Содержание

Введение ..... **2 1. Теоретико-методологические подходы к определению роли и функционального значения рынка медицинского туризма**..... **6** 1.1. Сущностные характеристики и специфические особенности рынка медицинского туризма..... **6** 1.2. Этапы формирования и развития современного рынка медицинских услуг..... **15**

1.3. Характеристика взаимосвязей и роли рынка медицинского туризма в социально-экономической системе. ..... **24 2. Анализ и оценка современного состояния и перспектив развития рынка медицинского туризма** ..... **34** 2.1. Социально-экономическая характеристика развития рынка медицинского туризма в современном мире. ..... 34 2.2. Анализ отечественного опыта и выявление системных проблем развития рынка медицинского туризма в РФ. ..... 44 2.3. Оценка предпосылок развития и определение перспективных направлений

модернизации рынка медицинского туризма в посткризисный период. 53

Заключение.....63

Список используемых источников.....67

Введение

Актуальность выбранной темы. В современных условиях развития мирового рынка можно говорить об эффективности стратегий предпринимательской деятельности, связанных с предоставлением большего спектра –услуг потребителю при обеспечении одновременной взаимосвязи между реализуемыми экономическими благами без снижения уровня предельной полезности каждого из них в процессе роста объёмов совокупного спроса. К числу наиболее перспективных, с точки зрения достижения определенного синергетического эффекта, можно признать медицинский туризм, который объединяет преимущества совершения туристской поездки и получения общих или специализированных медицинских услуг. Вместе с тем, рынок медицинского туризма как составная часть и индустрии туризма, и системы здравоохранения требует отдельного внимания, с точки зрения его значимости и высокого уровня риска возможных негативных последствий для

жизни и здоровья потребителя в случае предоставления некачественных или несвоевременных услуг, как со стороны органов государственного регулирования, так и со стороны предпринимательских структур.

Рынок медицинского туризма, как составная часть сервисной экономики и сегмент индустрии туризма, в связи с ухудшением эпидемиологической ситуации, снижением предпринимательской активности из-за резкого падения величины спроса как на медицинские, так и туристские услуги, что в свою очередь обусловлено, в том числе сокращением доходов населения и невозможностью воспользоваться имеющейся инфраструктурой, находится в кризисном состоянии, выход из которого возможен только при принятии грамотных управленческих решений, которые могли бы сочетать как возможности государственной поддержки и обеспечения наиболее пострадавших отраслей народного хозяйства, так и собственные инициативы, связанные с внедрением изменений в организацию и управление соответствующими бизнес- процессами.

Необходимо также отметить актуальность и своевременность, в текущих условиях развития национальной индустрии туризма, решения насущных вопросов оптимизации направлений и уровней взаимодействия участников рыночных отношений в сфере медицинского туризма, развития партнерских и кооперационных связей с целью повышения показателей инновационной активности и ускорения перехода к новому формату ведения предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы служат труды отечественных и зарубежных ученых в области туризма, основные положения российской и иностранной нормативно-правовой документации по вопросам организации и управления на рынке медицинского туризма в условиях кризисных явлений.

Вопросы организации и управления в сфере туризма, в том числе применительно к условиям рынка медицинского туризма, отражены в работах таких зарубежных исследователей, как М. Букман, Р. Вижайа, П. Джонсон, Б. Кангас, С. Ким, и другие.

Различные аспекты проблемы формирования и развития устойчивых рыночных структур в индустрии туризма и их адаптации к кризисным условиям рассмотрены в трудах таких отечественных ученых как И.Я. Блехцин, Т.И. Власова, Е.А. Горбашко, С.Ю. Гришин и др.

Вместе с тем существует необходимость в более тщательном и детальном изучении влияния неэкономических факторов на последующие траектории развития рынка медицинского туризма, расширении представления о формах и моделях реализации предпринимательской деятельности на рынке медицинского туризма в условиях нестабильной экономической ситуации и снижения эффективности социально-экономического прогнозирования.

Цель исследования - —изучение теоретических, методологических положений по совершенствованию и ~~модернизации~~ развитию рынка медицинского туризма с учетом современных тенденций и явлений, происходящих в мировой и национальной туристской индустрии в посткризисный период и выявление перспективных направлений медицинского туризма в посткризисный период.

В соответствии с поставленной целью определены следующие **задачи** исследования:

- исследовать и оценить теоретико-методологические подходы отечественных и зарубежных авторов к определению функциональных особенностей и специфики рынка медицинского туризма как самостоятельного сегмента индустрии туризма на национальном и международном уровне с точки зрения всех участников рыночных отношений;

- изучить основные формы, направления и возможные уровни социально-экономических взаимосвязей между участниками рынка медицинского туризма и определить перспективные пути повышения эффективности внутриотраслевой кооперации и сетевого взаимодействия в условиях нестабильной экономической ситуации;

- выявить основные этапы эволюции рынка медицинского туризма во временной перспективе с учетом социально-экономических особенностей отдельных стран и регионов, рассмотреть ключевые характеристики и актуальные тренды современного этапа развития рынка медицинского туризма в условиях резкого ухудшения эпидемиологической ситуации на глобальном уровне;

- сформулировать перспективные направления развития рынка медицинского туризма в новых условиях, вызванных отрицательным воздействием фактора ухудшения эпидемиологической ситуации на глобальном уровне в неопределенной временной перспективе.

Объектом исследования является рынок медицинского туризма, особенности его функционирования и развития в современных экономических условиях и возможные пути адаптации к последствиям кризисных явлений.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, складывающиеся в процессе адаптации и обеспечения устойчивого взаимодействия участников рынка медицинского туризма к современным тенденциям и перспективам трансформации сферы туризма в условиях кризисных явлений и необходимости внедрения инновационных технологий.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения и- списка использованных источников.

1. Теоретико-методологические подходы к определению роли и функционального значения рынка медицинского туризма.

1.1. Сущностные характеристики и специфические особенности рынка медицинского туризма.

Развитие индустрии туризма при одновременном росте интереса к медицинским и оздоровительным технологиям и здоровому образу жизни среди различных групп населения во всем мире привело к появлению новых перспективных видов туризма, среди которых необходимо отдельно отметить посещение туристических направлений с целью получения широкого спектра различных медицинских услуг, которые ограничиваются не только медицинскими операциями, вплоть до хирургического вмешательства, но и комплексом сопутствующих процедур, а именно: профилактика хронических заболеваний, профилактическая диагностика на ранних стадиях развития

болезни, оздоровительные мероприятия и реабилитация после осложнений или хирургических вмешательств [56].

Начало 21 века следует признать активным этапом в развитии медицинского туризма как полноценного вида туристской деятельности, когда в силу высокого уровня процессов глобализации и расширения доступности транспортных систем для большинства категории путешественников, а также увеличение скорости информационных потоков за счет возможностей Интернета и социальных сетей, получение медицинских услуг в другой стране или регионе стало обычной практикой, что, в свою очередь, привело к появлению стабильного сегмента рынка туристических услуг со своей спецификой взаимодействия с потребителями, технологическими основами оказания основных и сопутствующие услуги и др. [50].

Из-за многофункционального и междисциплинарного характера медицинского туризма его оценка как экономической категории представляется очень сложной как с точки зрения выявления специализированных областей, которые не пересекаются с процессом оказания медицинских услуг, так и с точки зрения характеристики факторов, которые определяют траектории развития этого вида туризма, в том числе в условиях кризисных явлений современной экономики [26].

В связи с этим, при определении ключевых особенностей эффективной организации медицинского туризма в России, необходимо учитывать формулировки, которые определяют данный вид туризма в международных организациях, связанных с функционированием сферы туризма и рекреации. Среди них необходимо отметить следующее:

- вид туристской деятельности, предполагающий применение доказательной медицины, лечебных ресурсов и медицинских услуг при одновременном сочетании с возможностью досуга и развлечений (формулировка Всемирной туристской организации) [56],

- вид активного отдыха, который влияет на укрепление морально-физического здоровья индивида и целостное развитие личности и связан с передвижением лица за пределы постоянного места жительства в процессе осуществления туристской поездки или выезда (формулировка Европейской курортной организации) [57],

-сочетание отдыха, развлечений и индивидуальных программ оздоровления, направленных на заботу о клиенте (формулировка Европейская ассоциация научных экспертов в области туризма) [58].

Как видно из предложенных выше определений, в международных организациях сферы туризма нет единого методологического подхода к трактовке понятия медицинского туризма, что затрудняет выработку практических рекомендаций по стратегическому развитию данного вида туризма в отдельных странах.

Схожая ситуация наблюдается и в внутреннем законодательстве, которое должно регулировать основы организации и предоставления услуг в условиях медицинского туризма. Среди нормативных-правовых документов, которые актуальны на данный момент и регулируют данный сегмент туристического рынка в нашей стране, можно выделить:

1. Основополагающим нормативно-правовым документом, определяющим возможность реализации в том числе и программ медицинского туризма в нашей стране следует признать Конституцию РФ, принятую всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года. Благодаря последним изменениям, которые были внесены в текст документа на основании народного волеизъявления, в статье 41 продекларировано, что «каждый имеет право на охрану здоровья и медицинскую помощь, медицинская помощь в государственных и муниципальных учреждениях здравоохранения оказывается гражданам бесплатно за счет средств соответствующего бюджета, страховых

взносов, других поступлений». Кроме того, подчеркивается, что «в Российской Федерации финансируются федеральные программы охраны и укрепления здоровья населения, принимаются меры по развитию государственной, муниципальной, частной систем здравоохранения, поощряется деятельность, способствующая укреплению здоровья человека, развитию физической культуры и спорта, экологическому и санитарно- эпидемиологическому благополучию» [1]. Все вышеперечисленное создает значительные возможности для развития как внутреннего рынка медицинского туризма, так и расширения практики экспорта медицинских услуг посредством стабилизации динамики въездных туристских потоков без учета влияния фактора сезонности.

2. Общая характеристика основных закономерностей функционирования рынка медицинского туризма, без указания конкретных ссылок на особенности технологии реализации услуг или специфику медицинского туризма как отдельного сегмента индустрии туризма, представлены в таких системных документах как ГОСТ Р 50690-2000.Туристские услуги [2], ГОСТ Р 506460-94. Услуги населению. Термины и определения [3], ГОСТ Р 50644- 2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов [4], ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования [5], Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [7] и ряд других.

Вместе с тем, необходимо подчеркнуть необходимость разработки и принятия нормативного документа, регулирующего особенности организации и управления в сфере медицинского туризма как уникального сегмента туристической индустрии и важного элемента социальной сферы.

Таким документом мог бы служить государственный стандарт, регулирующий не только процесс оказания медицинских услуг, но и реализацию сопутствующего комплекса туристических услуг применительно не только к внутреннему рынку, но и с учетом специфики въездного туризма. и организацию работы с иностранными туристами. Принятие соответствующего стандарта

положительно скажется на позициях российского бизнеса в сфере медицинского туризма с точки зрения обеспечения их конкурентоспособности на российском и международном рынках, а также создаст дополнительные стимулы для выхода в отрасль, поскольку отсутствие конкретной нормативной базы снижает уровень заинтересованности субъектов предпринимательства в процессе инвестирования в российский рынок медицинского туризма.

3. Медицинский туризм как перспективное направление развития российского туристического рынка также упоминается в стратегических программных документах, связанных с обеспечением долгосрочного роста индустрии туризма и гостеприимства. Среди этих нормативных правовых актов федерального и регионального уровней отдельно следует отметить:

- Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. ~~№о~~ № 2129-р «Об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (методические подходы к определению лечебно- оздоровительного туризма как сопряженной части рынка медицинского туризма; субсидирование организации специальных туров для отдельных категорий граждан, в том числе в рамках развития детского туризма, лечебно- оздоровительного туризма, организованных туров для лиц с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров как важный инструмент государственной поддержки обеспечения устойчивого спроса и повышение доступности туристского продукта и т.п.) [8],

- Отдельные отраслевые или региональные стратегии, регламентирующие развитие системы здравоохранения и сферы туризма и рекреации (например, Государственная стратегия по развитию санаторно-курортного комплекса Российской Федерации [9]).

4. Косвенное, но в то же время очень значительное влияние на формирование устойчивого инфраструктурного потенциала рынка внутреннего медицинского туризма оказывает успешная реализация таких национальных проектов, как «Здравоохранение» [11] и «Демография» [12], которые направлены

на развитие ресурсного потенциала и инфраструктурного обеспечения отечественной системы здравоохранения с целью повышения качества жизни населения и уровня оказания современных медицинских услуг, снижения риска хронических заболеваний, улучшения здоровья подрастающего поколения, снижения количества смертей из-за неэффективного или несвоевременного оказания медицинских услуг, улучшения демографических показателей во всех регионах нашей страны и т. д. Все вышеперечисленное имеет положительный эффект на состояние рынка внутреннего медицинского туризма, а также позволяет использовать накопленный потенциал в экспорте медицинского туризма.

5. С точки зрения международного законодательства, влияющего на современные тенденции и формирование глобального рынка медицинского туризма, следует отметить следующие наднациональные законодательные акты и нормативные документы:

- Глобальную стратегию ВОЗ по питанию, физической активности и здоровью (устанавливает и провозглашает здоровый образ жизни приоритетом для современных людей и общества, что положительно влияет на саму идею развития медицинского туризма и соответствующей рыночной инфраструктуры) [13],

- Устав Всемирной организации здравоохранения (провозглашает общие вопросы равенства всех жителей нашей планеты в праве на доступ к качественным медицинским услугам и призывает к необходимости обеспечения развития национальных систем здравоохранения в мире, что также положительно влияет на перспективы роста на рынке медицинского туризма) [14],

- Амстердамскую декларацию о политике обеспечения прав пациентов в Европе, принятая Европейской конференцией по правам пациентов и отражающая, среди прочего, качество медицинских услуг, что, в свою очередь, является одним из ключевых факторов в обеспечении конкурентоспособность

бизнес-структур на рынке медицинского туризма, не только в Европе, но и во всем мире [14].

На основании проведенного исследования отечественной ([26], [21], [22], [31], [39], [40]) и зарубежной ([43], [44], [46], [47]) литературы по вопросам организации и управления рынком медицинского туризма можно сделать следующие выводы:

1. В большинстве рассматриваемых источников медицинский туризм рассматривается как относительно новое явление или тип туризма, характерный для конкретного направления, региона или страны. При этом можно говорить об отсутствии системного подхода в части формирования основ и последующих стратегий развития медицинского туризма как отдельного рынка с собственной инфраструктурной составляющей, ресурсным обеспечением, политикой государственного регулирования, особенностями потребительского спрос и др.

В связи с этим особенно актуальным становится обоснование концептуальных подходов к определению сущностных характеристик и выявлению особенностей рынка медицинского туризма.

2. Еще одним серьезным недостатком проанализированных отечественных и зарубежных источников по исследуемой тематике следует признать аналитический характер представленных материалов, т.е. внимание авторов обращено к анализу и оценке существующих тенденций в сфере медицинского туризма в условиях стабильно функционирующей рыночной экономики и наличии положительной динамики спроса на медицинские услуги со стороны потенциальных пациентов-туристов. Однако, практически неисследованной областью практических знаний следует считать прогнозирование развития рынка медицинского туризма в условиях ухудшения рыночной конъюнктуры и резкого снижения объема спроса как на внутреннем, так и международном рынке.

3. В продолжение предыдущего пункта критических замечаний отдельное внимание хотелось -бы уделить необходимости более тщательного и детального изучения влияния неэкономических факторов на последующие траектории развития рынка медицинского туризма. К сожалению, в большинстве современных научных источников данная проблема не рассматривается вовсе, что снижает достоверность возможных прогнозных оценок и не дает полного представления о потенциале и емкости рынка в будущем. Особенно актуально проведение подобного рода исследований в настоящее время, когда туристский рынок столкнулся с весьма серьезной проблемой – снижения спроса на услуги в связи с пандемией вирусной инфекции.

Наиболее правильно, с методологической точки зрения, рассматривать особенности рынка медицинского туризма в контексте их разделения по основным участникам рыночных отношений: государство, формирующее нормативно-правовые и организационно-экономические основы взаимодействия и конкуренции на рынке с целью обеспечения устойчивого развития как самой отрасли, так и всей экономической системы; предпринимательский сектор, формирующий предложение на отдельные виды и направления медицинского туризма, а также сектор домашних хозяйств, формирующих спрос на медицинский туризм в зависимости от ряда специфических факторов влияния.

С точки зрения государственных органов разного уровня распределения власти рынок медицинского туризма является, с одной стороны, важной составляющей социальной сферы страны, с другой стороны, это перспективное направление для организации экспортных операций в рамках повышения туристической привлекательности поездок в РФ из-за рубежа с целью получения качественной и сравнительно недорогой медицинской помощи и оздоровления при соблюдении всех необходимых мер безопасности иностранных туристов.

В этой связи можно говорить о существовании определенной причинно-следственной связи между следующими организационно-управленческими действиями на уровне государства: усиление ресурсного потенциала сектора

здравоохранения с целью повышения качества и доступности медицинских услуг для населения, что положительно влияет на развитие медицинского туризма как внутреннего, так и на международном рынке при условии государственной поддержки создания конкурентоспособной общетуристической инфраструктуры, снижения влияния туристических формальностей и повышения привлекательности российских туристических направлений.

Особенности функционирования предпринимательского сектора на рынке медицинского туризма определяются возможностью реализации широкого спектра медицинских услуг с высоким уровнем специализации направлений медицинской помощи и услуг потенциальным туристам, отсутствие фактора сезонности, значительное количество ограничений нормативно-правового характера при принятии управленческих решений и т д. сочетается с возможностью комбинации с другими видами туристской деятельности с целью привлечения дополнительных клиентов, широкий выбор различных стратегий управления потребительским спросом исходя из имеющихся финансовых возможностей и т.д. Это, в свою очередь, повышает инвестиционную привлекательность вложений в инфраструктуру медицинского туризма как исключительно за счет использования собственных материальных ресурсов, так и с точки зрения потенциала в рамках участия в программах государственно-частного партнерства, которые направлены на согласование интересов бизнеса и государства в социальной сфере.

Таким образом, с точки зрения соблюдения интересов бизнес-структур, рынок медицинского туризма представляет собой устойчивый сегмент потребительского спроса, деятельность на котором хоть и связана со значительными финансовыми вложениями и повышенными требованиями к качеству, но может обеспечить значительный финансовый результат уже в среднесрочной перспективе.

С точки зрения потребителя рынка медицинских услуг к числу ключевых особенностей следует причислить низкий уровень или полное отсутствие отложенного спроса, значительные требования к уровню и сравнение критических точек значения соотношения «цена-качество». Более того возможность осуществления туристской поездки вне зависимости от целого ряда традиционных факторов, влияющих на динамику спроса в индустрии туризма (фактор сезонности, уровень транспортной доступности, социально-культурные особенности туристской дестинации, уровень располагаемого дохода и т.д.), использование более широкого спектра источников финансирования поездки (наряду с традиционными формами покрытия расходов на совершение туристской поездки, такими как использование собственных средств или кредитных ресурсов коммерческих организаций банковского сектора, в сфере медицинского туризма активно привлекаются средства из фондов обязательного и дополнительного медицинского страхования, спонсорская помощь, средства благотворительных фондов и т.п.).

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о том, что рынок медицинского туризма является приоритетным сегментом индустрии туризма, в развитии которого заинтересованы все участники рыночных отношений.

1.2. Этапы формирования и развития современного рынка медицинских услуг.

Как и любая рыночная структура, медицинский туризм проходит этапы, связанные с его формированием, финансовым ростом, модернизацией в соответствии с новыми технологическими требованиями времени, запросами и пожеланиями клиентов, проводимой в государстве политикой по отношению к поддержке инфраструктуры.

В связи с этим особую актуальность приобретает выработка методического подхода к описанию и анализу этапов эволюционного развития рынка медицинского туризма как части экономической системы. При этом, как в

отечественной, так и зарубежной науке, нет единого мнения по ряду проблемных вопросов, к которым можно отнести:

- возможную периодизацию ожидаемых этапов развития рынка медицинского туризма, которые бы отражали не только характеристики самого рынка, но и его взаимосвязи со смежными отраслями и сегментами национальной и мировой экономики,

- общие тенденции, которые могли быть характерны для конкретного этапа и с помощью которых было бы возможно говорить об эффективности организации деятельности как отдельных субъектов бизнеса, так и функционирования данного сегмента в целом с точки зрения соотношения уровня бюджетных расходов на систему здравоохранения и поддержку индустрии туризма на национальном, региональном и локальном уровне с уровнем дохода от налогообложения соответствующих субъектов предпринимательской деятельности,

- Соответствие рыночной структуре и определенному уровню качества медицинских услуг, посредством выбора эффективных инструментов стратегического планирования, повышение имиджа субъектов национального рынка с целью достижения конкурентных преимуществ по сравнению с иностранными фирмами, уровня эффективности государственной политики в этой сфере.

Основываясь на изучении научной литературы таких отечественных авторов как Ветитнев А.М. [18], Веселова Э.Ш. [17], Горошко Н.В. [19], Карпова Г.А. [50], Ледова А.В. [33], Тастанбекова Ш.О. [41], а также зарубежных ученых, среди которых можно отметить фундаментальные труды по вопросам организации индустрии туризма, в том числе медицинского, М. Букмана [43], В. Крукса [44], Б. Кангас [46], Р. Вижайа [51] можно говорить о следующих сложившихся подходах относительно оценки изменения рынка медицинского туризма во временном контексте:

1. Наиболее распространенным подходом следует признать временную оценку развития не самого медицинского туризма как отдельного сегмента, а лечебно-оздоровительного, который является обобщенной категорией, включающей–, в том числе, оказание специализированных медицинских услуг для различных категорий туристов. В зарубежной литературе описаны этапы развития основных курортных территорий в сравнении с этапами роста туристической индустрии, дана краткая хронология наиболее известных лечебно-оздоровительных и медицинских организаций, которые, зачастую, имеют многовековую историю и хорошо зарекомендовали себя. При этом в большинстве научных исследований приоритетность въездного туризма рассматривалась как основная гипотеза по сравнению с необходимостью развития внутреннего рынка.

В отечественной литературе большое количество трудов и исследований посвящено вопросам становления санаторно-курортной отрасли, ее зарождению в Российской Империи, существенной трансформации в условиях СССР, которая позволила сделать данный вид туризма общедоступным и востребованным среди широких масс населения, ухудшению рыночной конъюнктуры после распада Советского Союза и формирование нового рынка лечебно-оздоровительных туристских услуг в современной России, в том числе и в разрезе медицинского туризма.

2. Второй возможный подход – периодизация развития рынка медицинского туризма с точки зрения выделения этапов на национальном или региональном уровне. Недостатком данного подход является то, что в нем не учитываются общие тенденциии мирового рынка и он не обладает унифицированным набором инструментов и методов, которые могли бы быть использованы для сравнительной характеристики рынков в различных дестинациях, регионах и странах.

3. Еще один распространённый подход к возможной периодизации развития рынка медицинского туризма основан на выявлении и обосновании различных сроков появления тех или иных видов медицинских услуг с точки зрения их востребованности туристами. Например, можно говорить о классических видах услуг медицинского туризма таких как: проведение высокотехнологических хирургических операций, лечение онкологических больных, реабилитация после перенесенных травм и т.д, появившихся позже услуг медицинского туризма массового спроса,к которым относятся: стоматологические услуги, проведение косметологических операций, оперативное хирургическое вмешательство и т.д.

В связи с выше сказанным, необходимым выделить несколько этапов формирования и развития рынка медицинского туризма, каждый из которых имеет определенный набором характеристик и особенностей. При этом, с учетом выбранного критерия для периодизации, можно выделить целый ряд параметров, существенные изменения в которых приведут к смене того или иного этапа. К числу таковых следует относить:

- приблизительный срок каждого из этапов в общемировом масштабе (без учета особенностей конкретной страны или региона),

- преимущественное положение стран мира на рынке медицинского туризма и уровень их влияния на основные тенденции и перспективы развития рыночной инфраструктуры и ресурсной базы,

- основные производители (компании, осуществляющие услуги по формированию организованных туристских потоков, а также оказывающие непосредственные медицинские и сопутствующие услуги туристам в регионе размещения),

- основные потребители (потенциальные туристы (физические лица и отдельные организации), со стороны которых существует устойчивый спрос на соответствующие услуги),

- роль государства на рынке медицинского туризма (наличие нормативно-правовой документации, регламентирующей отношения между покупателем и продавцом на рынке, наличие сбалансированной системы экономических и административных инструментов регулирования рынка, в том числе прямая или косвенная поддержка участников рынка и др.),

- экономическое значение рынка (доля в ВВП страны, доля в региональном валовом продукте, количество занятых в сегменте на постоянной основе, уровень налоговых поступлений в бюджеты различного уровня и т.д.),

- уровень инноваций и их доступность для массового потребителя и др.

Рассмотрим более подробно каждый из возможных этапов периодизации развития рынка медицинского туризма в соответствии с ключевыми подходами теории маркетинга и развития экономических систем, предполагающими прохождение следующих стадий:

Этап 1. Формирование рынка медицинского туризма как самостоятельного сегмента индустрии туризма (*Этап становления*)

Начало становления рынка медицинских услуг тесно связано с постепенным экономическим ростом в развитых странах, благодаря которому сформировался ограниченный спрос на медицинские услуги более высокого уровня, качества и престижа, которые представлялось невозможным или сложным получить в тех или иных странах Западного мира. При этом развитые страны представляли собой как сегмент основных потребителей данных услуг, так и, одновременно, производителей, что отрицательно сказывалось на вопросах конкурентной борьбы между участниками рынка за качество и соответствие мировому уровню, прежде всего среди производителей услуг,

оказывало негативное влияние на ценовую политику, что, в свою очередь, снижало потенциальную емкость рынка и доступность услуг населению с более низким уровнем дохода. Формируются ключевые лидеры мирового рынка медицинского туризма, относящиеся к определенным странам, нежели чем к отдельным предпринимательским субъектам (Швейцария, Германия, США).

Этап 2. Увеличение объемов продаж за счет территориально - пространственного расширения границ рынка и развития новых видов медицинского туризма, ориентированных на массового потребителя услуг (*Этап роста*)

Точкой роста для перехода к новому этапу развития рынка медицинского туризма следует признать процессы глобализации, которые создали дополнительные возможности для интенсификации коммерческой деятельности для создания специализированных медицинских организаций, которые могли бы стать участниками туризма. рынок и располагаться не только в развитых странах, но и в новых индустриальных. штатов, а затем и в любой точке мира.

При этом основным фактором выбора медицинской организации является невысокий уровень цен на лечение при относительно высоком уровне качества.

В связи с этим расположение медицинского учреждения в странах с низким уровнем экономического развития дает его владельцу дополнительные преимущества в плане снижения затрат на основную деятельность.

В связи с этим, наряду с известными лидерами западных стран, на рынке активно появляются медицинские организации из таких стран, как Южная Корея, Индия, Колумбия, ЮАР и др.

Этап 3. Активное внедрение инновационных технологий и продуктов, диверсификация бизнеса и персонализация потребителя (*Этап насыщения*)

Третий этап развития рынка тесно связан с повышением уровня конкуренции между его участниками, необходимостью формирования дополнительных конкурентных преимуществ, связанных с изменением

маркетинговой стратегии, использованием новых инновационных технологий, поиском новых подходов к работе с клиентами, поставщиками, государственными органами и другими целевыми группами.

В качестве наглядного примера, характеризующего тенденции и особенности развития рынка на данном этапе можно привести исследование, проведенное специалистами Национального университета г. Цюрих относительно ключевых драйверов роста рынка медицинского туризма (рисунок 1.1)

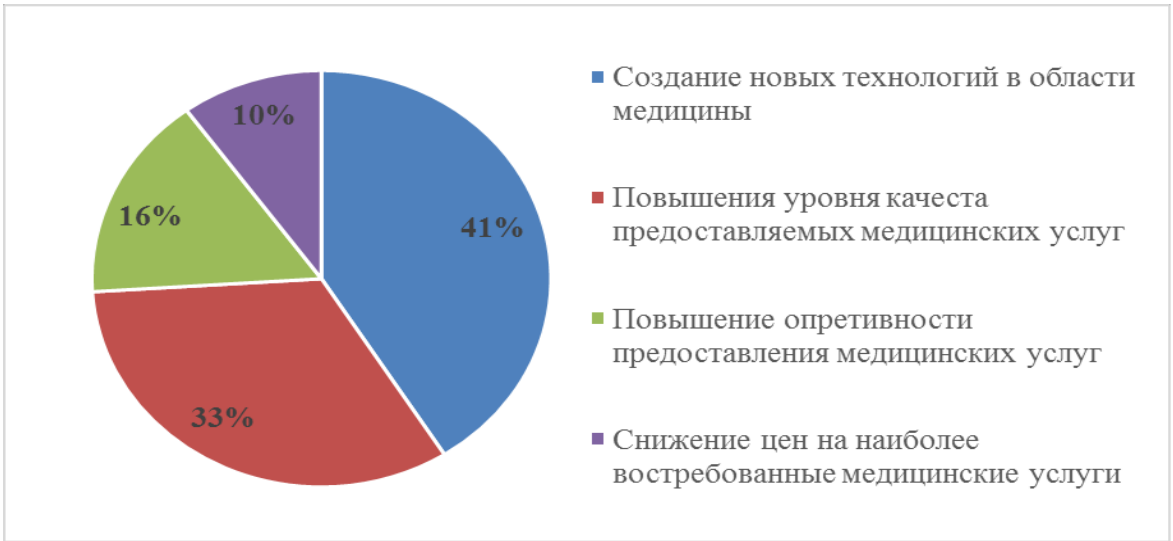

Рисунок 1.1 - Основные тенденции и факторы обеспечения роста на рынке медицинского туризма [65]

Как видно из представленного рисунка, наряду с традиционным фактором влияния на траектории развития любого рынка, таким как снижение цен на наиболее востребованные медицинские услуги, значительное влияние на процесс проектирования и оказания медицинских услуг оказывает необходимость повышения их качества, а также внедрения массовых инновационных технологий, которые были бы доступны не только для ограниченного числа потребителей, но и могли быть использованы при лечении и оказании оздоровительных услуг максимальному числу туристов со средним уровнем дохода. При этом наблюдается четкая тенденция взаимосвязи двух этих

факторов: чем больше инноваций задействовано в организации программ медицинского туризма, тем выше общий уровень качества обслуживания и представления услуг потребителю.

Этап 4 Трансформация рынка медицинского туризма на фоне ухудшения эпидемиологической ситуации в связи с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19 (*Этап стагнации)*

Совершенно новый этап в развитии рынка медицинского туризма, начало которого связано с распространением коронавирусной инфекции в январе- 2020 года, а прогнозируемое окончание возможно только в условиях массовой вакцинации большей части населения земного шара, а также формирования коллективного иммунитета жителей к инфекции в большинстве стран мира. С одной стороны, исходя из текущих статистических данных ЮНВТО, современный этап рынка может быть охарактеризован как стадия стагнации.

С другой стороны, именно на этом этапе возникают дополнительные стимулы для всех участников рынка в обеспечении положительной динамики роста спроса и предложения при условии повышения уровня расходов на обеспечение безопасности и качества при реализации услуг медицинского туризма.

Это, в свою очередь, увеличивает конкурентные инвестиционные преимущества этого сегмента туристической индустрии в среднесрочной и долгосрочной перспективе с точки зрения актуальности и востребованности медицинских услуг для профилактики и ранней диагностики этого заболевания, а также для организации программы реабилитации и восстановления для людей, уже перенесших коронавирусную инфекцию.

В таблице 1.1. представлена сравнительная характеристика основных этапов развития рынка медицинского туризма по ряду ключевых параметров.

Таблица 1.1. Сравнительная характеристика основных этапов развития рынка медицинского туризма

Наименование этапов	Период	Локализация рынка	Основные потребители	Основные производители	Роль инновационны х технологий	Требования к качеству и безопасности
Формирование рынка медицинского туризма как самостоятельного сегмента индустрии туризма	Первый этап (60-80-ее гг. xx века)	Исключительн о развитые страны	Ограниченный круг потребителей с высоким уровнем дохода	Специализированн ые учреждения, направленные на прием иностранных туристов	Низкая, преобладают традиционные способы лечения и оказания медицинских услуг	Высокие требования по качеству услуг и обслуживани ю
Увеличение объемов продаж за счет территориально - пространственного расширения границ рынка и развития новых видов медицинского туризма, ориентированных на массового потребителя услуг	Второй этап (90- ее гг. xx века – начало 2000х гг.)	Развитые страны, новые индустриальн ые страны	Расширение круга потребителей за счет преимуществ глобализационн ых процессов при одновременной ориентации на лиц с высоким уровнем дохода	Расширение видов и направлений медицинского туризма, по – преимуществу специализированн ые медицинские учреждения. Медицинский туризм-основной источник финансирования	Средний уровень, инновации – дополнительн ое конкурентное преимущество при условии оптимального соотношения «цена – качество»	Уровень качества основной фактор выбора организации, участвующей в реализации программ медицинског о туризма
Активное внедрение инновационных технологий и продуктов, диверсификация бизнеса и персонализация потребителя	Третий этап (2010-е и до 2020 гг.)	Мировой масштаб охвата рынка, включая развивающиес я страны	Значительное расширение круга потребителей, ориентация на лиц со средним уровнем дохода	Широкий уровень специализации, активизация и выход на рынок медицинских организаций, до этого не связанных со сферой	Высокая, активное внедрение инновационно й медицинской техники, новых методик и подходов к лечению	Обеспечение высокого уровня качества за счет внедрения инноваций
Трансформация рынка медицинского туризма на фоне ухудшения эпидемиологическ ой ситуации в связи с пандемие	Четверты й этап (после 2020 г.)	Мировой масштаб охвата рынка, включая развивающиес я страны	Индивидуализац ия подходов к потребителю, выделение новых сегментов потребителей, адаптивные программы организации лечения	Повышение требований к медицинским организациям, формирование системы критериев допуска на рынок	Высокая, возможность сочетания достижений телемедицины и инноваций в сфере туризма и рекреации	Значительное внимание к вопросам безопасности организации медицинског о туризма при сохранении требований к качеству услуг

Проанализировав данные сравнительной таблицы можно сделать следующие выводы относительно формирования и развития рынка услуг медицинского туризма:

1. По сравнению с другими вариантами туризма, рынок медицинского туризма представляет собой сравнительно новый сегмент индустрии, который, в связи с его социальной значимостью и высокими требованиями к организации процесса оказания услуг, требует дополнительного регулирования как на государственном (формирование нормативно-правового обеспечения функционирования и определения уровня ответственности субъектов предпринимательской деятельности), так и на международном уровне (единые подходы к качеству оказания услуг и уровню обслуживания туристов).

2. Значительные возможности с точки зрения выхода на рынок для новых участников рынка при одновременно высоком уровне стабильного спроса со стороны потребителя.

3. Высокая значимость инновационных продуктов, новых технологий лечения и организации медицинской помощи с применением современного оснащения в обеспечении конкурентных преимуществ, прежде всего, на международном рынке в целях повышения экспорта услуг медицинского туризма.

4. Поиск новых драйверов роста рынка в условиях посткризисного периода, вызванного негативным влиянием распространения коронавирусной инфекции в современном мире.

1.3. Характеристика взаимосвязей и роли рынка медицинского туризма в социально-экономической системе

Устойчивое экономическое развитие определенного рынка в любой сфере национального производства зависит не только от сбалансированности

внутренней структуры и соответствия объемов совокупного предложения и спроса, но и от уровня взаимодействия с другими рынками и отраслями [38].

Чем выше уровень данного взаимодействия, тем больше конкурентных преимуществ могут получить субъекты рыночных отношений:

- предпринимательский сектор способен обеспечить достаточный уровень коммерческого дохода за счет развития внутриотраслевых и межотраслевых связей, а также за счет грамотного планирования регионального взаимодействия с другими субъектами, находящимися на той или иной общей территории,

- потребители в качестве дополнительных преимуществ от такого рода взаимодействия могут получить более эластичный вариант пропорции «цена-качества», т.е. повышение качества за счет кооперационных связей и расширения возможностей предпринимательского сектора не приведет к значительному повышению цен на оказываемые услуги,

- государство за счет повышения эффективности ведения коммерческой деятельности участников рынка и достижения стабильной экономической конъюнктуры достигает плановых показателей финансирования бюджетов различного уровня, что позволяет обеспечить сбалансированную социальную политику и повысить возможности по изменению диспропорций в региональном развитии, с точки зрения снижения количества регионов- доноров.

Взаимодействие между участниками рынка, в том числе медицинского туризма, может происходить по определенным направлениям и уровням.

К направлениям взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности на любом рынке можно отнести:

-конкурентное взаимодействие, предполагающее использование определённых преимуществ с целью увеличения количества потребителей как

на национальном уровне, так и в международном масштабе, выхода на новые рынки сбыта, диверсификации производственных процессов и т.д,

- кооперационное взаимодействие, в рамках которого организации объединяются для достижения единых коммерческих целей, реализации совместных проектов локального,регионального и международного уровня и обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ на рынке. Одной из наиболее перспективных форм такого рода кооперационного взаимодействия в настоящее время является формирование и развитие кластерных структур, в том числе посредством реализации схем государственно-частного партнерства и частичного субсидирования со стороны федеральных и региональных бюджетов,

- партнерское взаимодействие, реализация которого происходит между различными субъектами одного или смежного рынка в целях повышения эффективности маркетинговой деятельности, максимального охвата различных сегментов потребительского рынка, обеспечение устойчивых финансовых связей,

- сетевое взаимодействие, в основе которого создание и последующее развитие вертикально или горизонтально интегрированной структуры, включающей в себя зависимые, в технологическом и финансово- экономическом отношении, структурные подразделения, осуществляющие определенную коммерческую деятельность в регионе размещения. Чем выше эффективность функционирования каждого конкретного подразделения, тем лучше коммерческие результаты всей сетевой структуры.

В таблице 1.2. представлены направления взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности применительно к условиям рынка медицинского туризма.

Таблица 1.2 - Анализ направлений взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности на рынке медицинского туризма

Направление взаимодействия	Особенности реализации на рынке медицинского туризма
Конкурентное взаимодействие	- основной фронт конкуренции – между организациями медицинского профиля, оказывающими услуги в соответствующем сегменте медицинского туризма как на внутреннем рынке, так и на международном уровне; - низкий уровень конкуренции между организациями- посредниками, предлагающими комплексные турпакеты на рынке медицинского туризма, -относительно невысокий уровень конкуренции между предприятиями туристской индустрии (средства размещения, индустрия развлечения, индустрия питания и т.п.), предлагающими свои услуги по формированию единого туристского пакета совместно с медицинским учреждением, - наличие определенного фронта конкуренции между медицинским туризмом и отдельными видами туристской деятельности и т.д.
Кооперационное взаимодействие	основной фронт взаимодействия – возможность формирования интегрированных структур кластерного типа, предполагающих совмещение медицинского туризма и сопряженных видов туризма (медицинский и лечебно-оздоровительный туризм, медицинский и деловой туризм и т.п.), -кооперационное взаимодействие медицинских учреждений, образовательных организаций и научно-исследовательских институтов с целью повышения уровня и качества оказания услуг, в том числе в рамках образования консорциумов, - кооперационное взаимодействие в условиях вертикально интегрированных структур, в том числе в рамках холдингов и т.д.
Партнерское взаимодействие	основной фронт взаимодействия – формирование партнерских отношений с организациями, функционирующими на туристском рынке и располагающими определенными объектами туристской инфраструктуры (средства размещения для заселения пациентов - туристов или сопровождающих их лиц, наличие системы скидок для пациентов - туристов или сопровождающих их лиц при посещении объектов экскурсионного показа и т.п.), -партнерские отношения с поставщиками медицинского оборудования, техники, расходных материалов, лекарственных препаратов и т.п.
Сетевое взаимодействие	- основной фронт взаимодействия –внутрисетевое взаимодействие между участниками сети медицинских учреждений,

	оказывающих услуги на рынке медицинского туризма

Более сложной, с методологической точки зрения, представляется определение взаимосвязей и роли рынка медицинского туризма в социально-экономической системе как сегмента индустрии туризма во взаимосвязи и сравнении с другими видами туризма. В данном случае также можно выделить упомянутые ранее по тексту направления взаимодействия, скорректированные с учетом специфики медицинского туризма (таблица 1.3.).

В качестве объектов для сравнения может рассматривать такие виды туризма как лечебно-оздоровительный и спортивно-оздоровительный (наиболее близкие по функциональным характеристикам и специфике технологического процесса оказания услуг потребителю), деловой (двойственный характер связи – совмещенные программы деловых визитов и получения услуг в сфере медицинского туризма наряду с проведением конгрессно-выставочных мероприятий, посвященных тематике медицины, медицинских услуг и медицинского туризма), культурно-познавательный (в большей степени как дополнение к основной программе медицинского тура), экологический и молодежный (имеется ряд сопряжений с точки зрения возможности организации специализированных программ и туров).

В связи с уникальными отличительными чертами медицинского туризма можно говорить об относительно низком уровне конкуренции между данным видом туризма и другими сегментами туристской индустрии. С точки зрения потребителя можно говорить о существовании конкурентного выбора между медицинским и лечебно-оздоровительным туризмом в связи с относительно функциональной схожестью предоставляемых услуг, направленных на оздоровление человека и повышение уровня его иммунитета к инфекционным заболеваниям. Однако, на практике можно говорить либо о кооперационном взаимодействии между организациями, функционирующими на данных сегментах туристского рынка, либо о совмещении бизнес- деятельности и одновременном оказании медицинских и лечебно –оздоровительных услуг.

Таблица 1.3.

Уровни и направления взаимодействия участников рыночных отношений на рынке медицинского туризма в соотнесении с другими видами туризма

Направления взаимодействия	Виды туризма					
	Лечебно-оздоровительный	*Спортивно - оздоровительный*	*Деловой туризм*	*Культурно-ознавательный*	*Экологический*	*Молодежный*
Конкурентное взаимодействие	Относительно высокий уровень конкуренции в случае реализации схожих услуг	Средний уровень конкуренции в случае реализации схожих услуг	Относительно низкий	Относительн о низкий, в зависимости от туристского потенциала дестинации	Низкий или отсутствует	Низкий или отсутствует
Кооперационное взаимодействие	Высокий уровень возможности формирования единых кластерных структур	Относительно высокий уровень формирования единых кластерных структур	Средний уровень возможности формирования единых кластерных структур	Низкий уровень возможности формировани я единых кластерных структур	Низкий уровень возможности формирован ия единых кластерных структур	Низкий уровень возможности формирован ия единых кластерных структур
Партнерское взаимодействие	Высокий уровень, возможность комбинации предоставления услуг	Высокий уровень, возможность комбинации предоставления услуг	Высокий уровень, возможность комбинации предоставлени я услуг	Высокий уровень, совместное продвижение услуг	Высокий уровень, совместное продвижение услуг	Высокий уровень, возможность комбинации предоставле ния услуг
Сетевое взаимодействие	Возможно в рамках реализации проекта	Возможно в рамках реализации проекта	Нет	Нет	Нет	Возможно в рамках реализации проекта

	единой сети медицинских организаций	единой сети медицинских организаций				единой сети медицинских организаций для отдельного сегмента потребителей

Помимо основных направлений взаимодействия участников рыночных отношений, можно обозначить и ряд уровней, в рамках которых происходит функционирование самого рынка в социально-экономической системе. К числу таковых можно отнести:

- внутриотраслевой уровень, взаимодействие происходит между субъектами одной отрасли, исходя из особенностей технологического процесса, специфики производимого экономического блага, в приоритете- обеспечение качества и доступности услуг для потенциальных туристов,

- межотраслевой уровень-, взаимодействие происходит между субъектами предпринимательской деятельности из различных отраслей и сфер национальной экономики, в приоритете- стимулирование кооперационных связей с организациями и предприятиями из смежных отраслей,

- территориальный уровень, взаимодействие субъектов предпринимательской деятельности, расположенных в пределах определенной территории, дестинации, региона или страны, в приоритете – максимальный охват рынка).

Медицинский туризм, рынок которого представляет собой достаточно сложно комбинированную структуру с точки зрения направленности и особенностей формирования предложения и спроса, обладает двойственным характером в контексте выстраивания внутриотраслевых кооперационных связей [42]. С одной стороны, в основе данного вида туризма находится осознание потребности клиента в необходимости получения определенного комплекса медицинских услуг, которые он по ряду глобальных причин как экономического и социального характера, так и сугубо личностных, не может или не хочет приобрести в регионе или стране проживания, и мотивация для совершения поездки в другой регион или страну для осуществления лечения.

С другой стороны, в современных реалиях медицинский туризм является составной частью индустрии туризма и должен находится в прямом взаимодействии как с сегментами, связанными с обеспечением бесперебойного функционирования объектов туристской инфраструктуры, так и с другими видами туризма.

В первом случае можно говорить о классической роли рынка медицинского туризма в единой системе общественного здравоохранения – государственная поддержка и стимулирование развития внутреннего медицинского туризма с целью обеспечения равного доступа всех граждан страны к качественным и безопасным услугам, создание благоприятных условий для роста въездного медицинского туризма, популяризация самой идеи медицинского туризма и его приоритетности по отношению к другим видам туристской деятельности.

Во втором случае медицинский туризм, должен иметь тесные партнерские и кооперационные взаимосвязи с другими субъектами туристского рынка с целью максимального удовлетворения растущих запросов современных потребителей. В качестве примера можно рассмотреть взаимоотношения лечебных организаций и средств размещения в процессе реализации программ медицинского туризма. В данном случае возможны несколько вариантов эффективного взаимодействия:

- в рамках партнерских взаимоотношений – медицинское учреждение рекомендует выбранные средства размещения для туристов (пациентов) и сопровождающих лиц, гарантируя соответствующий уровень качества сервиса гостиничных услуг. При выборе соответствующего средства размещения необходимо ориентироваться на целый ряд взаимосвязанных факторов: деловую репутацию средства размещения, транспортную доступность, что особенно важно с точки зрения последовательности и порядка прохождения лечебных и медицинских процедур, уровень доходов и социальное положение туриста,

предпочтения в выборе средства размещения, учет интересов группы сопровождения и многое другое.

- в рамках кооперационного взаимодействия – в условиях функционирования туристского кластера, направленного на оказание целого комплекса туристских услуг, наиболее целесообразным является включение в качестве полноценного участника взаимодействия определенного средства размещения, отвечающего запросам выбранного потребительского сегмента с точки зрения соотношения параметров «цена- качество услуги» и находящегося в пределах территории туристского кластера, что способствует реализации комплексных программ медицинского туризма,

- в условиях сетевого взаимодействия –в данном случае одним из оптимальных решений может быть наличие собственного средства размещения, удовлетворяющего запросы участников сети. При этом могут быть рассмотрены различные альтернативные варианты – модернизация существующего средства размещения, приобретение в собственность существующего средства размещения и его перепрофилирование под нужды медицинской организации, строительство и ввод в эксплуатацию нового туристского объекта.

Территориальный уровень взаимодействия тесно связан со всеми проанализированными выше направлениями, однако, наиболее перспективным в данном случае выглядит формирование и развитие кластерной структуры, существование которой позволяет достигнуть значительных коммерческих результатов без изменения организационно- правовой формы каждого из его участников. Таким образом, кластер на рынке медицинского туризма представляет собой такое объединение независимых участников туристского и смежных рынков (медицинских организаций, лечебно-оздоровительных учреждений, компаний, осуществляющих турагентскую и туроператорскую деятельность и прочее), которое бы способствовало увеличению туристского

потока, основная цель которого – получение необходимых медицинских услуг соответствующего профиля, качества и цены.

На каждом из вышеперечисленных уровней и направлений взаимодействия на рынке медицинского туризма можно обозначить определенные тенденции, которые оказывают кумулятивное влияние на перспективы трансформации данного сегмента туристской индустрии в условиях цифровой экономики. Вместе с тем влияние и уровень воздействия данных тенденций весьма неоднороден и зависит от масштаба самого рынка.

В связи с этим необходимо проанализировать современные тенденции рынка медицинского туризма как на национальном (российском), так и международном уровне, что позволит получить более объективную картину происходящих изменений.

Глава 2 Анализ и оценка современного состояния и перспектив развития рынка медицинского туризма

2.1Социально-экономическая характеристика развития рынка медицинского туризма в современном мире

Рынок медицинского туризма, пройдя определенные стадии эволюционного развития и адаптируясь к новым условиям мирового хозяйства, существенно изменился- не только с точки зрения количества участников, но и с точки зрения предлагаемых медицинских и туристских услуг, уровню инновационных технологий в процессе организации технологического процесса оказания комплексной услуги и т.п. [35]. В качестве подтверждения вышесказанному могут служить статистические данные, отражающие динамику развития мирового рынка медицинского туризма.

Согласно статистическим данным за 2018–2019 гг. на международном рынке медицинского туризма наблюдался устойчивый рост в 4% в год, что практически сопоставимо с ростом величины мирового валового продукта - на 3,5%. Мировой рынок медицинского туризма в 2019 г. оценивался в -97.4 млрд. долл. США. Учитывая динамику рынка в последние годы, фокус на развитие направления и инвестиции в него со стороны развивающихся стран—, прогнозировался рост до 125 млрд долл.США к 2021 году и затем до 179,6 млрд долл. США к 2026 году. Однако все эти прогнозы были сделаны до пандемии коронавируса, закрытия границ и введения ограничений.

По оценкам зарубежных экспертов, в среднесрочном периоде наблюдается сохранение представленных тенденций, и к 2022 г. уровень доходов от медицинского туризма возрастет на 30–35% .

В таблице 2.1 представлена выборка стран и индекс развитости в них из рейтинга Medical Tourism Index, ежегодно формируемого международной исследовательской организацией International Healthcare Research Center на

основании обзора научно-прикладной литературы, мнений экспертов и опроса потенциальных и фактических потребителей услуг медицинского туризма, и отражающего динамику развития медицинского туризма в современном мире.

Таблица 2.1 - Рейтинг Medical Tourism Index 2020(International Healthcare Research Center) [45]

Позиция	Страна	Количество баллов
1	Канада	76,47
2	Сингапур	76.43
3	Япония	74.23
4	Испания	72.93
5	Великобритания	71.92
8	Израиль	70.78
12	Германия	69.29
14	Южная Корея	68.81
28	Бразилия	64.35
41	Россия	60.17
46	Иран	44.38

Данное агентство анализирует привлекательность страны для медицинских туристов на основании критериев оценки общего имиджа страны и экологии окружающей среды, состояния и развития медицинской и туристической инфраструктуры, доступности и качества оказываемых медицинских услуг и формирует интегральный показатель, оценивающий уровень развития и привлекательности страны для медицинских туристов.

Индекс рассчитывается математической формулой, в которой существенные факторы, влияющие на рейтинг, формируются с учетом специальных коэффициентов. Факторы, влияющие на оценочные показатели, объединяются в три основные группы:

1. Показатели экономического развития страны, уровень жизни населения и безопасность, приемлемость и выгодность обменного курса национальной валюты, культурные аспекты.

2. Привлекательность страны как туристического и медицинского направления с учетом стоимости лечения и затрат на поездку, а также культурно-исторических и природно-климатических достопримечательностей.

3. Качество медицинской помощи и сопутствующих сервисов, наличие современного медицинского оборудования и инновационных технологий лечения, наличие международной аккредитации медицинских центров, международной сертификации врачей и медицинского персонала, соответствие стандартов качества оказываемой медицинской услуги международным критериям качества.

Так, наиболее популярными областями специализации канадских лечебно-профилактических учреждений и диагностических центров признаны ортопедия, нейрохирургия, программы по снижению веса/липосакция, пластическая хирургия, стоматология.

Сингапур – высокоразвитое государство и одна из лидирующих стран Азиатско-Тихоокеанского региона – занимает вторую позицию по критериям, благоприятствующим развитию медицинского туризма. Дестинацию выбирают с целью проведения серьёзных хирургических вмешательств, таких как трансплантация органов, лечения онкологии, заболеваний сердца, а также болезней в области офтальмологии и неврологии. Успехам в лечении сложнейших недугов способствует использование высокотехнологичного оборудования, а также профессиональный подход медицинских работников к каждому пациенту.

Пациенты выбирают данное направление исходя из доступности и сравнительно лучшего качества услуг.

Медицинский туризм в Великобритании представлен широким спектром услуг в области хирургии, программами по лечению репродуктивной системы и увеличению фертильности, а также реабилитационными планами и процедурами по восстановлению и укреплению здоровья после тяжелого лечения. Стоит отметить наличие большого количества как государственных, так и частных многопрофильных клиник и госпиталей с высоким уровнем и качеством обслуживания. Выбор туристами Великобритании как направления для медицинской поездки основывается на близости культуры и возможности

разговаривать на интернациональном языке, а также наличием разнообразных туристских аттракций и комфортных климатических и природных условий.

Занимая восьмую позицию в ранжированном списке мировых направлений медицинского туризма, Израиль специализируется на проведении сложных операций и видов лечения в области онкологии, ортопедии, кардиологии, общей, пластической и эстетической хирургии, педиатрии. Основной побудительный мотив туриста-пациента – использование инновационных технологий в процессе обследования и/или лечения в совокупности со значительной экономией на процедуры. Так, стоимость стоматологических услуг в Соединённом Королевстве составляет 1800-2500 фунтов, а аналогичные процедуры в Израиле обойдутся в 600-1000 фунтов (60-67% экономии). Стоимость лечения катаракты в клинках США варьируется в пределах 5000-6000 долларов, а в Израиле оно составит 3500-4000 долларов (30-33% экономии).

Что касается состояния медицинского туризма в России, которая, по оценкам специалистов Международного научно-исследовательского центра здравоохранения (International Healthcare Research Centre), занимает 41-ю позицию из 46-ой возможных, то вопрос требует многоуровневого и многопланового рассмотрения. Интерес потребителей к этому виду туризма, бесспорно, растет, однако туристы рассматривают скорее не внутристрановые, а зарубежные направления. Во многом это объясняется неудовлетворительным состоянием системы здравоохранения в современной России. Данный тезис подтверждают результаты социальных опросов, проведённых Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ). По мнению опрошенных, наиболее актуальными проблемами российского здравоохранения являются низкое качество медицинских услуг (50%) и недостаточный уровень квалификации врачей (49%). Кроме того, в случае болезни около 38% граждан не обращаются в поликлиники, объясняя это нежеланием сталкиваться с плохой организацией работы мед. учреждений, а также недоверием к персоналу (некомпетентность (10%), равнодушие врачей (6%), грубость (6%)) [26].

Однако, анализируя текущее состояние медицинского туризма в нашей стране, необходимо учитывать и положительные аспекты, такие как многообразие климатических и природных зон, и, как следствие, широкий спектр потенциально предоставляемых услуг, инновационные разработки.

Для оценки современных тенденций и особенностей развития рынка медицинского туризма на глобальном уровне необходимо исследовать не только передовой опыт и накопленные достижения тех стран, которые давно представлены на рынке и аккумулировали значительную успешную практику в решении организационных, экономических, социальных, экологических и других вопросов, связанных с функционированием и развитием предпринимательских структур, оказывающих медицинские услуги во внутреннем и въездном сегменте индустрии туризма, но и перспективы развития исследуемого рынка в странах-новых лидерах в сфере организации и управления медицинским туризмом.

В последнее годы сформировалась тенденция смещения центра медицинского туризма из экономически развитых западных стран (страны Европейского союза, Канада и США) в страны АТР (Корея, Индия, Таиланд, Сингапур). В этих странах с развитой системой медицинского туризма медицинская инфраструктура сформирована с учетом международных стандартов (в Индии 24 медицинских центра с JCI-аккредитацией, в Таиланде — 52, в Сингапуре — 22, в Малайзии — 13, в Корее — 27), разработана законодательная база и механизмы государственной поддержки, комплексная услуга обеспечена современной инфраструктурой сопутствующих сервисов.

Это ярко демонстрирует Южная Корея, где медицинский туризм развивается быстрыми темпами. В глобальном мировом рейтинге индустрии медицинского туризма данная страна занимает четырнадцатое место.

Высокотехнологичное оснащение, высокий уровень специалистов, жесткая система контроля качества медицинских услуг, доброжелательное

обслуживание и сравнительно низкие цены по сравнению с Японией, США, Германией и Израилем, делают эту страну одной из самых привлекательных в области медицинского туризма. Примечательно и то, что 27 корейских клиник имеют аккредитацию Joint Commission International (JCI). По уровню оснащенности и качеству оказания медицинских услуг корейские клиники в рейтинге мировых лидеров находятся на четырнадцатом месте. Особенных успехов добились корейские врачи в области трансплантологии, Корея удерживает также лидирующие позиции в лечении онкологических заболеваний — выживаемость при раке желудка почти в два раза, а при раке печени в 1,5 раза выше, чем в клиниках США и Германии. Интерес иностранцев к получению медицинской помощи в клиниках Кореи постоянно растет за счет хорошего качества и конкурентных цен на медицинские услуги. Согласно материалам Агентства развития здравоохранения, в 2009 году количество иностранных пациентов составило 60 201 чел., в 2015г. - 296 889 чел., а в 2018 году данный показатель составил 380 000 человек, что свидетельствует об устойчивом росте спроса на данный вид услуг на международном рынке медицинского туризма.

Для получения разрешения и права на предоставление медицинских услуг иностранным туристам лечебные учреждения Южной Кореи должны обладать специальной лицензией, выданной Министерством Здравоохранения Республики Корея. Разрешение выдается сроком на три года и медицинские организации вынуждены вновь подтверждать свой статус и возможности по организации лечения и продвижении услуг за рубежом. В 2018 году было выдано 1709 лицензий государственными медицинским учреждениям и 1413 лицензий частному бизнесу [59].

Медицинские агентства по туризму обеспечивают полноценное обслуживание, включая визовую поддержку, трансферы, бронирование проживания и экскурсионного обслуживания. Кроме того, они координируют запросы, в том числе посредством использования возможностей сети Интернет, на получение медицинского обслуживания, помощь с переводом, обеспечивают

страхование в случае несчастных случаев во время предоставления медицинских услуг. Корейский медицинский сервис в клиниках предлагает широкий ассортимент дополнительных услуг, среди которых можно выделить: скидки на проживание и транспортное обслуживание, экскурсионное обслуживание, питание из нескольких национальных кухонь, наличие беспроводной сети Интернет и доступа к телевизионным каналам из различных стран мира [25].

Корейский институт медицинского образования стал первым образовательным учреждением в Азии, подтвердившим статус во Всемирной федерации медицинского образования. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что процесс лечения туристов проходит по таким же высоким стандартам, как и в ведущих странах по уровню развития медицинского туризма - Германии, Израиле и США. В 2017 году аналитическое агентство Bloomberg поставило национальную систему здравоохранения Южной Кореи на четвертую позицию в рейтинге по эффективности функционирования во всем мире [50].

В 2018 году Агентством развития здравоохранения Республики Корея было проведено маркетинговое исследование, целью которого стало выявление основных факторов, влияющих на эффективность функционирования и развития рынка медицинского туризма в Республике.

По результатам проведенного исследования было выявлено несколько ключевых факторов, способствующих стабильному развитию рынка медицинского туризма в Республика Корея в процентном соотношении (рисунок 2.1). Общая совокупность факторов, представленных на рисунке 2.1, составляет, таким образом, 100%.

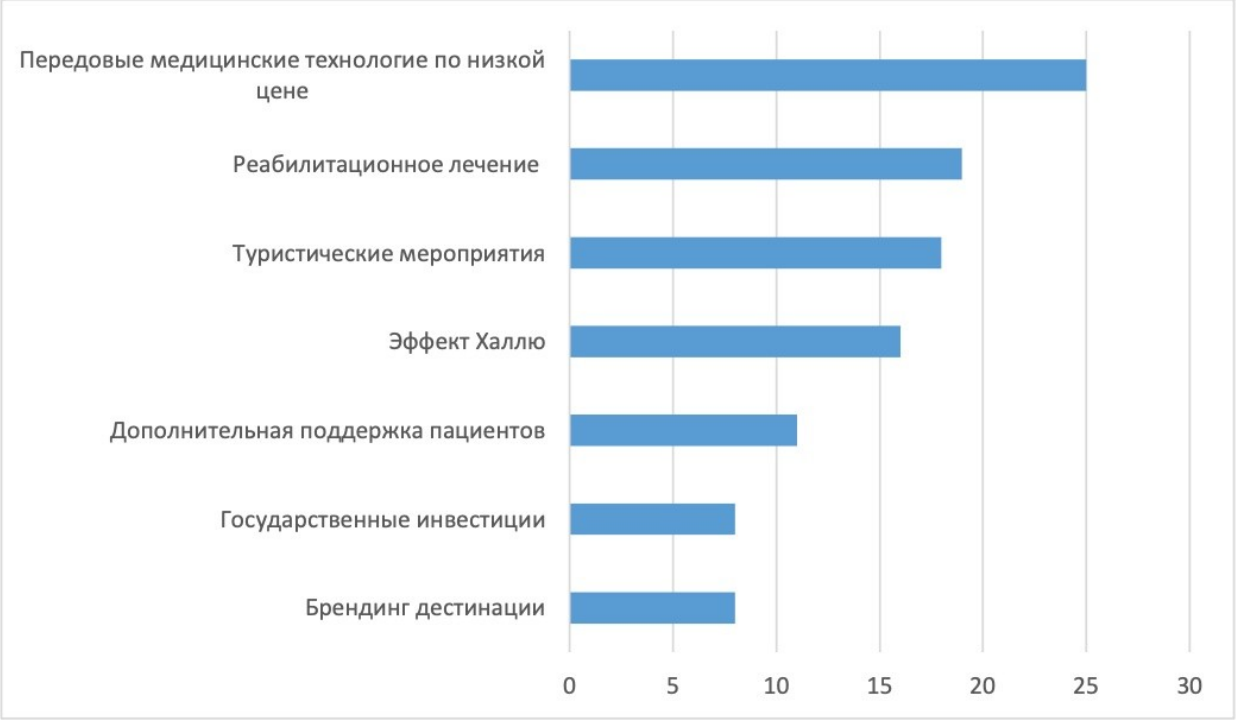

Рисунок 2.1 – Факторы, оказывающие положительное влияние на стабильное развитие рынка медицинского туризма в Республика Корея [59]

Представленные выше факторы можно также соотнести и с другими странами мира, в том числе и с РФ. Однако, нельзя не упомянуть о таком факторе как «Эффект Халлю» («Эффект корейской культуры») – комбинация возможности получения медицинской услуги и культурно-познавательного туризма в крупнейших исторических и современных дестинациях Южной Кореи.

В качестве объекта интереса здесь отдельно необходимо выделить корейские компьютерные игры, моду, современную поп-музыку, корейский кинематограф и персоналии так называемых «айдолов» - известных корейских артистов и музыкантов. При этом в случае последних наблюдается весьма примечательная тенденция – растет число пациентов, которые хотят получить услуги по проведению косметических процедур и хирургических операций по изменению внешности с целью уподобления кумиру. Это, в свою очередь, положительно влияет на рост рынка медицинского туризма не только на внутреннем сегменте, но и с точки зрения привлечения иностранных туристов.

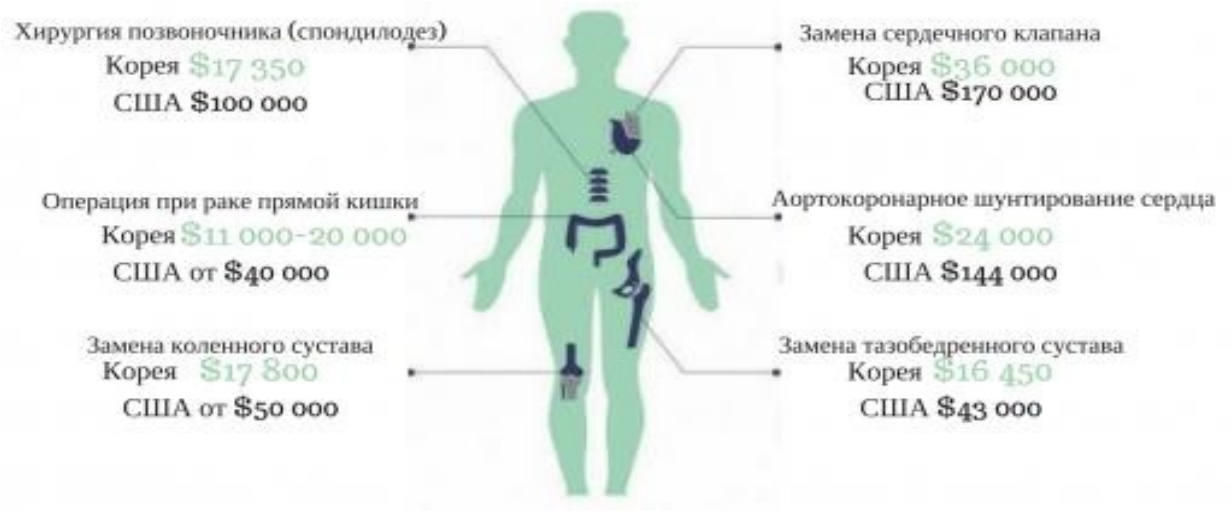

Рисунок 2.2 – Сравнительная характеристика стоимости медицинских услуг в Южной Корее и США [66]

Как видно из представленного рисунка, основной упор на рынке медицинского туризма как представители бизнеса, так и власти Южной Кореи делают на использование инновационных технологий при оказании медицинских услуг высокого качества при относительно низком уровне цен [37].

В целом, можно говорить о существовании среднего значения разрыва в уровне цен между странами в 77%. Верность данного сравнения подтверждается статистическими данными о доле туристов из США – пациенты из этой страны составляют около 12% от общего числа посетителей Республики Кореи с целью получения медицинских и оздоровительных услуг [66].

Из видов медицинских услуг, которые выбирают туристы из зарубежных стран, приезжающие за лечением в Южную Корею, наиболее востребованными следует признать проведение общего медицинского обследования, дерматологию, пластическую хирургию, гинекологию, чек-ап процедуры, ортопедия.

По прогнозам в 2020 году рынок медицинского туризма в Южной Корее должен был увеличиться в 4 раза по сравнению с 2015 годом до 1.2 млн туристов.

Однако, в связи с эпидемией коронавирусной инфекции данным прогнозным оценкам, как показывает текущий уровень статистики снижения уровня туристских потоков, не суждено стать реальностью [**59**].

На основании изучения опыта организации и управления медицинским туризмом на международном уровне, можно сделать ряд выводов о современных тенденциях на исследуемом рынке. К числу наиболее важных– необходимым отнести:

1. Высокий уровень внедрения инновационных технологий в процесс управления и реализации медицинских услуг на внутреннем и въездном рынке медицинского туризма при одновременном обеспечении разумного соотношения показателей цены и качества является ключевым драйвером роста и основным побудительным мотивом для совершения поездки, в особенности в случае необходимости проведения сложных операций и длительного лечения.

2. Конкурентные преимущества субъектов предпринимательской деятельности и даже отдельных государств на рынке медицинского туризма могут достигаться за счет трансформации ресурсной базы не только с точки зрения ее адаптации и эффективного рационального использования применительно к существующему уровню экономической конъюнктуры рынка, но и за счет расширения практики внутриотраслевого взаимодействия на базе создания и последующего развития кластерных структур, холдинговых образований, сетевых объединений и т.п.

3. Важную роль в устойчивом развитии национального рынка медицинского туризма необходимо отвести унифицированной системе продвижения туристских услуг как на уровне государства, так и на уровне

бизнес-структур. Распространение информации, обеспечение свободного и полного доступа о возможностях и специфических особенностях национального сегмента рынка медицинского туризма является ключевой задачей всех участников рыночных отношений.

2.2. Анализ отечественного опыта и выявление системных проблем развития рынка медицинского туризма в РФ.

Активное формирование и развитие рынка медицинского туризма в РФ, по сравнению со многими развитыми странами, началось лишь в первой половине XXI века, что было обусловлено целым рядом обстоятельств, к числу которых можно отнести:

- негативное влияние на общие тенденции формирования рынка медицинского туризма в долгосрочной перспективе оказал распад СССР, что привело к значительному отставанию российского сегмента данного рынка от зарубежных конкурентов как в материально – техническом оснащении, так и в подготовке квалифицированных кадров, которых не устраивал уровень оплаты труда и сами условия, в которых приходилось работать в начале 90-хх гг. [16],

- как следствие первого обстоятельства - существенный отток кадров из отрасли как в другие сегменты национальной экономики, прежде всего торговлю и бытовое обслуживание населения, так и их эмиграция в иностранные государства, в том числе для продолжения работы на рынке медицинских услуг,

- значительное снижение объемов финансирования системы здравоохранения со стороны государства, что было вызвано как последствиями целой череды экономических кризисов, так и тенденцией сокращения государственных расходов на социально значимые сферы общественного воспроизводства [32],

- общее снижение уровня жизни и благосостояния населения, что привело к значительному сокращению расходов на непродовольственные товары и услуги, в целом низкий спрос как на платные медицинские услуги, так и на услуги в области туризма и рекреации,

- наиболее обеспеченные слои населения, которые потенциально могли бы формировать спрос на услуги медицинского туризма на национальном рынке, предпочитали оферты зарубежных конкурентов из стран со сложившимся уровнем имиджа и инфраструктуры данного вида туризма (Швейцария, Израиль, Германия и т.д.), [53].

Улучшение ситуации на рынке отечественного медицинского туризма наблюдается лишь после 2005-2007 г.г., что также обусловлено целым рядом положительных моментов в российской экономике и обществе, в целом.

Ключевым импульсом для развития рынка медицинского туризма в России стала реализация таких крупномасштабных национальных проектов как «Здравоохранение» [11] и «Демография» [12], основное действие которых направлено на модернизацию национальной системы здравоохранения и повышения качества жизни населения. Вместе с тем, обновление материально-технической базы медицинских учреждений, повышение уровня требований к качеству, доступности и своевременности оказания медицинских услуг, поддержка реализации программ ординатуры, аспирантуры и постдипломного образования создали устойчивый базис для наращивания экспортных возможностей сферы здравоохранения посредством создания и реализации программ медицинского туризма, а также расширения внутреннего рынка.

По статистическим данным Российской Ассоциации медицинского туризма (АОММТ) в 2016 году Россию посетило 35 тыс. зарубежных туристов с целью получения медицинских услуг по различным видам и направлениям, в 2017 г. - 120 тыс.чел, в 2018 г. - 300 тыс.чел.

На долю РФ в последние годы приходилось около 1% от совокупного объема услуг, оказываемых на мировом рынке медицинского туризма. В таблице 2.2 представлен объем въездного туристского потока в Россию по основным направлениям медицинского туризма по состоянию на 2018 г.

Таблица 2.2 - Объем въездного туристского потока в Россию по основным направлениям медицинского туризма, 2018 г. [131]

Направление медицинского туризма	Объем въездного туристского потока	
	Величина туристского потока, тыс. человек	Доля от общей величины туристского потока, %
Стоматология	132	44
Гинекология и урология	75	25
Пластическая хирургия	30	10
Офтальмология	30	10
Ортопедия	12	4
Кардиология	12	4
Косметология	9	3
Итого	300	100

При этом наиболее перспективными профилями считаются кардиология, офтальмология, детское здоровье, родовспоможение, гинекология, эндокринология, стоматология, ортопедия, эстетическая медицина и реабилитация. Существует своеобразное разделение: государственные больницы чаще привлекают медицинских туристов своим опытом и условиями в направлениях онкологии, офтальмологии, сердечно-сосудистой хирургии, нейрохирургии, тогда как частные клиники более интересны в направлениях стоматологии, гинекологии и вспомогательных репродуктивных технологий (ЭКО), пластической хирургии.

Вполне очевидным является и распределение иностранных туристов по регионам прибытия:

- 70 % - пациентов из стран СНГ (традиционно высокий имидж российских медицинских учреждений в большинстве стран постсоветского пространства, отсутствие языковых барьеров, сложностей в осуществлении межкультурных коммуникаций, относительно невысокий уровень стоимости при удовлетворительном уровне качества услуг),

- 13 % - Прибалтика и страны Скандинавии (отчасти схожие мотивы для совершения поездки, как и в случае стран СНГ, а также фактор географической близости, возможностей приграничного сотрудничества, высоким уровнем качества оказания медицинских услуг в Санкт-Петербурге как основной дестинации прибытия),

- 17 % - остальные туристы, по преимуществу из стран Центральной и Восточной Европы, а также из региона Южной и Юго-Восточной Азии [60], [61].

Наиболее популярными туристскими дестинациями в области медицинского туризма следует признать г. Москву, г. Санкт-Петербург, крупнейшие города Сибирского и Дальневосточного федеральных округов, на которые приходится около 90% от общего числа иностранных туристов.

Следует заметить, что туристские дестинации Сибири и Дальнего Востока весьма востребованы у посетителей из Китая, Вьетнама, Южной Кореи с точки зрения получения стоматологических услуг и осуществления процедур ЭКО (поиск и достижение оптимального соотношения таких параметров как высокий уровень качества услуг, доступность, средний уровень стоимости услуг, возможность послеоперационного обслуживания) [28].

К преимуществам РФ как экспортера медицинских услуг можно отнести:

1. Классическая школа отечественной медицины, широко признаваемая за рубежом

2. Высокий уровень оказания высокотехнологичной медицинской помощи

3. Низкая стоимость медицинских услуг - отличное соотношение цена/качество

4. Хорошая транспортная доступность

5. Небольшая длительность ожидания медицинской помощи

6. В России можно получить целый спектр медицинских услуг, запрещенных в других странах. Так, например, граждане Китая могут воспользоваться процедурой ЭКО, а граждане Франции воспользоваться услугами пластических хирургов (с 2019 года во Франции запрещены пластические операции).

Однако, не смотря на целый ряд преимуществ РФ на рынке медицинского туризма, можно говорить о целом ряде негативных факторов и проблем развития исследуемого рынка. Ярким иллюстрацией выше сказанного может служить следующая диспропорция: с точки зрения туристской привлекательности медицинского и лечебно- оздоровительного туризма РФ занимает пятое место в мировом рейтинге, а по реализации имеющегося потенциала находится лишь на 59-м месте.

Анализируя мнения отечественных [23], [36] и зарубежных [47], [49] авторов по тематике организации функционирования рынка медицинского туризма в РФ, можно выделить целый ряд системных проблем, решение которых позволило бы ускорить процесс оказания услуг в соответствие с запросами потребителей и уровнем инновационного развития медицины как важной части социального обеспечения любого государства:

1. Отсутствие межведомственной координации участников государственного регулирования рынка медицинского туризма с точки зрения,

как нормативно-правового обеспечения процесса оказания туристских услуг, в соотнесении со стандартами оказания врачебной помощи по определенным направлениям таким как профилактика, диагностика и лечение хронических и инфекционных заболеваний, так и разделения ответственности в контексте осуществления контрольной деятельности и общественно-–профессиональной аккредитации.

Весьма актуальным и насущным является вопрос, связанный с определением критериальной шкалы оценки соответствия медицинских и лечебно-оздоровительных учреждений и организаций требованиям рынка медицинского туризма. Принципиально важно, чтобы организации, функционирующие или желающие выйти на данный рынок, могли не только оказывать медицинские и сопутствующие услуги, но и являться полноценным участником индустрии туризма, т.е. оказывать весь комплекс услуг, связанных с размещением туристов, обеспечением обязательным и дополнительным питанием, организацией отдыха и досуга не только самих туристов, но и сопровождающих лиц, обеспечением доступа к основным достопримечательностям региона или территории и т.д.

Особенно важно данное направление в условиях въездного туризма, где речь идет в целом о формировании положительного имиджа региона или страны на мировом рынке медицинского туризма.

С целью подтверждения вышесказанного можно привести статистические данные, свидетельствующие о причинах выбора тех или иных медицинских учреждений с целью совершения туристской поездки. В качестве респондентов выступали иностранные туристы, пользующиеся различными медицинскими услугами за рубежом (рисунок 2.3).

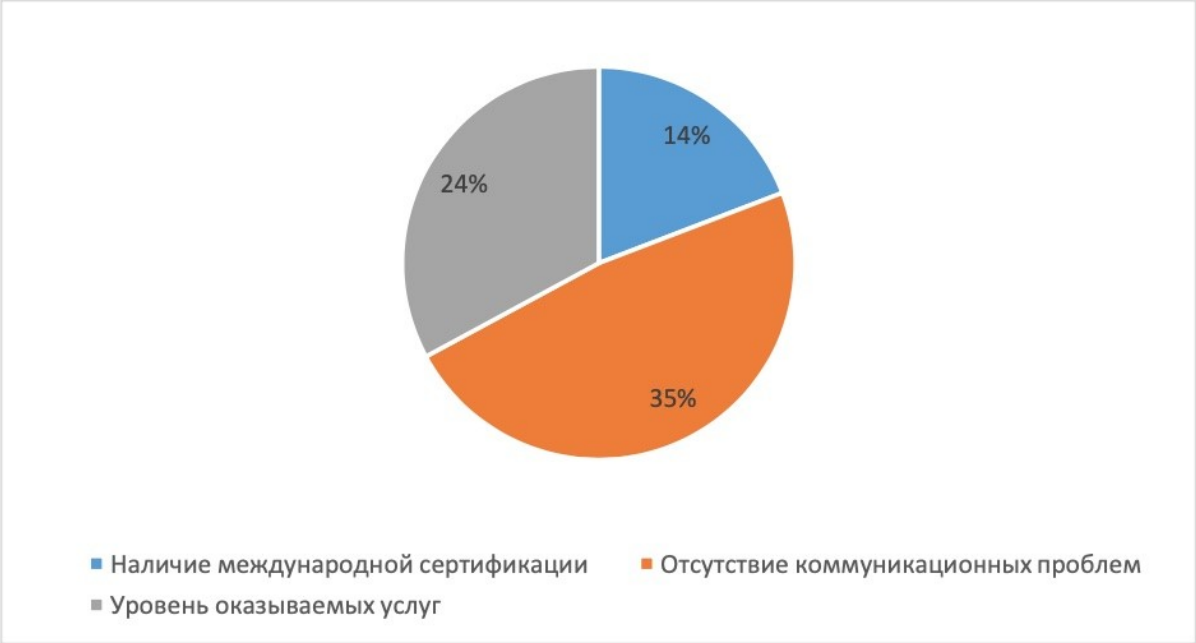

Рисунок 2.3 – Основные критерии выбора медицинских учреждений с точки зрения иностранных туристов [131].

2. Недостаточное количество и низкий уровень проработки целевых программ и стратегий развития медицинского туризма, которые учитывали бы как потребности в оказании качественных медицинских услуг, так и перспективы развития сферы туризма и рекреации на национальном и региональном уровне. Несмотря на положительные сдвиги в данной сфере благодаря реализации национальных проектов «Здравоохранение» [11] и «Демография» [12], Россия в настоящее время не входит в число ведущих стран мира – лидеров в области медицинского туризма по объему расходов на здравоохранение в процентах от ВВП (рисунок 2.5).

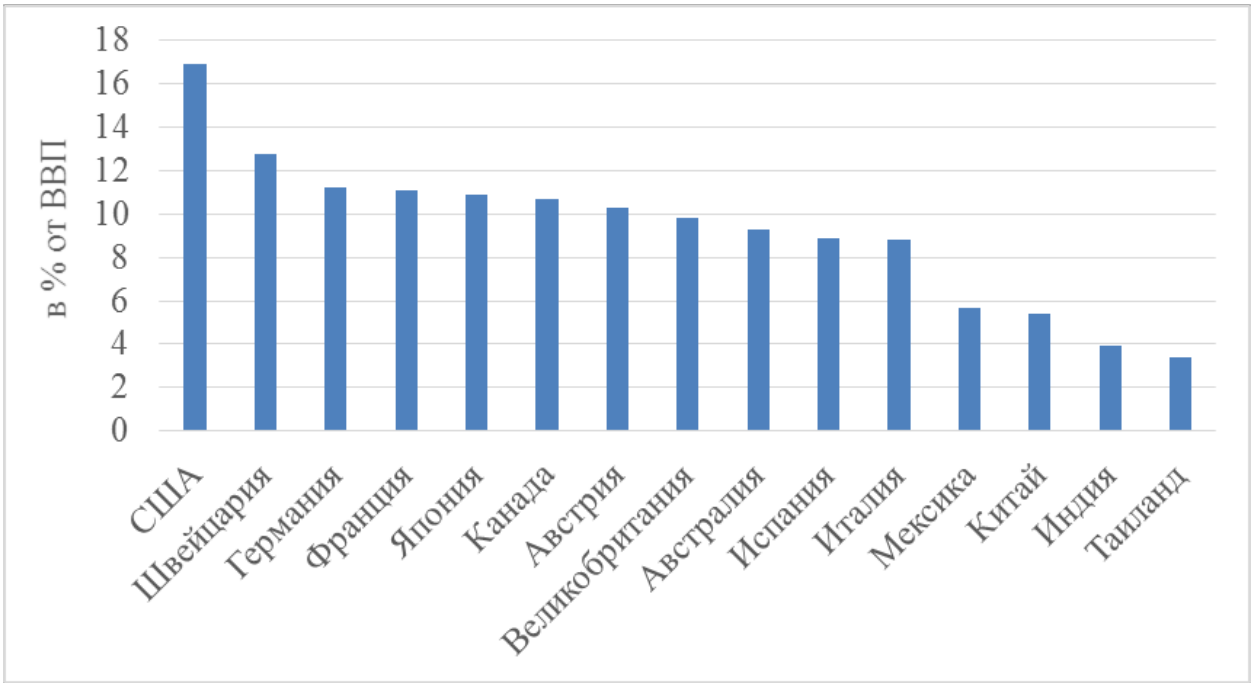

Рисунок 2.4 – Уровень расходов на сферу здравоохранения в странах-лидерах медицинского туризма, 2018 г. [54]

Как видно из фактических данных рисунка 2.4 наибольший уровень расходов на медицинскую сферу в США и Швейцарии. В США государственные расходы на здравоохранение составляют более 16% от объема валового внутреннего продукта, что на 4% выше, чем аналогичный показатель в Швейцарии, при относительно сравнимом качестве и доступности для населения оказываемых медицинских услуг. Однако, уровень расходов в Швейцарии является самым высоким среди стран Европы. Средний же уровень расходов на здравоохранение у представленных стран на рисунке 2. 5 наблюдается в пределах 9-10% от ВВП [54].

3. Отсутствие комплексной системы подготовки кадров, специализирующихся не только на оказании медицинских и сопутствующих услуг, но и способных принимать грамотные управленческие решения с точки зрения организации туристских потоков въездного и внутреннего характера, учета специфики потребителя, в том числе культуры деловых и личностных коммуникаций, традиций и этнических особенностей поведения и

психоэмоциональной реакции на те или иные врачебные действия и т.д. Огромное значение для решения подобного рода следует признать снижение степени зависимости от языковых барьеров между пациентами – туристами и медицинским персоналом различного профиля и категории.

4. Низкая инновационная активность российского сектора частной и государственной медицины, отсутствие механизмов ее повышения на региональном и федеральном уровне. Это, в свою очередь, оказывает отрицательное влияние и на динамику туристских потоков [29].

Однако, необходимо отметит тот факт, в связи с обострением ситуации с заболеваниями пневмонией, вызванной короновирусной инфекцией, в российских регионах растет спрос на инновационные технологии в области оказания медицинских услуг, в том числе в сфере телемедицины. По оценке VEB Ventures, в 2019 году оборот российского рынка телемедицины составлял 1,5 млрд руб., а с 2020 по 2025 год показатель будет в среднем расти на 116%. Кроме того, высокое значение телемедицины, особенно в условиях пандемии, отметила в своем выступлении в мае 2020 г. вице-премьер РФ Т. Голикова, которая заявила о наличии 37 тыс. пациентов на дистанционном наблюдении с применением телемедицинских технологий [64].

5. Отсутствие признанной за рубежом системы контроля качества оказания медицинской помощи.

В данном случае можно упомянуть наличие международных сертификатов и знаков отличия, высокую деловую репутацию и повышение имиджа в качестве структурного элемента национальной индустрии туризма. К сожалению, российские медицинские учреждения не отличаются высоким уровнем позиционирования на международном туристском рынке в качестве достойных конкурентов зарубежным партнером, что обусловлено необходимостью значительных первоначальных вложений на осуществление маркетинговой

деятельности и PR- кампаний, так и традиционным подходом, ориентированным на удовлетворение потребностей локального сообщества.

Например, в России лишь четыре медицинских учреждения (3 в г. Москва и 1 в г. Набережные Челны) обладают международным сертификатом Joint Commission International (JCI), который свидетельствует о высоком уровне предоставления услуг в мировом масштабе [52].

Все вышеперечисленные системные проблемы и негативные факторы, влияющие на развитие российского рынка медицинского туризма характерны для третьего этапа эволюции рынка (в соответствие с подходом к периодизации, представленном в параграфе 1.2.). Однако, их негативное воздействие на будущее развитие сферы туризма увеличивается во много раз уже в новых условиях – на фоне ухудшения эпидемиологической обстановки в период пандемии коронавирусной инфекции, а также в условиях высокого уровня неопределенности и риска, ухудшение социально-экономической обстановки в посткарантинный период.

2.3. Оценка предпосылок развития и определение перспективных направлений модернизации рынка медицинского туризма в посткризисный период.

Рынок медицинского туризма, в соответствие с классическими представлениями экономической теории, как любая социально-экономическая система, испытывает на себе не только влияние смены экономических циклов и научно-технического прогресса, ускоряющего процесс морального износа основных средств и сопутствующей инфраструктуры, но и в значительной степени подвержен кризисным явлениям различного характера.

В большинстве научных источников ([24], [28], [34], [48] и др.), раскрывающих допустимые условия, обстоятельства и последствия влияния кризиса на состояние рыночной системы, в качестве ключевых причин,

вызывающих падение спроса на экономические блага, сокращение объемов предложения и, как следствие, дисбаланс ценовой и товарной политики предприятий и организаций, выделяются различные экономические процессы и явления.

Среди них, применительно к особенностям и специфике рынка медицинского туризма, можно отметить:

1. ~~снижение~~ Снижение уровня покупательской способности, что оказывает прямое воздействие на объем спроса. В условиях рынка медицинского туризма данное утверждение справедливо лишь в контексте учета времени совершения покупки: в среднесрочном и долгосрочном периоде потребитель готов отложить на будущее проведение лишь тех операций или того вида лечения, которое возможно осуществить в более поздний срок только в том случае, если это не будет критично для его собственного здоровья или здоровья близких для него людей. В противном случае, в соответствие с медицинскими показателями и рекомендациями лечащих врачей , потребитель будет готов к совершению необходимых расходов в краткосрочный период при определенных условиях и ограничениях.

2. У~~у~~величение темпов инфляции, что оказывает отрицательное воздействие как на самих потребителей , так и на производителей ,

3. О~~о~~тдельно необходимо упомянуть о таком специфическом явлении как инфляция предложения, которая приводит к снижению эффективности операционной деятельности и сокращению объемов продаж за счет увеличения уровня затрат, связанных с производственным процессом или процессом оказания услуг населению, в том числе по вине самого производителя (например, на рынке медицинского туризма - издержки роста уровня морального износа медицинской техники и снижение качества предоставляемых услуг),

4. Уувеличение количества безработных и лиц, с частичной или неполной занятостью, что, естественно, ведет к снижению совокупного предложения. В данном случае особую опасность представляют такие виды безработицы как структурная (связана с изменением отраслевого состава национальной экономики, что ведет к значительному сокращению спроса в краткосрочной и среднесрочной перспективе) и циклическая (связана с переходом к очередному этапу экономического цикла – циклическому спаду, оказывающему влияние на все отрасли экономики).

5. Иизменение в динамике валютных курсов может оказать как положительное, так и отрицательное воздействие на динамику рынка медицинского туризма. Чем выше уровень девальвации национальной валюты, тем больше конкурентных преимуществ у соответствующих медицинских организаций. При этом в рамках формирования долгосрочной стратегии развития необходимо учитывать, как уровень приоритета внутреннего туризма над въездным с точки зрения возможностей экспортного потенциала дестинации или региона, на территории которых реализуются программы медицинского туризма, так и прогнозные значения будущих показателей валютных курсов.

Вместе с тем изменения на рынке медицинского туризма, приводящие к возникновению кризисных явлений, не всегда носят только экономический характер. К числу наиболее часто упоминаемых причин ухудшения рыночной конъюнктуры неэкономического характера можно отнести:

- изменение политической системы, военные действия, наличие террористических угроз, акты гражданского неповиновения и т.д.,

- чрезвычайные ситуации, связанные с ухудшением природно-климатической и экологической обстановки,

- техногенные катастрофы и чрезвычайные ситуации, вызванные деятельностью человека,

- ухудшение эпидемиологической ситуации и т.д.

В условиях непредсказуемого и мало прогнозируемого хода развития событий на мировом и национальных рынках, обусловленного ухудшением социально-экономических условий и снижением совокупного спроса на экономические блага в связи с расширением ограничений на ведение предпринимательской деятельности и возможности осуществления потребительских расходов со стороны домохозяйств из-за ситуации, вызванной глобальной пандемией коронавирусной инфекции, можно говорить о стратегических изменениях в структуре потребительских предпочтений относительно выбора возможных вариантов проведения полноценного отдыха и досуга населения в большинстве стран мира. Это, в свою очередь, окажет значительное влияние на изменение структуры туристского рынка и даст дополнительные возможности как для появления новых маршрутов, направлений и видов туризма, в основе которых будет заложена виртуализация коммуникативного и информационного пространства и применение искусственного интеллекта с целью повышения качества и полноты обслуживания туристов, так и для развития новых траекторий и форм организации туристской деятельности в уже существующих сегментах рынка [4].

Ухудшение эпидемиологической обстановки в связи с пандемией, несомненно, отрицательно сказалось как на индустрию туризма в общем, так и на сегмент медицинского туризма, в частности. Ключевым аспектом, в данном случае, следует признать снижение устойчивого потребительского спроса на туристские услуги по целому ряду причин, к числу наиболее очевидных из которых возможно отнести:

- ограничение возможности пересечения как внутри региональных, так и международных границ в связи с наложенными ограничениями,

- общее снижение уровня доходов населения,

• высокий уровень риска распространения заболевания при осуществлении туристских поездок,

• снижение загрузки транспортной системы - отмена регулярных и чартерных авиарейсов, сокращение пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте, запрет на движение общественного транспорта в туристских дестинациях.

Снижение величины туристских потоков в той или иной степени затронули все регионы мира, что привело к снижению доходности функционирования организаций в отрасли и ухудшению социально-экономических условий в самих дестинациях. В связи с этим особую актуальность приобретает выбор ключевых направлений стратегического развития и восстановления докризисного уровня объемов продаж туристских услуг применительно к каждому конкретному виду туристской деятельности или дестинации [62].

В современных условиях пандемии короновируса COVID-19, который представляет собой тяжелое инфекционное заболевания, требующее не только сложного лечения с использованием медикаментозной поддержки и пребывания в специализированных стационарах, оборудованных аппаратами ИВЛ, но и последующей длительной реабилитации с использованием оздоровительных процедур в зависимости от степени негативного влияния на человеческий организм и наличия сопутствующих хронических заболеваний, дальнейшее развитие медицинского туризма приобретает все большую актуальность не только на международном уровне, но и в нашей стране [20].

В качестве ключевых предпосылок данной тенденции можно выделить следующее:

1. Ухудшение эпидемиологической ситуации и рост заболеваний становится важным фактором влияния на выбор форм и направлений организации отдыха среди населения всех стран мира. Как показывают

последние статистические данные, наличие серьезных хронических заболеваний находится в прямо пропорциональной зависимости к тяжести протекания заболевания, а также повышает риск смертельного исхода, что особенно важно для преклонного возраста. На рисунке 2. 5 представлены обобщенная статистика уровня смертности от COVID-19 в зависимости от хронических заболеваний в КНР.

Таким образом, в посткризисный период можно ожидать повышения внимания к собственному здоровью и увеличение уровня расходов на лечение и оздоровительные процедуры, что также способствует росту интереса к медицинскому туризму в долгосрочной перспективе.



Рисунок 2. 5 - Статистика уровня смертности от COVID-19 в зависимости от хронических заболеваний (на примере КНР) [63]

2. Еще одним немаловажным преимуществом, которое может свидетельствовать в пользу медицинского туризма как одного из приоритетных видов туристской деятельности в краткосрочный период времени в нашей стране, может стать высокий уровень соответствия медицинских и лечебно-оздоровительных учреждений требованиям государственного санитарно-эпидемиологического нормирования в РФ.

В качестве примера можно рассмотреть требования по организации работы санаторно-курортных учреждений в условиях сохранения рисков распространения COVID-19, разработанные и принятые Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека в виде методических рекомендаций от 22 мая 2020 г. [10].

Упомянутые выше рекомендации включают такие разделы как:

- организационные мероприятия,
- профилактические мероприятия в местах общего пользования,
- профилактические мероприятия среди сотрудников,
- профилактика на открытой территории организации (в данном разделе речь идет, в большей степени, о мерах по дезинфекции общественного пространства в санаторно-курортных комплексах) [10].

4. Высокий уровень государственной поддержки данного сектора туристского рынка как части общей индустрии, так и с точки зрения социальной направленности и общественной значимости исследуемого вида туризма.

Важным системным шагом в государственной экономической политике следует признать изменение институциональной принадлежности ключевого регулятора туристского рынка в России – Федерального агентства по туризму. В соответствие с Указом Президента РФ Путина В.В. от 05 июня 2020 г. №372 данный орган государственного управления в сфере рекреации и туризма переходит в прямое подчинение Правительству РФ [6], что подчеркивает экономическую значимость индустрии не только для развития, но и восстановления народного хозяйства нашей страны в краткосрочном периоде [27].

Кроме того, организации и предприятия, функционирующие и предоставляющие различного рода услуги на рынке медицинского туризма, могут воспользоваться мерами государственной поддержки, как экономического, так и административного характера, индустрии, наиболее актуальные и значимые из которых представлены в таблице 2.4.

Таблица 2. 4 Меры государственной поддержки, актуальные для сферы медицинского туризма в условиях ухудшения экономической конъюнктуры из-за пандемии COVID-19 [55]

Наименование меры государственной поддержки	Общая характеристика
Беспроцентные кредиты на выплату зарплат	Гарантия по кредиту обеспечивается поручительством ВЭБ (до 75%). Кредит будет предоставляться по ставке 0% первые 6 месяцев и 4% – в последующие 6 месяцев
Освобождение от налога на субсидии МСП (пострадавшие отрасли)	Возможность субъектам МСП не учитывать в составе доходов для целей налога на прибыль организаций субсидии, полученные из федерального бюджета в связи с неблагоприятной ситуацией на фоне коронавируса
Продление сроков уплаты налогов для МСП	Для компаний, включенных в реестр МСП и ведущих деятельность в пострадавших отраслях, продлены сроки уплаты практически всех налогов (кроме НДС), в том числе страховых взносов.

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о том, что проанализированные выше предпосылки развития рынка медицинского туризма в нашей стране могут быть успешно реализованы только в условиях устойчивого взаимодействия государства и частного бизнеса при одновременном участии потребителя, готового и способного совершать расходы на туристский продукт исходя из текущих социально-экономических реалий.

Несмотря на ряд очевидных преимуществ и дополнительных возможностей для определения новых точек роста, должен трансформироваться исходя из новых социальных и экономических условий.

Наиболее перспективными и своевременными направлениями трансформации рынка медицинского туризма следует признать:

1. Развитие внутри регионального медицинского туризма, который основан на использовании туристско-рекреационного потенциала дестинаций непосредственно жителями региона, что значительно снижает уровень затрат на транспортные расходы и экономит время для совершения туристской поездки.

2. Внедрение новых форм организации туристской деятельности в сфере медицинского туризма. Например, можно говорить о том, что туры выходного дня являются перспективной формой предоставления услуг в сфере медицинского туризма в условиях ограничения свободы перемещения между странами и регионами, а также снижения покупательной способности потенциальных туристов,

3. Расширение возможностей медицинского туризма за счет использования современных инноваций, прежде всего в контексте внедрения элементов цифровых технологий и телемедицины, что позволит обеспечить устойчивую взаимосвязь между оказанием услуг населению и непосредственно медицинским туризмом.

4. В качестве приоритетных направлений реализации технологического процесса оказания услуг на рынке медицинского туризма следует признать организованный туризм как частных клиентов, так и корпоративных. Наличие корпоративных контрактов позволит обеспечить стабильность финансового положения организаций, занятых на рынке медицинского туризма и снизить общий уровень риска ведения коммерческой деятельности, что особенно актуально в кризисных условиях.

5. Развитие программ экспорта медицинского туризма, за счет поиска новых форм и каналов продвижения услуг, индивидуализации подхода к потенциальному потребителю и формированию адаптивной инфраструктуры, способной к приему зарубежных туристов.

6. Развитие партнерских отношений с другими участниками туристского рынка и смежных отраслей в контексте формирования кластерных структур, расширения сетевого взаимодействия и участия в межрегиональных и международных проектах.

Таким образом, реализация представленных выше перспективных направлений развития медицинского туризма позволит повысить эффективность восстановления и последующего функционирования медицинского туризма в посткризисный период.

Заключение

К числу наиболее актуальных видов туризма в современных условиях, с точки зрения оценки возможных перспектив развития, следует отнести медицинский туризм, основанный на предоставлении специализированных медицинских услуг во время совершения туристских поездок как внутри одного государства или региона, так и посредством выезда за рубеж.

Посредством реализации программ медицинского туризма на внутреннем рынке создаётся возможность обеспечения равного доступа всех жителей страны к качественным и высокотехнологичным медицинским услугам, что приобретает особую актуальность в случае несбалансированного обеспечения ресурсами системы здравоохранения в территориально-пространственном аспекте.

Медицинский туризм также перспективное направление для организации экспортных операций в рамках повышения туристской привлекательности поездок в РФ из-за рубежа с целью получения качественной и недорогой медицинской помощи, и оздоровления при соблюдении всех необходимых правил безопасности и гарантии соблюдения интересов зарубежных туристов.

Особенности функционирования предпринимательского сектора на рынке медицинского туризма определяются спецификой возможности реализации широкого спектра медицинских услуг с высоким уровнем специализации направлений медицинской помощи и услуг потенциальным туристам, отсутствие фактора сезонности как одного из основных ограничителей ведения предпринимательской деятельности и т.д. сочетается с возможностью комбинации с другими видами туристской деятельности с целью привлечения дополнительных клиентов, широкий выбор различных стратегий управления потребительским спросом исходя из имеющихся финансовых возможностей и т.д.

С точки зрения потребителя рынка медицинских услуг к числу ключевых особенностей следует причислить низкий уровень или полное отсутствие отложенного спроса, значительные требования к уровню, соответствию современным тенденциям и кадровому обеспечению оказываемых услуг при одновременном сопоставлении и сравнении критических точек значения соотношения «цена-качество», возможность осуществления туристской поездки вне зависимости от целого ряда традиционных факторов, влияющих на динамику спроса в индустрии туризма (фактор сезонности, уровень транспортной доступности, социо-культурные особенности туристской дестинации, уровень располагаемого дохода и т.д.), использование более широкого спектра источников финансирования поездки и т.д. Отдельное внимание заслуживает факт относительно невысокого уровня эластичности спроса по цене и высокий уровень предельной полезности предоставляемых услуг, что обеспечивает возможность совершения последующих покупок услуги в зависимости от конкретного направления рынка медицинского туризма.

Системно подойти к развитию медицинского туризма в России было решено лишь в 2018 году. Была принята государственная программа «Развитие экспорта медицинских услуг», входящая в национальный проект «Здравоохранение», целью которой является к 2024 году повысить объем оказания медицинских услуг иностранным гражданам до 1 млрд долл., а число медицинских туристов — до 1,2 млн человек.

Ухудшение эпидемиологической обстановки в связи с пандемией, несомненно, отрицательно сказалось как на индустрию туризма в общем, так и на сегмент медицинского туризма, в частности. Ключевым аспектом, в данном случае, следует признать снижение устойчивого потребительского спроса на туристские услуги по целому ряду причин, к числу наиболее очевидных из которых возможно отнести: отсутствие возможности пересечения как внутри региональных, так и международных границ в связи с наложенными ограничениями, общее снижение уровня доходов населения, высокий уровень

риска распространения заболевания при осуществлении туристских поездок, снижение загрузки транспортной системы - отмена регулярных и чартерных авиарейсов, сокращение пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте, запрет на движение общественного транспорта в туристских дестинациях, отрицательный психологический климат, препятствующий совершению тех или иных перемещений в туристских целях и т.д.

К числу наиболее адаптивных, с точки зрения особенностей текущей ситуации на рынке медицинского туризма, управленческих стратегий, которые возможно использовать с относительно небольшим уровнем первоначальных финансовых вложений следует признать диверсификацию бизнес-процессов, целью которой является расширение спектра предлагаемых услуг при максимальном охвате всех потребительских сегментов, совокупность которых формирует фактическую емкость того или иного рынка.

К числу наиболее актуальных направлений диверсификации медицинского туризма в посткризисный период можно отнести:

- расширение спектра предоставляемых медицинских услуг за счет разработки и внедрения новых программ и методик лечения, включения дополнительных услуг, непосредственно связанных с профилем медицинского учреждения, обеспечение многофункциональности предоставляемых услуг с точки зрения всего сервисного цикла (профилактика, диагностика, лечение, реабилитация, консультирование и т.д.).

- освоение и переход на относительно новые виды и направления медицинского туризма, востребованные на рынке и в настоящее время недостаточно представленные с точки зрения возможностей индустрии туризма.

Резюмируя все вышесказанное, можно говорить о том, что наиболее перспективными и своевременными направлениями трансформации рынка медицинского туризма являются:

- развитие внутри регионального медицинского туризма, который основан на использовании туристско-рекреационного потенциала дестинаций непосредственно жителями региона,

- внедрение новых форм организации туристской деятельности в сфере медицинского туризма в условиях ограничения свободы перемещения между странами и регионами, а также снижения покупательной способности потенциальных туристов,

- расширение возможностей медицинского туризма за счет использования современных инноваций, прежде всего в контексте внедрения элементов цифровых технологий и телемедицины, что позволит обеспечить устойчивую взаимосвязь между оказанием услуг населению и непосредственно медицинским туризмом,

- в качестве приоритетных направлений реализации технологического процесса оказания услуг на рынке медицинского туризма следует признать организованный туризм как частных клиентов, так и корпоративных (в контексте реализации программ корпоративной социальной ответственности),

- расширение спектра программ экспорта медицинского туризма, за счет поиска новых форм и каналов продвижения услуг, индивидуализации подхода к потенциальному потребителю и формированию адаптивной инфраструктуры, способной к приему зарубежных туристов,

- развитие партнерских отношений с другими участниками туристского рынка и смежных отраслей в контексте формирования кластерных структур, расширения сетевого взаимодействия и участия в межрегиональных и международных проектах.

Список используемых источников

1. Конституция РФ (в соответствии с Указом Президента от 3 июля 2020 года «Об официальном опубликовании Конституции Российской Федерации с внесенными в нее поправками») – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kremlin.ru/acts/constitution (дата обращения 03.05.2021)
2. ГОСТ Р 50690-2000.Туристские услуги. Общие требования от 01.07.2001г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://docs.cntd.ru/document/1200025205 (дата обращения 20.04.2021)
3. ГОСТ Р 506460-94. Услуги населению. Термины и определения от 01.07.2001г. – [Электронный ресурс]. - http://docs.cntd.ru/document/1200006608 (дата обращения 20.04.2021)

3. ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов от 15.12.2009г. – [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://base.garant.ru/198650/ (дата обращения 20.04.2021)
4. ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования от 11.11.2014г.- [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://base.garant.ru/71447622/ (дата обращения 20.04.2021)
5. Указ Президента РФ «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности» от 05 июня 2020 г. No 372 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202006050029?index=0&rangeSize=1 (дата обращения 28.05.2021).
6. Федеральный закон "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" (ФЗ No323-ФЗ от 21.11.2011 г.) в последней редакции [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru/document\ (Дата обращения:10.05.2021
7. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. No 2129-р «Об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaV A4yzPAshEulYxmWSp B4lrM.pdf (Дата обращения: 09.05.2021)
8. Государственная стратегия по развитию санаторно-курортного комплекса Российской Федерации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rosminzdrav.ru/ministry/61/4/stranitsa-857/gosudarstvennaya strategiya-po-razvitiyu-sanatorno-kurortnogo- kompleksa-rossiyskoy-federatsii-(дата обращения – 09.05.2021)

9. Рекомендации по организации работы санаторно-курортных учреждений в условиях сохранения рисков распространения COVID-19. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rospotrebnadzor.ru/files/news (дата обращения 09.05.2021).
10. Национальный проект «Здравоохранение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minzdrav.gov.ru/poleznye- resursy/natsproektzdravoohranenie (Дата обращения:09.05.2021)
11. Национальный проект «Демография» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mintrud.gov.ru/ministry/programms/demography (Дата обращения:09.05.2021)
12. Глобальная стратегия по питанию, физической активности и здоровью. / Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.who.int/dietphysicalactivity/ Дата обращения: 23.04.2021)
13. Устав Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ). / Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://apps.who.int/gb/gov/assets/constitution-ru.pdf (дата обращения 23.04.2021)
14. Амстердамская декларация о политике в области обеспечения прав пациента в Европе. Принята Европейским совещанием по правам пациента 30 марта 1994 г. // Медицинская этика: Сб. документов / Под ред. И. В. Островской. - М., 2001. 30 с.
15. Беляева Е. Медицинский туризм: почему иностранцы лечатся в России, а россияне – за границей //Forbes. 14.08.2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.forbes.ru/biznes/365591-medicinskiy-turizm-pochemu-inostrancy-lechatsya-v-rossii-rossiyane-za-granicey (дата обращения 18.04.2021)
16. Веселова Э. Ш. Медицинский туризм – бизнес на путешествиях с пользой для здоровья / АНО редакция журнала «ЭКО». – 2016. – No 3 (501). – С. 142-164.
17. Ветитнев А.М., Сердюкова Н.К., Зеленская О.А. Определение портрета целевого потребителя турпродукта культурно-познавательного туризма на черноморском побережье Российской Федерации// Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2016. No 1. С. 444-447.
18. Горошко Н.В., Пацала С.В. Россия на мировом рынке медицинского туризма// Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2018. No 1 (12). С. 11
19. Горшкова Л.В. Основные направления медицинского туризма: статистический анализ// Социальная политика и социология. 2017. Т. 16. No 5 (124). С. 16-24.
20. Гребенщикова Е.Г. Медицинский туризм: подходы к определению и специфика проблем / Медицинская этика. 2015. Том.3. No1. С.91-93.
21. Ефимов С.А., Ефимова А.С. Лечебно-оздоровительный, лечебный и оздоровительный туризм: уточняем понятийно-терминологический

аппарат. //Вестник физиотерапии и курортологии.2017. Том 23. No4. С.155-160.
22. Жуковская И.Ф., Наумова И.В. Медицинский туризм: проблемы и перспективы развития в России // Наука и бизнес: пути развития. 2019 No 2 (92). С. 230-233.
23. Гришин, С.Ю. Формирование интегрированной системы управления туристской деятельностью в современных условиях/ Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера технологии. - 2014. - No 1 (19). - С. 131-140.
24. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Мировой рынок медицинского туризма. / Мировая экономика и международные отношения. 2017. Том 61. No10. С.87-95.
25. Игнатова, Е.В., Карпова Г.А., Рыбальченко И.Е. Эволюция развития и перспективные направления совершенствования рынка медицинского туризма в современных условиях // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета - 2020. - No 5.
26. Игнатова, Е.В., Гришин С.Ю., Какабадзе Э.Ю. Развитие въездного медицинского туризма как перспективное направление экспорта услуг в РФ// Глава в коллективной монографии «Экспорт услуг». – Санкт-Петербург. Издательство СПбГЭУ - 2020 –С. 144-153
27. Какабадзе Э.Ю., Карпова Г.А Преимущества и ключевые проблемы развития медицинского и лечебно-оздоровительного туризма в странах СНГ. //Вестник Национальной академии туризма. 2019. No 2 (50). С. 41-43.
28. Карпова Г.А., Кучумов А.В. Перспективы развития туризма в России в условиях кризиса // Журнал правовых и экономических исследований. 2016. No 3. С. 136 141.
29. Карпова Г.А., Щербук Ю.А. Анализ мировых тенденций и оценка перспектив развития медицинского и лечебно-оздоровительного туризма в государствах - участниках СНГ// Журнал Диалог: политика, право, экономика 2019. No 2(13). С. 86-92.
30. Кохова И.В., Белогруд И.Н. Формирование благоприятных условий для ускорения развития въездного медицинского туризма// Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. No 6 (112). С. 28
31. Кузнецова Н.Ф. Современная инфраструктура как одно из важных условий для развития туризма // Азимут научных исследований: экономика и управление - 2016. - Т.5 - No 3 (16). - с. 134 - 138.
32. Лядова А.В. Медицинский туризм как социальная практика: современное состояние и перспективы развития. – [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/meditsinskiy- turizm-kak-sotsialnaya-praktika-sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy- razvitiya/viewer (дата обращения 24.04.2021)

33. Маньшина Н.В. Глобальный рынок медицинского и лечебно-оздоровительного туризма: Материалы 11-й Международной конференции по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму Medical Tourism. Spa & Health (г. Москва, 16 сентября 2015 г.).- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www. tourismexpo.ru/spa/conference/2015/presentation/nadezhda-manshina.pdf (дата обращения 16.05.2021)

34. Мозокина С.Л. Тенденции развития лечебно-оздоровительного и медицинского туризма. / Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета.2014. No5(89). С.42-46.
35. Никитина О.А. Современные тенденции и вызовы в развитии медицинского туризма: мировой опыт// Проблемы современной экономики. 2018. No 4 (68). С. 196-198.

36. Никонова М.В. Государственное регулирование внедрения инноваций в медицинском туризме / Научное обозрение: теория и практика.2018. No10. С.131-141.
37. Петров А.Н. Современная модель стратегического менеджмента/ Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. No 1-1 (103). С. 12-20.

38. Скворцова А. В. Медицинский туризм – как часть социальной медицины /Здоровье и образование в XXI веке. – 2017. – No 2.
39. Соколов А.С., Манько Н.П., Гуляев В.Г. Теоретико-методологические аспекты медицинского туризма //Вестник РМАТ.2017. No3. С.105-111
40. Тастанбекова Ш.О. Медицинский туризм: история развития, сущность и основные составляющие // International scientific and practical conference world science. 2016. Том.6. No10(14). С.46-50.
41. Шипилова Ю.М. Медицинский туризм как стратегическое направление медицинского менеджмента. образования.2015. No3 С.37-39. /Успехи современной науки и
42. Bookman, M.Z. and Bookman, K.R. Medical Tourism in Developing Countries. Palgrave Macmillan. 2007. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-0-230-60565-7%2F1.pdf (дата обращения 13.04.2021)

43. Crooks V.A., Turner L., Cohen I.G. et al. Ethical and legal implications of the risks of medical tourism for patients a qualitative study of Canadian health and safety representatives perspectives.//British Medical Journal.2013.No3. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://bmjopen.bmj.com/content/3/2/e002302.full (дата обращения 23.04.2021)

44. Global Web Index / market research SaaS Company. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.medicaltourism.com/mti/home (Дата обращения: 23.04.2021).

45. Kangas B. Travelling for Medical care in a Global World// Medical Antropology: Cross Cultural Studies in Health and Illness.2010.No29. C344-362.

46. Kim S. , Chr.Arcodia, I.Kim. Critical Success Factors of Medical Tourism: The Case of South Korea // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2019. 15 p.

47. Medical tourism market trends-an exploratory research/ Research Gate. [Электронный ресурс]– Режим доступа: https://www.researchgate.net (дата обращения 23.04.2021)

48. Seow, A.N, Choong, Y.O, Moorthy, K., Chan, L.M. Intention to visit Malaysia for medical tourism using the antecedents of Theory of Planned Behaviour: A predictive model. Int. J. Tour. Res. 2017, 19, 383–393.

49. Sudheer Muhammed, Sunil C D`Souza. Medical Tourism and Market feasibility in emerging economy. Twelfth AIMS International Conference on Management. P.1922-1928. – [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.researchgate.net/profile/Sudheer_Km4/publication/271854546_Medical_Tourism_and_Market_feasibility_in_emerging_economy/links/54d58c950cf2970e4e651892/Medical-Tourism-and-Market-feasibility-in-emerging-economy.pdf (дата обращения 18.05.2021)

50. Vijaya R., Baby J. Current Status of Medical Tourism in India, future trends and implications for stakeholders //International Journal of Current Advanced Research.2018.Vol. 7.No.3 (1).

51. General Report «Activities of the European Hospital and Healthcare Federation 2017» // European Hospital and Healthcare Federation (HOPE). Publications. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: www.hope.be (дата обращения 09.05.2021)

52. General Report «How Attractive Is Your Destination for Medical Tourism? » [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://medicaltourismassociation.com/ (дата обращения 14.05.2021)

53. UNWTO report «Exploring Health Tourism 2018» // World Tourism Organization (UNWTO). Publications. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: https://www.unwto.org/ (дата обращения 06.05.2021)

54. Характеристика мер поддержки для предприятий туристской отрасли малого и среднего бизнеса, ИП- [Электронный ресурс]. –Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/contents/covid-19/mery- podderzhky/aktualnye-i-prinyatye-mery-podderzhki-dlya-predpriyatiy- turistskoy-otrasli-malogo-i-srednego-biznesa/ (дата обращения 23.05.2021)

55. Официальный сайт Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. –Режим доступа: https://www.unwto.org/ (дата обращения 14.04.2021)
56. Официальный сайт Европейской курортной ассоциации [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://europespa.ru/o- europespa.html (дата обращения 14.04.2021)
57. Официальный сайт Европейской ассоциации научных экспертов в области туризма [Электронный ресурс]. –Режим доступа: https://www.aiest.org/home/ (дата обращения 14.04.2021)
58. Информационный портал о развитии медицинского туризма в Южной Корее «Visit Medical Korea» [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://visitmedicalkorea.com/ (дата обращения 24.04.2021)
59. Официальный сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/ (Дата обращения 19.05.2021).

60. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http:// www.gks.ru/ (Дата обращения: -09.05.2021).

61. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rospotrebnadzor.ru/ (Дата обращения 17.05.2021).

62. Статистика уровня смертности от COVID-19 в зависимости от хронических заболеваний - [Электронный ресурс]. – Режим доступа:https://www.rbc.ru/society/19/05/2020/5ec430f79a794745ecde69f7 (дата обращения 22.05.2021).

63. Информационный материал о развитии телемедицины в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4342587(Дата обращения:23.05.2021)
64. Данные об исследовании состояния рынка медицинского туризма, выполненного в Национальном Университете г. Цюрих (Швейцария)- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.uzh.ch/de.html (Дата обращения 23.05.2021).
65. Медицинский туризм в Южной Корее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.bookimed.com/article/medicinskij-turizm-v-uzhnoj-koree/(Дата обращения 27.04.2021).