

ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.Е.Андросов

Директор ООО «Ви энд Ви Медикал», г. Минск, Республика Беларусь

Выделены факторы, определяющие привлекательность дестинации медицинского туризма. Подчеркнуто, что значительную роль в успехе экспорта медицинских услуг конкретной дестинации играют компании, специализирующиеся на медицинском менеджменте, – операторы медицинского туризма. На примере компании «Med Travel Belarus» перечислены услуги, предоставляемые иностранным пациентам в Республике Беларусь операторами медицинского туризма.

Глобальный рынок здравоохранения сегодня позволяет многим странам мира предлагать свои медицинские услуги иностранным гражданам. Известны факторы, в наибольшей степени влияющие на бурный рост сравнительно новой индустрии: процесс глобализации, упадок систем экономики и здравоохранения отдельных стран, технологический прогресс, а также активное развитие информационных технологий.

Массовые поездки граждан за пределы своих государств постоянного проживания с целью получения более качественных, экономически выгодных и доступных по времени медицинских услуг стали признанным явлением в высокоразвитых странах. Следует отметить, что по мере старения поколений 1960–1970-х гг., так называемых «бэби бумеров», количество туристов ежегодно увеличивается.

Такие страны, как Израиль, Германия, Швейцария и США, уже более 50 лет являются лидерами в сфере медицинского туризма, ежегодно принимая тысячи иностранцев, ищущих качественной медицинской помощи.

Новые направления «бюджетного» медицинского туризма – Польша, Венгрия, Иордания, Южная Корея – стали принимать пациентов на лечение относительно недавно. Мировой финансовый кризис придал дополнительный стимул в выборе туристами данных дестинаций (существует множество определений понятия «дестинация» – *destination* (англ.) – the place to which a person or thing is going (место, куда в настоящее время направляются люди или вещи): определенное место назначения или целевой регион; пункт «кристаллизации туристского спроса»; географическая территория, обладающая привлекательностью для туристов; место, посещение которого оставляет у туристов различные впечатления, опыт и эмоции; территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребности туриста и удовле-

творяют его спрос на перевозку, ночевку, питание, развлечения и т.д.; место, имеющее реальную или умозрительную границу, которое посещают туристы с определенной целью; местность либо сооружения, обладающие туристским потенциалом, то есть это то, что турист выбирает для своего посещения и что продают производители услуг; под сформировавшейся туристской дестинацией понимается некая социально-географическая местность (место, регион, город, деревня, парк аттракционов и т.п.), которую конкретный турист или целый сегмент туристского спроса выбрали в качестве цели поездки, располагающая всеми необходимыми учреждениями, организациями, средствами размещения, обслуживания и инфраструктурой развлечений; обобщенно – это любая территория, по направлению к которой перемещаются туристы с намерением ее посещения в качестве цели своей поездки).

Следует учитывать, что в каждом географическом регионе Земли есть страны, вовлеченные в индустрию медицинского туризма – страны-доноры и страны-акцепторы медицинских туристов.

Сегодня, привлекательность дестинации акцептора медицинских туристов стала играть определяющую роль в выборе граждан, ищущих удовлетворения своих потребностей в медицинском обслуживании за пределами государства постоянного проживания. Эта привлекательность определяется многими факторами (рис. 1):

Инфраструктура:

- Уровень клиник (включая материально-техническую базу и специалистов);
- Размещение (стационар и гостиничный фонд);
- Службы поддержки и сопровождения (принимающая сторона);
- Внутренние транспортные коммуникации.

Общая стоимость:

- Стоимость лечения;
- Стоимость проживания;



Рис. 1. Факторы, определяющие привлекательность дестинации медицинского туризма

- Транспортные расходы;
- Страховка;
- Мелкие расходы – питание, развлечения и др.

Культурное сходство:

- Язык;
- Религия;
- Кухня;
- Обычаи и традиции.

Достоинства и риски:

- Гарантии;
- Безопасность;
- Достижения, успехи;
- Отзывы.

Обстановка:

- Климат;
- Туристические аттракции;
- Менталитет населения, отношение персонала (клиентоориентированность).

Географическая близость:

- Транспортная связь (качество транспортной сети, наличие бюджетных авиаперевозчиков, визовые барьеры);
- Временные затраты на перемещение.

Таким образом, становится очевидным, что конкуренция между странами-акцепторами медицинских туристов заключается не только в сравнении технической оснащенности клиник, уровне подготовки специалистов и стоимости медицинских услуг, а в гораздо более широком спектре прямых и косвенных факторов, которые в комплексе формируют имидж дестинации медицинского туризма.

Значительную роль в успехе экспорта медицинских услуг дестинации играют компании, специализирующиеся на медицинском менеджменте, – операторы медицинского туризма (рис. 2).

Клиники Западной Европы, Израиля и других стран уже осознали преимущества сотрудничества с локальными операторами медицинского туризма, связанные с предоставлением всего комплекса подготовительных и туристических услуг, которые оператор берет на себя для организации лечения иностранных граждан на соответствующем уровне.

Ведь в случае, если организация здравоохранения решает самостоятельно заниматься развитием медицинского туризма, это подразумевает затрату значительных средств, времени и усилий. Необходимо постоянно вкладывать средства в маркетинг и рекламу, создавать и обучать новые административные кадры, решать вопросы, не касающиеся медицины, такие как визовая поддержка, страховки, трансфер, расселение, регистрация, сопровождение, переводы и пр. Перекладывая решение этих проблем на компанию-оператора медицинского туризма, организация здравоохранения постепенно увеличивает количество иностранных пациентов без дополнительных затрат, что позволяет выплачивать оператору комиссию за конкретного пациента, приведенного в клинику, без увеличения собственных затрат.

Подобное делегирование полномочий также позволяет быстро удовлетворять нужды иностранных граждан и минимизировать риски, связанные



Рис. 2. Med Travel Belarus – оператор медицинского туризма

с организацией лечения. Удовлетворив одного клиента и поддерживая связь после его возвращения домой, мы получаем бесценную рекламу, которая передается близким родственникам, друзьям, коллегам пациента.

Такая форма сотрудничества подразумевает наделение оператора медицинского туризма определенным сертификатом соответствия и компетентности, который позволяет официально представлять интересы организаций здравоохранения на глобальном рынке медицинских услуг.

Деятельность оператора в продвижении медицинских услуг заключается не только в поиске индивидуальных клиентов, желающих получить определенное лечение в Беларуси. Важным вектором также является построение сети компаний-партнеров, которые, на определенных условиях, осуществляют поиск клиентов в своих странах (рис. 3).

Сотрудничая с организациями здравоохранения Республики Беларусь, компания-оператор медицинского туризма предоставляет следующие услуги для иностранных пациентов:

- сбор необходимых медицинских документов для предварительной консультации;
- прояснение всех деталей, связанных с лечением в Беларуси;
- составление предварительного графика лечения;
- возможность комбинировать диагностические процедуры и лечение;

- содействие в получении визы в Беларусь;
- разъяснение правил пребывания в Беларуси;
- регистрация иностранного гражданина на территории Республики Беларусь;
- логистика;
- бронирование размещения в Беларуси;
- компетентный личный менеджер в Беларуси;
- сопровождение пациента;
- медицинский переводчик;
- перевод медицинских документов;
- поддержание связи с пациентом после завершения лечения;
- формирование положительного имиджа ответственных медицинских услуг;
- сбор и публикация отзывов.



Рис. 3. Построение международной партнерской сети

Развитие медицинского туризма в Беларуси носит несколько противоречивый характер. С одной стороны, система предоставления медицинских услуг иностранным гражданам развивается: создана материально-техническая база, обучен медицинский персонал, а некоторые методы лечения, применяемые белорусскими медиками, уникальны. Следует добавить к этому сохранившуюся еще от СССР сильную медицинскую школу, а также развитую сеть медицинских исследовательских центров. Получается, что основа для развития медицинского туризма уже создана, и существующие условия позволяют говорить о популярности белорусской медицины среди иностранцев.

Согласно официальным заявлениям и статьям в СМИ, наиболее популярными направлениями медицинского туризма в Беларуси являются офтальмология, стоматология и различного вида хирургические операции.

С другой стороны, объемы экспорта медицинских услуг невелики. Так, за январь – октябрь 2011 г., по данным Национального статистического комитета, экспорт услуг по организациям, подчиненным Минздраву, составил 18,5 миллионов долларов США. Однако белорусская статистика в эту сумму включает не только медицинские услуги, но также медицинское образование, на долю которого приходятся основные полученные средства, и деловые услуги. В чистом виде на долю экспорта медицинских услуг из заработанной за 2011 год суммы приходится лишь 18,37% (из всего объема экспорта услуг организаций Минздрава на прочие деловые услуги пришлось 6,9 млн долл. США, услуги в области образования – 8,2 млн долл. США, услуги в области здравоохранения – 3,4 млн долл. США).

Стоит отметить, что в соответствии с белорусским законодательством в определение экспорта медицинских услуг также входят услуги по санаторному лечению, что противоречит мировой практике, согласно которой медицинские и санаторно-оздоровительные услуги дифференцированы. Исходя из этого, объем экспорта исключительно медицинских услуг за 2011 год составил еще меньшую, чем указано выше, сумму, так как только санаторными организациями Федерации профсоюзов Беларуси оказано услуг на сумму 1,6 млн долл. США.

Между тем, успехи белорусского здравоохранения на сегодняшний день имеют значительные перспективы в плане развития медицинского туризма, и нашей общей задачей является успешное продвижение этих услуг за пределами республики, на что, в первую очередь, направлена работа отечественных операторов медицинского туризма!

EXPERIENCE OF MANAGEMENT ORGANIZATION OF MEDICAL TOURISM IN BELARUS

V.E.Androso, Director, "V & V Medical" Ltd, Minsk, Republic of Belarus

Factors, determining the attractiveness of the medical tourism destination were defined. It was emphasized that the companies specializing in medical management, i.e. operators of medical tourism, played a significant role in the successful export of medical services on specific destinations. By the example of "Med Travel Belarus", the services rendered to foreign patients in the Republic of Belarus by operators of medical tourism were presented.