

بازار گردشگری سلامت ایران در پاندمی کرونا و بعد از آن:

نامه به سردبیر

حجت رحمانی^۱، محمد عرب^۲، جلال سعیدپور^۳، قاسم رجبی واسوکلای^۴، هیوا میرزایی^{۵*}

^۱ دانشیار، گروه علوم مدیریت و اقتصاد سلامت، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران

^۲ استاد، گروه علوم مدیریت و اقتصاد سلامت، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران

^۳ استادیار، مرکز تحقیقات مدیریت اطلاعات سلامت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران

^۴ دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران

^۵ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران، ایران

* نویسنده مسؤؤل: هیوا میرزایی

hiwa95@yahoo.com

واژه‌های کلیدی: گردشگری سلامت، کرونا، ایران

ارجاع: رحمانی حجت، عرب محمد، سعید پور جلال، رجبی واسوکلای قاسم، میرزایی هیوا. بازار گردشگری سلامت ایران در پاندمی کرونا و بعد از آن: نامه به سردبیر. راهبردهای مدیریت در نظام سلامت ۱۳۹۹؛ ۸(۳): ۱۶۵-۸.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۵

تاریخ اصلاح نهایی: ۱۳۹۹/۰۸/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۸

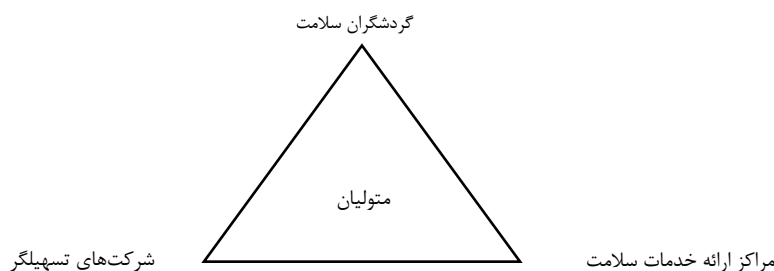
سردبیر محترم

گردشگری سلامت یکی از صنعت‌های روبه رشد دنیاست (۱) که بحران کرونا به شدت روی آن تأثیر منفی گذاشته است (۲). کشور ما با توجه به نقاط قوت و فرصت‌هایی که در پیش دارد، هرساله درصد بیشتری از این بازار بین‌المللی را تصاحب می‌کرد. بر اساس پیش‌بینی‌ها با توسعه گردشگری سلامت در جمهوری اسلامی ایران تا افق ۱۴۰۴، سالیانه ۱ الی ۲ میلیون گردشگر سلامت وارد کشور خواهند شد (۱،۳). بر اساس آمارهای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، در سال ۱۳۹۷ حدود ۵۵۰-۵۰۰ هزار گردشگر سلامت به کشور وارد شده‌اند. بحران کرونا به علت تضعیف بازار گردشگری سلامت، مراکز تشخیصی درمانی و شرکت‌های تسهیگر را با تنگنای بیشتری در امور مالی روبه‌رو کرده است. ولی فرصت مناسبی را برای ایجاد زیر ساخت‌های لازم برای دوران پساکرونا از قبیل سایت اینترنتی مناسب، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، شکل دهی کلینیک‌های مجازی،

توسعه بیش از پیش دورا پزشکی در امور تشخیصی و مراقبتی، مدیریت سیستم پذیرش و نوبت دهی، تسهیل فرآیندهای مربوط به بیماران بین الملل در مؤسسات تشخیصی درمانی، بازبینی سیاست‌های مربوط به بازار گردشگری سلامت و غیره را فراهم آورده است. بر اساس آمارهای اداره گردشگری سلامت وزارت بهداشت، در ۹ ماهه اول سال ۱۳۹۸ حدود ۱۲۵ هزار گردشگر سلامت به مراکز تشخیصی-درمانی کشور مراجعه کرده یا در آنجا بستری شدند. بر اساس همین آمارها در ایام شیوع کرونا (از اول بهمن ماه ۱۳۹۸ الی آخر خرداد ۱۳۹۹) پیش‌بینی می‌شد که تعداد ۲۵۰ هزار گردشگر پزشکی وارد کشور شوند که بر اساس برآوردها هر گردشگر بین ۲ الی ۳ هزار دلار ارز آوری داشت. بنابراین پیش‌بینی می‌شود مبلغی حدود ۶۲۵ میلیون دلار به این صنعت روبه رشد آسیب مالی وارد شده است (۳). لازم به ذکر است که به واسطه این صنعت سالیانه حدود ۱/۵

تأثیر کرونا بر ذی نفعان صنعت گردشگری سلامت: چه باید کرد؟
تأثیرات و راهکارهای مربوطه را می توان با توجه به مثلث گردشگری سلامت (شکل ۱) بسط داد.

میلیارد دلار ارز وارد کشور می شد. همچنین پیش بینی می شود ایران حدود ۳۰ درصد از حجم بازار گردشگری پزشکی را از دست بدهد که این امر لزوم تلاش مضاعف برای دوران کرونا و پساکرونا را نشان می دهد (۲).



شکل ۱: مثلث گردشگری سلامت

کیفیت، قیمت، مراکز سلامت، پزشکان و غیره با تقویت بازاریابی شرکت های تسهیگر اطلاعات بیشتری به دست آورند.

❖ مراکز ارائه خدمات سلامت

مراکز ارائه دهنده خدمات سلامت نیز به نسبت کمتری تأثیر پذیرفته اند، بدین دلیل که تمامی درآمد آن ها از محل گردشگران سلامت نبوده است. این مراکز بایستی در جهت ارتقای کیفی خدمات مربوطه تلاش نمایند. رقبای ما در این صنعت کشورهایی از قبیل ترکیه، کره جنوبی، مالزی و غیره هستند که با قیمت بیشتر از کشور ما، خدمات با کیفیت تری ارائه می کنند (۴). بنابراین ارتقای کیفی این خدمات از اهمیت بالایی برخوردار است.

❖ متولیان

شاید تنها نکته مثبت بحران کرونا برای متولیان این صنعت باشد. بازار گردشگری سلامت ایران به دلایلی از قبیل سیاست های نادرست، چند متولی بودن، دلال محور بودن و غیره نیازمند بازنگری اساسی در سیاست ها و تجدید ساختار می باشد، که بحران عالم گیری کووید-۱۹ و همچنین تشکیل وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می تواند پتانسیل های بالقوه خوبی در این زمینه باشند (۵). وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت امور خارجه به عنوان متولیان این امر می توانند با ارائه تسهیلات بانکی به کسب و کارهای گردشگری سلامت که

❖ شرکت های تسهیگر

پر واضح است، که شرکت های تسهیگر بیشترین تأثیر منفی را از این بحران داشته اند. یکی از ضعف های عمده این بازار عدم بازاریابی مناسب در کشورهای مبدا برای آشنایی و ترغیب گردشگران برای سفر به ایران و دریافت خدمات مورد نیاز بوده است. این وقفه ایجاد شده می تواند ظرفیت شرکت های مذکور را که در امور مربوط به پذیرش و ترخیص گردشگران پزشکی به کار گرفته می شد به سمت بازاریابی مبدا محور سوق دهد. همچنین اکثر گردشگران سلامت در کشور ما از کشورهای همسایه نظیر افغانستان، عراق، آذربایجان و غیره هستند، بنابراین پیشنهاد می شود، شرکت های مذکور بازارهای جدیدی را در کشورهای آمریکای جنوبی و آفریقا جست و جو کنند.

❖ گردشگران سلامت

گردشگران به علت ماهیت انتخابی بودن (غیر اورژانسی بودن) خدماتی که برای دریافت آن اقدام به مسافرت می کردند، کمتر تأثیر منفی پذیرفته اند و در اولین فرصت بعد از کاهش بار این بیماری می توانند به کشور مقصد عزیمت نمایند. تخفیفات شرکت های تسهیگر، واسطه ها و مراکز ارائه دهنده خدمات تشخیصی درمانی در دوران پسا کرونا که جهت جبران زبان های دوران کرونا و کنترل بخش های قبلی این بازار پر سود ارائه خواهند شد، می تواند فرصت خوبی برای گردشگران باشد. همچنین بیماران می توانند در زمینه

"تحلیل استراتژیک استقرار واحد بیماران بین الملل در بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران"، مصوب دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی تهران با کد اخلاق IR.TUMS.SPH.REC.1398.132 می‌باشد.

از بحران کرونا آسیب دیده‌اند، پایه‌های این صنعت را برای دوران پسا کرونا حفظ کنند.
این نامه به سردبیر برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی با عنوان

References

- 1) Taherimirghaed M, Ahmadi B, Rahimiforoushani A, Rajabivasoukolaii G, Arab M. The status of medical tourism marketing in private and public hospitals affiliated to Tehran university of medical sciences. Payavard 2020; 13(6): 492-500. [Persian]
- 2) Jamili R. The future of health tourism in Iran post covid-19. Available from URL: <https://www.imtj.com/articles/future-health-tourism-iran-post-covid-19/>. Last access: Nov 17, 2020.
- 3) International Quran News Agency. Effects of corona on the health tourism market in Iran. Available from URL: <https://Iqna.Ir/00GNu9>. Last access: Nov 17, 2020.
- 4) Hamshahri Online. How many health tourists does Iran have annually? what is the status of competitors. Available from URL: [Hamshahrionline. Ir/ X65vk](http://Hamshahrionline.Ir/X65vk). Last access: Nov 17, 2020. [Persian]
- 5) Mirzaii H. Strategic analysis of international patients department deployment in hospitals of Tehran university of medical sciences [master dissertation]. Tehran: Tehran university of medical sciences, School of public health; 2020. [Persian]

Letter to the Editor

Iran's Health Tourism Market during and after the Corona Pandemic: Letter to the editor

Hojjat Rahmani ¹, Mohammad Arab ², Jalal Saeedpour ³, Ghasem Rajabi Vasokolaei ⁴, Hiwa Mirzaii ^{5*}

¹ Associate Professor, Department of Health Management and Economics, School of Public Health, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

² Professor, Department of Health Management and Economics, School of Public Health, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

³ Assistant Professor, Health Information Management Research Center, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

⁴ Ph.D. student of Health Services Management, School of Public Health, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

⁵ MSc student in Health Services Management, School of Public Health, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

* **Corresponding Author:** Hiwa Mirzaii

hiwa95@yahoo.com

ABSTRACT

Citation: Rahmani H, Arab M, Saeedpour J, Rajabi Vasokolaei Q, Mirzaii H. Iran's Health Tourism Market during and after the Corona Pandemic: Letter to the editor. *Manage Strat Health Syst* 2020; 5(3): 165-8.

Received: October 06, 2020

Revised: November 18, 2020

Accepted: November 28, 2020

The importance of maintaining and restoring health has always made human beings seek health care. Lack of proper access to health care, price and quality differences, as well as other factors among different countries have led to the formation of a long-standing industry called health tourism. Outbreak of coronavirus throughout the world has shocked and affected most countries. In this regard, the health tourism market of Islamic Republic of Iran was no an exception and was affected by this crisis. To meet this challenge, stakeholders of the health tourism market should determine their recession during this period, strengthen their weaknesses, and use the available opportunities. In this study, we intended to investigate effect of the coronavirus prevalence on the health tourism market of the Islamic Republic of Iran.

Key words: Health tourism, Corona, Iran