

راهبردهای جذب گردشگر در حوزه پزشکی و سلامت: تجارب کشورهای منتخب

فاطمه سرخه‌دهی^۱

چکیده

هند یکی از رقبای مهم ایران در گردشگری به شمار می‌آید که سابقه طولانی در گردشگری به‌ویژه گردشگری پزشکی دارد و سهم زیادی از بازار گردشگری پزشکی جهان و آسیا را به خود اختصاص داده است و قصد دارد این سهم را گسترش دهد. در سال ۲۰۱۹، اکثر متقاضیان گردشگری پزشکی هند از آسیای جنوب شرقی، غرب آسیا و آفریقا بودند. شناسایی بازار هند و نقاط قوت و ضعف آن به ایران کمک می‌کند تا در گسترش سهم خود و جذب گردشگران موفق‌تر عمل کند. بازار گردشگری پزشکی در هند مزیت‌هایی دارد که موجب شده است هند سهم قابل توجهی از بازار گردشگری پزشکی جهانی را به خود اختصاص دهد. استفاده از تجربه هند و الگوبرداری از این نقاط قوت در ایران و شناسایی نقاط ضعف هند و استفاده از آن برای جذب گردشگر پزشکی از اهداف این پژوهش بوده است.

واژگان کلیدی: گردشگری پزشکی، ایران، هند.

شکل ۲: مشکلات صنعت گردشگری پزشکی هند

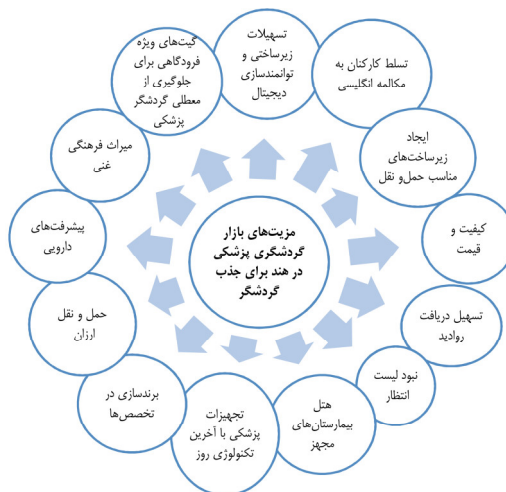
(فرصتی برای بهره‌مندی رقبا)



مأخذ: پژوهش حاضر.

شکل ۱: مزیت‌های بازار گردشگری پزشکی در هند

برای جذب گردشگر



مأخذ: پژوهش حاضر.

مقدمه

نمودار ۱- مشارکت کلی صنایع مختلف در تولید ناخالص داخلی جهان در سال ۲۰۱۶



مأخذ: گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۶.

میزان گردش مالی بالا و پرسود این صنعت در حالی است که این صنعت زودبازده است و نیازمند سرمایه‌گذاری‌های عظیم نیست. گردشگری پزشکی و سلامت شاخه‌ای از گردشگری است که بیش از دیگر شاخه‌های گردشگری سودآوری و ارزآوری دارد و پایداری و وفاداری مشتری در آن بیشتر است. پیش‌بینی رشد ۳ برابری این صنعت در ده سال آینده و ارزآوری فوق‌العاده آن باعث شده است که کشورهای مختلف برای کسب این بازار رقابت شدیدی را آغاز کنند.

کشورهایی مانند مالزی، ترکیه، امارات متحده عربی و هند از جمله کشورهای نزدیک ایران هستند که به سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای جذب متقاضیان گردشگری سلامت و پزشکی اقدام

گردشگری پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت بزرگ جهان به شمار می‌رود (UNWTO, 2013) و در آینده‌ای نزدیک به صنعت نخست جهان تبدیل خواهد شد (UNWTO, 2020). میزان مشارکت این بخش در تولید ناخالص داخلی جهان بیش از بخش‌هایی مانند خودروسازی و کشاورزی و مشارکت آن در اشتغال از خودروسازی بیشتر است (World Travel & Tourism Council, 2016). آثار مثبت اقتصادی صنعت گردشگری بر اقتصاد ملی باعث شده است که کشورهای مختلف، چه توسعه‌یافته و چه در حال توسعه، گردشگری را به‌عنوان عامل مهم ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری بدانند و به‌عنوان منبع مهم تأمین مالی و ارزآور به آن توجه ویژه داشته باشند. پس از جنگ جهانی دوم، کشورهای در حال توسعه، گردشگری را راهی امیدبخش برای دستیابی به رشد اقتصادی و انسانی تلقی کردند. در کشورهای با منابع کمتر، گردشگری به عامل مهم راهبردی توسعه تبدیل شده است. آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر رشد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی و تحرک صنایع مختلف باعث شده است که گردشگری در بسیاری از کشورها به‌عنوان موتور محرک رشد اقتصادی شمرده شود.

هدف از تحلیل کشورهای آسیایی رقیب، آموزش مدیریت گردشگری، شناسایی نقاط ضعف و قوت رقا و استفاده از راهکارهای این کشورها برای ارتقای جایگاه ایران است.

کرده‌اند. بخش زیادی از تولید ناخالص داخلی برخی از این کشورها مربوط به گردشگری است. این کشورها افزون‌بر جذب گردشگران تفریحی در پی جذب گردشگران پزشکی و سلامت هستند. ایران در آسیا با رقبای مهم و پرسابقه‌ای در صنعت پزشکی مانند هند، سنگاپور، مالزی، ترکیه و امارات مواجه است و نیازمند برنامه‌ریزی، شناسایی رقا و نقاط ضعف و برتری آن‌ها برای تدوین راهبرد جذب گردشگر پزشکی و سلامت و ایجاد سهم پذیرفتنی از این بازار جذاب و پرسود است.

هدف از تحلیل کشورهای آسیایی رقیب، آموزش مدیریت گردشگری، شناسایی نقاط ضعف و قوت رقا و استفاده از راهکارهای این کشورها برای ارتقای جایگاه ایران است.

در این گزارش به بررسی وضعیت گردشگری سلامت و پزشکی در هند به‌عنوان کشوری در قاره آسیا با سابقه طولانی در گردشگری پزشکی و سلامت می‌پردازیم که سهم زیادی از بازار این صنعت را به خود اختصاص داده است و رقیب جدی ایران شمرده می‌شود.

۱- اجتناب از فهرست انتظار طولانی و صف برای درمان.

۲- دریافت کیفیت درمان مناسب هم از نظر فناوری و هم استانداردهای جهانی.

۳- هزینه کمتر درمان.

۴- کیفیت پذیرایی و استراحت خوب.

۵- بازدید از مکان‌های جذاب و جالب (Rokni, Ahmadpour & Rezaie, 2010, p. 163).

مهم نیست که افراد در کدام کشور زندگی می‌کنند، گردشگران در پی درمان و سلامت هستند و به کشور دیگر سفر می‌کنند تا تحت مراقبت و خدمات پزشکی در زمینه‌هایی مانند سرطان، بیماری‌های عصبی، جراحی پیوند، جراحی زیبایی و... قرار گیرند. از جمله کشورهایی که گردشگران سلامت عمدتاً از آن‌ها استقبال می‌کنند، کوبا، هنگ‌کنگ، مجارستان، هند، اردن، لیتوانی، مالزی،

هدف از تحلیل کشورهای آسیایی رقیب، آموزش مدیریت گردشگری، شناسایی نقاط ضعف و قوت رقا و استفاده از راهکارهای این کشورها برای ارتقای جایگاه ایران است.

در این گزارش به بررسی وضعیت گردشگری سلامت و پزشکی در هند به‌عنوان کشوری در قاره آسیا با سابقه طولانی در گردشگری پزشکی و سلامت می‌پردازیم که سهم زیادی از بازار این صنعت را به خود اختصاص داده است و رقیب جدی ایران شمرده می‌شود.

در این گزارش به بررسی وضعیت گردشگری سلامت و پزشکی در هند به‌عنوان کشوری در قاره آسیا با سابقه طولانی در گردشگری پزشکی و سلامت می‌پردازیم که سهم زیادی از بازار این صنعت را به خود اختصاص داده است و رقیب جدی ایران شمرده می‌شود.

۱- گردشگری سلامت و عوامل مؤثر بر آن

بیشتر کشورها در رقابتی نزدیک و فراگیر در پی این هستند که مزایای خود را نسبت به فعالیت‌های بین‌المللی افزایش دهند. با رشد شهرنشینی و پدیده‌های ارتباطی در آن، گردشگری امروزه یکی از پایگاه‌های اقتصادی جهان است. زندگی در بیشتر کشورهای صنعتی نیازهای مختلفی به وجود آورده

در سال ۲۰۱۹، بیشتر گردشگران پزشکی که به هند سفر کردند، از آسیای جنوب شرقی، غرب آسیا و آفریقا بودند. همچنین، تعداد زیادی از افرادی که به دنبال درمان پزشکی هستند، از کشورهای ایالات متحده، کانادا، چین، روسیه، بریتانیا و استرالیا به هند سفر می‌کنند. هزینه‌های درمانی در هند یک‌دهم قیمت درمان‌های مشابه در ایالات متحده و بریتانیا است.

هندوستان قصد دارد که به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری سلامت در دنیا تبدیل شود و از این رو برای تبلیغات گسترده برنامه‌ریزی کرده است. هند قصد دارد افزون‌بر روش‌های مدرن پزشکی، با طب سنتی نیز به مداوای بیماران بپردازد و از آنجاکه در طب‌های باستانی و سنتی سابقه طولانی دارد، در این حوزه می‌تواند موفق ظاهر شود. پیش‌بینی می‌شود که هندوستان به‌عنوان یکی از نخستین کشورهای دنیا در گردشگری سلامت، به جایگاه بسیار خوبی در کنار رقبا برسد.

در نمودار شماره ۱، اندازه بازار گردشگری پزشکی در هند نشان داده شده است. کشورهای مکزیک، تایلند و هند در رقابت تنگاتنگ برای جذب بازار گردشگری و افزایش سهم خود از این بازار هستند و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۶، این سه کشور سهم عمده‌ای از بازار گردشگری پزشکی را به خود اختصاص دهند. سنگاپور، برزیل، کره جنوبی و ترکیه نیز با فاصله از این کشورها در حال افزایش سهم خود از این بازار پرسود هستند.

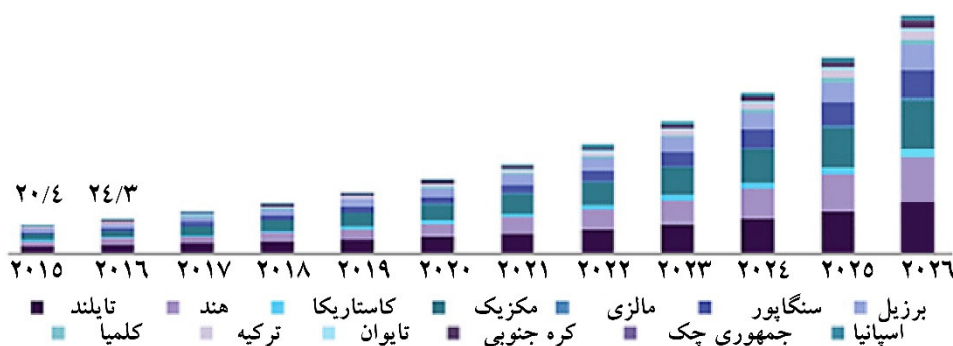
فیلیپین، سنگاپور، تایلند و اخیراً امارات متحده عربی (دبی) است. همچنین، کشورهایی که در زمینه جراحی‌های زیبایی مورد تقاضا هستند عمدتاً شامل آرژانتین، بولیوی، برزیل، کاستاریکا، مکزیک، ترکیه، بلژیک و لهستان هستند.

۲- بازار گردشگری پزشکی و سلامت در هند

هند یکی از محبوب‌ترین مقاصد گردشگری پزشکی در جهان است؛ به‌ویژه در زمینه جراحی‌های قلب و لگن، پیوند و دیگر زمینه‌های پزشکی یکی از مقاصد شناخته‌شده است؛ به‌طوری‌که در طول سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۶، هیچ کشوری در زمینه پزشکی با آن قابل مقایسه نبوده است (The Organization for Development of Trade and the Adjutancy of Marketing and Market Development, 2007). دولت هند و بخش خصوصی آن آگاه هستند ترویج خدمات گردشگری پزشکی موجب تبدیل شدن شبه‌قاره هند به مرکز منحصربه‌فرد در منطقه می‌شود. ارزش صادرات خدمات ناشی از گردشگری پزشکی در هند تا سال ۲۰۱۲، ۲ میلیارد دلار بود. هند قطب اصلی گردشگری پزشکی در جهان است. طبق آخرین گزارش FICCI، این کشور تا پایان سال ۲۰۲۰، به ظرفیت ۹ میلیارددلاری از نظر بازار سفر با ارزش پزشکی^۱ رسیده است. پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۹، صنعت سفر و گردشگری ۵۱۲ میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی هند کمک کند.

1. MVT

نمودار ۲- اندازه بازار گردشگری پزشکی به تفکیک کشورها از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۶ (به میلیارد دلار آمریکا)



مأخذ: www.grandviewresearch.com

- ۳- اقدامات هند برای توسعه گردشگری پزشکی و سلامت
- هند برای ارتقا و افزایش متقاضیان گردشگری به این کشور برنامه‌ریزی کرده است. از اقدامات دولت هند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.
- ایجاد زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل: هند در ایجاد زیرساخت‌های لازم برای گردشگری سلامت بسیار کوشا بوده است. برای مثال، می‌توان از عملکرد حساب‌شده این کشور در فرودگاه‌ها نام برد که برای مسافرانی که به‌عنوان گردشگر درمانی وارد کشور می‌شوند، گیت‌های ویژه در نظر گرفته است و مسافران با اطمینان خاطر بیشتر وارد هند می‌شوند و توجه و مراقبت از گردشگرهای سلامت از فرودگاه آغاز می‌شود. در هند گردشگری سلامت از سوی دولت بسیار حمایت می‌شود و تسهیلات ویژه برای این صنعت در نظر گرفته شده است.
- ۴- کیفیت و قیمت مناسب: هند یکی از کشورهایی است که خدمات بسیار باکیفیت و با قیمت بسیار مناسب ارائه می‌دهد. همچنین، خدمات جانبی بسیاری به بیماران ارائه می‌شود و خدمات بعد از عمل‌های جراحی نیز در هندوستان بسیار زیاد است. هزینه‌های درمان در هند در مقایسه با هزینه‌های خدمات پزشکی در کشورهای توسعه‌یافته مانند آمریکا و انگلیس بسیار مقرون‌به‌صرفه است. هزینه‌های پزشکی مقرون‌به‌صرفه در مقایسه با کشورهای اروپایی و آمریکایی و دیگر کشورهای آسیایی در بسیاری از موارد ۴۰ تا ۸۰ درصد تفاوت قیمت ایجاد کرده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که دو شاخص کیفیت و قیمت دلیل اصلی انتخاب گردشگران سلامت بوده و هندوستان برای این دو شاخص برنامه‌ریزی کرده است. قیمت‌های بسیار ارزان در کنار امکانات اضافی که در اختیار بیماران قرار می‌گیرد،

در جدول شماره ۱، قیمت تمام شده خدمات پزشکی در هند در مقایسه با دیگر کشورهای مقصد برای گردشگران پزشکی نشان داده شده است. همان طور که از این جدول مشخص است، قیمت خدمات در هند نسبت به دیگر نقاط ارزان تر است که این مزیتی رقابتی برای هند شمرده می شود.

جدول شماره ۲ تعداد کل گردشگران خارجی و گردشگران پزشکی در هند را از سال های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷ نشان می دهد که در سال ۲۰۱۷، تعداد گردشگران خارجی حدود ۱۵۵۴۳۰۰۰ نفر بوده که حدود ۵۰۰ هزار نفر گردشگر پزشکی و سلامت به این کشور وارد شده است. تعداد گردشگران پزشکی در سال ۲۰۲۲، به ۶۵۰۰۰۰ افزایش یافته است.

آن ها را از سراسر دنیا به هند می آورد. طب جایگزین، پیوند مغز استخوان، جراحی قلب، جراحی چشم و درمان سرطان از انواع روش های پزشکی هستند که گردشگران پزشکی در هند به دنبال آن هستند (Mohanty & Mohapatra, 2023).

لقب «پایتخت گردشگری پزشکی» به شهر چنای^۱ داده شده است و تقریباً ۴۵ درصد از گردشگران پزشکی خارجی به این شهر می آیند که دلایل آن، قیمت های ارزان، کوتاه بودن یا نبودن زمان انتظار و امکانات جامع ارائه شده توسط بیمارستان های فوق تخصصی است. بنگالورو^۲، منطقه پایتخت چانديگار^۳، دهلی شامل گروگرام^۴، فریدآباد، جیپور، کرالا^۵، کلکته و بمبئی دیگر مراکز گردشگری پزشکی هستند.

جدول ۱- قیمت خدمات پزشکی در کشورهای مقصد گردشگری پزشکی (به دلار آمریکا)

خدمت پزشکی	آمریکا	کاستاریکا	هند	کره جنوبی	مکزیک	تایلند	مالزی
بای پس قلب	۱۴۴۰۰۰	۲۵۰۰۰	۵۲۰۰	۲۸۹۰۰	۲۷۰۰۰	۱۵۱۲۱	۱۱۴۳۰
آنژیوگرافی	۵۷۰۰۰	۱۳۰۰۰	۳۳۰۰	۱۵۲۰۰	۱۲۵۰۰	۳۷۸۸	۵۴۳۰
تعویض دریچه قلب	۱۷۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۵۵۰۰	۴۳۵۰۰	۱۸۰۰۰	۲۱۲۱۲	۱۰۵۸۰
تعویض مفصل ران	۵۰۰۰۰	۱۲۵۰۰	۷۰۰۰	۱۵۶۰۰	۱۵۰۰۰	۱۵۱۵۲	۱۲۳۵۰
تعویض مفصل زانو	۵۰۰۰۰	۱۱۵۰۰	۶۲۰۰	۱۹۸۰۰	۱۲۰۰۰	۱۲۲۹۷	۷۰۰۰
ایمپلنت دندان	۲۸۰۰	۹۰۰	۱۰۰۰	۴۲۰۰	۱۸۰۰	۳۶۳۶	۳۴۵
جراحی زیبایی بینی	۸۰۰۰	۴۵۰۰	۴۰۰۰	۵۰۰۰	۳۵۰۰	۳۹۰۱	۱۲۹۳
لیفت صورت	۱۵۰۰۰	۶۰۰۰	۴۰۰۰	۱۵۳۰۰	۴۹۰۰	۳۶۹۷	۳۴۴۰
درمان ناباروری (IVF)	۲۸۰۰	۳۲۵۰	۲۱۸۰	۳۹۵۰	۹۰۹۱	۳۰۰۰	۳۸۱۹

مأخذ: Mohanty & Mohapatra, 2023

1. Chennai
2. Bengaluru
3. CCR
4. Gurugram
5. Kerala

جدول ۲- تعداد گردشگران سلامت ورودی به هند

سال	گردشگر سلامت خارجی ورودی
۲۰۱۳	۵۰۰۰۰
۲۰۱۴	۷۵۰۰۰
۲۰۱۵	۱۳۴۰۰۰
۲۰۱۶	۴۲۷۰۱۴
۲۰۱۷	۴۹۵۰۵۶
۲۰۱۹	۵۹۵۰۰۰
۲۰۲۰	۱۸۰۰۰۰
۲۰۲۱	۳۰۴۰۰۰
۲۰۲۲	۶۵۰۰۰۰

مأخذ: WWW. Tourism. Gov.in, 2023

- نبود فهرست انتظار: نبود فهرست انتظار برای درمان در هند موجب شده است تا بیماران بدون قرار گرفتن در نوبت‌های طولانی انتظار، سریع‌تر به هند سفر کنند و مورد درمان قرار گیرند. برخی از بیماری‌ها نیازمند معالجه سریع است و به محض دریافت وقت و بلیت مسافرت، بیماران می‌توانند در هند مداوا شوند. این موضوع موجب جذب گردشگران بسیاری به هند شده است.

- بیمارستان‌ها و هتل‌بیمارستان‌های مجهز: هندوستان توانسته است در بازار جهانی به خوبی برای کشور خود اعتمادسازی کند. هند به‌عنوان برند قابل اعتماد در حوزه گردشگری سلامت شناخته شده است. از جمله بیمارستان‌های فعال هند در گردشگری سلامت می‌توان به Max Healthcare اشاره کرد که سالانه هزاران گردشگر را پذیراست.

یکی دیگر از نقاط قوت هند، هتل‌بیمارستان‌های لوکس و مجهز است که در اختیار بیمار و همراهانش قرار می‌گیرد و همراهان معتقدند که حس کسانی را که در بیمارستان اقامت دارند، ندارند و بسیار راحت هستند. بیماران نیز می‌توانند هر زمان که خواستند با همراهانشان باشند و این موجب عدم احساس غربت برای بیماران می‌شود (Ebrahimzadeh, Sakhavar & Taghizadeh, 2013).

آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر رشد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی و تحرک صنایع مختلف باعث شده است که گردشگری در بسیاری از کشورها به‌عنوان موتور محرک رشد اقتصادی شمرده شود.

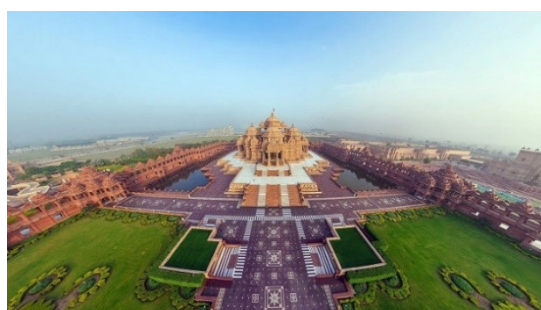
- تسهیل دریافت روادید (روادید پزشکی الکترونیکی): روادید گردشگری الکترونیکی که برای نخستین بار در سال ۲۰۱۴ معرفی شد، شامل ویزیت‌های پزشکی نیز می‌شود. این تغییرات برای ساده‌سازی روند و پروتکل‌های سفر با هدف امکان ورود گردشگران پزشکی و اقامت طولانی‌مدتشان انجام شده است. به دلیل این امکانات، تعداد گردشگران خارجی به هند با روادید پزشکی از ۴۹۵۰۵۶ در سال ۲۰۱۷، به ۶۹۷۰۰۰ در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است.

مدیریت گردشگری سلامت ایجاب می‌کند که روند ورود به کشوری که در این صنعت فعال است، تسهیل شود و هندوستان این مهم را در رأس اهداف خود قرار داده و توانسته است با راحت‌تر کردن دریافت روادید برای ورود به هند، درصد بالایی از بازار گردشگری سلامت را به خود اختصاص دهد. همچنین موجب شده است که دلالتان فعال در این حوزه نیز حذف شوند و گردشگران سلامت به راحتی در مدت زمان کوتاه برای ورود به هند روادید تهیه کنند.

شکل ۳- هتل ها و هتل بیمارستان های لوکس و مجهز در هند



هتل ۵ ستاره ابروی^۲ در دهلی نو



هتل کاخ ۵ ستاره تاج محل^۱ در بمبئی



هتل بیمارستان پانارناوا آیورودا در شهر کوچین



هتل ۵ ستاره ولکام هتل دوارکا^۳ در دهلی نو

بیماران را مطمئن می‌سازد که خدمات باکیفیت و با قیمت ارزان‌تر دریافت می‌دارند. تلاش هند برای تخصص در خدمات پزشکی پرتقاضا مانند بیماری‌های قلب و عروق، ارتوپدی، جراحی چاقی، گوارش، چشم‌پزشکی، دندان‌پزشکی، اورولوژی و جراحی پلاستیک توانسته است هند را به برند در برخی زمینه‌های درمانی تبدیل کند. بخش مراقبت‌های بهداشتی هند بسیار متنوع و سرشار از فرصت‌هاست. با توجه به ارزش ویژه برند هندی^۵، بازار جهانی مراقبت‌های بهداشتی هند در سال ۲۰۲۲ به رشدی خیره‌کننده رسید.

- **درمان‌های جایگزین:** در بیمارستان‌هایی مانند آیورودا، یوگا، ماساژدرمانی، مدیتیشن و درمان‌های جایگزین ارائه می‌شود. یوگا و همیوپاتی از علومی هستند که به کمک این صنعت در هند شناخته و متقاضیان گردشگری تندرستی را به خود جذب کرده‌اند.^۴
- برندسازی در تخصص‌های خاص: باید خاطرنشان کرد هند مدیریت گردشگری سلامت خود را بر مبنای برندسازی پایه‌ریزی کرده و توانسته است با یکپارچه کردن بیمارستان‌ها و مراکز درمانی، خود را به‌عنوان برندی قابل اعتماد و اتکاپذیر مطرح کند. وجود تجهیزات پزشکی با آخرین فناوری روز

1. Tajmahal
2. Oberoi
3. Welcome Hotel Dwarka
4. www.indian-medical-tourism.com
5. India Brand Equity Foundation (IBEF)

ماشینی معروف است. این دلیلی شده است که انتخاب گردشگران سلامت باشد؛ چه بسا بیماران ترجیح می‌دهند به کشوری سفر کنند که آرامش روانشان را نیز تضمین کند. سال‌هاست که هند دوره‌هایی را با عنوان دوره‌های سلامتی برگزار می‌کند و گردشگران زیادی برای شرکت در این دوره‌ها به این کشور سفر می‌کنند و آرامش و حس خوب را به‌عنوان تبلیغی برای هند به کشور خود می‌برند. برنامه‌ریزی برای اینکه هند خود را به‌عنوان مرکزی برای سلامت روح و جسم تبلیغ کند، حاصل راهبردهای دولتی این سرزمین و کوشا بودن در آموزش مدیریت گردشگری سلامت به فعالان در این حوزه است (Ebrahimzadeh, Sakhavar & Taghizadeh, 2013).

- تسلط کارکنان بیمارستان به مکالمه انگلیسی: از آنجاکه زبان آموزش در مدارس و دانشگاه‌های هند انگلیسی است، کارکنان بیمارستان، پرستاران و پزشکان تسلط کامل به مکالمه انگلیسی دارند و در معاینه و درمان بیماران بین‌المللی موفق‌تر عمل می‌کنند. بیشتر پزشکان و جراحانی که در بیمارستان‌های هند مشغول به کارند، مدرک خود را از ایالات متحده و اروپا دریافت کرده یا سابقه کار در مراکز پزشکی واقع در ایالات متحده، اروپا یا دیگر کشورهای توسعه‌یافته داشته‌اند. همچنین، پزشکان و پرستاران تسلط زیادی به زبان انگلیسی دارند که یک مزیت برای این کشور شمرده می‌شود.

- تسهیلات زیرساختی و توانمندسازی دیجیتال: اکوسیستم مراقبت‌های بهداشتی در هند، مراقبت و درمان

مزیت رقابتی هند در موفقیت شرکت‌های هندی در کسب تأییدیه‌های برند هندی و تأییدیه‌های اختصاری برنامه دارویی جدید¹ است. بسیاری از بیمارستان‌های هند به پیشرفته‌ترین تجهیزات پزشکی موجود در بازار که از بزرگ‌ترین شرکت‌های بین‌المللی تهیه می‌شوند، دسترسی دارند. پرستاران هندی پیوسته در میان برترین‌های جهان رتبه‌بندی می‌شوند. حدود 1000 مؤسسه آموزشی پرستاری تأییدشده وجود دارد که به بیمارستان‌های آموزشی وابسته‌اند و هر سال 10000 پرستار فارغ‌التحصیل می‌شوند (Mohanty & Mohapatra, 2023).

- پیشرفت‌های دارویی: هندوستان در بخش دارویی بسیار قوی عمل کرده است. تعداد پزشکان و پرستاران این کشور بسیار زیاد است و مشاوره پزشکی نیز بسیار قوی عمل می‌کند. تیم مشاوره حتی پس از درمان نیز بیشترین زمان را برای بیماران در نظر می‌گیرد.

- حمل‌ونقل ارزان: هزینه پرواز به هند بسیار ارزان است و در نهایت آرامش و بدون معطلی انجام می‌شود. زمان انتظار برای درمان نیز در هند بسیار کم است و هر گردشگری هر وقت که بخواهد می‌تواند درمان شود.

- میراث فرهنگی غنی و فرصت بازدید از مناطق گردشگری: در هند گردشگری نیز در خدمت گردشگری سلامت است و گردشگران سلامت می‌توانند از مناطق گردشگری هند دیدن کنند. این مسئله انگیزه خوبی برای سفر به هند برای درمان است. هند به کشوری برای رسیدن به آرامش و دور شدن از دنیای

قوت خود برای استفاده بیشتر از فرصت‌های محیط خارجی مدنظر دارد که به شرح زیر است (Ebrahimzadeh, Sakhavar & Taghizadeh, 2013).

- بهره‌گیری از خدمات مقرون‌به‌صرفه برای جذب بیماران آمریکایی و اروپایی.
- افزایش کیفیت بازاریابی خدمات گردشگری سلامت با کیفیت بالا در هند.
- بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری تخصصی پزشکی کنونی برای جذب گردشگران سلامت.
- استفاده از سیستم‌های مدرن رزرو با توجه به نبود صف انتظار در بیمارستان‌های هند.
- شناسایی اهداف و برنامه‌ریزی هدفمند برای جذب گردشگران سلامت با توجه به ظرفیت‌های کنونی.
- برنامه‌ریزی تورهای گردشگری همراه با درمان با توجه به غنای فرهنگی بالا و جاذبه‌های گردشگری در هند.
- استفاده از خدمات ویژه بیمارستان‌ها با هزینه مناسب برای بیماران و همراهان آن‌ها.
- استفاده از گردشگری سلامت برای ایجاد اشتغال بیشتر با توجه به جمعیت بالای هند.
- خدمات گردشگری سلامت و توسعه محصولات و خدمات جدید.
- تمرکز بر بازارهای بزرگ و نیز توسعه بازارهای کوچک برای جذب گردشگران پزشکی.

در سطح جهانی را با هزینه‌های کمتر ارائه می‌دهد. این کشور همچنین، محل برخی از مشهورترین بیمارستان‌ها و خدمات فوق تخصصی در جهان است که با استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی^۱ و واقعیت مجازی^۲، جدیدترین و پیشرفته‌ترین گزینه‌های درمانی موجود را به بیماران ارائه می‌دهند. وزارت بازرگانی، صنعت و شورای ارتقای صادرات خدمات یک پورتال مراقبت سلامتی را توسعه داده است که به‌عنوان تارنما اطلاعاتی تک‌نقطه‌ای و جامع عمل می‌کند و اطلاعات مربوط به سفر و بیمارستان در هند را پوشش می‌دهد. این تارنمای دیجیتالی برای ۱۲۴ مؤسسه پزشکی دارای مجوز، ۹۳ مرکز پزشکی و ۳۰ مؤسسه سلامتی خدمات ارائه می‌کند. هدف وزارت گردشگری هند فراهم آوردن حمایت‌های مالی برای ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری سلامت و پزشکی با عنوان طرح کمک به توسعه بازار و تشویق گردشگری پزشکی در این کشور است. دولت تلاش‌هایی را برای پیشبرد شیوه‌های پزشکی بومی و دیگر اشکال درمانی که با هم مرتبط هستند، انجام داده است (Mohanty & Mohapatra, 2023).

۴- راهبردهای مؤثر در رشد گردشگری پزشکی و سلامت در هند

رقابت، تنوع، بازرگاری و تدافع از راهبردهای مؤثر در رشد صنعت گردشگری سلامت در هند است. راهبردهای مهم در گردشگری سلامت هند بر حداکثر کردن نقاط قوت داخلی و فرصت‌های بیرونی تمرکز دارد و بیشترین منافع را از نقاط

1. AI
2. VR

6- چالش‌های پیش رو و مشکلات صنعت گردشگری پزشکی هند (فرصتی برای بهره‌مندی رقبا)

با وجود ابتکارات متعدد، صنعت گردشگری پزشکی هند با مشکلات جدی مواجه است. ظرفیت گردشگری پزشکی در هند و تبدیل هند به یک قطب هنوز در مرحله جوانه زدن است. یکی از چالش‌های عمده‌ای که هند با آن مواجه است، ترویج و ایجاد آگاهی درباره وضعیت موجود است.

- هند شاهد رقابت شدیدی از مقاصد مانند تایلند، مالزی، سنگاپور، ترکیه و کره جنوبی با گزینه‌های کم‌هزینه است.

- در هند عدم انسجام میان بازیگران اصلی صنعت یعنی دولت و بخش خصوصی در راستای گرد هم آمدن برای تبدیل هند در پلتفرم جهانی به چشم می‌خورد.

- ساختار ناهماهنگ هزینه و فقدان شفافیت در صورت حساب به بیماران خارجی و حاشیه‌های غیرمعمول برای تجارت در برخی مراکز درمانی از جمله چالش‌های پیش روی هند برای ارزان ماندن صنعت گردشگری پزشکی است. ارزان بودن خدمات برای هند مزیتی رقابتی است. اما برخی بیمارستان‌ها با هدف بهره‌مندی از سود بیشتر با سودها و حاشیه‌های غیرمعمول نسبت به دیگر مراکز، برای ارزان ماندن خدمات در این کشور چالش ایجاد کرده‌اند.

- سطح پایین بهداشت عمومی در هند باعث شده است تا بیمارستان‌های هند با بی‌اعتماد بیماران

- توجه به درآمدهای بالا و درآمدهای حاصل از گردشگری پزشکی با توجه به روند تضعیف اقتصاد جهانی.

- تلاش برای دریافت گواهی‌نامه‌های بین‌المللی و جهانی.

- توسعه خدمات بیمه‌ای در سطح بین‌المللی با توجه به ظرفیت‌های کنونی.

- توسعه سیاست‌های جدید برای مهار کشورهای رقیب در رشته پزشکی.

5- راهبردهای تطبیقی در گردشگری پزشکی در هند

راهبردهای تطبیقی در اینجا به معنی اتخاذ راهبردهایی در راستای کاهش نقاط ضعف موجود و استفاده از فرصت‌های پیش روی هند است. این راهبردها در گردشگری سلامت هند به شرح زیر است.

- ایجاد سیاست‌های راهبردی به نفع کمبودها در امکانات پزشکی در کشورهای هدف.

- اخذ گواهی‌نامه‌های قانونی برای جذب بیشتر بیماران خارجی.

- تدوین راهبردهای یکپارچه‌سازی قیمت‌ها.

- تجهیز سیستم حمل‌ونقل هوایی و ریلی در تمام شهرها.

- استفاده از ظرفیت‌های گردشگری سلامت برای بهبود زندگی در هند.

- توسعه امکانات و تسهیلات گردشگری با توجه به حجم بالای تقاضای بیماران.

- رونق پوشش بیمه‌ای در سطح بین‌المللی.

تا کشورهای رقیب به دنبال افزایش کارایی و مزیت‌هایی خود و جذب بیماران و گردشگران و حذف رقبا باشند. شناسایی درست این بازار، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری منسجم، شناسایی مزیت‌های خود و معایب و نقایص کشورهای رقیب و شناسایی راهکارهای به‌کارگرفته‌شده در کشورهای موفق در این عرصه و الگوبرداری از آن‌ها می‌تواند در کسب سهم پذیرفتنی از این بازار پرسود مؤثر باشد.

در این گزارش به بررسی یکی از مهم‌ترین رقبای ایران در قاره آسیا پرداخته شد. کشورهای قاره آسیا سهم بالایی در بازار گردشگری پزشکی جهان دارند. کشورهای سنگاپور، هند، تایلند، مکزیک، اسپانیا، ترکیه و مالزی در رقابت برای جذب بازار گردشگری و افزایش سهم خود از بازار جهانی هستند و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۶، این کشورها سهم عمده‌ای از بازار گردشگری پزشکی را به خود اختصاص دهند. بخش زیادی از متقاضیان گردشگری پزشکی در قاره آسیا و غرب آن قرار دارند. همچنین، بخش عمده بازار هدف ایران نیز در کشورهای این منطقه قرار دارد و رقابت شدیدی میان کشورهای هند، ترکیه، امارات، تایلند و مالزی برای جذب گردشگران این بازار وجود دارد. این مسئله شرایط رقابت را برای صنعت نوپای گردشگری پزشکی ایران دشوار می‌سازد. شناسایی رقبا، برنامه‌ریزی برای استفاده از نقاط ضعف آنان و تقویت نقاط قوت برای گسترش بازار گردشگری پزشکی در ایران ضروری است.

تمرکز ایران بر ضعف‌های هند مانند ضعف پوشش بیمه‌ای بین‌المللی، پایین بودن بهداشت

خارجی مواجه شوند. مشاهده عدم آگاهی بهداشتی در متصدیان پزشکی، حمل‌ونقل غیربهداشتی مواد غذایی، خدمات پذیرایی نامناسب، قیمت‌گذاری ناهمگون خدمات و رعایت نکردن استانداردهای صنعت، چالش برای گردشگری پزشکی در هند شمرده می‌شود که می‌تواند مزیتی برای رقبا باشد.

- صنعت گردشگری هند با مشکلاتی که توسط دولت ایجاد می‌شود، مواجه است از جمله نبود مقررات، ناهنجاری‌های مالیاتی، موانع اداری، نبود سیاست‌گذاری در حوزه جذب سرمایه‌گذار در درازمدت و تروریسم و تنش‌های جمعی.

- در بخش بیمه و خدمات وابسته نیز صنعت گردشگری پزشکی در هند با برخی از تنگناهای کلیدی مواجه است که عبارتند از پوشش بیمه ناکافی، بازار بیمه توسعه‌نیافته در هند، تقلب‌های بیمه‌ای و شرکت‌های خارج از کشور که از بازپرداخت خودداری می‌کنند (Mohanty & Mohapatra, 2023).

این چالش‌ها برای رقبای هند به‌عنوان فرصت و مزیت شمرده می‌شوند.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد راهکارها

بازار گردشگری پزشکی، بازاری جذاب با گردش مالی بسیار بالاست. سودآوری زیاد این بازار باعث شده است که کشورهای بسیاری به سرمایه‌گذاری در این صنعت رو آورند. افزایش تعداد رقبا موجب شده است

- Rokni, M, Ahmadpour, A, Rezaie , (2010). Study of Health Tourism in Kish Island Based on the Curative Needs Assessments in the Persian Gulf Countries. roceedings of the 6th National Conference on the Persian Gulf, 1st volume, Tehran: Jihad daneshgahi Publications Organization. 235-250.
- The Organization for Development of Trade and the Adjutancy of Marketing and Market Development (2007). Curative Tourism Research Projects at the National and International Level. 1-40.
- Larousse Dictionary. Paris: Larousse, 1974.
- www.indian-medical-tourism.com.
- www. UNWTO. Org/ United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2013, 2020, 2016 Reports.
- https://Wttc.org/ World Travel & Tourism Council/Travel & Tourism Economic Impact 2017 World.
- www.grandviewresearch.com
- WWW. Tourism. Gov.in, 2023.

عمومی و تمرکز بر خدماتی که در هند با کیفیت کمتری ارائه می‌شود و نیز الگوبرداری از مزیت‌های این کشور مانند کیفیت بالا و ارزان، نبود فهرست انتظار، تسهیل روادید، هتل بیمارستان‌های مجهز می‌تواند مزیت رقابتی ایران را افزایش دهد از سوی دیگر استقبال کشورهای اسلامی و گردشگران مسلمان برای استفاده از خدمات پزشکی در یک کشور مسلمان و رعایت ضوابط شرعی و نیز زیارت مرقد مطهر امام رضا (ع) در کنار استفاده از خدمات گردشگری پزشکی برای گردشگران شیعه در کشورهای همسایه به عنوان یک مزیت برای ایران محسوب می‌شود، امکانات و تخصص‌های پزشکی در کنار طبیعت و میراث فرهنگی غنی ایران، بالا بودن نرخ ارز و ارزان شدن خدمات برای بیماران خارجی می‌تواند از مزایای دیگر ایران برای گردشگری پزشکی باشد.

منابع

- Ebrahimzadeh, I., Sakhavar, N., & Taghizadeh, Z. (2013). A Comparative Study of Health Tourism Potentials in Iran and India. *Journal of Subcontinent Researches*, 5(15), 51-78.
- Mohapatra, M. S., & Mohanty, P. (2023). Definition Of Medical Tourism Focused On Indian Medical Tourism History And Forecast Indian Medical Tourism Market. *Resmilitaris*, 13(1), 3576-3587.