

Научная статья

УДК 614.2

doi:10.25742/NRIPH.2024.01.011

Роль общественных организаций в развитии экспорта медицинских услуг: кейс Ассоциации медицинского туризма

Полина Игоревна Ананченкова¹, Мария Евгеньевна Врубель², Сергей Юрьевич Белошистый³

^{1,2}ФГБНУ «Национальный научно-исследовательский институт общественного здоровья
имени Н. А. Семашко» Минобрнауки России, 105064, г. Москва, Российская Федерация;

^{1,3}ГБУ «Научно-исследовательский институт организации здравоохранения и медицинского менеджмента
Департамента здравоохранения города Москвы», Москва, Российская Федерация

¹ananchenkova@yandex.ru, <http://orcid.org/0000-0003-3683-5168>

²mariavrubel@gmail.ru, <http://orcid.org/0009-0005-2061-9403>

³sergei_beloshisty@mail.ru, <http://orcid.org/0009-0009-0767-5987>

Аннотация. Существенный вклад в развитие экспорта медицинских услуг вносят общественные организации: ассоциации, партнерства, профессиональные союзы и иные некоммерческие объединения национального и международного уровня, деятельность которых в той, или иной степени касается вопросов экспорта медицинских услуг. Сегодня многие профессионалы — участники рынка медицинского туризма объединяются в общественные (некоммерческие неправительственные) организации для развития отрасли. Подобные объединения помогают в решении широкого спектра задач (в том числе, поиск партнеров, привлечение пациентов, развитие бренда, сертификация и аккредитация и пр.). В мире функционируют разного уровня общественные организации, деятельность которых вносит существенный вклад в развитие рынка медицинского туризма. Общественные организации объединяют профессионалов отрасли, обеспечивают ресурсную поддержку ее развития, формируют нормы и уровни качества оказываемых услуг и в целом обеспечивают устойчивое развитие сферы медицинского туризма.

Ключевые слова: медицинские услуги, медицинский туризм, рынок, общественные организации, развитие рынка.

Для цитирования: Ананченкова П. И., Врубель М. Е., Белошистый С. Ю. Роль общественных организаций в развитии экспорта медицинских услуг: кейс Ассоциации медицинского туризма // Бюллетень Национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н. А. Семашко. 2024. № 1. С. 77—82. doi:10.25742/NRIPH.2024.01.011.

Original article

The role of public organizations in the development of the export of medical services: the case of the Medical Tourism Association

Polina I. Ananchenkova¹, Maria E. Vruble², Sergei Yu. Beloshisty³

^{1,2}N. A. Semashko National Research Institute of Public Health, 105064, Moscow, Russian Federation;

^{1,3}Scientific Research Institute of Healthcare Organization and Medical Management of the Department of Healthcare of the City of
Moscow, Moscow, Russian Federation

¹ananchenkova@yandex.ru, <http://orcid.org/0000-0003-3683-5168>

²mariavrubel@gmail.ru, <http://orcid.org/0009-0005-2061-9403>

³sergei_beloshisty@mail.ru, <http://orcid.org/0009-0009-0767-5987>

Annotation. Public organizations make a significant contribution to the development of the export of medical services: associations, partnerships, trade unions and other non-profit associations at the national and international levels, whose activities to varying degrees relate to the export of medical services. Today, many professionals participating in the medical tourism market unite in public (non-profit non-governmental) organizations for the development of the industry. Such associations help in solving a wide range of tasks (including finding partners, attracting patients, brand development, certification and accreditation, etc.). There are various levels of public organizations in the world, whose activities make a significant contribution to the development of the medical tourism market. Public organizations unite industry professionals, provide resource support for its development, form standards and quality levels of services provided and generally ensure the sustainable development of the medical tourism sector.

Key words: medical services, medical tourism, market, public organizations, market development.

For citation: Ananchenkova P. I., Vruble M. E., Beloshisty S. Yu. The role of public organizations in the development of the export of medical services: the case of the Medical Tourism Association. *Bulletin of Semashko National Research Institute of Public Health*. 2024;(1):77–82. (In Russ.). doi:10.25742/NRIPH.2024.01.011.

Введение

Медицинский туризм как сфера экономической и медицинской деятельности находится на пересе-

чении двух важных для народного хозяйства отраслей: здравоохранения и туризма. Подобный синтез обеспечивает данный сектор неоспоримыми конку-

рентными преимуществами, что формирует основу для его устойчивого развития. «Наибольшими темпами роста в сфере мирового туризма выделяется сегодня сектор медицинского туризма. Более пяти десятков стран считают развитие медицинского туризма стратегической задачей государственной политики ... Медицинский туризм оказывает огромное влияние современное здравоохранение» [1].

Хотя оказание/ получение медицинской помощи лежит в основе медицинского туризма, он также включает в себя и иные услуги, такие как проезд, проживание, питание, экскурсионное обслуживание и пр. В результате такой динамичной структуры сектора многие заинтересованные стороны, такие как поставщики медицинских услуг, медицинские работники, туристические компании, объекты размещения и страховые компании, играют значимую роль в эффективном функционировании рынка.

Современный рынок медицинского туризма развивается не только благодаря мотивации медицинских туристов на получение соответствующей помощи за пределами региона проживания. Этому также способствуют международные отношения, снижение визовых формальностей, информационная (прежде всего, интернет) доступность, повышение доходов граждан на фоне увеличения продолжительности жизни и ориентации граждан на здоровьесбережение. Все это в совокупности привело к «возникновению новых перспективных видов туризма, среди которых необходимо отдельно отметить посещение туристских дестинаций с целью получения широкого спектра разнообразных медицинских услуг, которые ограничены не только лечебными операциями, вплоть до хирургического вмешательства, но и комплексом сопутствующих процедур, а именно: профилактики хронических заболеваний, превентивной диагностики на ранних этапах развития заболеваний, оздоровительных действий и реабилитации после перенесенных осложнений или операции» [2].

«Медицинский туризм — это уникальная система, которая является активной частью жизни населения более 50 стран мира, где ее развитие рассматривают как одну из целей национальной политики. За последние 15 лет международный медицинский туризм значительно изменился, приобрел единые стандарты оценки, системность и свою специфическую структуру: агентства медицинского туризма, медицинский менеджмент, органы по аккредитации, юридические компании, специализирующиеся в этой сфере, и др.» [3].

Таким образом, медицинский туризм требует целостного подхода на государственном уровне к планированию, обеспечению, продвижению и координации всех связанных с этим мероприятий при условии, что страны, или отдельные регионы намерены стать направлением медицинского туризма.

Цель настоящей работы — рассмотреть деятельность общественных организаций (на примере Ассоциации медицинского туризма) и их роль в развитии глобального рынка медицинского туризма.

Материалы и методы

При работе над темой были использованы методы анализа и синтеза, вторичного анализа данных исследования Ассоциации медицинского туризма. Исследование проводилось методом анкетного опроса представителей медицинского и туристского сообщества: медицинские работники больниц, поликлиник и других организаций здравоохранения (29,1%) и фасилитаторы медицинского туризма (25,0%); другие участники включали частных инвесторов, ученых, медицинские страховые компании, плательщиков медицинских взносов, фармацевтические компании и другие частные компании, включая юристов, архитекторов и некоммерческие организации. Общее число респондентов — 221 человек.

Результаты и обсуждение

Медицинский туризм, несмотря на неуклонный рост, по-прежнему сталкивается со значительными проблемами, которые мешают ему полностью реализовать свой истинный потенциал. Эти проблемы распространяются по нескольким направлениям, влияя на доступ населения к качественному медицинскому обслуживанию за рубежом, интеграцию передовых технологий и бесперебойную связь между поставщиками медицинских услуг и их целевыми рынками. Существенный вклад в решение указанных проблем вносят общественные организации: ассоциации, партнерства, профессиональные союзы и иные некоммерческие объединения национального и международного уровня, деятельность которых в той, или иной степени касается вопросов экспорта медицинских услуг.

На глобальном рынке медицинского туризма функционируют различные общественные организации (ассоциации, союзы и пр.), имеющие поли- и моно-направленную специализацию. Среди них можно назвать следующие:

- Всемирная организация медицинского туризма (WMTO)¹ — некоммерческая неправительственная организация, основным направлением деятельности которой является разработка инновационных концепций, стимулирующих рост въездного медицинского и оздоровительного туризма через установление надежных стандартов работы с иностранными пациентами, расширение оптимальных каналов привлечения иностранных пациентов в разные страны и города, а также обеспечение сертификации отелей, спа-курортов и клиник.
- Европейский альянс медицинского туризма (EuMTA)² — некоммерческая организация, базирующаяся в Венгрии, которая представляет интересы заинтересованных сторон в индустрии медицинского туризма, координирует их деятельность и улучшает мобильность пациентов. Одна из его целей — предоставить убедительное альтернативное решение недо-

¹ WMTO. URL: <https://worldmedicaltourism.org/>

² EuMTA. URL: <http://eumta.org>

Таблица 1

Направления и виды деятельности МТА

Направления деятельности	Виды деятельности
Повышение осведомленности потребителей медицинских услуг	MedicalTourism.com — ведущий веб-сайт в области медицинского туризма. В настоящее время доступен более чем на 30 языках; Путеводители по направлениям медицинского туризма; Мониторинг прозрачности ценообразования и качества оказания медицинской помощи; Обзор программ и инициатив медицинских организаций и иных поставщиков медицинских услуг; Рекомендации по принятию решений потребителями — медицинскими туристами
Программы и инициативы в области общественного здравоохранения и для медицинских организаций	Программы формального обучения и сертификации медицинских работников, оказывающих медицинскую помощь иностранным пациентам; Руководства по направлению иностранных пациентов на госпитализацию; Развитие бренда направлений и организаций медицинского туризма; Дорожные карты развития медицинских организаций в рамках экспорта медицинских услуг; Управление медицинским туризмом; Технико-экономические обоснования и рыночные отчеты; Направления пациентов и лиды.

ными по вопросам получения медицинской помощи за рубежом посредством продуктов медицинского туризма.

Рассмотрим деятельность общественных организаций по развитию рынка медицинского туризма на примере Ассоциация медицинского туризма.

МТА определяет себя как глобальная некоммерческая организация, которая обучает и защищает интересы индустрии медицинского туризма и международных пациентов. Ассоциация стремится предоставлять пациентам широкий выбор услуг в области здравоохранения по всему миру. Делается это через повышение осведомленности потребителей о медицинских поездках, а также через вклад в рост и инфраструктуру мирового медицинского сообщества (таблица 1). В условиях, когда миллионы пациентов ежегодно выезжают за медицинской помощью, создание безопасной и устойчивой отрасли является более важным, чем когда-либо.

Ассоциация медицинского туризма в сотрудничестве с Международным исследовательским центром здравоохранения (основной целью Международного исследовательского центра здравоохранения (International Healthcare Research Center — IHRC) является содействие прозрачности и улучшение качества здравоохранения во всем мире, управление здоровьем населения, расширение доступа к медицинской помощи и удобство обслуживания потребителей) и консалтинговой компанией «Global Healthcare Resources» выступила с инициативой по созданию условий для саморазвития медицинского туризма, направленной на устранение барьеров для медицинских поездок. Устраняя препятствия, препятствующие росту индустрии медицинского туризма, это движение стремится привлечь примерно 5 миллионов новых медицинских туристов к 2028 году⁶.

статков в системе здравоохранения США, Европы и других частей мира. EuMTA также придерживается европейских принципов группировки экономических интересов, призванных облегчить экономическую деятельность членов.

— Ассоциация страховых компаний, страховых агентств, сторонних администраторов и связанных с ними предприятий, занимающихся страхованием путешествий и сопутствующими продуктами, известна как Ассоциация страхования путешествий США (UStiA)³. Их цель состоит в том, чтобы путешественники имели недорогой доступ к защите и помощи в путешествиях.

— Международная ассоциация медицинской помощи путешественникам (IAMAT)⁴ — присуждает стипендии врачам и медсестрам из стран, где медицина путешествий является развивающейся специальностью. Эксперты ассоциации внедряют медицинские услуги в поездках и повышают стандарты здравоохранения в своем сообществе, принося пользу местным пациентам и путешественникам. Чтобы расширить знания и практику в области здоровья во время путешествий, ассоциация спонсирует образовательные и информационные продукты о последних исследованиях в области путешествий и тропической медицины.

— Ассоциация медицинского туризма (Medical Tourism Association — MTA)⁵ — некоммерческая организация, деятельность которой направлена на устранение барьеров на пути к доступному, прозрачному медицинскому обслуживанию мирового класса. Основанная в Соединенных Штатах Америки в 2007 году, МТА ориентирует свою деятельность на охрану здоровья граждан через повышение их осведомленности об организованных поездках для получения медицинской помощи за пределами границ региона проживания, одновременно способствуя внедрению лучших практик в отрасли. Цель МТА — упростить взаимодействие и ведение бизнеса заинтересованным сторонам отрасли, будь то поставщик медицинских услуг, направляющая организация (покупатель) или медицинский турист. Ассоциация работает с правительствами, поставщиками медицинских услуг, страховщиками и другими заинтересованными сторонами от разработки концепции их проекта до запуска и на протяжении всей коммерциализации; тесно сотрудничает со многими ведущими фасилитаторами, страховыми компаниями и сторонними администраторами, реализующими гуманитарную миссию — помочь миллионам потребителей по всему миру стать осведомлен-

³ UStiA. URL: <https://www.travelinsurance.com>

⁴ IAMAT. URL: <https://www.iamat.org>

⁵ MTA. URL: <https://www.medicaltourismassociation.com>



Рис. 1. Основные проблемы развития бизнеса в сфере медицинского туризма.

Программа «Саморазвитие медицинского туризма» (Medical Tourism Moonshot — далее Moonshot) решает проблемы, сдерживающие рост и потенциал индустрии медицинского туризма, и является основой для формирования здравоохранения будущего, доступ к которому будет у каждого. Эти проблемы являются результатом совокупности сдерживающих факторов, включая ограниченный доступ к данным, огромный разрыв в информационном и ином ресурсном обеспечении между организациями, направляющими и принимающими пациентов, неоптимальная или неэффективная организация поездок пациентов, отсутствие доступа к нужным технологиям, неэффективные инвестиции в маркетинговые программы медицинских путешествий и явный разрыв на рынке между участниками отрасли, покупателями медицинских услуг и их поставщиками.

Программа «Саморазвитие медицинского туризма» объединяет заинтересованные стороны отрасли, чтобы устранить искусственные препятствия на пути роста отрасли и проложить путь к улучшению результатов здравоохранения и быстрому оказанию медицинской помощи миллионам пациентов, ищущих решения своих медицинских потребностей.

Чтобы лучше понять проблемы и возможности отрасли, Ассоциация медицинского туризма провела опрос, в котором приняли участие более 200 участников со всего мира, представляющих медицинские организации, фасилитаторов, страховые компании и других лидеров отрасли. В ходе исследования были определены возможности для бизнеса в индустрии медицинского туризма, мотивы присоединения к программе Moonshot а также проблемы, влияющие на развитие экспорта медицинских услуг и инструменты для их решения.

Респонденты, участвовавшие в опросе, предлагали услуги медицинского туризма во всех регионах мира, но большинство респондентов были из Азии

(30,4%), Северной Америки (27,6%), Ближнего Востока (15,8%) и Европы (13,1%).

Респонденты проанализировали ряд проблем, с которыми они сталкиваются при достижении своих рыночных целей и увеличении числа пациентов. Согласно опросу, крупнейшими проблемами, ограничивающими рост, для участников рынка были проблемы маркетинга, нехватка потенциальных клиентов и количество обращений (рисунок 1).

Достижение вышеуказанных целей требует набора эффективных стратегий, направленных на улучшение обслуживания пациентов. Лидеры рынка решений, способствующих росту своего бизнеса, хотят оптимизировать доступ к решениям для оздоровительных путешествий (49,7%). В качестве иных решений респонденты назвали:

- расширение доступа поставщиков медицинских услуг к глобальной сети — 43,2%
- сбор релевантных данных со всего мира (39,2%)
- программа сертификации и аккредитации (37,5%)
- доступ к обучению медицинскому туризму (21,7%).

На вопрос о том, какие еще решения они хотели бы использовать для улучшения роста своего рынка, большинство респондентов назвали наставничество (57,9%) в качестве ключевой стратегии. Около 46,6% респондентов выбрали сертификацию, 47,5% — обучение и 43,9% — аккредитацию.

Кроме того, 44,8% заявили, что членство в соответствующих ассоциациях станет еще одним решением, которое они хотели бы помочь им реконструировать свой бизнес для привлечения большего числа клиентов.

Три основные причины, по которым участники присоединились к Moonshot, включают желание объединиться с профессионалами-единомышленниками (74,2%), сделать свой бренд более целенаправленным (57,9%), лучше согласовать свою организацию с профессиональными целями (46,1%).

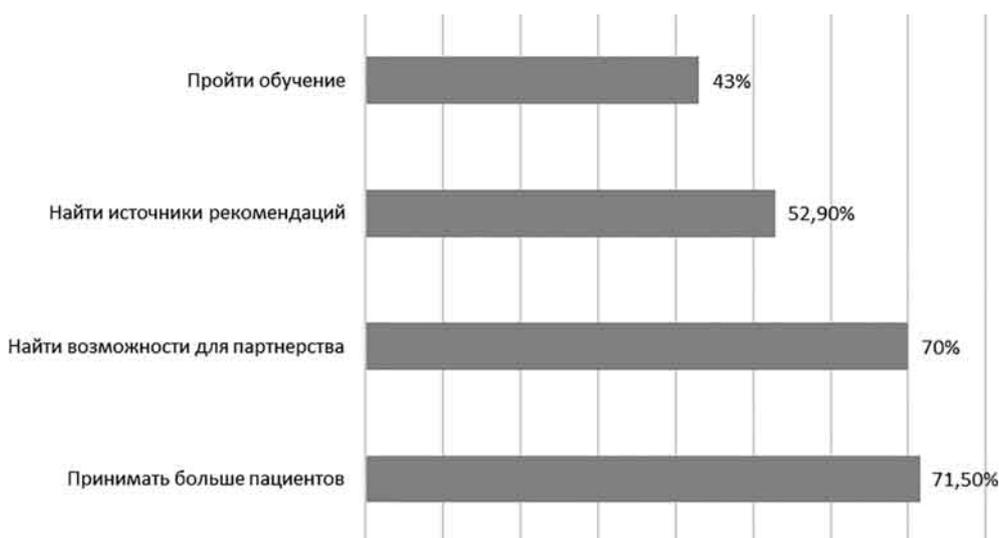


Рис. 2. Задачи, решаемые с помощью профессионального сообщества.

Главной целью присоединения к сети является возможность принимать больше пациентов, что демонстрирует глобальную потребность в увеличении числа пациентов. Основные задачи участников рынка, которые могут быть решены за счет участие в профессиональном сообществе представлены на рисунке 2.

Следует отметить, что общественные организации медицинского туризма в полной мере способны обеспечить ресурсы для решения указанных задач. Так, например, EuMTA и MTA на базе своих интернет-порталов аккумулируют базы данных партнеров — национальных туристских и медицинских организаций, готовых участвовать в программах привлечения и направления пациентов — медицинских туристов. Подобные базы данных являются полезным ресурсом для поиска партнеров, создания совместных медико-туристских программ и иных профессиональных коллабораций.

Ассоциация медицинского туризма предлагает пользователям серию обучающих вебинаров по вопросам визового обеспечения, транспортной поддержки и особенностей размещения туристов (в том числе в медицинских отелях), а также по ряду других тем. Аналогичные ресурсы создают и размещают и другие общественные организации.

Важное значение общественные организации медицинского туризма, в том числе и Ассоциация медицинского туризма, придают вопросам профессионализма операторов рынка и обеспечения качества услуг как в рамках туристской поддержки, так и в рамках оказания медицинской помощи иностранным пациентам. В рамках этого направления создаются и реализуются сертификационные курсы для профессионалов, цели обучения которых направлены на развитие соответствующих компетенций:

- понимание мотивов медицинских поездок и ключевых заинтересованных сторон;
- определение потребностей и ожиданий медицинских путешественников;
- представление о непрерывности медицинского обслуживания в поездках;

- вопросы ценообразования, оплаты, снижения рисков и маркетинга;
- разработка бизнес-планов медицинского туризма и дорожных карт привлечения и обслуживания медицинских туристов и пр..

Заключение

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать ряд выводов:

1. Общественные организации являются неотъемлемой частью рынка медицинского туризма, институциональными образованиями, объединяющими профессионалов рынка для различных целей, сфокусированных на устойчивом развитии отрасли.

2. За счет поли- направленной деятельности общественные организации медицинского туризма способны аккумулировать ресурсы и предлагать своим участникам широкий перечень поддерживающих материалов: образовательные и сертификационные программы, базы данных национальных и международных партнеров, обзоры законодательных и иных национальных и региональных инициатив, влияющих на развитие отрасли, аналитические данные и результаты исследований.

3. Общественные организации выступают значимым рычагом давления на отрасль с целью ее развития, повышения качества предоставляемых услуг и оказываемой помощи пациентам, а также гарантом соответствующего профессионального и компетентного уровня специалистов — непосредственных исполнителей заявляемых услуг.

В целом можно отметить высокую значимость некоммерческих неправительственных организаций в вопросах ресурсного обеспечения отрасли медицинского туризма, а также как инструмента ее устойчивого развития.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Мустафаева З. А., Тетуева А. Х. Современные тенденции на рынке медицинского туризма. Сборник статей XXII Международной научно-практической конференции «Фундаменталь-

- ные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации». Пенза: Наука и Просвещение; 2019. С. 127—132.
- Игнатова Е. В. Оценка предпосылок развития медицинского туризма в посткризисный период. *Журнал правовых и экономических исследований*. 2020;(3):139—143.
 - Кочкурова Е. А., Васильева О. Л., Носкова В. А., Кочкуров А. С. Региональные проблемы организации экспорта медицинских услуг и развития медицинского туризма. *Человек. Спорт. Медицина*. 2023;23(S1):188—194.

REFERENCES

- Mustafaeva Z. A., Tetueva A. H. Modern trends in the medical tourism market. Collection of articles of the XXII International Scientific and Practical Conference «Fundamental and Applied scientific research: current issues, achievements and innovations». Penza: Science and Education; 2019. P. 127—132 (in Russian).
- Ignatova E. V. Assessment of the prerequisites for the development of medical tourism in the post-crisis period. *Journal of Legal and Economic Research*. 2020;(3):139—143 (in Russian).
- Kochkurova E. A., Vasilyeva O. L., Noskova V. A., Kochkurov A. S. Regional problems of organization of export of medical services and development of medical tourism. *Man. Sport. Medicine*. 2023;23(S1):188—194 (in Russian).

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 07.02.2024; одобрена после рецензирования 27.02.2024; принята к публикации 05.02.2024. The article was submitted 07.02.2024; approved after reviewing 27.02.2024; accepted for publication 05.02.2024.