

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт
экономики и управления
наименование

Кафедра
«Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»
наименование

Направление подготовки

43.03.02 «Туризм»
код и наименование

Профиль

«Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг»
наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Разработка программы тура для специалистов медицинского профиля
в Японию»

Студент 163ЭТ31
номер группы

27.01.2020
подпись, дата

Палагина Юлия Алексеевна
ФИО полностью

Руководитель К.Э.Н., доцент
звание, должность

ФГБОУ ВО «ПГУ»
наименование организации

27.01.2020
подпись, дата

Балахонова Е.В.
фамилия, инициалы

Нормоконтролёр К.Э.Н., доцент
звание, должность

3.02.2020
подпись, дата

Балахонова Е.В.
фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

подпись

Семеркова Л.Н.
фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

подпись

Балахонова Е.В.
фамилия, инициалы

Пенза 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»

к.э.н., доцент _____ Уткина Н.В.

ЗАДАНИЕ

по бакалаврской работе студенту

Палагиной Юлии Алексеевны

(ФИО)

1. Тема работы: Разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию

2. Срок сдачи студентом законченной работы: 27 января 2020 г.

3. Исходные данные к работе: нормативные документы сферы туризма; учебная литература по страноведению, экономике и маркетингу в туризме; материалы интернет-сайтов туристических компаний, систем бронирования, страховых компаний, представительства по туризму Японии в России; вторичная информация о развитии медицины в Японии и проводимых там профильных выставках; первичная информация о спросе на тур для специалистов медицинского профиля в Японию

4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов): исследование современного состояния и тенденций развития делового туризма; оценка потенциала Японии для развития делового туризма; анализ спроса и предложения туров для специалистов медицинского профиля в Японию; разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию; калькуляция стоимости программы тура

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей): демонстрационные слайды, раздаточный материал

Дата выдачи задания: 28 октября 2019 г.

Руководитель: _____

(подпись)

Задание принял к исполнению: 28.10.2019

(дата)

(подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	29.10.2019	30.10.2019	
Введение	31.10.2019	01.11.2019	
1.1 Исследование современного состояния и тенденций развития делового туризма	02.11.2019	20.11.2019	
1.2 Оценка потенциала Японии для развития делового туризма	21.11.2019	05.12.2019	
1.3 Анализ спроса и предложения туров для специалистов медицинского профиля в Японию	06.12.2019	16.12.2019	
2.1 Программа тура для специалистов медицинского профиля	16.12.2019	29.12.2019	
2.2 Калькуляция стоимости программы тура	29.12.2019	12.01.2020	
Заключение	13.01.2020	15.01.2020	
Глоссарий	16.01.2020	17.01.2020	
Список использованных источников	18.01.2020	19.01.2020	
Приложения	20.01.2020	26.01.2020	

Руководитель бакалаврской работы _____ Балахонова Е.В.
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: Разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию.

Автор бакалаврской работы: Палагина Юлия Алексеевна, группа 163ЭТ31.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доцент Балахонова Елена Викторовна.

Год защиты бакалаврской работы: 2020.

Актуальность темы состоит в том, что в Японии огромное внимание уделяется постоянному совершенствованию медицины. В первую очередь это отражается в инвестициях – в Японии на сегодняшний день расходы на здравоохранение составляют 8,1 % ВВП. Львиную долю расходов занимают инвестиции в современное техническое оборудование – в стране не существует много-томных бумажных рукописей, обслуживание пациентов основывается на новейших достижениях техники и компьютерных технологиях, что делает предоставляемые медицинские услуги не только качественными, но и эффективными. Японский опыт в области развития медицины представляет значительный интерес для профильных специалистов, что даёт возможность разрабатывать и предлагать этой целевой аудитории деловые туры в Японию.

Целью бакалаврской работы является разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- исследовать современное состояние и тенденции развития делового туризма;
- оценить потенциал Японии для развития делового туризма;
- проанализировать спрос и предложения туров для специалистов медицинского профиля в Японию;

- разработать программу тура для специалистов медицинского профиля в Японию;
- рассчитать стоимость тура.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: анализ, синтез и обобщение на основе изученных материалов, опрос.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что её автором разработана программа тура для специалистов медицинского профиля в Японию. Данный тур может быть включён в ассортимент специализирующихся на деловом туризме российских компаний.

Объем бакалаврской работы составляет 73 страницы формата А4. Работа содержит 9 таблиц, 21 рисунок и 5 приложений, 40 использованных источников.

Содержание

Введение.....	6
1 Исследование современного состояния делового туризма и перспектив разработки тура для специалистов медицинского профиля в Японию.....	9
1.1 Исследование современного состояния и тенденций развития делового туризма.....	9
1.2 Оценка потенциала Японии для развития делового туризма.....	16
1.3 Анализ спроса и предложения туров для специалистов медицинского профиля в Японию.....	29
2 Разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию.....	40
2.1 Программа тура для специалистов медицинского профиля.....	40
2.2 Калькуляция стоимости программы тура.....	62
Заключение.....	67
Глоссарий.....	68
Список использованных источников.....	69
Приложения.....	73

Введение

Япония – прекрасная и удивительная страна, полная своего особенного восточного очарования, которое четко ощущается любым туристом, когда-либо посещавшим эти гостеприимные острова. Долгие периоды изоляции Страны Восходящего Солнца от остального мира привили японскому народу удивительную самобытность, неповторимое чувство прекрасного и огромное уважение к собственной истории. Поэтому посещение Японии будет интересно каждому гостю этой страны, независимо от пола, возраста и вероисповедания. Достаточно большая территория страны позволит каждому туристу посетить именно тот уголок, который наиболее близок его менталитету.

Среди развивающихся стран Япония всегда идёт отдельной строкой. Эта восточная страна покоряет своими темпами развития экономики и, кажется, усердием и трудолюбием своих граждан переборет любой кризис или катаклизм.

В Японии регулярно проводятся крупные международные мероприятия, и местные специалисты умеют организовать и принимать конференции и семинары любого уровня и с любым количеством участников.

Образ современной Японии создают знаменитые во всем мире дизайнеры, архитекторы, художники, скульптуры и инженеры. В Японии развито современное искусство и широко применяются новейшие технологии, но японцы никогда не забывают о своих корнях и гармонично сочетают достижения современности с традициями прошлого.

Япония известна во всем мире своим гостеприимством, которое основано на давно укоренившейся привычке уважать интересы окружающих. Как правило, гости страны и участники различных конференций остаются очень довольны уровнем сервиса и выражают желание побывать в Японии ещё раз. Эта страна уже много лет является одним из мировых лидеров в области машиностроения, робототехники, фармацевтики, медицины и т.д. Научная база тоже

очень сильна, что доказывает тот факт, что японские ученые регулярно получают международные премии высочайшего уровня в самых разных областях. Предприятия отдельных отраслей часто образуют кластеры, что значительно упрощает организацию профессиональных поездок специалистов на предприятия своей отрасли.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что в Японии огромное внимание уделяется постоянному совершенствованию медицины. В первую очередь это отражается в инвестициях – в Японии на сегодняшний день расходы на здравоохранение составляют 8,1 % ВВП. Львиную долю расходов занимают инвестиции в современное техническое оборудование – в стране не существует многотомных бумажных рукописей, обслуживание пациентов основывается на новейших достижениях техники и компьютерных технологиях, что делает предоставляемые медицинские услуги не только качественными, но и эффективными.

Согласно официальным данным Всемирной организации здравоохранения, по качеству медицинских услуг Япония занимает одно из первых мест в мире. Безусловно, основным фактором, подтверждающим столь положительную характеристику, является самый высокий в мире показатель продолжительности жизни населения. Согласно статистике, средняя продолжительность жизни для мужчин составляет 79 лет, для женщин эта цифра еще выше – 86 лет. Несомненным подтверждением высокой эффективности системы здравоохранения является и самая низкая младенческая смертность в мире, а также самое большое стационарное число мест на душу населения в больницах страны.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- исследовать современное состояние и тенденции развития делового туризма;

- оценить потенциал Японии для развития делового туризма;
- проанализировать спрос и предложение на российском рынке туров для специалистов медицинского профиля в Японию;
- разработать программу тура для специалистов медицинского профиля в Японию;
- рассчитать стоимость тура.

Объектом исследования является Япония как туристическая дестинация, предметом исследования – возможности Японии относительно организации профессиональных туров для специалистов медицинского профиля.

Информационной базой исследования послужили нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность субъектов туристической индустрии, учебная литература, интернет-источники.

При написании бакалаврской работы были использованы такие методы, как: анализ, синтез и обобщение на основе изученных материалов, опрос.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что в ней разработана программа тура для специалистов медицинского профиля в Японию. Данный тур может быть включён в ассортимент специализирующихся на деловом туризме российских компаний.

1 Исследование современного состояния делового туризма и перспектив разработки тура для специалистов медицинского профиля в Японию

1.1 Исследование современного состояния и тенденций развития делового туризма

Деловой туризм – один из самых перспективных и высокодоходных видов путешествий, который характеризуется высоким и стабильным ростом и относительной устойчивостью к воздействию экономических, политических, климатических, погодных и других факторов. Рынок делового туризма малоизвестен большинству специалистов турбизнеса, занимающихся традиционными массовыми экскурсионными направлениями. Вместе с тем это довольно обширная клиентура, крупные денежные обороты, свой круг туроператоров и особая организация продаж. Деловой туризм во всем мире считается наиболее перспективным видом туризма в силу своей всесезонности, прогнозируемости, ориентации на клиентов с высоким уровнем дохода.

Профессионально-деловой туризм сочетает в себе элементы познавательного и профессионально-делового туризма с посещением объектов, представляющих научный и производственный интерес. В ходе этого могут организовываться семинары, обмен опытом, деловые встречи, ознакомление с технологическими новинками и изобретениями, а, возможно, и личное участие ученых в научных исследованиях и производстве. Россия обладает в этом плане уникальным спектром объектов научно-технического интереса [1].

В последние годы рынок делового туризма стремительно развивается как за рубежом, так и в России. Этот вид туризма стал одной из значительных и наиболее перспективных отраслей мировой экономики, играющей немаловажную роль в развитии многих стран. Высокие темпы его развития определяют, в первую очередь, глобализация мировой экономики и «стирание границ». Пред-

приниматели все чаще ищут и находят деловых партнеров за рубежом. Но, отправляясь в «путешествие», они хотят не просто побывать на выставке, семинаре, конференции – они едут за новыми возможностями для своего бизнеса.

Деловая жизнь успешно протекает только там, где для этого имеются соответствующие условия. Одной из тенденций в деловом туризме является формирование специализаций туристических компаний на различных видах туризма, и в частности, появление фирм, занимающихся исключительно бизнес-поездками и проведением выставок, семинаров и конференций за рубежом, а также фирм, специализирующихся на инсентив-программах.

Деловой туризм активно развивается в 115 странах мира. Большая часть туристов со служебными целями направляется в Европу. В структуре деловых поездок на европейском континенте преобладают командировки бизнесменов, конгрессные туры, поездки на выставки и ярмарки, инсентив-туры для служащих фирм. Сегмент делового туризма имеет очень весомое значение: 60 % мирового туторбoрoта приходится на деловой туризм, от 55 % до 60 % мест в отелях по всему миру заполняется за счет деловых поездок. Этот динамичный рынок обеспечивает ежегодно 720 млн. деловых поездок и почти 819 млрд долл. финансового оборота. В структуре мирового бизнес-туризма преобладают индивидуальные деловые поездки (70,8 %). Примерно в равных долях – поездки на конференции и семинары (12,6 %) и посещение выставок (10,9 %), конгрессные туры и инсентив-туризм занимают приблизительно по 3 %. В мировом туристическом потоке доля бизнес-туристов составляет примерно 20-25 %. В мире растет интерес к форумам, конференциям, симпозиумам, совещаниям, семинарам, а также выставкам и ярмаркам.

Средняя продолжительность конгрессов составляет два дня, что с учётом дороги и культурной программы увеличивает пребывание туристов в стране или городе до четырёх – пяти дней. Статистика свидетельствует, что в последние годы организаторы конгрессного туризма сталкиваются с сокращением

числа участников при одновременном увеличении средней продолжительности пребывания.

Выставочное движение набирает силу во всем мире. Увеличивается число выставок и ярмарок, расширяются их география и круг участников, становится более разнообразной направленность. В настоящее время проводятся специализированные выставки гостиничного и ресторанного хозяйства, спортивного, экологического, познавательного, лечебно-оздоровительного и конгрессного туризма, ярмарки туристского и спортивного инвентаря и т.д. За короткий срок этот сегмент туристического рынка стал одним из самых крупных и стабильных.

Индустрия MICE – наиболее динамично развивающееся современное направление туризма, благоприятно влияющее на общее развитие мегаполиса, его экономику. По мнению зарубежных экспертов, количество международных деловых поездок возрастёт до 1,6 млрд в год, а оборот рынка увеличится до 2 трлн долл., что означает ежегодный рост на 4,3 %. Развитие делового туризма весьма благоприятно сказывается на развитии социальной сферы. Увеличение оборота на 1 млрд долл. приводит к созданию 100 тыс. новых рабочих мест.

Что касается России, рынок делового туризма здесь только начинает развиваться. Если говорить о выездном деловом туризме, наблюдается тенденция увеличения числа бизнес-поездок, активное участие в международных выставках и явное осознание полезности и необходимости инсентив-программ.

Уровень развития России в сфере делового туризма можно прокомментировать двумя показателями: объём внутреннего рынка оценивается специалистами в сумму около 90 млрд долл. ежегодно, а количество компаний, имеющих международный статус (хотя бы DMC), не превышает полутора десятков. Вместе с тем, по приблизительным оценкам, каждый год объёмы делового туризма в России растут на 20-25 %.

Ускоренное развитие делового туризма обусловлено также его значительной эффективностью, поскольку практически ни один из существующих видов турдеятельности не обладает столь значительным мультипликативным

воздействием как на туристическую сферу, так и на всю экономику города. Деловые туристы приносят значительные доходы организаторам конгрессов и конференций, а также предприятиям города. При помощи развития делового туризма решается сверхактуальная проблема эффективного функционирования инфраструктурных объектов туризма, т.е. обеспечивается более полная и равномерная загрузка гостиниц, ресторанов, транспортных и других организаций.

По мнению экспертов Международной Ассоциации конгрессов и съездов (International Congress and Convention Association – ICCA), в России наиболее активно деловая жизнь происходит в Москве и Санкт-Петербурге. Ассоциация составляет рейтинги, исходя из количества проведенных деловых туристических мероприятий. Что касается нашей страны, то она, по мнению ICCA, занимает только 40-е место. Москва находится на 70-м месте, а Санкт-Петербург – на 81-м, организовав 34 и 32 мероприятия соответственно, обративших на себя внимание Ассоциации [36].

В России очень популярны поездки на выставки, а доля «чистого» ин센itiva практически равна нулю. Как показывает статистика (данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат)), по итогам 2019 г. число россиян, выехавших за рубеж со служебными целями, составило 1,32 млн человек. По сравнению с 2018 г. эта цифра увеличилась на 2 %. Наибольший поток иностранных туристов, въехавших в Россию с деловыми целями, обеспечивают следующие страны (в процентах от общего количества посетивших Россию их граждан): Финляндия (21 %), Китай (8 %), Германия (2 %), США (2 %), Франция (1 %), Польша (1 %), Италия (1 %).

Точно же оценить процентное соотношение деловых и неделовых поездок наших сограждан довольно непросто, поскольку командировки россиян внутри страны статистика фактически не отслеживает, а за рубеж подавляющее большинство отечественных бизнес-путешественников выезжают по обычным туристическим визам. Тем не менее, можно утверждать, что с каждым годом деловой туризм охватывает всё больше жителей России.

Интерес к развитию делового туризма возрастает на всей территории России. Это легко объяснимо тем, что деловой турист тратит средств втрое больше, чем обычный турист, а деловые визиты не подвержены сезонности. Таким образом, деловой туризм играет важнейшую роль в развитии отечественной экономики, содействует её доступу к международному инвестиционному капиталу и интеграции в мировую экономику.

Деловой туризм по своей экономической природе весьма выгоден России, однако его развитию и продвижению препятствует действие целого ряда нерешенных проблем и сложностей организационного, экономического, нормативно-правового, научно-технического, производственного и финансового характера. Такими проблемами, прежде всего, являются:

1) серьёзное отставание уровня развития нормативно-правовой базы туристской отрасли и системы государственного регулирования и поддержки делового туризма;

2) недостаточные условия для приоритетного развития въездного и социального туризма;

3) неиспользуемые возможности по возрождению традиционных (санаторно-курортный, культурно-познавательный и другие) и развитию новых (бизнес, конгресс, выставочный, инсентив, водный и другие) видов туризма;

4) относительно слабый уровень интеграции городов России в систему развития международного сотрудничества в области делового туризма;

5) значительное отставание в разработке и внедрении на туристском рынке города прогрессивных технологий туристского обслуживания и управления;

6) недостаточный уровень развития инфраструктуры делового туризма (средств размещения, питания, транспортных услуг, объектов индустрии развлечений и других);

7) недостаточный уровень рекламной деятельности по продвижению туристских продуктов города на внутренний и внешний рынки;

8) проблемы в городской системе подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;

9) невысокий уровень развития научных исследований в области развития и продвижения туристской отрасли с участием научных и учебных учреждений России [5].

Мешает активному развитию бизнес-туризма в России и отсутствие целенаправленной, узкопрофессиональной, продуманной на государственном и межведомственном уровнях системы подготовки кадров, практическое отсутствие институтов, готовящих специалистов по деловому туризму в регионах России. По-прежнему наши специализированные институты туризма предпочитают выпускать «работников широкого профиля». В западных странах уже давно поняли, что деловой туризм – это специфическая и тонкая работа с предпринимателями, профессиональный консалтинг и менеджмент. Поэтому в данной отрасли должны работать особенные специалисты-профессионалы, хорошо разбирающиеся не только в тонкостях организации деловых поездок, но и в специфике ведения бизнеса, потребностях бизнес-путешественников, множестве нюансов организации деловых мероприятий, протоколе и многом другом.

Кроме того, в России наблюдается резкое деление на центр и периферию – около 70 % общего объема деловых посещений приходится на Москву, около 20 % – на Санкт-Петербург. Не слишком высокие показатели в регионах объясняются многими причинами. Приезжающие по делу гораздо требовательнее, чем обычные туристы: им нужны отели, рестораны, залы заседаний и комнаты переговоров, транспортное обслуживание, экскурсионная программа и масса других услуг (охрана, оборудование для размножения документов, синхронного перевода и т.п.). Причем все это самого лучшего качества.

У нас же туристская инфраструктура средней полосы России практически пришла в негодность. Дальний Восток, Урал, Закавказье выживают только за счет въездного туризма, привлечённого так называемой «русской экзотикой». Стоимость транспортных услуг также не может составить конкуренцию. В сфе-

ре телекоммуникаций и связи регионы находятся далеко не в лучшем положении: при желании провести бизнес-семинар в российской глубинке, соблазнившись низкими ценами на аренду и питание, скорее всего, можно столкнуться с такими проблемами, как отсутствие подходящего зала для мероприятия, наличие компьютеров, организация интернет и мобильной связи.

Объемы международных контактов, связывающих Россию с зарубежными странами, постоянно растут, отчего приоритетом развития гостиничного бизнеса в России должно стать строительство комфортабельных, удобно расположенных конгресс-отелей (как правило, категорий 4* и выше).

Деловой туризм в России сталкивается еще с рядом других проблем, имеет множество рисков, связанных в том числе и с коррупцией на государственном уровне. В этой связи в стране назрела острая необходимость государственной поддержки отрасли. Хотя частный сектор, безусловно, является двигателем туризма, государство играет важную роль в стимулировании данной отрасли. На федеральном уровне эта поддержка должна выражаться в координации туристской деятельности, оказании финансовой поддержки, совершенствовании законодательной и налоговой системы, системы управления туризмом, продвижении страны как безопасного и «дружественного по отношению к туристу» направления. На местном уровне это должно проявляться в поддержке предпринимательских инициатив, создании благоприятного инвестиционного климата, подготовке и переподготовке кадров, создании и внедрении (совместно со всеми заинтересованными сторонами) эффективных программ развития туризма, перспективном планировании и т.д. [36].

Таким образом, деловой туризм является сегодня неотъемлемой частью бурно развивающейся туристической индустрии. Эта отрасль интенсивно развивается в мировом туристском пространстве в последние три десятилетия, причем доходы от неё имеют высокий удельный вес в структуре доходов от международного туризма; в целом ряде стран они играют заметную или даже в отдельных случаях ведущую роль в государственном бюджете.

1.2 Оценка потенциала Японии для развития делового туризма

Япония обладает богатейшим потенциалом для развития туризма в целом и делового в частности. В рамках выбранной для написания бакалаврской работы темы нас интересует медицинский сегмент делового туризма, в этом ракурсе и будет строиться данный параграф.

Для начала охарактеризуем систему здравоохранения Японии – одну из самых развитых в мире. Ориентация на профилактику и реабилитацию позволила существенно снизить расходы на здравоохранение и повысить его качество. Система здравоохранения основана на полном охвате всего населения медицинским страхованием. Действуют две основные системы: первая – национальная система страхования здоровья – охватывает в основном мелких собственников и членов их семей, инвалидов и других неработающих лиц; вторая – система страхования лиц наёмного труда – охватывает всех наемных работников и их иждивенцев и является крупнейшей в Японии.

Никаких ограничений по выбору врача и больницы страхование не предполагает. По большинству медицинских услуг предусмотрено долевое участие пациентов в рамках от 10 до 30 %. При этом установлен верхний предел платежей, составляющий 677 долл. в месяц на семью среднего достатка. Среднестатистическая японская семья оплачивает медицинские услуги в размере 2 300 долл. в год из личных средств. Для некоторых слоев населения, например, для крестьян, рыбаков и государственных служащих, существуют ограниченные по масштабу специальные программы медицинского обслуживания. Безработные остаются участниками страховых схем по прежнему месту работы, хотя взносы выплачивать не обязаны. В стране существует система дополнительного частного страхования, не пользующаяся большим спросом. На его долю приходится не более 1 % совокупных расходов на здравоохранение в стране [11].

Личные расходы населения на здравоохранение составляют около 12 % общего объема расходов на эти цели в стране. В расходной части семейного

бюджета граждан доля медицинской страховки невелика. Для семьи из четырёх человек при одном работающем она составляет около 4 %. Лишь небольшое число граждан, подпадающих под действие законов о помощи бедным, о борьбе с туберкулёзом, и лица старше 70 лет пользуются правом на бесплатную или льготную медицинскую помощь.

В настоящее время расходы на здравоохранение в Японии составляют 8,1 % ВВП. На этом фоне показатели медицинского обслуживания намного лучше, чем в США, затрачивающих на эти цели почти в два раза больше. Страна добилась этого путём запрета на прибыль страховых компаний, а также введением ограничений на оплату врачей, допускающих серьёзные дефекты в обслуживании пациентов.

Управление в сфере здравоохранения осуществляется на четырёх уровнях: правительственном, префектурном, центров здоровья и местных городских и сельских органов власти. Вся деятельность координируется Министерством здравоохранения и социального обеспечения. В структуре органов местного самоуправления имеются отделы здравоохранения, ответственные за руководство местными программами здравоохранения. Префектурам и крупным муниципалитетам вменено в обязанность создание центров здоровья из расчёта один центр на 100 тыс. жителей. Эти центры финансируются местными и национальными органами управления.

В стране насчитывается около 140 тыс. лечебных заведений, в том числе 80 тыс. поликлиник (некоторые с небольшими стационарными отделениями), 10 тыс. больниц, 850 медицинских центров, управляемых правительством префектур, 50 стоматологических клиник. Информация о численности медицинских учреждений в Японии варьирует по данным разных источников. Это объясняется тем, что в официальной статистике кабинеты частных врачей также именуются поликлиниками.

Больница в Японии обеспечивает как амбулаторное, так и стационарное обслуживание. Япония занимает первое место в мире по обеспеченности насе-

ления койками – 140 на 10 000 человек, но при этом она имеет более чем в два раза меньше коек в блоках интенсивной терапии и кардиологических отделениях, чем в США и Европе. Подавляющее большинство больниц и клиник в Японии находится в частных руках, однако из-за того, что все тарифы на оплату их услуг устанавливаются властями, для пациентов никакой разницы между частной и государственной медициной не существует. Поскольку правительство навязывает больницам единообразные схемы компенсации за услуги, ценовой конкуренции в стране нет. Вместо этого больницы пытаются привлечь пациентов, закупая самое современное оборудование.

Японская медицина в значительной мере опирается на современные технологии. Прикладные и фундаментальные научные исследования проводятся в 137 институтах, ряд из них пользуется мировой известностью. По доступности современных технологий, таких как магнитно-резонансные и компьютерные томографы или цистоскопы Япония не уступает США. Основа передовой профессиональной медицины – качественная подготовка японских врачей, новейшие препараты последнего поколения и высокие технологии во всех сферах медицинской помощи, многие из которых были разработаны и производятся в Японии. Например, в стране действуют 19 установок «Кибер-нож», которые имеются далеко не во всех странах [14]

Японская медицина сотрудничает с лучшими мировыми специалистами с целью обучения медицинского персонала и внедрения новейших международных медицинских технологий. Также в Японии есть множество компаний, которые разрабатывают медицинское оборудование:

1) Компания «Toshiba» с момента своего создания в 1875 г. работает на улучшение качества жизни всех людей, в том числе пациентов, врачей и администраторов. В 1932 г., чтобы помочь врачам бороться со вспышкой туберкулеза в Японии, ею разработан один из первых в мире рентгеновских аппаратов. Сегодня технология визуализации «Toshiba», её комплексные диагностические решения продолжают спасать жизни и улучшать здоровье людей.

2) Компания «Panasonic» основана в 1918 г. Она поставляет на рынок устройства, используемые в домашнем медицинском оборудовании, мониторы и устройства, встраиваемые в оборудование для операционных комнат и комнат для обследований, а также датчики, применяемые при оказании медицинской помощи.

3) Компания «Olympus» основана в 1919 г. В 1920 г. её специалистами был создан внутренний микроскоп «Asahi», три десятилетия спустя разработана первая в мире гастрокamera. Достижения компании в оптико-цифровых технологиях по сей день активно используются в медицинской сфере: в области ранней диагностики (в особенности желудочно-кишечные эндоскопы) и минимально инвазивной терапии с акцентом на хирургических устройствах.

4) Компания «Takara Belmont» основана в 1921 г. для производства высокотехнологичного медицинского и стоматологического оборудования. Выпускаемая ею техника позволяет осуществлять лечебные манипуляции точно и максимально комфортно как для пациента, так и для медицинского персонала.

5) Компания «Fujifilm» выпустила свой первый плёночный рентгенографический продукт в 1936 г., а в 1983 г. представила первые цифровые рентгеновские изображения и систему диагностики. В настоящее время продукты «Fuji Computed Radiography» (FCR) являются одними из ведущих систем на мировом рынке. Медицинские системы «Fujifilm» предлагают широкий диапазон решений: от цифровой диагностики X-ray до радиофармацевтических средств. Используя передовые технологии получения диагностических изображений, «Fujifilm» расширяет свою деятельность в области профилактического здравоохранения и лечения.

6) Компания «Takano HeartWorks» начала свою деятельность в 1941 г. В настоящее время для медицинской сферы она выпускает: инвалидные коляски, кресла с функцией оказания помощи медперсоналу, подушки для инвалидных колясок, ходунки и носилки.

7) Компания «Taiho» на рынке с 1962 г. Главными направлениями её деятельности являются разработка, выпуск и установка систем хранения в медицинских учреждениях: в 1965 г. началось производство стальных шкафов, в 1989 г. – системы T&B. Продукция компании не только удобна и компактна, она снижает риск возникновения плесени или заражения медицинского оборудования.

8) Компания «Mediate Co., Ltd» создана в 1988 г. Она разработала первый в мире стерилизационный аппарат с детоксикацией и разложением стерилизующего газа «ЕСOPAL», а также устройства для отделений акушерства и гинекологии.

9) Компания «Med X Change, Inc.» была основана в 1995 г. Она является ведущим производителем медицинской системы документации и видеозаписи высокого разрешения для хирургических условий, которая повысила эффективность работы современной операционной комнаты [39].

В Японии проводится значительное количество выставок и конференций медицинского профиля. Так, в 2020 г. планируется проведение следующих конференций:

1) 5th International Conference on Pharmacy and Pharmaceutical Science (ICPPS 2020). Начало 25 марта 2020 г. в г. Токио;

2) 10th International Conference on Biomedical Engineering and Technology (ICBET 2020). Начало 25 марта 2020 г. в г. Токио;

3) 5th International Heart Conference. Начало 24 апреля 2020 г. в г. Токио;

4) 3rd International Conference on Healthcare Service Management (ICHSM 2020). Начало 15 мая 2020 г. в г. Камакура;

5) 4th International Conference on Medical and Health Informatics (ICMHI 2020). Начало 15 мая 2020 г. в г. Камакура;

6) World Congress on Psychiatry and Psychology. Начало 25 мая 2020 г. в г. Киото;

7) Pro-Aging & LOHAS: Geriatric Society. Начало 5 августа 2020 г. на о. Хоккайдо.

Теперь перечислим выставки, проведение которых ожидается в 2020 г.:

1) «Care Show 2020» – выставка индустрии здравоохранения – проводится 28-29 января в Токио. Экспонируемые продукты предназначены для профилактической медицины и дополнительной, альтернативной терапии; питания пожилых людей, поддержки их жизни и ухода за ними. Также будут представлены услуги нестандартного страхования (общественные страховые услуги по долгосрочному уходу только в Японии). Организатор: «UBM Japan Ltd».

2) «CareTEX 2020» – выставка индустрии ухода за больными – проводится с 12 по 14 февраля в Токио. Экспонируемые продукты: оборудование для ухода за больными и оборудование для домов престарелых. Организатор: «Boutiques, Inc».

3) «HealthcareJAPAN 2020» – выставка средств и услуг по продлению жизни – проводится с 12 по 14 февраля в Токио. Экспонируемые продукты: спортивное и реабилитационное оборудование; медицинское оборудование; терапевтический инструментальный; измерительное / инспекционное оборудование; здоровая пища и добавки; продукты для тренировки мозга, профилактики деменции и психиатрической помощи; продукты для терапии, включая анти-возрастную. Организатор: «Boutiques, Inc».

4) «Elderly Care & Nursing Expo Osaka 2020» – международная выставка медицинского ухода и ухода за пожилыми – проводится с 26 по 28 февраля в Осаке. Экспонируемые продукты: униформа для медперсонала; медицинские принадлежности для ухода за больными; медицинские принадлежности для санитарии; слуховые аппараты; оборудование для поддержки связи (системы аварийной сигнализации и системы для инвалидов). Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

5) «Hospital BPO Services Expo Osaka 2020» – международная выставка медицинских инноваций – проводится с 26 по 28 февраля в Осаке. Экспони-

руемые продукты: информационные технологии для здравоохранения и больничных учреждений; медицинские принадлежности и оборудование; вспомогательные продукты и материалы; дистанционное медицинское обслуживание и телемедицина; диагностическая визуализация; лабораторная диагностика, патологическое тестирование, исследование тканей, гематологическое исследование и тестирование генома. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

6) «Interphex Osaka 2020» – международная фармацевтическая выставка – проводится с 26 по 28 февраля в Осаке. Экспонируемые продукты: технологическое оборудование и расходные материалы; упаковочное оборудование и материалы; лабораторное оборудование и расходные материалы; научные исследования и разработка продуктов и услуг; контроль загрязнения; процесс автоматизации и контроля; информационные технологии в области фармацевтики; аутсорсинг и договор обслуживания; технологии доставки лекарств; биотехнологии. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

7) «Medical IT Expo Osaka 2020» – выставка медицинских ИТ-решений – проводится с 26 по 28 февраля в Осаке. Экспонируемые продукты: ИТ-решения и услуги для больниц, клиник и медицинских учреждений; электронные карты; системы регионального сотрудничества, управления резервами, учёта, управления логистикой, управления посещаемостью, проверки здоровья; цифровые весы; сенсоры наблюдения, носимые устройства и устройства безопасности. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

8) «Medix Osaka 2020» – международная выставка производства медицинского оборудования – проводится с 26 по 28 февраля в Осаке. Экспонируемые продукты: промышленные решения для медицинского оборудования; ИТ-решения и робототехника; медицинская электронная аппаратура; высокотехнологичное оборудование; изделия из пластика. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

9) «Regenerative Medicine Expo Osaka 2020» – международная выставка и конференция регенеративной медицины – проводится с 26 по 28 февраля в Оса-

ке. Экспонируемые продукты: продукты и услуги для развития регенеративной медицины; реагенты; инкубаторы; сопутствующие продукты для клеточных исследований. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

10) «CPhI Japan 2020» – фармацевтическая выставка – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: алкалоиды; аминокислоты; антитела; антибиотики; цитокины; ферменты; гормоны и синтетические вещества; пептиды; фосфолипиды; простагландины; вакцины; биокатализаторы; хиральные интермедиаты; тонкие химикаты; промежуточные соединения; среды для тканевых культур; вспомогательные вещества и лекарственные препараты; антимикробные консерванты; антиоксиданты; капсулы / капсулирующие агенты; покрывающие агенты; красители и дисперсии; системы доставки лекарств; эмульгирующие / солюбилизующие агенты; ароматизаторы и отдушки; разработка рецептур; глиданты; микроин-капсулирование; мазевые основы; основы суппозиториев; суспендирующие / повышающие вязкость агенты; связующие вещества, разрыхлители, наполнители и смазки для таблеток; технологии и услуги для разработки лекарств на основе биотехнологий. Организатор: «The Chemical Daily Co Ltd».

11) «ElectroMed Japan 2020» – выставка медицинского электронного оборудования – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: полупроводниковые / IC датчики; лазерные технологии; блоки питания; аккумуляторные батареи; мониторы / обработка изображений; сетевое оборудование; ультразвуковые технологии; услуги по контрактному производству электронного оборудования; различные электронные компоненты. Организатор: «UBM Japan Co».

12) «ICSE Japan 2020» – выставка аутсорсинга в фармацевтике – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: контрактные исследования; биотропы; фармакология; фотобиология; доклинические исследования; токсикология; фаза клинических испытаний и стационарные клинические исследования; мониторинг безопасности пациентов; фармакодинамика; фармакоэкономика; фармакогенетика; фармакокинетика; статистический анализ;

фармакология; фотобиологическое тестирование; доклинические, токсикологические и аналитические услуги; химический синтез; изготовление на заказ; разработка рецептур; иммунохимия; маркетинговые услуги, логистика и дистрибуция; управление персоналом; синтетическая органическая химия; контрактное производство; купажирование; лиофилизация; медицинские приборы, уборочное оборудование; гигиенические испытания; производственное оборудование; биотехнология. Организатор: «UBM Japan Co».

13) «Medtec Japan 2020» – выставка и конференция по производству медицинского оборудования – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: клеи; материалы и услуги для чистых помещений; контрактное производство, контрактная упаковка и НИОКР по контракту; проектирование и инжиниринг; услуги по разработке и выбору площадки; интересы в области экспортной деятельности; фильтры и фильтрующие материалы; изделия для внутривенного вливания; комплекты и материалы; изделия для IVD; штрихкодирование и герметизация; производственное оборудование и материалы; упаковочные материалы; материалы и услуги для стерилизации; продукты и услуги для обработки поверхности; материалы и услуги для испытаний и инспекций. Организатор: «UBM Japan Co».

14) «P-MEC Japan 2020» – международная выставка технологий и оборудования для фармацевтической промышленности – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: оборудование для производства фармацевтической продукции; упаковочная техника и материалы; аналитические приборы; лабораторное оборудование; автоматизированные системы производства; электрохимический, фотометрический и термический анализ; контрольно-измерительные приборы. Организатор: «UBM Japan Co Ltd».

15) «Smart Health Japan 2020» – выставка медицинских информационно-коммуникационных технологий – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: телекоммуникационные компании; производители коммуникационного оборудования; исследования и разработки телекоммуникаци-

онного оборудования и периферийного оборудования; консалтинговые услуги для поставщиков услуг связи; электронные компоненты; закупка OEM-продуктов; аппаратное обеспечение интерфейса беспроводной ОС. Организатор: «UBM Japan Co».

16) «TestKit Japan 2020» – выставка готовых медицинских тестов – проводится с 16 по 18 марта в Токио. Экспонируемые продукты: набор теста анализа крови; наборы для тестирования на грипп и аллергию; наборы для тестирования на венерические, онкологические и генетические заболевания; технологический материал. Организатор: «UBM Japan Co».

17) «Post-Acute Medicine Fair 2020» – выставка медицинских услуг для пожилых – проводится с 16 по 18 апреля в Осаке. Экспонируемые продукты: медицинское оборудование и материалы; реабилитация, физиотерапия и респираторная терапия; продукты для мобильности; уход за ранами; борьба с болезнями; диагностика на дому; внутривенная терапия; физическая / профессиональная терапия; компьютерное программное обеспечение и аппаратные средства; медицинские технологии. Организатор: «TVO Expro Ltd».

18) «Nursing Next 2020» – международная выставка оборудования для медицинского ухода – проводится с 16 по 18 апреля в Осаке. Экспонируемые продукты: системы помощи в работе; средства для профилактики инфекций; предметы для ухода за больными с пролежнями; средства для ухода за полостью рта; кровати и матрасы. Организатор: «TVO Expro Ltd».

19) «Home Medical Care 2020» – международная выставка оборудования для медицинского ухода и реабилитации – проводится с 16 по 18 апреля в Осаке. Экспонируемые продукты: медицинское оборудование и материалы; реабилитация, физиотерапия и респираторная терапия; уход за ранами; физическая и трудотерапия; продукты для мобильных устройств, компьютерное программное обеспечение и оборудование. Организатор: «TVO Expro Ltd».

20) «Interphex Japan 2020» – международная фармацевтическая выставка – проводится с 25 по 27 ноября в Тибе. Экспонируемые продукты: технологиче-

ское оборудование и расходные материалы; упаковочное оборудование и материалы; лабораторное оборудование и расходные материалы; научные исследования и разработка продуктов и услуг; контроль загрязнения; поставки и услуги; процесс автоматизации и контроля, информационные технологии; аутсорсинг и договор обслуживания; технологии доставки лекарств; биотехнологии. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

21) «Interphex Japan Tokyo 2020» – международная фармацевтическая выставка – проводится с 25 по 27 ноября в Токио. Экспонируемые продукты: технологическое оборудование и расходные материалы; упаковочное оборудование и материалы; лабораторное оборудование и расходные материалы; научные исследования и разработка продуктов и услуг; контроль загрязнения; поставки и услуги; процесс автоматизации и контроля, информационные технологии; аутсорсинг и договор обслуживания; технологии доставки лекарств; биотехнологии. Организатор: «Reed Exhibitions Japan Ltd».

Таким образом, в текущем году в Японии проводится значительное количество мероприятий, посещение которых представляет интерес для специалистов медицинского профиля, в рамках которых можно будет получить новые знания, познакомиться с новой техникой и технологией, обзавестись новыми полезными связями, найти партнёров по бизнесу. В целом различные международные конференции проходят в 53 японских городах. Правительство страны отобрало 12 из них (в том числе Токио, Саппоро, Сендай, Йокогаму, Тибу и Хиросиму) и сформировало программы, призванные укрепить и продвинуть их в качестве глобальных MICE-направлений. Все эти города включены в рейтинг 100 городов Международной ассоциации конгрессов и конференций (ИССА) Азиатско-Тихоокеанского региона [40].

На должном уровне находятся и остальные составляющие туристического потенциала страны, в частности средства размещения. Большая часть отелей готова к приёму групп деловых туристов, в Японии достаточно бизнес-отелей, обладающих всеми необходимыми конференц-возможностями, пре-

доставляющими услуги высокого уровня и качественный сервис. Гостиничная база страны постоянно обновляется и расширяется. Например, сеть «Marriott Hotels», имеющая в Японии 40 отелей, до конца 2020 г. откроет ещё 14 [40]. Наиболее вместительными залами (на 1-3 тыс. человек) располагают такие отели, как: «Yokohama Bay Sheraton Hotel&Towers» 5*, «Sheraton Miyako Hotel Osaka» 4*, «Nagoya Marriott Associa» 5*. Немаловажно и то, что практически все японские отели расположены в черте городов, что позволяет органично сочетать деловую и экскурсионную программы. В рамках деловых поездок предусмотрены разнообразные инсентив-программы с местным колоритом: традиционные фестивали, курсы приготовления суши, мастер-классы игры на барабанах и т.п. [40].

В Японии выделяют два основных города для туризма – Токио и Киото; первый из них, как было сказано выше, продвигается правительством страны в качестве глобального MICE-направления. В обоих городах значительное количество архитектурных памятников, музеев разнообразной тематики и развлекательных комплексов. В Токио туристы могут посетить буддистские храмы, святилища, отражающий всю красоту культуры Японии императорский дворец, музеи искусства и быта японцев. В Киото также много религиозных объектов и музеев, а кроме того, садов с красивой растительностью.

Японская сторона предлагает деловым туристам провести мероприятия в рамках их поездки в таких уникальных местах, как гостевая правительственная резиденция – Дворец Гэйхинкан в Токио (в качестве деловой площадки он используется с ноября 2016 г.); лыжный трамплин Окураяма со смотровой площадкой, построенные в 1972 г. для зимних Олимпийских игр в Саппоро; бывшая резиденция клана Датэ Shokeikaku в Сэндае; токийский сад Хаппо-эн с площадками для проведения различных торжеств; старинная электрическая железная дорога Takamatsu-Kotohira в городе Такамацу; естественная сталактитовая пещера Cafe Valley of Gangala на Окинаве.

Японская национальная туристическая организация (JNTO) в последние годы активно продвигает MICE-возможности своей страны на российском рынке. В частности в апреле 2019 г. в Москве состоялась презентация российским офисом JNTO делового туризма и MICE в Стране восходящего солнца. Эта задача облегчается тем, что в октябре 2018 г. правила получения визы в Японию значительно упростились, в связи с чем поток российских туристов увеличился почти в полтора раза. Сегмент MICE, по словам главы московского офиса JNTO Айри Мотокура, продолжает стабильно развиваться. Крупные корпоративные клиенты из России всё чаще организуют выездные мероприятия, конференции и семинары в азиатских государствах, включая Японию.

Помимо всего перечисленного, выбору Японии как дестинации для MICE способствует наличие прямого авиасообщения между нашими странами. Рейсы авиакомпании «Japan Airlines» осуществляются из Москвы и Санкт-Петербурга в Токио, можно воспользоваться и рейсами по код-шерингу с авиакомпанией «S7» ещё из 17 других российских городов с пересадкой в Москве. Рейсы по маршруту Москва–Токио с 1 апреля выполняются ежедневно, билеты на них можно забронировать за 360 дней до вылета [6].

Таким образом, можно утверждать, что Япония занимает особое место среди других направлений делового туризма в Азии. Её отличают уникальный уклад жизни и органичное сочетание традиций и новейших технологий; страна является признанным лидером в сфере научных исследований и технологических прорывов; кроме того, ей присущ высочайший уровень гостеприимства и сервиса. Страна обладает всеми составляющими успешного проведения деловых мероприятий и разнообразными возможностями экскурсионного наполнения поездок с деловыми целями. Кроме того, принимающая сторона рассматривает Россию как перспективный рынок, заинтересована в расширении турпотока из нашей страны и прилагает для этого серьёзные усилия.

1.3 Анализ спроса и предложения туров для специалистов медицинского профиля в Японию

Поскольку целью бакалаврской работы является разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию, нами были проанализированы спрос на данный тур со стороны сотрудников медицинских учреждений г. Пенза и имеющееся на российском туристическом рынке предложение аналогичных турпродуктов.

Опрос специалистов медицинского профиля проводился в форме анкетирования в период с 6 по 8 ноября 2019 г. (форма анкеты представлена в приложении А). В нём приняли участие 20 респондентов (врач гинеколог, врач кардиолог, врач невролог, врач офтальмолог, врач травматолог-ортопед, врач рентгенолог, хирург, управленческий персонал), площадками для анкетирования выступали ГБУЗ Пензенская областная клиническая больница имени Н. Н. Бурденко и Консультативно-диагностический центр «Клиника-Сити».

Большинство принявших участие в опросе имеют значительный стаж работы в медицине – 10 и более лет (50 %), ещё у 20 % он колеблется от 5 до 10 лет, одинаковый процент респондентов (15 %) ответили, что заняты в медицинской сфере 1 год и 2-5 лет (см. рисунок 1).

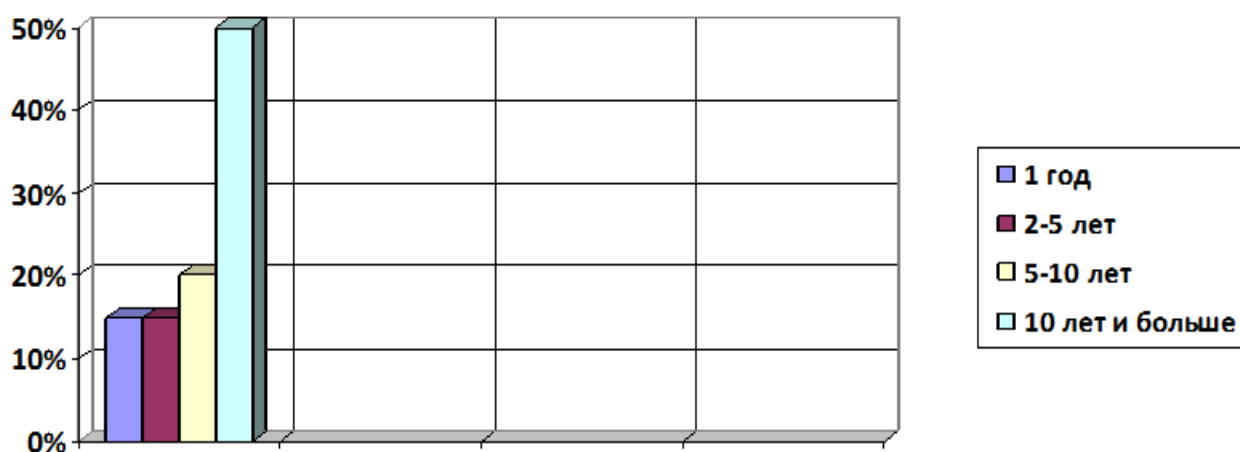


Рисунок 1 – Стаж работы респондентов в медицинской сфере

Опрос показал, что интерес к деловому туризму с участием в его рамках в профильных конференциях и выставках у респондентов есть. Значительная их часть имеет подобный опыт. Как выяснилось (что представлено на рисунке 2), чуть менее половины (45 %) респондентов принимали участие в российских научных конференциях медицинского профиля, остальные 45 % ответили, что не были участниками подобных мероприятий.

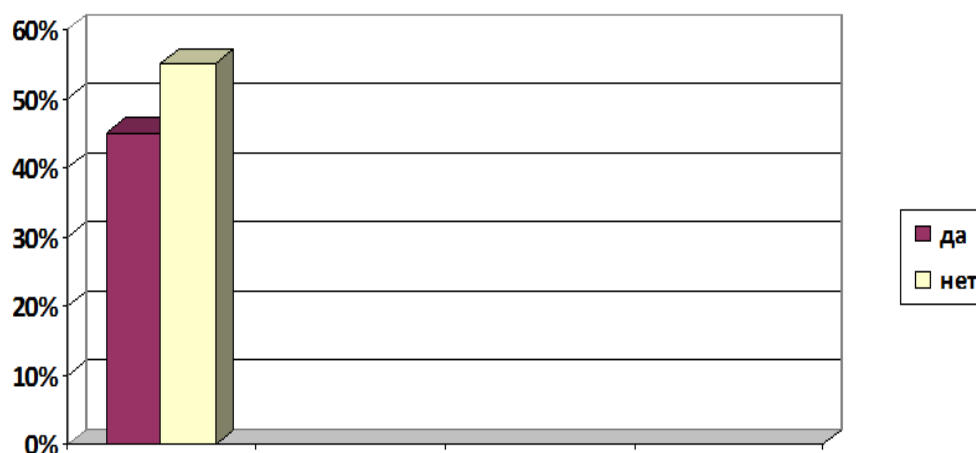


Рисунок 2 – Участие респондентов в российских научных конференциях медицинского профиля

Ситуация с участием опрошенных в российских медицинских выставках оказалось довольно близкой: 60 % на подобных выставках никогда не были, а 40 % ответили, что их посещали (см. рисунок 3).

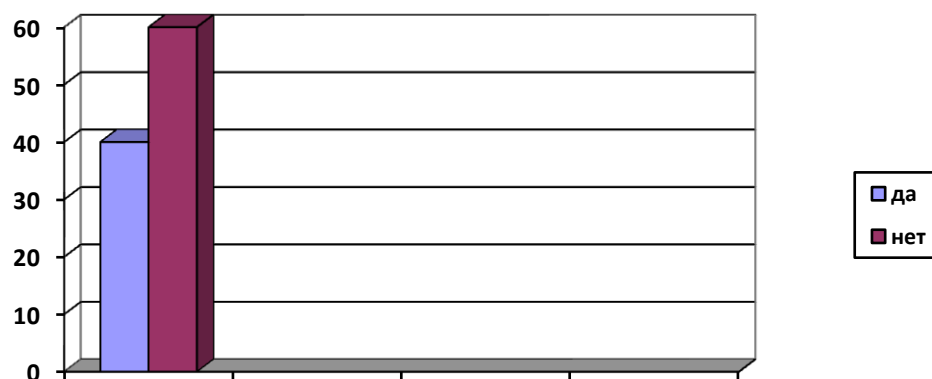


Рисунок 3 – Посещение респондентами российских медицинских выставок

Как показано на рисунке 4, опыт зарубежных поездок с деловыми целями у значительной части респондентов также имеется: положительный ответ на этот вопрос дали 40 % из них, соответственно, оставшиеся 60 % таких поездок не совершали.

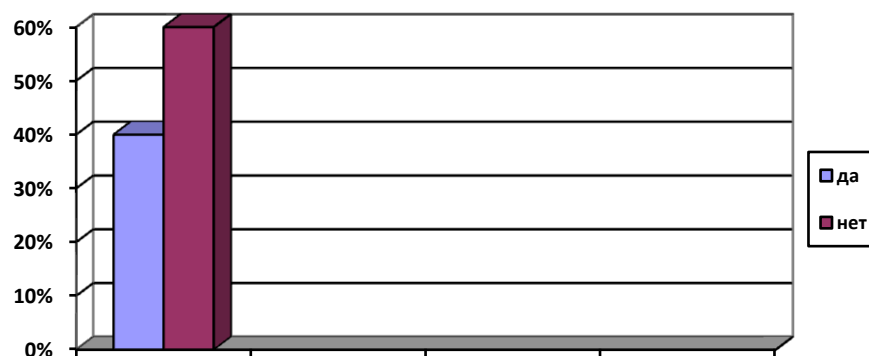


Рисунок 4 – Посещение респондентами зарубежных государств с деловым целями

Что касается целей зарубежных деловых поездок, то 20 % опрошенных предпринимали их в том числе для участия в конференциях в других странах. Ещё 80 %, даже если были с деловыми целями за границей, такого опыта не имеют (см. рисунок 5).

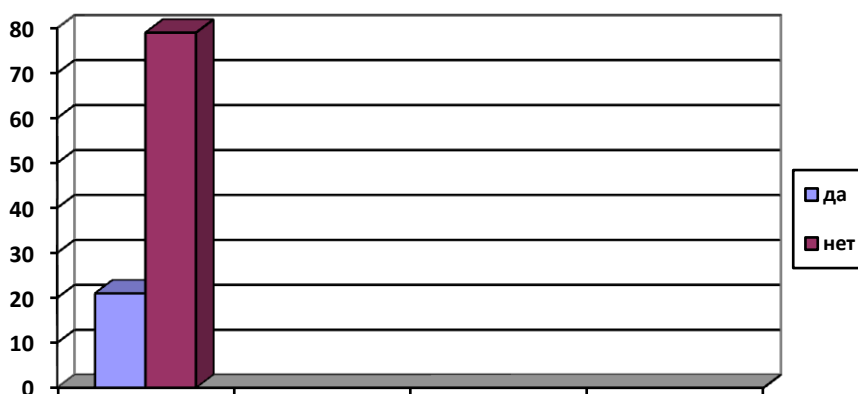


Рисунок 5 – Участие респондентов в зарубежных медицинских конференциях

Кроме того, целью части выезжавших за рубеж с деловыми целями респондентов являлось посещение медицинских выставок. Об этом в ходе опроса заявили 15 % из них (что отражено на рисунке 6), подавляющее же большинство принявших участие в опросе медицинских работников (85 %) зарубежных профильных выставок не посещали.

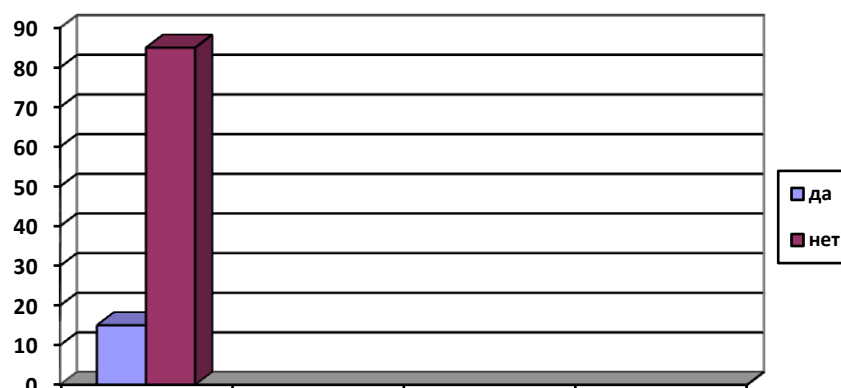


Рисунок 6 – Посещение респондентами зарубежных медицинских выставок

Значительный интерес у респондентов в качестве дестинации делового туризма вызвала Япония. Как показано на рисунке 7, желание посетить её с деловыми целями выразили 80 % опрошенных, и лишь 20 % не проявили в этом заинтересованности.

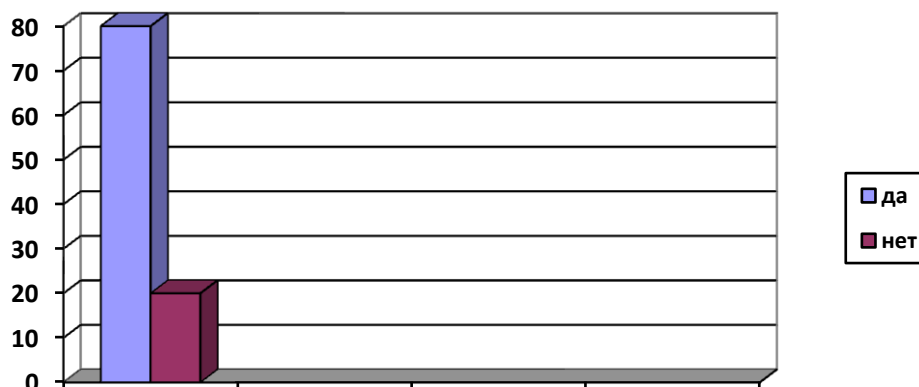


Рисунок 7 – Заинтересованность респондентов в посещении Японии
с деловыми целями

В рамках подобной поездки четверть опрошенных хотели бы посетить инновационную выставку медицинского оборудования и услуг, а 75 % респондентов не изъявили такого желания (см. рисунок 8).

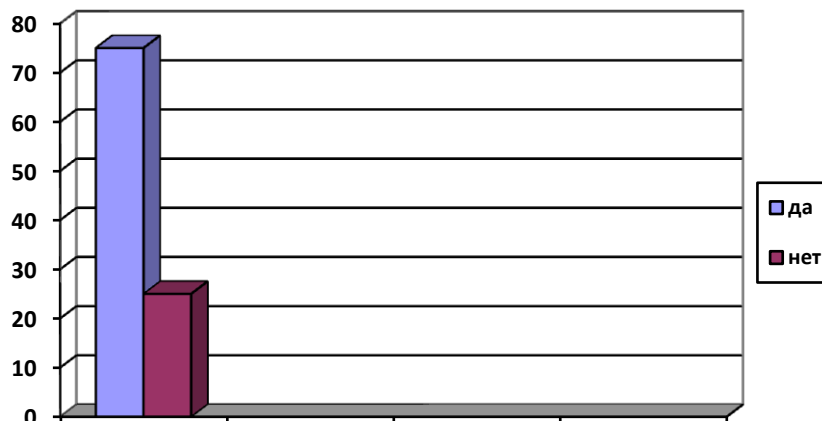


Рисунок 8 – Заинтересованность респондентов в посещении инновационной выставки медицинского оборудования и услуг

Что касается финансовой стороны вопроса, то, как показано на рисунке 9, 35 % респондентов не готовы вкладывать свои средства в деловую поездку в Японию. Остальные 65 % считают приемлемым для себя вариант с 50 %-ной оплатой стоимости делового тура организацией, в которой они работают.

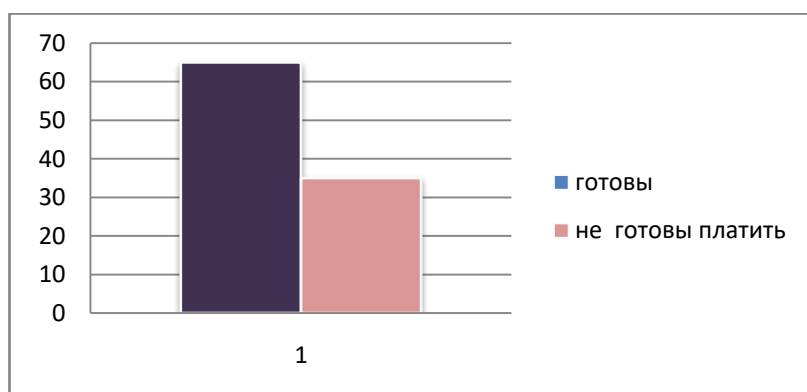


Рисунок 9 – Готовность респондентов оплатить половину стоимости деловой поездки в Японию

На рисунке 10 показаны суммы, которые готовы заплатить за деловую поездку в Японию респонденты. 45 % из них могут выделить из своего бюджета для этих целей от 20 000 до 30 000 руб., 15 % – от 30 000 до 40 000 руб., ещё 5 % – от 40 000 до 50 000 руб., а 35 %, как уже было сказано ранее, не готовы оплачивать тур.

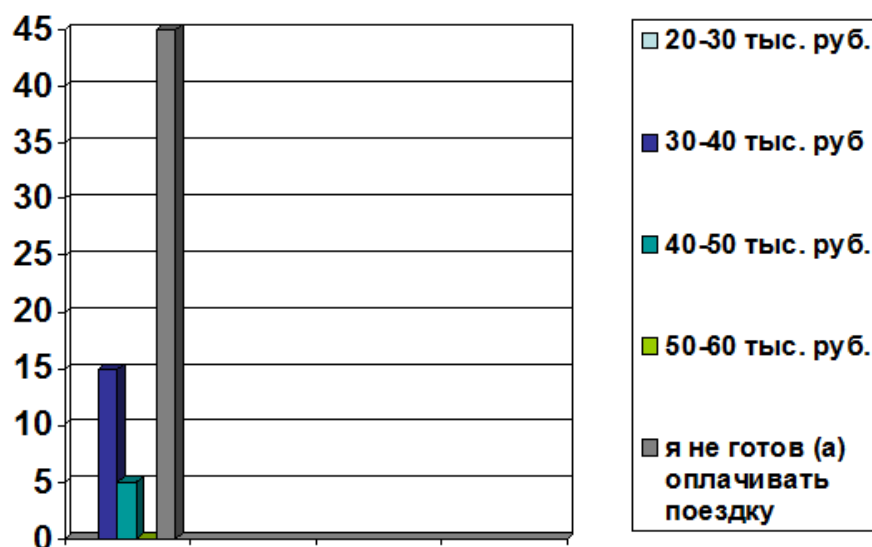


Рисунок 10 – Приемлемые для респондентов вложения в оплату деловой поездки в Японию

Таким образом, большинство среди принявших участие в опросе составили специалисты со значительным (более 10 лет) стажем работы в медицинской сфере. Часть из них имеет опыт делового туризма, как внутреннего, так и зарубежного, включая участие в профильных научных конференциях и выставках. Опрос показал наличие у части респондентов заинтересованности в поездке в Японию с деловыми целями и посещении в её рамках инновационной выставки медицинского оборудования и услуг. Только около трети опрошенных оказались не готовы, хотя бы в половинном объёме, оплатить такую поездку.

Далее рассмотрим имеющееся на российском туристическом рынке предложение туров для специалистов медицинского профиля в Японию.

В настоящее время существует несколько групп туроператоров, работающих по японскому направлению.

Первая группа – массовые туроператоры, к которым можно отнести следующие компании:

1) «Ambotis Holidays» («Амботис Турс») – туроператор, работающий на российском рынке с 1996 г. Компания «Ambotis Holidays» является частью греческого холдинга «Ambotis Group». Почти 20 лет туроператор работал только с одним направлением – Грецией. Однако сейчас в его ассортименте есть и туры в Японию: гастрономический тур по Японии, Золотое кольцо Японии, большое путешествие по Японии, Новый Год в Японии, Осенний Токио [19].

2) «Amigo Tours» («Амиго-Турс») – туроператор по странам Европы, работающий на российском туристическом рынке с 1995 г. На данный момент специализируется не только на организации путешествий в европейские страны, но также реализует экскурсионные туры по России и Японии [20].

3) «CHINA TRAVEL» («Чайна Трэвел») – туроператор по Китаю и Юго-Восточной Азии с 2000 г. Данный туроператор предлагает экскурсионные туры и тур на Новый Год в Японию [21].

4) «De Visu» («Де Визу») – туроператор, предоставляющий своим клиентам широкий спектр туристических услуг с 1992 г. Предлагает тур с выбором перелета и экскурсионные туры по Японии [22].

5) «ITM Group» («Ай Ти эМ групп») – туроператорская компания, образованная в 2003 г. и ставшая к настоящему моменту одним из ведущих участников российского туристического бизнеса на направлении Юго-Восточной Азии. Данный туроператор предлагает туры в Японию на цветение сакуры, любование кленами и путешествие по Золотому кольцу Японии [23].

6) «Spectrum» («Спектрум») – туроператор, работающий на российском рынке с 1991 г. Основная цель работы компании – гарантировать клиентам высокий уровень обслуживания по всем элементам, входящим в турпродукт, начиная с посадки в самолет в Москве и до выхода из аэропорта по возвращении. «Спектрум» предлагает своим клиентам экскурсионные туры в Японию [24].

7) «TUI» («ТУИ») – туроператор, являющийся частью крупнейшего международного туристического холдинга «TUI Group», с более чем 40-летним опытом работы. Туроператор «ТУИ Россия» основан в 2009 г. Это одна из ведущих туристических компаний России, включающая туроператора и сеть турагентств. Предлагает туры в Киото и Токио [25].

8) «ART TOUR» («Арт-Тур») – туроператор, с 1992 г. успешно работающий на российском рынке туризма и предлагает апробированные туры с проживанием в лучших отелях. Занимается групповыми турами в Японию и Детскими каникулами «Tokyo Disneyland» [26].

9) «Бон Тур» – компания, более 20 лет стабильно работающая на туристическом рынке Санкт-Петербурга и Москвы. Главная цель «Бон Тура» – познакомить туристов с историей, архитектурой и неповторимой красотой европейских стран. Однако в ассортименте компании есть и туры в Азию: осенние каникулы в Японии, Окинава плюс две столицы [27].

10) «Дельфин» – туроператорская компания, более 24 лет помогающая туристам организовать отдых и путешествия по России, и ближнему зарубежью. Занимается и более удалёнными направлениями, в частности предлагает туры «Классическая Япония», туры по нескольким городам Японии с авиаперелетом, «Цветущая Япония» [28].

11) «JetTravel» («Джет Тревел») – международный туроператор с опытом работы с 1996 г., за время работы занял лидирующие позиции на горнолыжном направлении. В том числе реализует туры на горнолыжные курорты Японии [29].

12) «Quinta Tour» («Квинта Тур») – туроператор, организующий экскурсионные, групповые и индивидуальные туры по всему миру. Предлагает своим клиентам туры «Цветение Сакуры» и «Майские праздники в Японии», а также горнолыжные туры [30].

13) «UNEX» («ЮНЭКС») – туроператор, предлагающий интересный и качественный турпродукт не только в сегменте групповых туров, но и в сегмен-

тах Premium и VIP на регулярных рейсах различных авиакомпаний. Имеет в своём ассортименте групповые туры в Японию [31].

Вторая группа – туроператоры, которые специализируются на организации туров в Японию:

1) «JTB» – ведущий туроператор по Японии. Сотрудничает как с частными лицами, так и с турагентствами. У компании 100 % японский капитал и три офиса в Японии (Токио, Нагоя и Осака). С 1992 г. занимается организацией туров в Японию в составе компании «Tumlare». С 2008 г. после слияния с международным холдингом «JTB» продолжает успешно работать, используя новые возможности крупнейшей международной корпорации. Осуществляет доставку проездных билетов во все города мира. Туроператор «JTB» предлагает индивидуальные туры по Японии, а также занимается продажей экскурсий в Токио, Киото и Осаке [32].

2) «Japan Travel Concierge» – компания, специализирующаяся только на японском направлении. Все её специалисты владеют японским языком, живут или ранее проживали в Японии и хорошо знают её скрытые места, климатические и культурные особенности. Туроператор «Japan Travel Concierge» предлагает такие туры по Японии, как: групповые туры; индивидуальные туры; VIP туры; бизнес туры/ MICE; транзитные туры; туры для школьников; свадебные туры; туры с посещением выставок в Японии; оздоровительные туры; гурмэ-туры; спортивные туры; пляжный отдых в Японии и рекламные туры [33].

3) «Japan Travel» – компания, с 2000 г. активно развивающая японское направление. Её сотрудники проехали по многим городам Японии, посетили множество праздников в различных уголках страны, поднимались на Фудзисан, делали треккинг к реликтовым кедром на острове Якусима, рафтинг на реке Кингува, прошли на каяках по мангровым лесам острова Ириомоте, тщательно проинспектировали более 200 отелей, посещали учебные заведения, общепит, больницы, участвовали в мероприятиях сакральной значимости и, наконец, в 2011 г. завершили один из самых значимых и сложных паломниче-

ских пешеходных маршрутов на острове Сикоку по 88 буддийским храмам протяженностью 1 200 км. Туроператор «Japan Travel» занимается индивидуальными и групповыми турами по Японии, в которые входят: классические туры, времена года (лето), времена года (весна), времена года (осень), Япония и пляжный отдых, горные лыжи, транзитные программы, обучение в Японии, спортивные туры, специальные программы.

4) «Fuji Travel» – туроператор, предлагающий разработку нестандартных туров и маршрутов по всей Японии: Хоккайдо, Хонсю, Сококу, Кюсю и острова Окинавы, а также оформление срочной визы в Японию, бронирование отелей и рёканов Японии, продажа проездного JR Pass. «Fuji Travel» продает такие туры в Японию, как: авторские путешествия; индивидуальные путешествия (с гидом, VIP, самостоятельно, семейный отдых); групповые путешествия (большие группы, мини-группы; активный отдых/ спорт (пешком по Японии, Formula-1 и MotoGP, боевые искусства, дайвинг и снорклинг); сезонные туры (зима, весна и сакура, осень и клёны); MICE (выставки, инсентив и тимбилдинг); для души и тела (горячие источники, духовные путешествия, пляжный отдых); несколько стран (Япония плюс Южная Корея); праздники (свадебная церемония) [34].

Кроме того, на российском рынке представлены несколько туроператорских компаний, которые занимаются разработками MICE-туров:

1) «World Window» – компания, занимающаяся разработками круизов, медицинским туризмом в Южной Корее, бьюти-турами, корпоративными турами, бизнес-поездками, MICE-турами, индивидуальными VIP-турами, эксклюзивными турами, свадебными турами. Данный туроператор делает MICE-туры под заказ.

2) «Business Tour» – компания, имеющая большой опыт в организации MICE-туризма. У данного туроператора можно заказать подобные туры или запросить новую программу с учетом пожелания потребителя.

3) «Business Travel International» – компания, предлагающая рынку программы туров деловых мероприятий и бизнес-семинаров, программы инсентив-

мероприятий, программы тимбилдингов и командообразующих мероприятий, новогодние корпоративные мероприятия и поездки, корпоративы, юбилеи компаний и корпоративные мероприятия [37].

Таким образом, проведённый нами анализ предложения туров в Японию позволяет сделать вывод, что на данный момент на российском туристическом рынке туры, предусматривающие ознакомление специалистов медицинского профиля с новейшими разработками в области оказания медицинских услуг, отсутствуют. Подобный турпродукт может быть разработан специализирующимися на японском направлении компаниями по запросу для конкретной группы деловых туристов.

2 Разработка программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию

2.1 Программа тура для специалистов медицинского профиля

Вопросы медицины и здравоохранения сегодня являются одними из наиболее значимых во всем мире. Для достижения наилучших результатов необходимо развивать всю систему здравоохранения, включая лекарственные препараты, внедрение современного медицинского оборудования, а также постоянное повышение квалификации медицинских сотрудников.

Главными причинами разработки программы тура для специалистов медицинского профиля в Японию являются следующие обстоятельства:

1) По официальным данным Всемирной Организации Здравоохранения по качеству медицинских услуг Япония занимает одно из первых мест в мире. Высокая эффективность здравоохранения Японии подтверждается и самыми высокими показателями в мире по средней продолжительности жизни.

2) В Японии огромное внимание уделяется постоянному совершенствованию медицины. Современное оборудование позволяет японским специалистам проводить диагностику организма и исследования даже тех заболеваний, которые трудно поддаются идентификации, установлению локализации, выявлению причин развития.

3) Япония занимает первые места как технологически развитая страна.

4) Япония известна во всем мире своим хорошим гостеприимством, которое основана на укоренившейся привычке уважать интересы окружающих, которая заложена в сам менталитет японцев.

5) В Японии регулярно проводятся крупные международные мероприятия такие как: выставки, научные конференции, научные семинары. В частности, международная медицинская выставка «ElectroMed Japan», которая ежегодно проводится в Токио.

Тур для специалистов медицинского профиля в Японию является групповым и рассчитан на 16 человек. Это позволяет туристу совершить наиболее выгодное для себя путешествие, которое связано с распределением стоимости услуг гидов и переводчиков между всеми участниками тура (к тому же нам было необходимо сформировать турпродукт с учётом финансовых возможностей принимавших участие в опросе респондентов). Кроме того, у туроператоров обычно есть договорённости с музеями, гостиницами, предприятиями общественного питания, различными экскурсионными объектами, что позволяет получить скидку на их услуги. Групповые туры позволяют посетить места и принять участие в мероприятиях, которые не могут быть заказаны в индивидуальном порядке.

Далее мы подробно представим программу тура для специалистов медицинского профиля в Японию (памятка для туристов, выезжающих в Японию, размещена в приложении Б). Продолжительность тура – 7 дней / 7 ночей (5 дней / 4 ночи из них непосредственно в Японии), его маршрут представлен в приложении В. Эта продолжительность является наиболее приемлемой, чтобы посетить выставку «ElectroMed Japan 2020» и увидеть основные достопримечательности города Токио.

Программа тура предусматривает групповое посещение выставки и всех, включённых в неё объектов показа. Для специалистов медицинского профиля необходимость посещения выставки обусловлена повышением квалификации в медицинском оборудовании и изучением технического оборудования от японских производителей.

Международная медицинская выставка электроники «Medical Electronics Expo» («ElectroMed Japan») проходит в рамках глобальной выставки медицинского оборудования «MedTec Japan». Параллельно пройдут показы смежных направлений: «Smart Health», «Care Welfare Robot & Device Expo», «Test Kit Expo». Экспоненты предложат новейшую медицинскую электронную технику для анестезиологии, кардиологии, стоматологии, неврологии, акушерства и гинекологии, хирургии, офтальмологии, ортопедии, физиотерапии и рентгенологии. Выставка проходит в рамках недели науки «Japan Life

Science Week», в составе которой также пройдут: выставка контрактных услуг «ICSE Japan», выставка фармацевтических компонентов «CPhI Japan», выставка механизмов и оборудования фармацевтической промышленности «P-MEC Japan», выставка фармацевтической упаковки «InnoPack», выставка по методам исследования в области биофармацевтики «BioPh Japan» и выставка лабораторного оборудования «LABWorld Japan» [9].

Дата начала работы выставки – 16 марта 2020 г., а её закрытие состоится 18 марта 2020 г. Время работы выставки с 10 ч. до 18 ч. В последний день выставка будет работать с 10 ч. до 17 ч.

В рамках мероприятия пройдут шесть специализированных выставок, которые будут работать в одно время и в одном выставочном центре («Tokyo Big Sight» – он показан на рисунке 11) с выставкой «ElectroMed Japan 2020».

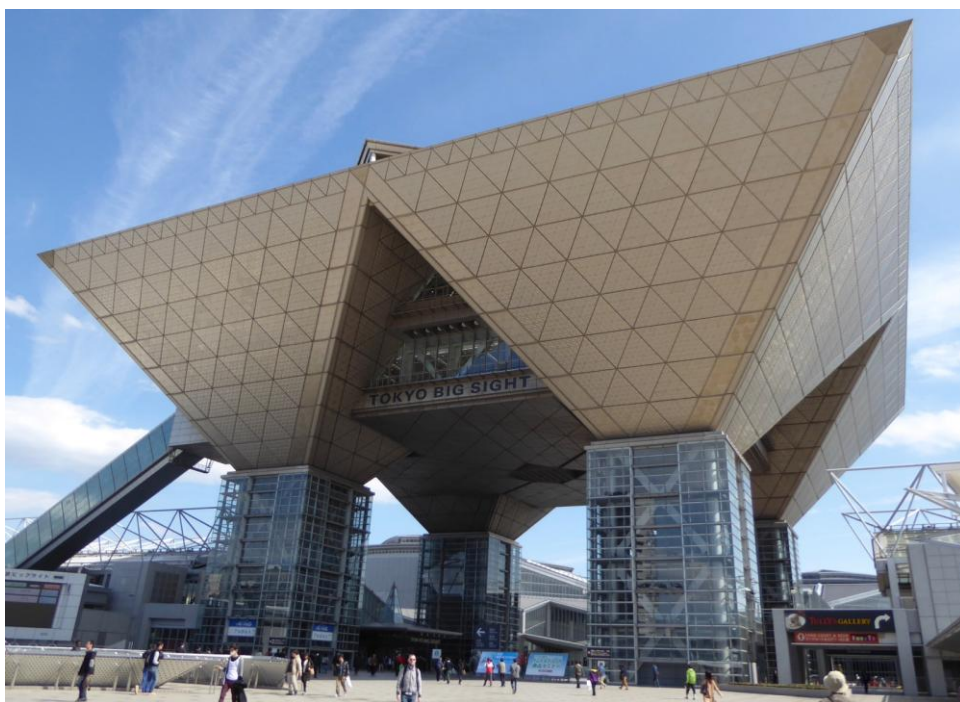


Рисунок 11 – Выставочный центр «Tokyo Big Sight»

Это такие выставки, как:

- «CPhI Japan 2020» – фармацевтическая выставка;
- «ICSE Japan 2020» – выставка аутсорсинга в фармацевтике;

- «Medtec Japan 2020» – выставка и конференция по производству медицинского оборудования;
- «Р-МЕС Japan 2020» – международная выставка технологий и оборудования для фармацевтической промышленности;
- «Smart Health Japan 2020» – выставка медицинских информационно-коммуникационных технологий;
- «TestKit Japan 2020» – выставка готовых медицинских тестов [12].

Данный тур предусматривает проезд железнодорожным транспортом и авиаперелёт.

Проезд от Пензы до Москвы и обратно осуществляется поездами «РЖД»: № 093Й «Пенза–Москва» и № 052Й «Москва–Пенза». Проезд от Павелецкого вокзала до аэропорта «Домодедово» и обратно – «Аэроэкспрессом» «РЖД» (он представлен на рисунке 12).



Рисунок 12 – «Аэроэкспресс»

Перелёт осуществляется рейсами авиакомпаний «S7 Airlines» и «Japan Airlines». «S7 Airlines» – крупнейшая частная авиакомпания России с самым современным парком воздушных судов на российском рынке авиаперевозок (самолёт

авиакомпания представлен на рисунке 13). Широкая маршрутная сеть позволяет её пассажирам путешествовать в 181 город в 26-ти странах мира. «S7 Airlines» – один из самых экологичных авиаперевозчиков мира, по оценке экологической организации «Atmosfair». Авиакомпания занимает 16-е место в мировом рейтинге.



Рисунок 13 – Самолет авиакомпании S7 Airlines

«Japan Airlines» («JAL») – международная авиакомпания, базирующаяся в токийских аэропортах «Нарита» и «Ханэда». Она признана национальным и крупнейшим перевозчиком Японии с флотом из более чем 150 авиасудов (самолёт авиакомпании представлен на рисунке 14) и около 100 направлениями. Из своих базовых аэропортов и других крупнейших вокзалов Японии «JAL» совершает рейсы по 46 направлениям в страны Европы, Азии, в США и Канаду, Австралию, на Таити и Марианские острова. Для России доступен регулярный рейс по направлению Москва–Токио–Москва. По состоянию на 2019 г. воздушный флот авиакомпании «Japan Airlines» состоит из 168 самолетов, 167 из которых марки Boeing. Первый Airbus A350-900 уже поступил в эксплуатацию в июне, еще два самолета той же модели должны будут войти в состав флота в ближайшее время. Средний возраст авиасудов – 10,5 лет.



Рисунок 14 – Самолет авиакомпании «Japan Airlines»

На сегодняшний день авиакомпании «S7 Airlines» и «Japan Airlines» предлагают более выгодный вариант перелёта по направлению Москва–Токио по сравнению с такими авиакомпаниями, как «Аэрофлот» и «Atitalia» [15].

Перемещение группы туристов в Токио будет осуществляться на микроавтобусе туристического класса (он представлен на рисунке 15).



Рисунок 15 – Микроавтобус туристического класса

Для совершения деловой поездки специалистов медицинского профиля в Японию в качестве страховой компании было выбрано ООО «Зетта Страхование» («Zetta Insurance Company Ltd») – универсальная страховая компания, специализирующаяся на обслуживании физических и юридических лиц, предоставляя им более 90 программ страхования и перестрахования, в том числе туристическую страховку (образец полиса представлен в приложении Д).

В качестве принимающей турфирмы выбрана японская компания «Voyage Japan», основной сферой её деятельности является организация индивидуальных, групповых, бизнес-туров в Японию. Компания официально зарегистрирована и имеет право на осуществление всех видов туристической деятельности. Лицензия Министерства Туризма Японии № 3-620 о деятельности в сфере туризма. Компания является членом японской общенациональной ассоциации туристических компаний ANTA, учреждена 6 января 2003 г. [17].

Для проживания туристов в Токио был выбран отель «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* (см. рисунок 16), идеально расположенный в токийском районе Тосима, в 2 мин. ходьбы от парка Отсукадай. К услугам гостей номера для некурящих, а также оздоровительный и спа-центр; круглосуточная стойка регистрации; камера хранения багажа и бесплатный Wi-Fi на всей территории отеля. На территории обустроена частная парковка по цене 3 000 иен за день.



Рисунок 16 – Отель «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3*

Для гостей сервируется завтрак шведский стол или американский завтрак. На территории отеля находится ресторан «CAFE TORA» с американской и азиатской кухней, меню: шведский стол и à la carte. Он открыт на: завтрак, обед, ужин и время коктейлей.

Отель имеет удобное месторасположение. Популярные достопримечательности рядом с отелем «APA Yamanote Otsuka Eki Tower» включают храм Сюссейнари, храм Тенсо и мечеть Отсука. Расстояние до международного аэропорта Токио «Нарита» составляет 35 км. Тосима (специальный район) – отличный выбор для тех, кому интересны шопинг, удобный общественный транспорт и еда. Рядом с отелем находятся: продуктовые магазины, рестораны, универмаги и прачечные-автоматы [16].

Время заезда в отель начинается в 15:00. Время выезда из отеля в 10:00.

Туристы будут размещены в двухместных номерах площадью 11 кв.м (интерьер номера показан на рисунке 17).



Рисунок 17 – Двухместный номер отеля «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3*

В собственной ванной комнате: душ, ванна, фен, бесплатные туалетно-косметические принадлежности, тапочки, биде, полотенца. Из окон открывается вид на город. Постояльцам предоставляются следующие услуги и удобства: телефон, кондиционер, холодильник, рабочий стол, отопление, спутниковые каналы, ковровое покрытие, телевизор с плоским экраном, услуга «звонок-будильник», будильник, электрический чайник, кофемашина, бельё, лифт для доступа к верхним этажам, бесплатный Wi-Fi.

«APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* является выгодным предложением для размещения туристов в марте на четыре ночи. Это довольно стандартный отель бизнес-класса, который подходит туристам. Приехавшим в Японию для посещения выставки.

Программа тура для специалистов медицинского профиля в Японию по маршруту Пенза – Москва – Новосибирск – Токио – Москва – Пенза (7 дней / 7 ночей) подробно представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Программа тура для специалистов медицинского профиля в Японию

Время	Мероприятия
1-й день	
16:38	Отправление с ж/д вокзала «Пенза-1» в Москву
2-й день	
5:02	Прибытие на Казанский вокзал
5:30-5:55	Проезд от станции «Комсомольская» до Павелецкого вокзала
6:30	Отправление с Павелецкого вокзала до аэропорта «Домодедово»
7:15	Прибытие в аэропорт «Домодедово»
11:25	Вылет из Москвы в Новосибирск
19:30	Прибытие из Москвы в Новосибирск (аэропорт «Толмачёво»)
22:50	Вылет из Новосибирска (аэропорт «Толмачёво») в Токио
3-й день	
7:35	Прибытие в Токио
9:05	Встреча группы с представителем принимающей компании
12:00	Заселение в отель
17:00-21:00	Обзорная экскурсия по району Тосима
4-й день	
7:30- 09:00	Завтрак
9:30	Встреча участников в холле отеля
9:40	Отправление группы туристов на выставку
10:10	Прибытие на выставку «ElectroMed Japan 2020»
10:10-17:00	Посещение выставки «ElectroMed Japan 2020»
17:30-20:00	Посещение выставки «Toyota Mega Web»

Продолжение таблицы 1

Время	Мероприятия
5-й день	
7:30 – 09:00	Завтрак
9:30	Встреча участников в холле отеля
9:40	Отправление группы туристов на выставку
10:10	Прибытие на выставку «ElectroMed Japan 2020»
10:10-16:30	Посещение выставки «ElectroMed Japan 2020»
16:45	Встреча с гидом в холле отеля
17:00-22:00	Обзорная экскурсия по Токио
6-й день	
7:30-09:00	Завтрак
11:05-15:00	Посещение музея Мирайкан
16:00-21:00	Обзорная экскурсия по острову Одайба
7-й день	
7:00-8:00	Ранний завтрак
8:15	Отправление в аэропорт «Нарита»
10:50	Вылет из аэропорта «Нарита»
15:10	Прибытие в Москву
16:30	Отправление из аэропорта «Домодедово» на Павелецкий вокзал
17:18	Прибытие на Павелецкий вокзал
17:50-18:15	Проезд от станции «Павелецкая» до станции «Комсомольская»
20:40	Отправление с Казанского вокзала в Пензу
8-й день	
7:35	Прибытие группы на ж/д вокзал «Пенза-1»

Далее представлена технологическая карта тура по маршруту Пенза–Москва–Новосибирск–Токио–Москва–Пенза. Основные показатели по маршруту:

Вид маршрута: радиальный.

Протяженность маршрута: 10 331 км.

Число туристских групп: 1.

Число туристов в группе: 16.

Всего туристов по маршруту: 16.

Начало обслуживания на маршруте группы: 13.03.

Конец обслуживания группы: 20.03.

Стоимость путёвки: 81 109 руб.

График заезда туристской группы представлен в таблице 2.

Таблица 2 – График заезда туристской группы

Месяц	Число туристов в месяц	График заездов туристских групп	Число групп туристов
Март	2–14	13.03 – 20.03	1

На данный момент предусматривается размещение в одном отеле одной группы, т.к. посещаемая туристами выставка проходит раз в год в определенные даты.

Адрес, с которого начинается путешествие: Россия, г. Пенза, Привокзальная пл., 1, Пензенский вокзал «Пенза-1».

В таблице 3 представлены услуги, оказываемые туристам по маршруту.

Таблица 3 – Услуги по маршруту

Наименование предприятия или ИП	Вид деятельности	Услуга
«РЖД»	Транспортные услуги	Переезд
«S7 Airlines»	Транспортные услуги	Перелёт
«Japan Airlines»	Транспортные услуги	Перелёт
«Voyage Japan»	Транспортные услуги	Переезд
«Zetta»	Страхование	Страховка
«APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower»	Услуги проживания и питания	Проживание и завтрак
«Мирайкан»	Экскурсионные услуги	Обзорная экскурсия
«Toyota Mega Web»	Экскурсионные услуги	Обзорная экскурсия
«JTC»	Экскурсионные услуги	Обзорная экскурсия
«Областной визовый центр»	Визовая поддержка	Виза
«VOYAGEJAPAN»	Сопровождение по маршруту	Переводчик

В первый день тура, 13 марта 2020 г., в 16 ч. 38 мин. запланировано отправление группы туристов с железнодорожного вокзала «Пенза-1» в Москву. Время в пути – 12 ч. 24 мин.

Во второй день, 14 марта 2020 г., в 5 ч. 02 мин. состоится прибытие группы в Москву, на Казанский вокзал. Далее туристы поедут на метро со станции «Комсомольская» (примерное время отправления 5 ч. 30 мин.) по кольцевой линии до станции «Павелецкая». Время в пути составит 20-25 мин., примерное время прибытия – 5 ч. 55 мин. Трансфер до аэропорта «Домодедово» будет осуществлен с Павелецкого вокзала на «Аэроэкспрессе». Время отправления – 6 ч. 30 мин., время в пути – 45 мин., прибытие в аэропорт «Домодедово» в 7 ч. 15 мин.

Далее туристы пройдут регистрацию на рейс авиакомпании «S7 Airlines». Вылет состоится в 11:25, длительность перелёта до Новосибирска (где запланирована посадка) – 4 ч. 5 мин. Пересадка длительностью 3 ч. 20 мин. в аэропорту «Толмачёво». Вылет из Новосибирска в Токио в 22 ч. 50 мин. по местному времени (+ 4 ч. к московскому). Длительность перелета составляет 6 ч. 45 мин. Общее время перелёта с пересадкой в аэропорту «Толмачёво» 14 ч. 10 мин.

Третий день, 15 марта, начинается с прилёта в Токио (аэропорт «Нарита»). Самолёт приземляется в 7 ч. 35 мин. (разница во времени между Москвой и Токио + 6 ч.). Время, отведенное туристам для прохождения паспортного контроля и получение багажа – примерно 1 ч. 30 мин. В 09:05 запланирована встреча группы с представителем принимающей компании. У выхода из аэропорта «Нарита» группу туристов будет ждать микроавтобус с багажным отделением, который довезёт их до отеля.

Туристов встретят в зале прилета с табличкой компании «AFCOM Ltd» («Voyage Japan»), окажут помощь с формальностями обмена валюты. Во время переезда сопровождающий ответит на все интересующие их вопросы, по приезду в отель «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3*поможет при регистрации.

Во второй половине дня, после размещения в отеле и отдыха, туристы познакомятся с районом Тосима, где расположен отель. Там есть примечательные и интересные места: «Sunshine City» – самый крупный в Тосима торговый и развлекательный центр; «Tokyo Metropolis Art Space» – новейшее (построенное в 1990 г.) сооружение в районе – культурный центр, в котором постоянно

проходят концерты, спектакли и художественные выставки; музей Древнего Востока; музей искусств «Морикадзу Кумагай»; женская гимназия «Дзию Гакуэн – Мёнитикан»; Сугамо Дзидзодори – своеобразная «винтажная» улица, которую любят посещать пожилые жители района.

На четвертый день, 16 марта, после завтрака запланировано посещение выставки «ElectroMed Japan 2020», которая, как уже было сказано, будет проходить в международном выставочном центре «Tokyo Big Sight». Он был открыт в апреле 1996 г., это один из крупнейших выставочных и конференц-залов в городе. В комплексе выделяется башня из стекла и титановых панелей, которая предназначена для проведения конференций. В ней (на первом этаже) расположены большой зал, рассчитанный более чем на тысячу человек, и четыре конференц-зала различной вместимости. Башня имеет восемь этажей, на каждом из которых имеются различные залы: как выставочные, так и для проведения переговоров.

Восточный выставочный зал представляет собой галерею в 600 м длиной, от которой отходят еще три небольших зала. Галерея увенчана стеклянной крышей, управляющейся электроникой, что позволяет изменять параметры освещения. Западный выставочный зал состоит из четырёх залов, окружённых двухъярусным атриумом.

Время работы выставки «ElectroMed Japan 2020» с 10:00 – 17:00. В 9:30 – встреча участников тура в холле отеля. Выезд на выставку будет осуществляться в 9:40. Протяженность маршрута от отеля «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* до выставочного центра «Tokyo Big Sight» составляет 22 км. Время в пути от отеля до выставочного центра без пробок составляет 30 мин. Примерное время прибытия на выставку в 10:10, учитывает время в пути без пробок.

На выставке будут представлены тематические разделы: больничные объекты, инженерные ресурсы здравоохранения, медицинские системы обработки информации, социальные услуги, медицинское оборудование, информационные системы. В рамках выставки организаторы проведут профессиональные

семинары и лекции, на которых медицинские работники из разных стран смогут обменяться опытом и получить актуальную информацию в медицинской отрасли. Посетители в свою очередь смогут узнать о новых лекарственных препаратах и медицинском оборудовании.

После выставки туристы по желанию могут посетить выставку «Toyota Mega Web» – уникальное место, где смешались воедино музей автомобильного концерна, парк развлечений, множество магазинов и другие не менее интересные заведения (см. рисунок 18). Сюда стоит приехать всем, кто хотя бы немного интересуется автомобилями. «Toyota Mega Web» – это огромный шоу-рум «Toyota», в котором продемонстрированы последние модели автомобилей этой марки, аксессуары, последние разработки и технологии.



Рисунок 18 – Выставка «Toyota Mega Web»

«Toyota Mega Web» – это шесть полноценных выставок, на которых представлены уникальные автомобили, многие из которых невозможно увидеть в другом месте. Существуют тематические выставки для детей и залы, посвященные раритетным автомобилям. Даже у тех, кто не интересуется техникой, посещение комплекса вызовет массу эмоций.

Наиболее масштабной выставкой является «Toyota City Showcase», где у посетителей есть возможность отследить всю историю концерна «Тойота» и даже немного заглянуть в будущее. А «Ride One» – это наиболее популярный в музее зал, т.к. только здесь можно прокатиться на роскошных автомобилях (только при условии наличия водительского удостоверения). Для этого необходимо записаться на тест-драйв и заплатить 300 иен.

В «Toyota Mega Web», помимо шоу-рум последних моделей автомобилей концерна, есть «Toyota History Garage» с самыми знаменитыми моделями прошлых лет. Автосалон и музей позволяют получить полное представление о прошлом, настоящем и будущем автомобильной промышленности в представлении лидирующего на мировом рынке автоконцерна. В историческом гараже, оформленном в стиле итальянского гаража 1950-х гг., выставлены модели, начиная с этого времени и до перспективных разработок.

Часы работы «Toyota Mega Web» – с 11:00 до 21:00, но некоторые отделы закрываются на 1-3 ч. раньше и имеют неуставленный график выходных. Посещение выставки бесплатно. Дополнительно оплачивается, как уже было сказано ранее, тест-драйв (300 иен) [8].

На пятый день тура, 17 марта, программа предусматривает посещение шести специализированных выставок: «CPhI Japan 2020»; «ICSE Japan 2020»; «Medtec Japan 2020»; «P-MEC Japan 2020»; «Smart Health Japan 2020»; «TestKit Japan 2020». После посещения выставок, у специалистов будет обзорная экскурсия по Токио, которая входит в стоимость тура. Продолжительность экскурсии будет составлять 5 ч., время проведения – с 17:00 до 22:00. В 16:45 туристы встречаются с гидом около входа в выставочный центр. Главной целью экскурсии для туристов будет являться знакомство со старейшими местами Токио, где и в наши дни можно прочувствовать атмосферу старой столицы.

Туристы во время экскурсии посетят сад Коисикава Коракуэн – один из лучших и старейших японских садов в Токио, представленный на рисунке 19. Он был основан в ранний период Эдо в токийской резиденции клана Мито, од-

ной из ветвей правящей династии Токугава. Как и одноименной сад в Окаяме, сад был назван Коракуэн в честь стиха, который призывает правителя наслаждаться успехом только после того, как удастся достичь счастья для своих подданных. В саду есть сеть разветвляющихся пешеходных троп, которые ведут к организованным смотровым площадкам, откуда посетители могут наслаждаться видом на богатую природу. Несмотря на современный урбанистический фон в виде Токуо Dome и других высотных зданий вдалеке, этот сад остается одним из немногих зеленых оазисов мегаполиса.



Рисунок 19 – Сад Коисикава Коракуэн

Далее туристы переместятся в музей «Эдо-Токио» – место, где можно подробно познакомиться с историей и культурой Эдо, в интерактивном режиме почувствовать различные аспекты жизни в старом Токио: архитектуру, культурное наследие, политический климат, коммерческую ситуацию и многое другое. Благодаря множеству полноразмерных моделей кварталов и жителей посетителям легко представить, как были организованы японские города в прошлом. Музей расположен рядом со стадионом «Кокугикан», местом проведения боёв сумо.

После посещения музея «Эдо-Токио» туристы могут пообедать в одном из ресторанов, который порекомендует гид (обед не включен в стоимость экскурсии).

После обеда запланирована экскурсия по району Асакуса, без которого немыслима история Токио. Благодаря своей традиционной атмосфере Асакуса была и остается одним из самых популярных туристических мест японской столицы. Здесь можно посетить храм Сэнсо-дзи, пройти через «Ворота грома» и прогуляться по длинной торговой улочке, где представлен большой выбор традиционных японских сувениров.

Заканчивая знакомство с древним и традиционным Токио, туристы увидят современный и урбанизированный город. Они посетят одну из современных токийских башен на выбор – новую телерадиовещательную башню «Небесное дерево» или старую Токийскую башню, конструкция которой навеяна формами Эйфелевой башни. Обе башни позволяют увидеть панораму Токио и гору Фудзи в ясные дни.

После экскурсии туристы возвращаются в отель.

На шестой день тура, 18 марта, после завтрака запланирована экскурсия в музей «Мирайкан». В 10:30 группа собирается в холле отеля и отправляется в музей. Время его работы: с 10:00 до 17:00 (вход до 16:30). Выходной: вторник.

Протяженность маршрута от отеля «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* до музея «Мирайкан» составляет 2 км, время в пути без пробок составляет 25 мин., примерное время прибытия туристов в музей – 11:05, запланированное время посещения музея туристами с 11:05 до 15:00.

Музей «Мирайкан» (он же «музей будущего») – национальный музей передовой науки и технологии, созданный Японским Агентством по Науке и Технологиям, чтобы обогащать представления общества о мире и развивать интерес к науке. Музей находится на искусственном острове Одайба в Токио, его пятый и шестой этажи отведены под постоянные экспозиции, а на других проводятся временные выставки.

Во время экскурсии по музею туристы увидят научные разработки и проекты (более 200 интерактивных инсталляций и экспонатов, подготовленных учёными из разных областей), а также экспозиции, помогающие человеку лучше узнать себя и мир вокруг. «Мирайкан» дает возможность узнавать что-то новое экспериментальным путем – через взаимодействие с экспонатами: например, можно снять отпечатки пальцев специальным сканером для компьютерного анализа, или разобрать пластиковую модель головы человека, чтобы понять, как устроен мозг.

Главный экспонат и символ музея – Geo-cosmos globe – огромный шар, состоящий из множества крошечных мониторов OLED, на которых отображается детальная картина земного шара с компьютерной симуляцией всех возможных изменений атмосферы и гидросферы планеты.

Несколько раз в день в музее проводятся представления. Одно из самых известных – презентация созданного корпорацией «Хонда» робота-гуманоида ASIMO (его можно увидеть на рисунке 20). Продолжительность выступления робота 10 мин., представления состоятся в 11:00, 14:00 и 16:00. Робот последней версии, выпущенный в 2014 г., имеет рост 130 см и массу 50 кг, он способен передвигаться со скоростью до 7 км/ч, разговаривать и отвечать на вопросы, распознавать по лицам своих собеседников, реагировать на движения. На данный момент это один из самых продвинутых андроидов в мире. ASIMO получил имя в честь писателя-фантаста А. Азимова, автора «Трёх законов робототехники».

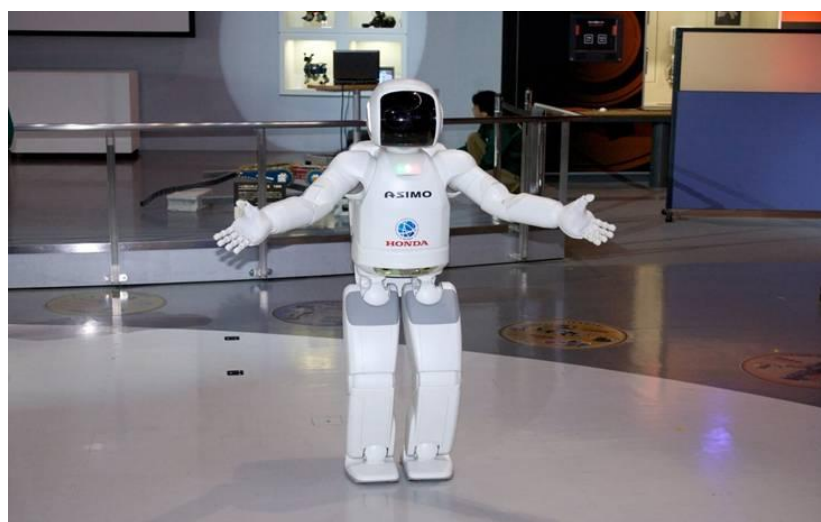


Рисунок 20 – Робот ASIMO

В 15:00 туристы собираются после осмотра музейной экспозиции и отправляются на прогулку по окрестностям искусственного острова Одайба (он представлена рисунке 21). Это молодой район Токио, построенный на Токийском заливе на отвоеванной у моря территории. Название острова связано с его историей, в начале XIX в. здесь были построены шесть (первоначально планировалось, что их будет 11) небольших крепостей для защиты столицы от нападения с моря. Слово «Дайба» переводится с японского как артиллерийские батареи. Современные очертания остров начал приобретать в 1941 г., когда был открыт порт Токио. К 1960-м гг. были разобраны все батареи, кроме двух, чтобы обеспечить беспрепятственный проходы судов. В 1979 г. с одной из старых батарей была объединена свалка, можно сказать, что остров был сформирован из большого количества мусора.



Рисунок 21 – Остров Одайба

В начале 1990-х гг. губернатор Токио С. Судзуки решил реконструировать остров в жилой комплекс Одайба, но проект был свернут как бесперспек-

тивный следующим градоначальником Ю. Аосима, земли были сданы в аренду и распроданы. Постепенно район стал одним из излюбленных мест отдыха жителей столицы. В конце 1990-х гг. началась реконструкция района, он стал постепенно превращаться в зону отдыха и туризма. Были построены гостиницы и торговые центры, несколько крупных корпораций перенесли сюда свои офисы и штаб-квартиры. Сейчас на Одайбе расположены офисы ряда крупнейших японских компаний. Достопримечательностью острова стали колесо обозрения (подробнее о нём будет сказано ниже), с которого открывается замечательный вид на Токийский залив и Радужный мост, соединяющий Токио и Одайбу. Двухэтажный мост служит буфером между островом и остальной частью Токио, на нём расположены скоростная, регулярная дорога, линия Yurikamome и пешеходные дорожки по обеим сторонам. Особенно красив мост вечером, когда включена подсветка.

На Одайбе много различных торговых и развлекательных центров, которые могут посетить туристы. В комплексе «Aqua City Odaiba» находятся бутики и более 70 ресторанов и кафе. На пятом этаже расположен парк Рамен, где туристы могут попробовать одноимённое блюдо с пшеничной лапшой из разных уголков Японии. К комплексу примыкает развлекательный комплекс «MEDIAGE» с мультиплекс-кинотеатром на 13 экранов. С платформы перед «Aqua City Odaiba» можно полюбоваться видом на Радужный мост. Магазины торгового центра работают с 11:00 до 21:00, рестораны – с 11:00 до 23:00, без выходных.

Ещё один интересный торговый центр – «Decks Tokyo Beach». Здесь любят отдыхать жители столицы и её гости, наслаждаясь видом Токийского залива. В центре множество магазинов, ресторанов, есть фуд-корт «Daiba Little Hong Kong» с китайскими ресторанами и магазинами; несколько тематических парков, в том числе «Sega`s Tokyo Joypolis» (шоу-рум последних игровых автоматов), «Legoland Discovery Center», Музей восковых фигур мадам Тюссо и

Музей трюкового искусства. Магазины торгового центра работают с 11:00 до 21:00, рестораны – с 11:00 до 21:00, без выходных.

«Diver City Tokyo Plaza» – торгово-развлекательный центр с магазинами, ресторанами, тематическим кафе по вселенной роботов Gundam с соответствующей большой статуей снаружи здания – статуей Gudman и анимэ «Life sized». Шоу робота Gudman работает ежедневно, подсветка робота осуществляется ежедневно с 18:00 до 23:00; движения головы, туман и мерцание лампочек можно наблюдать в 12:00, 15:00 и 17:00; представление с видео «Gudman Stand at Jaburo Aware» продолжительностью 13 мин. – в 19:30, 20:30 и 21:00; представление с видео «Rise» продолжительностью 5 мин. 30 с. – в 20:00 и 21:00. Магазины торгового центра работают с 10:00 до 21:00, рестораны – с 11:00 до 23:00.

Торговый комплекс «Venus Fort» оформлен в стиле дворца Цезаря со статуями, колоннами, классическим фонтаном, искусственным потолком почти натурального итальянского голубого неба с облаками, меняющегося в соответствии со временем суток. Преимущественно центр предназначен для обеспеченных любителей шопинга, к услугам которых свыше сотни бутиков, магазинов, кафе и ресторанов. «Venus Fort» занимает три этажа. На первом этаже представлены товары для всей семьи, на втором – модная одежда ведущих марок, ювелирные салоны и японская косметика, на третьем – 50 магазинов модной одежды и популярные товары для быта японского производства. На каждом этаже можно посидеть в кафе и ресторанах с кухней на любой вкус. Магазины торгового центра работают с 11:00 до 21:00, рестораны – с 11:00 до 23:00, без выходных.

Туристам стоит обязательно посетить одно из самых крупных в мире (его высота 115 м) колесо обозрения «Ferris Whell» в парке аттракционов «Palette Town». Как уже было сказано, с него открывается великолепный вид на Токийский залив и остров Одайба в целом. В каждой каюте по шесть мест, полный оборот колеса занимает около 15 мин. Колесо особенно впечатляет вечером, ко-

гда оно подсвечено разноцветными огнями. Время его работы – с 10:00 до 22:00 (до 23:00 в пятницу и субботу).

Увидеть Токио с высоты птичьего полета можно с построенного в 1997 г. по проекту архитектора К. Тангэ телевизионного здания «Fuji Television». Его высота составляет 125 м, внутри массивной сферы расположена смотровая площадка. Телевизионная вышка открыта для посещения с 10:00 до 18:00 (некоторые рестораны – до 20:00, по выходным дням – до 22:00), выходной – понедельник. Вход бесплатный, кроме смотровой площадки, её можно посетить за 500 иен [8].

В последний (седьмой) день, 19 марта, туристы завтракают в отеле «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* и сразу после этого собираются в его холле. У входа отеля туристов будет ждать трансфер до аэропорта.

Вылет из Токио состоится в 10:50 (аэропорт «Нарита»), прибытие в Москву 19 марта в 15:10 по московскому времени. Длительность прямого перелёта Токио–Москва рейсом авиакомпании «Japan Airlines» составляет 10 ч. 20 мин. Прилет в аэропорт «Домодедово». Отправление из аэропорта до Павелецкого вокзала на «Аэроэкспрессе» запланировано на 16 ч. 30 мин. с прибытием в 17 ч. 18 мин. Далее со станции метро «Павелецкая» (примерное время отправления 17 ч. 50 мин.) по кольцевой линии туристы поедут до станции «Комсомольская» (примерное время прибытия 18 ч. 15 мин.). В 20 ч. 40 мин. будет осуществлена отправка группы туристов с Казанского вокзала. Прибытие в Пензу на станцию «Пенза-1» состоится 20 марта в 7 ч. 35 мин.

Таким образом, нами была разработана не имеющая аналогов программа тура для специалистов медицинского профиля в Японию, предполагающая посещение международной медицинской выставки «ElectroMed Japan 2020» и ещё шести специализированных выставок с целью знакомства с новыми медицинскими технологиями, а также знакомство с достопримечательностями столицы Японии – Токио.

2.2 Калькуляция стоимости программы тура

Разработанный нами тур рассчитан на группу из 16-ти человек. Трансфер аэропорт «Нарита» – отель «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* на автобусе «Airport Limousin Bus» с русскоговорящим сопровождающим. Программа тура включает в себя 7 дней/ 7 ночей (5 дней/ 4 ночи из них непосредственно в Японии).

В расчёт стоимость тура вошли такие категории затрат, как: билет на поезд Пенза–Москва, обратный билет на поезд Москва–Пенза, билет на «Аэроэкспресс» от Павелецкого вокзала до аэропорта «Домодедово», билет на «Аэроэкспресс» от аэропорта «Домодедово» до Павелецкого вокзала, билет на самолет Москва–Токио, обратный билет на самолет Токио–Москва, питание и размещение в отеле, услуги русскоговорящего сопровождающего на протяжении всего тура, трансфер от аэропорта «Нарита» до отеля, трансфер от отеля о аэропорта, страховка, виза, посещение музея «Мирайкан», обзорная экскурсия по Токио. Рассмотрим каждую из данных категорий затрат подробнее.

Начнём с транспортных расходов:

- 1) Билет на поезд из Пензы до Москвы – 1 079 руб.
- 2) Билет на поезд из Москвы до Пензы – 1 892 руб.
- 3) Билет на «Аэроэкспресс» от Павелецкого вокзала до аэропорта «Домодедово» – 450 руб.
- 4) Билет на «Аэроэкспресс» от аэропорта «Домодедово» до Павелецкого вокзала – 450 руб.
- 5) Билет на самолёт из Москвы в Токио – 18 125 руб.
- 6) Билет из Токио до Москвы – 18 125 руб.

Для перелёта Москва–Токио и обратно были выбраны именно компании «S7 Airlines» и «Japan Airlines», т.к. на выбранные для тура даты их предложение является наиболее выгодным. Стоимость альтернативного предложения авиакомпаний приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Стоимость перелета Москва – Токио – Москва на 14.03.2020 г. и 19.03.2020 г. рейсами авиакомпаний «Аэрофлот» и «Atitalia»

Авиакомпания	Стоимость перелета
«Аэрофлот» и «Atitalia»	38 475 руб.

Помимо стоимости билетов, преимущество авиакомпаний «S7 Airlines» и «Japan Airlines» состоит ещё и в том, что они осуществляют свои рейсы со значительно меньшим временем пересадок и совсем без пересадок.

Пятидневное проживание в отеле «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* с питанием «ВВ» (завтрак) – 31 154 иен (по курсу на 10.12.2019 г. – 18 290 руб.). Данный отель был выбран, поскольку размещение в нём является наиболее выгодным вариантом размещения туристов в марте на четыре ночи [16]. Стоимость альтернативного предложения отелей приведена в таблице 5.

Таблица 5 – Стоимость проживания в Токио в период 15–19.03.2020 г. в отелях 3*

Отель	Стоимость проживания, руб.
«Shinagawa Prince Hotel»	31 665
«APA Hotel Shinagawa Sengakuji Eki-Mae»	23 039
«APA Hotel & Resort Nishishinjuku-Gochome-Eki Tower»	21 222

Трансфер аэропорт «Нарита» – отель «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3* на автобусе Airport Limousin Bus (прямой автобус-шаттл, курсирующий между аэропортом и отелями Токио) с русскоговорящим сопровождающим. Это самый экономичный вариант трансфера из аэропорта с русскоговорящим сопровождающим.

Стоимость услуги переводчика вне зависимости от количества человек в группе составляет: 800 долл. за 32 ч. = 50 510 руб. (по курсу 13.12.2019), плюс билет на автобус от аэропорта до отеля и обратный билет от отеля до аэропорта стоимостью на одного человека 5 400 иен = 3 140 руб. (по курсу 13.12.2019).

Стоимость страховки – 704 руб. за один день на одного туриста. Для страхования туриста была выбрана компания «Zetta Insurance Company Ltd». Она выигрывает у других страховых компаний в соотношении «цена – качество» (см. таблицу 6), полностью удовлетворяет условиям запроса, содержит все необходимые для поездки опции [35].

Таблица 6 – Стоимость страховки на один день на одного туриста в Японию

Страховая компания	Стоимость страховки, руб.
«Tinkoff.ru»	763
«Альфа страхование»	1 113
«Ресо»	1 242

Стоимость входного билета в музей «Мирайкан» – 400 руб.

Стоимость обзорной экскурсии по городу Токио «Назад в будущее» – 5 829 руб. Стоимость на одного человека будет варьироваться в зависимости от численности группы, в нашем случае это 365 руб. Экскурсионная программа выбрана у туроператора «JTC». В её стоимость входит: оплата проезда и все входные платы по программе. Это наиболее выгодное предложение в ценовой категории для группы туристов численностью 16 человек [18].

Далее, в таблице 7, представлена общая калькуляция программы тура. Расчёт произведён на одного человека и на группу из 16-ти человек.

Таблица 7 – Расчёт себестоимости обслуживания на маршруте

Маршрут	Стоимость на одного человека, руб.	Стоимость на группу из 16-ти человек, руб.
Билет на поезд: - из Пензы в Москву - из Москвы в Пензу	$1\,075 + 1\,892 = 2\,967$	$2\,967 \times 16 = 47\,472$
Билет на «Аэроэкспресс»: - от Павелецкого вокзала до аэропорта «Домодедово» - от аэропорта «Домодедово» до Павелецкого вокзала	$450 + 450 = 900$	$900 \times 16 = 14\,400$

Продолжение таблицы 7

Маршрут	Стоимость на одного человека, руб.	Стоимость на группу из 16-ти человек, руб.
Билет на самолёт: - из Москвы в Токио - из Токио в Москву	$18\,125 + 18\,125 = 36\,250$	$36\,250 \times 16 = 580\,000$
Билет на автобус: - из аэропорта «Нарита» до отеля - из отеля до аэропорта «Нарита»	$1\,570 + 1\,570 = 3\,140$	$3\,140 \times 16 = 50\,240$
Переводчик по маршруту	$50\,510 / 16 = 3\,157$	50 510
Обзорная экскурсия по Токио «Назад в будущее»	$5\,829 / 16 = 364$	5 829
Билет в музей «Мирайкан»	400	$400 \times 16 = 6\,400$
Виза в Японию	5 200	$5\,200 \times 16 = 83\,200$
Страховка	3 520	$3\,520 \times 16 = 56\,320$
ИТОГО:	55 898	894 368

Также нам необходимо рассчитать стоимость проживания и питания туристов на маршруте на одного человека и на группу из 16-ти человек. Калькуляция стоимости услуг размещения и питания представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Расчет себестоимости проживания и питания

Проживание и питание (завтраки)	Стоимость на человека в сутки при размещении по двое, руб.	Стоимость на человека при размещении на 5 дней/4 ночи, руб.	Стоимость на группу, руб.
Отель «APA Hotel Yamanote Otsuka Eki Tower» 3*	3 658	$3\,658 \times 4 = 14\,632$	$14\,632 \times 16 = 234\,112$

Теперь рассчитаем себестоимость и стоимость тура к продаже (с учётом 15 % нормы прибыли туроператора) на одного человека и на группу из 16-ти человек. Калькуляция представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Окончательный подсчет стоимости тура

Показатели	Сумма, руб.
Себестоимость тура на человека	$55\,898 + 14\,632 = 70\,530$
Себестоимость тура на группу из 16-ти человек	$70\,530 \times 16 = 1\,128\,480$
Стоимость тура к продаже на человека	$70\,530 \times 1,15 = 81\,109$
Стоимость тура к продаже на группу из 16-ти человек	$1\,128\,480 \times 1,15 = 1\,297\,752$

Таким образом, стоимость тура к продаже на одного человека составит 81 109 руб., на группу из 16-ти человек – 1 297 752 руб. Данный тур является групповым, т.к. Япония довольно дорогая страна, для туриста это выгоднее, чем приобретение индивидуального тура. В стоимость тура входит: проживание в стандартном отеле бизнес-класса, переезд Пенза–Москва и обратно, перелет Москва–Токио и обратно, стоимость услуги сопровождающего, обзорная экскурсия по Токио, стоимость входного билета в музей «Мирайкан», страховка, виза. В стоимости тура перелёт является самым высоким по стоимости из всех услуг.

Заключение

Деловой туризм является одним из самых перспективных и высокодоходных видов путешествий. С каждым годом растёт количество поездок с деловыми целями как внутри разных стран, так и в международном масштабе. С профессиональными целями путешествуют работники разной специализации и разного уровня квалификации. В частности, специалисты медицинского профиля: практикующие врачи, учёные и чиновники.

Целью данной бакалаврской работы стала разработка программы тура для российских специалистов медицинского профиля в Японию. Данное направление было выбрано не случайно. Система здравоохранения Японии одна из самых развитых в мире, население страны получает медицинские услуги высокого качества. Кроме того, в этой стране чрезвычайно развита медицинская промышленность, проводятся представляющие интерес для специалистов всего мира конференции и выставки медицинского профиля.

Для достижения поставленной цели нами были решены следующие задачи:

- 1) осуществлено исследование современного состояния и тенденций развития делового туризма;
- 2) дана оценка потенциала Японии для развития делового туризма;
- 3) проанализированы спрос и предложение на российском рынке туров для специалистов медицинского профиля в Японию;
- 4) разработана программа такого тура и рассчитана его стоимость.

Разработанный в рамках написания бакалаврской работы тур может быть включён в ассортимент туроператорских компаний, специализирующихся на японском направлении и обслуживании деловых туристов.

Таким образом, можно утверждать, что поставленная нами цель была достигнута, а задачи решены.

Глоссарий

Бизнес-тур – вид туризма, совершаемый представителями компаний и организаций с деловыми (коммерческими) целями, либо организация корпоративных мероприятий.

Деловой туризм (бизнес-туризм) – путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов. Поездки с деловыми целями рассматриваются как одна из важнейших составных частей международного туристского обмена.

Инсентив-туризм – вид поощрительной поездки, которую компания организует для лучших сотрудников с целью признания их достижений и вознаграждения за высокие результаты в работе. Организация инсентив-туров является одним из лучших способов мотивации и поощрения сотрудников.

Конгресс-тур – специализированный тур, организованный для проведения конференции, съезда, ассамблеи или семинара. Такие туры пользуются большой популярностью на западе, а конгрессный туризм является одним из самых выгодных видов туризма.

Международная ассоциация делового туризма – крупнейшая международная организация в сфере делового туризма на территории России и СНГ.

MICE-туризм – деловой туризм, связанный с организацией и проведением корпоративных мероприятий. Чтобы понять, что за мероприятия имеются в виду, расшифруем английскую аббревиатуру:

Meetings – корпоративные встречи.

Incentives – тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников.

Conferences – деловые конференции, съезды, форумы, семинары.

Events – выездные корпоративные праздники.

Список использованных источников

- 1 ГОСТ Р 50650-2000 Туристские услуги. Общие требования. – М. : Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации Госстандарта России и Государственным комитетом по физической культуре, спорту и туризму, 2000. – 11 с.
- 2 Кужель Ю. Л., Явровская А. О., Христов Т. Т. Страноведение – ОАЭ, Япония, Китай : Учебное пособие. – Москва, Книгодел, МАТГР, 2012 г. – 258 с.
- 3 Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство : Учебное пособие. – Томск : Издательство ТПУ, 2013. – 152 с.
- 4 Петрасов И. В. Экономико-географические предпосылки развития туризма в странах мира. – М. : Изд-во МГУ, 2002. – 342 с.
- 5 Саак А. Е., Пшеничных Ю. А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб. : Питер, 2012. – 480 с.
- 6 Страноведение / Рогач П. И. [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2003. – 284 с.
- 7 Фролова Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма. – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. – 69 с.
- 8 Достопримечательности Одайбы [Электронный ресурс] // Magir Tour. – URL: <http://dvmt.ru/index.php/-putevoditelpojapan> (дата обращения: 12.12.2019).
- 9 Ежегодная медицинская выставка ElectroMED 2020 [Электронный ресурс] // Экспомар. – URL: <https://worldexpo.pro/electromed-japan> (дата обращения: 11.11.2019).
- 10 История Японии. Достижения в области науки [Электронный ресурс] // Naukaru.ru. – URL: <http://www.worldcam.ru/nauka/396-dostijeniya.html> (дата обращения: 13.11.2019).
- 11 Медицина Японии [Электронный ресурс] // Bestcountry. – URL : <http://www.bestcountry.org/asia/japan/medicine> (дата обращения: 30.11.2019).
- 12 Международные выставки мира [Электронный ресурс] // WorldExpo. – URL: <http://www.euro-expo.ru> (дата обращения: 10.12.2019).

13 Описание страны – Япония [Электронный ресурс] // Международная ассоциация туризма. – URL: <http://www.inasto.ru/japan.htm> (дата обращения: 11.12.2019).

14 Особенности здравоохранения Японии [Электронный ресурс] // MIUKI MIKADO. – URL: <http://miuki.infoosobennosti-zdravooxraneniya-v-yaponii/> (дата обращения: 10.10.2019).

15 Поиск билетов [Электронный ресурс] // Система бронирования авиабилетов – AviaSales.ru. – URL: <https://www.aviasales.ru> (дата обращения 10.12.2019).

16 Поиск отеля [Электронный ресурс] // Система онлайн-бронирования отелей Booking.com. – URL: <http://www.booking.com/index.ru>. (дата обращения 11.12.2019).

17 Представительство по туризму Японии [Электронный ресурс] // JNTO. – URL: <https://visitjapan.ru/mice/jnto/> (дата обращения 11.12.2019).

18 Путеводитель по Японии [Электронный ресурс] // Magir Tour. – URL: <http://dvmt.ru/index.php> (дата обращения: 23.12.2019).

19 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор Ambotis Holidays. – URL: <https://www.ambotis.ru/strany/japan/> (дата обращения 19.11.2019).

20 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор Amigo Tours. – URL: <https://www.amigo-tours.ru/countries/yaponiya/tury/> (дата обращения 19.11.2019).

21 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. CHINA TRAVEL. – URL: <https://www.chinatravel.ru/categories/excursions/japan/> (дата обращения 19.11.2019).

22 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор De Visu. – URL: <https://www.devisu.ru/countries/japan/> (дата обращения 10.12.2019).

23 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. ITM Group. – URL: <https://itmgroup.ru/msk/tours/country/japan/#!/&c=13> (дата обращения 19.11.2019).

24 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Spectrum. – URL: <https://www.spectrum.ru/japan/page.shtml> (дата обращения 19.11.2019).

25 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. TUI. – URL: <https://www.tui.ru/search> (дата обращения 19.11.2019).

26 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор Арт-Тур. – URL: <https://www.arttour.ru/country/japan/> (дата обращения 11.11.2019).

27 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Бон Тур. – URL: <https://www.bontour.ru/tours/search-tours.php> (дата обращения 10.12.2019).

28 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Дельфин. – URL: <https://www.delfin-tour.ru/search/> (дата обращения 10.12.2019).

29 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Джет Тревел. – URL: <https://www.jettravel.ru/> (дата обращения 10.12.2019).

30 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Квинта Тур. – URL: <https://www.quinta.ru/countries/japan/sakuratour/> (дата обращения 10.12.2019).

31 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. UNEX. – URL: <https://www.unextour.ru/country/japan/news/> (дата обращения 10.12.2019).

32 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. JTB. – URL: <https://www.asiaspecialist.ru> (дата обращения 10.12.2019).

33 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Japan Travel Concierge. – URL: <https://tourjapan.ru/> (дата обращения 10.12.2019).

34 Предложение туров в Японию [Электронный ресурс] // Туроператор. Fuji Travel. – URL: <https://fujitravel.ru/> (дата обращения 10.12.2019).

35 Страхование путешественников [Электронный ресурс] // Страховая компания – Zetta. – URL: <https://zettains.ru/products/tour/apndx1/> (дата обращения 19.12.2019).

36 Современное состояния делового туризма [Электронный ресурс] //. – URL: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения 22.12.2019).

37 Япония [Электронный ресурс] // Wikiway. – URL: <https://wikiway.com/japan/> (дата обращения 10.12.2019).

38 Японское здравоохранение [Электронный ресурс] // Japantoday. – URL: <http://www.japantoday.ru/chto-pochitat/yaponskoe-zdravoohranenie.html> (дата обращения 12.11.2019).

39 Японское медицинское оборудование [Электронный ресурс] // Японская медицина. – URL: <http://nmcom.ru/ru/> (дата обращения 15.12.2019).

40 Япония как туристическое направление для делового туризма [Электронный ресурс] // Tourweek. – URL: http://tourweek.ru/news/tour_business/ (дата обращения 2.12.2019).

Приложения

Приложение А

Анкета для опроса потенциальных потребителей тура в Японию

- 1) Сколько лет Вы работает в медицинской сфере?
 - 1 год
 - 2-5 лет
 - 5-10 лет
 - 10 лет и больше
- 2) Были ли Вы на научных конференциях в медицинской области в России?
 - Да
 - Нет
- 3) Были Вы на медицинских выставках в России?
 - Да
 - Нет
- 4) Были ли Вы в другой стране с целью делового туризма?
 - Да
 - Нет
- 5) Были Вы на научных медицинских конференциях в других странах?
 - Да
 - Нет
- 6) Были вы на медицинских выставках в других странах?
 - Да
 - Нет
- 7) Если бы Вам предложили посетить Японию с целью делового туризма, согласились бы?
 - Да
 - Нет
- 8) Интересно ли Вам посетить японскую инновационную выставку медицинского оборудования и услуг?
 - Да
 - Нет
- 9) Согласились бы Вы на деловую поездку в Японию, если бы организация оплатила половину стоимости тура?
 - Да
 - Нет
- 10) Сколько Вы готовы заплатить за деловую поездку в Японию?
 - 20 000 – 30 000 руб.
 - 30 000 – 40 000 руб.
 - 40 000 – 50 000 руб.
 - 50 000 – 60 000 руб.
 - я не готов оплачивать поездку

Приложение Б

Памятка туристам, выезжающим в Японию

Таможенный контроль

В Японию разрешен беспошлинный ввоз 3-х бутылок алкоголя, 2-х блоков сигарет, 100 сигар, а ввозимые ценности по стоимости не должны превышать 200 000 иен (около 1 700 долл. США).

Деньги

Обычно при расчете за покупку в магазинах используют японские иены, и их необходимо иметь при себе. Выгоднее будет купить иены, еще находясь в России.

Поменять наличные в Японии Вы сможете в почтовых отделениях и в банках City Bank. В Японии банки работают по будням с 9:00 по 15:00, так что не откладывайте обмен на вечер. Некоторые отели 4-х и 5-и звезд также предлагают свои услуги по обмену валюты, правда, как правило, меняют только по 100-200 долл. в день. Обменный пункт есть в торгово-развлекательном комплексе Дех, расположенном в районе Одайба. Не так давно открылся сервисный центр и на станции Токио. Деньги также можно поменять в сети обменных пунктов – TRAVELEX. Они работают до 18:00, в СБ и выходные дни. В Токио таких обменников достаточно много. Однако, курс в них будет чуть выше, чем в банке. Карта обменных пунктов: <http://www.travelex.co.jp/JP/Store-Locator-ja.jp/> В Японии можно пользоваться и картами Visa, и картами Master Card, но предпочтение отдается использованию карт Visa. Карточки Visa принимают почти везде, тогда как операции с картами Master Card проходят только в определенных местах. Снять деньги с карт Master card можно в сети «удобных» магазинов Seven Eleven, разбросанных по всей Японии. Карточки, выпущенные российскими банками, действуют не везде, хотя и имеют маркировки мировых финансовых организаций (Visa / Master card). Рекомендуется заранее подтвердить их действие в Японии. Обязательно перед приездом в Японию позвоните в свой банк и во избежание неприятных ситуаций предупредите о своей поездке, назвав точные даты путешествия.

Чаевые

В Японии не принято давать чаевые. Даже если вы будете настойчиво предлагать деньги в качестве чаевых, в Японии их не возьмёт никто – ни гостиничная прислуга, ни даже таксисты. Вам максимально вежливо откажут, с гордостью заявив, что он (она) за свои труды получает соответствующую и вполне приличную зарплату. Так что оставьте все беспокойст-

ва по поводу чаевых. Платите по счёту. Любое ваше сколько-нибудь разумное желание будет удовлетворено представителями японского сервиса без лишних препирательств. В отелях и ресторанах так называемая Service charge (5-10%) будет автоматически добавлена к счёту.

Tax-free

Такс-фри – это система возврата суммы НДС за покупки и пользование услугами. В Японии налоговая ставка составляет 8 %. Возврат становится возможным только при достижении установленной суммы покупки. На расходные товары, то есть косметику, сигареты, напитки, мелкую электронику, эта сумма составляет 5 401 иена. В случае с общими товарами (одеждой, крупной электроникой) сумма достигает 10 801 иена. Сумма может складываться из покупок в разных магазинах. Чтобы воспользоваться системой такс-фри, товары необходимо закупать в магазинах с соответствующим логотипом. В Японии особенно распространён голубой логотип с надписью «Global Blue Tax Free Shopping». При покупке вам понадобится паспорт и квитанция, которую выдают сотрудники магазина. Ее следует заполнить печатными латинскими буквами: вписать данные паспорта, сумму покупки, размер НДС и сумму возврата. Не выбрасывайте кассовый чек и квитанцию до момента возвращения на родину. Все купленные по системе Tax Free товары должны быть доступны в оригинальной упаковке для контроля работниками таможни при выезде из страны, где они покупались. Система такс-фри доступна туристам, которые находятся в Японии сроком менее полугода; лицам, имеющим дипломатический паспорт; гражданам Японии, прожившим более 2 лет за границей. Возврат денег можно получить при выезде из стран, то есть в аэропорту, на вокзале или в морском порту в пункте Tax Free Refund. Необходима таможенная квитанция, печать в которую ставят до регистрации на рейс. Также можно опустить конверт с квитанцией с проставленной таможенной печатью и кассовым чеком в специальный ящик в аэропорту. Деньги поступят к вам на кредитную карту. Либо вы можете получить возврат в одном из российских банков, работающих с системой Такс-фри. Для этого, находясь в России, обратитесь в такой банк со следующими документами: внутренний российский паспорт, загранпаспорт, квитанция такс-фри, заполненная в магазине, и кассовый чек.

Электросеть

Сеть электропитания общего пользования в Японии рассчитана на переменный ток напряжением 100 В. Частота в Восточной Японии (Токио, Хаконэ, Никко и т.д.) – 50 Гц, а в Западной (Киото, Осака, Нара и пр.) – 60 Гц.

При покупке электротехники будьте внимательны. Товары, работающие только на 100 В, требуют использования трансформаторов. Даже товары, рассчитанные в России на 100-240 В, отличаются от аналогов российского производителя по форме штепсельной вил-

ки, поэтому требуют при их использовании в России переходной вилки. Перед поездкой в Японию рекомендуем заранее приобрести переходники под японские розетки (см. фото ниже) для зарядки своих телефонов / ноутбуков и другой техники.

Разница во времени

Вся Япония находится в одном и том же часовом поясе. Разница с Москвой составляет +6 ч., т.е. когда в Москве 8 ч. утра, в Японии – 2 ч. дня. Часы работы Общественные учреждения: обычно с 9:00 до 17:00. По субботам, воскресеньям и праздничным дням не работают. Большинство зоопарков, ботанических садов, музеев и галерей закрыты по понедельникам. Банки работают по будням с 9:00 до 15:00. По субботам, воскресеньям и праздничным дням – закрыты. Почтовые отделения открыты с 9:00 по 17:00, закрыты по субботам, воскресеньям и праздничным дням за исключением почтовых пунктов, находящихся в универмагах, супермаркетах и т.д. Время работы большинства магазинов и ресторанов: с 10:00 по 21:00 (в зависимости от магазина/ресторана).

Транспорт

Железнодорожное сообщение

Японские железные дороги считаются лучшими в мире по безопасности, эффективности и комфорту. В поездах, соединяющих крупные города, устные объявления и бегущая строка в основном даются на японском и английском языках. В периферийных районах названия станций не всегда дублируются по-английски, однако персонал железной дороги и пассажиры всегда стремятся помочь иностранцам. Основное железнодорожное предприятие в стране – компания Japan Rail (JR). В нее входят линии супер-экспрессов синкансэн («поезд-пуля») и национальная сеть железных дорог протяженностью более 21 000 км. Существует также несколько частных железных дорог, соединяющих менее значительные населенные пункты в более отдаленных районах. Путешественник может воспользоваться поездами различных линий.

Синкансэн: «поезд-пуля»

Первый из этих поездов, быстро получивший от прессы всего мира название «поезд-пуля», отъехал от Токийского вокзала в 1964 г., в год Токийской олимпиады. Символизируя экономическое возрождение Японии и ее будущие достижения, он до сих пор остается предметом национальной гордости. Поезда эти больше не являются самыми быстрыми в мире, и лишь несколько линий синкансэн соединяют крупные города, однако их легендарная надежность позволяет рассчитывать время дальней поездки с точностью до минуты. В настоящее время существует три типа синкансэн, курсирующих между Токио и Киото: Кодама, останавливающийся во многих пунктах по пути следования; Хикари, делающий остановки толь-

ко на крупных станциях, и Нодзоми, самый быстрый и дорогой. Объявления и понятные знаки на английском языке делают синкансэн привлекательной формой транспорта для иностранцев, часто более удобной, чем авиация, хотя вагоны не рассчитаны на размещение больших чемоданов. Место лучше заказывать заранее, так как в вагонах прямой продажи с нумерованными местами может быть слишкомлюдно. Путешествуя в праздники, позаботьтесь о приобретении билетов заранее.

Прочие поезда и линии

К числу других основных видов поездов относятся токкю («лимитированный экспресс», самый быстрый), кюко («экспресс»), кайсоку («скорые») и местные поезда фуцу («обычные»). Все главные ж/д станции в столичном районе Токио расположены на линии JR Яманотэ. Линия кольцевая, и иностранцам удобно пользоваться ею. Каждый год появляются новые типы поездов, в том числе «специальные» туристические; поезда с полами, застеленными татами; поезда с поворачивающимися сиденьями и панорамным обзором; существуют даже поезда с караоке. Указатели на станциях Токийская станция Синдзюку является крупнейшей в мире. Несколько других, расположенных в Токио и ряде крупных городов, немногим уступают ей. Найти конкретную линию или выход в часы пик бывает трудно, особенно для незнакомого с городом человека с тяжелым багажом. Поэтому лучше заранее, перед посадкой, выяснить, какой выход, имеющий свое название или номер, наиболее вам подходит. Указатели на английском языке есть на большинстве станций. Линии синкансэн четко обозначены даже на крупных станциях, остальные линии имеют цветные обозначения. Желтые наклепки на полу должны помогать ориентироваться слепым, однако они представляют проблему для чемоданов с колесиками, так же, как и отсутствие последовательно размещенных эскалаторов. Учтите, что поезда, особенно синкансэн, делают только короткие остановки, чтобы выдержать график движения. Поэтому не задерживайтесь при посадке в поезд: ориентируйтесь по отметкам на полу напротив каждой двери вагона. Могут также быть указатели номеров вагонов с зарезервированными местами. Несмотря на все эти меры, поезда, идущие через центр Токио, особенно кольцевая линия Яманотэ, часто перегружены, и специально нанятые сотрудники в часы пик заталкивают пассажиров в вагоны. Железнодорожные станции в основных туристических регионах имеют камеры хранения и информационные киоски; персонал здесь может владеть английским, а иногда и другими языками.

Обслуживание в поезде

В поездах синкансэн и других поездах дальнего следования обычно имеется вагон, где можно купить закуски и напитки, а также коробку с едой бэнто и съедобные омиягэ (сувениры). Можно также воспользоваться на выбор западным (сидячим) или японским (на кор-

точках) туалетом. Туалеты и умывальные комнаты иногда оснащаются электронной системой, где слив воды осуществляется автоматически после движения руки перед пультом, а вода начинает течь из крана после движения руки под ним.

Метро.

Сложная схема токийского метрополитена, которую можно найти на всех станциях, выполнена в цветах, повторяющих окраску вагонов на соответствующих линиях. Второй по величине метрополитен находится в Осаке. Йокогама, Фукуока, Киото, Саппоро и некоторые другие города также имеют собственную подземку. Купите билет в автомате или в кассе. Билетные автоматы в токийском метро имеют надписи и на японском, и на английском языках. В случае необходимости на каждой станции есть дежурный, который с удовольствием вам поможет. На автомате будет написана стоимость поездки арабскими цифрами. Нажмите соответствующую кнопку на автомате и вставьте деньги. Сдачу вы получите вместе с билетом. Как и в случае железной дороги, если вы точно не знаете, сколько стоит проезд до места вашего следования, купите наиболее дешевый билет и доплатите необходимую сумму при выходе. Билеты прокалывают контролеры, но чаще всего их пропускают через автоматы. Названия станций часто пишутся на стенах платформ не только иероглифами, но и латиницей (ромадзи). Все системы общественного транспорта закрываются около полуночи и открываются около 5 ч. утра.

Такси.

Все лицензированные такси в Японии имеют особые зеленые таблички; не пользуйтесь услугами нелицензированных автомобилей. Красный огонек на крыше машины указывает на то, что она свободна. Такси можно остановить или поискать стоянку – в каждом городе действует несколько компаний такси. Цены высокие, намного выше, чем в России. Место для багажа ограничено. Двери японских такси снабжены электроприводом и открываются водителем изнутри; пассажиру не следует их самостоятельно закрывать или открывать. Таксисты редко говорят по-английски. Как и в случае поисков любого японского адреса, лучше иметь написанную по-японски схему пути к месту вашего назначения либо карту. После 22.00 или во время сильного ливня, останавливая машину, следует поднять 2 или 3 пальца, что означает: вы готовы заплатить двойную или тройную цену.

Iphone-приложения, которые помогут не потеряться в метро.

MetroNav Tokyo

Стоимость: 115 йен

Языки: английский/японский

Плюсы: очень удобная карта метро с соблюдением фирменных цветов каждой линии.

Минусы: приложение содержит информацию только по токийскому метрополитену, учитывая, что токийское транспортное сообщение включает также развитую систему моно-рельсовых (верхних) линий.

Trains.jp

Стоимость: бесплатная

Язык: английский

Простое приложение на английском языке с системой ввода: отправной и конечной точки назначения. Помимо маршрута передвижения показывает отдаленность, стоимость проезда и продолжительность поездки. Минимальный и простой набор для пытливого путешественника.

Плюсы: простое в использовании и быстрое при загрузке приложение.

Минусы: самый минимальный набор, нет дублирующего японского языка.

Tokyo Metro 東京メトロ

Стоимость: бесплатная

Язык: английский / японский (частично) Удобная и подробная красочная схема линий, охватывающая не только Токио, но и префектуры Сайтама, Чiba и др. Охват линий колоссален: от Ito Line до Sotobu Line. С этим приложением будьте уверены, что сможете добраться до любого уголка Токио и близлежащих префектур. Карту можно крутить в разные стороны и менять масштаб. Приложение идеально для путешествий за пределы Токио.

Плюсы: Наглядность, масштабность охвата линий.

Минусы: Нет карты метрополитена.

MetrO

Стоимость: бесплатная

Язык: английский

Плюсы: рекомендуется использовать в случае, когда не знаешь, где находится станция. Масштабность представленных линий. Удобная сортировка результатов.

Минусы: нет привычной наглядной схемы.

Автобусное сообщение

Городские автобусы

Автобусные остановки («басу нориба») часто расположены рядом с железнодорожными станциями, обычно с той стороны, где выстроились такси. Система оплаты бывает различной. В одни автобусы входят через переднюю дверь, постоянная плата опускается в прорезь возле водителя. В случае сомнений назовите место своего назначения и предложите водителю на выбор несколько монет различного номинала. Выходят через дверь в середине автобуса. В других автобусах посадка осуществляется через среднюю или заднюю двери; небольшой автомат, кнопку на котором следует нажать при посадке, выдает нумерованные билеты. Число на этом билете следует совместить с находящейся в передней части автобуса освещенной панелью, на которой показана стоимость. Если на билете написано «2» посмотрите на соответствующую строчку вверху панели, где будет показана стоимость в иенах. Выходя из автобуса, положите эту сумму в ящик возле водителя. Не спускайтесь к дверям, пока автобус не остановится, иначе автомат не откроет двери. Вставать во время движения автобусов запрещено. Высадка осуществляется только при полной остановке автобуса. При затруднениях смотрите, как ведут себя местные жители. Автобусы дальнего следования. Эффективность и развитие сети железных дорог в Японии таковы, что лишь очень немногие иностранные туристы пользуются автобусами дальнего следования. Однако сеть автобусного движения широка, и для тех, у кого нет единого проездного билета, автобус является наиболее дешевым средством передвижения. Система размещения мест и предоставляемые услуги могут меняться, но такие автобусы всегда комфортабельны, часто в них есть гид, туалеты и даже буфет с закусками и напитками. Местные информационные центры предоставят необходимое расписание движения.

JR Pass

JR Pass – это проездной билет, действующий на всей территории Японии. Этот билет приобретается перед поездкой, до прибытия в Японию. JR Pass может приобрести любой человек с оформленной японской визой, который трактуется как «временный посетитель». Печать о соответствующем статусе ставится на паспортном контроле в аэропорту. По приезду в Японию вы можете обменять ваучер, выданный в России, собственно на проездной билет. Пункты обмена ваучеров есть практически на всех крупных станциях линии JR, а также в аэропортах Нарита, Ханэда и Кансай. Проездной действует на многих поездах линий JR, включая синкансэны. Проездной также покрывает маршрут ж/д между Хатиноэ и Аомори, токийский монорельс до аэропорта Ханэда, паром до острова Миядзима, а также некоторые маршруты местных JR автобусов. Кроме того, владельцы JR Pass могут бесплатно брони-

вать места в поездах и автобусах. Проездной не действителен на поездах JR, курсирующих по частным ж/д, синкансэнах Мидзухо и Нодзومي, а также не покрывает рейсы ночных поездов, междугородних автобусов и пригородных поездов. JR Pass бывают двух видов: Green – более комфортный вариант, покрывающий больше видов транспорта; Ordinary – проездной на поездки в обычных вагонах.

Телефонные коды

Международный код Японии – 81.

Коды крупных городов: Токио – 3. Йокогама – 175. Киото – 75.

Номер для вызова полиции (есть англоговорящие операторы): 110; 03-3581-4321

Номер для вызова скорой помощи (есть англоговорящие операторы): 119

Номер центра оказания медицинских услуг: 03-5285-8181 (9:00–20:00)

Номера телефонов представительств РФ на территории Японии:

Посольство РФ в Токио: 03-3583-4224; 03-3583-5982; 03-3583- 4297

Консульский отдел посольства РФ в Токио: 03-3583-4445

Ген. консульство РФ в Осака: 06-6848-3451; 06-6848-3452

Ген. консульство РФ в Саппоро (Хоккайдо): 011-5461-3171; 011-561-3172

Звонок из Японии в Россию 0041 – 7 – (код города) – номер телефона

Обратите внимание – система сотовых телефонов в Японии отличается от систем в других странах, так что многие сотовые телефоны здесь не будут функционировать. Уточняйте заранее у своего сотового оператора, будет ли работать в Японии ваше мобильное устройство. При необходимости взять телефон в аренду можно в аэропорту Нарита. Здесь же можно взять в аренду и мобильную точку Wi-fi.

Культурологическая справка

Взаимоотношения и этикет

Правила этикета особенно важны в Японии и служат «социальной смазкой» в этой перенаселенной стране. В последние десятилетия эти правила частично утратили свою строгость, однако некоторые из них не станут нарушать даже японцы, проникнутый духом свободной Европы. Нормы поведения нередко определяются ситуацией и положением собеседников. Иностранцу простят любой ляп, однако хорошие манеры позволят вам заслужить уважение окружающих. Лучше всего внимательно следить за ситуацией, избегать громких или категоричных высказываний и следовать примеру окружающих.

Табу

В ряде вопросов, относящихся, в основном, к японским понятиям о гигиене, даже иностранцу будет отказано в снисхождении. Так, к удивлению, многих иностранцев, непрости-

тельной невоспитанностью считается брать в ванну мыло или шампунь; мыться следует под душем. Серьезной ошибкой является также хождение дома в уличной обуви или вход в туалет в обычных шлепанцах. За столом серьезной ошибкой считается, если вы прикоснулись палочками к пище на общем блюде, но ничего не взяли с него; нельзя «загрести» пищу к себе в рот из чашки, нельзя втыкать палочки вертикально в рис – объяснения сущности последнего прегрешения различны, но так или иначе сходятся на том, что это связано с погребальным ритуалом. Менее серьезной ошибкой считается есть на ходу (даже кусочки шоколада), во всяком случае, старшему поколению это не нравится. Курение разрешено только в специально отведенных для этого местах. Кроме того, неодобрительные взгляды со стороны японцев вызывают разговоры по телефону в транспорте или на улице. Подобные вещи нарушают покой остальных пассажиров и считаются верхом бескультурья. Поэтому старайтесь писать SMS-ки и откладывать разговоры «на потом». Если же вам срочно нужно позвонить, постарайтесь отойти в тамбур, чтобы не мешать основной массе пассажиров. В Японии очень строго следят за сортировкой мусора, поэтому не удивляйтесь, увидев не одну привычную европейскому глазу урну, а сразу несколько. Как правило, существуют урны для пластика, для бумаги, для органики, опционально – для металлических предметов. Имейте в виду, что урны не столь частое явление в Японии, поэтому японцы носят весь, даже самый маленький мусор, с собой, пока на пути не встретится мусорный бак. Если вам срочно необходимо что-то выкинуть, ищите «удобные магазины» – комбини, возле которых есть как площадка для курения, так и место для мусора.

Иерархия

Уважение к старшим остается основой японского общества и по сей день. Внимание к старости коренится как в природной религии синто, основанной на почитании предков, так и в конфуцианстве. Ко всем старшим принято относиться с почтением: не только к родителям, дедушкам и бабушкам, руководителям компаний и преподавателям, но даже и к тем, кто на год или на два старше по курсу или на одну-две ступеньки – по служебному положению. Слово сэнсэй («учитель») служит обращением ко всем старшим и знающим свое дело. В японском языке для обращения к старшим и младшим используются различные слова, поэтому японцу очень важно знать относительное положение других людей.

Поклоны

Традиционным приветствием в Японии является поклон, причем глубина его отражает относительное положение здоровающихся людей. Иностранцам, однако, кланяться не обязательно, достаточно рукопожатия или кивка. Если вы решили, что должны поклониться, вы-

прямитесь, вытяните руки по швам и перегнитесь в пояснице, задержавшись на мгновение в низшей точке поклона.

Онсэн

Онсэн – горячие источники, неотъемлемая часть японской культуры и туризма. Это очень популярный вид отдыха. Японцы настолько любят онсэны, что почти в каждом анимэ (японская анимация) можно встретить персонажа, отдыхающего на горячих источниках. Страна насчитывает более 2 000 действующих горячих источников, благодаря тому, что расположена в активной вулканической зоне и имеет огромное количество выходов геотермальных вод. Более того, онсэны обладают лечебными свойствами, так что это не только приятный, но и полезный вид отдыха, который может избавить вас от многих болезней. Однако людям с сердечными заболеваниями стоит относиться к источникам аккуратнее. Существует несколько видов лечебных онсэнов: ио:сэн – сероводородные, наториумусэн – соляные, тансансэн – газированные (углекислый газ) и тэцусэн – железистые. Онсэны бывают открытого типа – естественный водоем, заполненный водой из источника, и закрытого – специальные ванны фуру, которые заполняют горячей минеральной водой. Для того чтобы посетить онсэн не обязательно искать специальный курорт, многие гостиницы имеют его при себе. Они обычно построены в традиционном старояпонском стиле, кухня так же, традиционная, японская. Только представьте, утомленные после продолжительной экскурсии по достопримечательностям, вы возвращаетесь в гостиницу и можете расслабиться и отдохнуть в онсэне. Интересно также посетить горячий источник зимой: пока тело согревается в горячей воде, голову освежает морозный воздух.

Японцы путешествуют с семьями и в одиночку, это для них чуть ли не обязательный ритуал. Они очень любят природу, а купаясь в онсэне, подогреваемой самой землей, можно почувствовать единение с природой не только душой, но и телом.



Это опознавательный значок горячих источников, его можно обнаружить на картах или табличках, расположенных перед входом в общественные бани или гостиницы. Иногда также можно встретить значок 湯 (yu) – горячая вода. Иногда в гостиницах устраиваются специальные каскады ронтэнбуро. Это ванны, расположенные в укромных уголках садов под открытым небом, которые позволяют посетителям любоваться красотой окружающего пейзажа.

Правила посещения онсэна

Для мужчин и женщин отведены разные бассейны; женщины редко пользуются общими бассейнами, разве что по ночам, когда совместное купание не так смущает. Иногда для

плавания в открытых бассейнах (ротэнбуро) надевается купальный костюм, однако в большинстве случаев все купаются обнаженными. Тем не менее, никакой грязи и повода для жалоб не бывает. Если вы остановились на ночь, переоденьтесь в приготовленный в вашей комнате юката; в любом случае, придя к купальне, оставьте всю одежду и прочие вещи в раздевалке. Сначала следуют тщательно помыться под душем, (шампунь, кондиционер и гель для душа, как правило, рёканы любезно предлагают своим постояльцам). И только после того, как помылись, можно заходить в горячую воду в общей ванной. Все постояльцы гостиницы пользуются одной и той же водой, и загрязнять ее немытым телом, шампунем или мылом считается крайне некультурным поведением. Онсэн – это место для отдыха и релаксации не только для вас, но и окружающих, поэтому старайтесь не шуметь и не говорить на повышенных тонах. Держите свои драгоценности подальше от пара, так как содержащиеся в нем вещества могут вызвать потемнение металла. Беременным женщинам, младенцам и маленьким детям, а также лицам с высоким кровяным давлением нельзя погружаться в самые горячие ванны без консультации врача. Самые популярные онсэны находятся в городах Хаконэ преф. Канагава у подножия действующего вулкана, Ноборибэцу на Хоккайдо, где можно полюбоваться гейзерами «Долины ада», и Ибусуки в преф. Кагосима, известной своими песочными закапываниями (человека закапывают в специальный песочный онсэн). После посещения онсэна никто не остается равнодушным, и путешественникам всегда хочется посетить термальные источники еще не один раз.

Дзиндзя

Синтоистское святилище (дзиндзя) легко узнать по алым воротам тории у входа. Храмы обычно окрашены в красный и белый цвета, символизирующие мужское и женское начала. Поскольку боги в синтоизме не имеют четкого облика, их изображений в храмах нет, хотя перед входом обычно стоит пара комаину (лев- собака), охраняющих храм от сил зла. В некоторых храмах есть статуи животных, считающихся божественными посланцами. Часто это лиса - прислужница божества дома и урожая Инари. Нередко дзиндзя украшаются фигурами лошадей, почитаемых за приносимую ими пользу. Синтоистские обряды и традиции основаны на культе природных объектов и почитании душ умерших. Синтоизм – это религия земледельцев, и в ритуальные обязанности императора, как верховного жреца Синто, до сих пор входят церемонии посадки и сбора риса на территории дворца. От новогодних костров в деревенских храмах до праздников мацури синтоизм повсюду прочно связывает японцев. Во время фестивалей мацури проходит процессия микоси (переносных святилищ). Около 70 млн человек посещает в Новый год святилища, чтобы вознести молитву богам с просьбами о покровительстве. Синтоистских святилищ в Японии насчитывается несколько тысяч, чтобы ра-

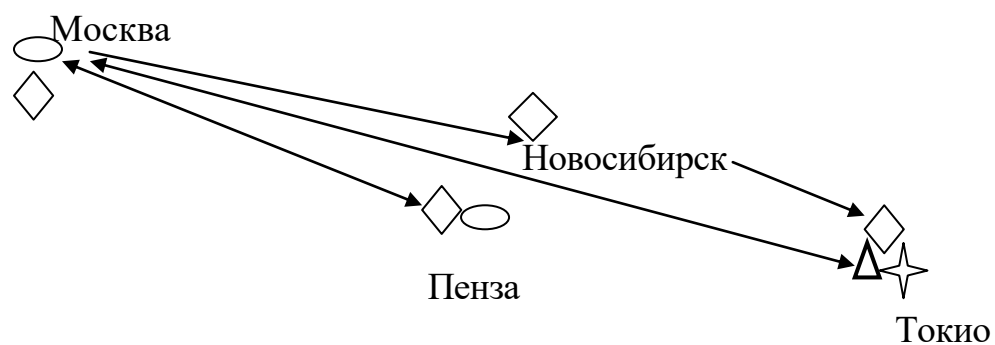
зобратся во всем этом многообразии их можно классифицировать в следующие группы: Императорские дзингу Это святыни, которые непосредственно финансировались и управлялись правительством в течение эры государственного Синто. Они включают многие из самых важных святынь Синто, как святыня Исэ, святыня Идзумо и святыня Ацута, также множество других святынь, отстроенных в течение периода Мэйдзи, как, например, святыня Мэйдзи в Токио и святыня Хэйан в Киото. Императорские святыни украшены гербом императорской семьи – хризантемой. Их часто называют «дзингу», а не «дзиндзя». Святыни Инари Святыни Инари посвящены Инари, божеству риса. Они украшены статуями лисы, поскольку лиса считается посыльным от Инари. Есть несколько десятков тысяч святынь Инари в Японии, среди которых святыня Инари Фусими в Киото является самой известной.

Правила поведения в дзиндзя

Синтоизм остерегается всего нечистого, поэтому перед тем, как войти в синтоистское святилище, необходимо помыть руки и ополоснуть рот водой из водоема у входа. Затем оповестите бога о своем приходе, потянув за шнур колокола, висящего перед алтарем, опустите несколько монеток в ящик перед входом и дважды хлопните в ладоши. Сложите ладони и помолитесь, наклонившись к алтарю. Входя в святилище или в храм, если только полы там не каменные, оставляйте обувь у входа или носите с собой. Для этого часто выдаются пластиковые пакеты, особенно, если вам придется выходить другим путем. В одних храмах можно фотографировать, в других фотосъемка разрешена только без вспышки, в третьих - запрещена. Об этом вам скажет гид либо служащие храма.

Приложение В

Схема маршрута группового тура для специалистов медицинского профиля в Японию



Условные обозначения:

- Δ - города проживания
- $\star$ - города, входящие в обязательную программу
- $\diamond$ - города прилёта и вылета
- $\leftarrow$ - маршрут «туда»
- $\longleftrightarrow$ - маршрут «туда и обратно»

Рисунок В.1 – Схема маршрута

Приложение Г

Образец договора на оказание услуг по приёму и размещению в гостинице

Договор на оказание услуг по приему и размещению клиентов в гостинице № _____

г. _____

« ____ » _____ г.

_____ в лице _____,
действующего на основании _____, именуемый в
дальнейшем «Заказчик», с одной стороны, и _____
в лице _____, действующего на основании _____,
именуемый в дальнейшем «Исполнитель», с
другой стороны, именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящий договор, в
дальнейшем «Договор», о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Исполнитель осуществляет прием и размещение клиентов Заказчика в гостинице
«_____» на условиях, оговоренных настоящим договором, а Заказчик обязуется
своевременно оплачивать счета Исполнителя.

2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Исполнитель оказывает услуги по настоящему Договору на основании письменной
заявки Заказчика согласно временных тарифов на проживание в гостинице
«_____» и Положению о предоставлении услуг гостиницы «_____».

2.2. Заказчик подает заявку на размещение с указанием количества человек, категории
номеров и срока пребывания.

2.3. В случае получения заявки Заказчика за сутки или более до заезда, Заказчик
дополнительно оплачивает «бронь» в размере _____% от стоимости номера за первые
сутки.

2.4. Исполнитель, при наличии свободных номеров, подтверждает заявку Заказчика и
предоставляет услуги, согласно п.2.1.

2.5. Исполнитель вправе изменять тарифы на предоставляемые услуги в одностороннем
порядке. Исполнитель своевременно извещает Заказчика об изменении тарифов на
оказываемые услуги.

3. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

3.1. Исполнитель в течение _____ рабочих дней после выполнения каждой заявки
Заказчика, по факту проживания направляет в адрес Заказчика акт выполненных работ
(оказанных услуг), счет и счет-фактуру. Заказчик обязан в течение _____ рабочих дней
подписать акт выполненных работ (оказанных услуг) и направить второй экземпляр акта
Исполнителю или представить свои возражения.

3.2. Заказчик обязан оплатить счета Исполнителя в течение _____ рабочих дней с момента
их получения.

3.3. В случае задержки оплаты счетов, Заказчик уплачивает пени в размере учетной ставки

рефинансирования ЦБ от суммы просроченного платежа за каждый день просрочки.

4. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ

4.1. При частичном или полном невыполнении Сторонами своих обязательств по настоящему Договору, вызванном действием обстоятельств непреодолимой силы, Стороны освобождаются от ответственности.

5. РАССМОТРЕНИЕ СПОРОВ

5.1. Все споры и разногласия разрешаются путем переговоров. В случае, если Стороны не пришли к согласию, спорные вопросы разрешаются в Арбитражном суде г. _____.

6. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

6.1. Настоящий договор вступает в силу со дня его подписания и действует до «__» _____ года.

6.2. Срок действия договора может быть продлен на следующий календарный год, если ни одна из сторон не уведомит другую сторону о прекращении договора за _____ дней до даты его окончания.

7. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА И БАНКОВСКИЕ РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

Исполнитель

Юридический адрес: _____

Почтовый адрес: _____

Телефон/факс: _____

ИНН/КПП: _____

Расчетный счет: _____

Банк: _____

Корреспондентский счет: _____

БИК: _____

Подпись: _____

Заказчик

Юридический адрес: _____

Почтовый адрес: _____

Телефон/факс: _____

ИНН/КПП: _____

Расчетный счет: _____

Банк: _____

Корреспондентский счет: _____

БИК: _____

Подпись: _____

Приложение Д

Полис путешественника компании «Zetta»



Страховщик: Общество с ограниченной ответственностью «Зетта Страхование», Лицензии ЦБ РФ СЛ № 1083, СИ № 1083 Россия, 121087, Москва, Багратионовский проезд, д. 7, корп. 11, email: info@zettains.ru, www.zettains.ru Insurer: Zetta Insurance Company Ltd., Licenses of the Central Bank of the Russian Federation СЛ № 1083, СИ № 1083 Bagrationovsky proezd, 7 bld. 11, Moscow, 121087, Russia, email: info@zettains.ru, www.zettains.ru

ПОЛИС ПУТЕШЕСТВЕННИКА / Travel Insurance Policy № TRV-0010204030

Страхователь Policyholder	KONOVALOVA TATIANA			Валюта договора Currency of contract	EUR
Дата выдачи Issue date	11.02.2015	Период страхования с Insurance period from	11.02.2015	по to	11.02.2015
Программа страхования Insurance Scheme	N-2	Территория страхования Insurance Territory	SCHENGEN		
		Страна пребывания Country of temporary stay	Hungary, Netherlands, Schengen		

Застрахованные лица / (Фамилия и имя) The Insured persons / (Last name, Name)	Дата рождения Date of birth	Страховая сумма на одного застрахованного/ Sum insured per person	
		По Программе страхования According Insurance scheme	Страхование от несчастных случаев Personal Accident Insurance
KONOVALOVA TATIANA	11.02.1985	50000	--
		--	--
		--	--
		--	--
		--	--
		--	--

Безусловная франшиза по программе страхования
Deductible According Insurance scheme

Общая премия уплачена в размере
Total premium paid

230.49

руб

Дополнительные условия
Additional provisions

--

Программа страхования:	N-2
Страховая сумма (USD/EUR)	50000
Страховые риски	Лимит ответственности (USD/EUR)
медицинская транспортировка	15000
посмертная репатриация тела	15000
экстренная стоматологическая помощь	150
медицинские расходы	50000
возвращение после длительной госпитализации	1000
оплата срочных сообщений	50
эвакуация детей	1000
проживание и проезд третьего лица	--
визит третьего лица	--
досрочное возвращение Застрахованного	--
временное возвращение Застрахованного	--
задержка авиарейса	--
юридическая помощь	--
потеря или похищение документов	--
отмена поездки (кроме риска неполучения визы)	--
ГО перед третьими лицами	--
прерывание поездки	--
гибель, утрата, повреждение багажа	--

По программ NB полис действует на территории страхования в течение одного года при условии, что продолжительность одной поездки не превысит 3 месяцев (91 день).
По программе Multi полис действует только на территории Т-XXIV в течение всего периода страхования, но в совокупности не более количества дней, указанного в полисе

Страхователь во исполнение требований Федерального закона от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» обязуется предоставить Страховщику по его запросу документы и сведения для проведения идентификации Страхователя, его представителя, а также доприобретателя, бенефициарного владельца, а также в случае необходимости обновления данных сведений.

Договор страхования (Полис) заключен в соответствии с «Правилами страхования граждан, выезжающих за границу» ООО «Зетта Страхование» от 02.02.2015 г. (далее - Правила). Заключение / принятие / оплата Полиса является подтверждением согласия Страхователя / Застрахованного лица на обработку персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 г. №152-ФЗ «О персональных данных»; на использование факсимильного воспроизведения подписи и печати Страховщика и подтверждает получение Правил и согласие им следовать. При необходимости Страхователь / Застрахованное лицо может получить полную информацию о Страховщике, продуктах страхования, Правилах на официальном сайте www.zettains.ru.

Страховщик:



Dear Doctor,

If the Insured person has «Zetta» international insurance policy and he is admitted to your clinic or hospital as an outpatient or inpatient, so the Assistance Company must be immediately notified.
Please dial one of the following phone numbers in order to verify coverage and arrange direct payment of medical expenses.
Please submit the following information to the Assistance Company: Insured's full name, number and validity of the Policy; The place and telephone number the Insured can be reached;
A brief description of the problem and nature of assistance required

При заболевании или несчастном случае, прежде чем предпринять какие-либо действия, ВАМ НЕОБХОДИМО
связаться с Сервисной компанией по телефонам, указанным ниже.

Расходы, понесенные без согласования со Страховщиком, возмещению не подлежат.

При самостоятельной оплате ранее согласованных со Страховщиком медицинских услуг Страхователь / Застрахованное лицо должен в письменном виде заявить об этом Страховщику по возвращении из поездки и предоставить все необходимые документы, подтверждающие факт наступления страхового случая и оплаты расходов.

Телефоны центров Сервисной компании AP Companies / Assistance AP Companies contacts:
Все страны мира (включая Россию и СНГ) / Worldwide including Russia & CIS +7 (495) 989 51 28

Австрия/Austria	+ 43 (1) 2297180	Грузия/Georgia	+ 995 (32) 2470286	Румыния/Romania	+ 40 (31) 8107773
Болгария/Bulgaria	+ 359 (2) 4917023	Германия/Germany	+ 49 (711) 93709491	Словакия/Slovakia	+ 421 (2) 20510323
Китай/China	+ 86 (10) 84181772	Израиль/Israel	+ 972 (3) 9155759	Испания/Spain	+ 34 (93) 1702286
Хорватия/Croatia	+ 385 (21) 770715	Италия/Italy	+ 39 (06) 90280643	Швеция/Sweden	+ 46 (8) 12111183
Чехия/Czech Republic	+ 420 (2) 26258134	Литва/Lithuania	+ 370 (5) 2078166	Таиланд/Thailand	+ 66 (60) 0035220
Финляндия/Finland	+ 358 (9) 42599705	Польша/Poland	+ 48 (22) 4908704	Турция/Turkey	+ 90 (242) 9880236

Страховая компания ООО «Зетта Страхование» желает Вам крепкого здоровья и приятной поездки!

www.tatitraveler.com

Рисунок Д.1 – Образец полиса страхования туриста