоченные агентства в своем ассортименте имеют туры только определенного туроператора и являются региональными представителями оператора на рынках.

4 Ритейлинговые агентства их деятельность предполагает то, что туроператор инвестирует агента, дает ему возможность пользоваться его торговой маркой, имиджем, при этом требуя взамен реализации определенного количества туров. При этом агентства такого типа могут параллельно продавать туры и других операторов.

Кроме этого, существует большое количество туристских агентств (см. таблицу 1.2).

Таблица 1.2

Классификация туристических агентств [14]

Классификационный признак	Вид	Краткая характеристика
Специфика деятельности	Многопрофильные	Осуществляют комплексное обслуживание различных клиентов.
	Специализированные	Специализируются на определенном направлении (организация отдыха, конгрессное обслуживание).
В зависимости от полномочий, предоставляемых туроператору агентом, и ответственности агента перед покупателем	Агент по продаже предлагает Покупателю тур по поручению и от имени фирмы	Функция агента заключается в информировании туриста и рекламе турпродукта. Все дальнейшее обслуживание осуществляет фирма–поставщик (туроператор).
	Агент-посредник действует от собственного имени, но ссылается на условия фирмы	Агент самостоятельно заключает с покупателями договор на организацию поездки и соответственно отвечает перед ними в рамках этого договора.
По профилю	Монопрофильные	Предлагают потребителям узкий спектр направлений.
	Многопрофильные	Предлагают потребителям широкий спектр направлений.
В зависимости от выполняемых турагентствами функций	Агентства–имитаторы	Продают турпродукт, который полностью приобретен у туроператора.
	Агенты–новаторы	Дополняют приобретенный у туроператора турпродукт дополнительными услугами в соответствии с пожеланиями клиента.
	Агентства–разработчики	Занимаются формированием нового турпродукта из отдельных туристских услуг, у различных туроператоров.
По объемам выполняемой работы и формам сотрудничества	Агентства, работающие по безрисковым схемам	Бронируют туры у операторов только при наличии клиента, который внес определенную плату.
	Агентства, работающие по рисковым схемам	Предполагают в своей работе возможность покупки или безотзывного бронирования блоков мест в турах, предлагаемых оператором.

Таким образом, турагентская деятельность выступает в качестве необходимого связующего элемента на туристском рынке, так как направлена непосредственно на продвижение и сбыт туристского продукта, который

сформирован туроператором. Существует несколько причин, которые определяют роль турагентской деятельности на туристском рынке – занять свою нишу на рынке предоставления туристических услуг и как следствие получение большей прибыли.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РФ НА ПРИМЕРЕ ТУРАГЕНТСТВА «ФОЛИСТЕР»

2.1 Краткая характеристика турагентства «Фолистер»

ООО «Фолистер» функционирует на рынке туристских продуктов с 2014 года.

Основными видами деятельности ООО «Фолистер» являются:

- деятельность туристических агентств;

- организация комплексного туристического обслуживания;

- обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами;

- предоставление туристических информационных и экскурсионных услуг и др.

ООО «Фолистер» специализируется главным образом на массовым туризме – отельном отдыхе с детьми, что позволило турагентству занять прочную нишу на рынке и позиционировать себя в сфере элитного массового туризма.

Далее проанализируем результаты деятельности ООО «Фолистер» с начала 2021 года (см. рисунок 2.1).

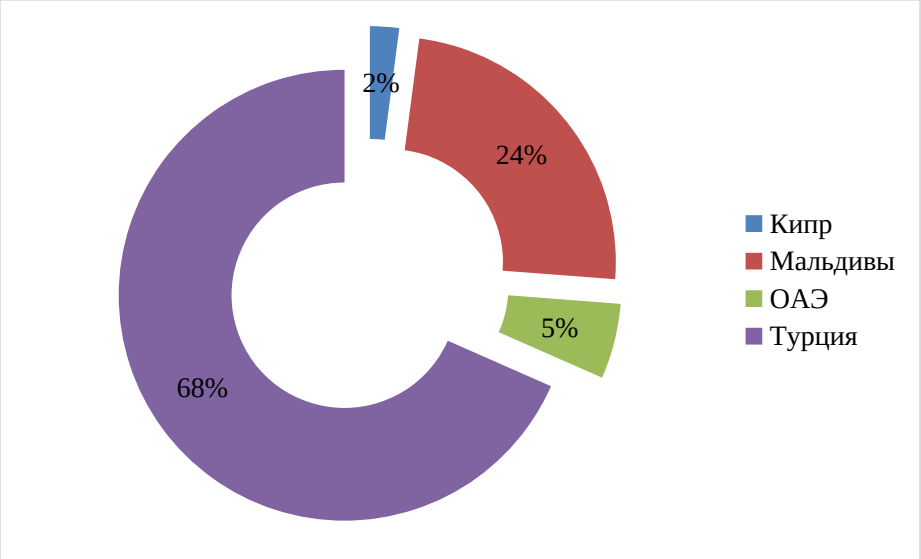


Рис. 2.1 Структура внешнего туризма в разрезе стран, %

Исходя из данных рисунка 2.1, следует сделать вывод, что наибольшее количество путевок с начала 2021 года было продано в направлении Турции – 68% от общего объема продаж ООО «Фолистер».

Далее проанализируем объем реализованных туров в разрезе туроператоров (см. таблицу 2.1).

Как показывают данные таблицы 2.1, наибольшее количество заявок на оказание туристских услуг было принято туроператором ANEXTOUR, то есть с данным оператором турагентство «Фолистер» сотрудничает больше всего. Далее будет рассмотрены особенности взаимодействия турагентства с различными туроператорами.

Таблица 2.1

Объем реализованных туров ООО «Фолистер» в разрезе туроператоров

Туроператор	Количество заявок	Общая стоимость, тыс. руб	Комиссия, тыс. руб

TUI	12	2975	308
ООО "Клуб Русский экспресс"	4	4703	488
ANEXTOUR	25	6839	621
Национальный оператор АЛЕАН (ООО «Алеан-Турне»)	13	2137	96
ООО "Здоровый мир-Сочи"	12	944	41
Пегас	8	1992	167

Далее рассмотрим организационную структуру ООО «Фолистер» (см. рис. 2.2).

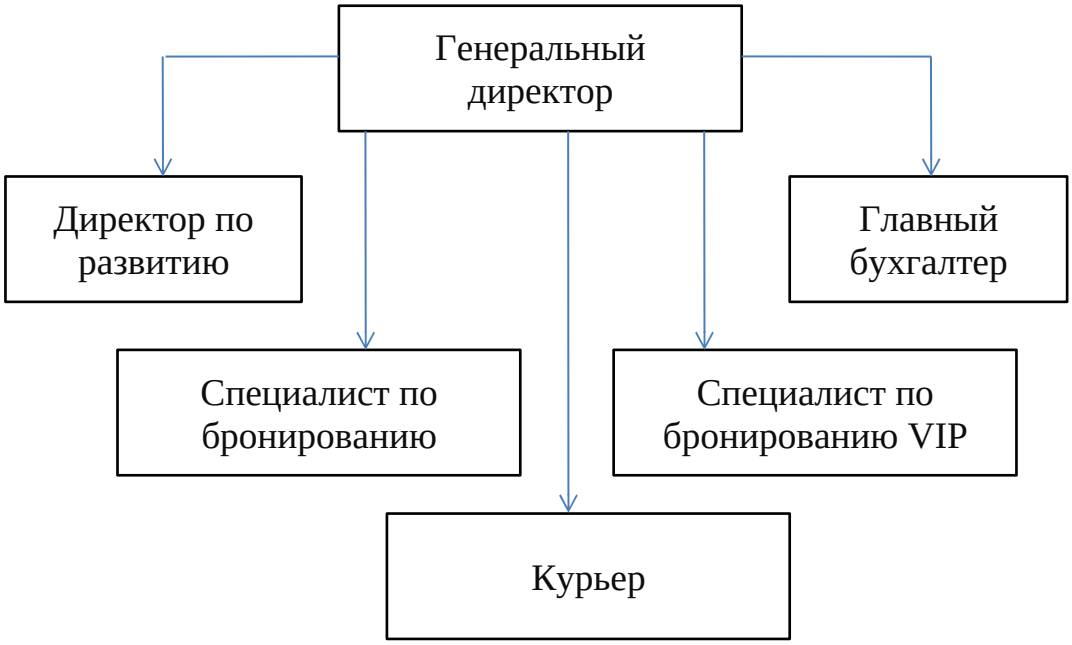


Рис. 2.2 Организационная структура ООО «Фолистер»

Необходимо отметить, что туристическое агентство ООО «Фолистер», располагая сравнительно большим штатом сотрудников, уделяют недостаточное внимание специализации деятельности персонала. Чаще всего, организационная структура туристического агентства включает в себя руководящий состав, ведущих специалистов и специалистов по организации и предоставлению туристских услуг. Проанализировав должностные инструкции сотрудников ООО «Фолистер», можно заметить, что у специалистов, при такой организационной структуре достаточно широкий круг компетенций и обязанностей.

Специалист по организации и предоставлению туристских услуг:

– осуществляет работу с документами, так как реализация туристского продукта предполагает заключение договора с заказчиком;

– производит расчетные операции по заявкам в системе бронирования, таким образом, осуществляя функцию бухгалтерии;

– занимается продвижением себя, как специалиста, и своей компании в социальных сетях, обрабатывает заявки с сайта компании и онлайн-заявки из иных источников;

– взаимодействует с потребителями туристских услуг, оказывает услуги по подбору и бронированию туристского продукта, оказывает визовое сопровождение при необходимости;

– организует дополнительные услуги: страхование на период поездки, аренда транспорта в месте отдыха, организация экскурсионного обслуживания, сопровождение гидом, организация питания и досуга и пр.

Данный спектр услуг актуален для организации отдыха, как в России, так и за рубежом. По данным с сайтов туристических компаний, на сегодняшний день, помимо Российских курортов, можно выделить порядка 40 популярных зарубежных направлений, представленных с чартерной авиаперевозкой в рамках туристского продукта. Деятельность специалиста в сфере туризма как профессиональная деятельность, обладая определенной спецификой и особенностью, направлена на создание комфортных условий

для человека, на удовлетворение его интересов и потребностей, возникающих в период его путешествия и в процессе потребления разнообразных туристских услуг. Специалист должен владеть информацией и информировать заказчиков туристских услуг/продукта о географическом положении страны пребывания в туристском продукте; климатических особенностях страны; правилах въезда в страну и визовом режиме; основных курортах, особенностях отдыха и туристских достопримечательностях; таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах страны пребывания; об обычаях и религиозных правилах местного населения страны пребывания; о порядке доступа к туристским ресурсам страны и ограничениях; о месте нахождения и контактной информации органов власти на территории страны пребывания; о порядке и возможности страхования жизни, здоровья, гражданской ответственности на время пребывания в стране; об условиях, касаемых перевозки в рамках туристского продукта; о международных правилах порядка размещения туристов в объектах размещения; о порядке проверки задолженности перед поездкой и прохождении процедур в международном аэропорту.

2.2 Анализ спроса на рынке медицинского туризма России

Основными показателями, характеризующими сферу медицинского туризма в Российской Федерации, являются: число туристов, которые прибыли в страну с целью лечения в лечебную дестинацию; объем доходов, генерируемых сферой медицинского туризма; размер личных расходов туристов сферы медицинского туризма; влияние поездок туристов сферы медицинского туризма на экономику дестинации.

Следует отметить, что неоднозначность подхода к сущности понятия «медицинский туризм» объясняется недостаточной развитостью рынка туристических услуг, а также особенностью отечественного санаторно-курортного комплекса, который до сих пор еще имеет признаки советской системы.

В современных условиях развития государства туристическая отрасль является одной из стремительно развивающихся во всем мире. Развитие туристической отрасли, в свою очередь, стимулирует развитие всех сопрягающихся с ней отраслей экономики. А это способствует социально-экономическому развитию территорий.

Далее мы проведем анализ основных показателей медицинского туризма в Российской Федерации. Количество туристов сферы медицинского туризма в Российской Федерации складывается из потока внутреннего медицинского туризма. Данный поток включает в себя число туристов (таблица 2.2).

Таблица 2.2

Динамика туристов сферы медицинского туризма в Российской Федерации за период 2019-2021 гг.

Показатель	2019	2020	2021
1	2	3	4
Туристы сферы медицинского туризма, размещенные в гостиницах, чел	27113	30235	31661
Абсолютное отклонение, чел.		3122	1426
Темп роста туристов сферы медицинского туризма, размещенных в гостиницах, к показателю 2019 года	100%	111,51%	116,77%
Темп роста туристов сферы медицинского туризма, размещенных в гостиницах к показателю предыдущего года	100%	111,51%	104,72%
Туристы сферы медицинского туризма, размещенные в специальных средствах размещения, чел	10287	10830	10902
Абсолютное отклонение, чел.		543	72
Темп роста туристов сферы медицинского	100%	105,28%	105,98%

туризма, размещенных в специальных средствах размещения, к показателю 2019 года			
Темп роста туристов сферы медицинского туризма, размещенных в специальных средствах размещения, к показателю предыдущего года	100%	105,28%	100,66%
в том числе:			
Туристы сферы медицинского туризма, размещенные в санаторно- курортных учреждениях, чел	5733	5751	5675
Абсолютное отклонение, чел.		18	-76
Темп роста туристов сферы медицинского туризма, размещенных в санаторно-курортных учреждениях, к показателю 2017 года	100%	100,31%	98,99%
Темп роста туристов сферы медицинского туризма, размещенных в санаторно-курортных учреждениях, к показателю предыдущего года	100%	100,31%	98,68%

Как видно из таблицы 2.2, за период 2019-2021 гг. туристов сферы медицинского туризма в Российской Федерации увеличилось на 1426 чел. или на 16,77%. Количество туристов сферы медицинского туризма, размещенных в специальных средствах размещения, увеличилось на 72 чел. или на 5,98%, а размещенных в санаторно-курортных учреждениях уменьшалось на 76 чел. или 1,01%.

Динамика туристов сферы медицинского туризма в Российской Федерации за период 2019-2021 гг. представлена на рисунке 2.3.

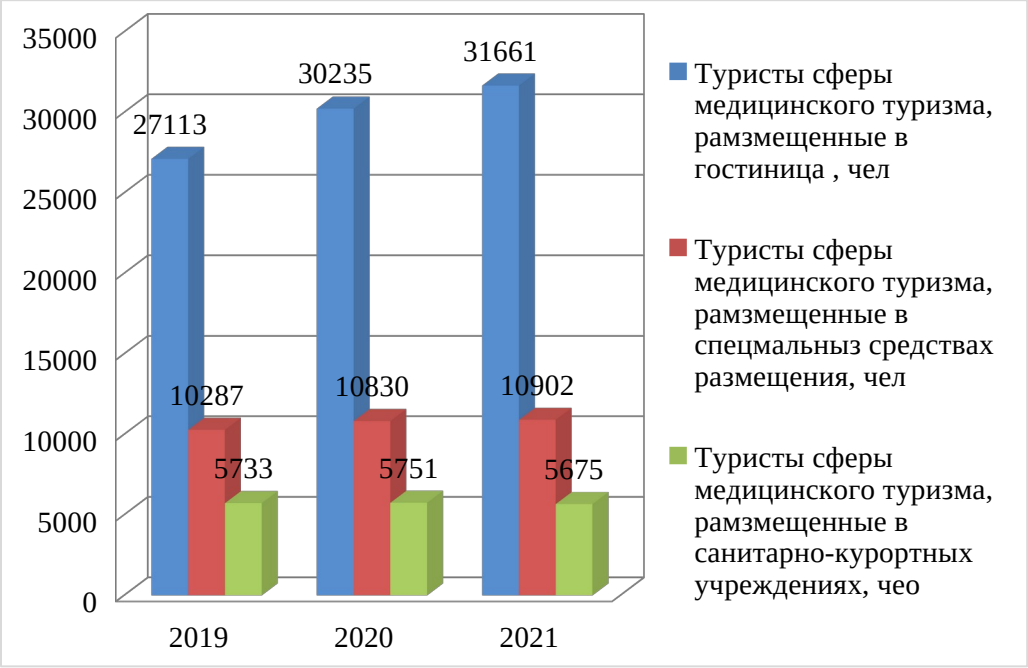


Рис. 2.3 - Динамика туристов сферы медицинского туризма в Российской Федерации за период 2019-2021 гг.

Внутренний поток медицинского туризма в Российской Федерации включает туристов, которые приехали в Российскую Федерацию для диагностики и лечения из других регионов. В 2021 г. за медицинской помощью обратилось 23515630 чел. или 43,1% домохозяйств. Из них оплачивали медицинские услуги всего 5728866 чел. или 10,5%. В 2020 г. данные показатели составляли 22369857 чел. и 5783426 чел. соответственно. Так как пациенты из своего региона составляют около 95% всех лиц, то из этого числа туристами можно считать около 5%, то есть примерно в 2021 г. 286440 чел. и в 2020 г. 289171 чел. Данные лица выезжали за медицинской помощью в крупные медицинские центры, пользуясь при этом туристской инфраструктурой. Поток въездного медицинского туризма составляет 10-15 тыс. в год. Таким образом, в Российской Федерации с целью медицинского туризма ежегодно путешествует примерно 6 млн. чел. Динамика доходов гостиниц и специальных средств размещения за период 2019-2021 гг. представлена в таблице 2.3.

За период 2019-2021 гг. доходы гостиниц сферы медицинского туризма в Российской Федерации увеличилось на 89,50%. Доходы

специальных средств размещения увеличились на 11,83%, а санаторно-курортных учреждений – на 11,80%.

Личные расходы туристов в сфере медицинского туризма составили в 2019 г. 30778 руб. и в 2020 г. 29731 руб. В общем объеме расходов 35,7% составили расходы на размещение, 28% – транспортные расходы, 36,5% – дополнительные расходы.

Таблица 2.3

Динамика доходов гостиниц и специальных средств размещения за период 2017-2019 гг.

Показатель	2019	2020	2021
1	2	3	4
Доходы гостиниц, млн. руб.	137204,8	161800,7	260001,9
Абсолютное отклонение, чел.		24595,9	98201,2
Темп роста доходов гостиниц, к показателю 2019 года	100%	117,93%	189,50%
Темп роста доходов гостиниц, к показателю предыдущего года	100%	117,93%	160,69%
Доходы специальных средств размещения, млн. руб.	107026,8	116855,6	119693,1
Абсолютное отклонение, чел.		9828,8	2837,5
Темп роста доходов специальных средств размещения, к показателю 2017 года	100%	109,18%	111,83%
Темп роста доходов специальных средств размещения, к показателю предыдущего года	100%	109,18%	102,43%
в том числе:			
Доходы санаторно-курортных учреждений, млн. руб.	89683,7	97411,1	100265,4
Абсолютное отклонение, чел.		7727,4	2854,3
Темп роста доходов санаторно-курортных учреждений, к показателю 2017 года	100%	108,62%	111,80%
Темп роста доходов санаторно-курортных учреждений, к показателю предыдущего года	100%	108,62%	102,93%

Таким образом, на основе вышеизложенного можно сделать вывод, что медицинский туризм развивается, хотя, следует отметить, что недостаточно быстрыми темпами. В Российской Федерации с целью медицинского туризма ежегодно путешествует примерно 6 млн. чел. За период 2019-2021 гг. доходы гостиниц сферы медицинского туризма в

Российской Федерации увеличилось на 89,50%. Рынок медицинского туризма в 2021 г. составил 233369 млн. руб. Расходы туристов в сфере медицинского туризма значительно выше расходов обычных туристов. За период 2019-2021 гг. туристов сферы медицинского туризма в России увеличилось на 1426 чел. или на 16,77%. Нельзя не отметить также, что большую часть потока в сфере медицинского туризма составляет санаторно-курортный комплекс. Также, мы считаем, что вспыхнувшая в 2020 г. пандемия коронавируса, может стать одной из причин роста посетителей в оздоровительные учреждение, и, как следствие, увеличения денежного потока. Стоит отметить, что медицинский туризм в Российской Федерации имеет перспективы для своего дальнейшего развития. Полагаем, что стоит обратить внимание на зарубежный опыт в сфере медицинского туризма, с целью стимулирования развития туристической отрасли и медицинского туризма.

2.3 Разработка медицинского тура в турагентстве Фолистер

Для разработки медицинского тура в турагентстве «Фолистер» необходимо выбрать регион. В качестве региона предлагается Республика Башкортостан.

Республика Башкортостан является перспективным регионом для развития санаторно-курортной деятельности. Конкурентными преимуществами Республика Башкортостан являются наиболее благоприятная экологическая обстановка, богатство лечебного рекреационно-ресурсного потенциала, более низкая средняя стоимость лечебно-оздоровительных туров. Следовательно, позиционирование тура будет строиться на наличии уникальных рекреационных ресурсах и их доступности.

Для увеличения въездного потока на территорию Республики Башкортостан необходимо проводить мероприятия по развитию лечебно-оздоровительного туризма и расширять инфраструктуру.

Санаторий «Зеленая Роща» располагается в г. Уфа Республики Башкортостан. Его окружает хвойный лес, преимущественно на территории санатория произрастают следующие породы деревьев: сосна, ель, клен и береза.

Медицинский профиль санатория «Зеленая Роща»:

- болезни системы кровообращения;
- болезни органов дыхания;
- болезни нервной системы;
- болезни костно-мышечной системы и соединительной ткани;
- болезни почек и мочевыделительной системы.

Чтобы изучить привлекательность рынка лечебно-оздоровительных услуг, было проанализировано 100 анкет, заполненные отдыхающими санатория «Зеленая Роща», располагающиеся Республике Башкортостан.

На рисунке 2.4 представлена половозрастная структура посетителей санатория.

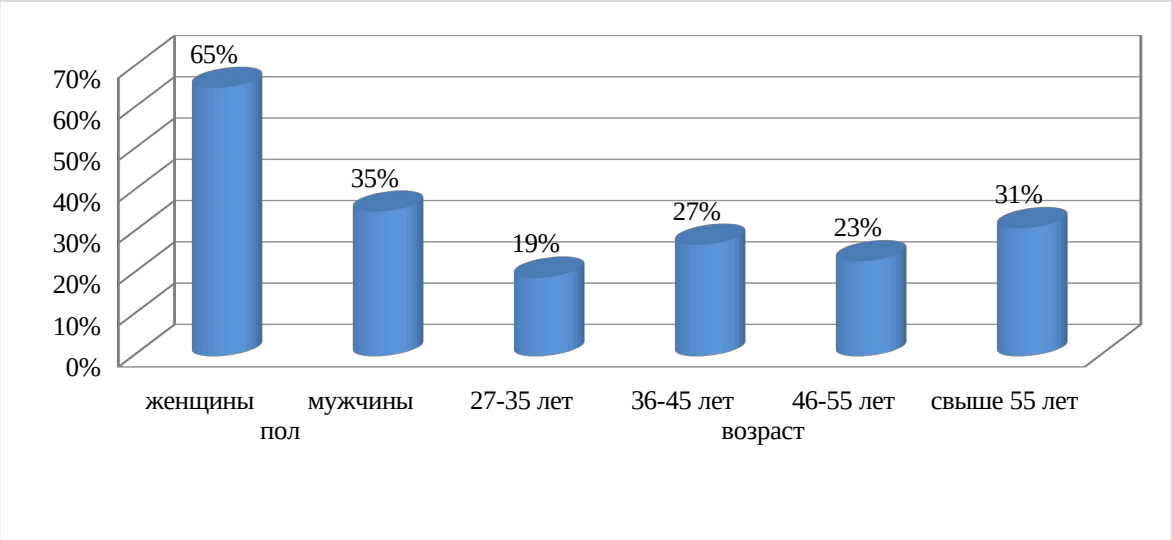


Рис. 2.4. Половозрастная структура посетителей санатория «Зеленая Роща»

На рисунке 2.4 видно, что основной процент посетителей составляют женщины. 31% посетителей составляют люди пенсионного и предпенсионного возраста (свыше 55 лет). Необходимо отметить, что 19% посетителей составляют люди молодого возраста (27-35 лет). Администратор санатория отмечает, что иностранными посетителями «Зеленая Роща» являются граждане Российской Федерации.

На рисунке 2.5 представлена диаграмма удовлетворенности посетителей обслуживанием.

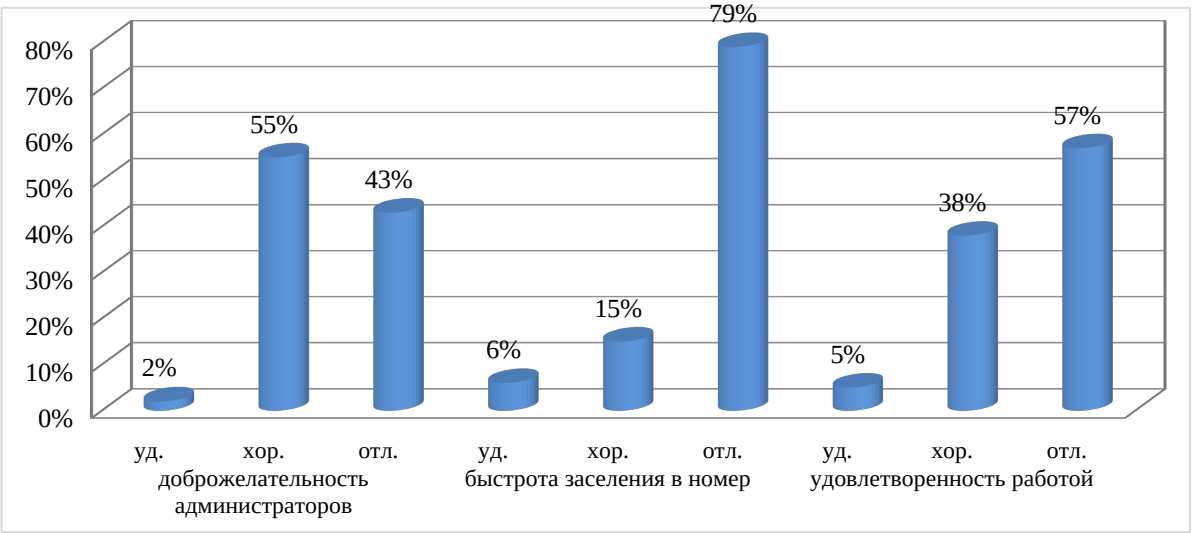


Рис. 2.5. Удовлетворенность маркетингом санатория

Большинство посетителей отмечают доброжелательность персонала, быстроту заселения в номер и в целом удовлетворены маркетингом санатория.

На рисунке 2.6 отображена информация о том, как посетители узнали о санатории и забронировали номер.

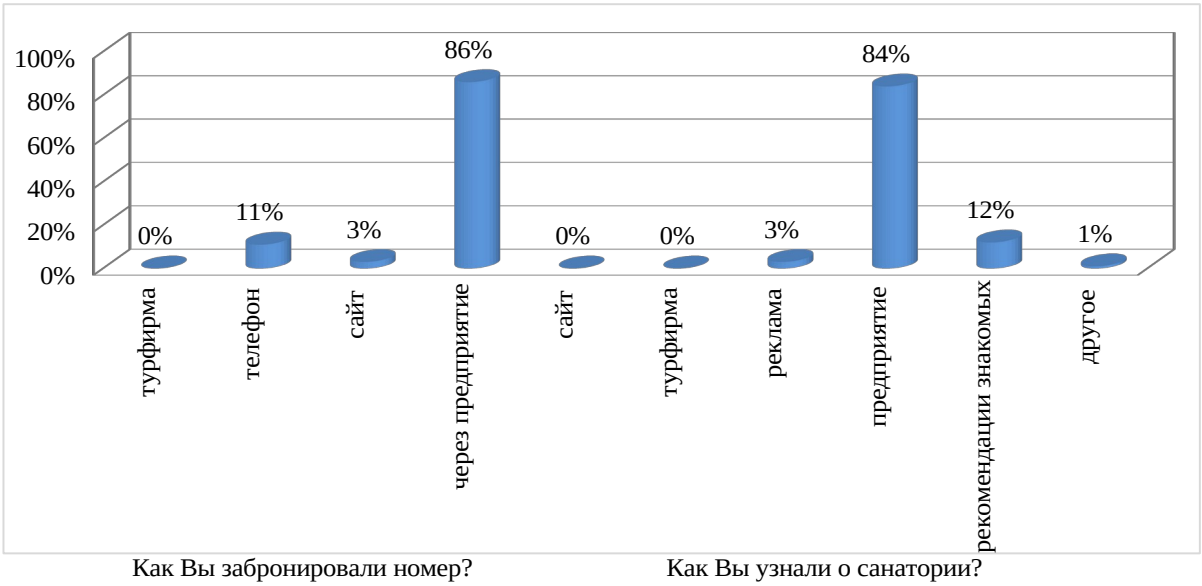


Рис. 2.6. Каналы распространения информации о санатории

Большинство посетителей узнали и забронировали номер через предприятие. Сотрудничество санатория с турфирмами абсолютно не развито. Рекомендации знакомых также не являются определяющим фактором.

На рисунке 2.7 представлена информации об удовлетворенности посетителей санатория работой медицинского персонала

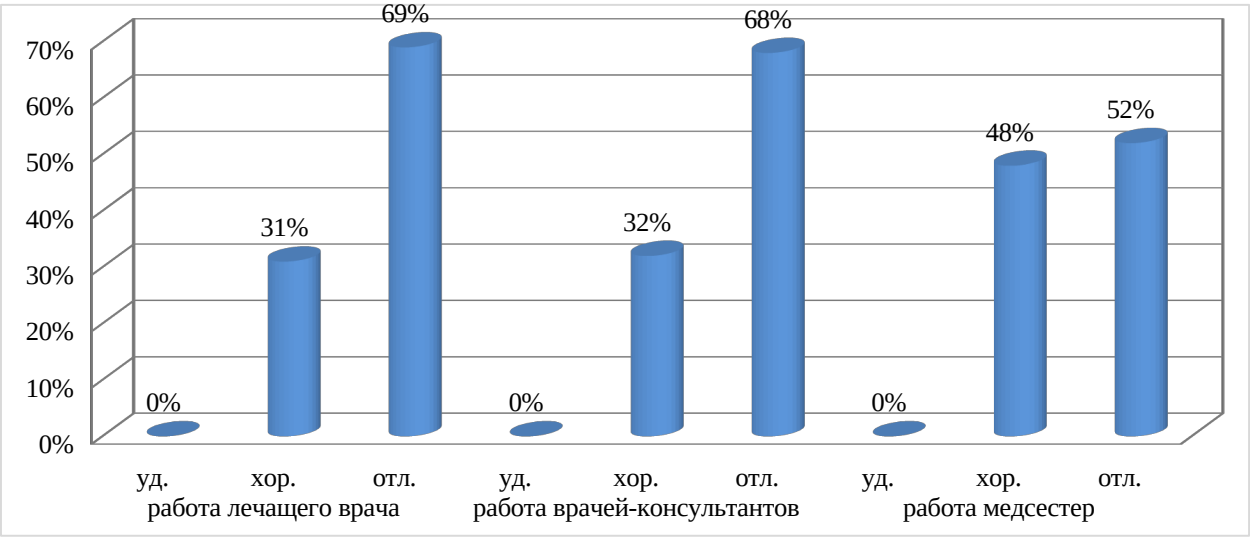


Рис. 2.7. Удовлетворенность медицинским персоналом

Удовлетворенность посетителей высшим медицинским персоналом высокая (68-69% посетителей отметили отличную работу врачей),

удовлетворенность работой среднего медицинского персонала чуть ниже, но все равно на уровне выше среднего. Отрицательных моментов в работе медицинского персонала посетителями выявлено не было.

Таким образом, проведя анализ анкет посетителей санатория «Зеленая Роща», можно сделать вывод о высокой удовлетворенности посетителей обслуживанием, медицинским персоналом, диетическим питанием.

При этом необходимо обратить внимание на недостаточное развитие маркетинговой деятельности санатория. Исходя из этого, можно определить следующие мероприятия по развитию:

- организовать сотрудничество с туристскими фирмами с целью привлечения иностранных отдыхающих;

На настоящее время такое сотрудничество практически отсутствует, путевки в санаторий в основном получают через организации и профсоюзы.

- разнообразить программы пребывания, включив такие популярные в настоящее время велнес-программы;

Профилем санатория являются болезни органов дыхания, кровообращения, болезни нервной системы, болезни почек и мочевыделительной системы, болезни мышечной ткани и костно-мышечной системы.

- организация номеров с улучшенной планировкой и уровня люкс;

Имидж санатория как бывшего советского пансионата оказывает отрицательно влияние на выбор отдыхающих.

- разнообразить досуговую деятельность.

Досуговую деятельность санатория представляют: библиотека, концерты и танцевально-развлекательные программы, экскурсии. Из активного отдыха: рыбалка, настольный теннис и бильярд. Для летнего отдыха: катамараны, катание на лодках, волейбол, футбол, бадминтон, роликовые коньки и велосипеды; для зимнего: санки, лыжи, коньки.

Большой проблемой является неорганизованность детского досуга, т.к. допускаются к заселению дети с 3 лет.

Таблица 2.4

Типы элементарных рекреационных занятий

Процедуры	Элементарные рекреационные занятия
Жемчужные ванны, душ Шарко, циркулярный душ	Плавание в озере
ЛФК	Велосипедная прогулка, лыжная прогулка
Галотерапия	Пешие прогулки по лесу
Климатолечение	Воздушные ванны, терренкур, сон на воздухе, рыболовство
Ингаляция	Пешие прогулки по лесу
Бальнеологические процедуры	Внутреннее и наружное применение минеральных вод, грязелечение
Кислородный коктейль	Воздушные ванны

В предлагаемом туре будет рассмотрена программа, включающая в себя отдых и оздоровление в санатории «Зеленая Роща» Республики Башкортостан, обзорная экскурсия по г. Уфа, посещение Софийского собора и Березенского биосферного заповедника (Таблица 2.5).

Сезон: весна

Время тура: 10 дней

Количество человек: 10

Таблица 2.5.

Программа тура «Здравушка»

Дни	Программа тура
1 день	Прибытие в г. Полоцк в 08.02. Трансфер до санатория. Размещение. Завтрак 9:30-10:00 Консультация врача, назначение лечебно-оздоровительных процедур. Обзорная экскурсия по территории санатория. Процедуры: теплолечение (парафин-озокеритовые аппликации на одну зону), ЛФК, галотерапия, прием лечебных минеральных вод, фитотерапия. Обед 14:30-15:00. Свободное время: посещение библиотеки, прогулка к оз. Вечелье, настольный теннис. Ужин 19:30-20:00. Концерт самодеятельных коллективов.
2 день	Завтрак. Процедуры: ингаляция, ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, электросветолечение, водолечение (ванны, душ циркулярный или восходящий), массаж (ручной на одну зону), фитотерапия. Обед. Свободное время: лыжная прогулка (в зависимости от погодных условий) Ужин. Кинозал. Вечер песен/дискотека.
3 день	Завтрак.

	Процедуры: ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, галотерапия, теплолечение, фитотерапия. Обед. Свободное время: прогулка на оз. Должино. Ужин. Бильярд*. Караоке. Концерт художественной самодеятельности силами отдыхающих.
4 день	Завтрак. Процедуры: ингаляция, ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, электросветолечение, водолечение (ванны, душ циркулярный или восходящий), массаж (ручной на одну зону), фитотерапия. Обед. Свободное время: пешеходная прогулка по окрестностям. Ужин Свободное время: концерт коллективов, возможна аренда площадки для шашлыков.
5 день	Завтрак. Обзорная экскурсия по г. Полоцку. Посещение Софийского собора, концерт органной музыки. 11:00 Отъезд в Полоцк. Обзорная экскурсия по г. Полоцку. Посещение музея белорусского книгопечатания. Осмотр памятников и исторических зданий: Борисов камень XII в., Красный мост через реку Полота (памятник мужеству русских войск во время войны 1812 г.), памятник преподобной Евфросинии Полоцкой. 13:00 Посещение музея белорусского книгопечатания. 14:30 Обед в кафе. 15:30 Посещение Софийского собора, осмотр собора и его территории. Экскурсия по музею истории архитектуры Софийского собора. Концерт органной музыки в Софийском соборе. Отъезд в санаторий. Ужин. Свободное время: бильярд, игровые столы, кинозал, спортивные соревнования.
6 день	Завтрак. Процедуры: ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, теплолечение, фитотерапия, галотерапия. Обед. Свободное время: чтение, пешеходные прогулки, лыжные прогулки, настольный теннис. Ужин Свободное время: концерт коллективов, караоке, кинозал, игровые столы.
7 день	Завтрак. Процедуры: ингаляция, питьевое лечение минеральной водой. 11:00 Посещение Березенского биосферного заповедника. План посещения заповедника: 1. Экскурсия в музее природы «Животный мир заповедника»; 2. Конная экскурсия «По зеленому раю» 3. Обед в кафе «Лесной трактир» 4. Экскурсия в вольерах. Возможность посмотреть животных (зубр, медведь, лось, волк, рысь) в условиях близких к среде обитания. Отъезд.

	Ужин в санатории. Свободное время: возможен поход в ресторан, дискотека.
8 день	Завтрак. Процедуры: ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, теплолечение, фитотерапия, галотерапия. Обед. Свободное время: чтение, пешеходные прогулки, лыжные прогулки, настольный теннис. Ужин Свободное время: концерт коллективов, караоке, кинозал, игровые столы.
9 день	Завтрак. Процедуры: ингаляции, водолечение, ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, электросветолечение, массаж, фитотерапия, галотерапия. Обед. Посещение врача. Свободное время: посещение бани, тренажерного зала. Ужин Свободное время: спортивные соревнования среди отдыхающих и семей.
10 день	Завтрак. Процедуры: ингаляции, водолечение, ЛФК, питьевое лечение минеральной водой, теплолечение, электросветолечение, массаж, фитотерапия, галотерапия. Обед. Посещение врача. Свободное время: прогулка на оз. Должино. Ужин Выселение из санатория. Отъезд из санатория.

По прибытию в санаторий «Зеленая Роща» туристы оплачивают курортный сбор, который составляет 5% от стоимости путевки в бел. руб.

Обзорная экскурсия по г. Полоцку включает в себя осмотр памятников и исторических зданий: Борисов камень XII в., Красный мост через реку Полота (памятник мужеству русских войск во время войны 1812 года), памятник преподобной Евфросинии Полоцкой. Посещение музея белорусского книгопечатания. Музей посвящен книге во всех ее аспектах, начиная от первых рукописных свитков до современной книги. Музей также знакомит посетителей с историей создания письменности, письменных принадлежностей, книжной иллюстрации, полиграфии. Экспозиционная площадь музея составляет 928 кв. м. Экспозиция музея размещается в 15 залах, на двух этажах, демонстрируется 2500 музейных экспонатов.

В программе концерта органной музыки представлено: Неизвестный автор XVIII в. Прелюдия и фуга D-dur, Ян Ваньхал (1739—1813) Фуга C-dur, Джон Стэнли (1712-1786) Волюнтарии e-moll, Иоганн Себастьян Бах (1685-1750) 2 хоральные прелюдии, Токката и фуга d-moll, Теодор Дюбуа (1837-1924) Оффертoрий, Кантилена, Прелюдия, Ференц Лист (1811-1886) Хорал «Восславим все Господа нашего», Луи Лефебюр-Вели (1817-1870) Концертное болеро, Эйнар Сарк Токката I-го тона.

Посещение Березенского биосферного заповедника включает в себя экскурсию в музее, конную прогулку, знакомство с животным миром заповедника. Общая площадь заповедника — 85,2 тыс. гектаров. Благодаря своему биологическому разнообразию и уникальности природных комплексов заповедник имеет исключительную значимость. Здесь присутствуют четыре типа экосистем: густые леса, топкие болота, быстротечные водоёмы и чистые луга. В заповеднике обитает множество видов растений и животных, часть из которых занесены в Красную книгу (более 80 видов растений и более 100 видов животных).

Программа посещения Березенского биосферного заповедника включает: экскурсию в музей «Животный мир заповедника». Экскурсия рассчитана на 1 час. В ходе экскурсии туристы познакомятся с многообразием животных и птиц, которые обитают в заповеднике, окунутся в первозданную красоту и богатство лесов, водоемов, растительного и животного мира.

Далее небольшая конная экскурсия «Зеленый рай», рассчитанная на 1 час. В ходе экскурсии туристы посещают станцию фонового мониторинга, сосновый бор, заброшенное зарастающее поле, окраина верхового болота.

Завершающим элементом знакомства с заповедником является посещение экскурсии в вольерах с дикими животными «Лесной зоопарк». Вольеры дают возможность посмотреть таких животных как зубр, лось, медведь, волк и рысь в условиях, максимально близких к их естественным местообитаниям.

В стоимость путевки включены следующие процедуры:

- водолечение (один из видов: ванны или души, 4 процедуры);

- галотерапия (при хронических обструктивных заболеваниях органов дыхания, 4 процедуры);

- диетотерапия (по показаниям номер диеты на весь курс лечения);

- ингаляции (4 процедуры);

- лечебная физкультура (ЛФК) (групповая или индивидуальная, 8 занятий);

- массаж ручной (на одну зону, 4 процедуры);

- медикаментозная терапия (в соответствии с действующими нормативными актами МЗ РБ, по назначению лечащего врача при угрожающих жизни состояниях);

- механотерапия (по показаниям)

- питьевое лечение минеральной водой (по назначению врача, ежедневно);

- посещения врача в течение курса лечения (2 посещения);

- теплолечение (парафин-озокеритовые аппликации на одну зону, 4 процедуры);

- фитотерапия (8 процедур);

- электрокардиограмма (по показаниям);

- электросветолечение (не более двух видов, 4 процедуры).

Калькуляция тура представлена в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Калькуляция тура, руб.

№	Услуга	На 1 взрослого	На 1 ребенка
1.	Проживание, 10 дней	1047,2 х 10 суток = 10472	733,1х10суток=7331
2.	Питание	Включено, полный пансион	
3.	Лечение	Включено	
4.	Экскурсионная программа	2786	1863
	Себестоимость	13258	9194
5.			

6.	+8% маржинальная прибыль	8%=1061	8%=736
7.	Нетто-стоимость тура	14319	9930
8.	+10% Комиссия	1591	1103
9.	Продажная цена (нетто-цена+комиссия)	15910	11033

Расчет экскурсионной программы проводился на группу из 10 человек. В экскурсионную программу входит 2 экскурсии: 1) г. Полоцк, музей Книгопечатания, Софийского собора, концерта органной музыки; 2) посещение Березенского биосферного заповедника. конная прогулка, посещение музея внутри заповедника.

Таким образом, разработанный в третьей главе тур позволяет решать конкретные задачи организации оздоровительных мероприятий проводимых в турагентстве «Фолистер». Это позволило не только привлечь дополнительное число туристов и рекреантов, но и повысить разнообразие и качество их обслуживания. В результате, как показали наши предварительные расчеты, эффективность деятельности турфирмы выросла в среднем на 15-20%. Руководство организации было довольно нашими предложениями и заинтересовано в продолжении сотрудничества, возможно уже на постоянной основе в качестве сотрудника фирмы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время лечебный туризм развивается активными темпами и приобретает все большую популярность у населения. Сегодня в услуги лечебного туризма, входит не только лечение природными источниками, но и множество современных прогрессивных направлений, таких как физиотерапия, психотерапия, СПА-терапия и другие. Требования населения к лечебным курортам постепенно растут, спрос выражен не только в получении медицинских услуг, но и их качеству, комфортным условиям проживания, обслуживания, доступной стоимости, наличию спортивного инвентаря в здравницах и других видов обслуживания, делающих комфортным пребывание на курортной территории.

Медицинский туризм представляет собой лечебный туризм, основной функцией которого является восстановление здоровья, лечение хронических и сопутствующих заболеваний на территориях, где функционируют санаторно-курортные и медицинские учреждения, оказывающие комплекс услуг разного уровня по восстановлению здоровья

Ключевые участники туристской индустрии любой страны – это туристический оператор и туристический агент. Под туроператорской деятельностью подразумевается деятельность по формированию, реализации и продвижению туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом. Основная роль туроператора – создание качественного туристского продукта, соответствующего требованиям потребителя. Для осуществления данной задачи требуется обеспечение стабильных взаимоотношений и договоренностей с поставщиками услуг – авиакомпаниями, отелями, принимающими сторонами и т.д. Туроператор также ведет переговоры с другими поставщиками, такими как наземные операторы, рестораны, транспортные операторы, поставщики экскурсий, страховые компании, банковские компании, круизные организации и даже другие, которые

косвенно имеют дело с туристическими услугами, которые являются частью туристического пакета.

Под турагентской деятельностью понимается деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. Основными процедурами любого турагентства являются реклама туров оператора и продажа рекламируемых туров. Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров, т.е. приобретает необходимое количество туров у туроператора и занимается их доведением до потребителей. Одна из главных задач турагентства состоит в грамотном анализе запросов потребителей в сфере туризма и определении возможностей их реализации.

Основной формой организации взаимодействия между туроператором и турагентом является заключение агентского договора на реализацию турпродукта. В содержание такого договора обязательно включаются предмет договора, права и ответственность сторон, условия расчетов, срок действия договора и другие существенные условия

В качестве объекта исследования в работе выступает «Фолистер», основными видами деятельности которого являются: деятельность туристических агентств; организация комплексного туристического обслуживания; обеспечение экскурсионными билетами, обеспечение проживания, обеспечение транспортными средствами; предоставление туристических информационных и экскурсионных услуг и др.

«Фолистер» специализируется главным образом на массовым туризме – отельном отдыхе с детьми, что позволило турагентству занять прочную нишу на рынке и позиционировать себя в сфере элитного массового туризма.

«Фолистер» взаимодействует с несколькими операторами: TUI, ООО "Клуб Русский экспресс", ANEXTOUR и др.

В рамках данной работы предлагается разработка медицинского тура в турагентстве «Фолистер». В качестве региона предлагается Республика Башкортостан.

Природные ресурсы Республики Башкортостан являются необходимой базой для развития лечебно-оздоровительного туризма. Основными природными ресурсами, обуславливающими развитие лечебно-оздоровительного туризма в Республике Башкортостан, являются минеральные воды, климатические рекреационные ресурсы и лечебные грязи;

Инфраструктура лечебно-оздоровительного комплекса включает санатории, учреждения медицинского профиля, коллективные средства размещения, оздоровительные центры, детские лагеря и базы отдыха. Большая часть санаториев Республики Башкортостан относится к числу малых и средних здравниц.

Проанализировав 100 анкет посетителей санатория «Зеленая Роща», был сделан вывод о высокой степени удовлетворенности клиентов обслуживанием, медицинским персоналом, диетическим питанием. Первое положительное впечатление о санатории не меняется у посетителей на протяжении оздоровления. При этом можно определить, что маркетинговая деятельность санатория недостаточно развита. Исходя из этого, можно определить следующие мероприятия по развитию: организовать сотрудничество с туристскими фирмами с целью привлечения иностранных отдыхающих; разнообразить программы пребывания, включив такие популярные в настоящее время велнес-программы; модернизировать номерной фонда с целью улучшения планировки и доведения до уровня «люкс»; разнообразить досуговую деятельность.

На основе изученной информации был разработан экономически выгодный лечебно-оздоровительный тур в санаторий «Зеленая Роща» в Республике Башкортостан, была достигнута цель исследования и выполнены задачи. Целевой аудиторией являются: посетители санатория от 26 до 59 лет,

выбранный сезон – весна. Данный тур является актуальным, т.к. при непрерывном оздоровлении туристы получают возможность проводить свободное время с пользой для себя: посетить с экскурсией г.Полоцк, концерт органной музыки в Софийском соборе, побывать в Березенском биосферном заповеднике, совершить конную прогулку по территории санатория, а также принять участие во многих досуговых мероприятиях на свежем воздухе.

Одной из основных проблем развития санаторно-курортного комплекса региона остается недостаточная динамика развития инфраструктуры, создающая ряд проблем: непродолжительное пребывание туристов, некомплексное использование лечебных ресурсов (специализация преимущественно на лечебно-оздоровительных турах по медицинским показаниям), высокий удельный вес учреждений, которые функционируют только летом. С учетом значительного ресурсного потенциала этот регион может рассматриваться как приоритетный для осуществления нового рекреационного строительства и инвестирования в обновление материально-технической базы санаторно-курортного хозяйства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.04.2020) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 01.04.2020 № 98-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

3. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 N 872-р (ред. от 11.07.2019) «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)"» // СПС «КонсультантПлюс»

Учебники, монографии, диссертации, статьи

4. Архипов А.Е., Печеневская А.А. Развитие медицинского туризма // Colloquium-journal. 2018. №7-1(18). С. 11–13.

5. Безверхова И.В., Борисенко И.В., Воронова Ю.О. Современные тенденции и направления развития лечебного туризма // Аллея науки. 2018. Т.3. №7(23). С. 301—307.

6. Белоградская, К. В. Турфирма в условиях современной экономики // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2017. – № 117. – С. 100–105.

7. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма : учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 318 с.

8. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 318 с.

9. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 256 с.

10. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 165 с.

11. Ван С. Анализ развития медицинского туризма под влиянием COVID-19 // Экономика и предпринимательство. 2022. № 2 (139). С. 517-521.

12. Виноградова, Т. В. Технологии продаж турпродукта: учебник. - М.: Академия, 2020. - 240 с.

13. Власова, Т. И. Профессионально-личностное развитие специалиста в системе непрерывного туристского образования: дис. доктора пед. наук: 13.00.08. – М., 2018. – 227 с.

14. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 191 с.

15. Гельман В.Я. Диспропорции развития здравоохранения и медицинский туризм // Медицина. 2017. Т.5. №4(20). С. 21–32.

16. Гуськова, А.В., Лисицына, Т.Б. Технология сотрудничества туроператоров с турагентами: преимущества их взаимодействия // Вестник ГГУ. 2020. № 6. С. 15-21.

17. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю. О стратегических приоритетах развития лечебнооздоровительного туризма в России // Экономика и управление народным хозяйством. 2018. №3(5). С. 106–115.

18. Дурович,, А.П, Бондаренко, Г. А. Организация туризма: учеб. пособие / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2017. – 277с.

19. Ермакова, Ж.А., Холодилина, Ю.Е. Проблемы и перспективы деятельности туроператора по внутреннему туризму на региональном уровне

// Современные направления развития управления, экономики и образования. Пенза, 2021. С. 35-40.

20. Ефимов С.А., Ефимова А.С. Лечебно-оздоровительный, лечебный и оздоровительный туризм: уточняем понятийно-терминологический аппарат // Вестник физиотерапии и курортологии. 2017. Т.23. №4. С. 155–160.

21. Зырянов А.И. Развитие туристско-рекреационной сферы с учетом эпидемиологических рисков // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2020. №4(8). С. 34–42.

22. Зырянов А.И., Балабан М.О., Зырянов Г.А. География коронавируса и вопросы туризма // География и туризм. 2020. №2. С. 5–17.

23. Калыгина, Е. В. Эффективная организационная структура предприятия въездного туризма // Научный результат. – 2017. – № 2. – С. 18–25.

24. Котлярова О.В., Бай Т.В. Исследование условий дестинации различных видов туризма в условиях Челябинской области // Корпоративная экономика. 2017. №3(11). С. 47–56.

25. Матюхина, Ю. А. Индустрия туризма : учебное пособие / Ю. А. Матюхина. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 310 с.

26. Морозов М.А., Аристов П.О. Влияние туризма на экономику региона (на примере Ставропольского края) // Вестник Российского нового ун-та. Сер.: Человек и общество. 2018. №2. С. 69–75.

27. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 291 с.

28. Мотышина, М. С. Менеджмент туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 282 с.

29. Новоселова Н.Н., Батчаева С.Х., Батчаева А.Х. Развитие лечебно-оздоровительной и туристско-рекреационной кластерной политики в регионе

кавказских минеральных вод // Экономика и предпринимательство. 2017. №2–1(79). С. 276–278.

30. Оборин М.С. Медицинский туризм как специальный вид услуг // Сервис в России и за рубежом. 2022. Т.16. №1. С. 179–187.

31. Овчаров, А. О. Экономика туризма : учебное пособие / А.О. Овчаров. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 253 с.

32. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 176 с.

33. Поддубная Т.Н., Ермак В.В. Развитие оздоровительного туризма в России и за рубежом // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т.2. С. 221–225.

34. Пониматкина, Л.А., Макарова, С.А. Проблема низкоквалифицированных кадров в туризме // Интеллектуальный и научный потенциал XXI века. – 2017. – С. 205-207.

35. Прыткова, Н.А. Теоретические аспекты понятия турагентской деятельности // Интеллектуальный и кадровый потенциал современной науки. 2020. С. 192-198.

36. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 210 с.

37. Савельева Н.А., Колесников Р.В., Шмелева Т.В. Медицинский туризм: вопросы терминологии // Вестник Евразийской науки. 2020. Т.12. №2. С. 66.

38. Семенова З.А., Чистобаев А.И., Грудцын Н.А. Особенности развития медицинского туризма в условиях пандемии // Здоровье - основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. 2021. Т. 16. № 4. С. 1661-1667.

39. Сергеева, Е.А. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 "Туризм" / Симферополь, 2021.

40. Сергеева, Е.А., Дорофеева, А.А. Организация туроператорской и турагентской деятельности. - Симферополь, 2020.

41. Синьтун В. Анализ развития регионального медицинского туризма в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 5-1. С. 107-113.

42. Соболева С.Ю., Соболев А.В. Кластерный подход к формированию зон лечебно-оздоровительного туризма // Волгоградский научно-медицинский журнал. 2018. №1(57). С. 7–10.

43. Соколов А.С., Манько Н.П., Гуляев В.Г. Теоретико-методологические аспекты медицинского туризма // Вестник Российской международной академии туризма. 2017. №3. С. 105–111.

44. Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 346 с.

45. Стрембицкая, Л.И. Особенности формирования индивидуальных туров в деятельности туроператора // StudNet. - 2021. - № 7. - С. 47.

46. Ткачева Т.А. Туристский образ Северного Кавказа в представлениях населения России // Наука. Инновации. Технологии. 2018. №4. С. 77–90.

47. Фахрутдинова, Л.Р., Валеева, Г.Ф. Организация деятельности предприятий туристской индустрии в конкурентных условиях // Молодежь-науке - XI. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса. 2020. С. 373-376.

48. Чеглазова, М.Е. Специфика качества обслуживания в индустрии туризма и гостеприимства / М.Е. Чеглазова, А.С. Перескоков // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сборник научных трудов. – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», 2019. – С.67-71.

49. Чеглазова, М.Е. Теоретические основы жизненного цикла туристского продукта / М.Е. Чеглазова, М.А. Нестерова // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: Сборник научных трудов. – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», 2019. – С. 63-66.

Интернет-ресурсы

50. Правительство Российской Федерации: (официальный сайт) - URL: http//government.ru.
51. Туристическое агентство «Фолистер»: (официальный сайт) – URL: http://www.folister.ru/
52. Федеральное агентство по туризму: (официальный сайт) – URL: https://tourism.gov.ru/