

۲۲۴۷۷۴۱

بیت‌الانفج

کسب و کار گردشگری سلامت

www.ketab.ir

تألیف:

محمدهادی شجاری

نیلوفر اعلمی فریمان

۱۴۰۰

سرشناسه	شجاری، محمدهادی، ۱۳۶۹-
عنوان و نام پدیدآور	کسب و کار گردشگری سلامت/تالیف محمدهادی شجاری، نیلوفر اعلمی، فریمان
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۳۰۴ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۲۳۹-۷۶-۸
وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا	
یادداشت	کتابنامه: ص. [۳۰۱] - ۳۰۴.
موضوع	گردشگری پزشکی
موضوع	Medical tourism
موضوع	گردشگری پزشکی -- ایران
موضوع	Medical tourism -- Iran
شناسه افزوده	اعلمی فریمان ، نیلوفر، ۱۳۶۲-
رده‌بندی کنگره	RAY۹۳/۵
رده‌بندی دیویی	۳۶۲/۱
شماره کتابشناسی ملی :	۸۵۳۴۴۵۰



انتشارات مهکامه

www.kotab.ir

نام کتاب: کسب و کار گردشگری سلامت

تألیف: محمدهادی شجاری - نیلوفر اعلمی، فریمان

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

طراح جلد: فؤاد آرام راد

لیتوگرافی: نقش

نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۰

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۹۷۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۳۹-۷۶-۸

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب مطابق با «قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸» برای ناشر محفوظ و منحصراً متعلق به نشر مهکامه می‌باشد. لذا هر گونه استفاده از کل یا قسمتی از این کتاب (از قبیل هر نوع چاپ، فتوکپی، اسکن، عکس‌برداری، نشر الکترونیکی، هر نوع انتشار به‌صورت اینترنتی، سی‌دی، دی‌وی‌دی، فیلم، فایمل صوتی یا تصویری و غیره) بدون اجازه کتبی از نشر مهکامه ممنوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

انتشارات مهکامه: ناشر تخصصی گردشگری و هتلداری

نشر و پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم

فکس: ۶۶۹۶۱۵۰۹

تلفن: ۶۶۹۶۱۵۰۹ - ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۴۴۸۸۲۰۳

واتساپ: ۰۹۰۳۲۶۷۴۸۴۴

همراه: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱

www.mahkame.com

اصلاحات و الحاقات احتمالی، در سایت انتشارات مهکامه:

en_mahkame@yahoo.com

پست الکترونیکی:

telegram.me/mahkamepublisher

تلگرام:

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۱
فصل اول: آشنایی با صنعت گردشگری سلامت	۱۵
تاریخچه و نحوه شکل گیری.....	۱۷
مدل ها و تعاریف.....	۱۸
تعاریف متداول.....	۱۸
مدل مولر و کافمن.....	۱۹
مدل هراهشه.....	۲۰
مدل لی و اسپستو.....	۲۰
مدل کابالرو و موگومبا.....	۲۱
گردشگری سلامت یا خدمات پزشکی بین المللی.....	۲۲
انگیزه های سفر با هدف درمان.....	۲۳
انگیزه های اصلی سفر پزشکی.....	۲۳
چه عواملی در رشد گردشگری سلامت ایران مؤثرند؟.....	۲۵
معرفی بهترین مقاصد گردشگری سلامت دنیا.....	۲۶
هند.....	۲۶
تایلند.....	۲۸
اردن.....	۲۹
ترکیه.....	۳۰
وضعیت فعلی گردشگری سلامت ایران.....	۳۳
رویکردهای داخلی و خارجی در بررسی.....	۳۳
آمار بیمارستان ها و شرکت ها.....	۳۵
موانع و چالش های گردشگری سلامت در ایران.....	۳۶
فصل دوم: مثلث گردشگری سلامت و معرفی اعضای مهم، نقش ها و مسئولیت ها	۳۹
داستان یک سفر فرضی از عراق.....	۴۱
معرفی مدل «مثلث گردشگری سلامت» در فرایند جذب تا خدمات.....	۴۳
زنجیره ارزش گردشگری سلامت.....	۴۳

۲۹۱.....	چکلیست بازاریابی.....
۲۹۳.....	چکلیست لجستیک.....
۲۹۵.....	چکلیست درمان.....
۲۹۹.....	پرسش‌نامه فرایندهای اختیاری قبل از سفر بیمار به ایران.....
۳۰۱.....	منابع.....

پیشگفتار

اگر در سال‌های اخیر به مشهد یا شیراز سفر کرده باشید، احتمالاً با سرهای باندپیچی شده و بینی‌های چسب‌خورده عراقی‌ها و عمانی‌ها مواجه شده‌اید. برای کسانی که با کاشت مو، جراحی بینی و سایر پروسه‌های درمانی متداول در گردشگری سلامت آشنا نیستند شاید این موضوع عجیب باشد، ولی برای شما که مطالعه این کتاب را آغاز کرده‌اید و احتمالاً قصد فعالیت جدی در صنعت گردشگری سلامت دارید، این موضوع نشانه خوبی است. البته اگر اخیراً به استانبول سفر کرده باشید، حتماً تأیید می‌کنید که این بیماران خارجی در آنجا بسیار بیشتر دیده می‌شوند. کسب‌وکار گردشگری سلامت یک صنعت با رقابت بین‌المللی است و بیمار عراقی وقتی برای انجام جراحی قصد سفر خارجی می‌کند، دست‌کم با سه یا چهار گزینه پیش رو مواجه است که ایران هم یکی از این گزینه‌هاست. اگر بخواهیم گزینه ایران همیشه پیش روی بیماران خارجی باشد، باید فعالیت بیمارستان‌ها و شرکت‌ها به شکل حرفه‌ای‌تری ادامه یابد.

اگر شما هنوز در این صنعت فعال نیستید و این کتاب را از سر کنج‌گاو باز کرده‌اید، شاید با این سؤال مواجه باشید که اساساً گردشگری سلامت یعنی چه و چرا یک نفر از کشور خود به کشوری خارجی سفر می‌کند تا خدمات درمانی دریافت کند؟ برای ساده‌سازی پاسخ به این سؤال می‌توان انگیزه‌های سفر خارجی برای دریافت خدمات پزشکی را در دو عامل خلاصه کرد: عامل اول پرداخت هزینه کمتر برای جراحی است؛ یعنی در کشور مقصد، درمقایسه با کشور مبدأ، خدمات درمانی یا جراحی‌های زیبایی با قیمت کمتری انجام می‌شوند و به همین دلیل شخص از کشور خود به آن مقصد سفر می‌کند؛ مثلاً شمار بالایی از بیماران امریکایی به هند سفر می‌کنند تا در بیمارستان‌های آن کشور با قیمت پایین‌تر درمان خود را انجام دهند. عامل دوم کیفیت و امکانات پزشکی است؛ یعنی در کشور مقصد، پزشکان ماهرتر و تجهیزات بیمارستانی بهتری وجود دارد و شخص به‌منظور دریافت خدمات باکیفیت‌تر به کشور مبدأ سفر می‌کند؛ برای مثال، از افغانستان و عراق به ایران سفر می‌کنند؛ چون در کشور ما کیفیت خدمات درمانی بهتر از کشور خودشان است. البته تأکید می‌کنیم که این پاسخ دو عاملی برای

ساده کردن پاسخ به سؤال «چرا گردشگری سلامت؟» بیان شده و در دنیای رقابتی امروز می‌توان عوامل دیگر و حتی ترکیب چند عامل با هم را برای پاسخ برشمرد.

گردشگری سلامت در دنیا و ایران قدمتی طولانی دارد، ولی شکل جدیدی از این صنعت در دو دهه اخیر شکل گرفته است و کشورها در حال مبارزه برای افزایش سهم خود از این بازار جذاب و سودآور هستند. ما، فعالان گردشگری سلامت ایران هم، در صورتی که بخواهیم در این رقابت باقی بمانیم و کسب‌وکار خود را حفظ کنیم، ناگزیریم با واقعیت‌های موجود بازار خدمات بین‌الملل سلامت در سال ۲۰۲۱ آشنا شویم و دانش و مهارت خود را در بازاریابی و خدمات درمانی به بیماران خارجی به‌روز کنیم.

به همین منظور و با هدف توسعه دانش و تجربه عملیاتی گردشگری سلامت در کشور، تصمیم گرفتیم این کتاب را منتشر کنیم. رویکرد ما در نگارش این کتاب، نگاه به گردشگری سلامت از دریچه کسب‌وکار است؛ یعنی هدف ما این است که بیمارستان‌ها یا شرکت‌ها به گردشگری سلامت به چشم یک کسب‌وکار سودآور بنگرند و برای درآمدزایی مستمر از آن استفاده کنند. پذیرش بیماران خارجی هم یک کسب‌وکار است و داده و ستاده مشخصی دارد. اصول و قواعد اداره کسب‌وکار (Business) همیشه و در همه جا مشترک است و خصوصاً وقتی این کسب‌وکار در محیط رقابتی بین‌المللی باشد، نیازمند توجه بیشتر به نکات علمی و تجربه به‌روز است.

چهارچوب اصلی این کتاب بر پایه مثلث گردشگری سلامت استوار است. فهم ما بر این است که گردشگری سلامت مانند یک مثلث سه ضلع دارد: ۱. بازاریابی و جذب ۲. خدمات سفر ۳. درمان و خدمات پزشکی و سلامت. ما در هریک از بخش‌ها، خلاصه مطالعات علمی و آکادمیک خود را با تجربه واقعی و عملیاتی کار در شرکت‌ها و بیمارستان‌های فعال در گردشگری سلامت ترکیب کرده‌ایم.

این کتاب از هفت فصل تشکیل شده است. در فصل اول، به تاریخچه، تعاریف و مفاهیم اولیه و مهم گردشگری سلامت نگاهی انداخته‌ایم و وضعیت فعلی گردشگری سلامت کشور و موانع پیش رو برای توسعه را برشمرده‌ایم. در فصل دوم، به تعریف مثلث گردشگری سلامت و اجزای تأثیرگذار در این صنعت پرداخته‌ایم. این فصل را با یک داستان فرضی شروع کرده‌ایم که تا حدی نشان‌دهنده فضای موجود در گردشگری سلامت ایران است و سپس روش‌ها و