

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВАРА

**на тему «Створення та просування медичного туру у
напрямку Україна - Чехія»**

Здобувачки Клокар І.О.

4 курсу групи 242-51с

Керівники: професор Меліх О.О.
(посада, прізвище та ініціали)

ст.викладач Іванченков В.С.
(посада, прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 22 листопада 2022 р., протокол № 5

Завідувачка кафедри ТБтаР Наталя ДОБРЯНСЬКА
(назва кафедри) (підпис) (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технології вина та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Д.е.н., проф. Добрянська Н.А.

«____»_____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Клокар І.О.
ПІБ

1. Тема роботи «Створення та просування медичного туру у напрямку Україна - Чехія»

Затверджена наказом ОНТУ від 15 серпня 2022 р. наказ № 459-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 06 грудня 2022 р.

3. Вихідні дані роботи

Література з розвитку туристичної сфери, законодавство, інтернет-джерела

4. Перелік питань, які потрібно розробити

1) Медичний туризм у країнах світу

2) Характеристика та особливості Чехії для розвитку медичного туризму

3) Розробка нового туру за профільним напрямком

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначення обов'язкових креслень)

Презентація (16 слайдів)

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи, що відносяться до їх компетенції:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
3	Добрянська Н.А.	01.09.2022	01.12.2022

7. Дата видачі завдання – «01» вересня 2022 р.

Керівники д.е.н., проф. Меліх О.О. _____ (підпис)

к.е.н., ст.викл. Іванченков В.С. _____ (підпис)

Завдання прийняла до виконання Клокар І.О. _____ (підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Термін виконання етапів роботи
1	Медичний туризм у країнах світу	20.09.2022
2	Характеристика та особливості Чехії для розвитку медичного туризму	21.10.2022
3	Розробка нового туру за профільним напрямком	25.11.2022
4	Оформлення роботи	01.11.2022
5	Підготовка презентації	05.11.2022

Здобувач-дипломник _____ Лінцова А.Р.
підпис

Керівники роботи _____ О.О. Меліх
підпис
_____ Іванченков В.С.
підпис

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Лінцова А.Р.
підпис

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра

ДРБ містить 93 сторінок, 2 таблиці, список літератури з 15 найменування, 3 додатка.

Медичний туризм - це діяльність, пов'язана з організацією медичного обслуговування пацієнтів далеко за межами місця їх постійного проживання. Причому пацієнти можуть їздити в медичні заклади як усередині країни (внутрішній медичний туризм), так і далеко за кордон (міжнародний медичний туризм).

Багато «медичних туристів» користуються можливістю поєднати медичне обслуговування з відпочинком на курортах, в оздоровчих, SPA і Wellness-центрах. Тому сьогодні розповідаючи про медичному туризм, нерідко вживають і термін «оздоровчий туризм». З кожним роком медичний туризм набуває все більшої популярності.

Чехія - популярна лікувально - оздоровчим туризмом серед населення Євросоюзу та СНГ. В Чехії понад 200 приватних та державних клінік, в яких працюють понад 200000 лікарів та медпрацівників.

Нині в Чехії вже сформувався ринок медичного туризму зі своєю інфраструктурою, медичним менеджментом, органами акредитації, агентствами медичного туризму та фахівцями у сфері медичних подорожей

Чехія відома високим рівнем медицини та при цьому низькі ціни порівняно з іншими країнами Європи.

Фахівці які будуть надані клієнтам, мають великий авторитет у сфері своїх професійних досягнень.

До пацієнта в клініках ставлення тепле всього персоналу, та рівень обслуговування відрізняється від нашого. Одним із основних переваг лікування в Чехії є доступ до останніх досягнень сучасної медицини. Клініки країни постійно оновлюють обладнання. в палатах є все для комфортного перебування хворого, комфортні ліжка та меблі, кнопки виклику персоналу, телефон, телевізор, кондиціонер, ванна кімната.

У Законі України про туризм туристичний продукт визначається як комплекс туристичних послуг, необхідний для задоволення потреб туриста під час його подорожі. Він поєднує в собі не менше двох послуг (перевезення та розміщення) і реалізується або пропонується до реалізації за визначеною ціною. До складу туристичного продукту включаються транспортні, готельні, медичні послуги, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо.

У туризмі формування і споживання продукту відбувається роздільно. Турист, купуючи у турфірми туристський продукт, оплачує право на його отримання під час подорожі. Таким є юридичне визначення туристичного продукту. Але, кажучи про турпродукту, також маються на увазі його фізичні і вартісні властивості, якості, характеристики.

ANNOTATION to the bachelor's degree

The work contains 93 pages, 2 tables, a list of literature from 15 names, 3 appendices.

Medical tourism is an activity related to the organization of medical care for patients far beyond their place of permanent residence. Moreover, patients can travel to medical facilities both within the country (domestic medical tourism) and far abroad (international medical tourism).

Many "medical tourists" take advantage of the opportunity to combine medical care with rest at resorts, health centers, SPAs, and wellness centers. Therefore, today when talking about medical tourism, the term "health tourism" is often used. Every year, medical tourism is gaining more and more popularity. The Czech Republic is popular for medical and health tourism among the population of the European Union and the CIS. In the Czech Republic, there are more than 200 private and public clinics, in which more than 200,000 doctors and medical workers work.

Currently, the medical tourism market has already formed in the Czech Republic with its own infrastructure, medical management, accreditation bodies, medical tourism agencies and specialists in the field of medical travel

The Czech Republic is known for its high level of medicine and at the same time low prices compared to other European countries. The attitude of all staff is warm to patients in clinics, and the level of service differs from ours. One of the main advantages of treatment in the Czech Republic is access to the latest achievements of modern medicine. The country's clinics are constantly updating their equipment. The wards have everything for a comfortable stay of the patient, comfortable beds and furniture, staff call buttons, telephone, TV, air conditioner, bathroom. In the Law of Ukraine on Tourism, a tourist product is defined as a set of tourist services necessary to meet the needs of a tourist during his trip. It combines at least two services (transportation and accommodation) and is sold or offered for sale at a specified price. The tourist product includes transport, hotel, medical services, services for organizing visits to cultural objects, recreation and entertainment, sales of souvenir products, etc. In tourism, product formation and consumption occur separately. A tourist, buying a tourist product from a travel agency, pays for the right to receive it during the trip. This is the legal definition of a tourist product. But when talking about a tourist product, we also mean its physical and valuable properties, qualities, and characteristics

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1 Медичний туризм у країнах світу.....	9
1.1. Загальна характеристика медичного туризму у країнах світу, Європи та країн Азії.....	15
1.2. Історія, види та функції медичного туризму.....	21
1.3. Медичний туризм Європи, країн Азії та Чехії.....	38
Висноки до розділу 1.....	42
Розділ 2 Характеристика та особливості чехії для розвитку медичного туризму.....	47
2.1. Медичний туризм в Чехії.....	47
2.2 Аналіз діяльності туристичних операторів з організації медичного туру.....	49
2.3 Аналіз профільних напрямків у сфері медичного туризму Чехії.....	50
Висновки до розділу 2.....	54
Розділ 3 Розробка нового туру за профільним напрямком.....	55
3.1. Програма туру, опис маршруту.....	60
3.2. Розрахунок вартості туру.....	67
3.3. Стахування туристів.....	71
Висновки до розділу 3.....	75
Висновки	77
Список використаних джерел	79
Додатки	81

ВСТУП

Медичний туризм - це діяльність, пов'язана з організацією медичного обслуговування пацієнтів далеко за межами місця їх постійного проживання. Причому пацієнти можуть їздити в медичні заклади як усередині країни (внутрішній медичний туризм), так і далеко за кордон (міжнародний медичний туризм).

Багато «медичних туристів» користуються можливістю поєднати медичне обслуговування з відпочинком на курортах, в оздоровчих, SPA і Wellness-центрах. Тому сьогодні розповідаючи про медичному туризм, нерідко вживають і термін «оздоровчий туризм».

З кожним роком медичний туризм набуває все більшої популярності, особливо серед жителів США, Канади та країн Західної Європи. Наприклад, у США кількість людей, що не мають повноцінної медичної страховки, перевищує 50 мільйонів чоловік. У більшості населення медична страховка не покриває лікування хронічних захворювань, операції, повноцінне стоматологічне лікування та протезування. Тому багато американців вважають за краще проходити такі види лікування за кордоном.

Незважаючи на те, що громадянам Канади, Великобританії, Швеції держава покриває до 90% вартості медичних послуг, щоб потрапити до необхідного медичного фахівця або на планову діагностичну процедуру (наприклад, УЗД) іноді доводиться чекати декілька місяців. А, приміром, середній період очікування планового оперативного втручання в цих країнах складає близько двох років. Тому пацієнти часто вибирають медичні заклади країн Азії та Східної Європи, в яких можна отримати необхідні медичні послуги відразу і навіть в комфортніших умовах, ніж на батьківщині.

Нерідко пацієнти просто змушені займатися міжнародним медичним туризмом, так як не можуть отримати окремі медичні послуги у себе в країні через нормативних заборони та обмеження. Багато пацієнтів з проблемами безпліддя з Італії, Німеччини, країн Скандинавії їдуть в клініки України та

Індії з питань застосування окремих методів допоміжних репродуктивних технологій (сурогатне материнство, донорство ооцитів).

Як не дивно, але медичний туризм відкрили для себе і жителі країн СНД. Сьогодні поїздки громадян цих країн на лікування та діагностику в медичні заклади Західної Європи, США, Ізраїлю або Туреччини стали досить звичайним явищем. Крім того, в Україні швидкими темпами розвивається не тільки міжнародний, але і внутрішній медичний туризм. Багато киян охоче їдуть лікувати зуби, коригувати зір тощо в медичні заклади у Львові, Одесі чи Донецьку.

Яким би не був високим рівень сервісу та якості медичного обслуговування за кордоном, при організації таких поїздок не рідко виникають складності і питання юридичного характеру. Для отримання та легалізації необхідних документів, супроводження врегулювання конфліктів, представлення інтересів тощо доцільно залучати юристів відповідної спеціалізації та кваліфікації. [1].

РОЗДІЛ 1. МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ СВІТУ

Медичний туризм — виїзд протягом деякого часу, який своєю метою має лікування в середині своєї країни та і поза межами. У такому разі під виїздом за кордон мають на увазі отримання медичних послуг за межами місця проживання, які можуть там бути недоступні з кваліфікаційної точки зору, недозволені на законодавчому рівні, ціна на медичні послуги занадто висока. Коштовність медичних послуг зазвичай є основною причиною пошуку більш доступних варіантів за тією самою якістю надання послуг, та кваліфікацією. Також споживачі можуть користуватися послугами медичного туризму не лише для лікування, а й для уточнення існуючого діагнозу або діагностики на ранніх стадіях захворювання. Такий вид туризму зокрема активно поширюється серед споживачів, найпопулярнішим в сфері медичного туризму з пострадянських країн — Франція, чия охорона здоров'я та в цілому медична система стоїть на першому місці в рейтингу Всесвітньої Організації Охорони Здоров'я. Ці показники основані в першу чергу на її великому внеску в розвиток медицини, та співвідношенні у кількості кваліфікованих лікарів на співвідношення до населення. Частіше за все медичні туристи поєднують саме медичний туризм і туризм у звичайному його розумінні. У світі медичний туризм виник давно, ще з давніх часів це було відоме явище наприклад коли аристократи виїздили в пошуках більш комфортного клімату, влаштовували поїздки до водойми задля того, щоб чистим повітрям відновити легені, або заспокоїти “хворобу королів” тобто подагру.

Процес глобалізації за останні роки привів до стирання кордонів між країнами, в ході чого сформувався своєрідний туристичний напрямок з людей які подорожують задля отримання медичних послуг за кордоном, і з часом, кожним роком цей потік стає все більшим. Таким чином під поняттям медичний туризм мають на увазі процес який спрямований на організацію медичної допомоги з високою кваліфікацією за межами країни проживання. Частіше за все мова йде про клініки які пройшли певні перевірки, відповідають

усім стандартам та отримують сертифікат тобто акредитацію. Привабливим для споживачів виступає:

1. Максимально індивідуальний підхід на усіх стадіях — від початку на етапі діагностики коли підбирається індивідуальна схема лікування, до етапу коли особисто для пацієнта розробляють програму реабілітації в залежності від проблеми.
2. Прогресивне та новітнє медичне обладнання для діагностики.
3. Рівень розв'язання певних проблем зі здоров'ям знаходиться на високому рівні.
4. Медичний персонал — професійні працівники.
5. Супровід психологічною підтримкою та супроводом.
6. Поважне ставлення та рівень сервісу на високому рівні.

За видами медичного обслуговування, яке необхідно клієнту, сфера обслуговування поділена на 5 напрямків:

1. Діагностика. Організація виїзду до певної держави для швидкого проходження повної діагностики стану здоров'я, отримання на основі аналізів перші кваліфікаційні заключення медиків.

2. Лікування. Виїзд особи цілеспрямовано за межі країни проживання для проходження лікування яке було діагностовано на першому етапі. Частіше за все мова йде про такі хвороби як онкологія та онкогематологія, нейрохірургія, кардіологія, неврологія та ортопедія, лікування безпліддя. Основними цілями даного етапу є: отримання якісних медикаментів, отримання якісних медичних послуг від фахівців, що мають блискучий досвід лікування та позбавлення певних захворювань, та скористатися передовими методами лікування.

3. Реабілітація. Організація терапії з відновлення після отриманої травми або перенесеного хірургічного втручання. Споживачів приваблює класифікація наданих послуг та створені для цього умови. Супутнім фактором також виступає в даних випадках — природні умови, які будуть більш сприятливими для проходження лікування.

4. Естетика. Все частіше в медичному міжнародному туризмі, напрямок який пов'язаний з косметичними процедурами та пластичною хірургією, розглядають окремо, Популярність даної практики на ринку послуг постійно зростає.

5. Народна медицина. Клас людей, особливо це поширено в колі мандрівників, які практикують методики, що можуть дуже кардинально відрізнитися від медичних протоколів лікування.

Частіше за все перераховані види лікувального туризму доступні на базі однієї акредитованої клініки. Більшість випадків має градацію в залежності від профільної спеціалізації. Наприклад медичний центр зосереджує увагу на лікуванні та питаннях онкології інший медичний центр на серцево-судинних проблемах.

Розглянемо 5 найбільш поширених країн для відвідування з цілю медичного туризму.

1. Південна Корея.

Рівень підготовки медичного персоналу, який працює в сфері охорони здоров'я знаходиться на високому рівні. За даними статистики 1 зі 100 студентів здобуває статус лікаря. Також враховують факт, що велика кількість прогресивного обладнання для діагностики виробляється в цій країні, то зрозуміло чому саме Південна Корея — це популярний напрямок для медичного туризму. Також популярність має корейська методика з поєднання традиційної медицини та прогресивної.

2. Таїланд.

Країна активно та швидко набирає оберти у сфері надавання медичних послуг на високому рівні. Є окремі питання які місцеві медики мало чим поступаються своїм колегам з Ізраїлю, але послуги нижчі за вартістю. Саме з цих причин європейці часто відвідують Таїланд з цілями медичного туризму. Найбільш популярним напрямком для місцевих фахівців є пластична хірургія та стоматологія. На високому рівні розвинена ортопедія, гінекологія та кардіологія, онкологія.

3. Туреччина.

Країна займає третє місце в рангу міжнародного медичного туризму.

Щорічно в країну приїжджає понад 800 тисяч споживачі з цілю вирішення проблем зі своїм здоров'я та для діагностики стану здоров'я.

4. Німеччина. Вартість на медичні послуги у Німеччині одна з найбільших у світі, але рівень наданих послуг повністю відповідає фінансовим витратам. Профільним напрямком німецьких медиків є онкологія, кардіологія та діагностика. Більша частина клінік пов'язана з університетськими кафедрами, що даю змогу постійно вдосконалювати та використовувати різні методики. Рівень підготовки німецьких фахівців знаходиться на дуже високому рівні, усі працюють чітко, досконало та послідовно.

5. Ізраїль.

За найвищим відсотком лікування хворих на онкологію Ізраїль вважають найбільш популярною країною за цим напрямком лікування. У цьому питанні місцеві лікарі досягли великих успіхів, незалежно від стадії захворювання лікарі борються за кожного пацієнта.

При цьому вартість на медичні послуги менша ніж у європейських клініках. Також привабливим для туристі виступає територіально близьке розташування та мінімальні проблеми, стосовно мовного бар'єра. До Ізраїлю вирушають з питань гінекології, нейрохірургії та протезування суглобі, місцеві фахівці вважаються найкращими у світі. [2.1]

Медичний туризм в Україні.

Для українців медичний оздоровчий туризм - новітній напрям, яке з'явилося відносно недавно, незважаючи на те, що в світі це давно популярний напрям туризму. Сьогодні для українців доступні будь-які клініки і медичні установи Європи, Ізраїлю та Америки, де вони можуть пройти якісне лікування із застосуванням сучасних технологій і методик.

Завдяки медичному туризму, будь-який пацієнт може звернутися за допомогою до фахівців зі світовим ім'ям і досвідом.

Переваги медичного туризму для українців

Все частіше українські громадяни звертаються до послуги медтуризму, вважаючи за краще лікуватися за кордоном. Пов'язано це з тим, що:

1. У європейських клініках здійснюється точніша діагностика і постановка діагнозу;
2. Ліки, які виписують наші медики, не вирішують проблем;
3. За кордоном можуть провести найскладнішу хірургічну операцію з великою ефективністю;
4. В Україні практично не проводиться трансплантація, або черги доводиться чекати кілька років;
5. Реабілітаційні заходи не допомогли ефективно відновити здоров'я.

Міжнародний медичний туризм має масу переваг:

- Сучасні діагностичні та терапевтичні методики, які дозволяють точно встановити діагноз і розробити лікування в усіх напрямках медицини;
- Інноваційна терапія, заснована на безболісності і атравматичності;
- Максимальне забезпечення обладнанням установ. Наявність всіх необхідних приладів, дозволяє оперативно проводити лікування і реабілітацію пацієнта;
- Унікальні медичні послуги і процедури. Більшість послуг, що надаються в зарубіжних клініках, недоступні в рідній країні;
- Професіоналізм і високоякісний сервіс. Медичний персонал володіє всіма необхідними знаннями для ефективної підтримки і допомоги пацієнтів, які перебувають на лікуванні за кордоном.

ЯКІ КРАЇНИ ОБИРАЮТЬ УКРАЇНЦІ?

Найбільш популярні напрямки медичного туризму у жителів України - Ізраїль, Німеччина, Франція, Туреччина, Індія. Багаторічна практика і застосування останніх інноваційних методик в терапії, дозволили клінікам Європи здійснювати складні операції по: лікуванню критичних стадій раку,

пластичній хірургії, пересадці волосяного покриву, лікуванні псоріазу, трансплантації життєво важливих органів.

Чому іноземці вибирають клініки України?

Як вказує статистика, не тільки українці їдуть лікуватися за кордон, а й іноземці приїжджають до Києва на лікування.

- Співвідношення ціна якість. У порівнянні з європейськими центрами, медпослуги в Україні надають дешевше при належній якості;

- Наявність реабілітаційних центрів і санаторіїв, де здійснюється реабілітація людей і дітей з ДЦП;

- Розвинена стоматологія та офтальмологія. У тій же Молдові, Білорусі, Німеччині якість стоматологічних послуг нижче, а ціни занадто завищені;

- Інноваційні клітинні технології і розвинена репродуктивна медицина. Операції з пересадки стовбурових клітин заборонені в деяких країнах, а в Україні вони успішно проводяться останні десять років;

- Розвинуте сурогатне материнство, що дозволяє вибрати сурогатну маму і точно запрограмувати стать майбутньої дитини.

Все це робить медичний туризм в клініки Києва та інших міст все більш популярним серед жителів ближнього і далекого зарубіжжя.

Ціни на медичні процедури в Україні та за кордоном

Вартість медичних послуг в українських клініках і установах в рази нижче, ніж в розвинених країнах Європи. При цьому, за якістю, наше лікування нітрохи не поступається європейському.

Якщо порівняти ряд оперативних процедур, то українські медики проводять їх на 30-70% дешевше, ніж світові фахівці. Клініки Німеччини, Ізраїлю, крім безпосередньо наданих послуг, накидають відсотки за репутацію установи. Тоді, як ціни для медичних туристів в Україні лише трохи відрізняються від цін на послуги для самих українців.

Практично в 2-3 рази вартість лікування в українських центрах нижче, ніж в Німеччині, Польщі або Ізраїлі:(дані за 2021р)

- Видалення варикозної сітки, в середньому, 28 тисяч грн., А за кордоном - від 90 тисяч;
 - Видалення жовчного міхура - 22 тисячі грн., А за кордоном - 33 тисячі грн .;
 - Гістероскопія - 13-14 тисяч грн., А в іноземних клініках - 29 тисяч грн.
- Організація медичних турів за кордон

При всій привабливості і достоїнствах, організувати самостійно поїздку досить складно. Перші труднощі, з якими стикаються бажаючі пройти лікування в провідних закордонних установах - це мовний бар'єр, запис до необхідних фахівців, збір документів, питання розміщення та перебування в країні.

УАМТ - організація, яка покликана допомагати пацієнтам з України організувати медичний тур в будь-яку з клінік світового рівня.

Українська асоціація медичного туризму безпосередньо взаємодіє з міжнародними установами і здатна вирішити ряд завдань:

- Підготувати необхідні документи і здійснити їх переклад;
- Підібрати оптимальний варіант установи та організувати прийом до профільних фахівців;
- Сформувати бюджет поїздки, в який будуть входити вартість лікування, діагностики та проживання;
- Забезпечити пацієнта під час проходження терапії за кордоном[3].

1.1 Загальна характеристика медичного туризму у країнах світу, Європи та країнах Азії.

Медичний туризм в країнах Європи.

Фактори розвитку медичного туризму в країнах Європи: переміщення потреби у здоров'ї до сфери споживчих пріоритетів; накопичений досвід медичної практики та науки; стирання відмінностей у рівні розвитку національних систем охорони здоров'я; політика Європарламенту у сфері охорони здоров'я; комерціалізація охорони здоров'я та територіальна

диференціація цін; фінансово-економічна криза; демографічна структура населення Європи; інформаційно-інноваційні процеси.

Інфраструктура європейського ринку медичного туризму: компанії медичного менеджменту, акредитаційні органи, агенції медичного туризму. Потоки медичних туристів в країнах Європи: із високорозвинених країн з якісною системою охорони здоров'я у країни з нижчим рівнем життя; з країн із низьким рівнем розвитку охорони здоров'я у високорозвинені країни у пошуках кваліфікованих спеціалістів. Транскордонна інтеграція охорони здоров'я у Європі: уніфікація стандартів лікування та методів оплати; покращення якості та доступності медичних послуг.

Австрія. Традиції Віденської медичної школи. Надання послуг медичного туризму з репродуктивної медицини, ортопедії, онкології, серцево-судинних хвороб.

Швейцарія, Іспанія, Бельгія, Франція - надання послуг медичного туризму з пластичної та косметичної хірургії, стоматології. Швейцарські клініки: об'єднання приватних клінік «Хірсланден». Іспанія: медичні клініки Барселони (корпорація «Трес Торрес», центр «Текнон»). Бельгія, Брюссель: Центр нейрохірургії та університетська клініка «Еразм». Франція: Американський госпіталь у Парижі, клініка Інституту Кюрі (онкологія), «Клінік-дю-Ронд-Пойнт на Єлісейських полях» (світовий лідер естетичної медицини та косметичної хірургії). Італія: акредитовані медичні заклади з надання репродуктивних та хірургічних послуг (центр репродуктивного здоров'я у Неаполі, клініка при медичному факультеті університету в Римі «Агостіно Джемелі»).

Надання послуг оздоровчого туризму на австрійських та швейцарських курортах. Австрія: (курорти Бад Гаштайн, Бад Ішль). Швейцарські курорти: спеціалізація на лікуванні легеневих захворювань.

Польща, Чехія, Угорщина, Литва, Хорватія - «східноєвропейські тигри медичного туризму».

Угорщина - «зубний кабінет Європи»: послуги стоматологічного лікування і пластичної хірургії за низькими цінами та високої якості. Угорські стоматологічні консультаційні центри у Ірландії, Великобританії, послуги «стоматологічного таксі».

Хорватія: послуги іноземним пацієнтам в клініках доктора Тонсік у Загребі, у центрі естетичної стоматології та імплантології «Трідент» у м. Ровінь, у клініках Дубровніка на Адріатичному узбережжі.

Польща: послуги медичного туризму з лікування хвороб системи кровообігу, травлення, опорно-рухового апарату в поєднанні з бальнеопроцедурами на курортах Криниці, Душніки, Поляніца, Бохня, Лендек, Величка.

Спеціалізація медичного туризму Чехії - пластична та косметична хірургія (Університетська клініка в Мотолі). Курорти та туристичні центри Чехії. Клініка «На Гомольці» як міжнародний акредитований центр серцево-судинної медицини та нейрохірургії. Надання послуг з лікування наркотичної залежності в реабілітаційному центрі «Монар».

Кластери медичного туризму країн Прибалтики: надання медичних послуг з кардіології, лазерній офтальмології, косметології та стоматології.

Медичний туризм в країнах Азії.

Індія - світовий лідер надання послуг з медичного туризму в галузі: кардіологія, ортопедія, косметична хірургія, трансплантологія. Медичні заклади: "Аполло", "AMRI", медична корпорація FORTIS HEALTHCARE (філії в Китаї, Сінгапурі, Малайзії, Брунеї та Маврикії). Потоки в'їзного медичного туризму в Індію. Мотиви медичних туристів.

Аюрведа, SPA і Wellness в Індії: програми оздоровчого туризму. Філософські школи wellness і Аюрведа в Індії.

Таїланд - один із лідерів медичного туризму. Продукти медичного туризму, які пропонують клініки Таїланду. Провайдери медичного туризму: клініка «Бангкок» в Пхукеті, міжнародна клініка «Бумрунград». Світові потоки туризму для отримання послуг тайської медицини. Оздоровчий туризм в

Тайланді: лікування акупунктурою, масажем, ароматерапією, йогою та спа-процедурами.

Ізраїль. Організаційна діяльність Ізраїльської Асоціації компаній медичного туризму. Ринок медичного туризму в Ізраїлі. Види медичного туризму: лікувальний, діагностичний, оздоровчий. Цінова політика. Чинники ефективного лікування в Ізраїлі. Організація медичного туризму в Ізраїлі. Виробники- посередники послуг медичного туризму: TheBestMedic («Unims» - United International medical service) - координативний центр з медичного туризму. Клініки та мережі медичних центрів Ізраїлю, які надають послуги медичним туристам: Ассута, Іхілов (Сураські), Асаф-ха-Рофе; центр імені Рабина; клініка Рамат Авів; центр Герцль Медікал, лікарня імені Хаїба Шиба.

Оздоровчий туризм на термальних мінеральних джерелах біля Мертвого моря на курортах Ейн Букек, Ейн Бокек, Нев Зохар, Ейн Геді. Напрямки оздоровчого туризму: лікування псоріазу, екземи, поліартриту, остеохондрозу.

Туреччина - світовий лідер медичного туризму. Індустрія лікувального та оздоровчого туризму. Державна політика розвитку медичного туризму: Закон про інвестиції в галузі туризму. Міжнародна акредитація медичних клінік (JCI). Інфраструктура медичного туризму. Основні чинники збільшення потоків в'їзного медичного туризму: розвиток туристичної інфраструктури; високі медичні стандарти, акредитація клінік; цінова політика. Напрями лікувального туризму: отримання медичних послуг з кардіології та кардіохірургії, нейрохірургії, ортопедії та травматології, радіотерапія та радіохірургія, гематологія, онкологія, педіатрія, пластична хірургія і естетична медицина, Офтальмологія і репродуктивні технології, реабілітаційна медицина, гінекологія та акушерство, трансплантологія. Провідні клініки, які надають послуги з медичного туризму: Американська клініка при фонді ім. Вехбі Коча, лікарня «SEMA», Італійська клініка при фонді ім. Вехбі Коча, університетські шпиталі Marmara, Medipol, Yeditepe, медичний центр Anadolu, лікарні Florence Nightingale, Liv Hospital, шпиталь Kadikoy Sifa, лікарняні мережі Universal Acibadem, Medical Perc Medica, Memorial, центр World Eye

Center (Dubai Goz). Виробники-посередники медичного туризму (Remed).
Оздоровчі програми курортів Кангале, Ялова, Паммукале.

Сінгапур - лідер медичного туризму Азії. Напрями надання медичної допомоги медичним туристам: трансплантологія, кардіологія, гінекологія, косметична хірургія, традиційна китайська медицина, поєднання класичних методів лікування з методами китайської медицини. Потоки медичних туристів.

Південна Корея - медичний туризм орієнтований на поєднанні традиційної східної медицини та західних медичних практик. Потоки в'їзного медичного туризму з Японії, Китаю та Росії. Лікарня східної медицини Джасенг в Сеулі як Мекка медичного туризму. Корейська традиційна медицина: лікування травами, акупунктури.

Медичний туризм в Малайзії: діагностика, лікування, лікування нетрадиційними методами (голковколювання, лікування травами). Державні програми з підтримки медичного туризму: міжнародні акредитації клінік, інвестиційні програми клінікам, зарубіжним туристам.

Медичний туризм в країнах Тихоокеанського регіону та Африки

Австралія : природні ресурси для лікувально-оздоровчого туризму. Бальнеологічні курорти: Деїлсфорд, Морк, Спрінгвуд. Приморські кліматичні курорти: Золотий Берег, Дейдра Айленд, Кернс. Позитивні та негативні чинники, які генерують туристський попит.

Туніс. Медичний туризм: державне регулювання та інвестиції; міжнародна акредитація клінік. Державна підтримка клінік, які надають послуги з в'їзного медичного туризму. Регулювання косметичної хірургії професійними організаціями: туніським товариством естетичної медицини (Société Tunisienne de Médecine Esthétique, STME), міжнародним товариством пластичних хірургів (ISAPS). Клініки косметичної хірургії (доктор Шираз Бузгуєнда (Chiraz Bouzguenda). Центри оздоровчого туризму таласотерапії SPA-готелі центр таласотерапії Хаммамetskого.

Єгипет. Лідери послуг медичного туризму клініки та санаторії Каїру, Александрії, Хургади, Халуану, Асуану, Синаю, Сафаги. Інфраструктура оздоровчого туризму. Лікувальний туризм: хвороби опорно-рухового апарату, в т.ч. артриту, хвороби органів травлення, шкіри.

Мексика . Чинники розвитку медичного туризму в країні. Географія медичного туризму в Мексиці (Монтеррей, штат Нуево Леон, (Monterrey, Nuevo León), Тихуана, штат Нижня Каліфорнія (Tijuana, Baja California), Ермосильо, штат Сонора (Hermosillo, Sonora), Чиуауа, штат Чиуауа (Chihuahua, Chihuahua), Торреон, штат Коауїла (Torreón, Coahuila) и Рейноса, штат Тамауліпас (Reynosa, Tamaulipas). Види міжнародного лікувально-діагностичного туризму: комплексна діагностика, надання стоматологічних послуг, лікування стовбуровими клітинами, серцево-судинна та пластична хірургія. Надавачі послуг медичного туризму: медичний центр "Інтегра", кардіологічний центр "Ексел". Індустрія SPA послуг та оздоровлення (Канкун, Рівєра-Майя).

Куба. Рівень розвитку кубинської медицини: розробка та використання інноваційних медичних технологій. Види міжнародного медичного туризму: лікування онкологічних, дерматологічних захворювань, хвороби Паркінсона, менінгіту, гепатиту, серцево-судинних захворювань. Послуги пластичних хірургів. Реабілітаційні програми відновлення функцій та структури нервової системи. Географія медичного туризму Куби: в'їзні потоки. Центри SPA- и таласотерапії: курорти Тарара, Ольгін, Кайо-Коко.

Аргентина- статус міжнародного медичного провайдера. Державна програма підтримки медичного туризму. Види міжнародного медичного туризму: естетична хірургія, стоматологія, бариатрична хірургія. Програми оздоровлення на горно кліматичних, бальнеологічних та SPA курортах Віл'явисенсіо, Терма-де-Копаху, Сан Карлос Де Барилоче.

Бразилія. Потоки медичних туристів в Бразилію. Види міжнародного медичного туризму: естетична хірургія, кардіологічна та нейрохірургія.

Надавачі медичної допомоги іноземним громадянам: шпиталь Сао-Лукас. Інфраструктура та оздоровчі програми курортів Флоріанополіс, Коста Есмеральда, Ангра душ Рейш, Баїя, Коста де Сауін, Убатуба, Бузіос, Північний Панталан, Ріо-де-Жанейро[4].

Медичний туризм в Україні.

Значення розвитку медичного туризму для підвищення рівня економічного розвитку регіонів України. Українська Асоціація Медичного Туризму (УАМТ): загальна мета, функції, принципи діяльності. Діяльність УАМТ як члена Всесвітньої Асоціації Медичного Туризму (GHTC). Представництво УАМТ в Громадській Раді при МОЗ України (комісія з розвитку медичного туризму). Партнери УАМТ: Турецька асоціація медичного туризму THTC, Союз професіоналів СПА, готелів і Wellness-курортів України, Medical Tourism Poland, Асоціація лікарів медичного туризму, Українська футбольна асоціація медиків, EuroEyes.

Вітчизняні медичні центри, які надають медичну допомогу іноземним громадянам (Центр серця та ін.).

Види медичного туризму в Україні. Географія медичного туризму. Оздоровчий туризм: регіони та комплекси (Карпатський, Азово-Причорноморський, Дніпровський, Поділля, Полісся. Характеристика курортів України[5.1].

1.2 Історія, види та функції медичного туризму

Історія розвитку та фактори, що зумовили виділення медичного туризму в самостійний напрям туристичної діяльності

Незалежно від прийнятої в країні моделі охорони здоров'я і рівня економічного розвитку пацієнти зіштовхуються з великою кількістю труднощів при отриманні медичних послуг. Значна частина цих труднощів зумовлена недоліками, характерними для всіх систем охорони здоров'я. Дуже низькі оцінки сфери охорони здоров'я висловлюють представники як

економічно розвинутих країн, так і країн з економікою, що розвивається. Аналіз думок жителів англомовних країн (США, Великобританія, Австралія, Нова Зеландія, Канада) виявив приблизно такий же рівень незадоволеності охороною здоров'я, як і в Україні, притому що моделі охорони здоров'я в вищезгаданих країнах суттєво відрізняються. Таке ставлення людей до пропонованих медичних послуг приводить до появи значного нереалізованого попиту на послуги охорони здоров'я, який неможливо задовольнити в рамках національної системи охорони здоров'я. Причини незадоволеності громадян можуть полягати у так званій «недоступній доступності» певних необхідних або бажаних для них медичних послуг, що виражаються у конкретній цінності для особи співвідношенням результат/вартість. Першочерговими при цьому виступають ціновий і якісний фактор, які насамперед привертають увагу більшості дослідників цієї проблематики. Дійсно, досить багато країн, що позиціонуються як осередки медичного туризму, пропонують медичні послуги-аналоги за значно нижчою вартістю порівняно із США та Великобританією. Світова економічна криза посилила необхідність зниження витрат домогосподарств в більшості країн світу, і в даному контексті привабливою виглядає можливість зекономити на лікуванні від 20% до 79%. Варто підкреслити, що невисока вартість надання послуг характерна для більшості країн пострадянського простору, зокрема і України, а тому конкурентні переваги за вартісним фактором є очевидними.

Слід відзначити також інші причини, які зумовлюють активізацію руху медичних туристів в регіональному та міжнародному масштабі. Зокрема, медичні потреби туристів можуть бути пов'язані із маніпуляціями, які не включаються до обраних програм медичного страхування у власних країнах (кардіо- та нейрохірургія, трансплантація, пластична хірургія, стоматологія тощо). У США поширюються випадки відмови лікарів з релігійних міркувань (наприклад, виконувати операції зі штучного переривання вагітності), а в багатьох інших країнах аборт є повністю забороненим на законодавчому рівні (Єгипет, ОАЕ, Ірландія, Чилі) або

дозволений лише за винятковими медичними показами (Іспанія, Польща, Мексика, Аргентина, Бразилія, Ізраїль тощо). Жителі Канади чи Великобританії забезпечуються державним страхуванням, проте змушені протягом тривалого часу (від двох місяців до двох років) очікувати проведення необхідної процедури чи операційного втручання фахівців. У деяких країнах (в Сінгапурі, наприклад) санкціонованим є застосування методів лікування із використанням стовбурових клітин, тоді як в більшості країн світу ведуться гострі дискусії про їх доцільність і дозволеність. Існують також пацієнти, які вирішують скористатися медичним напрямком туризму з метою захисту приватності і конфіденційності їх потреб шляхом достатнього ступеня віддаленості місця медичного втручання (стосується пластичної хірургії зі зміни статі, реабілітації наркоманів тощо). Таким чином, разом із безумовними вартісними та якісними перевагами медичного туризму, існує високий потенціал нереалізованих потреб осіб в медичній сфері внаслідок релігійних, соціальних або законодавчих обмежень при проведенні медичних процедур, які посилюються впливом часового фактора і стимулюють зростання попиту на послуги операторів ринку медичного туризму, адже альтернативою медичної послуги в своїй країні є її цільове отримання за кордоном. Спричинене глобалізацією зменшення бар'єрів в транскордонній торгівлі послугами сприяло росту ринку медичних послуг, що надаються поза межами постійного проживання пацієнта. В процесі надання таких послуг виникає попит на суміжні послуги, що попадають в сферу туризму: транспортне обслуговування, заклади розміщення і харчування. В комплексі ці послуги можуть бути охарактеризовані як нові форми лікувально-оздоровчого туризму. Різноманітні недоліки, характерні практично для всіх систем охорони здоров'я, приводять до одного результату: пацієнту в рамках національної системи охорони здоров'я недоступні, з тих чи інших причин, медичні послуги, які йому показані (наприклад, складна кардіологічна ситуація) чи бажані (наприклад, послуги естетичної медицини). Високий потенціал нереалізованих потреб в медичній

сфері, труднощі, що виникають при відновленні і підтриманні стану здоров'я служать потужним стимулюючим фактором розвитку перспективного спеціалізованого напрямку туристичної індустрії. Частково, вищезгаданий розвиток сприяв появі нового виду економічної діяльності – медичного туризму. Коротко- і середньострокові міграції людей, в тому числі і транскордонні, основною ціллю яких є покращення чи закріплення стану фізичного і духовного здоров'я (поїздки на води, до лікувальних джерел, релігійні паломництва до цілющих реліквій) відомі з давніх часів. Однак, через цілий ряд причин, до недавніх пір цьому феномену не приділялась достатня увага. Серед таких причин можна виділити наступні:-

комерційний прояв таких подорожей раніше складав незначну частину в загальному потоці товарів і послуг;

в минулому столітті кількість осіб, що здійснювали лікувально-оздоровчі вояжі, була відносно малою. Це були здебільшого представники еліти країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою, які мали достатні фінансові можливості для оплати медичних послуг в різних країнах. Але ситуація почала кардинально змінюватись: ринок транскордонних медичних послуг став активно рости і набувати все більш масовий характер. Потік «країни третього світу. Економічно розвинуті країни» паралельно з аверсним запрацював в реверсному режимі: в країнах, що розвиваються створили ультрасучасні медичні центри, персонал яких складають висококваліфіковані спеціалісти. Серед них є як представники місцевого населення, що отримали освіту в передових медичних вузах світу, так і запрошені медичні працівники з найбільших клінік економічно розвинутих країн. Більшість пацієнтів в цих центрах складають жителі економічно розвинутих країн Європи, США, Канади і нафтовидобувних країн Близького Сходу.

Підстав для лікування за кордоном чимало, серед яких:-

висока якість лікування;-

наявність найсучасніших технологій та застосування передових методів, які ще не використовуються у вітчизняній медицині;-

нижча вартість послуг; національної системи охорони здоров'я недоступні, з тих чи інших причин, медичні послуги, які йому показані (наприклад, складна кардіологічна ситуація) чи бажані (наприклад, послуги естетичної медицини). Високий потенціал нереалізованих потреб в медичній сфері, труднощі, що виникають при відновленні і підтриманні стану здоров'я служать потужним стимулюючим фактором розвитку перспективного спеціалізованого напрямку туристичної індустрії. Частково, вищезгаданий розвиток сприяв появі нового виду економічної діяльності – медичного туризму. Коротко- і середньострокові міграції людей, в тому числі і транскордонні, основною ціллю яких є покращення чи закріплення стану фізичного і духовного здоров'я (поїздки на води, до лікувальних джерел, релігійні паломництва до цілющих реліквій) відомі з давніх часів. Однак, через цілий ряд причин, до недавніх пір цьому феномену не приділялась достатня увага. Серед таких причин можна виділити наступні:-

комерційний прояв таких подорожей раніше складав незначну частину в загальному потоці товарів і послуг;

Таблиця 1.2

Фактори	Характеристика
Мода на здоров'я та переміщення потреби уздоров'ї до сфери споживчих пріоритетів	Сьогодні системи охорони здоров'я є відображенням глобалізованої споживчої культури. Людей у всьому світі хвилює здоров'я як невід'ємна частина буття. Здоров'я назвали найважливішою особистою проблемою (після фінансових труднощів) 48% українців і поляків, 41% німців, 40% італійців, 35% шведів

Стирання відмінностей у рівні розвитку національних систем охорони здоров'я	За EuroHealth Consumer Index 2009 найкращою у Європі є охорона здоров'я Нідерландів. Друге та третє місця обіймають Данія та Ісландія. Серед країн рейтинг яких з 2008 року підвищився на 5 і більше щаблів – Болгарія, Румунія, Литва, Словаччина, Греція, Угорщина, Естонія. Отже, зникають відмінності у якості медичних послуг між Західною та Східною Європою. Однак в останній зберігаються помірні ціни на відміну від Західної
Політика розвинутих країн у сфері охорони здоров'я	Законодавство розвинутих країн стимулює переміщення через кордон медичних послуг, медпрацівників, взаємне визнання сертифікатів та кваліфікаційних стандартів. У квітні 2009 року Європарламенту законив вільний вибір країни для лікування, незалежно від місця проживання, з правом на компенсацію витрат
Комерціалізація охорони здоров'я та територіальна диференціація цін	У доповіді ВООЗ у 2008 році зазначається, що «система охорони здоров'я світу рухається в сторону нерегульованої комерціалізації». Водночас ціни на лікування по країнах дуже відрізняються.
Інформаційно-інноваційні процеси	Уже інвестовано 23 млн євро в електронні технології охорони здоров'я, щоб зробити можливим між державами обмін у електронній формі інформацією про пацієнтів та отримане ними лікування
Накопичений досвід медичної практики у розвинутих країнах світу	Університетські клініки в Європі відомі як осередки медичної науки понад два століття. Актуальними напрямками медицини в розвинутих країнах світу є лікування онкологічних хвороб, радіаційна онкологія, трансплантація, клітинна терапія, лазерна косметологія

	та дерматологія, штучне запліднення, а також добре розвинена діагностика
--	--

Отже, ринок медичного туризму має чітку тенденцію дозрівання, оскільки це конкурентоспроможний та високоприбутковий сегмент світового ринку послуг, розвиток якого зумовлюється цілим рядом об'єктивних факторів. Тому стратегічна інтеграція регіонів України з високим потенціалом розвитку медико-туристичних послуг в глобальну туристичну систему є закономірною необхідністю.

Сучасні світові тенденції у розвитку медичного туризму.

Нині виникла нова сфера глобального конкурентного протистояння національних економік, оскільки медичний туризм за останні роки отримав статус одного з базових конкурентоспроможних елементів ефективної сервіс-орієнтованої економіки. Медичний туризм є проявом нової концепції охорони здоров'я Європи, девізом якої слугує гасло: «Пацієнти без кордонів». У 2008 році у Європейському союзі була проголошена директива про права пацієнтів у транскордонному забезпеченні медичними послугами, мета якої – створення офіційного механізму для існування єдиної системи охорони здоров'я [4].

Світова наукова спільнота відгукнулася на потреби практики численними дослідженнями проблем медичного та оздоровчого туризму. З 2007 року діє Асоціація медичного туризму із центром у Західному Палм Біч у Флориді та численними регіональними центрами у світі. У Сан-Антоніо (Техас) під керівництвом Девіда Г. Веквіста працює Центр дослідження медичного туризму. Результати досліджень публікуються у журналі «Medical Tourism Magazine» та у електронному онлайн журналі «Health Tourism Magazine». Реалізується соціальний онлайн проєкт «Medical Tourism City». Однак, з точки зору перспектив розвитку, оцінки потенціалу, територіальної організації медичний туризм ще недостатньо вивчений

.Загалом, темпи зростання глобального ринку медичного туризму становлять, за різними оцінками, від 15 % до 30 %. З метою отримання медичних послуг у 2010 році різні країни світу відвідали понад 3 млн медичних туристів. Наприкінці 2010 року глобальна індустрія медичного туризму оцінювалась в 78,5 млрд дол США з очікуваним досягненням у 2012 році позначки у 100 млрд дол США (за результатами дослідження консалтингової компанії «Frost & Sullivan»). Серед причин формування конкурентоспроможної вартості медичних послуг в медичних центрах країн, що розвиваються, виокремлюють «кореляційну залежність загального економічного стану країни та динамікою валового внутрішнього продукту даної країни». Також доступності закордонної медичної допомоги сприяють низькі адміністративні і судово-медичні витрати відповідних медичних закладів. Адже, зокрема, професійна страхова премія відповідальності за дії хірурга складає в Індії близько 4% від тієї суми, яку сплачує хірург в Нью-Йорку. Разом з тим, варто наголосити, що при плануванні витрат на здоров'я, в особи «повною мірою реалізується економічний раціоналізм», тобто прагнення отримати бажаний результат (покращення стану здоров'я) переважає над необхідністю зекономити. Більшу вагу мають висока якість медичних послуг і відсутність мовного бар'єра. Тому часто відзначається, що медичний туризм залишається регіональним явищем, оскільки більшість медичних туристів обирають для лікування країни свого регіону, як, наприклад, 99 % росіян. Проте, зважаючи на глобалізаційні процеси і домінуючу на даний час англійську мову як мову міжнародного спілкування (кожен п'ятий може на різних рівнях володіння розмовляти англійською мовою), практично в кожному медичному закладі країн-осередків медичного туризму є англомовні фахівці, а за потреби перекладачі на будь-яку іншу мову.

Важливим також є той факт, що використання сучасних комунікаційних технологій значно зменшує інформаційну асиметрію між надавачами і потенційними споживачами медичних послуг як

на регіональному, так і на міжнародному рівні. Цьому значно сприяє формування специфічної інфраструктури глобального ринку медичного туризму, до якої можна зарахувати:-

- різноманітні організації і об'єднання в сфері медичного туризму, серед яких: Асоціація медичного туризму (Medical Tourism Association), Європейський Альянс медичного туризму (European Medical Tourism Alliance, EEIG), Міжнародна Асоціація медичного туризму (International Medical Travel Association, IMTA), Міжнародна Асоціація медичної допомоги подорожуючим (International Association for Medical Assistance to Travellers, IAMAT), Рада з всесвітньої інтеграції охорони здоров'я (Council on the Global System of Healthcare, CGIH), Асоціація посередників туристичного страхування (Association of Travel Insurance Intermediaries) тощо;

акредитаційні структури, зокрема, Міжнародне товариство якості в сфері охорони здоров'я (The International Society for Quality in Health), Товариство міжнародної акредитації систем охорони здоров'я (The Society for International Healthcare Accreditation);-

агентства медичного туризму (компанії медичного менеджменту, медичні провайдери), що займаються специфічними аспектами надання медичних послуг за кордоном (індивідуальний підбір клініки, переклад документів, візова підтримка, трансфер, супровід тощо), діяльність яких побудована на спеціальних знаннях в сфері менеджменту глобальної охорони здоров'я і ринку медичного туризму міжнародного рівня, передбачає прямі контакти з іноземними клініками, наявність співробітників з медичною освітою і знанням іноземних мов;-

класичні туристичні оператори (міжнародні, національні, регіональні), що працюють переважно за напрямками SPA-туризму та check-up-туризму (діагностика, обстеження)

пропонують попередньо розроблені стандартні пакети медико-туристичних послуг;-

страхові компанії, серед пропозицій яких є продукти зможливостями оздоровлення клієнтів за кордоном;-

засоби масової інформації, спеціалізовані веб-сайти та PR-компані, Отже, дослідження питань, пов'язаних з вивченням проблем та перспектив розвитку ринку новітніх форм туризму, зокрема медичного туризму, організаційних механізмів його запровадження є предметом дослідження вітчизняних та закордонних дослідників,

зокрема С. Балохіна, М. Вишнякова, О. Джангірова, А. Ігнат'єва, І. Когунова, Л. Криворучко, В. Кривошеева, І. Мироненка, Т. Ткаченко, Т. Скоробагатої, О. Романіва, В. Федорова, М. Фурманєка та ін. Питання розвитку регіонального ринку медичних послуг

відображені у працях З. Герасимчук, І. Шевчук, Л. Шевчук та ін. Проте наукові засади передумов та факторів розвитку нових форм лікувального туризму, формування регіонального ринку медичного туризму як передумови нарощення конкурентоспроможності територіальних суспільних систем, досліджено не у повній мірі.[6].

Значення медичного туризму та його важливість для розвитку країни.

Розглядаючи вплив медичного туризму на соціально-економічний розвиток регіону, слід виокремити пряму і опосередковану форми такого впливу. Прямою формою впливу медичного туризму на соціально-економічний розвиток регіону є зокрема та, дія якої проявляється у безпосередньому економічному та соціальному ефекті від припливу медичних туристів у регіон. Фактично, ефекти прямого впливу розвитку медичного туризму визначаються рівнем витрат медичних туристів на певній території. Такими прямими економічними ефектами є:- приріст доходів підприємницьких структур туристичної та медичної індустрії;- приріст рентабельності діяльності туристичних і медичних закладів;- збільшення заробітків лікарів та турагентів в результаті припливу туристів;- збільшення доходів у місцеві бюджети;

- зростання ВДВ регіону та ВРП. Прямими соціальними ефектами від розвитку медичного туризму є:- зменшення рівня захворюваності, інвалідності та смертності медичних туристів;- приріст нових робочих місць у регіоні;- зростання рівня зайнятості населення регіону;- розширення спектру надання медичних послуг; підвищення якості надання медичних послуг; Опосередкований вплив розвитку медичного туризму на соціально-економічну систему генерується через стимулювання розвитку суміжних до медичного туризму сфер. Такий вплив може носити короткостроковий або довгостроковий характер. Короткостроковий характер впливу проявляється під час перебування медичного туриста у регіоні при придбанні додаткових товарів і послуг, які надає йому регіональна економіка. Довгостроковий вплив виникає, як правило, після отримання суб'єктами господарювання засобів від медичного туризму і їх витрачання в інших сферах економіки для задоволення наступних їх потреб. Опосередкованими економічними ефектами є:- податки на доходи від послуг медичного туризму підтримуватимуть інші сектори регіональної економіки;- розвиток медичного туризму впливатиме на розвиток інших сфер економіки та видів туризму. Опосередковані соціальні ефекти слід розглядати як:- зменшення рівня безробіття;- розвиток медичної сфери країни;- розвиток соціальної інфраструктури регіону;- підвищення інформованості населення про надані медичні послуги;- розширені можливості покращення стану здоров'я населення;- підвищення рівня кваліфікації медичного персоналу;- покращення технічного оснащення надання медичних послуг.- підвищення якості життя людей, ін.[6].

Становлення та основні етапи розвитку медичного туризму

Витоки медичного туризму в історії охорони здоров'я. Вплив паломництва на розвиток подорожей з метою оздоровлення. Термальні джерела та оздоровчі комплекси при храмах Шумерів (4000 до н.е.). Стародавня Греція: подорожі до храму Асклепія (Asclepia Temples); медичний центр Епідар. Індія : подорожі паломників для отримання послуг

альтернативної медицини (йога, аювердичної медицини. Стародавній Рим: подорожі до термальних джерел, роль термів як лікувальних, торгівельних та соціальних центрів.

Розвиток медичного туризму в період середньовіччя. Японія: подорожі до гарячих мінеральних джерел (Онсен). Каїр (1248 р.) - надання медичної допомоги іноземцям в лікарні Мансурі. Курорти Плом бьер Ле Бен і Ахен.

Розвиток оздоровчого туризму в період Відродження. Оздоровлення на мінеральних джерелах Карлсбад (нині Карлови Вари), Баден-Баден. Королівський патронаж термів та Aquae Sulis. Розвиток спа-культури (salude per aqua). Курортна інспектура у Франції (початок XVII в.). Розвиток європейських курортів на основі комерційного підходу (XVIII- XIX ст.)

Розвиток оздоровчого та лікувального туризму в новітній історії. Центри надання медичної допомоги для іноземних громадян в країнах Європи та США. Формування системи міжнародної стандартизації та сертифікації в охороні здоров'я: Американська рада з медичних спеціальностей - ABMS (1933 р.), Європейський союз медичних спеціальностей - UEMS (1958 р.). Розвиток медичного туризму з США в країни Азії та Центральної Америки. Створення Міжнародної комісії для перевірки міжнародних медичних закладів у відповідності до міжнародних стандартів (1997 р.).[7].

Міжнародна федерація у курортній справі (1958 р): завдання, соціальні проблеми курортної справи, організація санаторної курортної допомоги інвалідам Другої світової війни.

Основні суспільні функції медичного туризму: медико-біологічна; соціальна; економічна; політична; екологічна.

Види туризму

Види туризму характеризуються значною різноманітністю. Окремими видами туризму є:

- Неорганізований туризм. Вважається специфічним видом туристичної діяльності, яка здійснюється самостійно на аматорських, добровільних засадах.

Організований (або плановий) туризм. Він включає в себе різні види туризму, які розробляють і реалізують організатори турів.

- За способом пересування. Існує авіаційний, залізничний, автомобільний, автобусний, водний, пішохідний, велосипедний і комбінований туризм.

- За інтенсивністю туристичного потоку. Такий туризм ділиться на сезонний і позасезонним.

- За тривалістю подорожі. Тут виділяється короткостроковий (до 1 тижня) і довгостроковий туризм.

- За віковою ознакою. Існують п'ять груп: мандрівки з батьками (діти до 15 років); молодь (у віці від 15 до 24 років); молоді економічно активні туристи (від 25 до 44 років); туристи середнього віку, економічно активні (45 – 64 роки); так звані туристи третього віку (старші 65 років).

- За метою подорожі. Це найбільша класифікація, на якій варто зупинитися окремо.

Найбільш масовий вид туризму (на нього припадає до 70% всіх туристичних поїздок у світі). Відмінними рисами такого туризму є:

- велика тривалість подорожі;
- невелика кількість вхідних в маршрут міст;
- тривале перебування туриста в одному і тому ж місці (переважно на курорті).

Рекреаційний туризм вважається сезонним і представлений в основному двома найбільш популярними його видами – гірськолижним і пляжним.

Екскурсійний туризм

Сюди відносяться поїздки і подорожі з пізнавальними цілями. Самостійним видом туризму, проте, він не є, оскільки в основному доповнює будь-який інший вид туризму.

Оздоровчий туризм

Спрямований на загальне оздоровлення організму. Підходить навіть здоровим людям з метою профілактики. У подібні тури включають діагностику і клінічне лікування, в тому числі в санітарно-курортних умовах, СПА та інші процедури, спрямовані на поліпшення стану здоров'я.

Перебувати на курорті рекомендується не більше 3 тижнів. Інакше лікування не виявиться настільки ефективним. Надаються подібні тури хворим, яким підприємство або держава може оплатити путівку. Цей вид туризм досить дорогий і розрахований на забезпечених людей. Основним контингентом таких курортів є люди старшого віку.

Серед плюсів оздоровлення організму, можна поєднати лікування та відпочинок, поліпшення самопочуття, душевного стану. Але при недотриманні рекомендації лікаря або неправильної діагностики на курорті можуть виникнути проблеми зі здоров'ям.

Діловий туризм.

Зростання міжнародних контактів обумовлене зростаючими потребами світової економіки. У зв'язку з цим масово стали купувати поїздки представників різних ділових кіл. Такі поїздки в економічному плані дуже вигідні, оскільки вони не залежать від сезонних факторів. Люди, які вирушають в ділові поїздки, можуть пред'являти попит і на індивідуальне обслуговування, причому за найвищим класом (із закріпленням за ними на весь день автомобілів, розміщенням в дорогих апартаментах і т. д.). Їхні вимоги високі і до професіоналізму гідів, які виконують і функції референтів-перекладачів.

Науковий туризм

Порівняно новий вид подорожей, що представляє собою поїздки з метою взяти участь в різних симпозіумах, конгресах, нарадах. Популярності даного виду подорожей посприяли науково-технічна революція, розвиток економічних зв'язків між різними країнами і т. д. Це також позасезонний вид туризму, під час якого учасник наради зазвичай витрачає більше грошей, ніж звичайний турист.

Сільський туризм.

Відносно новий позасезонний вид туризму, що зародився в Новій Зеландії. В його основі лежить непереборне бажання жителів великих міст «повернутися» до витоків. Деякий час туристи ведуть сільський спосіб життя, знайомлячись з місцевими звичаями і місцевою культурою і беруть участь в традиційній нелегкій сільській праці.

Екологічний туризм.

Цей вид туризму хоча і новий, але досить швидко розвивається і набирає популярність у всьому світі. Він включає в себе відвідування різних заказників, заповідників, національних парків. Цілей у цього виду туризму може бути дві: власне відпочинок від міської суєти і цивілізації і освітня мета (вивчення дикої природи і тварин у природному для них середовищі, а також участь в різних волонтерських і екологічних програмах).

Релігійний туризм.

Найстаріший позасезонний вид туризму, який користується великою популярністю. Він з'явився в Стародавній Індії і пов'язаний з буддизмом. До знань і професіоналізму гідів він висуває дуже високі вимоги.

Освітній туризм.

В таких турах основна увага зазвичай приділяється вивченню мов, проте зустрічаються і тури, спрямовані на навчання спортивним іграм, будь-якого виду спорту, підвищення кваліфікації та ін. Як правило, щоденні заняття, що займають 20 – 30 годин на тиждень, проводять до полудня, а весь вільний час відведено на екскурсії і розваги.

Розважальні тури.

Дуже різноманітний і популярний вид. Тривалість таких турів невелика (від 2 до 4 днів). Ефект сезонності тут присутній (наприклад, найпоширенішими вважаються різдвяні тури).

Шопінг-туризм.

Так називають поїздки, що мають на меті придбання різних товарів. І хоча цей вид туризму є позасезонним, іноді в ньому все-таки простежується сезонність, яка залежить від періоду святкових знижок.

Екстремальний туризм

Заснований на ризику, пов'язаний з небезпеками природного характеру. Має велику кількість підвидів, включаючи гірський, міський екстрим, водний та інше. Ключова відмінність екстремального туризму полягає в необхідності особливої підготовки для такого туру. Маршрут повинен бути ретельно опрацьований і спланований в найдрібніших деталях. Обов'язково потрібно інформувати про рятувальні служби.

Такий туризм міцнює силу духу, допомагає підкорити нові висоти, розвиває задатки лідера і командні якості. Тренує витривалість, стійкість.

Спортивний туризм.

Виглядає як змагання за маршрутами, які включають подолання різних перешкод в умовах дикої природи. Тур може включати дистанції, прикладені не тільки в природному середовищі, а й на штучному рельєфі. Має набір природних перешкод, які класифікуються за ступенем складності. Це можуть бути гірські вершини або річкові пороги.

Подієвий туризм.

Його суть складає відвідування різноманітних цікавих заходів (Олімпійських ігор, футбольних матчів, концертів, виставок, Чемпіонатів світу і т. д.). З усіх видів несезонного туризму він найнетриваліший (буває і всього 1 день) і вкрай різноманітний за формою, з найдемократичнішими вимогами до гідів.

Транзитний туризм.

Так називають відвідування будь-якого регіону або країни по шляху в інший регіон (країну). Його популярність обумовлена тим, що він забезпечує можливість швидко ознайомитися з країною, додатково розширивши свій кругозір. Це несезонний вид туризму, не перевищує зазвичай по тривалості 4-х діб.

Ностальгичний туризм.

Етнічний і ностальгичний туризм пов'язаний з відвідуванням знайомих і родичів, місць свого народження, минулого проживання або місця народження батьків. Особливе значення даний вид туризму має для країн, частина населення яких проживає за кордоном.

Ностальгичні тури набули особливого поширення в зв'язку зі зміною політичної карти, зокрема, Європи. Ностальгичний туризм типовий також для японців, що обов'язково відвідують місця поховання своїх предків. Прикладом ностальгичного туризму можуть бути спеціально організовані подорожі для любителів «Бітлз», поїздки в дитинство – «Слідами героїв казок братів Грімм», «Слідами бременських музикантів» і ін.

Пригодницький туризм

Настільки своєрідна форма відпочинку дає можливість туристам (зазвичай це групові тури) не тільки перебувати у вкрай привабливому для них місці, але ще й займатися незвичайними видами діяльності. Через свою досить високу вартість цей вид туризму найчастіше відносять до елітарного відпочинку. Відмінною особливістю даного виду туризму є отримання будь-яких ліцензій (на риболовлю, полювання, вивезення трофеїв). У зв'язку з певним ризиком для забезпечення безпеки при даному виді туризму необхідні висококваліфіковані провідники, інструктори і т. д.

Незвичайні види туризму.

До них відносяться:

- гастрономічні тури до центрів сироваріння, виноробства і т. д. ;
- туристичні польоти в космос (це найдорожчий вид туризму);
- відвідування Чорнобильської радіоактивної зони;
- перебування кілька тижнів (або днів) в якості послушника в буддистському монастирі;
- відвідування відомих в'язниць;

•польоти на повітряній кулі (вони вперше з'явилися в Стародавньому Китаї).[9].

1.3 Медичний туризм у Чехії

Чехія — це атмосфера спокою і тиші, привітність і неспішність місцевих жителів, розміреність життя, красиві природні пейзажі: неквапливі річки, поля і мальовничі лісисті пагорби. Цікаво, що країна також є однією з найбезпечніших в Європі й тут один з найнижчих рівнів корупції. Країна розташована практично в центрі колишньої Австро-Угорщини — в минулому це одна з найбільших і могутніх держав Європи. Чехія займає історичні області — Моравія, Богемія та частина Сілезії. Бурхливе минуле залишило колосальну історичну спадщину, а невисокі ціни на їжу та готелі роблять Чехію однією з найдешевших для туристів країн Європи.

Корисна інформація

- Офіційна мова — чеська.
- Валюта - чеська крона.
- Віза — шенгенська.
- Столиця — Прага.
- Населення – 10,5 млн осіб.
- Площа – 78,9 тис. кв. км
- Рівень життя — високий.

Географія і природа

Попри невеликі розміри, Чехія країна географічно різноманітна. Тут можна знайти гори й пагорби, вкриті лісами, поля і рівнини. Країна не має виходу до моря. Західна та східна частина, в основному, горбиста та гориста. Центральна — переважно горбиста рівнина. Найвища вершина — гора Сніжка (1602 м).

По території Чехії протікає кілька досить великих річок — Влтава, Одра, Лаба, Морава. Природа Чехії дуже мальовнича — пагорби та невисокі гори,

покриті листяними та хвойними лісами перемежуються з сільськогосподарськими угіддями. На високих пагорбах і скелях підносяться замки та фортеці — спадщина минулого. Козулі й Олені пасуться на полях, тікаючи варто лише зупиниться.

Населення

Чисельність населення Чехії становить понад 10 млн осіб. Враховуючи площу країни, її можна віднести до густонаселених. Близько 95 % населення — етнічні чехи. Великі діаспори — українці, росіяни, словаки, в'єтнамці, німці.

Офіційною мовою є Чеська, яка належить до західнослов'янської групи мов. Чехи можуть легко розуміти словаків і навпаки. Також Чеська мова має спільне коріння та слова з іншими слов'янськими мовами — українською, російською, польською. Чеська мова володіє великою кількістю колоритних слів: лепидло — клей, летушка — стюардеса, летадло — літак. Наголос майже завжди робиться на перший склад.

Самі чехи — народ спокійний, привітний, ввічливий. Вони поважають традиції, розважливі та неквапливі.

Проживання

Розміщення Чехії набагато дешевше ніж, наприклад, в Німеччині, Австрії. Номер на двох в готелі з трьома зірками та сніданком можна знайти за 30-50 Євро навіть у Празі. Звичайно, все залежить від місця розташування готелю (логічно, що чим ближче до центру, тим дорожче), сезону і тощо Великі міста зазвичай розташовують великим вибором варіантів для проживання від хостела до дорогих готелів. Про проживання у високий сезон краще подбати заздалегідь. Номери в чеських готелях зазвичай досить чисті й дуже прості.

Кухня

Чеська кухня є дуже калорійною. Традиційні страви: полівки (різні супи), чеснечка (часниковий суп), вепрево коліно (свинина), м'ясні страви (в основному, свинина, яловичина, курка, качка) з кнедликами, рибні страви (короп), смажений сир (Гермелін), сезонні овочі (zelenina), картопля

(брамборак) та, звичайно, пиво. У ресторанах їжу готують зазвичай до 21.00-22.00. Чайові не входять в рахунок. Якщо сподобалося їжа й обслуговування, то можна залишити 5-10% від суми рахунку.

Міста Чехії

Найпопулярнішим і красивим містом Чехії є столиця — Прага. Часто її називають “містом ста шпилів” і “златою”. Прага розташована практично в центрі Чехії. Є найбільшим містом країни. Історичний центр міста внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а такі пам’ятки як Карлів міст, Празький Град, Староміська площа та Тинський храм, Вишеград є справжніми символами країни.

Другим за значенням і розмірами є столиця Моравії — Брно, який має компактний та гарний старе місто й давно конкурує з Прагою в економічному та культурному плані.

Недалеко розташоване студентське місто Оломоуц, яке часто називають “маленькою Прагою”. Місто має чудову архітектуру й безліч цікавих пам’яток (одна з них включена в список ЮНЕСКО).

Північніше розташована промислова столиця Чехії й одне з найбільших її міст — Острава.

Пам’ятки Чехії

Чехія — країна багата на пам’ятки й пам’ятки історії та культури. Попри бурхливе минуле чехам вдалося зберегти свою історичну спадщину.

Перерахування цікавих пам’яток Чехії може зайняти цілу книгу, тому ми обмежимося найбільш знаковими.

У Празі найзнаменитішими пам’ятками є Карлів міст, Празький Град, Староміська площа і Вишеград.

Однією великою пам’яткою є містечко Ческі-Крумлов на півдні Чехії.

На території Чехії розташовано безліч красивих замків. Тут майже біля кожного старовинного містечка підносяться могутні фортеці або романтичні руїни. Багато замки відмінно збереглися й можуть нам багато розповісти про історію та культуру минулого.

Медичний туризм у Чехії веде свою історію з XIV ст. Ця країна завжди була багата на природні цілющі ресурси: різноманітність мінеральних вод, м'який клімат, географічне розташування, ліси. А вже з XVIII століття завдяки працям лікаря Давида Бехера санаторно-курортне лікування в Чехії стало розвиватися як самостійний напрямок медицини. Тут налічується 38 курортів, кожен з яких має свій профіль лікування та реабілітації – так що є можливість відновної терапії по всіх медичних галузях.

Однак сьогодні поняття медичного туризму в Чехії включає не лише реабілітацію, а й лікування хвороб різного профілю. Найбільший попит мають пластична хірургія, ЕКО, стоматологія, ортопедія, загальна хірургія. Безперечною перевагою Чехії в галузі медичного туризму залишається унікальне поєднання високого рівня медицини, низьких цін та повної реабілітації.

Прага досить швидко стала одним із найпопулярніших напрямів медичного туризму в Європі. Це не дивно з огляду на розвинену туристичну інфраструктуру, високу якість лікування, відмінну підготовку чеських лікарів та низькі ціни на процедури, які особливо залучають мешканців Західної Європи та Америки.

Лікування світового класу в Чехії Багато приватних лікарень та клінік Праги мають міжнародну акредитацію і пропонують пацієнтам найсучасніші послуги. Іноземні гості зазвичай залишаються у захваті як від лікування, так і від рівня сервісу в пражських лікарнях. У Празі зосереджено найкращі хірургічні центри країни, де працюють хірурги зі світовим ім'ям. Слід зазначити, що у Чеській Республіці медична діяльність суворо регулюється і відповідає міжнародним стандартам.

Система охорони здоров'я Чехії вважається однією з найефективніших

Це підтверджується статистикою: у республіці один із найнижчих показників дитячої смертності, а також одна з найбезпечніших систем переливання крові у світі. Випадки інфекції метицилінрезистентним золотистим стафілококом (MRSC) та ванкоміцинрезистентним ентерококом

(ВРЕ) у клініках Праги трапляються вкрай рідко, що говорить про високу безпеку лікування.

Винятково вигідні умови

Хоча Чеська Республіка культурно належить до Західної Європи, розцінки на хірургічне лікування та інші медичні послуги тут значно нижчі. Відсоток економії варіює залежно від обраної процедури, але в середньому він становить 50% порівняно зі Сполученим Королівством, а порівняно зі США окремі процедури коштуватимуть на 85% дешевше. Наприклад:

Найкраща технологія лазерної хірургії IntraLasik Wavefront коштує близько 3800-4400 євро у Великій Британії та 1900-2000 євро у Празі. Пластична хірургія нижньої повіки, яку можна виконувати амбулаторно – 3000 євро у Великій Британії та 800-900 євро у Празі. Першокласні швейцарські стоматологічні імпланти Straumann можна поставити у Празі за 800 євро, а у Британії – від 2500 євро.

У Чеській Республіці існує дві медичні системи – громадська (яка є абсолютно безкоштовною для чехів) та приватна система (яка відіграє найбільшу роль у медичному туризмі). Чеська медична модель, як пояснюють експерти, не перебуває під надто сильним впливом компаній-страховиків та медичних корпорацій, як у Британії чи США, а також контролюється урядом – головним донором медицини в країні.[10].

Висновки до розділу 1

У першому розділі було розглянуто основні питання медичного туризму. Основне поняття медичного туризму в Україні та країнах світу.

Медичний туризм — виїзд протягом деякого часу, який своєю метою має лікування в середині своєї країни та і поза межами. У такому разі під виїздом за кордон мають на увазі отримання медичних послуг за межами місця проживання, які можуть там бути недоступні з кваліфікаційної точки зору, недозволені на законодавчому рівні, ціна на медичні послуги занадто висока. Коштовність медичних послуг зазвичай є основною причиною

пошуку більш доступних варіантів за тією самою якістю надання послуг, та кваліфікацією. Розглянуто привабливі фактори, які приваблюють споживачів, до них відноситься якість наданих послуг, рівень кваліфікації медичних працівників.

Більш детально розглянуто 5 напрямків за якими поділяється сфера обслуговування. До них відноситься на першому етапі діагностика, де споживач отримує на перших стадіях діагностику стану здоров'я. Другим етапом йде лікування, де споживач медичних послуг отримує лікування на основі проходження діагностики першого етапу. До третього етапу відноситься реабілітація, підбір індивідуального курсу виходячи з потреби споживача. Розглядають також окремо естетичний напрямок, тобто пластичну хірургію та стоматологію. Та останнім напрямком вважають народну медицину, яка може кардинально відрізнитися методиками лікування від традиційних протоколів.

Розглянуто 5 популярних країн для відвідування з метою медичного туризму. До них відноситься Південна Корея, Таїланд, Туреччина, Німеччина, Ізраїль.

Кожна країна з списку вище перерахованих, має високий рівень підготовки медичних працівників, новітнє обладнання для діагностування та лікування хвороб. Окрема країна приваблює споживачів до відвідування як за розташуванням, за вартістю послуг, за кліматичними умовами, за профільним напрямком. Так наприклад онкологічно хворим людям краще відвідати Ізраїль тому, що місцеві спеціалісти мають гарний та успішний досвід роботи з такими питаннями. Для напрямку пластична хірургія або стоматологія краще обрати Таїланд, місцеві фахівці мають підготовку на рівні з колегами з різних країн світу, але вартість послуг менша. Для діагностики стану здоров'я більшість людей вирушає до Туреччини, новітнє обладнання дозволяє пройти необхідні аналізи максимально швидко та точно для споживача.

Розглянуто питання медичного туризму для України.

За останні роки більшість Українців відвідують інші країни для того, щоб отримати медичні послуги, або потребується операція яка не так

розповсюджена на нашій батьківщині, наприклад трансплантація, дана процедура в нас не розповсюджена тому виникають великі черги. Також українці виїжджають за кордон для проходження реабілітації, якщо на батьківщини курс мав не значних успіхів.

Також розглянуто окремо медичний туризм Чехії. Більш детально розглянута характеристика країни, її розташування, кліматичні умови, місцеву кухню, визначні міста та пам'ятки. Розглянуто найбільш поширені профільні напрямки : попит мають пластична хірургія, ЕКО, стоматологія, ортопедія, загальна хірургія. Безперечною перевагою Чехії в галузі медичного туризму залишається унікальне поєднання високого рівня медицини, низьких цін та повної реабілітації

Медичний туризм — виїзд протягом деякого часу, який своєю метою має лікування в середині своєї країни та і поза межами. У такому разі під виїздом за кордон мають на увазі отримання медичних послуг за межами місця проживання, які можуть там бути недоступні з кваліфікаційної точки зору, недозволені на законодавчому рівні, ціна на медичні послуги занадто висока. Коштовність медичних послуг зазвичай є основною причиною пошуку більш доступних варіантів за тією самою якістю надання послуг, та кваліфікацією. Також споживачі можуть користуватися послугами медичного туризму не лише для лікування, а й для уточнення існуючого діагнозу або діагностики на ранніх стадіях захворювання. Також у першому розділі було розглянуто країни у яких надають кращі медичні послуги, до них відноситься Туреччина, Ізраїль, Таїланд, Німеччина. Система охорони здоров'я у цих країна знаходиться на високому рівні, має підтримку з боку держави у вигляді проведення спеціальних турів. Розглянуті питання з яких причин українці обирають лікування за кордоном до них відносяться вищий рівень кваліфікації працівників, дешевші ціни на проведення медичної допомоги. у всьому світі люди обирають лікування за кордоном з цих причин. Розглянута Чехія як окрема країна, її розташування на карті, кліматичні умови, визначні міста наприклад найпопулярнішим і красивим містом Чехії є столиця — Прага. Часто її називають “містом ста

шпилів” і “златою”. Прага розташована практично в центрі Чехії. Є найбільшим містом країни. Історичний центр міста внесений до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а такі пам’ятки як Карлів міст, Празький Град, Староміська площа та Тинський храм, Вишеград є справжніми символами країни.

Другим за значенням і розмірами є столиця Моравії — Брно, який має компактний та гарний старе місто й давно конкурує з Прагою в економічному та культурному плані.

Недалеко розташоване студентське місто Оломоуц, яке часто називають “маленькою Прагою”. Місто має чудову архітектуру й безліч цікавих пам’яток (одна з них включена в список ЮНЕСКО).

Північніше розташована промислова столиця Чехії й одне з найбільших її міст — Острава.

Пам’ятки Чехії

Чехія — країна багата на пам’ятки й пам’ятки історії та культури. Попри бурхливе минуле чехам вдалося зберегти свою історичну спадщину.

Перерахування цікавих пам’яток Чехії може зайняти цілу книгу, тому ми обмежимося найбільш знаковими.

У Празі найзнаменитішими пам’ятками є Карлів міст, Празький Град, Староміська площа і Вишеград.

Однією великою пам’яткою є містечко Ческі-Крумлов на півдні Чехії.

На території Чехії розташовано безліч красивих замків. Тут майже біля кожного старовинного містечка підносяться могутні фортеці або романтичні руїни. Багато замки відмінно збереглися й можуть нам багато розповісти про історію та культуру минулого.

Медичний туризм у Чехії веде свою історію з XIV ст. Ця країна завжди була багата на природні цілющі ресурси: різноманітність мінеральних вод, м’який клімат, географічне розташування, ліси. А вже з XVIII століття завдяки працям лікаря Давида Бехера санаторно-курортне лікування в Чехії стало розвиватися як самостійний напрямок медицини. Тут налічується 38 курортів,

кожен з яких має свій профіль лікування та реабілітації – так що є можливість відновної терапії по всіх медичних галузях.

Однак сьогодні поняття медичного туризму в Чехії включає не лише реабілітацію, а й лікування хвороб різного профілю. Найбільший попит мають пластична хірургія, ЕКО, стоматологія, ортопедія, загальна хірургія. Безперечною перевагою Чехії в галузі медичного туризму залишається унікальне поєднання високого рівня медицини, низьких цін та повної реабілітації.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЧЕХІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Медичний туризм в Чехії

Чехія - популярна лікувально - оздоровчим туризмом серед населення Євросоюзу та СНГ. В Чехії понад 200 приватних та державних клінік, в яких працюють понад 200000 лікарів та медпрацівників.

Нині в Чехії вже сформувався ринок медичного туризму зі своєю інфраструктурою, медичним менеджментом, органами акредитації, агентствами медичного туризму та фахівцями у сфері медичних подорожей.

Чехії виходить до першої десятки країн куди їздять лікуватися мешканці інших країн Євросоюзу.

Чехія відома високим рівнем медицини та при цьому низькі ціни порівняно з іншими країнами Європи.

Фахівці які будуть надані клієнтам, мають великий авторитет у сфері своїх професійних досягнень.

До пацієнта в клініках ставлення тепле всього персоналу, та рівень обслуговування відрізняється від нашого.

Одним із основних переваг лікування в Чехії є доступ до останніх досягнень сучасної медицини. Клініки країни постійно оновлюють обладнання. В клініках не зустрінеш старі апарати 30-ти літньої давності .в палатах є все для комфортного перебування хворого, комфортні ліжка та меблі, кнопки виклику персоналу, телефон, телевізор, кондиціонер, ванна кімната.

Лікарняний простір організований так, що пацієнту не потрібно бігати в пошуках потрібного фахівця, пацієнт всі потрібні процедури може пройти в одній установі, чого не скажеш про клініки у інших країнах.

Для пацієнтів з інших країн є плюс у лікуванні в Чехії , те що багато лікарів розмовляють англійською мовою. Тому бар'єра спілкування з лікарем не виникає, при необхідності пацієнта супроводжує перекладач. Іноземних пацієнтів приймають лікарі з 20-ти річним досвідом.

Головне направлення медичного туризму Чехії в сфері:

- ортопедія та травматологія,
- кардіохірургія,
- онкологія,
- нейрохірургії,
- загальна хірургія
- стоматологія
- реабілітація.

Більше всього пацієнти звертаються в клініки для лікування потології та травм опорно- рухомого апарату, кардіохірургічних порушень, онкології, а також захворювання нервової системи..

Один із пріоритетних напрямів в медичному туризмі Чехії це курортне лікування.

В країні є більше 100 термальних природних джерел. Найзнаменитіші здравниці - Клімковіще, Карлови Вари чи Франтішкови Лазне. Оздоровчо - лікувальний процес проходить повній відповідності, побажання та медичним свідченням кожного пацієнта.

Самі популярні клініки в Чехії:

- Університетська клініка Мотол,
- Факультетна лікарня БРНО,
- Центр терапії харчовим клітинами CELLTHERS,
- Санаторно -реабілітаційний комплекс Клімковище,
- Онкологічний центр протонової терапії,
- санаторний комплекс Теплице.

2.2 Аналіз діяльності туристичних операторів з організації медичного туру

Туристичні оператори -це виключно юридичні особи, які формують, організовують, просування та реалізують власний турпродукт. Туристичні оператори мають право реалізацію турпродукту інших туристичних операторів. Туристичні оператори відіграють провідну роль в туризмі, оскільки саме вони пакетують різні послуги.

Основні завдання туристичних операторів:

- складання маршрутів та перспективні програми обслуговування туристів,
- взаємодії з постачальниками послуг,
- розрахунок вартості турпродукту і визначення цін.
- реалізацію турпродукту.
- забезпечення туристів необхідним та спеціальним знаряддям.
- підготовка, підбір і призначення спеціалістів на маршрутах подорожей.
- рекламно - інформаційна робота.
- контроль за якістю, надійністю і безпекою туробслуговування.

Туристичні оператори бувають:

- туристичні оператори масового ринку,
- туристичні оператори спеціального сегменту ринку,
- туристичні оператори зовнішнього ринку .
- ініціативні туристичні оператори,
- внутрішні туристичні оператори.

Туристичні оператори діляться на категорії:

- туристичні оператори - що пропонують тури для певної клієнтури,
- туристичні оператори що пропонують пакети на певні напрямки,
- туристичні оператори що пропонують розміщення в певних центрах,
- туристичні оператори що перевозять своїх клієнтів певним видом транспорту.
- туристичні оператори що пропонують спеціальні тури

Туристичні оператори пакетують послуги до медичного туру, це такі послуги як:

- турбота про збереження здоров'я,- в цій програмі передбачено тури лікуванням, масажем та іншими процедурами , тури з оздоровчими видами спорту.

- заняття спортом як засіб психологічної розрядки і підвищення життєвої активності- в цій програмі займаються тенісом, підводне плавання, сплав на байдарках та багато інших видів спорту.

А також курортно - оздоровчий тур. Цей тур будується з того, що приблизно половина часу необхідного приділити на лікувально - оздоровчі процедури. Харчування в курортно- оздоровчих турах мають бути варіанти дієтичного меню.

Для організації оздоровчих турів використовуються зручні , комфортабельні готелі, розташовані в тихих озелених районах, бажано біля природних чи штучних водойм.

2.3 Аналіз профільних напрямків у сфері медичного туризму Чехії

Головним напрямком у сфері медичного туризму в Чехії:

- ортопедія та травматологія. Ортопедія увійшла в число ведучих напрямків медичного туризму в Чехії. Сюди частіше всього приїжджають пацієнти для діагностики та лікування різних патологій опорно- рухомих апаратів. Також популярна реабілітація після операції на суглобах .

В Чехії лікують пацієнти наступні хвороби:

- артроз суглобів,
- артрит,
- остеопороз,
- м'язову артрофію ,
- плоскостопість та клишоногість,
- вивихи та переломи,

- диспазію тазостегнового суглобу,
- Сколіоз,
- пухлини суглобів та кісток,
- розриви та ушкодження зв'язок,

Основою лікування різних захворювань травм суглобів чеські ортопеди вдаються до артроскопії. Це мінімальне втручання з допомогою артроскопа найбільші надрізи діаметром 5-10 мм, після такої операції відновлення протягом 3-4 діб.

Кардіологія:

Медицина в Чехії має багатолітній опит в лікуванні серця. Чеські кардіологія є одними найкращими в Європі . Спираючись на великі можливості партнерських клінік вони завжди намагаються надати пацієнту рівень медичних послуг повністю відповідний клінічному стану. Що надається медичне обслуговування є висококваліфікованих відповідальних медичним процедурам. Чеська кардіологія здійснюють мережу кардіоцентрів, які забезпечують надання вузькоспеціальні послуг та займаються дослідженням.

Онкологія.

Онкологічне захворювання поряд із захворюванням системи кровообігу, є найчастішою причиною смертельному випадку. Онкологія є складовою частиною медичних послуг в більшості стаціонарних медичних закладах. Відмінні результати показує клініка дитячої гематології та онкології. Факультетської лікарні Мотол в якій кожен рік проводиться трансплантація кісткового мозку, 50 пацієнтам дитячого віку. Клініка також приймає участь в проведенні досліджень та міжнародне співробітництво. Центр клінічної та радіаційної онкології спеціалізуються на злоякісних пухлинах, простати, молочної залози, прямої кишки. Застосовуються методи хіміотерапії, біологічні та гормональні терапії, використовуються спектр випромінювання, включається випромінювання злоякісних пухлин в нетипових місцях, використовується найсучасніше технологічне обладнання

Нейрохірургія.

Про чеську нейрохірургію можна сказати, що вона на висоті, поступає тільки американській.

Нейрохірургія на сьогодні займаються оперативним лікуванням майже всіх областей людського тіла, крім черевної порожнини.

Нейрохірургія має своїм підрозділи:

- онконейрохірургія займаються лікуванням пухлин нервової системи всіх локалізацій.
- судина нейрохірургія (всередині мозкові - крововиливи),
- травматологія при пошкодженні нервової системи.
- дегенеративні захворювання хребта,
- функціональне захворювання нервової системи (епілепсія, хронічний больовий синдром).

Перша нейрохірургічна лікарня була відкрита в Градце Карлове. На сьогодні лікарня найбільша, проводить усі види нейрохірургічних операцій, в тому числі експериментальні операції.

Лікарня регулярно проводить курси підвищення кваліфікації для нейрохірургів та медсестер для роботи в нейрохірургічних відділеннях.

Всього в Чехії функціонують 16 нейрохірургічних лікарень та відділень.

Кожне з них має свій спектр діяльності та свої особливості. Лікарні проводять свої науково - дослідницьку роботу та спеціалізується на вузькопрофільних напрямках.

У кожному відділенні працює амбулаторія прийом. Один і той же лікар готує пацієнта до операції, проводить операцію, контролює його лікування весь час перебування на стаціонарі, а потім курирує на амбулаторному етапі. В ситуаціях де лікування було почато своєчасно приблизно 85% пацієнтів повертаються до звичайного життя.

Стоматологія.

Наша усмішка -це наша репутація.

Лікарні стоматологія пропонують пацієнтам повний спектр послуг в області стоматології.

Ці послуги включають:

- детальну гігієну,
- постійний огляд,
- лікування карієсу,
- прогнозуванням,
- фтозонтію,
- , - щелепно - лицьову хірургію.

Надані послуги відповідають самим високим міжнародним стандартам. В лікарнях встановлена сучасна медицина техніка, а фахівці використовують у роботі кращі матеріали. В Чехії є стоматологічні клініки як державні так і приватні.

99.9% стоматологів загального профілю приватні лікарі, та 0.1% державні лікарі.

Кожен державний стоматолог може мати 1500 пацієнтів, як тільки набере таку кількість пацієнтів лікар перестає набирати нових пацієнтів. Приватний стоматолог може співпрацювати з страховими компаніями та без них.

До фахівців другої ланка - ортоданта, щелепно - лицьовому хірургу чи пародонтологу не може прийти на прийом без направлення від лікаря в якого ви обстежувались.

Професія стоматолога була та залишається одною з самих затребуваних спеціальностей в Чехії. Перш ніж отримати титул лікаря стоматолога необхідно пройти спеціальний відбір у вигляді вступних екзаменів а один з чеських університетів.

Висновки до розділу 2.

У другому розділі розглянуто переваги Чехії у питання чому обирають саме цю країну для лікування. Однією із основних переваг лікування в Чехії є

доступ до останніх досягнень сучасної медицини. Клініки країни постійно оновлюють обладнання. В клініках не зустрінеш старі апарати 30-ти літньої давності .в палатах є все для комфортного перебування хворого, комфортні ліжка та меблі, кнопки виклику персоналу, телефон, телевізор, кондиціонер, ванна кімната. Лікарняний простір організований так, що пацієнту не потрібно бігати в пошуках потрібного фахівця, пацієнт всі потрібні процедури може пройти в одній установі, чого не скажеш про клініки у інших країнах.

Для пацієнтів з інших країн є плюс у лікуванні в Чехії , те що багато лікарів розмовляють англійській мові. Тому бар'єра спілкування з лікарем не виникає, при необхідності пацієнта супроводжує перекладач. Іноземних пацієнтів приймають лікарі з 20-ти річним досвідом. Розглянуто питання туристичних операторі, їх мета та обов'язки. Туристичні оператори -це виключно юридичні особи, які формують, організовують, просування та реалізують власний турпродукт. Туристичні оператори мають право реалізацію турпродукту інших туристичних операторів. Туристичні оператори відіграють провідну роль в туризмі, оскільки саме вони пакетують різні послуги. Питання з профільних лікувальних напрямків Чехії, до основних відноситься кардіологія, онкологія, нейрохірургія та стоатологія. Розгннуто основні процедури та методи лікування у данні області.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА НОВОГО ТУРУ ЗА ПРОФІЛЬНИМ НАПРЯМКОМ

Етапи створення нового туристичного продукту

У Законі України про туризм туристичний продукт визначається як комплекс туристичних послуг, необхідний для задоволення потреб туриста під час його подорожі. Він поєднує в собі не менше двох послуг (перевезення та розміщення) і реалізується або пропонується до реалізації за визначеною ціною. До складу туристичного продукту включаються транспортні, готельні, медичні послуги, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо.

У туризмі формування і споживання продукту відбувається роздільно. Турист, купуючи у турфірми туристський продукт, оплачує право на його отримання під час подорожі. Таким є юридичне визначення туристичного продукту. Але, кажучи про турпродукту, також маються на увазі його фізичні і вартісні властивості, якості, характеристики[11].

Створення нового турпродукту послідовно проходить через наступні етапи:

1. Генерування ідей щодо турпродукту, його кількісних і якісних властивостей на основі постійного вивчення дійсного і постійного попиту; ця робота повинна проводитися постійно, тому що уподобання у туризмі часто змінюються.

2. Розробка концепції нового турпродукту - залежить від надання йому конкретних споживчих властивостей, відповідних попиту цільового ринку і матеріально-технічним та фінансовим можливостям турфірми; мається на увазі вибір маршруту, програми, виду туризму, набору і класу послуг;

3. Пробний маркетинг, що означає продаж на ринку першої партії нового турпродукту з метою визначення ставлення до нього потенційних покупців, а також виявлення та усунення можливих недоліків; найчастіше це дослідження проводиться при проведенні ознайомчого туру для турагенцій - партнерів даного туроператора;

4. Комерціалізація даного турпродукту, яка полягає в організації його масового продажу.

Формування основного і додаткового комплексу послуг.

Туристичний продукт охоплює три основних види можливих пропозицій підприємства на ринок:

-тур;

- туристично-екскурсійні послуги різних видів, що надаються туристичними підприємствами;

-товари - включають специфічну частину туристського продукту (карти, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження тощо).

Основним турпродуктом в практичній діяльності туристських фірм є тур, тобто поїздка (подорож) за встановленим маршрутом у конкретні терміни з гарантованим комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)

Туристські послуги поділяються на основні (включені в договір і сплачені відвідувачем) і додаткові (оплачувані в момент споживання під час подорожі або в місці перебування).

Основний (обов'язковий) комплекс послуг, що міститься в турі, також називають туристичним пакетом. Туристичний пакет включає чотири обов'язкові елементи: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер (послуги з перевезення туриста від місця його прибуття в країну до місця розміщення і назад)[11].

До додаткових послуг відносяться: послуги з організації екскурсій, страхування туристів, послуги гідів і гідів-перекладачів, трансфер, а також будь-які інші перевезення в межах країни (місця тимчасового перебування), передбачені умовами перебування, послуги з ремонту техніки, з прокату, обмін валюти, телефон, пошта, послуги побутового обслуговування, право користування пляжем і т.п.

Але такий розподіл є умовним, оскільки істотних відмінностей з точки зору споживчих властивостей між ними немає. У більшості випадків основні туристичні послуги складаються з транспортних послуг, послуг розміщення та харчування. Проте при організації подорожей з пізнавальними, професійно-діловими, спортивними, релігійними цілями послуги, традиційно пов'язані з

додатковим, можуть складати основу туру. Таким чином, різниця між основними і додатковими послугами полягає в їх співвідношенні з початково придбаним пакетом послуг.

Головні аспекти процесу пошуку та відбору партнерів та підприємств-постачальників послуг

В обслуговуванні туристів під час подорожей бере участь безліч різноманітних підприємств і організацій. Всі підприємства і організації, які беруть участь у комплексному обслуговуванні туристів під час туру, прийнято називати постачальниками послуг.

При роботі з постачальниками послуг необхідні:

- Серйозний підхід до якості послуг, що надаються партнером, а також виховання репутації фірми - постачальника послуг серед інших партнерів туристського ринку;

- Дотримання відповідності рівня і типу готелів, харчування, транспортних послуг тому соціальному сегменту споживачів і виду туризму, на який орієнтований конкретний тур;

- Уважний і кваліфікований підхід до складання всієї договірної документації щодо співпраці, тому що це надалі може вплинути на авторитет турфірми. Адже відповідальність перед клієнтом за всіх своїх партнерів несе туристська організація.

Пошук перспективних партнерів полягає в тому, що з великого числа туристських фірм і підприємств, зареєстрованих в тій чи іншій країні, потрібно вибрати ті, які виявили б інтерес до співпраці з вами, і при цьому вони повинні відповідати вашим інтересам і вимогам щодо обслуговування туристів. Для їх пошуку можна використовувати різні довідники, інтернет та інші засоби комунікації. Традиційним є встановлення контактів з постачальниками послуг під час спеціалізованих виставок, ярмарків і т.д. Важливо вибрати найкращі можливості по кожному виду послуг, що надаються. Вибираючи партнерів у готельному і транспортному обслуговуванні, важливо пам'ятати про

небажаність роботи тільки з одним партнером. Наявність у регіоні подорожі та відпочинку декількох готелів і перевізників значно розширює вибір і до того ж служить альтернативою при виникненні конфліктних ситуацій.

Постачальники послуг підбираються з регіонального інтересу, виду туризму, змісту програм обслуговування, а також сегменту споживачів у віковому, соціальному і економічному плані. Важливе значення мають їх ділові якості і репутація. Також слід звернути увагу на стаж і досвід роботи партнера, на його правове становище і успішність туристської діяльності, на наявність ліцензії та рівень послуг, на тарифи, знижки та пільги, а також на наявність і склад клієнтів. Корисно поцікавитися його партнерськими зв'язками з іншими туроператорами, тривалість їх співпраці[11].

Експериментальна перевірка туру

Експериментальна перевірка туру полягає в оцінці розробленого туристського продукту і його експериментальним впровадженням на туристичний ринок для визначення здатності конкурувати з іншими турпродуктами і приносити прибуток.

Щоб зробити експериментальну оцінку розробленої послуги або туристського продукту, необхідне дотримання трьох умов:

- Розробка туру, послуги, товару здійснюється в «натуральну величину» (експериментальний заїзд)
- Ознайомлення (презентація, реклама, інформація)
- Наявність часу для того, щоб простежити за популярністю туристської послуги або продукту (відгуки туристів, заявки клієнтів та ін.)

Оскільки якісні параметри більшості послуг не мають певного фізичного виміру, для надання їм кількісних характеристик логічно використовувати експертну оцінку в балах. Для оцінки якості туристського продукту максимальна сума балів (100) може розподілятися за такими параметрами, як наприклад:

- ступінь досягнення мети поїздки, якість екскурсійної програми, ставлення місцевого населення;

- культура обслуговування в місцях розміщення;
- якість харчування та культурний рівень ресторанного обслуговування;
- психологічна атмосфера, взаємини між учасниками групи, з обслуговуючим персоналом;
- зручність і швидкість транспортного обслуговування;

Результати оцінки туру повинні бути використані для вибору оптимальних шляхів поліпшення його параметрів. Але при цьому не слід забувати, що рівень якості послуг туристського продукту є лише умовою його реалізації на ринку. Так, якщо розроблений тур відповідає середньому класу, не потрібно намагатися перевищити цей показник.

Експериментальне впровадження нового туристичного продукту може здійснюватися у двох формах - це рекламні та study-тури.

Рекламні тури призначені для інформування цільової аудиторії про існування нового продукту, наочної демонстрації його споживчих властивостей і конкурентних переваг. Зазвичай рекламні тури проводяться для представників ЗМІ, авторитетних для цільових груп споживачів людей, а також турагентів, які згодом будуть здійснювати продаж даного продукту. У програму рекламного туру включений огляд до п'яти готелів в день, кілька екскурсій, а також час для самостійного знайомства з країною.

Study-тури або інфо-тури - це поїздки, що організовуються туроператором, спрямовані на формування уявлення про характеристики нового туристського продукту у співробітників відділу продажів самого туристського підприємства та представників турагентств. Вони мають на увазі відвідування виставок, конференцій, семінарів та інших заходів. Основна мета інфо-турів - популяризація маршруту і зростання продажів у даному напрямку.

На основі результатів експериментальної перевірки туристського продукту турфірма приймає остаточне рішення про виведення його на ринок або ж «зняття з виробництва» [11].

3.1 Програма туру, опис маршруту

На основі даного підходу була складена програма обслуговування туру Санаторно-реабілітаційний тур до Клімковіце з включенням в програму екскурсійної програми вже з урахуванням розкладу рейсів прибуття і від'їзду туристів за розробленим маршрутом. Приклад заїзду першої групи туристів з 10.01.23 до 15.01.23 [11].

Санаторно-реабілітаційний комплекс Клімковіце — один із найбільших оздоровчих та реабілітаційних закладів Чехії з більш ніж 20-річним досвідом у нейрореабілітації дорослих та дітей. Комплекс розташований в екологічно чистій зоні - у лісовій місцевості біля підніжжя гір. Тут доступні всі сучасні методи комплексної реабілітації разом із курортним лікуванням. У Клімковіці приймають на лікування дорослих пацієнтів та дітей з порушеннями моторики та психомоторики, отриманих внаслідок черепно-мозкових травм, церебрального паралічу, інсультів, наслідків оперативних втручань на головному мозку, розсіяного склерозу, хвороби Паркінсона. Велику увагу реабілітологи центру приділяють покращенню пам'яті, мови, когнітивних навичок, психологічного здоров'я пацієнтів. Також у Клімковіці приймають на реабілітацію та лікування пацієнтів ортопедичного (артрити, артрози, пацієнти після проведеного ендопротезування суглобів) та гінекологічного профілю. Комплекс Клімковіце складається із двох основних будівель-лікарень. Перше повністю призначене для лікування та реабілітації дорослих пацієнтів, на базі другої будівлі розташоване дитяче відділення. В обох будинках є комфортабельні палати для перебування пацієнтів, реабілітаційні кімнати та лікувальні зали, басейни, ігротеки, зони для відпочинку та релаксації. Територія комплексу обладнана всім необхідним для прогулянок та активного проведення часу. У літній час доступні майданчики для тенісу та гольфу, ванни під відкритим небом, спортивні майданчики. Фахівці центру застосовують виключно комплексний і, головне, індивідуальний підхід, поєднуючи рухову терапію, логопедичне лікування та психотерапевтичні методики із залученням до відновлювального процесу когнітивних функцій. На території центру Клімковіце є відкриті ванні з лікувальною йодобромною

солonoю водою. Вода видобувається з кількох свердловин завглибшки близько 500 метрів, де знаходиться підземне солоне озеро. Даний тип мінеральних вод за своїм складом ідентичний морській воді, але з значно більшими концентраціями бром у і йоду. Вода із джерел застосовується виключно зовнішньо і довела свою ефективність у лікуванні захворювань опорно-рухового апарату (артрози, артрити, остеохондроз, ревматизм, травми). Крім того, високі концентрації йоду в цій воді сприяють розслабленню м'язової спастики. Курортне лікування в центрі зазвичай включає 30-40 процедур на тиждень, які підбираються індивідуально під потреби кожного пацієнта і включають фізіотерапію, лікувальну фізкультуру, масаж, вправи з використанням підписної системи Redcord, заняття в тренажерному залі, термальні ванни з мінеральною водою, магнітну терапію, електростимуляцію, парафінові ванни, кисневу терапію та багато іншого[12].

У нейрореабілітації дорослих пацієнтів та дітей у Климковиці активно застосовують: KLIM-Therapy (Клім-терапія)

CI-терапія

RehaKLIM із вакуумними шинами URIAS

Підвісна система Redcord

Snoezelen мультисенсорна стимуляція

Rehabasic із синергічною рефлексотерапією[12].

РОЗМІЩЕННЯ КЛІНІКИ

Hýlov 24, 742 83 Klimkovice, Чехія

Реабілітаційний центр Клімковіце розташований у передмісті однойменного міста Клімковіце практично біля кордону Чехії з Польщею в екологічно чистому районі. Відстань до міжнародного аеропорту Рузіне в Празі становить близько 350 км, а дорога за часом займає приблизно 3,5 години. Найближче велике місто – Острава (16 км). Пацієнти можуть дістатися санаторію, прилетівши до Праги, Брно (відстань від Брно до Клімковіце

приблизно 155 км) або прибувши поїздом до найближчого міста - Острави. Центр Клімковіце розташований серед мальовничих ландшафтів, в оточенні лісу, біля підніжжя гір Нижній Єсик. На території комплексу розташовані комфортні корпуси для проживання, є заклади харчування, що належать до санаторію. За межами санаторію розташовані кілька заміських кафе та ресторанів. У літній період тут є відкриті спортивні майданчики, лікувальні ванни Призниця, міні-гольф. Також у розпорядженні пацієнтів криті спортивні зали, йодо-бромні ванни, басейн[12].

Група складається з 7 осіб віком від 35-45 років. Виїзд групи відбуватиметься з автостанції міста Одеса. Тур екскурсійно-медичного напрямку, терміном на 6 днів.

Вартість трансферного автобуса 1150 гривень[13].

Таблиця 3.1

День 1. 9.00	Прибуття групи до автостанції у Чехії через Польщу на автобусі. трансферної компанія 'trans tempo'.
11.00	Відпочинок групи, вільний час.
11.30	Збір групи до відправлення до Клімковіце.
14.00	Заселення до санаторію
15.00	Обід в комплексі санаторію.
16.00	Вільний час для групи.

16.30	Збір туристів для ознайомлення з двома будівлями комплексу.
17.00	Похід групи до басену.
18.00	Вільний час.
19.00	Вечеря групи.
20.30	Відбій.
День 2. 7.00	Підом. Збір групи у холі санаторію.
8.00	Ранкова лікувальна фізкультура.
9.00	Вільний час, прогулянка на території комплексу.
9.30	Сніданок у столові комплексу.
10.00- 13.00	Індивідуальні процедури для кожного члена групи.
13.30	Вільний час. Відпочинок у спеціально відведених зонах, відвідання басену та масажу
19.00- 20.30	Вечеря та відбій.

День 3. 7.00- 8.00	Підйом, лікувальна фізкультура.
9.00	Сніданок всіх членів групи.
10.00- 13.00	Вільний час. Прогулянка на свіжому повітрі на території комплексу.
13.30- 16.00	Індивідуальні процедури для кожного члена групи.
17.00- 18.00	Вільний час
18.30	Кіно-вечір на території комплексу.
19.00	Вечеря та вільни час.
20.30	Відбій.
День 4. 7.00	Підом, збір групи у холі санаторію.
8.00	Лікувальна фізкультура
9.00	Сніданок.
10.00	Вільний час.

11.20	Заняття в тренажерному залі.
13.30	Масаж
14.00-17.00	Індивідуальні процедури для кожного члена групи
18.30	Вільни час.
19.00-20.30	Вечеря та відбій.
День 5 7.00	Підом, збір у холі комплексу.
8.00	Лікувальна фізкультура.
9.00-13.00	Індивідуальні процедури для коного члена групи.
14.00-15.30	Парафінові ванни
17.00	Вільний час
17.30	Процедура лікування йодобромною солоною водою
18.30	Вільни час.

19.00	Лікувальний масаж
19.40-20.30	Вечеря та відбій
День 6. 7.00	Підйом, збір у холі санаторію
8.00	Сніданок. Індивідуальна програма завершення реабілітації. Подальші рекомендації.
13.00	Збір групи біля трансферного автобуса.
13.30	Виїзд з Клімовіце.
22.00	Прибуття до автостанції міста Одеса.
22.20	Група завершує тур.

3.2 Розрахунок вартості туру

Розрахунок вартості туру є складною багатofакторною процедурою.

На ціноутворення впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних

послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища, обрана маркетингова стратегія тощо. Ціна туру відтворює економічний бік діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його

комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ці коливання відбивають попит на даний турпродукт. Коливання попиту мають часовий (літній, зимовий періоди, міжсезоння), видовий (на окремі види туризму) та територіальний (на певні регіони) зрізи. Диференціація цін на турпродукт є результатом диференціації тарифів на окремі види послуг, що входять до складу тура, відбиваючи зміни витрат праці на певні види послуг в різний період часу. Коливання тарифів є результатом ринкової політики продуцентів послуг і ґрунтуються на тому, що пропозиція орієнтована на задоволення потреб туристів в період максимального попиту, тому потрібно мати резервні потужності і можливість їх розгортання відповідно до зростаючих потреб. Ціноутворення ускладнюється також введенням до складу турпродукта туристичних ресурсів, тобто різноманітних пам'яток, що за економічною сутністю є результатами вкладеної колись праці, або туристичних благ, що взагалі не є продуктами праці (клімат, мальовничі ландшафти тощо)[14].

Ціна туру залежить від класу обслуговування, терміну та сезону подорожі,

її виду та форми. На неї впливає кон'юнктура ринку та характер обраної маркетингової стратегії (реклама, канали реалізації тощо). Зокрема, на ціну тура впливає характер угод туроператора з тура-генціями, оскільки ці угоди визначають умови реалізації і визначають комісійні винагороди турагента, що реалізуються через систему націнок та знижок. При цьому туроператор може виступати оптовим продавцем, який в подальшому не контролює цінову політику турагента з реалізації своїх турів (тобто турагент сплачує вартість турів, визначену туроператором, і встановлює свою власну ринкову ціну при їх реалізації), або залишити за собою право контролю цінової політики і надати турагенту відповідні знижки як оптовому покупцеві певного турпаке-та (тоді турагент повинен

дотримуватись тієї роздрібної ціни, яка визначена туроператором, а його прибуток є різницею між оптовою та роздрібною ціною турів)[14].

Нижньою межею вартості тура є його собівартість, яка включає зафіксовану

в угодах ціну основних послуг за обумовленими параметрами туру та поточні витрати на їх реалізацію та організацію споживання. Останній параметр залежить від обраної фірмою маркетингової стратегії: характеру реклами і рекламної кампанії, розгалуженості мережі та її географії, різноманітності каналів збуту турпродукта[14].

Собівартість тура є сумарною ціною складових (проживання, харчування,

транспортування, екскурсійне обслуговування та ряд додаткових послуг, які, на думку туроператора, якісно підвищують конкурентоздатність пакета, медичне страхування та візова підтримка для зарубіжних турів) відповідно до сезону та регіону (сезонні націнки практично на всі види послуг, націнки на послуги в популярних туристсько-рекреаційних центрах), терміну (чим довший тур, тим він дорожчий), обраного виду подорожування (авіа-, автобусний тощо), його форми (індивідуальні тури дорожчі за групові в розрахунку на одного туриста і чим численіша група, тим менша ця вартість), складу учасників групи (багато послуг надається певним категоріям споживачів на пільгових умовах, наприклад, дітям дошкільного віку та школярам, пенсіонерам, військовим)[14].

До складу групи входять також особи, що організують споживання послуг

(супроводжувач, гід-перекладач), отримуючи за це заробітню плату.

Основні статті витрат по туру можна поділити на фіксовані (податки, наприклад, на додану вартість, на землю, транспортний збір, готельний збір; сплати в бюджет, наприклад, за кредит; аренда приміщень, техніки, транспортних засобів тощо; комунальні послуги та інше) та довільні, які залежать від діяльності фірми (заробітня плата, видатки на організацію

тура, його рекламу, реалізацію, маркетинг турпродукту тощо). В залежності від способу визначення статті витрат поділяються на прямі, що відносяться на одиницю послуг, та опосередковані, що розподіляються по видах за певною ознакою, наприклад, пропорційно нормам витрат. Таким чином, основні витрати по туру складаються з собівартості (сумарної вартості основних та додаткових послуг турпакету) та розрахунків з державою. Додатковими витратами по туру є вартість додаткових послуг, які пропонуються туристам на вибір і за їх бажанням можуть бути включені до остаточної ціни турпакету чи сплачуватись в місці споживання. До собівартості тура часто не включають вартість перевезення до початку подорожі, особливо коли є варіанти такого транспортування.[14].

Ціна на турпродукт обраховується методом нормативної калькуляції. При визначенні калькуляції собівартості одиниці послуг слід виходити з їх споживчої вартості, але мати на увазі мінливість послуг (залежно від рівня кваліфікації персоналу, технічного забезпечення та інших складових обслуговування).

Ціна туру повинна покривати видатки на його організацію і реалізацію та приносити суб'єкту ринкової діяльності певний прибуток, який би давав можливість для розвитку. В той же час ціна повинна бути гнучкою, щоб забезпечувати діяльність в умовах ринкової конкуренції (як цінової так і якісної) і відповідати попиту.

В ціну турпакета обов'язково закладається прибуток туроператора, який встановлюється в процентах до собівартості і залежить від рентабельності туру, що планується.

Тобто відповідно до маркетингу даного турпродукту, туроператор встановлює норму рентабельності (%) і чим вона вища, тим більша сума прибутку. Норма рентабельності коливається в широких межах (від 5% до 100 і більше) і залежить від кон'юнктури попиту та конкурентного

сердови-ща на ринку даного цільового сегменту. Ціна, таким чином, визначається в обрахунку на одного туриста як добуток витрат по туру і норми прибутку.

Вартість туристичної путівки (ваучера) можна обрахувати за формулою:

де W – вартість турпакета для одного туриста

C – вартість основних послуг за умовами тура;

D – вартість додаткових послуг, включених до ваучера за бажанням туриста;

P – податки та інші види обов'язкових сплат;

H – прибуток туроператора

Z – знижки, що надаються туроператором туристу з окремим видів послуг турпакета; $K (+/-)$ – комісійна винагорода турагента, де $(+)$ є націнкою до ціни турпакета, визначеною туроператором, а $(-)$ означає знижку, що надається туроператором турагенту;

4 – чисельність туристів в групі;

P – кількість осіб, що супроводжують групу за даним маршрутом.

Визначення вартості туру є основою проведення певної цінової політики на

ринку туристичних послуг. Цінова політика – інструмент маркетингу, залежний від обраної

стратегії, що ґрунтується на певній концепції управління маркетингом. Розглянутий метод ціноутворення на основі визначення собівартості за схемою “собівартість + надбавка” придатний при всіх практично концепціях маркетингу. За концепції соціально-етичного маркетингу все більшого значення набувають методи ціноутворення на основі визначення цінності товару та урахування поведінки конкурентів. Схема ціноутворення на основі визначення цінності турпродукту обернена до схеми ціноутворення на основі визначення собівартості: якщо ціноутворення на основі визначення собівартості турпродукта ґрунтується на визначенні видатків виробника, то ціноутворення на основі визначення цінності турпродукта

спирається на оцінки споживачем цінності пропонованого товару, отримані в результаті аналізу споживацьких потреб і кінцева ринкова ціна відбиває саме уявлення споживачів про цінність даного турпродукту. Ціноутворення, ґрунтоване на ціновій поведінці конкурентів, також не відбиває реальних видатків турфірми на певний турпродукт, оскільки при формуванні власних цін орієнтується на ціни конкурентів на аналогічну продукцію в більшій мірі, ніж на реальний попит[14].

Таким чином, залежно від обраної маркетингової стратегії, ціноутворення може ґрунтуватися на різних ціноутворюючих факторах.

Ціноутворення є результатом цінової політики, що спирається на маркетингові дослідження і певну обрану підприємством стратегію маркетингу по просуванню турпродукта на ринок турпослуг[14].

3.3 Страхування туристів

Відповідно до Закону України «Про туризм» страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи вправі самостійно укласти договори на таке страхування. У цьому випадку вони зобов'язані завчасно підтвердити туроператору чи турагенту наявність належним чином укладеного договору страхування.[15].

Укладання офіційних договорів між Україною та іншими країнами про безвізовий режим дещо спростило вимогу про обов'язковість страхування при наявності біометричного паспорту.

Однак, такими діями людина шкодить лише собі, адже відсутність страхування за кордоном може обернутися фатальними наслідками. Вартість, зокрема медичних послуг за кордоном дуже велика. Тому страхування зможе попередити зайві клопоти та фінансові витрати. Крім того, на кордоні все ж

таки можуть запитати про наявність поліса відповідно до Закону України «Про туризм».

Також варто зазначити, що безвізовий режим Україна має не з усіма державами. Тому, для подорожі в деякі країни все ще потрібна віза, а отже і медичне страхування. Звичайні умови, що передбачають наявність страховки, діятимуть і для мандрівників, що подорожують за паспортом для виїзду за кордон старого зразка[15].

Які плюси у страхуванні при виїзді за кордон

Перш ніж вирішити потрібне вам страхування чи ні, слід задуматися – наскільки неприємною складеться ситуація, коли перебуваючи за кордоном у вас виникне раптова хвороба, не говорячи вже про нещасний випадок.

Адже при зміні клімату часто виникає звичайна застуда, яка завдає неприємності. А її лікування в іноземних медичних установах для нерезидентів вартує, не рідко, великих сум. У випадку відсутності страхування особа має бути готова до того, що доведеться оплатити послуги лікування, придбання медичних препаратів і виникнення інших фінансових труднощів.

Страхування, зокрема медичне, є гарантією отримання медичної допомоги безоплатно. Це дасть змогу туристу та його родині уникнути неприємностей, що стосуються як фінансових витрат, так і організації надання медичної допомоги[15].

Укладення договору страхування

У випадку організації поїздки через туристичну компанію, забезпечення страховим полісом здійснюється даною компанією. Якщо ж поїздку ви організовуєте самостійно, то вам особисто необхідно подбати про придбання страхового поліса.

Відповідно до Закону України «Про туризм» договором страхування повинні передбачатися надання медичної допомоги туристам і відшкодування

їх витрат при настанні страхового випадку безпосередньо в країні (місці) тимчасового перебування.

Інформація про умови обов'язкового страхування має бути доведена до відома туриста до укладення договору на туристичне обслуговування.

Обов'язкове (медичне та від нещасного випадку) страхування здійснюється один раз на весь період туристичної подорожі. За вимогою туриста, туроператор чи турагент забезпечують страхування інших ризиків, пов'язаних із здійсненням подорожі.

За бажанням туриста, з ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних з передчасним поверненням до місця проживання при настанні нещасного випадку або хвороби.

Існує думка, що компанія з хорошою репутацією вирішить всі питання у разі виникнення страхового випадку. Однак, кожна компанія взаємодіє з іншою компанією-асистентом в країні перебування туриста. Тому, у випадку укладення договору страхування необхідно уточнити контактні дані компанії-асистента, яка буде посередником між клієнтом та медичною установою. Ця інформація, як правило, вказується в страховому полісі[15].

Що ж входить у страховий поліс?

По суті, страховка для виїзду за кордон може включати в себе різні види страхування:

- медичне страхування;
- страхування від нещасних випадків;
- страхування життя;
- додаткові опції (наприклад, витрати в разі депортації, втрати багажу, стихійного лиха, транспортування тіла в разі смерті тощо).

Отже, при виборі найбільш вигідного страхування необхідно детально вивчити існуючі пропозиції та врахувати:

- вік туриста (стандартний тариф розрахований для людей працездатного віку, для дітей і старшого покоління страховий поліс вартуватиме дорожче),
- наявність або відсутність франшизи (поліс без франшизи дорожче);
- умови договору (більше опції – дорожча ціна);
- країну поїздки (наприклад, поїздки в екзотичні країни потребують більше опцій для страхового поліса),
- тривалість (тобто термін дії поліса);
- мету поїздки.

Від обраних варіантів залежить не тільки сам розмір страхового внеску, але і розмір виплат по страхуванні.

Рекомендації при обранні страхового поліса.

Варто обов'язково врахувати, що страховий поліс потрібно оформити до початку поїздки, щоб уникнути додаткових незручностей під час перетину кордону.

Стандартними для туристичної поїздки вважаються поліси із медичним страхуванням, що включають надання екстренної допомоги, лікування в стаціонарі. Варто запам'ятати, страховий поліс лише гарантує компенсацію медичних витрат за кордоном. Тому, окрім страхового поліса необхідно до початку поїздки вивчити країну подорожі, за потреби отримати необхідні щеплення (особливо актуально для подорожей в екзотичні країни), зібрати мінімальну аптечку.

Якщо ви плануєте перельоти, особливо з пересадками – не зайвим буде застрахувати ризики втрати багажу, затримки рейсу, втрати документів.

Крім того, рекомендуємо оформити термін дії поліса на декілька днів довше запланованого перебування за кордоном на випадок затримки рейсів.

Страховий поліс з більшими опціями необхідний любителям екстремального відпочинку.

При придбанні поліса варто звернути увагу на наявність франшизи – мінімальної суми, яка не відшкодовується за умовами договору.

Крім того, необхідно бути готовим заплатити за деякі медичні послуги самостійно, які за наявності поліса можуть бути відшкодовані. Однак, деякі медичні послуги чи препарати може страховик і не компенсувати.

При настанні страхового випадку обов'язково необхідно повідомляти компанію-асистента страховика. Тобто в екстреному випадку якнайшвидше викликати швидку медичну допомогу і в найближчий час зателефонувати страховику.[15].

Висновки до розділу 3.

У данному розділі було розглянуто питання щодо розробки туру. У Законі України про туризм туристичний продукт визначається як комплекс туристичних послуг, необхідний для задоволення потреб туриста під час його подорожі. Він поєднує в собі не менше двох послуг (перевезення та розміщення) і реалізується або пропонується до реалізації за визначеною ціною. До складу туристичного продукту включаються транспортні, готельні, медичні послуги, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо.

У туризмі формування і споживання продукту відбувається роздільно. Турист, купуючи у турфірми туристський продукт, оплачує право на його отримання під час подорожі. Таким є юридичне визначення туристичного продукту. Але, кажучи про турпродукту, також маються на увазі його фізичні і вартісні властивості, якості, характеристики.

Пошук перспективних партнерів полягає в тому, що з великого числа туристських фірм і підприємств, зареєстрованих в тій чи іншій країні, потрібно вибрати ті, які виявили б інтерес до співпраці з вами, і при цьому вони повинні відповідати вашим інтересам і вимогам щодо обслуговування туристів. Для їх пошуку можна використовувати різні довідники, інтернет та інші засоби комунікації. Традиційним є встановлення контактів з постачальниками послуг

під час спеціалізованих виставок, ярмарків і т.д. Важливо вибрати найкращі можливості по кожному виду послуг, що надаються. Вибираючи партнерів у готельному і транспортному обслуговуванні, важливо пам'ятати про небажаність роботи тільки з одним партнером.

Була складена програма обслуговування туру Санаторно-реабілітаційний тур до Клімковіце з включенням в програму екскурсійної програми вже з урахуванням розкладу рейсів прибуття і від'їзду туристів за розробленим маршрутом. Приклад заїзду першої групи туристів з 10.01.23 до 15.01.23

Санаторно-реабілітаційний комплекс Клімковіце — один із найбільших оздоровчих та реабілітаційних закладів Чехії з більш ніж 20-річним досвідом у нейрореабілітації дорослих та дітей. Також розглянуто питання вартості туру та його складові. На ціноутворення впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища, обрана маркетингова стратегія тощо. Ціна туру відтворює економічний бік діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ці коливання відбивають попит на даний турпродукт. Коливання попиту мають часовий (літній, зимовий періоди, міжсезоння), видовий (на окремі види туризму) та територіальний (на певні регіони) зрізи. Диференціація цін на турпродукт є результатом диференціації тарифів на окремі види послуг, що входять до складу тура, відбиваючи зміни витрат праці на певні види послуг в різний період часу.

ВИСНОВКИ

У ході роботи було розглянуто питання медичного туризму. Його особливості, формування туристичного туризму, роботу туристичних операторів та мету продукту на виході. Розглянуто питання страхування медичних туристів для виїзду з метою лікування за корон. Розглянуто питання медичного туризму у країнах світу Азії та Європи, їх особливості, розташування для відвідування певної країни, профільні напрямки, методи лікування певного напрямку медицини. Більш детально розглянута Чехія, особливості розташування, внесок до світової медицини, та особливості чому більшість споживачів обирає саме цю країну для медичних турів. Розвиток медицини у Чехії знаходиться на високому рівні, та вартість послуг залишається доступною. Також близьке місце розташування країни робить її більш привабливою для споживачів.

Вивчено питання розрахування туристичних послуг та споживачів. Також в ході роботи було вивчено та складено індивідуальний маршрут екскурсійно-медичного туру до Чехії в санітарно-реабілітаційний комплекс який розташований у клімковіце. Розроблено програму туру для групи з 7 осіб.

Медичний туризм - це діяльність, пов'язана з організацією медичного обслуговування пацієнтів далеко за межами місця їх постійного проживання. Причому пацієнти можуть їздити в медичні заклади як усередині країни (внутрішній медичний туризм), так і далеко за кордон (міжнародний медичний туризм).

Багато «медичних туристів» користуються можливістю поєднати медичне обслуговування з відпочинком на курортах, в оздоровчих, SPA і Wellness-центрах. Тому сьогодні розповідаючи про медичному туризм, нерідко вживають і термін «оздоровчий туризм». З кожним роком медичний туризм набуває все більшої популярності.

Чехія - популярна лікувально - оздоровчим туризмом серед населення Євросоюзу та СНГ. В Чехії понад 200 приватних та державних клінік, в яких працюють понад 200000 лікарів та медпрацівників.

Нині в Чехії вже сформувався ринок медичного туризму зі своєю інфраструктурою, медичним менеджментом, органами акредитації, агентствами медичного туризму та фахівцями у сфері медичних подорожей

Чехія відома високим рівнем медицини та при цьому низькі ціни порівняно з іншими країнами Європи. Фахівці які будуть надані клієнтам, мають великий авторитет у сфері своїх професійних досягнень.

До пацієнта в клініках ставлення тепле всього персоналу, та рівень обслуговування відрізняється від нашого. Одним із основних переваг лікування в Чехії є доступ до останніх досягнень сучасної медицини. Клініки країни постійно оновлюють обладнання. в палатах є все для комфортного перебування хворого, комфортні ліжка та меблі, кнопки виклику персоналу, телефон, телевізор, кондиціонер, ванна кімната.

У Законі України про туризм туристичний продукт визначається як комплекс туристичних послуг, необхідний для задоволення потреб туриста під час його подорожі. Він поєднує в собі не менше двох послуг (перевезення та розміщення) і реалізується або пропонується до реалізації за визначеною ціною. До складу туристичного продукту включаються транспортні, готельні, медичні послуги, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо.

У туризмі формування і споживання продукту відбувається роздільно. Турист, купуючи у турфірми туристський продукт, оплачує право на його отримання під час подорожі. Таким є юридичне визначення туристичного продукту. Але, кажучи про турпродукту, також мають на увазі його фізичні і вартісні властивості, якості, характеристики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медичний туризм - Електронний ресурс
[<http://www.medlawcenter.com.ua/ua/99/648.html>]
2. Медичний туризм - Електронний ресурс
[<https://krayina.com/blog/news/medichniy-turizm>].
3. Медичний туризм - Електронний ресурс
[<https://uamt.com.ua/UA/lechenie-uk/lechenie-za-rubezhom-uk.html>].
4. Географія медичного туру Європи - Електронний ресурс
[<https://uamt.com.ua/UA/lechenie-uk/lechenie-za-rubezhom-uk.html>].
5. фмв 2021-242 колосова - Електронний ресурс
[https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/51145/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_2021_242_%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%86.pdf].
- 5.1 медичний туризм України - Електронний ресурс
[<https://uamt.com.ua/UA/lechenie-uk/lechenie-za-rubezhom-uk.html>]
6. Медичний туризм. Теорія та практика навчальний посібник. М. Мальська. О.Ю. бордун. - Електронний ресурс
[https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/Medychnyy_turyzm_Malska_2018.pdf].
7. Електронний ресурс- [https://tourlib.net/metod_tourism/baev.htm].
8. медичний туризм в Україні [<https://suspilne.media/140379-termalni-dzerela-tureccini-ta-vodi-karpat-so-take-medicnij-turizm-i-ci-rozvinenij-vin-v-ukraini/>].
9. основні види туризму та їх характеристика - Електронний ресурс
[<https://tourkazka.com/osnovni-vydy-turyzmu-ta-yikh-kharakterystyka/#:~:text=%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B8%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83%20%D1%85%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%83%D1%8E%D1%82%D1%8C%D1%81%D1%8F%20%D0%B7%D0%BD>]

%D0%B0%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%8E%20%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E,%D0%9D%D0%B5%D0%BE%].

10. Чехія – все про країну транспорт пам'ятки, кухня. Електронний ресурс [<https://mandry.club/krainy/czech/>].

11. Розробка культурно-пізнавального туру до Чехії [https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65635a3bc78b4c43b88421316c37_0.html].

12. медичний туризм в Чехії. Електронний ресурс. [<https://mediglobus.com/ru/medical-tourism-in-the-czech-republic/>].

13. автобус в Чехію. Електронний ресурс. [<https://transtempo.ua/country/czechia>].

14. Розрахунок вартості туру. Електронний ресурс [<https://ukrreferat.com/chapters/fizkultura/rozrahunok-vartosti-turu-referat.html>].

15. Що потрібно знати для з приводу страхування для виїзду за кордон. Електронний ресурс [<https://minjust.gov.ua/m/scho-potribno-znati-pro-strahuvannya-dlya-viizdu-za-kordon>].

ДОДАТОК 2

Наукова робота здобувача



Туризм як засіб реабілітації

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ МІЖНАРОДНОГО ВЕБІНАРУ,

присвяченого 120-річчю ОНТУ та
Всесвітньому дню туризму

05 жовтня 2022 року



ГЛОБАЛЬНІ ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ ТА МІЖНАРОДНИЙ ВИННИЙ ТУРИЗМ

Олена МЕЛІХ, д.в.н., професор,
Інна КЛОКАР, бакалавр,
Одеський національний технологічний університет, м. Одеса, Україна
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

Серед найважливіших проблем сьогодення в умовах війни президенти України Володимир Зеленський на саміті «Групи двадцяти» зазначив екоцид [1], як руйнуючу силу всього живого. Потреба негайного захисту природи є все гострішою. Через неї стає дуже актуальною систематичність розвитку екологічного

ДОДАТОК 3

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації
Напрямок підготовки (спеціальність)
242 «Туризм»
Освітня програма Міжнародний туризм

Презентація

кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему «Створення та просування медичного туру у напрямку
Україна - Чехія»

Кількість слайдів 16

Здобувачка: _____ / Клокар І.О./
(підпис)

Керівники: _____ / Меліх О.О./
(підпис)

_____ / Іванченков В.С./
(підпис)

Одеса 2022





Привабливим для споживачів виступає:

1. Максимально індивідуальний підхід на усіх стадіях — від початку на етапі діагностики коли підбирається індивідуальна схема лікування, до етапу коли особисто для пацієнта розробляють програму реабілітації в залежності від проблеми.
2. Прогресивне та новітнє медичне обладнання для діагностики.
3. Рівень розв'язання певних проблем зі здоров'ям знаходиться на високому рівні.
4. Медичний персонал — професійні працівники.
5. Супровід психологічною підтримкою та супроводом.
6. Поважне ставлення та рівень сервісу на високому рівні.



Чехія — це атмосфера спокою і тиші, привітність і неспішність місцевих жителів, розміреність життя, красиві природні пейзажі: неквапливі річки, поля і мальовничі лісисті пагорби. Чехія займає історичні області — Моравія, Богемія та частина Сілезії. Бурхливе минуле залишило колосальну історичну спадщину, а невисокі ціни на їжу та готелі роблять Чехію однією з найдешевших для туристів країн Європи.





У країні діє 187 приватних та державних лікарень, в яких працює понад 211 000 медичних співробітників.

Ключові напрями медичного туризму країни: ортопедія, нейрохірургія, реабілітація, онкологія, кардіохірургія та репродуктологія. Вартість лікування в чеських лікарнях на 20-30% нижча за аналогічні лікарні Західної Європи.

Закордонні пацієнти віддають перевагу таким медичним закладам країни, як: Мотол, клініка в Брно, Cellthera, центр протонної терапії у Празі, санаторії Теплиці та Клімковіце.



Хоча Чеська Республіка культурно належить до Західної Європи, розцінки на хірургічне лікування та інші медичні послуги тут значно нижчі. Відсоток економії варіює залежно від обраної процедури, але в середньому він становить 50% порівняно зі Сполученим Королівством, а порівняно зі США окремі процедури коштуватимуть на 85% дешевше.

Комплекс Клімковіце складається із двох основних будівель-лікарень. Перше повністю призначене для лікування та реабілітації дорослих пацієнтів, на базі другої будівлі розташоване дитяче відділення. В обох будинках є комфортабельні палати для перебування пацієнтів, реабілітаційні кімнати та лікувальні зали, басейни, ігрові зони для відпочинку та релаксації. Територія комплексу обладнана всім необхідним для прогулянок та активного проведення часу.



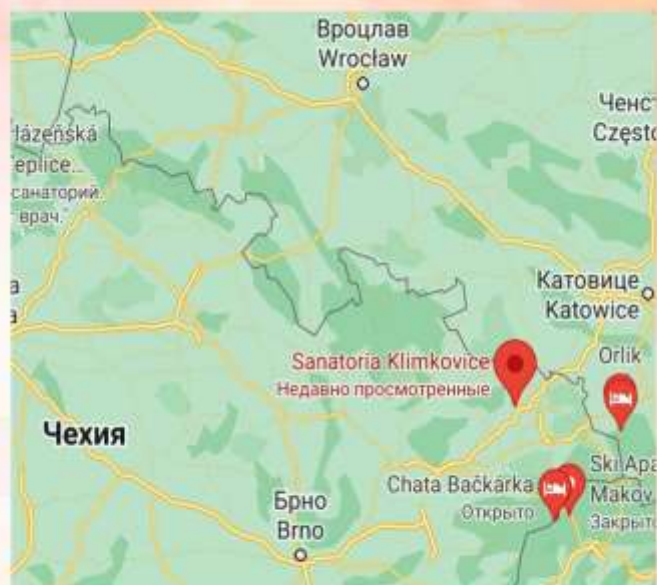
На території центру Клімковіце є відкриті ванні з лікувальною йодобромною соленою водою. Вода видобувається з кількох свердловин завглибшки близько 500 метрів, де знаходиться підземне солоне озеро. Даний тип мінеральних вод за своїм складом ідентичний морській воді, але з значно більшими концентраціями брому і йоду.

Вода із джерел застосовується виключно зовнішньо і довела свою ефективність у лікуванні захворювань опорно-рухового апарату (артрози, артрити, остеохондроз, ревматизм, травми). Крім того, високі концентрації йоду в цій воді сприяють розслабленню м'язової спастики.



Реабілітаційний центр Клімковіце розташований у передмісті однойменного міста Клімковіце практично біля кордону Чехії з Польщею в екологічно чистому районі. Відстань до міжнародного аеропорту Рузінє в Празі становить близько 350 км, а дорога за часом займає приблизно 3,5 години.

Найближче велике місто – Острава (16 км). Пацієнти можуть дістатися санаторію, прилетівши до Праги, Брно (відстань від Брно до Клімковіце приблизно 155 км) або прибувши поїздом до найближчого міста - Острави.



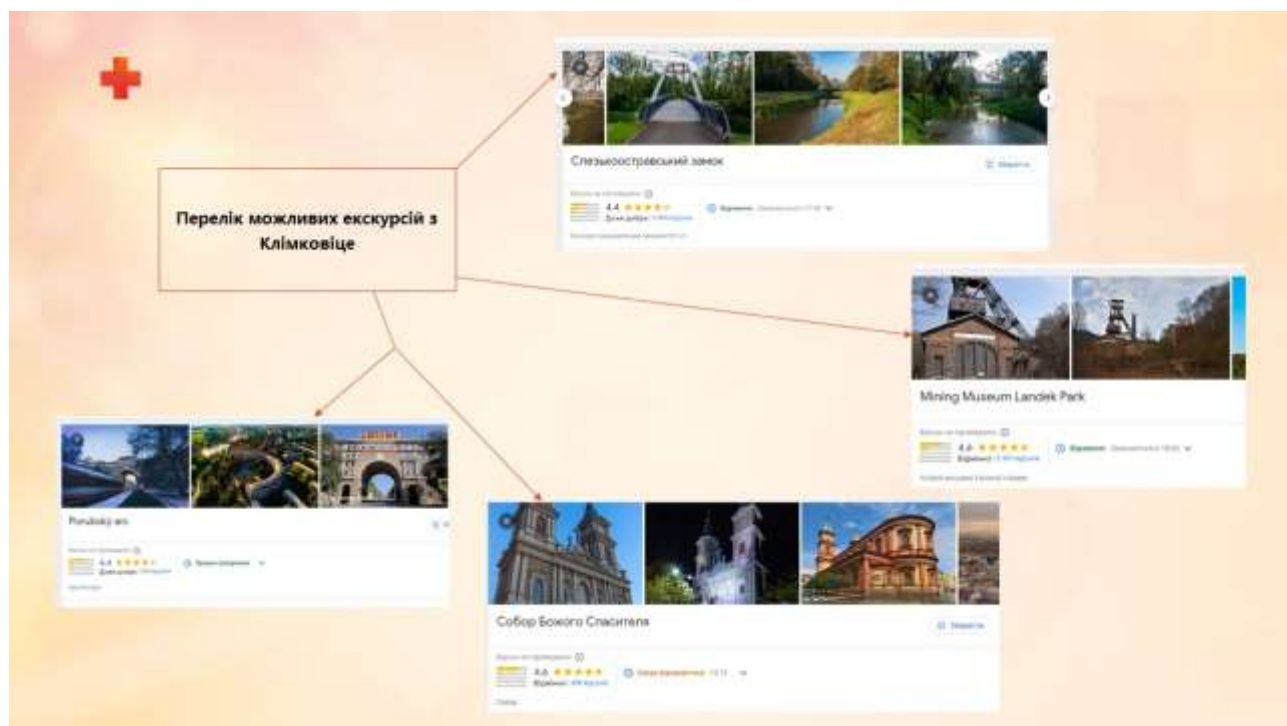
Приблизний розклад на день туристів

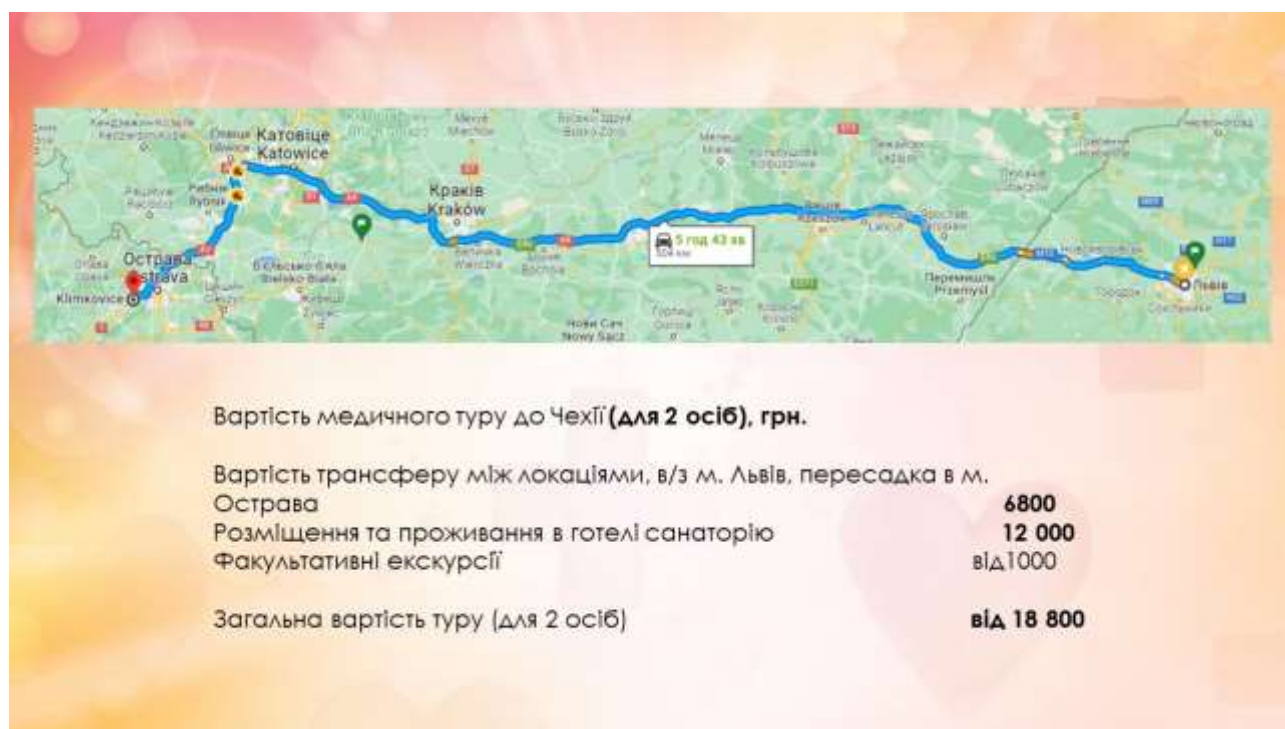
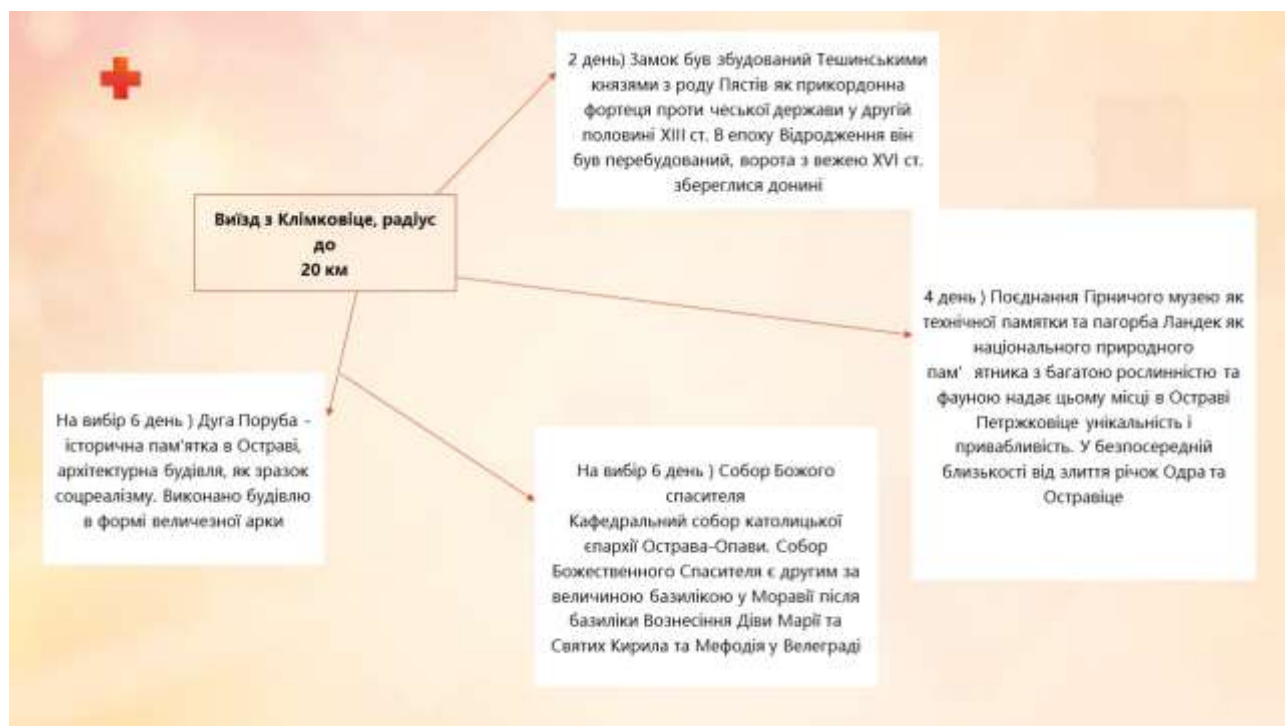
Нами запропонований медичний тур в Чехію на 6 днів. Група для оздоровлення - літні люди в парах чи самотні, для реабілітації після стресу воєнного часу чи після інсультів.

Для туру ми обирали, окрім лікування і спеціальних процедур в першій половині дня, невеличкі подорожі в затишні місця.

Трансфер приблизно 20 хвилин в один бік.

9.00	Прибуття групи до автостанції (пересадка в м. Острава) в 1 день. В інші дні процедури.
11.00	Відпочинок групи, вільний час в 1 день. В інші дні процедури.
11.30	Збір групи до відправлення до Клімковіце.
14.00	Заселення до санаторію в 1 день. В інші дні вільний час.
15.00	Обід в комплексі санаторію.
16.00	Вільний час для групи.
16.30	Збір туристів для ознайомлення з двома будівлями комплексу. В інші дні (через день) організовані екскурсії 16.30-18.30
17.00	Можливий похід групи до басейну.
18.00	Вільний час.
19.00	Вечеря групи.
20.30	Відбій.





На нашу думку, маркетинг є основною для функціонування туристичного продукту та реалізації туристичних товарів за допомогою Інтернет-реклами.

Носії реклами	Вартість на місяць, грн.
1. Реклама в соціальних мережах	34000
2. Інтернет-реклама	10000
3. Реклама в місцевих блогерів	15000
4. Реклама на телебаченні	від 2000

Просування туру

Пропонуємо просувати тур через Інтернет-рекламу.



Дякую
за
увагу!