

**Akční plán rozvoje produktu
medicínského cestovního ruchu
Centrály cestovního ruchu Jižní Moravy:
Cestování za zdravím v Brně a
Jihomoravském kraji 2022+
(pilotní projekt)**

„SPOJENECTVÍ, KTERÉ POSUNE CESTOVÁNÍ NA JINÝ LEVEL“

Tento projekt byl vytvořen v rámci projektu „Posílení marketingových aktivit a rozvoj nabídky destinace Jižní Morava“ realizovaného za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Obsah

Úvod	4
1. Základní východiska a cíle pro tvorbu Plánu MCR.....	5
1.1. Metodická východiska	5
2. Medicínský cestovní ruch	6
2.1. Motivy účasti na medicínském cestovním ruchu	8
2.2. Medicínský cestovní ruch v Evropské Unii a ve vybraných zemích	9
2.3. Medicínský cestovní ruch na Slovensku	10
2.4. Medicínský cestovní ruch v Německu	11
2.5. Medicínský cestovní ruch v Rakousku	12
2.5.1. Výstup dotazníku březen 2022:	14
Profil preferovaných TOP národností brněnských klinik	14
2.6. Medicínský cestovní ruch v Maďarsku	16
2.7. Medicínský cestovní ruch v USA.....	17
3. Význam cestovního ruchu v České republice a Jihomoravském kraji a jeho trendy.....	19
3.1. Základní údaje o Jihomoravském kraji a analýza lokace pro medicínský cestovní ruch	21
3.2. Pandemie covid-19 v Jihomoravském kraji	22
3.3. Analýzy nabídky cestovního ruchu Jihomoravského kraje.....	23
4. Medicínský cestovní ruch v České republice	24
4.1. Ekonomické benefity zdravotně orientovaného cestovního ruchu	25
4.2. Statistické údaje medicínského cestovního ruchu v ČR (ÚZIS).....	25
4.3. European Health Consumer Index (EHCI).....	27
4.5. Internetové portály zdravotně orientovaného cestovního ruchu v ČR.....	28
4.5.1. www.medicaltravelczech.com	28
4.5.2. www.pragamedica.com	28
4.5.3. www.mediczech.com	29
4.5.4. Medical Tourism Guide Czech Republic	29
4.5.5. www.treatmentabroad.com	30
5. Desatero pro fantastický potenciál rozvoje MCR v Brně a Jihomoravském kraji.....	30
6. Lékařské obory vhodné pro medicínský cestovní ruch	30
7. Strukturovaná SWOT analýza	31
8. Strategické cíle a priority MCR a akční plán	33
8.5. Využití plného potenciálu Brna a Jihomoravského kraje	34
8.5.5. Akční plán	36

8.6.	Účelová podpora klinik ve vybraném segmentu	37
7.2.2.	Akční plán	38
8.7.	Podpora sběru dat	38
8.7.5.	Akční plán	38
9.	Komunikační mix strategie MCR Brno medical	39
10.	System monitorování a evaluace realizace Plánu MCR.....	40
11.	Harmonogram rozvoje MCR 2022/2023- příloha č. 1	41
12.	Personální obsazení produktu MCR 2022: návrh hierarchie ideální stav.....	41
13.	Rozpočet pro pilotní projekt MCR 2022 – příloha č. 2	42
14.	Rozpočet pro MCR 2023 – příloha č.3	42
15.	Seznam obrázků/grafů	43

Úvod

Akční plán rozvoje produktu medicínského cestovního ruchu Centrály cestovního ruchu Jižní Moravy 2022+ (dále jen Plán „MCR“) je střednědobý strategický dokument v oblasti cestovního ruchu. Plán stanoví výchozí rámec pro dílčí koncepční rozvoj Centrály cestovního ruchu Jižní Moravy (dále jen „CCRJM“) v oblasti cestovního ruchu za zdravím, kterým se řídí při svém rozhodování.

Dokument představuje základní východiska pro strategické plánování CCRJM v oblasti marketingové komunikace cestovního ruchu za zdravím a zároveň slouží jako podklad pro rozpočtové analýzy. Během tvorby Plánu MCR celý segment cestovního ruchu prochází bezprecedentní proměnou vzhledem k pandemii Covid-19 a tento fakt pro celý jeho budoucí vývoj bude potřeba zohlednit.

Město Brno se v posledním desetiletí stalo mezinárodní ikonou a sídlem inovací, centrem vědy mj. i lékařského výzkumu, což pro odvětví medicínského cestovního ruchu spolu s mezinárodní erudicí českých lékařů je vnímáno jako velmi důležitý pilíř pro rozvoj v této segmentaci cestování.

Cílem autorky Plánu MCR bylo vytvořit pilotní dokument, který bude v první řadě realizovatelný, efektivní a zejména bude udávat smysluplný směr dalšího rozvoje medicínského cestovního ruchu na území města Brna a Jihomoravského kraje a také synergicky navazovat na marketingovou koncepci dalších pilířů rozvoje CCRJM.

1. Základní východiska a cíle pro tvorbu Plánu MCR

Plán MCR si klade za cíl analyzovat současný stav zdravotní turistiky na mezinárodním poli, určit správné a konkrétní marketingové postupy a zacílení na primární trhy s nabídkou služeb.

Dalším neméně důležitým cílem je analýza cestování a cestování za zdravím v České republice, konkrétně v Brně a Jihomoravském kraji chápané jako produkt cestovního ruchu, který může být jeden z klíčových pro ekonomiku cestovního ruchu v následujících letech.

V rámci Plánu MCR byli identifikováni: hlavní aktéři, kteří participují na účasti zdravotní turistiky v České republice; primární trhy (zdrojové trhy); poptávané a propagované služby; profil zdravotního turisty a další podmiňující faktory jako jsou například vízové požadavky, nebo přeshraniční zdravotní směrnice a přístup do České republiky.

Konečným cílem této analýzy je identifikovat silné a slabé stránky tohoto odvětví v České republice a vytvořit budoucí akční plán včetně zapojených aktérů MCR, který ovlivní poptávku a nabídku a zařadí tak město Brno na mezinárodní mapu zdravotní turistiky.

Při tvorbě Plánu rozvoje MCR byla provedena rámcová analýza podmínek pro rozvoj medicínského cestovního ruchu v Jihomoravském kraji a městě Brno. Součástí je analýza lokace, hloubková rešerše dostupných dat (odborné periodika, články, zdroje), kvalitativní rozhovory s aktéry MCR v Brně, nabídka a poptávky MCR, analýza potřeb a bylo provedeno vyhodnocení celkového potenciálu MCR pro město Brno a Jihomoravský kraj.

1.1. Metodická východiska

Vzhledem k tomu, že se jedná o studii cestovního ruchu, jsou uplatňovány nástroje a metodologie orientované na znalost potřeb a očekávání potenciálních turistů a agentur (firem a institucí), kteří se podílejí na jeho rozvoji: analýza a profil poptávky, marketingové metody, trendy v cestovním ruchu, nebo budoucí směřování celé značky.

Studie zahrnuje analýzu včetně samotné evaluace mezinárodní nabídky vytipovaných trhů pro možnou marketingovou propagaci MCR značky *Brno medical* do dané oblasti. Zvláštní pozornost je určena na témata jako bezpečí, excelentní standard pro pacienta, nebo inovace (marketing, produkt, technologie). Tyto atributy se navíc mohou stát odlišujícím prvkem nabídky Brna v konkurenci ostatních destinací, které pro byly vybrány: Maďarsko, Rakousko, Velká Británie, Slovensko, USA, nebo Itálie.

2. Medicínský cestovní ruch

Medicínský cestovní ruch¹ patří mezi nejmladší typ zdravotně orientovaného cestovního ruchu, který vznikl z potřeby získat rychleji, kvalifikovaněji, levněji a příjemněji „klasické“ zdravotní zákroky.

Pojem medicínský cestovní ruch není úplně jasně definován, proto se v zahraničí, ale také v české literatuře můžeme setkat s pojmy jako *Health tourism* (zdravotní cestovní ruch), *Medical tourism* (medicínský cestovní ruch) nebo *Spa tourism* (lázeňský cestovní ruch). „V české odborné literatuře především pojmy *Health tourism* a *Medical tourism* nemají svůj jednoznačný český odborný ekvivalent, nejsou přesně definovány a používají se někdy jako synonyma, někdy se zaměňují i s lázeňským cestovním ruchem a může být medicínský cestovní ruch definován jako „cestování do destinací k podstoupení léčebných postupů, jako je chirurgie nebo další odborné zásahy.“ Medical turista je člověk, jehož primárním a výlučným motivem k cestě mimo území svého státu je lékařské ošetření. Do skupiny medical turistů nepatří cizinci ošetření v zahraničí na základě akutní potřeby, „wellness turisté“ neboli lidé, kteří vyhledávají lázeňskou péči nebo alternativní léčbu (akupunktura, masáže) a emigranti, resp. expatriati, kteří vyhledávají lékařskou péči v zemi, kde žijí. Stejně tak se za medical turistu nepovažuje člověk, který do místa poskytování lékařské péče dojíždí ze sousední země, protože je to pro něj nejbližší, neuvažuje o ošetření v jiné zemi, a finanční stránka hraje minimální roli.

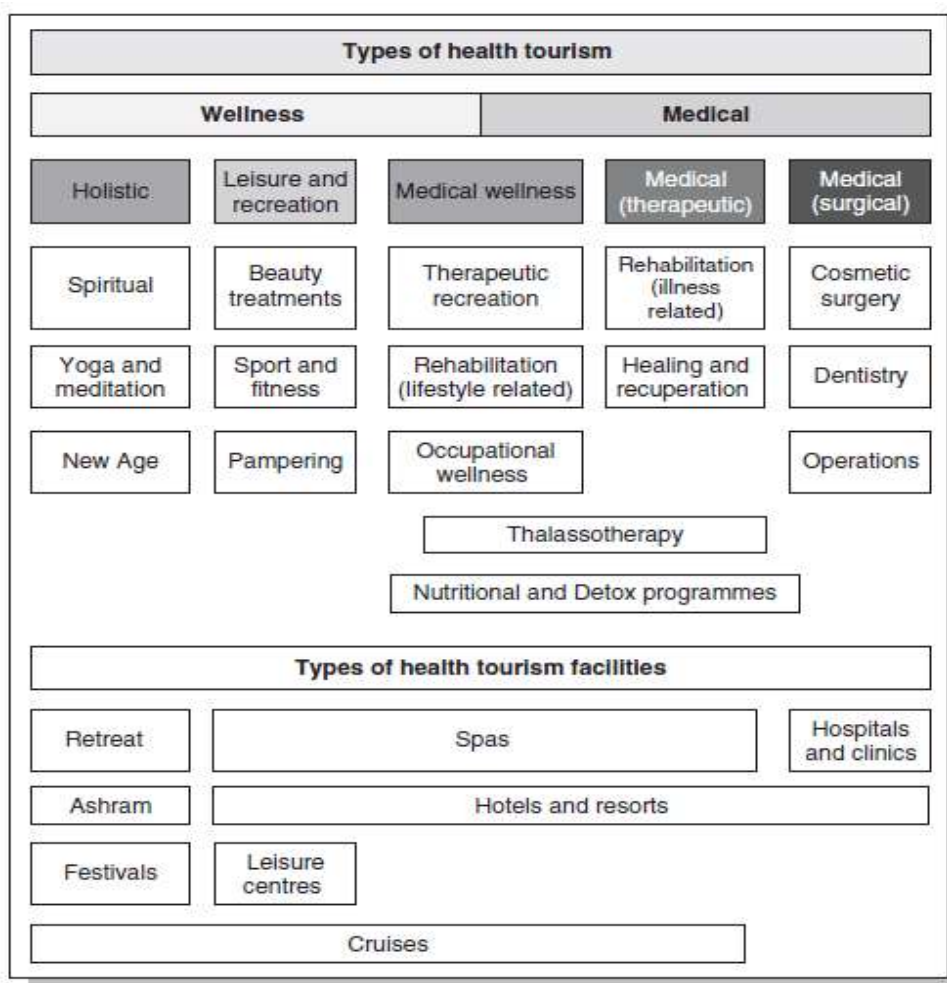
Zdravotně orientovaný cestovní ruch se specializuje zejména na zdravotní stav turistů. Vzhledem ke zvyšujícímu se zájmu lidí o zdravý životní styl a fyzickou a duševní pohodu, lze konstatovat, že je tento druh cestovního ruchu čím dál více oblíbený. Zdravotně orientovaný

¹ Zdroj: Benešová, P., Kruisová, H; *Zdravotně orientovaný cestovní ruch*; 2013; ISBN 978-80-85970-77-7

cestovní ruch se specializuje zejména na zdravotní prevenci, rehabilitaci, zotavování i léčení následků nejrůznějších chorob hlavně v souvislosti s pobytem v lázních nebo jiných centrech cestovního ruchu s příhodným zdravotním prostředím.

Tento speciální typ cestovního ruchu, který se soustřeďuje také do lázní a jiných rekreačních středisek, přičemž nejdůležitějším podnětem pro jeho absolvování je zlepšování zdravotního stavu turistů. Děje se tak zpravidla díky kombinaci samotné léčby a jiných doprovodných zdravotních služeb, včetně setrvání na místě s léčebnými účinky (příhodné klima, oblast u moře, léčivé prameny), změn životosprávy, fyzického cvičení, stravovacích návyků a uvolňovacích programů.

Obrázek 1: Typologie zdravotně orientovaného cestovního ruchu



Zdroj: SMITH, M., PUCZKÓ, L., *Health and wellness tourism.*, s. 7.

2.1. Motivy účasti na medicínském cestovním ruchu

Motivy účasti na medicínském cestovním ruchu mohou být následující: ²

1. Menší finanční náročnost než v domovském státě

Menší náklady na léčbu bývají tím nejhlavnějším impulsem pro to, že jedinec vycestuje do zahraničí v rámci medical tourismu. Lidé, kteří si z ekonomických důvodů nemohou dovolit ve svém státě absolvovat určitý lékařský zákrok, proto cestují do zemí, kde jsou podobné zákroky finančně méně náročné.

2. Kratší čekací lhůty v porovnání s domovským státem

V některých státech je sice lékařská péče ekonomicky dostupná, nicméně na příslušný zákrok by pacient musel čekat několik týdnů nebo měsíců (především ty zákroky, které jsou hrazeny zdravotními pojišťovnami). Proto se tito jedinci mohou rozhodnout vycestovat do zahraničí, kde na daný lékařský zákrok nemusí tak dlouho čekat.

3. Kvalitnější zdravotní péče

Klienti, kteří žijí v rozvojových státech, mnohdy nemají možnost ve své zemi podstoupit kvalitní lékařské zákroky, a to zejména z důvodu chybějící techniky či přístrojového vybavení nebo absence kvalifikovaného zdravotnického personálu. Častokrát bývá hlavním důvodem výběru zdravotnického zařízení v cizím státě prokazatelně kvalitnější zkušenost s léčbou konkrétní nemoci nebo uskutečněním příslušného léčebného zákroku.

4. V domovském státě nejsou dostupné příslušné léčebné metody a postupy

V některých státech nemají obyvatelé z nejrůznějších důvodů možnost podstoupit příslušnou léčbu nebo proceduru. Příčina může spočívat např. v administrativních, náboženských nebo etických důvodech.

5. Eventualita kombinace léčebného zákroku a dovolené

² Zdroj: Kotíková, H., *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*; 2013; ISBN: 978-80-247-4603-6

Lidé, kteří vycestují za léčebným zákrokem do zahraničí, mnohdy jako doprovod berou své rodiny. Jestliže se jedná o banální chirurgický zákrok nebo estetickou proceduru, je zde velký potenciál pro spojení léčebného zákroku s dovolenou.

6. Vyšší anonymita klienta

Zajištění anonymity představuje další motiv, proč se jedinec rozhodne upřednostnit zahraniční léčebné procedury a zákroky před léčbou ve své zemi. Zejména celebrity z důvodu co největšího zachování soukromí podnikají cesty v rámci *medical tourismu* do zahraničí.

2.2. Medicínský cestovní ruch v Evropské Unii a ve vybraných zemích

V Evropské unii³ (dále jen v „EU“) je neodkladná zdravotní péče poskytována na základě evropského průkazu pojištěnce. Po jeho předložení by zdravotnické zařízení nemělo od pacienta požadovat žádnou úhradu, s výjimkou poplatků, které při stejném zákroku platí tamní pacienti, tedy nejsou hrazeny ze zdravotního pojištění v daném státě. Na základě společných pravidel EU si pacient může v zásadě sám vybrat, ve kterém členském státě absolvuje plánovanou léčbu, vyšetření nebo zákrok, s výjimkou zdravotních výkonů, při kterých je vyžadován souhlas zdravotní pojišťovny. Souhlas zdravotní pojišťovny není potřebný například na porod, ošetření zubního kazu nebo jakékoli vyšetření s výjimkou genetických a metabolických. Pacient však musí počítat s tím, že za zdravotní péči v zahraničí sám zaplatí a zdravotní pojišťovna mu přeplatí náklady pouze do výše úhrady za takový výkon v České republice. Pojišťovna pacientovi uhradí pouze přímé náklady vynaložené na zdravotní péči. Další náklady, například cestovní, ubytování doprovázejících osob, náklady na tlumočnicka, si pacient platí sám.

Evropský průkaz zdravotního pojištění má následující kritéria a platí:

1. územní platnost je ohraničena na členské státy EU, EHP a Švýcarsko
2. pokrývá potřebnou ne jen neodkladnou zdravotní péči
3. kryje náklady v neomezeném finančním rozsahu

³ Zdroj: https://onkoinfo.sk/prava_pacienta_liecba_v_zahranici.html

4. vztahuje se na všechny věkové skupiny
5. pokrývá i chronická onemocnění
6. platí jen ve veřejném systému (ve smluvních zdrav. zařízeních, nevztahuje se na ošetření u soukromých lékařů)
7. pojištěnec si musí uhradit spoluúčast ve stejné výši, jako platí pojištěnci dané země
8. nekryje repatriaci a asistenční služby
9. vystavení je bezplatné

2.3. Medicínský cestovní ruch na Slovensku

Při rešerši dostupných dat jsme nenašli agenturu sídlící na Slovensku, která by nabízela nabídku zdravotního cestovního ruchu do jiných zemí, nebo by odkazovala na konkrétní možnosti pro potenciální zájemce. Tedy vnímáme, že sousední stát by pro nás neměl být žádnou konkurencí a může být potenciálně zajímavý pro podporu právě pro slovenské turisty pro cestování za zdravím a to především do soukromých brněnských klinik. Všechny dostupné informace jsou čistě ohledně pojištění, výše proplácení a žádostech/procesu řešení s pojišťovnou. ⁴Standard a kvalita slovenských nemocnic je vzhledem k blízkosti k České republice na podobné úrovni, i když každoročně se na území České republiky účast na zákroku zvyšuje (25.449 pacientů v roce 2020).⁵

Postup slovenské všeobecné zdravotní pojišťovny při schvalování úhrady nákladů za plánovanou zdravotní péči v členských státech EU, na Islandu (IS), v Lichtenštejnsku (LI), v Norsku (NO) a ve Švýcarsku (CH) má pojištěnec nárok na náhradu nákladů zdravotní péče se souhlasem příslušné zdravotní pojišťovny, jde-li o plánovanou zdravotní péči poskytnutou v jiném členském státě, k níž příslušná zdravotní pojišťovna udělila souhlas:

1. onemocnění není možné léčit na Slovensku v přiměřené lhůtě při zohlednění současného zdravotního stavu pojištěnce a možného vývoje jeho onemocnění
2. požadovaná léčba, ani ekvivalent léčby srovnatelnou účinností a bezpečností léčby, se na Slovensku neprovádí

⁴ Zdroj: <https://www.vszp.sk/poistenci/zdravotna-starostlivost-zahranici/planovana-liecba-cudzine.html>

⁵ Zdroj: ÚZIS ČR, Roční výkaz V (MZ) 1-01

3. byly vyčerpány všechny možnosti léčby a léčbou v jiném členském státě se očekává podstatné zlepšení zdravotního stavu pojištěnce nebo zabránění zhoršení zdravotního stavu pojištěnce
4. pojištěnec má bydliště v jiném členském státě a chce pokračovat v léčbě, která začala na Slovensku, v místě bydliště, nebo onemocnění vyžaduje použití vysoce specializované a nákladné zdravotnické infrastruktury nebo medicínského vybavení, které nejsou dostupné na Slovensku.

Doporučení a závěr:

V prvotní fázi projektu cestování za zdravím by se marketingová podpora CCRJM měla zaměřit na zmapování potřeb slovenských klientů/pacientů.

2.4. Medicínský cestovní ruch v Německu

Německo⁶ je stále oblíbenější destinací lékařů a je velmi často skloňováno jako „nemocnice Evropy“ pro svoji vysokou kvalitu zdravotní péče, přísné etické standardy a rychlý přístup ke specialistům. Lékařská péče v Německu má také vynikající poměr ceny a kvality. Německo není nejlevnější lékařskou destinací na světě, ale náklady na lékařskou péči v Německu jsou výrazně nižší než v mnoha jiných průmyslově vyspělých zemích – zejména tak jako v USA.

Německo má vynikající mezinárodní pověst pro kvalitu svého systému zdravotní péče. Úroveň péče v německých nemocnicích je extrémně vysoká, má kvalifikované lékaře, sestry a další specialisty. Lékařská technika a možnosti dostupné léčby jsou rovněž na špičkové úrovni díky svými technickými inovacemi a špičkovým inženýrstvím. Téměř všechny německé nemocnice jsou vybaveny excelentní zobrazovací technologií a mnoho specializovaných klinik má nejmodernější vybavení, které pacientům poskytuje nejnovější léčbu.

Také zde můžeme zmínit přísné zákony na ochranu bezpečnosti pacientů, vysoké hygienické opatření, transparentnost výsledků léčby, nebo komplexní následnou péči věcí, které jsou standardem pro léčbu.

⁶ Zdroj: <https://medicaltourismbusiness.com/inbound-medical-tourism-germany/>

Německo je atraktivní destinací pro zdravotní turistiku, a i když nejsou přesné statistiky návštěvnosti cestování za zdravím, odhaduje se, že každoročně Německo navštíví 150.000-250.000 turistů za touto problematikou z celého světa, nejvíce však z Ruska a blízkého východu (Turecko), poté také z Nizozemska, Anglie, Rakouska.

Německo je vyhledávané především pro ortopedické zákroky a ošetření páteře, minimálně invazivní srdeční procedury a nejmodernější onkologická centra, ale nabídka je komplexní napříč obory stejně jako v České republice (IVF, léčba obesity, oftalmologie, prevence aj.).

Mezi největší německé agentury patří:⁷

- Booking Health (www.bookinghealth.com)
- DEUTSCHMEDIC GMBH (www.deutschmedic.com)
- IPS-GERMANY (www.internationalpatientsgermany.com)
- KLINIKUM MEDICAL LINK (www.klinikummedicallink.com)
- PREMIER HEALTHCARE GERMANY (www.premier-healthcare.eu)
- SURGICAL EXPERTS (www.surgical-experts.de)

Doporučení a závěr:

V prvotní fázi projektu cestování za zdravím by se marketingová podpora CCRJM neměla primárně týkat trhu Německa.

2.5. Medicínský cestovní ruch v Rakousku

⁷ Zdroj: <https://medicaltourism.review/providers/travel-agent/in/germany/all>

Na rozdíl od mnoha východoevropských a asijských zemí, které se úspěšně angažují na trhu lékařského cestovního ruchu, představuje Rakousko⁸ poměrně drahou cílovou zemi. Přestože chybí spolehlivá data o současném rozsahu příjezdových lékařských cest, země má dlouholetou tradici v poskytování vysoce kvalitní péče pacientům ze zahraničí. Většina pacientů ve vídeňských nemocnicích pochází z Ruska, Ukrajiny, Kazachstánu, Ázerbájdžánu, Běloruska, Gruzie, Čečenska, Srbska a Turecka. Historicky bylo Rakousko atraktivní i pro lékařské cestovatele z arabských zemí. Jejich podíl však neustále klesá v důsledku zdokonalování jejich vlastních zdravotních systémů (v neposlední řadě s cílem vytvořit z těchto zemí lékařské cestovní destinace), ale také kvůli novým lékařským turistickým destinacím pro pacienty z arabských zemí. V rámci EU pochází většina lékařů ve vídeňských nemocnicích z Rumunska, v menší míře z Maďarska, Polska, Slovenska nebo Bulharska. Celkově je podíl zahraničních pacientů ve vídeňských nemocnicích – definovaných jako pacienti navštěvující Vídeň za účelem plánované lékařské péče – nízký (pouze 10%). Nejvíce využívané nemocniční zákroky jsou rutinní prevence, onkologické a ortopedické zákroky. Dostupnost vynikajících lékařských odborníků a moderní lékařské techniky v Rakousku přitahuje pacienty se specifickými potřebami. Kromě rutinních prohlídek a sekundárních služeb rakouských specialistů je onkologie velmi žádaným oborem.

Vzhledem k tomu, že onkologická léčba často vyžaduje více návštěv v častých časových intervalech, geografická vzdálenost mezi zemí původu a zemí léčby se stává rozhodujícím faktorem. Vídeň v tomto ohledu jednoznačně těží ze své centrální polohy v Evropě, snadno dosažitelné z východní Evropy.

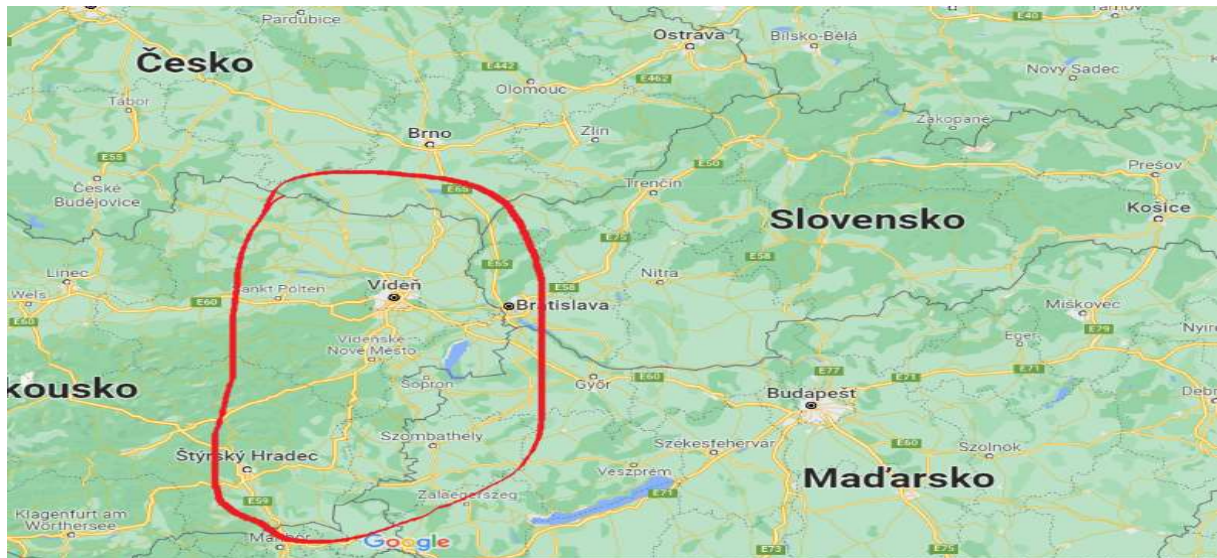
Zatímco Rakousko a většina ostatních evropských zemí se vyznačují tím, že pokrývá (téměř) celou populaci rozsáhlým balíčkem zdravotní péče, elektivní léčba v několika oborech vyžaduje značné spoluúčasti, nebo je dokonce zcela vyloučena z úhrady prostřednictvím systémů veřejné zdravotní péče. To se týká mnoha stomatologických, kosmetických ošetření, IVF, prevence, či oftalmologických zákroků, které pacienti využívají v sousedním státě a to Maďarsku.

Hlavními cílovými zeměmi pro oftalmologické zákroky jsou pro rakouské klienty zejména země střední a východní Evropy jako Polsko, Slovensko, Maďarsko a Česká republika, který má

⁸ Zdroj: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHOM-04-2020-0129/full/html#sec004>

k sobě velmi blízko vzhledem k ekonomickým, politickým a kulturním vazbám mezi zeměmi. Geografická blízkost pro východní obyvatele Rakouska a nižší náklady spojené s léčbou, nebo zákroky je důležitým faktorem pro volbu sousední země, jako je Maďarsko a kde vnímáme i velký potenciál pro město Brno.

Obrázek 2: Mapa Rakousko



Zdroj: <https://www.google.com/map>

Mezi největší rakouské agentury patří:

- Austro Medhelp (www.austromedhelp.com)
- Best treatment (www.best-treatment.com)
- Mondial Medica Reisebüro GmbH (www.mondial-medica.at)

2.5.1. Výstup dotazníku březen 2022:
Profil preferovaných TOP národností brněnských klinik

Obrázek 3: Dotazník kliniky 03/2022

Centrála cestovního ruchu
jižní morava

Údaje o společnosti

Jméno instituce
Adresa
Město
Stát
PSČ
Kontaktní telefon
Kontakt na koordinátora/koordinátorku kliniky
Webové stránky
Logo
Fotografie

Služba

Jakých je vašich 5 top služeb (pro zahraniční klienty)?
V čem vyniká vaše klinika nad konkurenčními destinacemi? (např. Prahou, Bratislavou, Budapeští atd. ...)
V čem vyniká Brno jako medicínská destinace?
Uvedte své věhlasné lékaře (aktuálně, historicky)?
Existují s nimi rozhovory, články? (uvedte odkazy)
Co si vaši pacienti pochvalují na vaší službě?
Je metoda (postup), vybavení, které byste chtěli zmínit?
Zapsala se vaše klinika do rozvoje brněnské medicíny? (uvedte s letopočty)
Má být na webu zmíněn medailonek předního lékaře, nebo metoda/vybavení?

Profil klientů (pacienta/pacientky)

Jaký je hlavní motiv výběru brněnské lokality? (**cena, kvalita produktu, dostupnost, menší čekací lhůta, anonymita, jiné - prosím specifikujte**)
Věkové rozhraní Vašich klientů (**19-26/26-35/ 35-60/ 60 a více**)
Pohlaví (**muž/žena**)
Cestují Vaši klienti s doprovodem?
Jaká je průměrná doba pobytu? (**1 den/2-3 dny/3-5 dnů/5 dnů a více.**)
Mají Vaši klienti zájem o služby hotelů a nabídku volnočasových aktivit? (**divadlo, restaurace, masáže, výlety a jiné - prosím specifikujte**)
Využívají Vaši klienti služeb koordinátora kliniky?
Jaké jsou nejvíce zastoupené národnosti Vašich klientů? (**Německo, Rakousko, Polsko, Slovensko, Maďarsko, UK, Itálie, Francie, Izrael, USA, Švýcarsko, Blízký východ, jiné - prosím specifikujte**)
Na jaké konkrétní trhy 1-3 bychom se měli v prezentaci Vašich služeb zaměřit?

Ochrana osobních údajů

Souhlasíte s nasdílením kontaktu dalším subjektům zainteresovaných do projektu Brno Medical? (**ano/ne**)

Zdroj: vlastní zpracování

2.5.1.1. Výstup TOP preferované národnosti pro rozvoj MCR

Obrázek 4: TOP preferované národnosti brněnských klinik 03/2022

TOP	
Maďarsko	3
Francie	1
Rakousko	5
Polsko	2
Slovensko	1
UK	1
Itálie	3
Slovinsko	1
Švýcarsko	
Německo	1

Zdroj: vlastní zpracování

Doporučení a závěr:

V prvotní fázi projektu cestování za zdravím by se marketingová podpora CCRJM měla týkat právě východní části Rakouska a správně zacílit vybranou OFFLINE/ONLINE KAMPANÍ.

2.6. Medicínský cestovní ruch v Maďarsku

Maďarsko⁹ je díky skvělé geografické ubikaci mezi západem a východem důležitou velmocí pro cestování za zdravím a každý rok umí přilákat pacienty z obou kontinentů. Kvalita a léčba je na vysoké úrovni s dobrou cenovou dostupností, která je srovnatelná s Českou republikou.

Podle dostupných statistik týkající se lékařské turistiky v Maďarsku jen v roce 2017 přilákala země více než 2 miliony lékařských turistů, což konkuruje i východním konkurentům.

Velkou část cílové skupiny pro zdravotní turistiku v Maďarsku proto tvoří Němci a Rakušané. Téměř celá maďarská lékařská společnost je schopna plynule konverzovat německy a maďarští zprostředkovatelé lékařské turistiky nabízejí svým německy mluvícím sousedům velmi výhodné cenové balíčky. Každý rok se do Maďarska vypraví více než milion rakouských, nebo německých turistů na lékařský zákrok.

Maďarsko je díky své geologické poloze snadno dostupné z celé Evropy. Na jeho území se nachází několik letišť nabízejících služby nízkonákladových leteckých společností. Neustále se zlepšující dálniční síť nabízí zase pohodlnou dopravu autem či autobusem.

Medicínská turistika v Maďarsku je cílena především na stomatologické služby (nejvíce aktivních stomatologických klinik v Evropě), terapeutická centra, která se nacházejí u přírodních horkých pramenů a nabízejí přírodní léčbu, a kterou navštěvují také klienti z Anglie, Ruska, Itálie, Dánska, nebo Švýcarska.

Hlavními zdravotnickými centry země jsou města Budapešť a Pécs.

Doporučení a závěr:

V prvotní fázi projektu cestování za zdravím by se marketingová podpora CCRJM měla inspirovat právě u facilitátorů a agentur v Maďarsku.

2.7. Medicínský cestovní ruch v USA

⁹ Zdroj: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHOM-04-2020-0129/full/html#sec004>

Zdravotní pojištění je v USA velmi drahé a složité. Na rozdíl od Kanady, většiny Evropy a mnoha dalších zemí, kde všeobecná zdravotní péče poskytuje základní úroveň pokrytí všem občanům, mají Spojené státy kombinaci soukromých a dvou druhů vládních programů.¹⁰

Veřejné programy, známé jako Medicare a Medicaid, jsou speciálně navrženy pouze pro seniory, osoby se zdravotním postižením, rodiny a jednotlivce s nízkými příjmy. Všichni ostatní si musí vytvořit soukromé pojištění buď prostřednictvím svého zaměstnavatele, nebo z vlastní vůle. Jinak v případě jakékoliv léčby je člověk sice ošetřen, ale výše nákladů za ošetření je astronomická¹¹.

Většina soukromých pojistných plánů vyžaduje, abyste u každého lékaře platili spoluúčast a spoluúčast – procento, které platíte spolu s pojistitelem.¹²

Právě pro tyto zmíněné faktory vysoké procento amerických turistů vycestuje mimo území USA za levnější lékařskou péčí, běžně do Mexika, Jižní Ameriky, Střední Ameriky, nebo Karibiku. Výjimkou není ani návštěva za účelem lékařského zákroku Evropa, nebo například Indie.¹³

Mezi největší severoamerické agentury patří:

- American medical care (www.americanmedicalcare.com)
- Medical tourismco (www.medicaltourismco.com)
- Make medical trip (www.makemedicaltrip.com/medical-tourism-directory)

Doporučení a závěr:

V prvotní fázi projektu cestování za zdravím by se marketingová podpora CCRJM měla inspirovat právě u facilitátorů, agentur a statistik v USA.

¹⁰ Zdroj: <https://www.bbc.com/storyworks/specials/moving-to-america/navigating-the-us-health-system.html>

¹¹ Zdroj: <https://www.bbc.com/storyworks/specials/moving-to-america/navigating-the-us-health-system.html>

¹² Zdroj: <https://www.bbc.com/storyworks/specials/moving-to-america/navigating-the-us-health-system.html>

¹³ Zdroj: <https://wwwnc.cdc.gov/travel/page/medical-tourism>

3. Význam cestovního ruchu v České republice a Jihomoravském kraji a jeho trendy

Cestovní ruch je celosvětově jedním z nejvýznamnějších ekonomických odvětví s významnými dopady na ekonomickou výkonnost a zaměstnanost. Význam turismu roste zejména na lokální úrovni, kdy je na mnoha místech jediným ekonomickým nástrojem rozvoje s významnými regionálními dopady. Turismus však prochází v posledních letech významnými změnami, které souvisí s nástupem znalostní, sdílené ekonomiky a rozvojem nových technologií (digitalizace a automatizace), které umožňují efektivnější síťování lidí, podnikových procesů, dat a věcí. To má přímý dopad na sektor cestovního ruchu, ve kterém dochází k automatizaci stávajících procesů a vede k větší výkonnosti a přidané hodnotě vytvářeného produktu.

Tento vývoj je pro cestovní ruch výzvou. Globální ekonomický růst vede ke zvyšování bohatství ve společnosti, což umožňuje stále většímu množství lidí cestovat. Na druhé straně digitalizace a automatizace přispěje k poměrně masivnímu uvolňování lidských zdrojů, pro které může turismus vytvářet vhodné příležitosti. Nové technologie a celková propojenost trhu také přispívají ke změnám chování zákazníka. Ten v současné době vyhledává především autentické zážitky a zároveň odmítá masový turismus, který je logickým důsledkem tohoto vývoje. Tomu se bezpodmínečně musí destinace přizpůsobit, jinak v dlouhodobě velmi konkurenčním prostředí budou svou konkurenceschopnost rychle ztrácet.

Současný vývoj však přináší také významná rizika, zejména v oblasti bezpečnosti nebo přetěžování vybraných turistických destinací, která mohou negativně rostoucí trend cestovního ruchu ovlivnit. I přes tato globální rizika predikuje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) do roku 2030 další růst mezinárodních příjezdů cestovního ruchu, na kterém se bude podstatným způsobem podílet také Evropa. Takový vývoj je příležitostí zejména pro nové destinace, které nabídnou unikátní produkty přizpůsobené požadavkům návštěvníků.

Z hlediska podílu cestovního ruchu na hrubé přidané hodnotě (HPH) Jihomoravského kraje se cestovní ruch řadí mezi důležitá odvětví, přičemž se pohybuje lehce nad průměrem ČR. V České republice se v roce 2019 dle Satelitního účtu cestovního ruchu podílel cestovní ruch na celkovém HDP ČR z 2,8 %. Dle nezávislé studie KPMG se cestovní ruch včetně multiplikačních

efektů podílí na HDP ČR přibližně 5 %. Jihomoravský kraj se na celkovém podílu cestovního ruchu na HDP ČR podílí 10 %. Pokud jde o zaměstnanost v cestovním ruchu, dle Satelitního účtu cestovního ruchu se v roce 2019 podílel cestovní ruch na celkové zaměstnanosti v ČR ze 4,4 %, a vytvářel tak téměř 240 tisíc pracovních míst. V případě Jihomoravského kraje bylo rovněž 4,4 % všech pracovníků zaměstnáno právě v tomto odvětví. Z celkového počtu lidí zaměstnaných v cestovním ruchu v ČR se podílí JMK přibližně 11 %.

Na rozvoj cestovního ruchu v Jihomoravském kraji úzce navazují další odvětví. Významná je vazba ve vztahu k dopravě, kultuře, zemědělství, podnikání ale také ke zdravotnictví nebo lázeňství jako specifické formě cestovního ruchu. Dlouhodobý vývoj však může být ovlivněn četnými riziky, která mohou mít na turismus negativní dopad. Tato rizika jsou nejčastěji spojená s bezpečnostní situací ve světě, živelními katastrofami nebo hrozbou šíření epidemií. Tato rizika mohou mít jen místní dopady, ale velmi často se projevují v omezení celkové poptávky po cestování a na ekosystém cestovního ruchu tak mohou mít fatální vliv. V takovém případě je vysoká závislost místní ekonomiky na příjmech z cestovního ruchu značným rizikem.

Případem takové situace s globálními dopady na cestovní ruch je aktuálně probíhající pandemie COVID-19. Přijatá opatření jednotlivých zemí, omezení cestování a strach z nakažení způsobily v roce 2020 výrazný celosvětový propad cestovního ruchu a navazujících odvětví. V ČR byl nejvýraznější propad znát především v první polovině roku 2020, kdy se cestovní ruch z hlediska počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) propadl o téměř 60 %. Z pohledu příjezdového cestovního ruchu došlo za rok 2020 k meziročnímu propadu počtu přenocování o 73 %, z pohledu domácího cestovního ruchu pak k poklesu o 20,3 % (v případě Jihomoravského kraje o 30 %). V letních měsících však stoupl meziročně počet domácích hostů téměř o 200 tisíc. Dle celosvětové predikce by se měl cestovní ruch postupně začít vracet na úroveň před pandemií nejdříve v roce 2023. Pandemie COVID-19 některé z dlouhodobých trendů turismu podstatně urychlila, v jiných oblastech změnila dosavadní vývoj.

Tyto trendy jsou následující:

- Růst domácího cestovního ruchu
- cestování na kratší vzdálenost s preferencí využití vlastního automobilu nebo karavanu
- požadavky na bezpečnost, **zdraví a zdravý životní styl**, čistotu a hygienu cestovního ruchu

- digitalizace procesu služeb cestovního ruchu (rozvoj nových technologií, automatických rezervačních systémů, bezhotovostních transakcí atd.)
- preference venkovních aktivit a zážitků v přírodě
- flexibilita cestování (přívětivé storno podmínky)
- preference environmentálním a aspektům a sociální udržitelnosti.

Na výše uvedené trendy je více než důležité reagovat vhodně zvolenou strategií, nebo akčním plánem.

3.1. Základní údaje o Jihomoravském kraji a analýza lokace pro medicínský cestovní ruch

Jihomoravský kraj je jedním ze 14 územně samosprávných celků České republiky a tvoří jej 7 okresů – Blansko, Brno-město, Brno-venkov, Břeclav, Hodonín, Vyškov a Znojmo. Kraj je svou rozlohou 7 188 km² čtvrtým největším krajem ČR a zaujímá 9 % její plochy. Žije zde téměř 1,2 milionu obyvatel, čímž je třetím nejpočetnějším krajem a důležitým dopravním uzlem.

Jihomoravský kraj se dělí do 5 turistických oblastí: Brno a okolí, Pálava a Lednicko-valtický areál, Moravský kras a okolí, Znojemsko a Podyjí a závěrem Slovácko, které je jako turistická oblast rozděleno mezi kraj Jihomoravský a Zlínský.

Dálnicemi je napojeno na Prahu a Ostravu (dálnice D1), Olomouc (dálnice D1 a dálnice D46) i slovenskou Bratislavu (dálnice D2), spojení do nedaleké rakouské Vídně (dálnice D52 a silnice I/52) bude výrazně posíleno v budoucnu dostavbou dálnice D52. Město leží na I. tranzitním železničním koridoru mezi Vídní (resp. Bratislavou) a Prahou. Jihomoravským krajem vede i II. tranzitní železniční koridor mezi Břeclaví a Moravským Pískem, jenž dále pokračuje na Ostravu a do Polska. V Brně se nachází mezinárodní letiště Brno-Tuřany, které v posledních letech před vypuknutím pandemie COVID-19 odbavovalo ročně kolem půl milionu cestujících. V okruhu přibližně 2 hodin je Jihomoravský kraj dostupný z několika dalších mezinárodních letišť, přičemž za ta nejvýznamnější je možné považovat letiště ve Vídni, Praze a Bratislavě.

Obrázek 5: Mapa regionu JMK



Zdroj: KPMG ČR, s.r.o.

3.2. Pandemie covid-19 v Jihomoravském kraji

Pandemie koronaviru otřásla téměř všemi oblastmi podnikání a cestovní ruch není výjimkou. Již mnoho let po sobě si jižní Morava drží pozici nejnavštěvovanějšího regionu hned po hlavním městě Praze. V roce 2019, kdy byla zaznamenána rekordní čísla napříč celou republikou v rámci návštěvnosti domácích i zahraničních turistů, se v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) Jihomoravského kraje ubytovalo na 2 130 000 návštěvníků. Meziročně 2018/2019 se jednalo o nárůst o necelých 5 %.

Mezi TOP zdrojové země v roce 2019 patřily již tradičně sousední státy (sestupně Slovensko, Polsko, Německo, Rakousko), dále pak Korejská republika, Ukrajina nebo Čína.

I v roce 2020, kdy celé odvětví cestovního ruchu bylo těžce zasaženo koronavirovou pandemií, si jižní Morava udržela svoji pozici nejnavštěvovanějšího kraje po hlavním městě Praze, a to i přes obrovský propad turistické návštěvnosti v jihomoravské metropoli. V této souvislosti má jižní Morava výhodu oproti některým jiným krajům (např. Karlovarský), že není tak výrazně závislá na zahraničním turistovi, a naopak je to velmi oblíbená destinace turistů domácích. Až do roku 2019 zde byl tradičně zaznamenáván přibližně 70% podíl turistů domácích. Tedy i v roce 2020, kdy nebylo příliš doporučované vyrazit na dovolenou do zahraničí, mířili Češi na jižní Moravu.

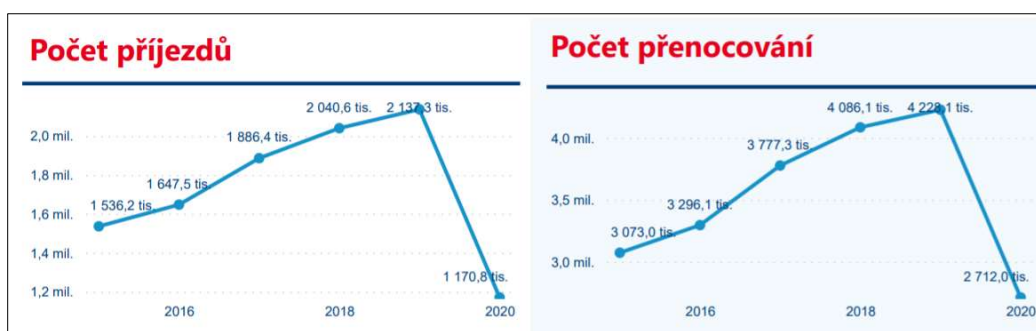
Nicméně i přesto zde byl zaznamenán obrovský propad oproti zmíněnému úspěšnému roku 2019, a to o cca 45 % v počtu příjezdů a o 35 % v počtu přenocování.

Obrázek 6: Počty příjezdů a přenocování v roce 2020 a meziroční změny 2019-2020 v JMK



Zdroj: tourdata.cz, CzechTourism

Obrázek 7: Počet příjezdů a přenocování v JMK (vývoj do roku 2020)



Zdroj: tourdata.cz, CzechTourism

Zahranční turisté tvořili přibližně jednu pětinu všech turistů v JMK v roce 2020. Konkrétně se jednalo o cca 200 tisíc příjezdů.

3.3. Analýzy nabídky cestovního ruchu Jihomoravského kraje

Nabídka cestovního ruchu je součástí dokumentu: *Strategie destinačního managementu a marketingu Centrály cestovního ruchu - Jižní Morava 2022-2027.*

4. Medicínský cestovní ruch v České republice

V České republice¹⁴ se začalo více psát o medicínském cestovním ruchu od roku 2008. V této době vznikalo mnoho článků, které informovaly jak laickou, tak i odbornou veřejnost. Postupem času začaly vznikat zprostředkovatelské agentury, které v rámci marketingových kampaní lákaly zahraniční medicínské turisty za kvalitní a mnohem levnější zdravotní péčí do tuzemských klinik. Agentura Czech Tourism, propagující na českém a zahraničním trhu především české lázeňství, začala medicínský cestovní ruch zahrnovat do svých marketingových plánů od roku 2012. Ve stejném roce si nechala vypracovat analýzu, která měla za cíl zhodnotit, zda by Česká republika byla vhodnou destinací pro medicínský cestovní ruch. Dalšími subjekty, nezbytnými pro realizaci medicínského cestovního ruchu, jsou jednotlivá státní a soukromá zdravotnická zařízení (dále jen ZZ). Kliniky, které soustřeďují pozornost na medicínské turisty, jsou rozptýleny po celé České republice.

Přesto nejvíce zařízení poskytují Praha a Brno. Obě města mohou nabídnout rozsáhlou ubytovací kapacitu, restaurační zařízení, vysokou úroveň veřejné dopravy či jiné doprovodné služby.

Praha, která zaujímá první místo v podílu zahraničních pacientů, disponuje kromě již zmíněné komerční vybavenosti, také mezinárodním letišťem, které je velmi důležité pro příjezd pacientů. Další důležitý fakt, který Praze „hraje do karet“, oproti jiným českým městům, je větší marketingová propagace v zahraničí, ať už pro svoje významné historické památky nebo gastronomii. Kliniky v příhraniční oblasti, sousedící s Německem či Rakouskem, jsou zase hojně navštěvovány německy hovořícími pacienty. Důvodem je bezesporu cena prováděných zdravotních výkonů. Například plno zubařských zákroků, které nejsou zahrnuty v těchto zemích do základního zdravotního pojištění, je v České republice možné dostat ve stejné kvalitě a přesto za poloviční náklady.

Karlovy Vary jsou ve velké míře navštěvované především ruskými klienty díky kvalitní lázeňské péči. O velkém počtu těchto turistů se zapříčinilo především zavedení přímé letecké linky mezi Karlovými Vary a ruskými městy Moskvou a Petrohradem. I toto město disponuje několika klinikami vhodnými pro medicínský CR. Proto se zde naskýtá příležitost jak pro lázeňský, tak

¹⁴ Zdroj: *Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020, CzechTourism, 2013, MMR*

medicínský cestovní ruch v podobě spolupráce v doléčování a regeneraci pacientů po podstoupení zdravotních zákroků.

4.1. Ekonomické benefity zdravotně orientovaného cestovního ruchu

Mezi jeden z klíčových benefitů¹⁵, který zdravotně orientovaný ruch generuje, řadíme nezanedbatelný přínos nejen do státního rozpočtu, ale také do rozpočtu měst (prostřednictvím nejrůznějších poplatků). Turisté, kteří přijíždí za zdravotním ošetřením do cizí země, zpravidla necestují sami, ale v doprovodu svých rodin nebo přátel (zde můžeme počítat s útratami za výlety, obědy v restauraci apod.).

Významný potenciál nabídky představuje i medicínský cestovní ruch, především pro zahraniční klientelu. Patří mezi služby s vysokou přidanou hodnotou. Vzhledem k nutné době rekonvalescence klientů po prodělaném zákroku pozitivně ovlivňuje průměrnou délku pobytu v ČR (odhadem délka pobytu bývá zpravidla delší o 4-6 dní v porovnání s turisty přijíždějícími za památkami). Dá se rovněž předpokládat, že turistika zdravotně orientovaného cestovního ruchu bude mít příznivý hospodářský dopad pro samotná zdravotnická zařízení. Příjmy plynoucí z udělované péče zahraničním turistům mohou být následně použity např. na renovaci přístrojového vybavení klinik nebo na rozšiřování kapacit pokojů apod.

4.2. Statistické údaje medicínského cestovního ruchu v ČR (ÚZIS)

Na rozdíl od lázeňského cestovního ruchu, kde pacienti mířící za lázeňskou péčí jsou statisticky sledováni, v případě medicínského turismu jsou jakákoliv statistická data nahrazena pouze odhady¹⁶. Pro zpracování statistických dat by mohly být také nápomocny jednotlivé kliniky, ovšem v tomto případě se z větší části jedná o soukromé subjekty, které se především zaměřují na tvorbu zisku a většinou si vedou jen minimální evidenci dat o svých klientech. Data o zahraničních pacientech využívajících zdravotní péči shromažďuje také například Ústav zdravotnických informací a statistiky (ÚZIS), bohužel ale neeviduje, o jakou péči měli pacienti

¹⁵ Zdroj: *Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021-2030, MMR*

¹⁶ Zdroj: *ÚZIS ČR, Roční výkaz V (MZ) 1-01*

zájem, a nerozlišuje, zda se jedná o tzv. medicínské turisty nebo cizince dlouhodobě žijících na území ČR, či jde o nemocné a zraněné turisty pobývající krátkodobě na našem území.

V roce 2020 u 195 poskytovatelů lůžkové péče v ČR čerpalo zdravotní služby 103,8 tisíc cizinců, s celkovými náklady v hodnotě 975,0 mil. Kč. Z celkového počtu téměř 104 tisíc cizinců bylo 48,6 tisíc osob (47 %) ze zemí Evropské unie (EU). Podíl cizinců ze zemí EU mírně poklesl také z důvodu vystoupení Spojeného království Velké Británie a Severního Irsku (UK) z EU. Nejčastěji ošetřovanými cizinci byli opět občané Slovenska, kterých bylo 25,4 tisíc (25 %). Dále následovali Ukrajinci s 20,5 tisíci (20 %), Němci s 6,2 tisíci (6 %), Rusové s 6,0 tisíci (6 %) a Vietnamci s 5,5 tisíci osob (5 %). Největší objem plateb za ošetření byl cizinci hrazen prostřednictvím zahraničního zdravotního pojištění (40 %) a v hotovosti (27 %). Ke konci sledovaného období činily pohledávky za neuhrazenou zdravotní péčí o cizince po lhůtě splatnosti 59 mil. Kč (6 %). V Jihomoravském kraji bylo léčeno 13,2 tisíc cizinců (celkový podíl 13 %).

Obrázek 8: Čerpání zdravotní péče cizinci v krajích 2020

Čerpání zdravotní péče cizinci v krajích ČR v roce 2020
Počty cizinců dle věkových skupin a způsobu úhrady zdravotní péče

Kraje ČR	Počet cizinců celkem	Věková skupina				Počet osob čerpajících zdravotní péči					
		0–14 let	15–19 let	20–59 let	60 let a více	uhrazena				neuhrzena	
						ze smluvního pojištění v ČR	ze zahraničního pojištění	hotově	státními orgány	celkem	z toho po lhůtě splatnosti
Cizinci celkem	103 788	10 537	5 754	76 698	10 799	26 235	26 094	44 024	2 842	5 449	3 538
Hl. m. Praha	44 083	4 793	3 363	32 379	3 548	13 078	7 809	20 649	1 196	1 672	1 203
Středočeský	6 500	593	331	4 726	850	2 169	1 078	2 597	26	456	146
Jihočeský	3 053	265	170	2 286	332	510	974	1 302	2	275	275
Plzeňský	5 861	391	235	4 691	544	1 648	645	2 754	407	971	423
Karlovarský	2 194	157	223	1 218	596	851	266	848	-	29	-
Ústecký	4 365	519	178	3 222	446	909	1 325	1 513	327	357	266
Liberecký	4 413	653	170	2 931	659	847	1 236	1 672	71	661	632
Královéhradecký	3 843	389	219	2 792	443	825	1 541	1 323	12	204	162
Pardubický	1 604	234	172	1 041	157	450	534	551	16	109	93
Vysočina	1 397	215	50	985	147	195	467	638	1	100	60
Jihomoravský	13 247	1 118	294	10 725	1 110	2 019	4 759	5 737	700	83	50
Olomoucký	3 104	285	108	2 019	692	962	901	917	-	176	87
Zlínský	3 547	411	57	2 736	343	654	1 753	1 127	-	161	39
Moravskoslezský	6 577	514	184	4 947	932	1 118	2 806	2 396	84	195	102

Zdroj: ÚZIS ČR, Roční výkaz V (MZ) 1-01

Zdroj: ÚZIS ČR, Roční výkaz V (MZ) 1-01

4.3. European Health Consumer Index (EHCI)

Švédská instituce Health Consumer Powerhouse¹⁷, orientující se na komparaci zdravotních systémů v rámci států Evropy a Kanady publikuje každoročně spotřebitelský index zdravotní péče. Toto měření začalo již v roce 2005, kdy se naše republika umístila na 22. místě z celkového počtu 25 států. V roce 2018 se umístila na 14. místě¹⁸.

Zpráva je také žebříčkem kvality a výkonnosti evropských zemí v oblasti zdravotnictví, protože umožňuje sestavit žebříček dle zvolených kritérií a bodů. Maximální počet bodů je 1000. Česká republika dopadá tradičně velmi špatně v kategorii informovanosti pacientů, kde ztrácíme mnoho bodů. Nízké skóre máme také v kategorii prevence. Naopak, velmi vysoko je u nás hodnocena dostupnost a rozsah zdravotní péče. V kategorii informací pacientů máme největší deficit ve špatném přístupu k druhému názoru lékaře (tzv. second opinion), nedostupnosti informací o kvalitě poskytovatelů zdravotní péče a nedostupnosti systému e-preskripce, který se plně rozběhl až v letošním roce. V oblasti prevence je podle EHCI v ČR nejkritičtější prevence vysokého krevního tlaku (hypertenze), škodlivé konzumace alkoholu, jakož i programy ke zvýšení fyzické aktivity. V oblasti léků zpráva kritizuje pomalý přístup pacientů k novým lékům. Evropský spotřebitelský index zdravotní péče zahrnuje šest kritérií, které se dále dělí na podkategorie:

1. Práva a informace nemocných,
2. dostupnost (čekací lhůty na léčbu)
3. výsledky lékařské péče
4. míra a dosah nabízených služeb
5. prevence
6. používání léků.

¹⁷ Zdroj: <https://healthpowerhouse.com/publications/#200118>

¹⁸ Zdroj: <https://www.otevrenozdravotnictvi.cz/novinky/jak-si-stoji-ceske-zdravotnictvi-v-evropskem-kontextu.html>

4.4. Medical Tourism Index (MTI) Global Ranking

Komplexní analýza odvětví cestování za zdravím. Index medicínského cestovního ruchu (MTI) hodnotí americké vnímání 46 mezinárodních destinací zdravotní péče a poskytuje pohled na to, jak spotřebitelé pohlíží na 41 kritérií napříč třemi primárními dimenzemi:

1. Atraktivita destinace
2. bezpečnosti
3. kvality péče.

Česká republika se v roce 2020 umístila na 15. místě.¹⁹

4.5. Internetové portály zdravotně orientovaného cestovního ruchu v ČR

Internetové portály představují jakousi vstupní bránu pro zdravotní turisty, kteří by se rádi dozvěděli co nejvíce informací o konkrétních destinacích zdravotně orientovaného cestovního ruchu. Na webových stránkách se lze dočíst o mnohých mezinárodních informačních portálech, které poskytují komparaci mezi jednotlivými státy nebo portály nabízející informace jen o jednom státu.

4.5.1. www.medicaltravelczech.com

Společnost, která má navázané partnerství s renomovanými klinikami a odborníky v oblastech IVF, dárcovství vajíček, plastické chirurgie, ortopedie, transplantace vlasů a procedury hubnutí. Naše společnost je hrdá na to, že úzce spolupracuje s nejuznávanějšími klinikami v České republice a nabízí vysoce kvalitní péči v komfortním prostředí. Působení Je zaměřena

4.5.2. www.pragamedica.com

Poskytovatel lékařské turistiky pro klienty, kteří hledají lékařskou péči mimo svou domovskou zemi kvůli ceně, času nebo dostupnosti. Zajišťují zdravotní procedury s partnerskými klinikami

¹⁹ Zdroj: www.medicaltourism.com/mti/home

a poskytují klientskou podporu. Praga Medica poskytuje vysoce personalizovanou péči pro každého klienta. Koordinují schůzky, léčebné procedury a zařizují cesty.

4.5.3. www.mediczech.com

Specializovaná investiční společnost vlastní portfolio investic do zdravotnictví v České republice. MediCzech je předním facilitátorem zdravotní turistiky poskytující vysoce kvalitní služby příjezdové lékařské turistiky v České republice. MediCzech zajišťuje lékařské ošetření především na klinikách přímo vlastněných Progress Medical, (OB KLINIKA a OB CARE).

4.5.4. Medical Tourism Guide Czech Republic²⁰

Portál Medical Tourism Guide Czech Republic představuje další internetový portál pro zahraniční zdravotní turisty, který byl vyvinut spolu se vstupním rozborem Medical Tourism a brožurou v souvislosti s vyhotovením nového produktu, a který měl naši republiku prezentovat jako ideální místo pro zdravotně orientovaný cestovní ruch. Internetové stránky řídí zprostředkovatelská agentura Royal Medical s přispěním agentury Czech Tourism. Stránky jsou přeloženy do angličtiny, němčiny a ruštiny a poskytují elementární informace o konkrétních oblastech zdravotní péče včetně referencí na odborně zaměřená zdravotnická zařízení, které vyjádřily zájem o kooperaci na tomto projektu. Další informace se vztahují k naší republice – jsou zde zmíněny určité lékařské osobnosti (podrobný životopis však chybí). Cílem je také nabídnout určité itineráře, které odkazují na zajímavá místa v určitých regionech naší republiky. Jelikož jsou internetové stránky Medical Tourism Guide financovány z Evropských fondů a protože je spravuje zejména agentura Czech Tourism, představuje tento portál nejdůležitější informační základnu pro potenciální zdravotní turisty, kteří hledají informace ohledně možností účastnit se zdravotně orientovaného cestovního ruchu v naší republice.

²⁰ Zdroj: <https://www.visitczechrepublic.com/en-US/f078e5cf-f65c-4cca-8ebb-d59060b19c62/place/a-medical-tourism-czech/>

4.5.5. www.treatmentabroad.com

Treatment Abroad představuje zahraniční portál, který se soustředí na to být jakýmsi průvodcem zdravotně orientovaného cestovního ruchu na celém světě. Tento portál nabízí kompletní informace a články o lokalitách zdravotního turismu a rovněž nabízí komerční prostor pro reklamu a inzeráty konkrétních zdravotnických zařízení a agentur. Je zde rovněž k dispozici aplikace, díky které může návštěvník vyhledat kliniky a agentury na základě zvolené lokality. Návštěvníci jistě ocení možnost srovnání celkových cen podle konkrétních lokalit, kde je obsažena cena za zákrok, ubytování, doprava a zdravotní pojištění. Portál Treatment Abroad spolupracuje s dalšími přidruženými stránkami, jako např. HealthCzech.

5. Desatero pro fantastický potenciál rozvoje MCR v Brně a Jihomoravském kraji

1. Strategická poloha regionu
2. Město Brno je etablované ve světovém měřítku VaV (příklad: Ceitec, Akademie věd, ICRC, Recetox aj.)
3. Tzv. „VIP Ambasadoři“ mezi erudovanými lékaři, profesory a odborníky
4. Připravená infrastruktura pro medicínský cestovní ruch (osvědčená nabídka klinik)
5. Nadstandardní a kvalitní zdravotní péče
6. Excelentní a prověřené ubytovací služby
7. Zdravý kraj
8. Tradice vinařské turistiky, folklóru, výborné gastronomie, jedinečné kulturní dědictví (památky nejen UNESCO) a Národní divadlo Brno
9. Autentičnost pro doprovodné programy
10. Bezpečnost

6. Lékařské obory vhodné pro medicínský cestovní ruch

V rámci rešerše dostupných informací, mezinárodních trendů a popularity ²¹(kterou podpořil také ve své koncepci Czech Tourism²²) základní princip zdravotního cestovního ruchu je ten, že součástí pobytu klienta je lékařský chirurgický zákrok, který je ovšem ve většině případů neakutní.

Uskutečňuje se především léčba v těchto oblastech, která jsou z pravidla na klinikách provedeny rychle a s co nejkratší dobou hojení:

- Dentální včetně chirurgie
- Kosmetická a plastické chirurgie
- Oftalmologie včetně chirurgie
- Ortopedická chirurgie
- Kardiochirurgie
- Léčba neplodnosti/asistované reprodukce (IVF)
- Diagnostika a prevence
- Léčba obezity/hubnutí/zdravý životní styl

7. Strukturovaná SWOT analýza

²¹ Zdroj: <https://wwwnc.cdc.gov/travel/page/medical-tourism>

²² Zdroj: *Marketingová koncepce cestovního ruchu 2013-2020, CzechTourism, 2013*

SWOT analýza představuje syntetickou část analytické části Plánu MCR a je zpracována ve strukturované podobě. Vychází z provedené analýzy a ze závěrů hloubkových rozhovorů konaného se zástupci vybraných aktérů MCR.

<u>SILNÉ STRÁNKY</u>	<u>SLABÉ STRÁNKY</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Město příjemné pro pobyt • Konkurenční cenová politika • Menší čekací lhůty • Kvalitní zdravotní péče • Kvalifikovaní zaměstnanci • Hygienické předpoklady • Vyšší anonymita pro pacienta • Dostupnost všech léčebných metod a postupů • Vysoký standard služeb • Akreditace a certifikace zdravotnických zařízení • Vybavenost zdravotnických zařízení • Rozmanitá nabídka doprovodného programu 	<ul style="list-style-type: none"> • Dostupnost • Nedostatečná image regionu v oblasti cestování za zdravím • Nejasná spolupráce s aktéry • Jazyková bariéra ve státních a veřejných zdravotnických zařízeních • Nabízení zdravotních služeb malému počtu zdravotních turistů ve státních a veřejných zdravotnických zařízeních • Nekompletní data o medicínském CR
<u>PŘÍLEŽITOSTI</u>	<u>HROZBY</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Vízová politika • Přes-hraniční péče • Kombinace zákroku a dovolené • Marketingově jednotná prezentace služeb destinace pro klienta • Nadefinované řešení pro klienta • Nabízené obory medicíny • Propojenost zdravotně orientovaného cestovního ruchu a lázeňství • Shovívavá legislativa u asistované reprodukce 	<ul style="list-style-type: none"> • Konflikt na Ukrajině • Covid-19 a nejasná strategie cestování • Konkurence okolních států • Odchod zdravotníků do zahraničí • Novela zákona o asistované reprodukci

8. Strategické cíle a priority MCR a akční plán



8.5. Využití plného potenciálu Brna a Jihomoravského kraje

<p><u>Cíl:</u></p>	<p>Využití plného potenciálu a Brna a JMK = navýšit povědomí o JMK a Brně jako destinaci pro excelentní a bezkonkurenční lékařskou péči a kvalitní služby.</p>
<p><u>Priority:</u></p>	<p>Cílený a efektivní marketing destinace Brno a JMK.</p>
<p><u>Výchozí situace a předpoklady pro vytvoření produktu:</u></p>	<p>Produkt využívá mezinárodně uznávaný vysoký standard medicínských služeb v Brně a Jihomoravském kraji (například atestace lékařů, odbornost, reference) ve spojení s dalšími formami turismu a doplňkových služeb.</p> <p>Je potřeba vzít v potaz celosvětový boom segmentu, mezinárodní akreditace a post-covidové trendy.</p>
<p><u>Očekávaný stav:</u></p>	<p>Komplexní nabídka vybraných klinik, lékařských zákroků a souvisejících služeb pro klienta, nebo pacienta včetně jeho doprovodu: doprava a ubytování, další program dle zdravotních možností a doby, které stráví v Brně, nebo regionu pro své kontroly, nabídka služeb pro doprovázející osoby, doléčení a rehabilitace.</p>

<p><u>Cílové segmenty a národnosti:</u></p>	<p><u>Prioritní země:</u> Rakousko, Slovensko, Maďarsko, USA, UK</p> <p><u>Ostatní země:</u> Blízký východ, Švýcarsko.</p> <p><u>Cílové segmenty:</u> Střední generace 40+, klientela střední a vyšší příjmy, ženy (IVF).</p> <p><u>Vybrané segmenty pro léčbu:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dentální chirurgie • Plastická chirurgie • IVF- asistované reprodukce • Prevence • Ortopedie • Oční chirurgie/oftalmologie • Zdravý životní styl/hubnutí.
<p><u>Komunikační témata:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Krátká čekací doba na zákrok • vysoká erudice lékařů a lékařského personálu • mezinárodní certifikace lékařských zařízení • jazyková vybavenost • vynikající poměr mezi kvalitou a cenou • možná kombinace s rehabilitací a kvalitní nabídkou pro volný čas (kultura, gastronomie, výlety).
<p><u>Nástroje pro online podporu – iniciační fáze projektu:</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Webové stránky brnomedical.com/eu/cz, (aktuálně ve výrobě) • facebook pro propojení s odbornými fóry • newsletter pro odborné agentury • partnerství ve vybrané asociaci Global Healthcare.
<p><u>Budování značky v zahraničí:</u></p>	<p>Přítomnost na vybraných mezinárodních konferencích a veletrzích:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Healthcare revolution 2022 Online 26-27. 4. 2022 2. IMTJ Medical Travel Summit and Awards 2022 září Madrid

8.5.5. Akční plán

Cíl	Priority	Časová osa
Tvorba webového portálu brnomedical.com/eu/cz	Prototyp webu a jeho struktura	02-04/2022
Tvorba loga a sloganu	Grafický návrh loga	02/2022
Členství v mezinárodní asociaci Global Healthcare	Nové kontakty, mezinárodní trendy v oblasti MCR	03-12/2022
Tvorba komunikačních témat	Krátká čekací doba na zákrok, bezpečnost, vysoká erudice lékařů a lékařského personálu, mezinárodní certifikace lékařských zařízení, jazyková vybavenost, vynikající poměr mezi kvalitou a cenou, možná kombinace s rehabilitací a kvalitní nabídkou pro volný čas (kultura, gastronomie, výlety) aj.	03-12/2022
Výběr cílové země	Určení cílové země pro propagaci na základě podložených kvalitativních rozhovorů s agenturami.	05/2022
Facebook	Implementace mezi odborná mezinárodní fóra pro propagaci značky Brnomedical	03-12/2022

8.6. Účelová podpora klinik ve vybraném segmentu

<u>Cíl:</u>	Péče o vybrané kliniky, neboli „partnership“.
<u>Priority:</u>	Vytvoření pozice <i>Tourism experience coordinator</i> pro budování vztahů s klinikami, nebo vybranými aktéry a efektivní mapování partnerů. Implementace novinek do komunikačních témat
<u>Výchozí situace:</u>	Produktu chybí kontinuální linka provázanosti a synergií mezi vybranými partnery a CCRJM pro budování společné značky. Nová pozice by měla aktivně spolupracovat na vzájemné důvěře, péče o nabídku, filtr informací šité na míru klinikám.
<u>Očekávaný stav:</u>	Nabídnout kvalitní servis pro kliniku a organizaci.
<u>Cílové segmenty:</u>	Vybraní aktéři a zájmové skupiny, dle segmentu – seznam klinik bude průběžně aktualizován.
<u>Komunikační témata:</u>	Nabídka destinace, příležitosti na trhu, novinky v oblasti cestovního ruchu aj.
<u>Nástroje pro online podporu:</u>	Webové stránky brnomedical.com/eu/cz , (aktuálně v přípravě).

7.2.2. Akční plán

Cíl	Priority	Časová osa
Workshop s vybranými aktéry MCR	Mapování kontaktů a potřeb vznikající infrastrukturu MCR Brno a JMK	03/07/09/12/2022
Detailní seznam spolupracujících klinik pro webovou platformu	Mapa kontaktů	03-12/2022

8.7. Podpora sběru dat

<u>Cíl:</u>	Efektivní nastavení metriky MCR pro JMK a spolupráce s ÚZIS.
<u>Priority:</u>	Určení metodiky sběru dat a porovnání růstu/poklesu cestování za zdraví v JMK.
<u>Výchozí situace:</u>	Produktu chybí konkrétní data o stavu cestování do JMK.
<u>Očekávaný stav:</u>	Nastavení metriky cestování za zdravím pro JMK a město Brno.
<u>Cílové segmenty:</u>	Ústav zdravotnických informací a statistik ČR (ÚZIS), vybrané kliniky a nemocnice.

8.7.5. Akční plán

Cíl	Priority	Časová osa
Určení pilotní metriky s ÚZIS ČR	Zmapování cílových zákroků MCR Brna a JMK za období 2019-2022	03-12/2022

9. Komunikační mix strategie MCR Brno medical

Přehled komunikačních nástrojů	Popis	Cílová skupina
Workshopy a prezentace	Pravidelné společenské setkávání	Vybraní aktéři MCR
Konference	Konference jsou nástrojem pro setkání s odbornou veřejností. Předpokládá se účast na: Healthcare revolution 26.-27.4. 2022 (online) a IMTJ Medical Travel Summit and Awards 2022 září/říjen Madrid	Odborná veřejnost, vybrané země
Webový portál	Dostupné informace o projektu, nabídka služeb na brnomedical.com/eu/cz	Široká veřejnost
Sociální sítě	Implementace do diskuzních fór a skupin/zámků do cílových skupin.	Široká veřejnost, odborná veřejnost
Newsletter	Newsletter je klasický způsob předávání aktuálních informací o destinaci	Odborná veřejnost
PR Projektu	Mediální podpora znalosti medical tourism (Brno, Kraj)	Politická reprezentace, média, odborná veřejnost.
Členství v Global healthcare	Dostupné informace, data, články	Odborná veřejnost

10. Systém monitorování a evaluace realizace Plánu MCR

Úspěšnost plnění Plánu bude posuzována na základě sledování vývoje výkonnosti a indikátorů Strategie. Indikátory Strategie budou stanoveny v pilotním projektu v jedné úrovni:

- Indikátory na úrovni cílů, respektive opatření Akčního plánu na základě harmonogramu o splnění cílů.

Indikátory výstupu na úrovni opatření budou součástí akčních plánů. Na indikátory na úrovni opatření budou následně navazovat indikátory vztahující se ke konkrétním výstupům Akčního plánu.

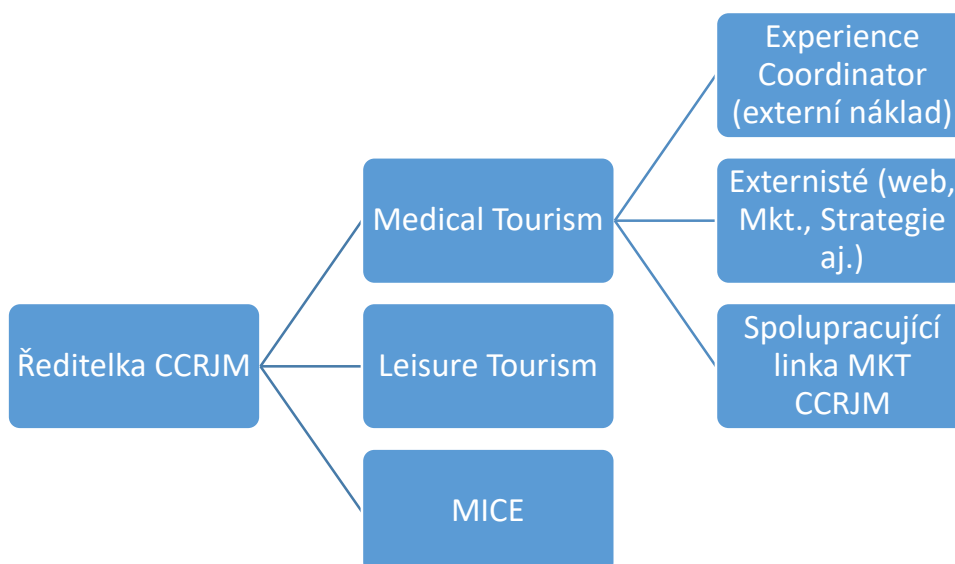
Přehled indikátorů na úrovni cílů:

- Zlepšit marketingovou viditelnost Brna a Jihomoravského kraje v indexu konkurenceschopnosti MCR
- vývoj počtu příjezdů a přenocování v Brně a JMK za účelem MCR (hotely, kliniky, doprovodný program)
- nastavit metriku sběru dat MCR pro Brno a JMK.

11. Harmonogram rozvoje MCR 2022/2023- příloha č. 1

Harmonogram MCR Brno medical 2022-2023	2022												2023											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Příprava studie a rešerže	■																							
Koncept budoucího projektu	■																							
Zhodnocení analýzy dostupných vstupních dat o projektu včetně samotné evaluace	■																							
Návrh marketingového plánu a cíle pro Medical	■	■																						
Tvorba kompletního Akčního plánu	■																							
Osvědčení Global Healthcare	■																							
Aktivní práce s databází Global health care	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Práce s partnery	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Cílená práce na propagaci činnosti	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Tvorba loga	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Tvorba webu	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Setkání partnerů - plánování, realizace, představení projektu partnerům - workshop 1.3.2022			■																					
Sběr dat	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Ucelená metodika statistiky ÚZIS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Experience manager - externista																								
Healthcare Revolution 26.4. 2022-27.4.2022																								
Plánování, realizace, setkání s odbornou veřejností ve spolupráci CzechTourism/CzechTrade- medical zastoupení Rakousko, Slovensko, UK																								
Sociální sítě	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Mkt. cílení na vybraný zdrojový trh																								
IMTJ Medical Travel Summit and Awards 2022 září/říjen Madrid																								

12. Personální obsazení produktu MCR 2022: návrh hierarchie ideální stav



13. Rozpočet pro pilotní projekt MCR 2022 – příloha č. 2

Návrh rozpočtu MEDICAL CCRJM 2022- příloha č. 2	Radnická 2, 602 00 Brno
	M: +420 777 362 360
Datum vytvoření: 25.2.2022	zamecnik@ccrjm.cz

Položka	Cena za jednotku	Jednotka	Celkem
Digitální komunikace			
Webové stránky - TVORBA	150 000,00 Kč	1	150 000,00 Kč
Grafika	50 000,00 Kč	1	50 000,00 Kč
Copywriting	50 000,00 Kč	1	50 000,00 Kč
Online katalog	20 000,00 Kč	1	20 000,00 Kč
Korporátní prezentace			
Dárky - vánoce	10 000,00 Kč	1	10 000,00 Kč
Eventy			
Ambadorská setkání s partnery - zima/jaro/léto/podzim	10 000,00 Kč	4	40 000,00 Kč
Market Research			
Výzkumy, testování-tvorba mkt. plánu	95 000,00 Kč	1	95 000,00 Kč
Ostatní			
Poplatky a reprezentace			
Poplatek certificate Medical Health Global	30 000,00 Kč	1	30 000,00 Kč
Registrační poplatek vybraná konference : IMTJ Medical Travel Summit and Awards 2022 Madrid.	40 000,00 Kč	2	80 000,00 Kč
Vložené na vybrané konference v ČR	20 000,00 Kč	1	20 000,00 Kč
Tým Medical			
1 FTE TOURISM EXPERIENCE MANAGER	300 000,00 Kč	1	300 000,00 Kč
Tým CCRJM	155 000,00 Kč	1	155 000,00 Kč
Externisté (SILVIE aj.)	500 000,00 Kč	1	500 000,00 Kč
CELKEM bez DPH			1 500 000,00 Kč

14. Rozpočet pro MCR 2023 – příloha č.3

Návrh rozpočtu MEDICAL CCRJM 2023	Radnická 2, 602 00 Brno
	M: +420 777 362 360
Datum vytvoření: 5.4.2022	zamecnik@ccrjm.cz

Položka	Cena za jednotku	Jednotka	Celkem
Media			
On-line kampaně TBC	- Kč	0	- Kč
Sociální média LinkedIn	2 000,00 Kč	24	48 000,00 Kč
Sociální média Facebook	2 000,00 Kč	36	72 000,00 Kč
Budování brand awareness	20 000,00 Kč	1	20 000,00 Kč
Tisková média - možná propagace v Rakousku	300 000,00 Kč	1	300 000,00 Kč
Outdoor - možná propagace v Rakousku	150 000,00 Kč	1	150 000,00 Kč
Digitální komunikace			
Webové stránky - úpravy	20 000,00 Kč	1	20 000,00 Kč
ZoomSphere pro správu sociálních sítí	20 000,00 Kč	1	20 000,00 Kč
Emailing a Newslettery	50 000,00 Kč	1	50 000,00 Kč
Public Relations			
Tiskové konference Rakousko	100 000,00 Kč	1	100 000,00 Kč
Rakousko Press Releases - placené PR	50 000,00 Kč	1	50 000,00 Kč
Korporátní prezentace			
Dárky - vánoce	10 000,00 Kč	1	10 000,00 Kč
Eventy			
Ambadorská setkání s partnery - zima/jaro/léto/podzim	5 000,00 Kč	4	20 000,00 Kč
Market Research			
Měření dopadu kampaní, reporting	10 000,00 Kč	1	10 000,00 Kč
Ostatní			
Poplatky a reprezentace			
Poplatek certificate Medical Health Global	30 000,00 Kč	1	30 000,00 Kč
Registrační poplatek vybraná konference : IMTJ Medical Travel Summit and Awards 2023 aj.	40 000,00 Kč	3	120 000,00 Kč
Vložené na vybrané konference v ČR	10 000,00 Kč	4	40 000,00 Kč
Tým Medical			
1 FTE TOURISM EXPERIENCE MANAGER	600 000,00 Kč	1	600 000,00 Kč
1 FTE MARKETING	600 000,00 Kč	1	600 000,00 Kč
Externisté	250 000,00 Kč	1	250 000,00 Kč
CELKEM bez DPH			2 510 000,00 Kč

15. Seznam obrázků/grafů

Obrázek 1: Typologie zdravotně orientovaného cestovního ruchu	7
Obrázek 2: Mapa Rakousko.....	14
Obrázek 3: Dotazník kliniky 03/2022.....	15
Obrázek 4: TOP preferované národnosti brněnských klinik 03/ 2022	15
Obrázek 5: Mapa regionu JMK	22
Obrázek 6: Počty příjezdů a přenocování v roce 2020 a meziroční změny 2019-2020 v JMK	23
Obrázek 7: Počet příjezdů a přenocování v JMK (vývoj do roku 2020).....	23
Obrázek 8: Čerpání zdravotní péče cizinci v krajích 2020	26