

Исследование возможностей
развития медицинского туризма
в Приморском крае для рынка КНР

Содержание

Введение

- | | |
|---|----|
| 1. Цели исследования. | 4 |
| 2. Основные выводы и ключевые находки. | 6 |
| 3. Ситуация в России и в Приморье. SWOT-анализ. | 10 |

Блок 1

I. Кабинетные исследования

- | | |
|---|----|
| 1. Бенчмаркетинг московских и Санкт-Петербургских медицинских клиник, обслуживающих китайских и других иностранных туристов, изучение их сайтов, выявление востребованного перечня услуг, параметров стоимости услуг, каналов продаж. | 14 |
| 2. Анализ открытых англоязычных источников по медицинскому туризму в странах Азии | |
| КНР | 30 |
| Южная Корея | 41 |
| Сингапур | 48 |
| 3. Оценка системы страхования выездных корейских туристов, анализ рынка страховых услуг Кореи. | 58 |
| 4. Анализ отраслевых онлайн-площадок по медицинскому туризму в китайском сегменте интернета. | 61 |
| 5. Анализ структуры участников специализированной выставки «Медицина и Туризм» в Шанхае (16-17 апреля 2020) за последние два года. | 71 |
| 6. Анализ существующих бесплатных маркетинговых исследований по теме медицинского туризма в КНР, а также публикаций в профессиональных отраслевых изданиях на английском и китайском языках. | 75 |
| 7. Список существующих актуальных платных маркетинговых исследований по теме медицинского туризма в КНР на англ. языке. | 84 |
| 8. Мониторинг социальных медиа. Сбор косвенных и прямых сведений из китайских соц. сетей. | 87 |
| 9. Дополнительная тема: Трудовые мигранты в системе медицинских услуг Приморского края. Существующие способы доступа мигрантов к институтам здравоохранения, способы получения мед. помощи, является ли мед. страхование обязательным, аналитика существующей ситуации. | 91 |

*В электронном документе при нажатии на наименование раздела, следует переход в нужный раздел.

Содержание

Блок 1

II. Полевые исследования

1. [Результаты экспертных интервью.](#) 97
2. [Ключевые барьеры и возможности.](#) 100
3. [Интересные находки.](#) 101
4. [Расчет объемов потребления медицинских услуг в Приморском крае в 2020-2023 гг.](#) 104

III. Экспертное собрание

1. [Результаты экспертного собрания.](#) 107

Блок 2

Стратегическое видение и план действий на 2020-2021гг.

1. [Плюсы и минусы медицинского туризма.](#) 112
2. [Перспективные целевые группы.](#) 113
3. [Возможные драйверы рынка.](#) 114
4. [Возможности государственной поддержки.](#) 115
5. [Рекомендуемые направления работы.](#) 116
6. [Существующие возможности кооперации бизнеса и власти.](#) 117
7. [Маркетинг медицинского туризма. Продукт. Каналы продаж. Коммуникации.](#) 118
8. [Вопросы для дополнительного изучения.](#) 121

*В электронном документе при нажатии на наименование раздела, следует переход в нужный раздел.

Введение

Цели исследования Основные выводы и ключевые находки

Ключевые цели исследования:



01

Выяснить, как работает рынок медицинского туризма в целом, как это работает в Азии, и как это работает на китайском рынке.

02

Выявить наиболее перспективные направления и форматы медицинских услуг для китайских потребителей.

03

Выявить целевые рынки и портрет целевой аудитории по ключевым услугам.

04

Определить наиболее перспективные каналы продаж (агентские сети, российские и китайские тур компании, партнерские клиники в Китае и Корее, онлайн, конечные потребители).

Экосистема медицинского туризма в мире. Понятийный аппарат.

МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ

Термин, обозначающий практику предоставления плановых медицинских услуг за пределами региона проживания, совмещение отдыха за рубежом с получением высококвалифицированной медицинской помощи. Медицинский туризм делится на три группы: внутренний, выездной и въездной.

Внутренний мед. туризм

Этим термином принято называть перемещение граждан одной страны между ее регионами для получения медицинских услуг



Временно пребывающие в городе нерезиденты (работники консульств, бизнес компаний, преподаватели ВУЗов и так далее) **не являются медицинскими туристами** в общепринятой мировой практике учета.

Въездной мед. туризм

Это экспорт медицинских услуг, то есть привлечение иностранных пациентов для оказания им медицинской помощи.

Две составляющие въездного медицинского туризма

экстренная медицинская помощь

предоставление медицинского обслуживания для существующих тур потоков



плановый медицинский туризм

когда хотя бы одной из целей визита туриста является получение медицинского обслуживания

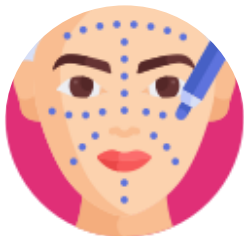
В десятку лучших направлений для медицинского туризма входят Канада, Великобритания, Израиль, Сингапур, Индия, Германия, Франция, Южная Корея, Италия, Португалия и Колумбия.

Развитые рынки: США, Германия, Италия, Израиль, Сингапур, Япония.

Развивающиеся рынки: Таиланд, Малайзия, Индия, Южная Корея, Колумбия.

Готовность путешествовать и готовность лечиться – два главных критерия для определения потребителей рынка медицинского туризма.

Экосистема медицинского туризма в мире. Ключевые направления мед туризма.



Пластическая хирургия
(грудь, лицо, липосакции)



Стоматология
(лечение, косметология, имплантация)



Кардиология
(операции на сердце)



Хирургия желудочно-кишечного тракта
(бондаж и шунтирование)



Ортопедия
(замена тазобедренных и коленных суставов,
шлифовка и операции суставов)



Репродуктивная медицина
(включая операции по смене пола)



Трансплантология



Офтальмология



Диагностика (МРТ, КТ, ПЭТ)

Экосистема медицинского туризма в мире. Ключевые тренды.

Основной тренд в мире: доступность для пациентов из более богатых развитых стран (HIC – страны с высоким уровнем дохода) качественных медицинских услуг по существенно более низким ценам в менее развитых странах (LMIC – страны с низким и средним уровнем дохода) даже с учетом транспортных расходов на перелет.

Основные требования к услугам медицинского туризма универсальны: качество, безопасность и минимизация рисков.

Дополнительные требования для развития медицинского туризма помимо качества медицинских услуг: наличие развитой инфраструктуры, обеспечивающей доступность по цене, доступность логистики и наличие информации об услугах в онлайн пространстве.

Правовые и этические аспекты медицинского туризма: ущерб, ответственность и возмещения.

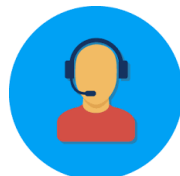
Четыре главных условия для развития мед туризма:



наличие полной и достоверной информации о продукте



возможность надежного страхования



качественная сервисная посредническая компания



доверие потребителя

Экосистема медицинского туризма в мире. Инфраструктура.

Медицинские центры и клиники (преимущественно частные, но есть и государственные - Сингапур, Куба).

Широкий спектр посреднических и вспомогательных услуг между потребителями и клиниками на стыке медицины и туризма, предоставляемые специализированными ассистентскими компаниями, либо отдельными участниками рынка.



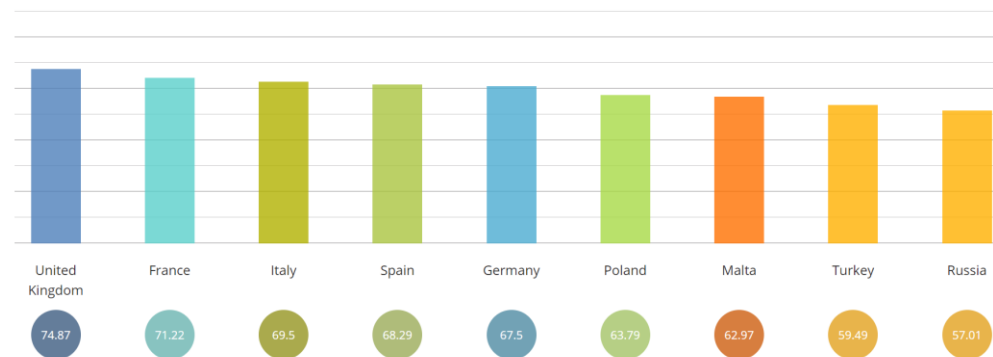
Ситуация в России

Согласно индексу медицинского туризма (Medical Tourism Index, MTI 2016) Россия занимает 34-е место из 41-го. И последнее среди европейских стран.

2016 MTI Overall Ranking

1. Canada	76.62	16. Dubai	67.54	31. Morocco	59.77
2. UK	74.87	17. Jamaica	67.17	32. Turkey	59.49
3. Israel	73.91	18. Thailand	66.60	33. Jordan	57.02
4. Singapore	73.56	19. Philippines	66.40	34. Russia	57.01
5. India	72.10	20. Taiwan	66.28	35. Oman	56.90
6. Germany	71.90	21. Argentina	65.37	36. Tunisia	56.78
7. France	71.22	22. Brazil	65.22	37. Kuwait	52.69
8. South Korea	70.16	23. China	64.78	38. Saudi Arabia	52.43
9. Italy	69.50	24. Poland	63.79	39. Bahrain	51.99
10. Colombia	69.48	25. Abu Dhabi	63.65	40. Lebanon	49.92
11. Spain	68.29	26. Malta	62.97	41. Iran	36.00
12. Japan	68.00	27. South Africa	62.20		
13. Panama	67.93	28. Egypt	60.92	Americas	
14. Costa Rica	67.67	29. Mexico	60.70	Europe	
15. Dominican Republic	67.58	30. Qatar	60.07	Asia	
				Middle East / Africa	

Europe | Overall MTI score





- отсутствие достоверной статистики по объему въездного мед туризма и системы ее сбора, некорректные данные по статистике мед туристов, так как, как правило, они включают в себя данные по трудовым мигрантам из СНГ;


- даже лидеры рынка медицинских услуг не раскрывают данные по количеству обслуживаемых иностранных туристов, либо не ведут такого учета;


За последние несколько лет доходы от въездного медицинского туризма увеличились на порядок – до \$250 млн в 2017 г., докладывала летом прошлого года президенту России Владимиру Путину министр здравоохранения Вероника Скворцова. За 2017 г. с медицинскими целями страну посетило более 110 000 иностранцев, ссылались на данные Ассоциации медицинского туризма эксперты РАНХиГС в аналитической записке о состоянии медицинского туризма в России. Средний чек на одного иностранца в 2017 г. составлял порядка 60 000 руб. (\$1030) и доходил по некоторым программам до 200 000 руб. (\$3430), говорит член общественного совета при Минздраве и совладелец сети «Доктор рядом» Владимир Гурдус.


Ситуация в Приморском крае.

 Развитие въездного туризма последние 3-5 лет, наращивание потоков, становление рынка услуг экстренной медицинской помощи.


 Незначительное количество медицинских туристов в чистом виде – на уровне 0.01%.


 Обнаружены две главные сферы, в которых наблюдается какой-то внятный поток планового целенаправленного медицинского туризма: репродуктивная медицина и офтальмология.

 Отсутствие массового спроса со стороны мед. туристов не позволяет развивать специализацию по обслуживанию иностранцев (недостаток англоязычных кадров, нецелесообразность включения в штат персонала со знанием иностранных языков). За редким исключением.

 Отсутствие систематической работы тур компаний по привлечению медицинских туристов из стран Азии, работают только по запросам, запросы от партнеров возникают спонтанно и крайне редко.



 Отсутствие специализированных ассистентских компаний в области мед. туризма, работающих на въезд.

 Отсутствие специальных действий со стороны частных мед. центров по привлечению медицинских туристов из Азии, пассивное обслуживание тех, кто обращается самостоятельно (главным образом, студенты, работники консульств и международных компаний, другие нерезиденты, временно находящиеся на территории Приморского края).

При этом большинство игроков наблюдает рост интереса к этому направлению.

Ситуация в Приморском крае. SWOT-анализ.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

- Географическая близость Владивостока к рынкам КНР и Кореи
- Наличие высококачественных мед. услуг, конкурентных рынку КНР (особенно северным провинциям)
- Ценовые преимущества, продолжающаяся девальвация рубля

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

- Слабый имидж Владивостока по сравнению с Москвой и Санкт-Петербургом
- Низкая осведомленность о направлении в целом и возможностях мед. туризма в частности
- Низкий уровень доверия к Владивостоку и российской медицине.
- Отсутствие информации о возможности получения мед. услуг во Владивостоке даже у имеющегося тур потока
- Низкие возможности по обслуживанию азиатских туристов (отсутствие сервисной специализации, языкового сопровождения)
- отсутствие организованной системы качественной экстренной медицинской помощи туристам, возможное воздействие на ЦА негативного опыта обслуживания в государственном сегменте медицины

ВОЗМОЖНОСТИ

- Возможно улучшать сразу все – с низких стартовых позиций легче развиваться
- Наличие возможностей гос поддержки (Центр поддержки экспорта, агентство по туризму)
- Наличие широкого спектра услуг уже актуальных и востребованных туристами на практике
- Возможности развития мед. туризма на базе уже существующего массового въездного тур потока (совмещение мед туризма и других видов туризма)

УГРОЗЫ

- Долгосрочное воздействие пандемии коронавируса на въездной поток в РФ в целом



Приоритетные направления для мед. туризма в Приморье.

Рейтинг актуальных направлений согласно проведенным экспертным опросам и анкетированию экспертов:

- ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ 1. Репродуктивная медицина (ЭКО, генетическое тестирование, перинатальная диагностика, выявление пола ребенка, донорство, суррогатное материнство)
- ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ 2. Офтальмология
- ★ ★ ★ ★ ★ ★ 3. Соматология
- ★ ★ ★ ★ ★ 4. Диагностика (МРТ, КТ, ПЭТ)
- ★ ★ ★ ★ 5. Пластическая хирургия и ВПМС-хирургия
- ★ ★ ★ 6. Реабилитация и лечение онкологических заболеваний
- ★ ★ 7. Лабораторные исследования
- ★ 8. ВПЧ-инфекция

Дополнительные потенциально перспективные направления по мнению экспертов:

- 1. Лечение гепатитов В,С и других инфекционных болезней
- 2. Гериатрия. Санаторно-курортное лечение
- 3. Высокотехнологичная медицинская помощь (ортопедия, нейрохирургия, онкология)
- 4. Фотодинамическая терапия (ФТД)
- 5. Прерывание беременности

Блок 1**I. Кабинетные исследования**

1. Бенчмаркетинг московских и Санкт-Петербургских медицинских клиник, обслуживающих китайских и других иностранных туристов, изучение их сайтов, выявление востребованного перечня услуг, параметров стоимости услуг, каналов продаж.

Бенчмаркетинг. Понятийный аппарат.

На сегодняшний день существует множество направлений повышения эффективности, совершенствования деятельности организаций. Неоспоримость использования инноваций как основы достижения стратегического конкурентного преимущества не требует особых доказательств. Каждая успешная компания применяет свою собственную стратегию, используя как новые технологии, так и новые методы работы.

К числу современных инструментов, позволяющих достичь желаемого уровня качества или конкурентного преимущества, относятся стратегическое планирование (Strategic Planning), всеобщий менеджмент качества (Total Quality Management), реинжиниринг бизнес-процессов (Business Process Reengineering), непрерывное улучшение качества (Continuous Quality Improvement), метод сбалансированных показателей (Balanced Score Card) и многие другие. В этом ряду свое достойное место занимает и метод бенчмаркинга (Benchmarking).

Бенчмаркинг — это процесс выявления, изучения и адаптации лучшей практики и опыта других организаций для улучшения деятельности собственной организации (организации со схожими процессами, в своей отрасли, независимо от отраслевой принадлежности, в своей стране или за рубежом).

Бенчмаркинг не ограничивается изучением опыта работы конкурентов и мировых лидеров. Этот метод должен стать одним из ключевых в процессе непрерывного совершенствования деятельности, так как бенчмаркинг — это систематически выполняемое сравнение элементов деятельности с аналогичными элементами более успешной деятельности на макро- и микроуровнях.

Информация в данном блоке исследования, собранная из открытых источников, позволит медицинским предприятиям на ДВ, провести самостоятельный сравнительный анализ.

В процессе изучения информации по данному блоку, выявлено, что для сравнительного анализа нужно включать клиники и из других крупных городов РФ. Соответственно, далее представлена информация не только по Москве и Санкт-Петербургу, но и по Екатеринбургу, Краснодару и др.

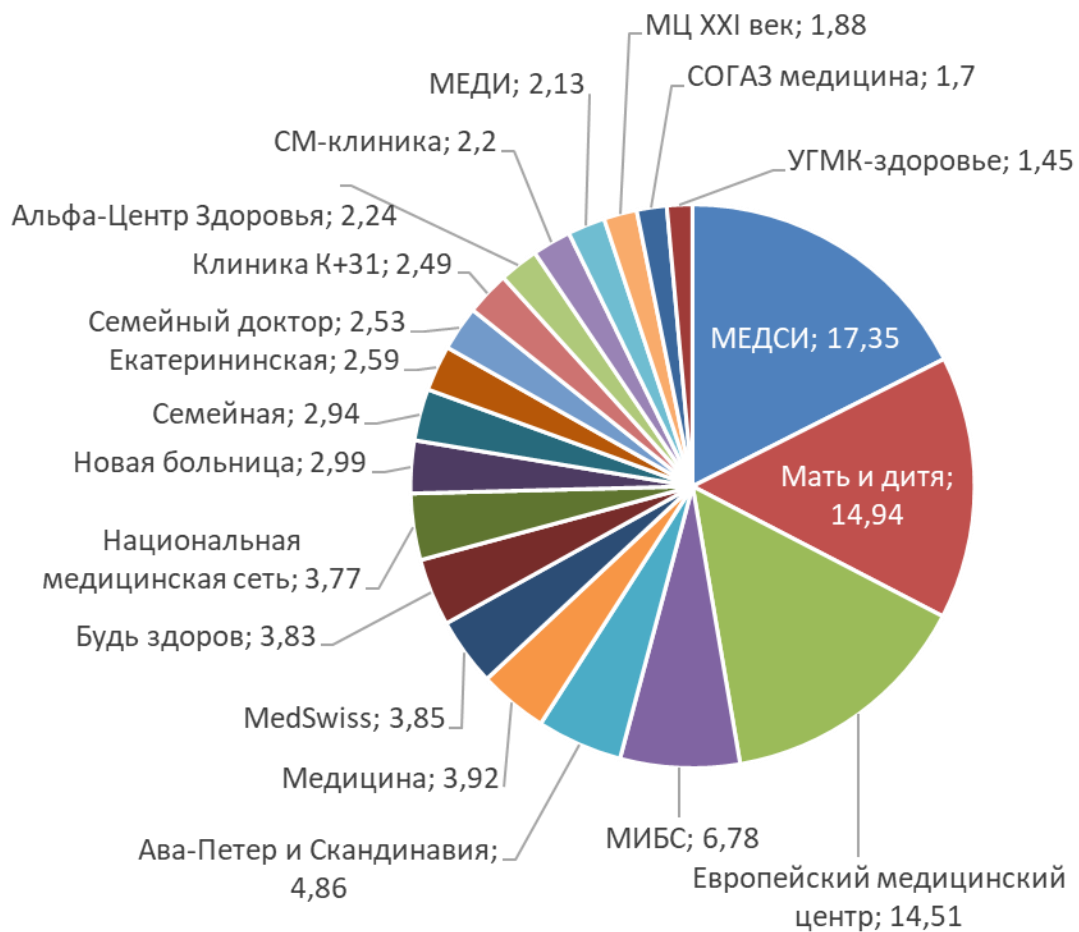
Топ 20 частных клиник России 2019

№	Название клиники	Город	Выручка, млрд. руб.	Первичный прием терапевта, руб.	Кол-во клиник	Выручка на одну клинику, млрд. руб.	Описание
1	МЕДСИ	Москва	17,35	2000	38	0,457	С 2014 года «Медси» сосредоточилась на развитии клиник бизнес-класса. В 2018 году количество посещений клиник компании достигло 8,5 млн.
2	Мать и дитя	Москва	14,94	2750	40	0,374	Сегодня в состав компании входят 6 многопрофильных госпиталей и 34 амбулаторные клиники, в которых в 2018 году было принято 7277 родов. Количество посетителей центров сети достигло 1,7 млн. Инвестиции в новые клиники в 2018 году достигли 3,7 млрд рублей. Рыночная капитализация компании в октябре 2019 года составляла \$367 млн.
3	Европейский медицинский центр	Москва	14,51	12310	7	2,073	В 2018 году пациентами клиник ЕМЦ было 82 748 человек. Средний чек превысил 17 000 рублей. Сегодня основной акционер ЕМЦ — Игорь Шилов, еще 28% компании принадлежит фонду Baring Vostok. В 2019 году ЕМЦ планирует выйти на IPO.
4	Медицинский институт им. Березина Сергея (МИБС)	С.-Петербург	6,78	2100	93	0,073	Сегодня в состав МИБС входят онкологическая клиника, поликлиника, почти 100 диагностических центров и единственный в России Центр протонной терапии. Еще один такой центр стоимостью 7,5 млрд рублей МИБС совместно с ВЭБом планируют построить в Центральном федеральном округе.
5	"Ава-Петер" и "Скандинавия"	С.-Петербург	4,86	2900	18	0,270	Сегодня генеральным директором сети является бывший глава московского офиса «Росгосстраха» Дмитрий Тимохин. В 2018 году в клиниках сети медицинской обслуживание получили 200 000 пациентов.
6	"Медицина"	Москва	3,92	4700	1	3,920	Сегодня это многопрофильный центр, оказывающий медпомощь по 69 направлениям, и имеющий стационарное отделение, поликлинику, круглосуточную скорую помощь, онкоцентр. Количество пациентов «Медицины» в 2018 году составило 47 351 человек.
7	MedSwiss	Москва	3,85	2200	7	0,550	Сеть медицинских центров MedSwiss начала работать в начале 2000-х как совместное предприятие страховой компании «РЕСО-Гарантия» и одноименного швейцарского холдинга. MedSwiss в основном обслуживает пациентов, застрахованных в рамках ДМС в компании «РЕСО-Гарантия». В 2018 году в клиниках компании медицинскую помощь получили более 125 000 человек.
8	"Будь здоров"	Москва	3,83	2100	9	0,426	Федеральная сеть клиник была создана «Ингосстрахом» в 2005 году и ориентирована на обслуживание клиентов, прикрепленных по программе добровольного медицинского страхования (ДМС). В 2018 году клиники сети предоставили медицинское обслуживание почти 325 000 пациентов. География ее присутствия включает крупные города: Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Уфа, Казань, Каменск-Уральский. В 2016 году «Будь здоров» открыла медцентр в Сочи, где помимо поликлинических услуг осуществляется санаторно-курортное лечение. В 2017 году были закрыты клиники сети в Новосибирске, Красноярске и Нижнем Новгороде из-за их низкой рентабельности.
9	Национальная медицинская сеть	Москва	3,77	1350	39	0,097	«Национальная медицинская сеть» объединяет крупнейшие региональные сети клиник в Уфе, Волгограде, Екатеринбурге и Омске («ПроМедицина», «Диалайн», «Здоровье 365» и «Евромед»), а также центры клинической лабораторной диагностики «Диалайн Лаборатория». В 2018 году компания обслужила более 710 000 пациентов.
10	"Новая больница"	Екатеринбург	2,99	1250	1	2,990	Сегодня «Новая больница» располагает амбулаторно-поликлиническим отделением, стационаром и специализированными городскими центрами. Клиника является научной площадкой для семи кафедр Уральского государственного медицинского университета.

Топ 20 частных клиник России 2019

№	Название клиники	Город	Выручка, млрд. руб.	Первичный прием терапевта, руб.	Кол-во клиник	Выручка на одну клинику, млрд. руб.	Описание
11	"Семейная"	Москва	2,94	1950	22	0,134	Сейчас в 22 многопрофильных клиниках оказывается помощь по всем основным направлениям медицины: акушерство и гинекология, терапия, хирургия и педиатрия. В холдинг входят стоматологические клиники «Дента-Эль», а также научно-практический центр хирургии — многопрофильный стационар, оказывающий широкий спектр хирургической помощи, включая пластическую хирургию. В 2018 году сеть оказала врачебную помощь 154 800 пациентам.
12	Екатерининская	Краснодар	2,59	1200	9	0,288	Сеть частных медицинских центров «Екатерининская» предоставляет платные медицинские услуги в Краснодарском крае. Компания управляет четырьмя центрами (репродукции, косметологии и стоматологии) — одним в Сочи и тремя в Краснодаре. В ноябре запланировано открытие еще одного центра с роддомом, поликлиникой и детским стационаром. В клиниках сети можно пройти более 2000 различных обследований, в том числе МРТ, УЗИ и компьютерную томографию. У компании круглосуточно работают травмпункт и три подстанции скорой помощи. В 2018 году врачи сети приняли более 166 000 пациентов.
13	"Семейный доктор"	Москва	2,53	1990	17	0,149	Сегодня у компании 17 клиник, клинично-диагностическая лаборатория, многопрофильный клинический госпитальный центр, специализированный детский медицинский центр, а также косметологический и стоматологический центры. В клиниках работают врачи более 60 специальностей. В 2018 году количество пациентов составило 375 600 человек.
14	Клиника К+31	Москва	2,49	3700	3	0,830	В 2011 году компания открыла медицинский центр с собственным стационаром и реанимацией. Вторая клиника появилась в «Северной башне» в «Москва-Сити» в 2013 году. Третья — ЦМРМ «Петровские ворота» — получила лицензию в 2015 году. Пациентами клиники в 2018 году были 61 588 человек.
15	Альфа-Центр Здоровья	Москва	2,24	1300	11	0,204	«Альфа-Центр здоровья» — сеть многопрофильных медицинских центров, созданная группой «АльфаСтрахование». Сейчас «Альфа-центр здоровья» насчитывает 11 клиник, год назад их было 13. В настоящий момент клиники функционируют в Москве, Перми, Кирове, Самаре, Саратове, Ярославле, Нижнем Новгороде, Мурманске, Тюмени, Ростове-на-Дону и Березниках. В марте 2018 года сеть «Альфа-центр здоровья» возглавил бывший президент компании «Дикси» Илья Якубсон. Количество пациентов клиник сети в 2018 году составило 373 000 человек.
16	СМ-клиника	Москва	2,2	1800	21	0,105	В сети многопрофильных медицинских центров для взрослых и детей в Москве и Санкт-Петербурге работают 1500 врачей разных специальностей. У компании есть свои лаборатории, позволяющие делать более 3500 анализов, терапевтический и хирургический стационары. В состав холдинга входят специализированные центры, всесторонне занимающиеся лечением заболеваний определенного спектра: Центр репродуктивного здоровья, Центр глазной хирургии, Онкологический центр, Центр хирургии.
17	МЕДИ	С.-Петербург	2,13	2870	25	0,085	МЕДИ работает в Санкт-Петербурге и Москве, предоставляет услуги в области стоматологии, пластической хирургии, эстетической и семейной медицины, лазерной коррекции зрения. Основатель компании — врач-стоматолог Тамаз Мчедлидзе, главный врач сети клиник МЕДИ. В 1994 году компания основала свой образовательный центр, на его базе в 1997-ом был создан частный Санкт-Петербургский институт стоматологии последипломного образования, с 1999 года имеющий государственную аккредитацию.
18	Медицинский центр "XXI век"	С.-Петербург	1,88	1700	19	0,099	Первый медицинский центр компании был открыт в 1999 году. Сейчас медицинская сеть компании состоит из 19 поликлиник, в них работает более 600 врачей разных специальностей. В автопарке центра 90 автомобилей для выездов врачей по вызовам. В 2018 году медики клиник приняли более 658 000 пациентов. В состав группы входит «Туристическое агентство XXI век», которое предлагает пациентам клиник программы оздоровительного отдыха и реабилитации на курортах России, Литвы и Беларуси.
19	"СОГАЗ медицина"	С.-Петербург	1,7	4410	6	0,283	«СОГАЗ медицина» входит в страховую группу «СОГАЗ». Многопрофильные клиники группы работают в Санкт-Петербурге, Нижнекамске, Геленджике и Тобольске. Первый медицинский центр «Согаз Медицина» был открыт в 2010 году. Сегодня врачи клиники оказывают более 5000 услуг по 150 лицензионным направлениям. Летом 2019 года компания начала строительство многопрофильного медицинского комплекса под Петербургом, инвестиции в проект могут превысить 30 млрд рублей.
20	"УГМК-здоровье"	Екатеринбург	1,45	1500	8	0,181	Генеральный директор «УГМК-Здоровье» — бывший министр здравоохранения Свердловской области Михаил Скляр. На сегодняшний день в клиниках сети работают более 500 специалистов. Медицинский центр предоставляет услуги по 100 медицинским направлениям, среди них есть и тибетская медицина с массажем и акупунктурой. Количество пациентов в 2018 году составило 486 170 человек.

Доли топ 20 частных клиник России по выручке за 2019 (млрд. руб.)



Количество клиник в сетях топ 20 мед. центров на 2019г.



Объем и динамика рынка медицинских услуг (топ клиники РФ)

Оборот российского медицинского рынка в 2018 году вырос до 3 трлн рублей. По данным агентства BusinesStat, в целом отечественная медицина увеличила доходы на 11,6%, а коммерческая — на 10,8%, до 483 млрд рублей. У крупнейших частных медицинских компаний этот показатель гораздо выше. Двадцать компаний рейтинга увеличили совокупную выручку на 22%, до 99,4 млрд рублей. Самый большой рост у компании «Екатерининская» из Краснодара (56%) и у «Медси» (52%). «Медси» и стала лидером рейтинга, сместив «Мать и дитя» на 2-е место. В «Медси» объяснили свой рост значительным увеличением стационарной помощи по полисам ОМС.

Самым востребованным у пациентов с полисами ОМС в клиниках «Медси» было лечение раковых заболеваний. Растет обслуживание по ОМС и в других клиниках. По данным фонда ОМС, сейчас на рынке обязательного медицинского страхования работает более 3000 частных клиник.

В «Медси» отмечают быстрый рост выручки по каналу «физические лица» — плюс 21% во втором квартале 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, что значительно выше, чем на рынке.

В рейтинге крупнейших медицинских компаний прошлого года отрицательную динамику показали две компании. В этом году в плюсе все двадцать, но самые слабые показатели у «Альфа-центра здоровья» (4% роста), у объединенных «Ава-Петера» и «Скандинавии» (5%) и у компании «Семейный доктор» (5%).

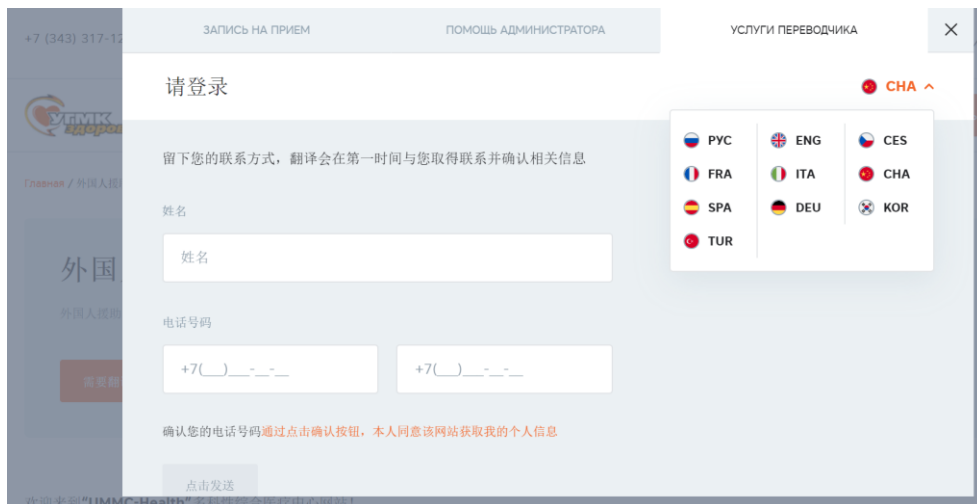
В BusinesStat считают, что основной причиной роста частной медицины в 2018 году стало увеличение цен на услуги. По данным агентства, средняя цена приема у врача в 2018 году была на 9,8% выше, чем годом ранее. Стоимость первичного приема терапевта у компаний рейтинга в среднем тоже возросла — с 2599 рублей до 2809 рублей. На рост совокупной выручки крупнейших компаний повлияло и увеличение числа клиник в их сетях. В 2017 году компании рейтинга управляли 376 медицинскими учреждениями, в 2018 году — 409.

По данным РБК, более 32% рынка платных медицинских услуг в России приходится на стоматологию. Это направление в рейтинге представляет компания «Меди» из Санкт-Петербурга (выручка 2,13 млрд рублей, 17-е место). На втором месте по доле на рынке частной медицины находятся диагностика и исследования (14,2% рынка), на третьем — гинекология и урология (12,1%).

По информации BusinesStat, в последние годы динамично развиваются коммерческие дневные стационары. В 2014 году число госпитализаций в них не превышало 180 000, в 2018 году их число достигло 317 000. В 2018 году в Москве работало 325 коммерческих дневных стационаров на 8000 мест (в 2014 году их было 4500).

Сайты на иностранных языках (топ клиники РФ)

У 12 клиник рейтинга веб-сайты доступны только на русском языке. У четырех из 20 доступен только один иностранный язык – английский. Выделить из всех, по наличию иностранных языков на сайте, можно только 3 клиники: «Европейский медицинский центр» (Москва) – наличие версий на английском, французском, немецком и арабском; объединенные «Ава-Петер» и «Скандинавия» (Санкт-Петербург) – наличие версий на английском и китайском языках; «УГМК-здоровье» (Екатеринбург) – возможность получить поддержку на иностранных языках: английский, французский, немецкий, испанский, турецкий, итальянский, чешский, китайский и корейский. Таким образом, только 2 из 20 клиник рейтинга готовы к обслуживанию пациентов из Азиатских стран.








<https://www.ugmk-clinic.ru/page/translator/cha/>

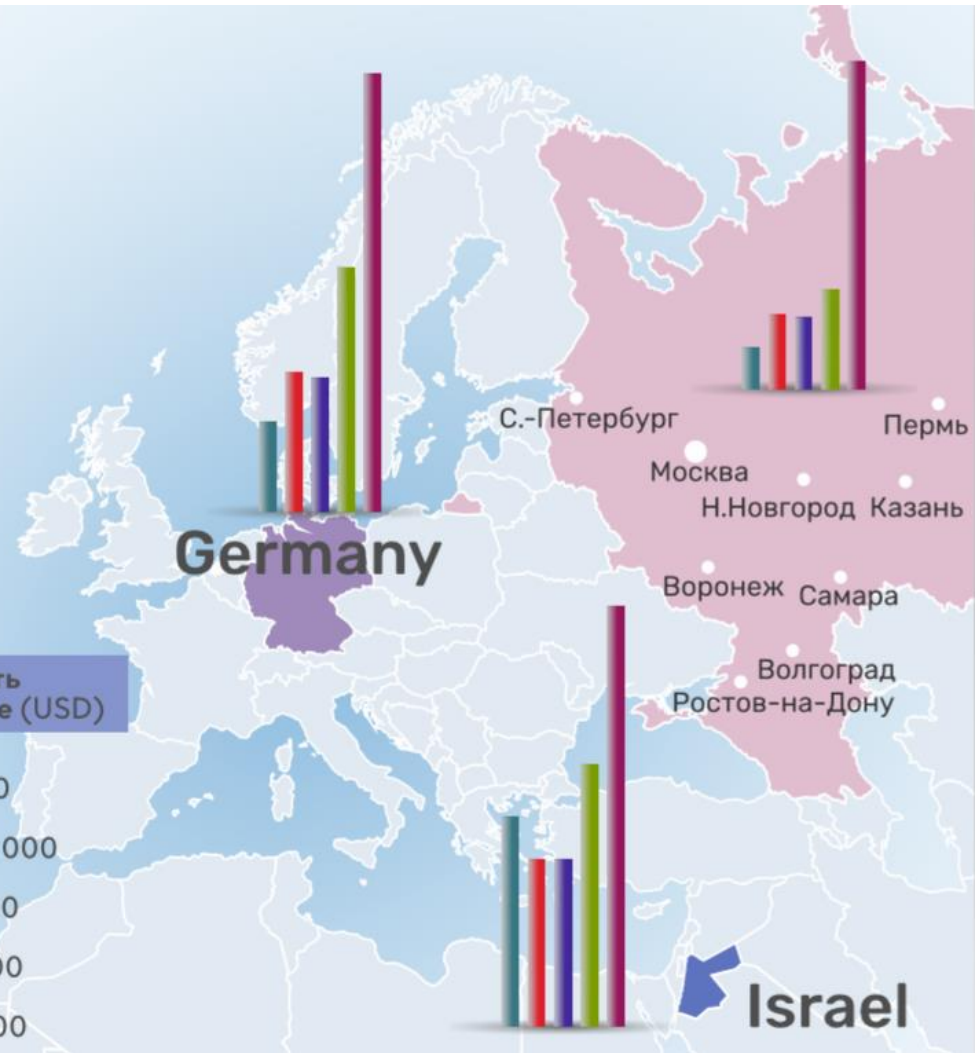


<https://avapeter.com/cn/>

Сравнение цен в России, Германии, Израиле, по профилю «Кардиология»

-  **Стентирование (1 стент)**
Coronarography+stenting
-  **Установка 2-х камерного ЭКС**
Implantation of Dual-chamber pacemaker
-  **Радиочастотная абляция**
Ablatiion
-  **Аорто-коронарное шунтирование**
Coronary artery bypass grafting
-  **Транскатетерная установка аортального клапана (TAVI)**
Transcatheter aortic valve implantation

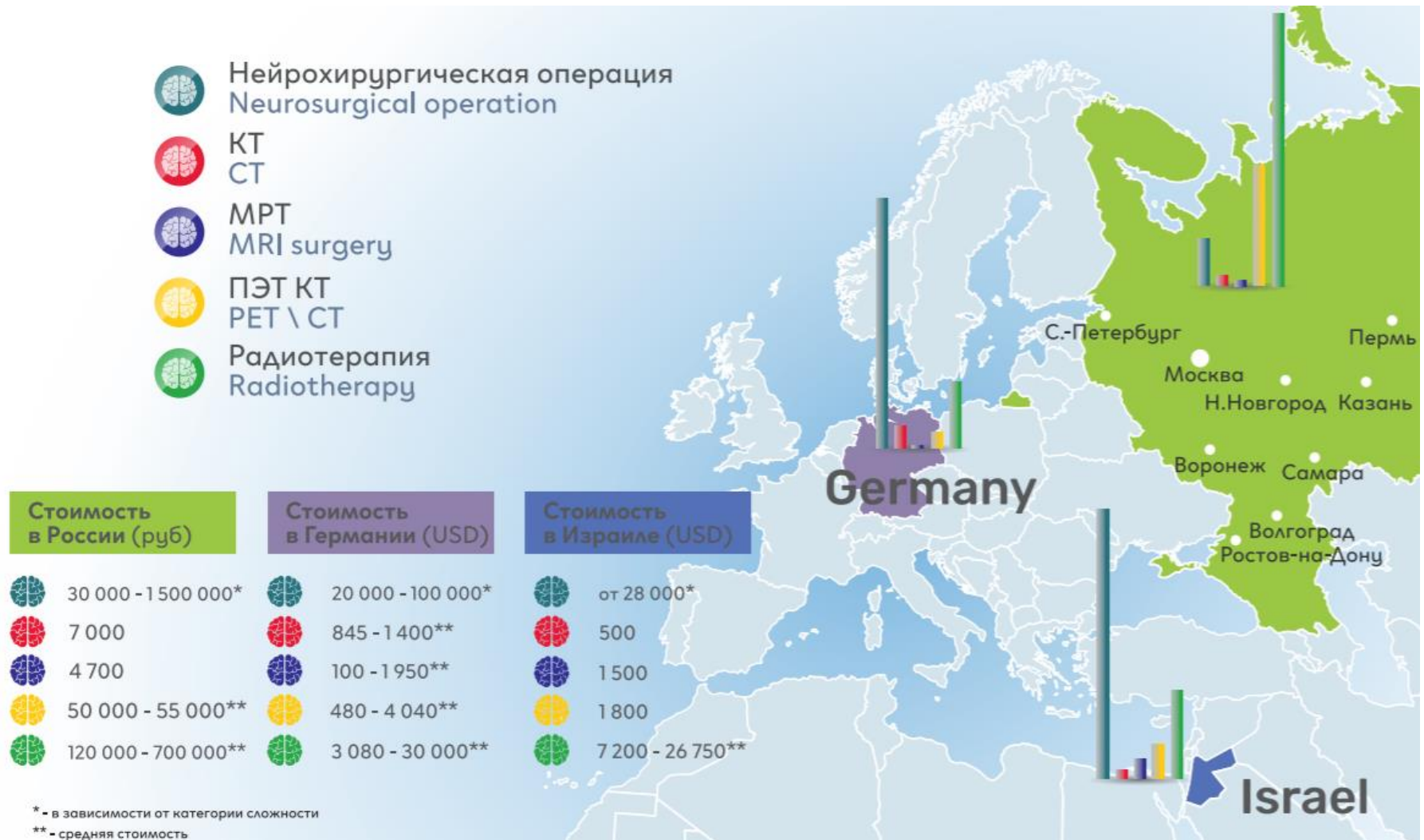
Стоимость в России (руб)	Стоимость в Германии (EUR)	Стоимость в Израиле (USD)
 230-250 000	 от 7 500	 19 770
 420-450 000	 7 500-14 000	 от 16 000
 350-480 000	 8 000-14 000	 16 000
 550-600 000	 20 000	 25 000
 2 500 000	 от 35 000	 40 000



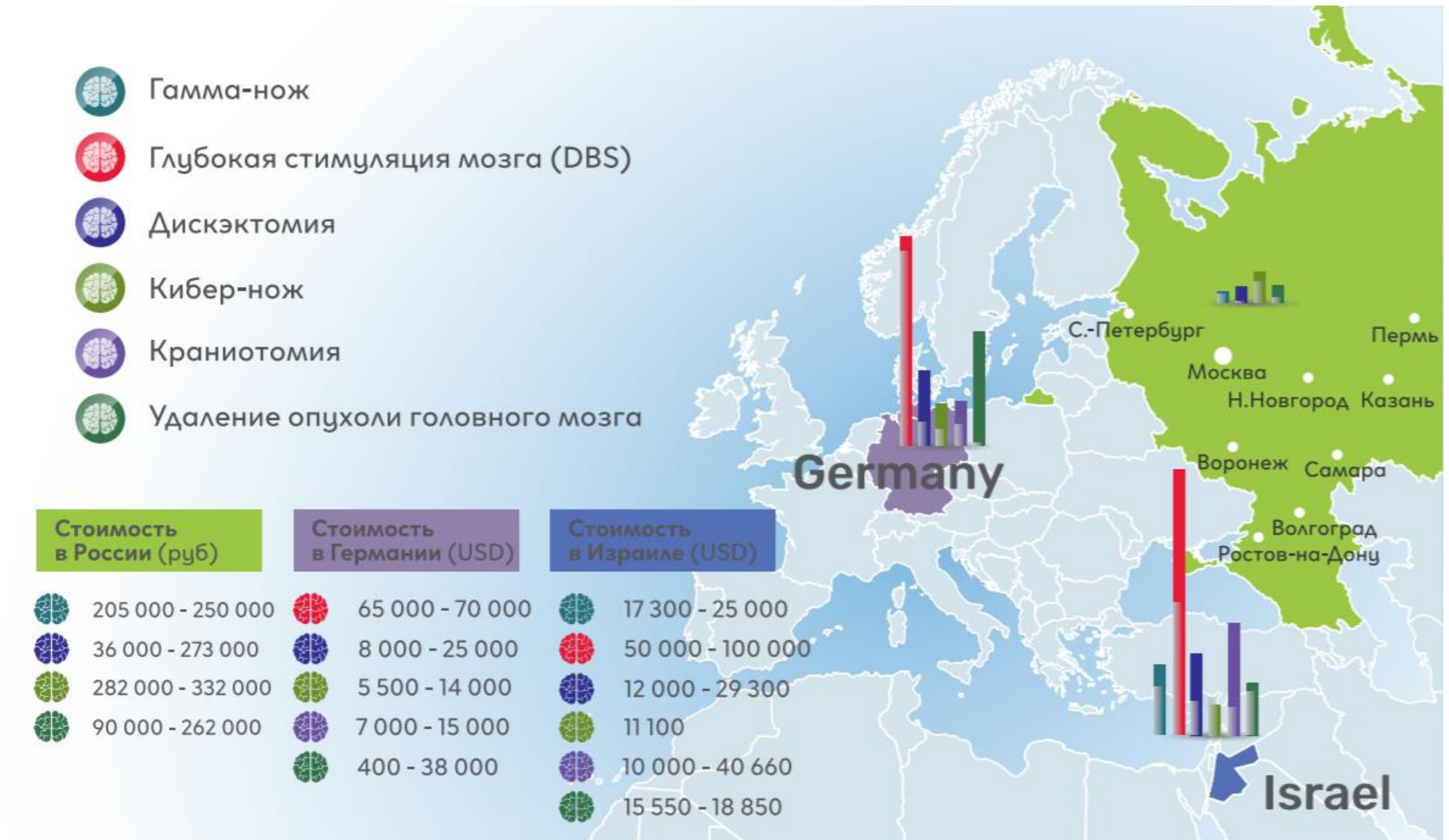
Сравнение цен в России, Индии и Южной Корее по профилю «Кардиология»



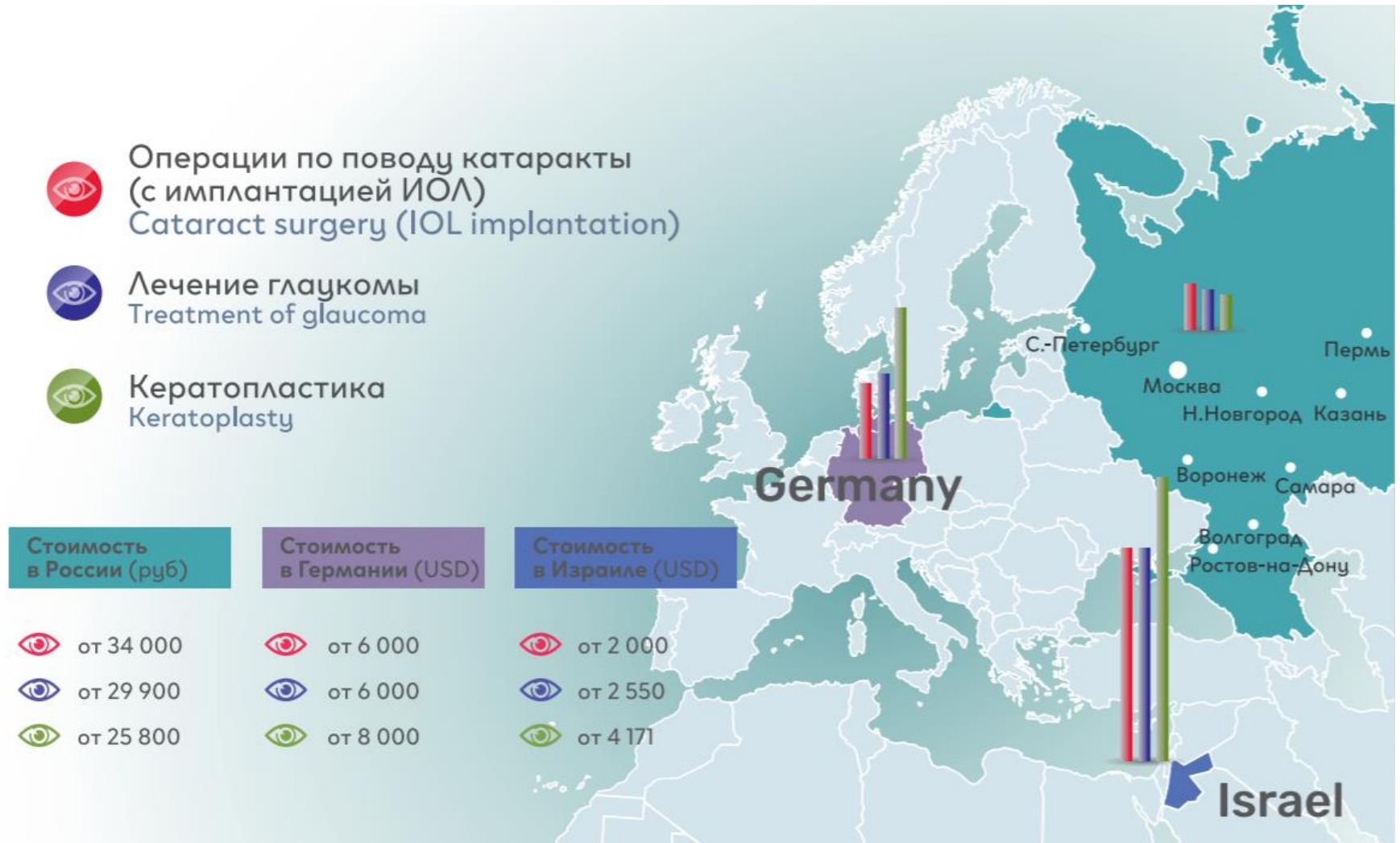
Сравнение цен в России, Германии, Израиле, по профилю «Неврология»



Сравнение цен в России, Германии, Израиле, по профилю «Нейрохирургия»



Сравнение цен в России, Германии, Израиле, по профилю «Офтальмология»



Действия со стороны государства для стимулирования экспорта медицинских услуг

Национальный проект «Здравоохранение»

В России 1 января 2019 года стартовал пятилетний Национальный проект «Здравоохранение». Одна из его задач — развитие экспорта медицинских услуг. Указ президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 гласит, что ежегодный объем экспорта медицинских услуг к 2024 году должен составить 1 миллиард долларов США и 1,2 миллиона иностранных пациентов.

В мае 2019 года начал работу Национальный Совет Медицинского Туризма. Совет объединяет участников рынка медицинского туризма и развивает его на трех уровнях:

- на федеральном уровне;
- на уровне Министерств здравоохранения и управлений по туризму регионов;
- на уровне медицинских организаций.

Также он поддерживает и помогает медицинским организациям разной формы собственности. Вступить в Совет могут любые медицинские организации, которые планируют работать с иностранными пациентами.

Членство в Национальном Совете

Вступительный взнос для медицинских организаций любой формы собственности – 99 000 рублей. Он вносится ежегодно. За эти деньги учреждение получает:

- пакет практических рекомендаций,
- видеообзоры для их реализации,
- обучающие вебинары и семинары,
- включение в делегацию для поездок за рубеж,
- консультации по вопросам запуска международного отдела,
- консультации по вопросам сотрудничества с международными страховыми компаниями и др.

Совет уже составил два видеокурса («30 каналов привлечения иностранных пациентов» и «Работа с агентствами мед. туризма от А до Я»). Осенью планируется запустить курс совместно с Росздравнадзором по системе менеджмента качества. Также планируется курс совместно со страховыми компаниями по страхованию профессиональной ответственности медицинских организаций.

1. Бенчмаркетинг московских и Санкт-Петербургских медицинских клиник, обслуживающих китайских и других иностранных туристов

Практическая цель Совета — переориентировать медицинскую организацию на работу с иностранными пациентами и их активное привлечение за 4-6 месяцев, вместо стандартных 2-3 лет. Безусловно, клиники могут развивать медицинский туризм и без Совета. Уже сейчас во многих медицинских организациях есть неорганизованный «поток» иностранных клиентов. Но Национальный совет медицинского туризма провел аудит и выяснил, что клиники используют лишь 1-3 пассивных канала привлечения иностранных пациентов. Совет собрал более 30 активных и эффективных. Они помогут больнице нарастить поток пациентов и сделать его организованным.

Направления

Национальный Совет Медицинского Туризма провел интервью с руководителями ведущих центров РФ, уже развивающих направление въездного медицинского туризма и, в результате, был сформирован список нозологий, которые пользуются спросом среди иностранных пациентов в медицинских организациях Санкт-Петербурга и Москвы:

- ВРТ (ЭКО),
- Пластическая хирургия,
- Травматология/ортопедия,
- Кардиохирургия,
- Онкология,
- Офтальмология,
- МРТ, КТ, ПЭТ-КТ диагностика.

Китай, Казахстан и Азербайджан лидируют по количеству обращений в клиники РФ.

Мировая практика

В мире всего 10 стран, имеющих государственную поддержку развития экспорта медицинских услуг.

Индия; Иран; Испания; Коста-Рика; ОАЭ; Россия; Сингапур; Таиланд; Турция; Южная Корея.

Из перечисленных выше стран опыт развития экспорта медицинских услуг одновременно в более чем 5 регионах есть только у 4 стран: Индия; Россия; Турция; Южная Корея.

Государственная поддержка

Государство поддерживает медцентры через несколько структур:

1. Минздрав РФ подготовил федеральный паспорт проекта. Паспорт определяет будущую информационную кампанию для иностранных граждан и сбор статистических данных по объему медицинских услуг иностранцам.

В Федеральном паспорте проекта установлены плановые показатели:

Цель: Увеличение объема экспорта медицинских услуг не менее, чем в 4 раза по сравнению с 2017 годом (до 1 млрд. долларов США) на период до 2024 года

№ п/п	Наименование показателя	Тип показателя	Базовое значение		Период, год						
			Значение	Дата	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1.	Количество пролеченных иностранных граждан (тыс. чел.)	Основной	300	31 декабря 2017 г.	432	564	696	828	960	1080	1200

2. Министерство экономического развития РФ утвердило стратегию развития экспорта услуг до 2025 года.

Она включает: страхование профессиональной ответственности поставщиков медицинских услуг; внедрение образовательных стандартов в сфере медицинского туризма; развитие телемедицины; меры по преодолению языкового барьера при получении медицинских услуг; привлечение транснациональных страховых компаний.

3. Федеральное Агентство по Туризму планирует развивать веб-сайт russia.travel, сформировать национальный бренд медицинского туризма и привлекать иностранных пациентов через туроператоров.

4. Российский экспортный центр под эгидой Министерства экономического развития РФ финансово поддержит участие медицинских организаций в международных выставках и получение международных сертификатов системы менеджмента качества (СМК).

Лечение иностранных пациентов приносит клиникам внушительный доход. В «Федеральный проект развития экспорта медицинских услуг» вошли только государственные медицинские организации. Но общий план по объему привлеченных денежных средств и количеству иностранных пациентов составлен с учетом иных медицинских организаций (входящих в структуру ФМБА, а также частных МО и др.).

Выводы

Ключевые игроки рынка

- Поддерживают мультиязычные коммуникации с пациентами и имеют сайты на иностранных языках: «Европейский медицинский центр», «МИБС», «Медицина», «Национальная медицинская сеть», «K+31», «МС», «ПЭТ-Технолджи», «Ава-Петер» и «Скандинавия», «УГМК-здоровье».
- Сайты на китайском: «ПЭТ-Технолджи», «Ава-Петер» и «Скандинавия»; возможность получить поддержку на китайском и корейском «УГМК-здоровье».

Ряд мед центров создан основными страховыми группами – хорошие возможности страховой медицины для иностранцев

Страховая Группа СОГАЗ – «СОГАЗ-Медицина»

Альфа-Страхование – «Альфа Центр Здоровья»

СК Ресо-Гарантия – «Medswiss»

Ингосстрах – «Будь Здоров»

Только два мед. центра в России имеют международную сертификацию JCI.

Странам, которые на государственном уровне развивали въездной медицинский туризм (Турция, Индия, Корея), потребовалось около 15 лет на разработку и внедрение стратегии работы с иностранными пациентами. Россия же поставила для себя амбициозную цель реализовать этот проект за 5 лет.

17 июня 2019 года В.В. Путин подписал поручение премьеру, главам МИД, МВД и ФСБ обеспечить введение с 01 января 2021 года единой электронной однократной визы для въезда иностранцев в Россию.

В «Федеральный проект развития экспорта медицинских услуг» вошли только государственные медицинские организации.

Блок 1

I. Кабинетные исследования

2. Анализ открытых источников по медицинскому туризму КНР

Текущая ситуация в сфере здравоохранения в Китае

Система здравоохранения Китая похожа на многие другие страны в том, что они предлагают как государственное, так и частное здравоохранение. Конечно, государственные больницы, как правило, дешевле и нацелены на оказание помощи менее обеспеченным, в то время как частные больницы стоят дороже и стремятся предоставлять более качественные услуги тем, кто может себе это позволить.

На 2017 год в Китае насчитывалось 16 900 частных больниц, что составляет 57,2% всех больниц в Китае. Таким образом, общее количество больниц составляло около 29 600.

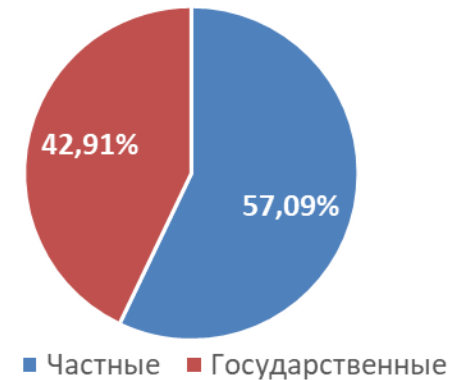
Из-за увеличения количества пожилого населения в Китае, а также хронических проблем со здоровьем, связанных с загрязнением и другими факторами, бремя, возлагаемое на государственные больницы, значительно увеличивается. Правительство Китая смягчило правила, касающиеся иностранной собственности и инвестиций в больницы, чтобы стимулировать рост в этом секторе и разделить бремя государственных больниц.

Тем не менее, ситуация не сильно улучшилась, так как здравоохранение в Китае, предоставляемое частными больницами, до сих пор достаточно слабое. Согласно оценкам специалистов, только 10% медицинских услуг предоставляются частными больницами в Китае.

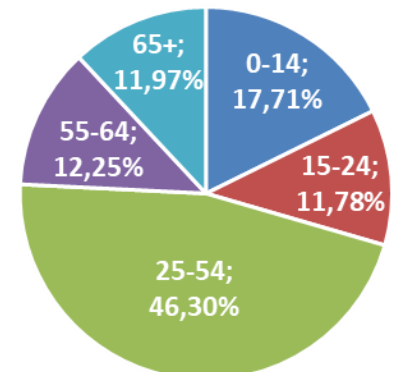
Это связано с недоступностью из-за стоимости, а также из-за стигматизации китайских граждан по отношению к частным больницам. Эта стигма связана с предыдущими десятилетиями, когда частные больницы были известны плохим обслуживанием, злоупотреблениями и приемом неопытных врачей. Государственные больницы пользуются большим уважением, и врачи, работающие в них, считаются более опытными из-за большого количества пациентов, которых они принимают ежедневно.

Учитывая текущую ситуацию, смягченные правила и демографию, китайский рынок здравоохранения изобилует возможностями как для иностранных, так и для отечественных предприятий в сфере здравоохранения.

Доли государственных и частных больниц в Китае на 2017г.



Население Китая по возрастам 2020г.



Источник: Worldometers

Популярные направления и услуги среди медицинских туристов из Китая.

Бум в медицинском туризме в Китае определенно принес пользу некоторым странам больше, чем другим. Индия, Таиланд, Южная Корея, Япония, Европа и Соединенные Штаты испытали большой наплыв китайских медицинских туристов.

Южная Корея являлась одним из самых популярных направлений китайского медицинского туризма, до тех пор пока США не разместили на территории Южной Кореи свои противоракетные комплексы. В марте 2017 года Пекин запретил туристическим агентствам в стране продавать путевки в Южную Корею. Корейская национальная туристическая организация сообщила о сокращении туристов из Китая на 25,8% за первые четыре месяца 2017 года, в связи с дипломатической и торговой напряженностью между двумя странами. В ноябре 2017 года Китай возобновил продажу тур путевок в Южную Корею из Пекина и Шаньдуна, но оставил ограничения на онлайн продажи туров.

По результатам изучения ряда открытых англоязычных источников, ниже описываются основные направления по медицинскому туризму, популярные среди жителей КНР, а также популярные медицинские услуги в этих странах.

Индия

В последние годы Индия стала одним из крупнейших направлений для медицинских туристов во всем мире. Индия особенно популярна по ряду причин, наиболее важными из которых являются низкая стоимость и современные методы лечения. Она также популярна среди многих туристов благодаря своим традиционным практикам аюрведы и йоги.

По данным Patients Without Borders, информационного агентства для потребителей, специализирующегося на индустрии медицинского туризма, по сравнению с расходами в США пациенты в Индии могут платить на 90% меньше за качественное лечение.

Индия становится все более популярным направлением для китайских медицинских туристов, особенно среди представителей низкого и среднего классов. **Аюрведа** особенно популярна у многих китайских туристов, так как она, как и традиционная китайская медицина, имеет тысячелетнюю историю. Индия также невероятно популярна из-за ее дешевых фармацевтических препаратов и непатентованных лекарств.

Тем не менее, у Индии есть репутационные проблемы, поскольку качество от больницы к больнице в Индии может сильно различаться.

Популярные направления и услуги среди медицинских туристов из Китая.

Япония

В течение достаточно долгого времени Япония остается популярным направлением для медицинских туристов благодаря своей репутации в области передовых медицинских услуг, высоких стандартов качества и обслуживания клиентов. Туристы, путешествующие в Японию по медицинским показаниям, обычно более состоятельны и часто обращаются за услугами, связанными с более серьезными заболеваниями.

Программы лечения рака и его раннего выявления в Японии являются одними из самых популярных услуг. Япония неизменно считается самым популярным направлением для китайских медицинских туристов.

Правительство Японии приняло к сведению эту тенденцию и в январе 2017 года определило 28 больниц в качестве «международных больниц», согласно Nikkei Asian Review.

В рамках этой программы правительство Японии создало подробную документацию, касающуюся тестирования, лечения, современных лекарств и услуг, доступных в каждой из этих больниц, на различных языках, с целью лучшего информирования потенциальных медицинских туристов.

Например, больница Токийского университета, одна из 28 больниц, обозначенных как международные больницы. Правительство Японии также поощряет создание агентств для обработки запросов пациентов, чтобы предотвратить попадание медицинских туристов в больницы, где языковой барьер может вызвать проблемы.



Источник: The Japan Times.

Указатели в Международной больнице Японии на четырех языках.

Популярные направления и услуги среди медицинских туристов из Китая.

Малайзия

В 2018 году Patients Without Borders назвали Малайзию одним из самых популярных направлений для медицинских туристов в мире. Малайзия стала широко известной благодаря предоставлению высококачественных услуг по конкурентоспособным ценам, экономия по которым оценивается в 65-80% по сравнению с США.

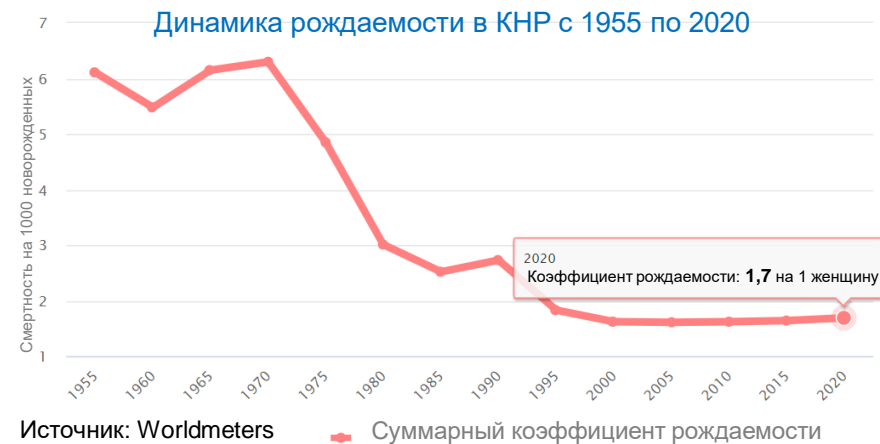
Правительство Малайзии рассматривает медицинский туризм как важную движущую силу для малайской экономики. Это привело к формированию Малазийского совета по здравоохранению, который предоставляет информацию и услуги для прибывающих медицинских туристов.

В 2017 году количество медицинских туристов в Малайзии, посетивших страну, увеличилось почти на 23%, а общее количество превысило один миллион. По прогнозам специалистов в 2020 году предположительно превысит два миллиона человек.

Система здравоохранения Малайзии особенно популярна среди медицинских туристов, обращающихся за лечением в области **фертильности, онкологии, ортопедии и кардиологии**. Малайзия вложила значительные средства в развитие этой отрасли и, как ожидается, станет одним из лидеров медицинского туризма в будущем.

Что касается фертильности, то это проблема достаточно актуальна для китайского населения. По данным Worldometers индекс фертильности в КНР на 2020 год составляет 1,7.

Суммарный коэффициент рождаемости, равный 2,1, представляет замещающий уровень рождаемости: среднее число детей на женщину, необходимое для каждого поколения, чтобы точно заменить себя без необходимости международной иммиграции. Значение ниже 2,1 приведет к снижению численности коренного населения.



Популярные направления и услуги среди медицинских туристов из Китая.

Таиланд

Таиланд достаточно давно занимает лидирующие позиции, как направление для медицинского туризма. В Таиланде самые международно-аккредитованные больницы во всей Юго-Восточной Азии. Система здравоохранения на высоком уровне, низкие цены, комфортабельные условия – неудивительно, что Таиланд является лидером.

Самыми популярными услугами среди медицинских туристов в Таиланде являются косметические операции, стоматология и дерматологические процедуры. Но аккредитованные больницы Таиланда более чем способны лечить широкий спектр других заболеваний.

По всему Таиланду много аккредитованных больниц, но одной из лучших и крупнейших в Юго-Восточной Азии считается Bumrungrad International Hospital в Бангкоке. Статистика Бумрунграда: 1,1 млн. пациентов в год, более 520 000 международных пациентов, более 190 стран, откуда приезжают пациенты, и 39 специализированных центров.

Для китайских медицинских туристов Таиланд стал местом назначения для **косметических операций, базовых медицинских осмотров и процедур против старения.**

Будучи в этом бизнесе достаточно долго, тайские больницы и поставщики медицинских услуг разработали целый ряд услуг, специально предназначенных для медицинских туристов из Китая, включая веб-сайты на китайском языке, персонал, говорящий по-китайски, и партнерские отношения с китайскими турагентами. Тем не менее, маркетинг пока считается слабым, так как репутация Тайских больниц на китайском рынке пока на этапе становления.



На фото Bumrungrad International Hospital.

Популярные направления и услуги среди медицинских туристов из Китая.

США

Соединенные Штаты выбирают элитные и богатые медицинские туристы из Китая. Соединенные Штаты признаны во всем мире как одно из самых современных мест для оказания медицинских услуг, однако затраты на эти медуслуги, делают их недоступными для китайцев среднего класса.

Основные причины, по которым китайские медицинские туристы обращаются за лечением в США, в основном связаны с **раком и бесплодием**. Соединенные Штаты считаются мировым лидером в этих областях, отсюда и их популярность.

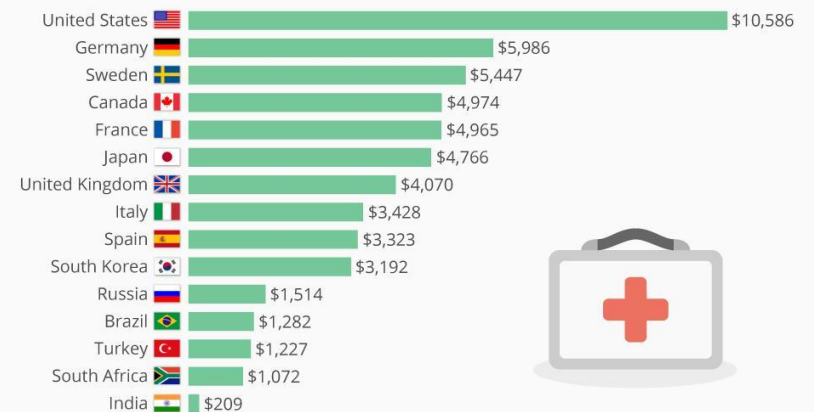
Медицинский туризм в Соединенные Штаты постоянно снижается, поскольку расходы продолжают расти, а другие страны развивают свои собственные передовые сектора здравоохранения. Скорее всего, США так и будут продолжать выбирать только богатые Китайцы. Китайские медицинские туристы с меньшим доходом, вероятно, выберут одну из перечисленных выше стран.

Объем рынка выездного медицинского туризма КНР в долларах США

По данным IMTJ, основывающихся на отчетах COTRI и UNWTO, в 2018 году около 500 000 медицинских туристов выехало за границу на лечение и потратили 10 миллиардов долларов США. 2018 годы – был бумом выездного медицинского туризма в КНР. К 2030 году COTRI прогнозирует общее количество тур. поездок за границу не менее 400 миллионов. При этом UNWTO дает прогноз в 1,8 миллиардов поездок по выездному туризму в мире к 2030 году и половину от этого должен составить выездной туризм из КНР.

The U.S. Has The Most Expensive Healthcare System

Per capita health expenditure in selected countries in 2018



© Statista.com Source: OECD



Forbes statista

Сегментация медицинского турпотока из КНР по популярным направлениям

Страна	Уровень городов КНР	Тип турпоездки	Продолжительность	Средняя стоимость чека USD	Популярные медуслуги у мед. туристов из КНР
Индия	Города 2 и 3 порядка	Групповые	2-3 дня	\$500 – 4 200	Аюрведа, лечение гепатита С
Япония	Города 1 порядка	Индивидуальные, групповые	В зависимости от сроков визы	\$50 000 - 100 000	Лечение рака и его выведение
Малайзия	Города 1 и 2 порядка	Групповые, индивидуальные	В зависимости от выбранного курса\программы\тура	\$8 000- 60 000	Фертильности, онкология, ортопедия и кардиология
Тайланд	Города 1, 2 и 3 порядка	Групповые, индивидуальные	От нескольких дней, в зависимости от типа мед услуги	\$800 - 6 200	Косметические операции, базовые медосмотры и процедуры против старения
США	Города 1 порядка	Индивидуальные	В зависимости от сроков визы и выбранного курса	\$ 220 000 - 300 000+	Онкология и лечение бесплодия

Сравнительная таблица © RUSAPAI Сегментация медицинских поездок из КНР по популярным мед. направлениям.

Источники: MediConnect India; Globaltimes; IMTJ; The Japan Times; Japan Ministry of Economy, trade and industry; Ringgit Plus; Treatment Abroad; OFX; New York Times; Wikipedia.

Пример клиник в популярных странах, принимающих международных пациентов

Страна	Название клиники	Веб-сайт	Версия на китайском
Индия	BLK Super Speciality Hospital	https://www.blkhospital.com/	--
Япония	International University of Health and Welfare Mita Hospital	http://mita.iuhw.ac.jp/	✓
Малайзия	Beacon Hospital Sdn Bhd	https://www.beaconhospital.com.my/	✓
Тайланд	Bumrungrad International Hospital	https://www.bumrungrad.com/	✓
США	Massachusetts General Hospital: International Patient Center	https://www.massgeneral.org/international/	✓

Государственное регулирование рекламы медицинских услуг на территории КНР

Граждане Китая хорошо знакомы со скандалами и плохим обслуживанием в сфере здравоохранения. Стремясь улучшить имидж сектора здравоохранения и предотвратить мошенничество, правительство Китая предприняло значительные шаги по пресечению ложной / чрезмерной рекламы медицинских услуг.

Закон о рекламе Закона Китайской Народной Республики был пересмотрен и вступил в силу в сентябре 2015 года. Его целью является регулирование рекламы и уточнение правил, касающихся рекламной деятельности. Новый закон имеет 75 разделов.

В нем уточняется определение ложной рекламы - которая содержит ложную информацию или вводит в заблуждение потребителей.

Закон устанавливает общие принципы для рекламы, передаваемой в электронном виде и через Интернет. Запрещено отправлять нежелательные рекламные объявления в электронном виде или на личный адрес. Всплывающие рекламные объявления должны быть закрыты в один клик. Интернет-провайдеров обязали прекращать незаконную рекламу через их платформы.

Радиостанции, телевизионные станции, газеты, периодические и аудиовизуальных издания, а также поставщики информационных услуг в Интернете не должны выпускать замаскированную рекламу о лечении, содержащую информацию о здоровье или поддержании здоровья.

Роль регулирующего органа, Администрации промышленности и торговли (AIC), была расширена, чтобы общественность могла сообщать о проблемной рекламе.

Закон о ложной рекламе был ужесточен, и сейчас меры наказания включают отзыв лицензий на ведение бизнеса и свидетельство о регистрации рекламы. Любая китайская медицинская клиника или больница, чья ложная реклама считается серьезным правонарушением, может быть лишена лицензии на практику.

Законы распространяются на любую рекламу в Китае, ориентированную на китайский рынок, а не только на рекламу из Китая.

Правила использования Интернета и интернет-рекламы в Китае отличаются от других стран мира, поскольку существует контроль со стороны правительства.

На следующих страницах приведены выдержки из Закона о рекламе КНР, касающиеся медицины.

Закон о рекламе КНР. Выдержки статей, касающиеся медицинской рекламы

Глава II Нормы рекламы

Статья 14 Реклама лекарственных средств, медицинских приборов и инструментов не должна содержать:

- (1) ненаучные подтверждения или гарантии эффективности;
- (2) указание скорости излечения или показатели эффективности;
- (3) сравнение эффективности и безопасности с другими фармацевтическими препаратами, медицинским оборудованием и инструментами;
- (4) использование названия или изображения медицинского исследовательского учреждения, академической организации, медицинского учреждения или эксперта, доктора или пациента в качестве доказательства; или
- (5) другая информация, запрещенная законами или административными правилами.

Статья 15 Реклама лекарственных средств должна основываться на указаниях, утвержденных административным департаментом общественного здравоохранения при Государственном совете или административными департаментами общественного здравоохранения провинций, автономных районов или муниципалитетов, непосредственно подчиняющихся центральному правительству.

Реклама лекарственных препаратов, предназначенных для использования по рекомендации врача в соответствии с предписаниями, должна быть помечена надписью «Покупка и использование по рецепту врача».

Статья 16 Специальные фармацевтические препараты, такие как наркотические, психотропные вещества, токсичные и радиоактивные лекарственные средства не должны рекламироваться.

Глава III Рекламная деятельность

Статья 31 Никакая реклама не должна разрабатываться, производиться и публиковаться для товаров или услуг, запрещенных* для производства и продажи или предоставления, а также для товаров или услуг, запрещенных для рекламы, в соответствии с законами или административными правилами и положениями.

***Запрещенные мед. услуги в КНР:** Запрещено предоставление услуг ВРТ пациентам с психическими заболеваниями, острыми инфекциями в урологической и репродуктивной системе, болезнями, передаваемыми половым путем, серьезными генетическими заболеваниями в соответствии с «Законом охраны здоровья матери и ребенка КНР». Для услуги ВРТ пара должна состоять в браке. Также запрещены: диагностика плода на выявление гендерной принадлежности, суррогатное материнство, донорство половых клеток (гамет) и компенсации за донорство, донорство эмбрионов, цитоплазматический перенос, использование гибризированной гаметы и перенос нечеловеческой гаметы и эмбрионов в организм человека.

Глава IV Экспертиза рекламных объявлений

Статья 34 В отношении рекламы товаров, таких как фармацевтические препараты, медицинские приборы и инструменты, сельскохозяйственные пестициды или ветеринарные препараты, которые будут публиковаться в эфире, кинофильмах, телевизионных программах, газетах, периодических изданиях или других средствах массовой информации, а также другие рекламные объявления, подлежат проверке перед их публикацией, как это предусмотрено в соответствии с законами или административными правилами и положениями компетентных административных органов (именуемые в дальнейшем органом по проверке рекламы), которые проверяют содержание такой рекламы в соответствии с положениями законов или административных правил и положений; при отсутствии такой экспертизы такая реклама не публикуется.

Статья 35 Если рекламодатель подает заявку на проверку своей рекламы, рекламодатель должен представить соответствующие подтверждающие документы в орган по проверке рекламы в соответствии с законами или административными нормами и правилами. Орган по проверке рекламы в соответствии с законами или административными нормами и правилами принимает решение об экспертизе.

Статья 36 Ни одно подразделение или частное лицо не может подделывать, изменять или передавать документ о решении по рассмотрению рекламы.

Глава V Юридическая ответственность

Статья 41 Если в нарушение положений статей 14–17 настоящего Закона публикуется реклама фармацевтических препаратов, медицинского оборудования и инструментов, сельскохозяйственных пестицидов, продуктов питания, алкогольных напитков или косметики. Или публикуется реклама в нарушение положений статьи 31 настоящего Закона, орган, отвечающий за контроль и надзор за рекламой, приказывает конфисковать расходы на рекламу у рекламодателя, рекламного агента и издателя рекламы, которые несут ответственность за исправления или прекращение публикации рекламы. Может также налагать штраф в размере не менее суммы рекламных сборов, но не более чем в пять раз больше этой суммы; и если обстоятельства серьезны, их рекламный бизнес должен быть остановлен в соответствии с законом.

Блок 1

I. Кабинетные исследования

2. Анализ открытых источников по медицинскому туризму Южная Корея

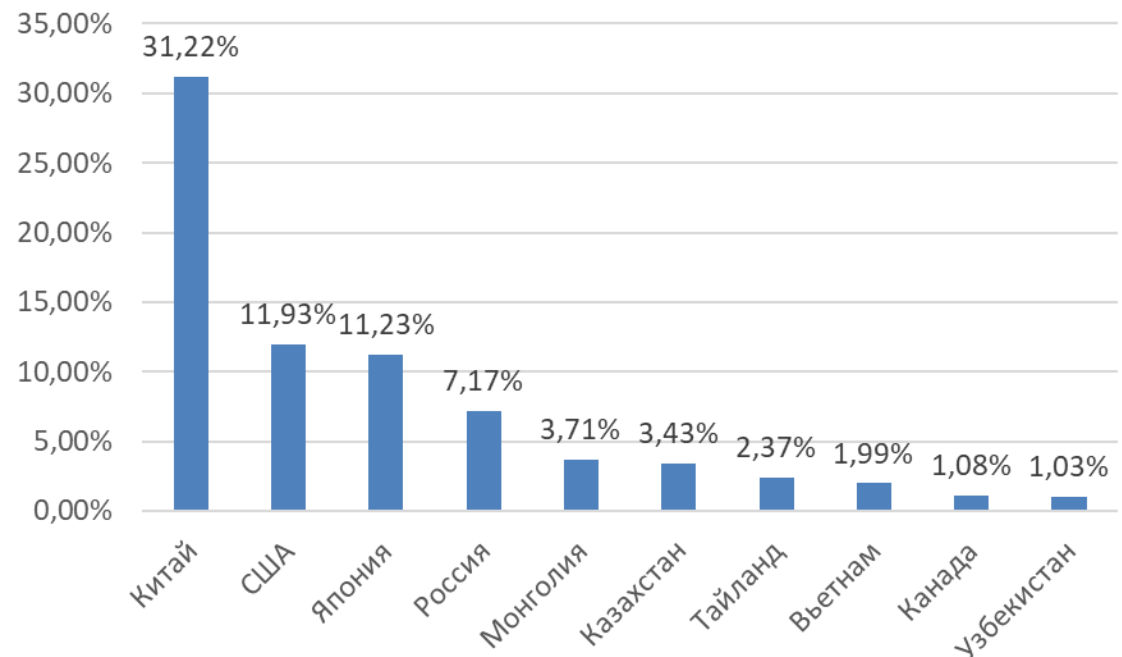
Обзор рынка въездного медицинского туризма Южной Кореи

Корея впервые разрешила принимать иностранных пациентов в 2009 году, и с тех пор, более 2,26 миллионов международных медицинских туристов приехали в Корею, из которых около 380 тысяч только в 2018 году. Показатели 2018 года являются самыми высокими за всю историю. В 2018 году медицинские туристы прибыли из 190 стран, а также было 69 стран, из которых прибыло не менее ста туристов (из каждой). По данным исследования KHIDI (Korea Health Industry Development Institute) от 2019г., материковые китайцы составляли наибольшую долю медицинских туристов в Южную Корею в 2018 году, около 31% от общего числа и увеличились на 19% по сравнению с предыдущим годом.

Почему Корея популярна?

Южная Корея – популярное направление для медицинского туризма, которое превзошли только США и Германия, согласно опросу медицинских туристов, проведенному KHIDI в 2017 году. Одна из причин заключается в том, что в Корее имеются современные и передовые медицинские учреждения и персонал. Репутация косметических операций в Корее очень высока. Многие иностранцы едут в Корею за косметическими операциями. Кроме того, многие виды лечения покрываются системой государственного медицинского страхования. Это означает, что даже иностранцы могут получать лечение по низкой цене. Например, многие американцы отказываются от лечения, потому что они не могут заплатить десятки тысяч долларов США за лечение. Неудивительно, что в 2018 году американцы составили вторую по величине долю медицинских туристов в Корее.

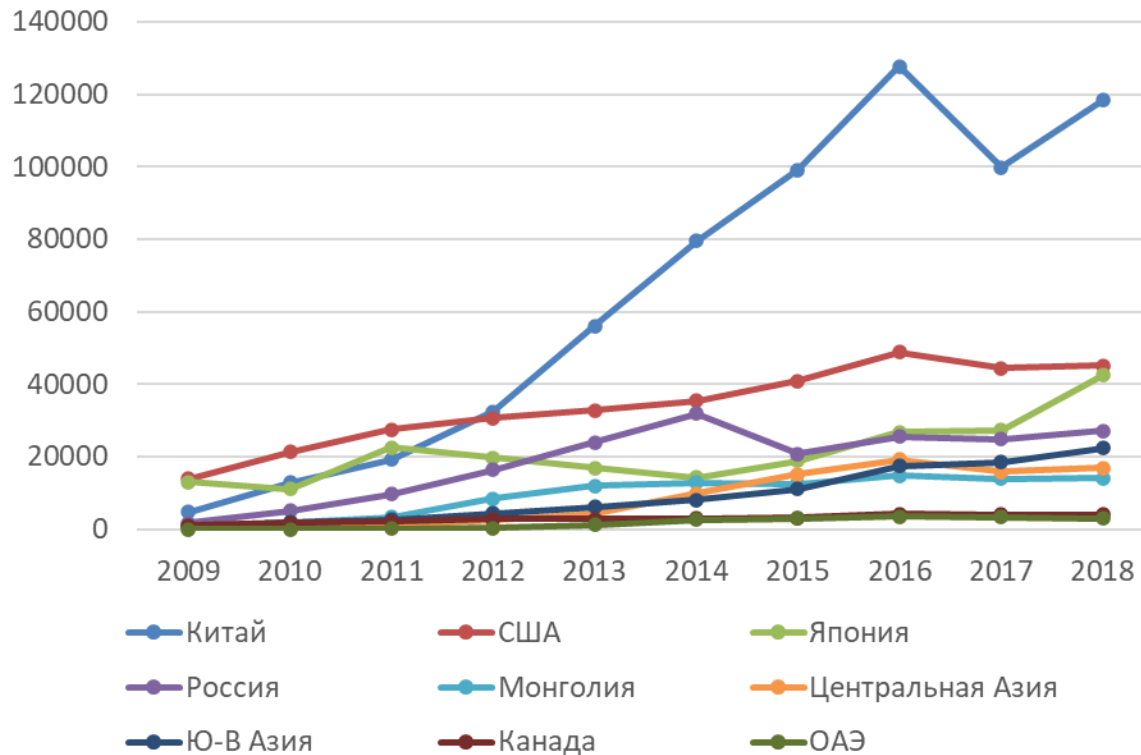
■ Распределение иностранных пациентов Южной Кореи по странам 2018



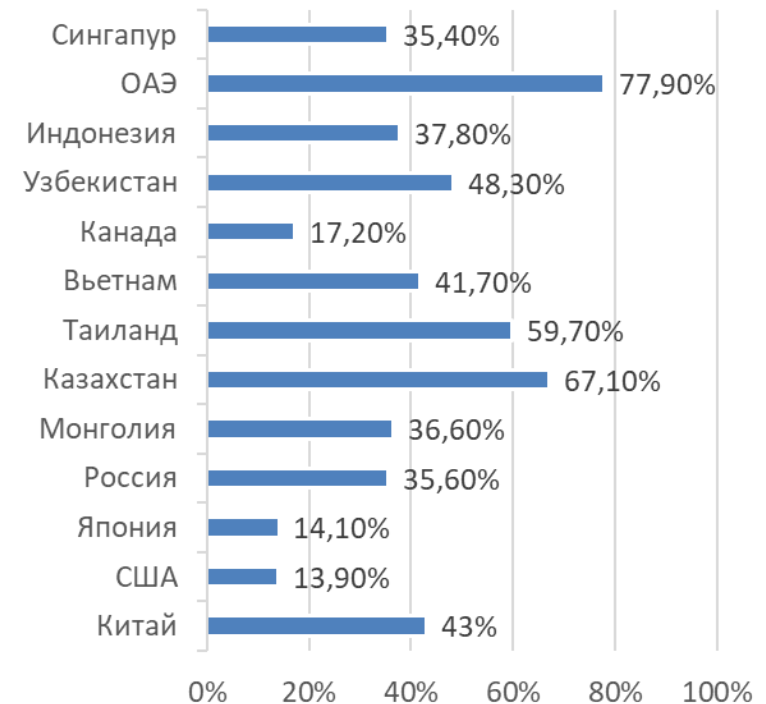
Источник: Statista

Сегментация иностранных медицинских туристов в Южной Корее по страновому признаку

Динамика посещаемости мед. туристов по странам

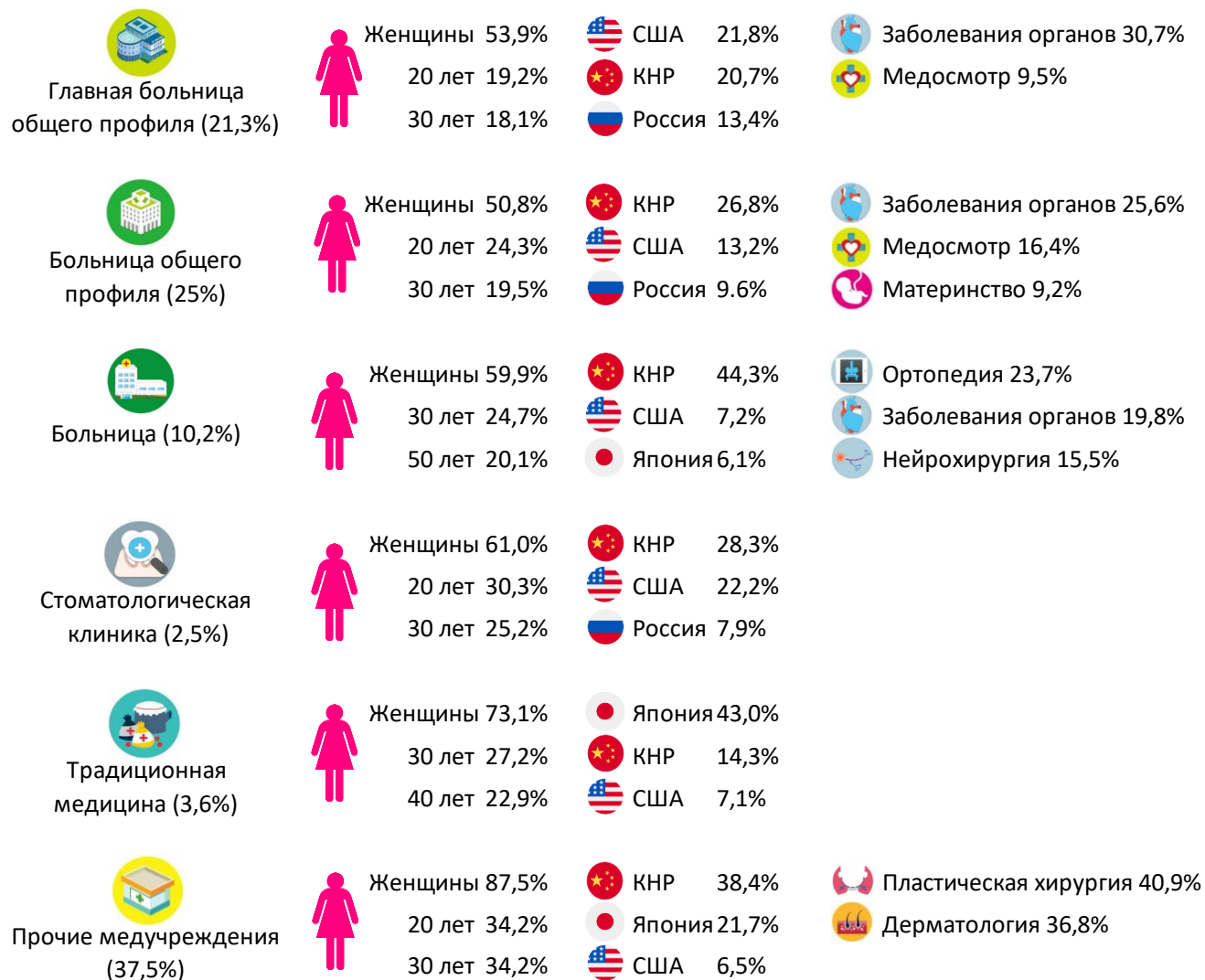


Среднегодовой темп роста по странам



По данным исследования KHIDI в 2018 году Южную Корею посетили 118 310 медицинских туристов из Китая, 45 213 из США, 42 563 из Японии, 27 158 из России, 14 042 из Монголии, 12 987 из Казахстана, 8 998 из Таиланда, 7 532 из Вьетнама, 4 098 из Канады, 3 915 из Узбекистана, 3 270 из Индонезии, 3 034 из ОАЭ, 2 566 из Сингапура.

Сегментация иностранных медицинских туристов в Южной Корее по мед. услугам



Основываясь на данных исследования KHIDI, основными иностранными потребителями медицинских услуг в Южной Корее являются женщины.

Преобладающие мед услуги, которые востребованы медицинскими туристами: лечение заболеваний внутренних органов, ортопедия, нейрохирургия, пластическая хирургия, дерматология, медосмотры, материнство.

Топ 4 страны по въезду медицинских туристов в Корею: Китай, США, Япония, Россия.

Топ операторов рынка медуслуг в Южной Корее

Место	Наименование мед. учреждения	Рейтинг	Город	Кол-во койкомест	Вебсайт
1	Asan Medical Center	93.1	Сеул	2700	http://www.amc.seoul.kr/
2	Samsung Medical Center	92.8	Сеул	1961	http://www.samsunghospital.com/
3	Seoul National University Hospital	92.4	Сеул	1780	http://www.snuh.org/
4	Severance Hospital, Yonsei University	90.4	Сеул	2595	https://sev.iseverance.com/
5	The Catholic University Of Korea, Seoul St. Mary's Hospital	90.0	Сеул	1356	https://www.cmcseoul.or.kr/
6	Ajou University Hospital	89.7	Сувон	1088	http://hosp.ajoumc.or.kr/
7	Kangbuk Samsung Hospital	89.1	Сеул	709	https://www.kbsmc.co.kr/
8	Seoul National University Bundang Hospital	88.2	Соннам	909	https://www.snubh.org/
9	Korea University Anam Hospital	88.1	Сеул	1000	http://anam.kumc.or.kr/
10	KyungHee University Medical Center	87.4	Сеул	907	http://www.khuh.or.kr/
11	Chonnam National University Hospital	87.0	Кванджу	1085	https://www.cnuh.com/
12	Chung-Ang University Hospital	86.5	Сеул	551	http://ch.cauhs.or.kr/
13	Inha University Hospital	86.3	Инчхон	925	https://www.inha.com/
14	Gangnam Severance Hospital, Yonsei University	86.0	Сеул	196	https://gs.iseverance.com/
15	Korea University Guro Hospital	86.0	Сеул	1050	http://guro.kumc.or.kr/

Источник: Newsweek powered by Statista

В таблице приведен перечень топ 15 медицинских учреждений Южной Кореи. Вебсайты всех этих клиник доступны на английском, китайской, японском и русском языках. Также на некоторых из них можно просмотреть версии на арабском и монгольском языках.

Ценовой мониторинг рынка мед. услуг Южной Кореи

Специализация / процедура	Стационар (количество дней)	Период пребывания в стране	Стоимость
Акушерство и гинекология			
ЭКО	нет	3-6 недель	5300-7000 USD
Лапароскопическая миомэктомия	4-5 дней	14 дней	4700 -13000 USD
Роды	3-4 дня	60 дней	2500-4500 USD
Диагностика			
Диагностика / базовое обследование	нет	4 рабочих дня	480 USD
Диагностика / желудочно-кишечный тракт	нет	5 рабочих дней	850 USD
Кардиология и кардиохирургия			
Коронарная ангиография (диагностическая процедура)	3 дня	5 рабочих дней	1250 USD
Аорто-коронарное шунтирование АКШ	14 дней	17-21 день	22 500 USD
Имплантация стента	3 дня	5-7 дней	1 сосуд 7 000 USD / 2 сосуда 11 700 USD
Косметология			
Медицинский уход за кожей	нет	1 день	100-300 USD (90 мин.)
Инъекция ботокс	нет	1 день	300-1000 USD (от 30 до 60 мин.)
Офтальмология			
Катаракта	1 день	7 дней	1500-1800 USD
Операция по восстановлению зрения (дальнозоркость)	2 дня	7 дней	3000 USD
FemtoLasik	нет	3-5 дней	2200 USD
Онкология			
Лучевая терапия Rapidarc (10 процедур)	нет	14 дней	3000-8000 USD
Операция по раку молочной железы	7-10 дней	14-21 день	10000-15000 USD
Химиотерапия	1 день	14 дней	1000-5000 USD (за один курс)
Ортопедия			
полная замена коленного сустава	5-10 дней	15 дней	16000-23000 USD
полная замена тазобедренного сустава	5-10 дней	15 дней	16000-23000 USD
Пластическая хирургия			
Блефаропластика	нет	7 дней	2400 - 2800 USD
Риноластика	нет	7 дней	1500 - 5000 USD
Увеличение молочной железы	нет	14 дней	8000-10000 USD
Стоматология			
Удаление зуба	нет	3 дня	90-340 USD
Установка импланта	нет	12-14 дней (1й этап)	1700-5100 USD
Протезирование	нет	7 дней	580-2500 USD

Корейское государственное медицинское страхование в минусе.

Проблема с иностранными медицинскими туристами в Южной Корее заключается в том, что они создают нагрузку на корейскую систему государственного медицинского страхования. В течение многих лет были претензии, что страховые выплаты были слишком низкими по сравнению с медицинскими расходами. Государственное медицинское страхование начало быть в плюсе с 2011 года, но это произошло потому, что среднестатистический застрахованный работодателем работник заплатил вдвое больше, чем он или она получили от страхования. Среднемесячный платеж составлял около 113 тысяч южнокорейских вон (95 долларов США), а общий доход национального медицинского страхования в Южной Корее составил около 62,7 триллиона вон южнокорейских. Сотни тысяч иностранцев усугубляют ситуацию, и правительство принимает меры. Например, иностранцы, проживающие в Корее более шести месяцев, теперь должны зарегистрироваться для получения государственного медицинского страхования. До 2019 года регистрация была необязательной для иностранцев, и в результате иностранцы пользовались страховым покрытием, не оплачивая его.

Система медицинского страхования в Южной Корее.

Система здравоохранения основана на модели социального медицинского страхования, которая является обязательной для всего населения. Национальное медицинское страхование (NHI) находится в ведении Национальной корпорации медицинского страхования (NHIC).

Все работники, работодатели, государственные служащие, учителя и их иждивенцы застрахованы по найму. Все жители в сельской местности и самозанятые в городах застрахованы самостоятельно.

NHI финансируется за счет ежемесячных взносов застрахованных, их работодателей и государственных субсидий. Медицинская страховка не покрывает полную стоимость лечения. Пациент должен оплатить 20% стационарной помощи и от 30 до 60% амбулаторной помощи, а также 30% стоимости рецептурных лекарств. Пациент оплачивает услуги, не включенные в пакет NHIC.

Блок 1

I. Кабинетные исследования

2. Анализ открытых источников по медицинскому туризму Сингапур

Ключевые показатели

Сингапур – самый дорогой город

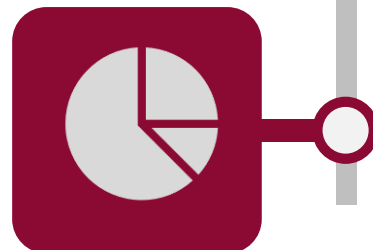
До 2018 года Сингапур 6 лет занимал первенство в звании «самый дорогой город». В 2019 году это звание Сингапур разделил с Гонконгом и Парижем.

500 000 медицинских туристов ежегодно

принимает Сингапур. Расходы на медицинский туризм сегодня составляют менее 4% от общих доходов от туризма.

1/2 мед. туристов из Индонезии

В среднем 250 000 индонезийцев ежегодно посещают Сингапур для получения медицинской помощи.



Инфляция расходов на мед. обслуживание

в 2018 году составила 10%, что в 10 раз превышает расчетный показатель в 1 процент. Стоимость медицинских визитов и лечения в Сингапуре увеличилась примерно на 9%. Но его здравоохранение все еще остается конкурентоспособным по сравнению с США.

Спад рынка мед. туризма

Сингапuru становится все труднее удерживать свое звание одного из главных направлений медицинского туризма в регионе, так как для пациента более выгодное соотношение цены и качества в соседних странах, таких как Таиланд, Малайзия и Индия.

Показатели туристического рынка Сингапура

В 2018 году около 18,5 миллионов иностранных туристов посетили Сингапур. Это на 6,22% больше, чем в 2017 году, когда Сингапур посетило 17,4 миллиона туристов.

На 2019 год Сингапурского совета по туризму (STB) прогнозировало, что общее число прибывающих посетителей будет в диапазоне от 18,7 до 19,2 млн., увеличение на 1-4% по сравнению с прошлым годом. Прогнозы были реализованы. По данным STB, в 2019 году Сингапур привлек около 19,1 млн. туристов, доход от которых составил 27,1 млрд. долл. США.

Количество медицинских туристов

Количество медицинских туристов рассчитано STB с использованием данных учета аэропорта Чанги. По данным республики в 2018 году она получила только половину медицинских туристов от ежегодного количества мед. туристов в 500 000 человек.

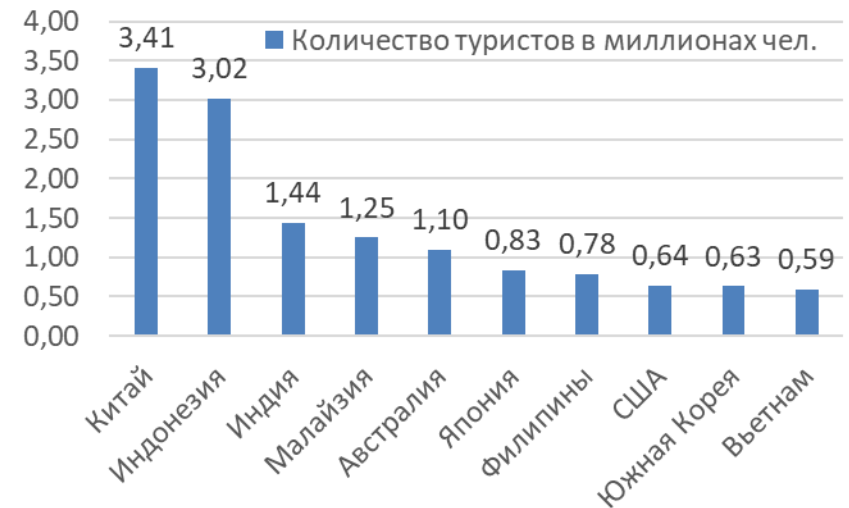
Сегментация по странам

По данным STB за 2018 год*, пятью основными странами, которые посещают Сингапур, являются:

Китай, Индонезия, Индия, Малайзия и Австралия. Число посетителей из всех этих стран выросло в 2017 году, при этом Индия показала наибольший рост на 13,4% с 1,44 млн. Посетителей.

Прибытие из Китая, Индии, Филиппин, Великобритании, США, Вьетнама и Германии достигло рекордного уровня в 2018 году.

*Данных за 2019 год пока нет.



Источник: Singapore Tourism Board

Объем рынка мед. услуг Сингапура

С 2015 года STB прекратило предоставлять данные о доходах от медицинского туризма.

Согласно более ранним данным STB, доходы от медицинского туризма в 2012 году составили 1,1 миллиарда долларов, а в следующем году снизились до 832 миллионов, а в 2014 году немного выросли до 994 миллионов. Далее медицинский туризм был отнесен к общей категории «Другие», которая включает доходы от туристов на местный транспорт (паромы, круизы), образование и др. STB отказались публично комментировать изменения.

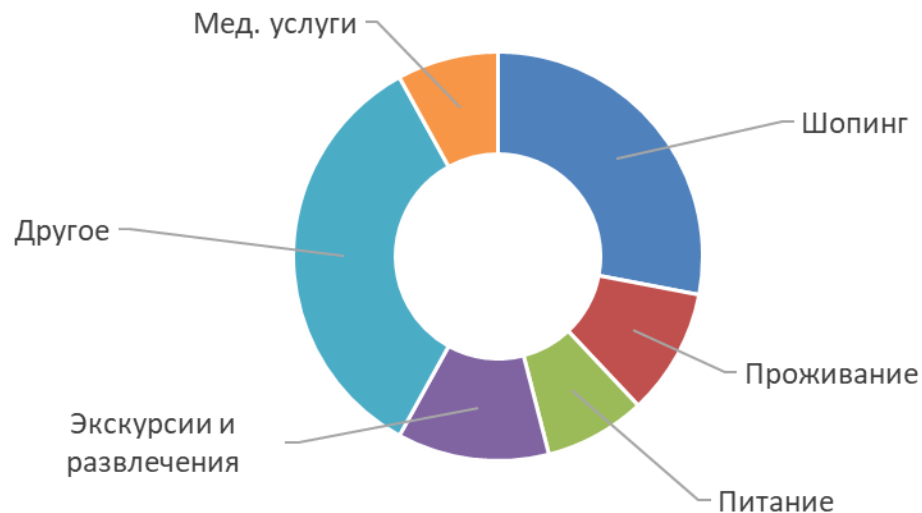
В 2017 году показатель доходов «Другие» достиг отметки в 5,8 млрд долларов США.

Однако по данным STB в последние годы расходы туристов на медицинский туризм составляли менее 4% от общих доходов от туризма.

В 2017 году доходы Сингапура от туризма составили 17,7 миллиарда долларов США. Соответственно, опираясь на вышеупомянутые данные в 4%, предположительно доход от медицинского туризма оставил 708 миллионов долларов США в 2017 году.

Сегментация расходов туристов в Сингапуре

■ Шопинг	14%
■ Проживание	5%
■ Питание	4%
■ Экскурсии и развлечения	6%
■ Другое	17%
■ Мед. услуги	4%



Влияние инфляции на рынок мед. услуг Сингапура

Специалисты наблюдают падение прибыли в сегменте медицинского туризма. Одной из причин является рост затрат на рабочую силу, на которую в 2017 году приходилось почти половина деловых расходов сектора. Но некоторые также ссылаются на спад медицинского туризма в регионе, как на один из способствующих факторов.

«Усиление конкуренции со стороны Малайзии и Таиланда в сфере здравоохранения может оказать давление на местный рынок здравоохранения в ближайшие годы», – говорится в отчете PwC (PricewaterhouseCoopers) за 2018 год.

Здравоохранение в Сингапуре становится все более дорогим. Например, данные Департамента статистики Сингапура показывают, что инфляция в сфере здравоохранения опередила общую инфляцию примерно на 9,5% за последние 5 лет. Кроме того, стоимость медицинских услуг увеличилась примерно на 9% в 2017г. Сингапур становится дорогим местом для тех, кто нуждается в регулярных посещениях врачей и лечении.

Согласно отчету Mercer Marsh Benefits «Медицинские тенденции в мире за 2019 год», в 2018 году уровень медицинских тенденций в Сингапуре, который измеряет инфляцию расходов на медицинское обслуживание, составлял 10%, что в 10 раз превышает прогнозируемый уровень инфляции в экономике Сингапура в 2018 году, составляющий 1%.

Показатель экономической инфляции был получен из базы данных «Перспективы развития мировой экономики» Международного валютного фонда за январь 2019 года. Официальный уровень инфляции в Сингапуре составил 0,4 процента.

Инфляция расходов на медицинское обслуживание в Сингапуре была несколько ниже, чем в среднем по Азии, составив 10,4%, причем Сингапур занял шестое место по величине инфляции среди 11 азиатских стран, исследованных по данной тематике.

Инфляция стоимости мед. услуг

Страна/ Регион	2018	2019 предварительные данные
В мире	9.7%	9.6%
Китай	9.7%	10.2%
Гонконг	9.3%	9.1%
Индия	8.5%	9.3%
Индонезия	11.0%	10.5%
Малайзия	13.4%	13.6%
Филиппины	13.0%	13.7%
Сингапур	10.0%	10.1%
Южная Корея	6.0%	5.0%
Тайвань	11.5%	9.1%
Тайланд	7.9%	8.5%
Вьетнам	14.5%	14.2%

Источник: Mercer

Ценовой мониторинг рынка мед. услуг Сингапура

Вид мед. услуги	Стоимость по последним доступным стат. данным МОН от 2015 г.*	По данным предварительного расчета стоимости мед. услуг на сайте МОН (Ministry of Health Singapore - Министерство здравоохранения Сингапур) Февраль 2020 г.			
	Усредненная стоимость по всем клиникам	Государственные больницы / центры (субсидированные)	Государственные больницы / центры (не субсидированные)	Частные больницы / клиники	
				Стоимость самой манипуляции/операции	Полный счет, с учетом других расходов
Операция по удалению желчного пузыря (сложное):	\$5,500 - 8,600 +	\$1,687 - 2,733	\$7,848 - 9,664	\$5,560 - 8,500 +	\$22,107 +
Геморроидэктомия:	\$3,000 - 3,500 +	\$1,353 +	N/A, менее 30 случаев	\$3,000 - 3,750	\$8,795 - 11,332
Хирургия кисти, запястья:	\$4,300 - 7,200	\$2,458 - 3,917	N/A, менее 30 случаев	\$6,400 - 9,800	\$20,641 - 22,586
Коронарное шунтирование:	\$16,050 - 25,00 +	\$7,346 - 9,473	\$18,204 - 19,880	\$6,000 - 9,000	\$32,298 - 37,408
Герниопластика (грыжесечение):	\$4,400 - 8,000 +	\$1,382 - 1,935	\$4,680 - 5,443	\$3,200 - 5,350	\$14,154 - 16,818
Частичная замена тазобедренного сустава:	N/A	\$4,750 - 6,278	\$18,264 +	\$6,400 - 9,100 +	N/A
Полная замена тазобедренного сустава:	\$8,550 - 12,851	\$5,989 - 7,017	\$20,540 - 23,540	\$8,550 - 12,850 +	\$35,484 +
Гистерэктомия при доброкачественных состояниях:	\$6,400 - 9,500	\$3,053 - 4,273	\$9,887 - 12,584	\$6,400 - 9,050	\$20,649 - 24,583
Артроскопическая операция на колене:	\$8,550 - 10,700 +	\$1,958 - 2,413	\$7,136 - 8,063	\$5,700 - 7,500	\$15,363 - 23,942
Операция по замене коленного сустава:	\$11,750 - 17,100	\$6,027 - 7,088	\$20,749 - 23,781	\$8,250 - 10,700	\$34,014 - 40,129
Литотрипсия мочекаменная болезнь:	\$3,200 - 5,150	\$1,022 - 1,251	\$3,617 - 4,167	\$3,650 - 5,150	\$9,249 - 13,374
Тонзиллэктомия и/или аденоидэктомия:	\$4,050 - 5,350	\$1,194 - 1,492	\$5,744 - 7,098	\$4,050 - 5,350	\$11,515 - 14,710
Опухоль молочной железы - удаление\биопсия:	\$5,450 - 10,700 +	\$919 - 1,009	\$2,863 - 3,284	\$2,500 - 3,200	\$8,916 - 11,143

Сравнительная таблица цен на мед услуги в Сингапуре © RUSAPAI на основании данных Ministry of health Singapore.

* С 2015г. Министерство здравоохранения Сингапура перестало предоставлять официальную статистику.

Список мед. услуг показан для примера и не является полным, но дает представление о предположительных расходах на лечение в Сингапуре. Знак «+» рядом со стоимостями, указывает, что можно ожидать более высокую стоимость, если возникнут какие-либо осложнения или вспомогательные процедуры в течение курса лечения.

Благодаря данной сравнительной таблице, мы также можем отследить влияние инфляции на стоимости мед. услуг за последние 4 года.

Операторы рынка мед. услуг Сингапура

Преимуществом Юго-Восточной Азии в привлечении медицинских туристов является прочная база медицинских центров, аккредитованных Объединенной международной комиссией (Joint Commission International – JCI), которые считаются «золотым стандартом» в области здравоохранения и безопасности пациентов.

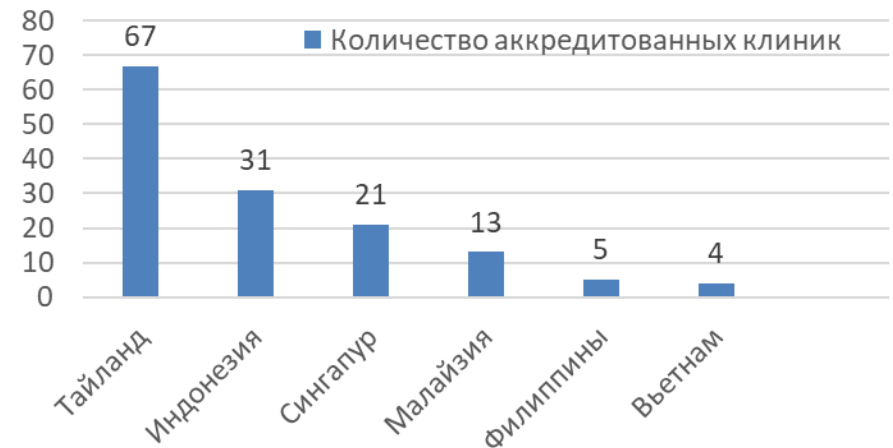
В настоящее время в Сингапуре действует 21 аккредитованный центр JCI, в Таиланде - 67, в Индонезии - 31.

Согласно проведенному исследованию веб-сайтов аккредитованных поставщиков медицинских услуг Сингапура, клиники сегментируются по принадлежности к сети предоставляющей мед. услуги. (См. таблицу «Операторы рынка мед. услуг Сингапура» на следующей странице).







Таким образом выделено несколько сетей международного уровня и несколько национального уровня. Например Parkway Pantai, Ltd., помимо Сингапура, имеет клиники в Брунее, **Китае**, Гонконге, Малайзии, Индии, Вьетнаме и Объединенных Арабских Эмиратах. Johns Hopkins Medicine и Raffles Medical Group также имеют международные сети клиник, с наличием мед центров в Китае.

Эти международные сети используют маркетинговые инструменты, применимые для рынка КНР: наличие веб-сайта на китайском языке, поддержка на китайском языке, наличие аккаунтов в социальных сетях КНР.

Сети национального уровня на данном этапе не используют подобные маркетинговые инструменты для рынка КНР.



Операторы рынка мед. услуг Сингапура

Сеть	№	Наименование клиники	Ссылка	Профиль	Маркетинговые инструменты
 Parkway Pantai	1	Parkway Hospitals Singapore Pte Ltd - Mount Elizabeth Hospital	https://www.mountelizabeth.com.sg/	Многопрофильный: Неврология, ортопедия, онкология, педиатрия, оториноларингология, сердечно-сосудистые заболевания, эндокринология, урология, гинекология и др.	Возможность просмотра сайта на китайском языке, есть страничка клиники в Weixin (Вичат) и Weibo @MountElizabethSG https://www.weibo.com/u/5728181221
	2	Parkway Hospitals Singapore Pte Ltd - Gleneagles Hospital	https://www.gleneagles.com.sg/		Возможность просмотра сайта на китайском языке
	3	Parkway Hospital Singapore Pte Ltd - Mount Elizabeth Novena Hospital	https://www.mountelizabeth.com.sg/about-us/mount-elizabeth-novena		Возможность просмотра сайта на китайском языке, есть страничка клиники в Weixin (Вичат) и Weibo @MountElizabethSG https://www.weibo.com/u/5728181221
	4	Parkway Hospitals Singapore Pte Ltd - Parkway East Hospital	https://www.parkwayeast.com.sg/		-
 National Healthcare Group	5	Institute of Mental Health	https://www.imh.com.sg/	Психиатрия	-
	6	Tan Tock Seng Hospital	https://www.ttsh.com.sg/	Многопрофильный	-
	7	National Healthcare Group Polyclinics (NHGP)	Входит 8 поликлиник на территории Сингапура Сайт с 6 индивидуальными страничками поликлиник, у 2х нет страничек https://www.nhgp.com.sg/Find_A_Polyclinic_Near_You/	Педиатрия, Диагностика диабетической стопы, Диагностика диабетической стопы Диагностика диабетической сетчатки, Диетология, Физиотерапия, Психология, Программа отказа от курения, Процедурный кабинет, Женское здоровье и др.	-
	8	National University Hospital	https://www.nuh.com.sg/	Многопрофильный	-
	9	Khoo Teck Puat Hospital	https://www.ktph.com.sg/	Многопрофильный	-
	10	National Skin Centre	https://www.nsc.com.sg/	Дерматология, косметология	-
 SingHealth DukeNUS Academic Medical Centre	11	Singapore National Eye Centre (SNEC)	https://www.snec.com.sg/	Офтальмология	-
	12	National Heart Centre Singapore	https://www.nhcs.com.sg/	Кардиология	-
	13	KK Women's and Children's Hospital	https://www.kkh.com.sg/	Для женщин: мультинаправленность, включая пластическую хирургию Для детей: мультинаправленность	-
	14	Singapore General Hospital (SGH)	https://www.sgh.com.sg/	Многопрофильный	-
	15	National Cancer Centre of Singapore Pte Ltd	https://www.nccs.com.sg/	Онкология, радиология и др.	-
	16	National Dental Centre of Singapore Pte Ltd	https://www.ndcs.com.sg/	Стоматология	-
	17	SingHealth Polyclinics	Входит 9 поликлиник на территории Сингапура На сайте есть индивидуальные странички для 8 поликлиник https://polyclinic.singhealth.com.sg/patient-care/our-polyclinics	Различные обследования и скрининги, физиотерапия, подиатрия, стоматология и др.	-
	18	Changi General Hospital	https://www.cgh.com.sg/	Многопрофильный	-
 Johns Hopkins Medicine	19	Johns Hopkins Singapore	https://www.hopkinsmedicine.org/singapore/	Многопрофильный	Возможность получить поддержку на китайском языке, есть страничка клиники в Weibo https://www.weibo.com/hopkinsmedicine
 Raffles Medical Group	20	Raffles Hospital	https://rafflesmedicalgroup.com.sg/	Многопрофильный	Возможность просмотра сайта на китайском
 Infectious Disease Partners	21	Infectious Disease Partners Pte Ltd	https://www.idspecialists.sg/	Инфекционная, вакцинация	Возможность просмотра сайта на китайском

Привлечение международных медицинских туристов в Сингапур

Совет по туризму Сингапура (STB) подтвердил, что он больше не использует медицинский туризм в качестве стратегии по привлечению туристов.

Несмотря на это, некоторые больницы продолжают привлекать мед. туристов и разработали инновационные способы сделать медицинские поездки не просто лечением.

Например, в одной из больниц Сингапура, планшет можно использовать не только для просмотра мед. данных, но и для заказа еды, покупок в Интернете и доставки покупок в место по выбору пациента.

В Сингапуре также созданы международные центры обслуживания пациентов (IPSC), которые работают как «медицинские туристические агентства». IPSC разработаны специально для медицинских туристов и пациентов-эспатриантов и прикреплены к больницам для предоставления информации и помощи иностранным пациентам. IPSC предоставляют пациентам цены на услуги больниц и координируют встречи со специалистами здравоохранения.

Сингапур также расширяется за счет открытия новых больниц за рубежом и выхода на развивающиеся страны.

Например, Сингапурская медицинская группа заключила партнерство с индонезийской Ciputra Group по созданию центра по уходу за глазами в Джакарте. Thomson Medical направляет сюда пациентов из своих центров в Малайзии и Индонезии, или наоборот, если им требуется технология или опыт, которых нет в их стране.

Эксперты в области здравоохранения считают, что Сингапур останется популярным местом для комплексного лечения, привлекая пациентов с новых рынков, таких как Китай и Индия. Китай все еще остается «новым рынком» по привлечению медицинских туристов.

Традиционные рынки сейчас уходят в другие страны, а китайские медицинские туристы, которые сейчас могут позволить себе дорогое обслуживание, отправляются в Сингапур за дорогим и сложным зарубежным лечением. Китайские пациенты посещают Сингапур для лечения, так как услуги в КНР не соответствуют мировым стандартам

Сингапур имеет преимущество в привлечении китайских туристов. 70% населения имеют китайское происхождение. Более простая визовая политика и более частые и прямые рейсы означают, что китайские туристы предпочтут посетить Сингапур.

Международные центры обслуживания пациентов (IPSC)

Для размещения большого количества иностранных пациентов в Сингапуре в стране созданы 24 международных центра обслуживания пациентов (IPSC). IPSC – это универсальные центры для медицинских туристов, предлагающий широкий спектр услуг от размещения до осмотра достопримечательностей. IPSC помогают пациентам ориентироваться в системе здравоохранения Сингапура, во время пребывания пациентов в стране.

IPSC привязаны к крупнейшим сингапурским больницам и медицинским центрам в стране. Например, пациент, отправляющийся в Сингапур для операции на сердце, может посетить IPSC в Национальном кардиологическом центре Сингапура. В IPSC пациент получит полную поддержку, что гарантирует его информированность во время пребывания в больнице в Сингапуре. IPSC проконсультирует по поводу предполагаемой стоимости лечения и обеспечит полную связь со страховой компанией пациента.

IPSC также предложит помощь в оформлении заказов, медицинских справок, госпитализации, переводческих услуг, эвакуации, скорой помощи и организации поездок, таких как перелеты, трансферы из аэропорта, транспорт в городе, проживание и подача виз. IPSC также может посоветовать чем можно заняться в Сингапуре во время периода выздоровления пациента, например, осмотр достопримечательностей и другой досуг. IPSC также предлагает услуги консьержа, такие как обмен валюты, стирка, почтовые услуги, услуги частной медсестры, услуги бизнес-центра для доступа в Интернет, факс и копирование документов.



Источник: Ruffles Medical Group

Блок 1

I. Кабинетные исследования

3. Оценка системы страхования выездных корейских туристов, анализ рынка страховых услуг Кореи.

Страхование выездных туристов из Южной Кореи.

В результате экспресс-опроса с участием главы южнокорейской туркомпании и часто путешествующих граждан Южной Кореи, удалось выяснить, что общая мед. страховка не покрывает страховку во время путешествий. При поездках, туристы выбирают самый дешевый и простой вариант стоимостью около 20 долларов США. Туристическую страховку также можно оформить в аэропорту Инчхон перед вылетом.

Одним из самых популярных сервисов в Южной Корее для оформления туристической страховки является «Ккабу»:

<https://www.tourkkambu.com/Insurance/Main.aspx>

Данный сервис дает путешественникам возможность оформления страховки онлайн, либо через приложение на мобильном телефоне.

Основные операторы рынка страхования в Южной Корее

На рынке Южной Кореи существует 54 страховые компании: 24 – страхование жизни (15 корейских и 9 иностранных компаний) и 30 компаний, не являющихся страховщиками жизни (13 корейских и 17 иностранных).

В 2018 году доля рынка иностранных страховщиков жизни увеличилась до 19,3%. Hyundai Life изменила свое название на Fubon Hyundai Life Insurance, после изменения порядка размещения акций большинства акционеров. По данным компании, частное размещение новых акций на сумму 300 млрд. вон (266,5 млн. долл. США) увеличило долю тайваньского Fubon Life Insurance с 48,62% до 62,4%. Таким образом, Fubon Hyundai была включена в группу иностранных страховщиков с сентября 2018 года. PCA Life Insurance была исключена из группы иностранных страховщиков в связи с приобретением Mirae Asset Life компании PCA Life в 2017 году.

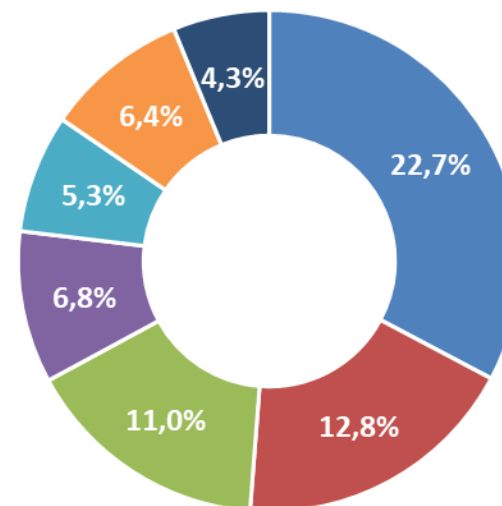
Классификация	Компания
Life Insurance Страхование жизни	Tong Yang Life insurance
	Hanwha Life Insurance
	Samsung Life Insurance
	Mirae Asset Life Insurance
	Orange Life Insurance
Non-Life Insurance Иное страхование (не связанное с жизнью)	Meritz Fire & Marine Insurance
	Korean Reinsurance
	Lotte Non-life Insurance
	DB Insurance
	Heungkuk Fire & Marine Insurance
	Hanwha General Insurance
	Samsung Fire & Marine Insurance
Hyundai Marine & Fire Insurance	

Источник: Korea Listed Companies Association

Доли операторов страхования жизни на рынке Южной Кореи.

Доля рынка трех крупнейших страховщиков жизни (Samsung, Hanwha, Kyobo) в 2018 году увеличилась до 46,5%.

Место	Компания	Доля рынка		
		2016	2017	2018
1	Samsung Life	23,3%	23,1%	22,7%
2	Hanwha Life	12,7%	12,1%	12,8%
3	Kyobo Life	10,2%	10,2%	11,0%
4	Nong Hyup	7,9%	7,1%	6,8%
5	Mirea Asset Life	5,6%	5,2%	5,3%
6	Tong Yang Life	4,9%	4,9%	4,6%
7	Heungkuk Life	4,7%	4,2%	4,3%



Источник: KIDI, Monthly Insurance Report, Issues

Примеры страховых продуктов для граждан Южной Кореи выезжающих за границу

Atlas - Международная туристическая страховка для жителей Кореи

- Цены начинаются с 1 доллара в день при покрытии до одного года
- Включает медицинское страхование, медицинскую эвакуацию и репатриацию останков
- Предоставляет круглосуточную помощь по всему миру и медицинскую помощь
- Другие преимущества включают потерянный багаж и паспорта, а также неотложную стоматологическую помощь.
- Перестраховка Lloyd's of London - рейтинг A +
- Может также обеспечить покрытие при поездке в Соединенные Штаты

Patriot - Международное страхование путешествий для резидентов Кореи

- * самый популярный план страхования путешествий
- Лимиты покрытия до 2 000 000 долларов США
- Нет совместного страхования
- Обеспечивает доступ к более чем 17 000 врачей и учреждений во всем мире
- Включает медицинскую страховку, медицинскую эвакуацию (до 500 000 долларов США), потерянный багаж и многое другое
- Высокий рейтинг A.

Источник: Asia Insurance

Блок 1

I. Кабинетные исследования

4. Анализ отраслевых онлайн-площадок по медицинскому туризму в китайском сегменте интернета

Примеры рекламной стратегии на рынке КНР на примере Японии, Кореи и Таиланда

После принятия в 2015 году закона “О регулировании медицинской рекламы” продвижение мед. услуг стало проблематичным для многих клиник, особенно зарубежных. Теперь для публикации рекламы, связанной с медициной, требуется специальное разрешение, выданное «Административным управлением промышленности и торговли КНР». Зарубежные клиники решают проблему цензуры кооперацией, которую условно можно подразделить на несколько видов:

Продвижение с помощью кооперации



Местная отраслевая кооперация зачастую происходит под началом государства, финансово поддерживающего отрасль медицинского туризма. Вместе они занимаются продвижением на таких китайских ресурсах, как Baidu, WeChat, Weibo, Strip. Именно сайты кластеров мед. клиник в определенной стране следуют первыми по запросу «мед. туризм за рубежом» в главном китайском поисковике Baidu. Ниже приведены несколько примеров разного вида коопераций.

Примеры коопераций для продвижения на китайском рынке

Visit Medical Korea (<http://chinese.visitmedicalkorea.com/chinese/pt/index.do>)

Характеристика: сайт при поддержке правительства Республика Кореи (департамент развития культуры и туризма и корейский институт развития индустрии здравоохранения). Торгово-консалтинговая площадка. Имеет несколько разделов: поиск клиник по городам, типам лечения, оздоровительным процедурам, поиск консалтинговых и сервисных компаний, новости о медицине в Корею, форум. Также сайт оказывает услугу консультирования по медицинскому туризму в Корею онлайн. Первый в строке выдачи в Baidu на запрос «медицинский туризм за рубежом консультация». Пример местной отраслевой кооперации.

MRSO (<http://www.japanmedical.cn/>)

Характеристика: агрегатор медицинских услуг Японии для китайцев. Партнёр самого крупного китайского туристического холдинга Strip, сотрудничает с 700 клиниками, оказывает консультацию по мед. туризму в Японии в течение рабочего дня. Объединенная информационная, торговая, консалтинговая площадка, где можно посмотреть цены на услуги и записаться на приём. Пример местной отраслевой кооперации.

Amazing Thailand (<http://www.amazingthailand.org.cn/>)

Характеристика: сайт государственного управления по делам туризма. Имеет многостороннюю туристическую тематику, которая включает в себя как рекомендации по экскурсиям, отелям, транспорту, так и по медицинским клиникам. Страница с медицинскими учреждениями представляет собой краткое описание нескольких клиник, со следующими за ними ссылками на сайты. Пример кооперации с туристической отраслью в целом.

Oasis Healthcare (<https://www.oasis-hcc.com/>)

Характеристика: торгово-консалтинговая площадка, сайт японо-китайской компании. Осуществление поиска по типам лечения и больницам Японии, записи на приём, регистраций заявок на медицинскую визу. Оказание услуг языковой поддержки, сопровождения, заселения, помощи маломобильным гражданам с китайской стороны. Пример кооперации с китайской компанией.

Оптимизация сайта в поисковиках и социальных сетях

Экосистема Baidu

Baidu – крупнейшая компания, предоставляющая различные интернет-сервисы. Самым популярным из них является главный поисковик Китая Baidu.com, насчитывающий 174 миллиона активных пользователей в день и занимающий 80% сферы поисковиков Китая. Другие сервисы этой компании также являются лидерами на китайском рынке. Из них стоит отметить baidu.maps (карты), baidu.zhidao (служба вопросов и ответов). В контексте продвижения медицинских услуг в китайском сегменте Интернета, прежде всего, необходимо обратить внимание на эти ресурсы.

Baidu.com – SEO Запросы в поисковый сервис – один из основных способов поиска пациентом интересующего лечения. SEO (поисковая оптимизация) направлена на поднятие позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей. Эффективным SEO считается поднятие сайта на первую-вторую страницу выдачи.



Baidu.zhidao (Q&A) представляет собой сервис «вопрос-ответ». Его преимущество заключается в том, что в результатах выдачи на поисковый запрос в Baidu он всегда следует первым. Также его можно использовать для создания эффекта рекомендации от живого пользователя. В данный момент в данном сервисе уже существует несколько вопросов о медицинских клиниках Владивостока, на которые конкретных ответов не даётся.



Baijiahao Блог-платформа при поддержке Baidu. Имеет более 2 миллионов постов и множество блогов на разную тематику. Широко используется для продвижения международного медицинского туризма: следует на первых страницах по запросам о лечении за рубежом.



Baidu.maps Ещё один распространённый способ поиска клиники – карты. Baidu.maps является самым популярным сервисом такого рода среди китайцев (в том числе, выезжающих за рубеж, так как все сервисы Google, включая Google.maps, удалены из маркета приложений китайских телефонов). Добавление локации клиники, а также использование возможностей добавления оценок и комментариев, существующих в данном сервисе, повышает вероятность посещения клиники иностранным туристом, особенно в случае необходимости экстренного лечения.



WeChat

WeChat – это многозадачная интернет-платформа, совмещающая в себе мессенджер, социальную сеть, платёжную систему и множество мини-сервисов. В 2018 году аудитория WeChat достигла 1.08 миллиарда активных пользователей в месяц. Это – пятое по числу использования приложение в мире. Большая часть коммуникаций внутри Китая происходит именно через это приложение.



Страница клиники

Страница предприятия в WeChat – один из показателей надёжности в глазах китайцев. Страница может совмещать в себе информативную и коммуникативную функции. Информация конфигурируется по кнопкам и тегам (например: блог, кейсы успешного лечения, процедура лечения и т.д.) Также внутри вложена кнопка прямого чата клиники и потенциального клиента. Способ перехода на страницу клиники в WeChat – QR код, удобный как для того, кто размещает рекламу, так и для того, кто переходит по ссылке. Помимо создания собственной страницы, также существует возможность публикаций рекламных статей в различных блогах на туристическую и медицинскую тематику.

Dianping

Одна из мини-программ WeChat, сервис, где пользователи могут оставлять и смотреть отзывы и оценки. В 2018 году аудитория насчитывала 290 миллионов пользователей в месяц. В данный момент Российские клиники всецело не присутствуют в данном сервисе, однако работа в нём имеет большой потенциал для повышения информативности о продукте в китайском сегменте Интернета и работы в сфере управления репутацией (ORM).

Weibo

Популярный в Китае сервис блогов, одна из крупнейших социальных сетей в Китае. Согласно данным за 2018 год, насчитывает около 445 миллионов активных пользователей в месяц.

Работа в Weibo подразумевает собой, во-первых, ведение собственной страницы, во-вторых, создание публикаций с хеш-тегами для поиска. Ещё одна возможность: работа с блогами, предоставляющими скидки «хунбао» (красный конверт). Ниже представлены возможные варианты размещений.

- «Rang hongbao fei». Сайт со скидками, 44 миллиона подписчиков. (https://www.weibo.com/u/3912522941?is_hot=1)
- «Jiankangjie guoji». Отраслевой блог по международной медицине, 13 тысяч подписчиков. (https://www.weibo.com/u/6726553097?is_hot=1)
- «Jiankang Shibao». Аккаунт газеты по медицине, 13 тысяч подписчиков. (https://www.weibo.com/jiankangshibaoblog?is_hot=1)



Обзор возможностей продвижения на крупных Интернет-ресурсах

C-trip.com

Крупнейший китайский поставщик всех туристических услуг, главный агрегатор туризма в Китае. По информации DMR за 2019 год, имеет около 150 миллионов активных пользователей в месяц. С некоторого времени приостановил продажу медицинских туров, однако оставил возможность публикации рекламных статей на медицинскую тематику.

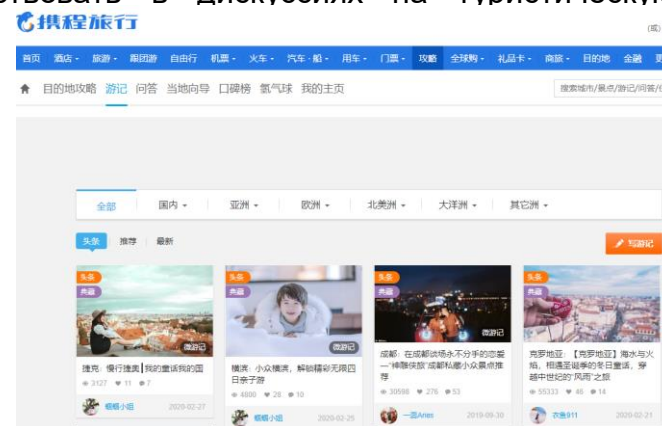
Частные блоги

Существует несколько возможностей публикации статей. Первая: с помощью частных блогов. Они находятся в отдельной вкладке «план путешествия» – «путевые заметки». «Путевые заметки» представляет собой подобие соцсети, где есть возможность завести аккаунт, подписаться на блогеров, ставить лайки, оставлять комментарии и обрести собственных подписчиков (<https://you.ctrip.com/travels/>). На главной странице этой вкладки размещены статьи, набравшие больше всего просмотров. Существует также возможность поиска статей по ключевым словам и дестинациям. Ещё одной частью этого сервиса являются «вопросы-ответы», где от лица блогера можно поучаствовать в дискуссиях на туристическую тематику (<https://you.ctrip.com/asks/>).

Блоги партнеров C-trip

Для крупных туристических агрегаторов, представленных целыми дестинациями (например, Amazing Thailand), существует возможность сотрудничества с Ctrip и ведение собственного аккаунта, позволяющего совершать комплексное продвижение туризма во всех областях. Аккаунт агрегатора обычно предоставляет для бронирования туристические туры, публикует множество образовательно-рекламного контента и также собирает на главной странице путевые заметки блогеров. Партнёры Ctrip находятся в отдельной вкладке «туристические направления», кликнув на которую, пользователь оказывается на странице со ссылками на компании. Всего их 114.

Данный способ является наиболее действенным для продвижения любого вида туризма, однако он подразумевает многостороннее объединение игроков туристической сферы. Для медицинского туризма это было бы отличной возможностью заявить о себе в рамках определённой дестинации. К сожалению, Россия или какой-либо российский город пока не представлены партнёрами Ctrip, но в будущем не стоит исключать появление такой возможности.



Sohu.com

Крупнейшая интернет-компания, предлагающая ряд различных услуг в китайском сегменте Интернета. Имеет собственный поисковик и свой информационный сайт на различную тематику, среди которых отдельно выделены путешествия и медицина. Статьи sohu.com о медицинском туризме находятся на первых страницах всех китайских поисковиков из чего можно сделать вывод, что данный сайт является одним из главных источников информации по данной теме.



Рубрика «Здоровье» обладает следующими функциями и возможностями:

Для пользователя:

- Поиск по ключевым словам
- Просмотр новостей на медицинскую тематику
- Просмотр медицинских образовательных статей по тегам и вкладкам
- Комментирование блогов
- Подписка на блогеров
- Поиск и просмотр видео

Для компании:

- Ведение собственного блога
- SEO в поисковике
- Продвижение на главную страницу новостного блока
- Партнёрство с Sohu (продвижение в отдельные вкладки «рекомендовано» и «партнёры»)
- Продвижение отдельных статей в блогах с большим количеством подписчиков и просмотров статей
- Публикация видео
- Продвижение блога по рангу надежности

Агрегаторы поиска медицинских клиник за рубежом

Агрегаторы зарубежных клиник – это информационные сайты, где можно найти интересующую клинику по стране и виду лечения. В большинстве в китайском сегменте Интернета они сегментированы по странам. Однако международные сайты-агрегаторы также существуют, но в меньшем количестве. Мы проанализировали несколько первых страниц выдачи в Baidu.com по запросам «найти клинику для лечения за рубежом», «как выбрать клинику за рубежом», «консультация по медицинскому туризму» и получили следующие результаты.






Агрегаторы поиска медицинских клиник за рубежом

- **Shiye gufen** (<http://www.bjxinshiye.com/>) - консалтинговая китайская компания, размещающая информацию по медицинским клиникам в 12 регионах. Клиники сегментированы по странам и видам лечения. Информация носит описательный характер. Однако существует возможность живой коммуникации и оставления заявки на счёт определённой клиники.
- **Medical Tourism Solution** (<http://getdoconline.com/>) - международный сайт, представленный более чем 30 странами, 400 клиниками и 5000 специалистами. Предоставляет возможность размещения информации о своей клинике, услугах, специалистах. Имеет функцию поиска по виду лечения и стране. Россия присутствует на этом данном сайте двумя клиниками.
- **Hongqiao Medical tourism** (<http://www.hqimt.com/>) – площадка, осуществляющая продвижение клиник внутри страны и за рубежом. Потенциальный клиент может найти интересующее лечение по определенной стране или виду заболевания. Также существует функция публикации рекламных текстов.





Отраслевые площадки для размещения статейных материалов:

- <https://www.cn-healthcare.com/> - крупный медицинский сайт в китайском сегменте Интернета. По их собственной информации, в 2018 году имел 2 миллиона зарегистрированных пользователей и в среднем 400 тысяч заходов в день. Является новостной и образовательной площадкой, сотрудничает с клиниками за рубежом, имеет отдельную вкладку «международная медицина».
- <https://www.kangantu.com/> - информационная, торговая, коммуникационная, консалтинговая площадка. Осуществляет продажу лекарств и медицинских страховок. Имеет собственный форум и онлайн консультацию во всех китайских соцсетях. Сотрудничает с зарубежными клиниками в Индии, США, Японии, Корее и т.д. Предоставляет возможность публикации рекламных статей.
- <https://www.medsci.cn/> - консультационная, информационная и коммуникационная площадка. Оказывает рекламную поддержку медицинским платформам.
- <http://www.rayods.com/> - сайт, специализирующийся на консультациях по ЭКО. Информационная, рекламная, консалтинговая площадка. Имеет разделы по странам, среди них также представлена Россия. Предоставляет возможность публикации статей и информации об определённой клинике.

Отраслевые площадки для размещения рекламно-информационных материалов

Наименование	Ссылка	Описание	Возможности	E-mail	WeChat	Телефон
1. 39 Jiankang	http://www.39.net/	Отраслевая рекламно-информационная площадка (медицина).	Размещение рекламно-информационных статей на сайте и в Wechat страничке платформы, создание отдельной вкладки с медицинскими услугами страны на сайте.	39media@mail.39.net		020-85501999
2. Qiyuyi	http://news.qiyuyi.cn/	Специализируется на сборе информации о врачах и клиниках внутри Китая. Публикация общих информационных и рекламных статей о медицине.	Размещение рекламно-информационных статей.	327626774@qq.com		15910691619
3. Medsi	https://news.medsci.cn/	Коммуникационная платформа между врачами, между врачами и потенциальными потребителями. Консультационно-информационная площадка. Оказывает рекламную поддержку медицинским платформам.	Размещение рекламно-информационных статей, участие в конференциях, тренингах.	editing@medsci.cn		400-6408-988
4. Cn Healthcare	https://www.cn-healthcare.com/	Комплексная платформа, которая включает в себя сотрудничество со СМИ, проведение конференций и выставок, интегрированный маркетинг. 15 миллионов просмотров в месяц. Более 1 миллиона подписчиков WeChat.	Размещение рекламно-информационных статей на сайте, в приложении сайта, на канале WeChat. Рекламные возможности: баннеры-кнопки, передвижные баннеры).	media@hmkx.cn		010-82736610
5. Zhongguo Yuerwang	http://www.rayods.com/	Платформа, специализирующаяся на ЭКО и деторождении. Сортировка мед. клиник по странам (переход по баннеру-кнопке). Среди них присутствует Россия.	Размещение рекламно-информационных статей. Размещение баннеров-кнопок со ссылкой на сайт/ WeChat канал. Размещение рекламных статей в WeChat канале платформы. Предоставление информации о клинике потенциальному клиенту с помощью онлайн-консультации.	Заявка на сайте или QQ: 2368208734		2368208734

Консалтингово-ассистентские компании по мед. туризму на рынке КНР

Наименование	Ссылка	Контакты	Город	Описание	WeChat
1. Shiye Gufen	http://www.bjxinshiye.com/	010-85117900	Пекин	Основные направленности: зарубежный оздоровительный туризм, медицинское обследование, индивидуальный туризм и международные медицинские услуги. Ориентируется на клиентов премиум-класса. Для пациентов: медицинский ассистент. Для клиник: размещение информационных статей о клинике, посреднические услуги между клиентами и клиниками.	Возможно направить заявку на сайте
2. Hongqiao yiliaowan	http://www.hqimt.com/	400-0064-021 +86-21-54860691	Шанхай	Компания-посредник между зарубежными клиниками и китайским рынком. Предоставляет услуги по организации мероприятий, медиа-информационные услуги, услуги по связям с общественностью бренда и услуги по дизайну бренда. Ассистентские услуги для пациентов: приём, запись, предоплата и т.д. Посреднические услуги для клиник.	
3. HealZoneHealth	http://www.healzonehealth.com/	010-83066551	Пекин	Пекинская больница, осуществляющая сотрудничество с зарубежными клиниками в области онкологии. Направляют в партнёрские клиники пациентов с онкологическими заболеваниями.	
4. Mass Medical International	https://www.meiyujiankang.cn/goAbroad/	400-882-3548 13810027617	Пекин	Ассистентская компания. Таргетинг: пациенты с онкологией, сердечно-сосудистыми и неврологическими заболеваниями. Для пациентов: консультирование. Для клиник: публикация информационных статей, координирование деятельности между пациентом и клиникой.	
5. Kangtu	https://www.kangantu.com/	17199912074, info@kangantu.com	Шанхай	Ассистентская компания. Для пациентов: сопровождение за рубежом, предоставление мед. страховок, контроль послеоперационного периода после возвращения пациента на родину. Продажа зарубежных мед. препаратов. Для клиник: комплексная реклама на сайте, WeChat и Weibo посредством размещения информационных статей, онлайн консультации. Работает по всем медицинским направлениям.	

Блок 1

I. Кабинетные исследования

5. Анализ структуры участников специализированной выставки «Медицина и Туризм» в Шанхае (16-17 апрель 2020) за последние два года

  **第十五届上海国际医疗旅游展览会**
Approved Event 正和·医疗旅游展 The 15th Shanghai International Medical Tourism Fair

2020.7.9-11
上海新国际博览中心
Shanghai New International Expo Centre

Shanghai International Medical Tourism Fair

Шанхайская международная выставка медицинского туризма (SMTF) должна была проводиться в 15 раз в 2020 году. В связи со сложной эпидемиологической ситуацией, связанной с коронавирусом COVID-19, выставка в этом году отменена.

В КНР проводится ряд выставок SMTF (China International Medical Tourism Exhibition), включающие города Пекин, Шэньчжэнь, Чэнду, Шанхай.

По данным организатора выставки, в ней принимают участие около 300 ведущих мировых компаний из 38 стран и регионов, включая США, Японию, Южную Корею, Германию, Таиланд, Тайвань и Гонконг.

Ключевые тренды:

1. Продолжающийся рост среднего класса в Китае.
2. Гэп (разрыв) между размером рынка премиальных мед услуг и перспективами выездного мед туризма. Если коротко, то спрос превышает предложение.
3. Колоссальный объем потенциального рынка.

«В Китае насчитывается около 17 миллионов бесплодных пар, около 15 миллионов больных раком и более 10 миллионов потребителей медицинских и косметических средств. Разрыв между элитным медицинским рынком огромен, и перспективы медицинского туризма широки.»

Оценка объема рынка выездного китайского мед туризма из отчета SMTF 2018:

«Основываясь на сходных данных, общие сметные расходы на медицинскую помощь в Китае в 2017 году составили около 15 млрд. 370 млн. долларов США.»

На странице сайта About SMTF дана уже совершенно другая оценка рынка, видимо более ранняя:

«Ожидается, что международный рынок медицинского туризма из Китая вырастет с 8,9 млрд. юаней (1265 млрд. долларов США) в 2016 году до 53,1 млрд. юаней (7,55 млрд. долларов США) к 2020 году.»

Участники CMTF 2019-2020

Страна	Наименование клиники	Область	Сайт
США	LEGACY IVF Reproductive Medicine Center	Репродуктивная медицина	https://legacyivf.com/
	GFG · USA	Репродуктивная медицина	https://globalfertility.net/
	CFG Reproductive and Gynecological Medical Group of the United States	Репродуктивная медицина	https://cfghealthnetwork.com/
	Pacific Reproductive Center of the United States	Репродуктивная медицина	https://www.pacificreproductivecenter.com/
Сингапур	Singapore Shenton Medical Group Co., Ltd.	Педиатрия, скрининги, общая практика, мужское и женское здоровье, медкомиссии, вакцинация	https://www.parkwayshenton.com/
Тайланд	PhayaThai SriRacha Hospital	Ортопедия, кардиология, хирургия, стоматология, фертильность, скрининги	https://www.phyathai.com/
	Shangtai Kangmin - Thailand Service Center of Bangkok Hospital	Многопрофильный	https://www.bangkokhospital.com/en
	Thailand Millennium Medical Center	Репродуктивная медицина	http://www.qianxihospital.com/?l=en
	Thonburi Hospital Group of Thailand	Многопрофильный	https://www.thonburihospital.com/
Камбоджа	Cambodia's First Test Tube Baby Center	Репродуктивная медицина	
	Royal Cambodian Reproductive Genetic Hospital (RFG)	Репродуктивная медицина	http://www.rfg.ltd/
Япония	Medical Excellence Japan	Многопрофильный	https://medicalexcellencejapan.org/en/
	Utsunomiya Central Hospital	Многопрофильный	https://ucc.or.jp/
	Japan TKC Medical Group		N/A
	Tokyo University Hospital	Многопрофильный	https://www.h.u-tokyo.ac.jp/
Тайвань	Taiwan Tuberculosis IVF		http://www.taiwanivfgroup.com/
	Taiwan Maosheng Hospital (台湾茂盛医院)	Репродуктивная медицина	https://www.ivftaiwan.com/cn/
Гонконг КНР	Hong Kong Clear Medical Center		
	Hong Kong Medical Tourism Consulting Service Co., Ltd		N/A
КНР	China Academy of Chinese Medical Sciences Guang'anmen Hospital	Многопрофильный	http://www.gamhospital.ac.cn/
	Beijing Shengnuo Hospital Management Consulting Co., Ltd.		N/A
	и другие		
Россия	ФГБУ "Национальный медицинский исследовательский центр акушерства, гинекологии и перинатологии имени академика В.И. Кулакова" Министерства здравоохранения РФ	Акушерство, гинекология	https://ncagp.ru/
	Центр коррекции зрения «Октопус»	Офтальмология	http://eye-laser.ru/
	Клиника репродуктивного здоровья ЭКО, г. Самара	Репродуктивная медицина	https://www.2poloski.ru/
	Стоматология Dent-art, г. Самара	Стоматология	http://www.dentart-stomat.ru/
	Клиника холода Виталонг, г. Тольятти	Оздоровительная медицина	https://klinika-vitalong.ru/
Беларусь	Belarus Eve (Beijing) Health Co (представительство в Пекине)		N/A

Другие медицинские выставки в КНР

СМТФ Чэнду

9-11 Июля, 2020.

Организатор

Guangzhou Zhenghe Exhibition Service Co., Ltd.

Tel: 020-84138131

Mailbox: zhenghe@expoqh.com

Official website: <http://www.cmtf.net/index.php>

СМТФ Шэньчжэнь

4-6 Сентября, 2020

Организатор

Guangzhou Zhenghe Exhibition Service Co., Ltd.

Tel: 020-84138131

Email: zhenghe@expoqh.com

Official Website: www.cmtf.net

СМТФ Пекин

13-15 Ноября, 2020

Организатор

Guangzhou Zhenghe Exhibition Service Co., Ltd.

Tel: 020-84138131

E-mail: zhenghe@expoqh.com

Official website: www.cmtf.net

2nd International Medical Beauty Plastic Surgery and Anti-aging Industry (Chengdu) Fair - Чэнду

9-11 Июля, 2020

Организатор: Guangzhou Liangbo Chenguang Exhibition Service Co.,Ltd

Tel: 020-8413 8131 Fax: 020-8413 8131

Email: zhenghe@expoqh.com

<http://www.impsf.net/>

2020 International clinical examination Equipment and Diagnostics (Chengdu) Fair (CEED) – Чэнду

Одновременно с предыдущей - 9-11 Июля, 2020

Организатор: Guangzhou Liangbo Chenguang Exhibition Service Co.,Ltd

Tel: 020-8413 8131 Fax: 020-8413 8131

Email: zhenghe@expoqh.com

<http://www.iceed.net/>

15th Shanghai International Medical Tourism and Health Industry Conference, 2020

Даты: 2020-07-09 ~ 2020-07-11 (Ежегодная)

Посвящена международному медицинскому туризму (групповому и индивидуальному), страхованию, взаимному обмену и др.

Организатор: Guangzhou Zhenghe Exhibition Service Co., Ltd.

E-mail: zhenghe@expoqh.com

Tel: 15813643559

<http://www.hui.net/news/special/key/0CVxIN86hBLFV>

6. Анализ существующих бесплатных маркетинговых исследований по теме медицинского туризма в КНР, а также публикаций в профессиональных отраслевых изданиях на английском и китайском языках

Количество медицинских туристов из КНР

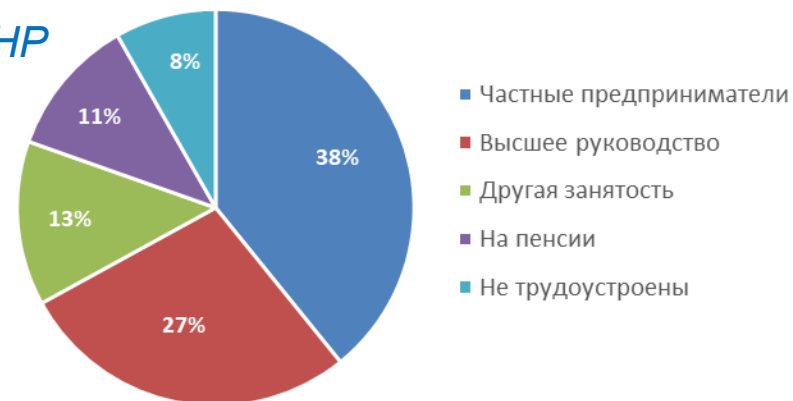
Число путешествующих с медицинскими целями китайцев возрастает каждый год. Согласно информации «Центральной радиовещательной станции КНР» со ссылкой на Strip, число медицинских туристов в период с 2014 по 2016 год увеличилось в пять раз и достигло 500 тысяч человек. В 2017 году эта цифра увеличилась до 800 тысяч человек. В то же время, Институт Внешнего Туризма КНР (COTRI) выяснил, что каждый год число медицинских туристов от общего количества составляет в среднем 2,2%. Согласно подсчётам, в 2018 году это даёт 3 миллиона медицинских туристов, а в 2019 3,5 миллионов.



Эксперты ожидают устойчивый рост медицинского туризма из Китая. Это обусловлено двумя факторами: рост благосостояния китайцев, для которых высокое качество услуг становится всё более важным условием лечения, и увеличение численности пожилого населения в Китае. Согласно отчёту Министерства здравоохранения Китая, в 2019 году люди старше 65 лет составляют 18,1% населения страны, к 2030 году этот показатель достигнет 20,3%. Уже к 2024 году число людей в возрасте 65+ достигнет 57 миллионов человек. В то же время, по информации исследователей «21st Century Business Herald» 80% медицинских туристов из Китая находятся в возрасте 30-70 лет.

Социологический портрет медицинского туриста из КНР

Согласно данным за 2019 год, наибольшим спросом медицинский туризм за рубежом пользуется среди жителей Юго-Восточного Китая. За ним следует Северо-Восточный Китай, Внутренняя Монголия, провинции Сычуань и Шаньси. Среди городов лидерами являются Пекин, Шанхай, Тяньзинь, Ханчжоу, Шэньжэнь. 57% потребителей медицинских услуг за рубежом из Китая являются мужчинами, 43% — женщины. По сфере занятости китайские медицинские туристы сегментируются следующим образом:



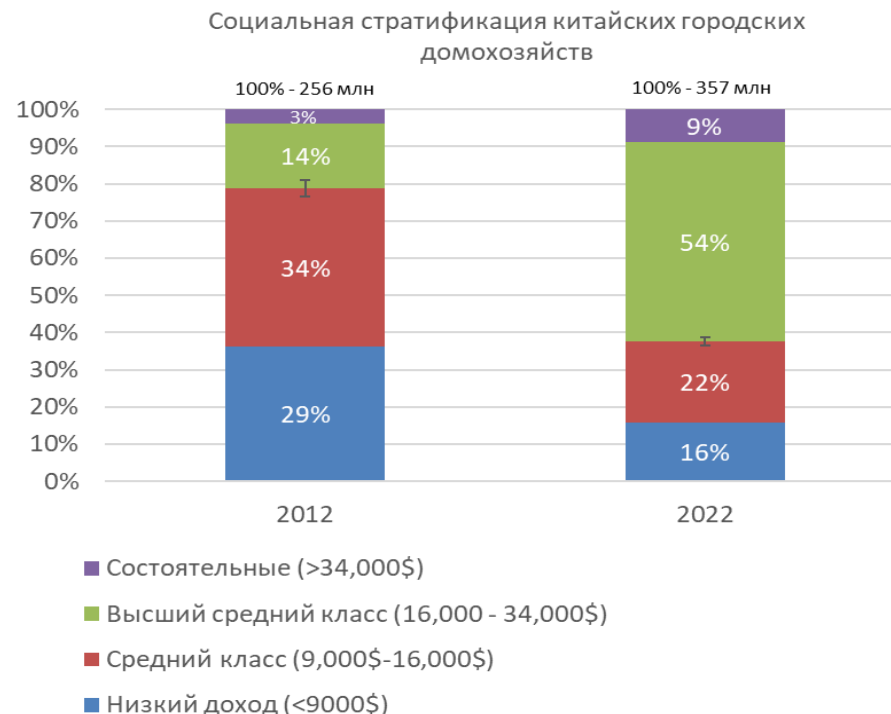
Материальная и социальная стратификация медицинских туристов из КНР

Исходя из приведённой на предыдущем слайде информации, можно сделать вывод, что основными потребителями медицинских услуг за рубежом из Китая являются состоятельные люди и средний класс. Это подтверждается данными Daxue Consulting, которые выяснили, что в среднем медицинский турист из Китая тратит 50,000 юаней (7,200\$) на человека. Согласно информации Global Marketing Research, что в среднем китайские медицинские туристы готовы потратить около 1500\$ на стоматологию и 146,000\$ на лечение онкологических заболеваний. Таким образом, главными потребителями являются представители среднего класса и выше. Внутри этой обширной группы китайские медицинские туристы ранжируются следующим образом:

- Готовы с легкостью заплатить за высокое качество услуг (состоятельные)
- Готовы с легкостью заплатить за необходимое лечение (высший средний класс)
- Найдут способ заплатить за необходимое лечение (массовый средний класс)

По оценкам McKinsey, к 2022 году из 357 млн. городских домохозяйств 63% можно будет определить как состоятельные или как высший средний класс. Это даёт около 672 миллиона потенциальных потребителей, готовых избирательно заплатить за лечение за рубежом. 909 миллионов китайцев потенциально могут найти способ заплатить за жизненно необходимое лечение в других странах.

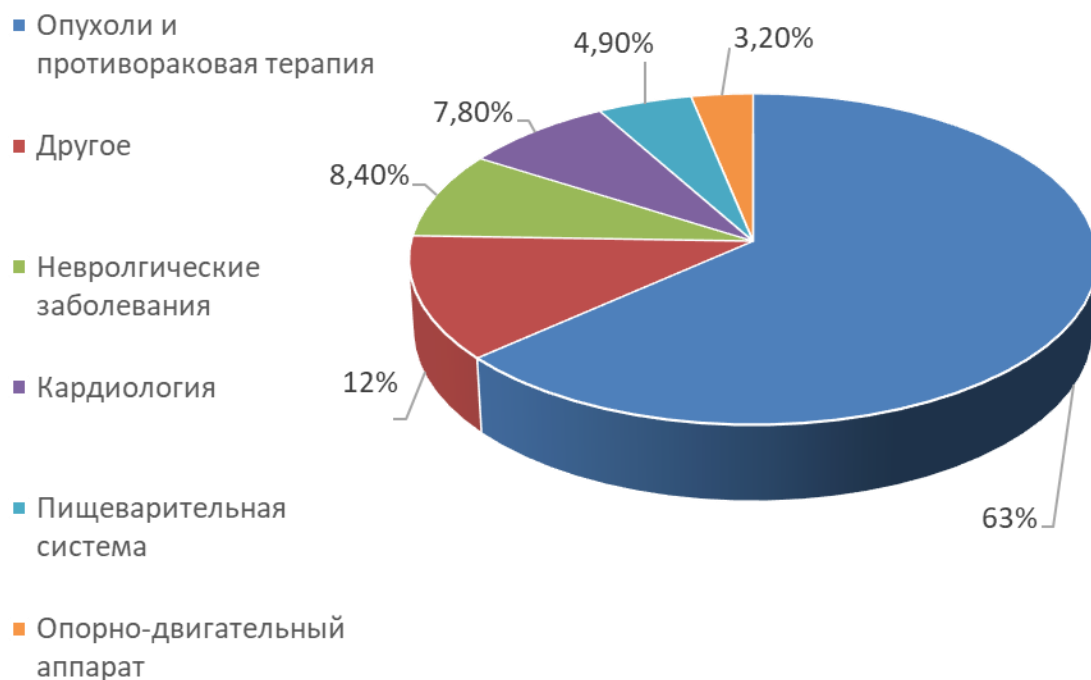
Источники: Forbes, Daxue Consulting, Global Market Research, McKinsey



Популярные медицинские услуги среди мед. туристов из КНР

Самыми востребованными медицинскими услугами за рубежом у китайцев являются кардиология, онкология и неврология. Также популярностью пользуются искусственное оплодотворение, лечение бесплодия, акушерство и гинекология, косметические операции и пластическая хирургия, замена суставов. Об этом говорится в исследовании Global Market Research за 2018 год.

«21st Century Business Herald» приводит следующую статистику целей медицинского туризма среди китайцев в 2019 году:



Исходя из данных, что в 2019 году с медицинскими целями из Китая выезжало 3,5 миллионов туристов, мы можем получить приблизительные числа путешественников по каждому направлению. Для совершения противоракового обследования и борьбы с опухолями за рубеж выезжало приблизительно 2,2 млн. человек. 294 тыс. для лечения неврологических болезней, 273 тыс. – кардиологических, 171 тыс. – пищеварительного тракта, 112 – опорно-двигательной системы. 420 тыс. человек выезжали для другого лечения, куда могут быть отнесены области акушерства, гинекологии, искусственного оплодотворения, косметические процедуры и комплексные проверки здоровья.

Источники: 21st Century Business Herald, Global Market Research

Факторы влияющие на принятие решения потребителями услуг медицинского туризма среди жителей КНР

В результате анализа ряда социологических опросов, проведённых среди китайцев выявлено, чем они руководствуются и что отталкивает в решении поехать за рубеж в медицинских целях.

Факторы привлекательности страны для медицинского туризма:

- Высокое качество лечения
- Отсутствие листов ожидания
- Доступность услуг, которых нет в КНР
- Доступность новейших технологий
- Престиж медицинского туризма в данной стране
- Забота о пациенте
- Хорошая репутация лечебного учреждения
- Возможность совмещать лечение и экскурсионный туризм
- Экономия

Нужды медицинского туриста из КНР:

- Высокая информативность о клинике (присутствие в китайском сегменте Интернета)
- Надёжная посредническая компания
- Предоставление качественной страховки

Отталкивающие факторы :

- Высокая стоимость
- Риски для здоровья
- Повышенная опасность постоперационного периода (отсутствие лечащего врача по приезду на родину)
- Недостаток информации
- Недостаток времени для лечения (виза, отпуск и т.д.)
- Большое расстояние от дома
- Невозможность хорошей страховки
- Отсутствие качественного сервиса (языковая поддержка, посредническое агентство)

6. Анализ существующих бесплатных маркетинговых исследований по теме медицинского туризма в КНР, а также публикаций в профессиональных отраслевых изданиях на английском и китайском языках

Анализ популярных стран для медицинского туризма у граждан КНР

Произведен анализ медицинского туризма из КНР в популярные страны по ряду параметров, таких как стоимость, качество, престиж, популярные услуги. Согласно полученной информации, можно сделать вывод, что медицинский туризм из КНР отчётливо разделяется на две категории: медицинский туризм премиум-класса и массовый медицинский туризм.

Медицинский туризм премиум-класса

- **Страны:** Япония, США, Швейцария, Германия, Сингапур, Южная Корея (частично).
- **Характерные особенности:** высокое качество, высокая стоимость, недоступные в других странах процедуры и фармацевтика, высокий уровень сервиса, престиж лечения в данной стране.
- **Потенциальный потребитель:** состоятельные, высший средний класс.
- **Главная причина поездки:** получить самое лучшее и уникальное лечение из всех возможных. Ряд популярных в этих странах процедур доступны в Китае и других странах, но турист приезжает в страны премиум-класса за качеством и престижем.
- **Основные направления лечения:** болезни, угрожающие жизни.

Страна	Кол-во кит. туристов в год	Рейтинг качества	Популярные мед. услуги	Характерные особенности
Япония	N/A	2	Диагностика опухолей на ранних стадиях, генетические анализы, неврология, кардиология, общее оздоровление	Близость к Китаю, широкий ассортимент уникальных услуг. 50% мед. туристов поехали на лечение через китайские компании.
Швейцария	3-5 тыс.	3	Омоложение стволовыми клетками	Основная цель поездок: уникальные и сложные процедуры (например, омоложение клетками овцы)
США	N/A	59	Лечение опухолей, ЭКО, генетические анализы, неврология, кардиология	Медицинские туристы обычно тратят от \$100,000 до \$150,000 за один медицинский визит, что определяет основных клиентов как состоятельных.
Германия	N/A	12	Лечение опухолей, неврология, кардиология	N/A
Сингапур	N/A	1	Лечение опухолей, неврология, кардиология, хранение пуповинной крови	Простая визовая политика, один из официальных языков – китайский

Массовый медицинский туризм

- **Страны:** Южная Корея (частично), Малайзия, Таиланд, Индия, Гонконг (частично).
- **Характерные особенности:** хорошее качество, доступная для среднего класса стоимость, недоступные в других странах процедуры и фармацевтика, высокий уровень сервиса, возможность сочетать медицинский туризм и экскурсионный.
- **Потенциальный потребитель:** средний класс и выше.
- **Главные причины поездки:** более качественное лечение, экономия, обход листов ожидания, совмещение лечения с отдыхом.
- **Основные направления лечения:** диагностика, косметические процедуры, ЭКО, общее оздоровление + лечение угрожающих жизни болезней, если это финансово недоступно клиенту в Китае.

Страна	Количество мед. Туристов из Китая в год	Рейтинг качества В мире	Популярные мед. услуги	Характерные особенности
Южная Корея	100-150 тыс.	4	Пластическая хирургия, комплексное обследование здоровья, клеточная трансплантология	Активные рекламные кампании за рубежом (более 1 бил. долларов в 2017 году). Бум популярности пластической хирургии в Корее. Близость к Китаю, доступная для китайского среднего класса стоимость услуг.
Малайзия	N/A	39	ЭКО, комплексное обследование, пластическая хирургия, кардиология, фертильность, ортопедия	Один из самых высоких процентов в мире по успешности ЭКО (66%). Активная рекламная компания – одна пятая бюджета Совета по мед. Туризму в Малайзии направлена на привлечение китайских туристов.
Таиланд	50-60 тыс.	35	ЭКО, пластическая хирургия, комплексное обследование здоровья, общее оздоровление	Одним из главных преимуществ медицинского туризма является возможность совмещать его с экскурсионным. Также развитию мед. туризма из Китая способствует работа над клиентским сервисом: языковая поддержка, сопровождение, поиск в оформлении виз. (инф.2019)
Индия	N/A	109	Операции на сердце, лечение гепатитов, аюрверда	Индия является страной-производителем фармацевтики, что делает лечение дешёвым. Это сочетается с развитием медицины по ряду направлений. Индия - страна с наименьшей смертностью при операциях на сердце (0,3% против 1,8% в развитых странах).

Сравнение стоимостей популярных услуг медицинского туризма по странам

Ниже приведена средняя стоимость самых популярных среди медицинских туристов всего мира процедур за 2019 год в странах с наибольшим потоком медицинских туристов из КНР. Данная таблица даёт общее представление о стоимости медицины для туристов.

	Индия	Малайзия	Сингапур	Южная Корея	Таиланд	США	Россия (МСК)	Россия (ДВ)	Китай
Шунтирование сердца	\$7,900	\$12,100	\$17,200	\$26,000	\$15,000	\$123,000	\$1420-17,758	\$2,220	\$14,375
Протезирование тазобедр. сустава	\$7,200	\$8,000	\$13,900	\$21,000	\$17,000	\$40,364	\$1,829	-	\$8,500-10,000
Протезирование коленного сустава	\$6,600	\$7,700	\$16,000	\$17,500	\$14,000	\$35,000	\$1,676	\$1,000	\$7,000-11,000
Имплантация зуба	\$900	\$1,500	\$2,700	\$1,350	\$1,720	\$2,500	\$280-814	\$280-400	\$1,100-4,300
LASIK	\$1,000	\$3,450	\$3,800	\$1,700	\$2,310	\$4,000	\$503-1,628	\$450	\$800
Кератопластика	\$2,800	-	\$9,000	-	\$3,600	\$17,500	\$1,900	\$450	\$1,700-2,000
Катаракта	\$1,500	\$3,000	\$3,250	-	\$1,800	\$3,500	\$740-2,220	\$500	\$2,800-5,800
ЭКО	\$2,500	\$6,900	\$14,900	\$7,900	\$4,100	\$12,400	\$1,598-2,072	\$1500-1700	\$5,000
Липосакция	\$2,400	\$2,200	\$2,200	\$3,980	\$3,300	\$6,500	\$500	\$212	\$2,012
Ринопластика	\$2,800	\$2,500	\$2,900	\$2,900	\$2,500	\$5,500	\$1,500	\$400-800	\$580-2,800

Сравнительная таблица © RUSAPAI

Источники: MedicalTourism.com, zoom.ru, life-reproduction.ru, Pravda.ru, Pokolenie-nxt.ru, Prodoctorov.ru, 120ask.com, Zrenie-gid.ru6, Pkkbu.ru, Baidu.zhidaо, Baidu.wencun, Muzhi.baidu.com, Finance.qq, XuWu.com, Youlai.cn

Привлечение китайских медицинских туристов в Приморский край: важные факторы

Материальное положение медицинского туриста из Китая

Число медицинских туристов из Китая имеет тенденцию к увеличению с каждым годом. Главными потребителями медицинских услуг являются представители среднего класса и выше. Состоятельные и высший средний класс путешествуют с медицинскими целями в развитые страны с передовой медициной ради услуг премиум-класса, которые невозможно получить в Китае. Средний класс обычно приезжает в развивающиеся страны. Главной их мотивацией является: обход листов ожидания, более низкая стоимость, хорошее качество лечения, совмещение медицинских процедур и осмотр достопримечательностей. Таким образом, рассматривая возможность развития туризма во Владивостоке, главным потенциальным потребителем является представитель среднего класса.

Приоритетные области и возраст медицинского туриста

Вместе с ростом благосостояния и численности пожилого населения Китая, эксперты прогнозируют бум медицинского туризма из Китая с целью лечения хронических и угрожающих жизни заболеваний, что делает области онкологии, кардиологии, неврологии и т.д. приоритетными для мирового медицинского туризма. Следующими по приоритетности являются области, которые пользуются огромным спросом в Китае и, соответственно, отличаются длинными листами ожидания. К ним относятся ЭКО, гинекология, стоматология, пластическая хирургия, обследование здоровья. Исходя из этой информации, можно выделить две потенциальные возрастные группы медицинских туристов: люди в возрасте 50+ и женщины детородного возраста.

Повышение важности фактора комфорта

По мере развития медицины в Китае и роста благосостояния китайцев, главными критериями при выборе медицинского направления для них становятся хорошая репутация, качество и высокий сервис. Снижается важность критерия низкой стоимости: китайцы готовы платить больше ради лучшего лечения и большего комфорта, чем дома. В понимание комфорта для китайцев входит помощь в оформлении виз и возможность оказания услуг на китайском языке. Это повышает роль посреднических агентств в сфере медицинского туризма. Также одним из факторов комфорта китайскими туристами была названа близость локации к Китаю, так как это позволяет значительно сэкономить на билетах и даёт возможность приезда семьи, в случае возникновения осложнений в течение лечения. Это, несомненно, является одним из плюсов Владивостока, как потенциальной дестинации для медицинского туризма.

Факторы уникальности

Кроме того, в числе факторов, которые могут массово привлечь китайского туриста, находится возможность предоставить уникальное лечение (по виду, цене или доступности). Например, в 2018 году в Гонконг приехало более 2 млн. китайских медицинских туристов, с целью вакцинации от НРV: данная вакцина на тот момент ещё не прошла тестирование в Китае. В Индии лечение от гепатита С до недавнего времени было гораздо дешевле. Причиной послужил ряд законодательных проволочек, делающих лекарство от данной болезни очень дорогим. Огромная популярность ЭКО за рубежом объясняется долгим ожиданием процедуры внутри Китая: количество желающих сделать эту процедуру слишком велико. Таким образом, предлагая какую-либо услугу для китайского рынка, необходимо провести исследование её доступности и востребованности внутри Китая.

Блок 1

I. Кабинетные исследования

7. Список существующих актуальных маркетинговых исследований по теме медицинского туризма в КНР на английском языке

Платные исследования рынка медицинского туризма

1. Аналитический отчёт об объемах, долях рынка и тенденциях в области медицинского туризма с разбивкой по странам (Турция, Коста-Рика, Таиланд, Индия, Мексика, Сингапур, Бразилия, Малайзия, Тайвань, Колумбия, Южная Корея), прогноз по каждому сегменту (2019 - 2026 гг.)

Ссылка: https://www.researchandmarkets.com/research/kmb747/global_medical?w=12

Год: 2019 Автор: Grand View Research

Описание: в данном отчёте осуществляется анализ рынка медицинского туризма, его объёмов, долей. Проводится страновое исследование и даётся прогноз на 2019-2026 гг.

Платные исследования по КНР

1. Китайский въездной и выездной медицинский туризм

Ссылка: https://www.researchandmarkets.com/research/jb3kct/china_medical?w=4

Цена: 666\$ Автор: Ian Youngman Год: 2018

Описание: Данное исследование предлагает обновлённый анализ въездного и выездного медицинского КНР. Выездной туризм процветает, каждый год от 500 000 до миллиона китайцев отправляются на лечение за границу. В то же время до миллиона человек едут в Китай для лечения или апробирования традиционной китайской медицины. Правительство продвигает медицинский туризм в специальной зоне на острове Хайнань.

2. Рынок медицинского туризма – тренды, рост и прогнозы (2020-2025гг.)

Ссылка: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/medical-tourism-market>

Цена: \$4250 Автор: Mordor Intelligence Год: 2019

Описание: Рынок международного туризма, сегментированный по типам лечения (косметология, стоматология, сердечно-сосудистые заболевания, ортопедия, ожирение, фертильность, офтальмология и др.) и географии (по континентам и странам). Статистика и анализ будущих трендов.

3. Анализ китайского выездного медицинского туризма за 2018 год

Ссылка: <https://www.ggmks.com/r-0111-2018-china-outbound-medical-tourism-post-launch>

Цена: необходимо сделать запрос Автор: Global Growth Markets Год: 2018

Описание: Исследования по подписке. Сервис включает в себя данные и анализ потребителей медицинского туризма из Китая и их трат, популярные направления, объём рынка и сегментация по процедурам, восприятие медицинского туризма, потенциальные партнёры, рекомендации по развитию данного вида бизнеса и др.

Бесплатные общие исследования по медицинскому туризму

1. Медицинский туризм. Отраслевой прогноз.

Ссылка: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/th/pdf/2018/03/th-medical-tourism-industry-focus-secured.pdf>

Год: 2018 Автор: KMBG Thailand

Описание: отраслевой анализ медицинского туризма в Таиланде. Статистика, тенденции, тренды.

2. Медицинский туризм: лечение, рынки и последствия для системы здравоохранения. Аналитический обзор.

Ссылка: <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>

Автор: Нил Лант, Ричард Смит, Марк Эксворти, Стивен Т. Грин, Дэниел Хорсфолл и Рассел Маннион

Описание: В обзоре подробно излагается то, что в настоящее время известно о потоках медицинских туристов между странами, и обсуждается взаимодействие спроса и предложения на услуги медицинского туризма. В нем освещаются различные организации и группы, вовлеченные в отрасль, в том числе ряд посредников и вспомогательных услуг, которые выросли для обслуживания отрасли. В обзоре рассматриваются вопросы юридической ответственности и возмещения ущерба в сфере медицинского туризма.

Блок 1

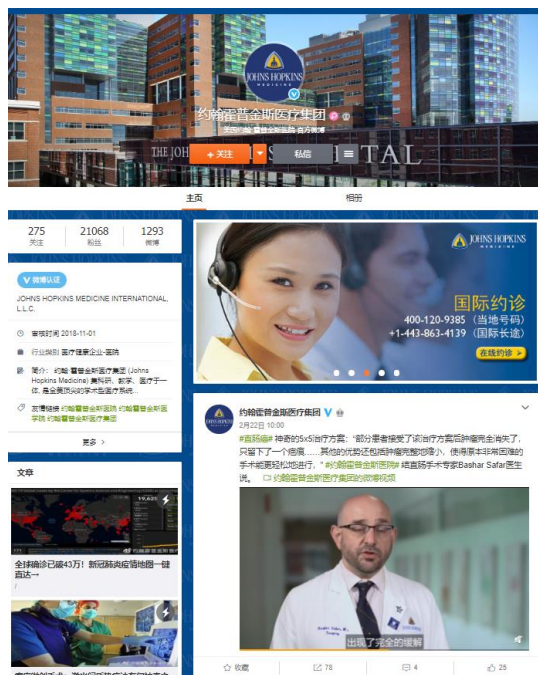
I. Кабинетные исследования

8. Мониторинг социальных медиа.
Сбор косвенных и прямых сведений из
китайских соц. сетей.

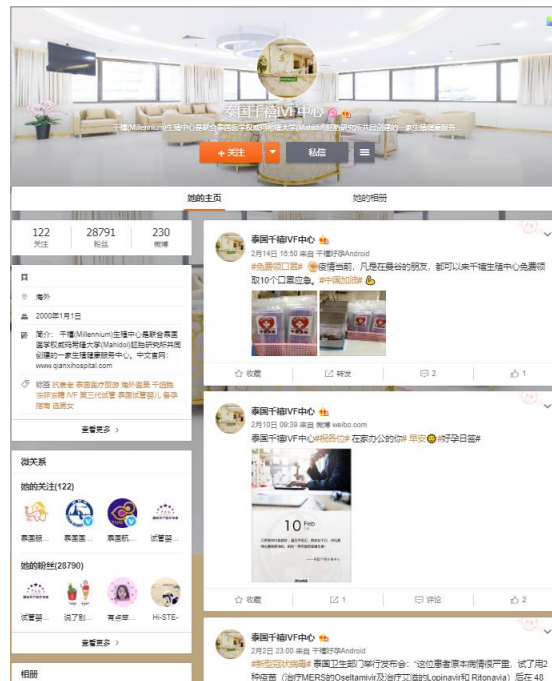
Особенности позиционирования клиник в Weibo

- Коммерческие аккаунты Weibo требуют специального подтверждения. Либо же они могут быть поданы как личная страница консалтинговой организации. Однако это ограничивает её в выборе тем для публикации: в таких аккаунтах нет прайс-листов, подробной информации об услугах и т.д. (см. аккаунты Global Fertility и Genetics и Utsunomiya Central Clinic).
- Большое количество статей в коммерческих неподтверждённых аккаунтах: ссылки на общеобразовательные медицинские статьи, содержащих в себе элементы «мягких продаж».
- Каждый аккаунт имеет ссылку на сайт, адрес и телефон консалтинговой китайской компании. Каждая страница имеет возможность «партнёрства» с другими организациями на Weibo. Её использовала клиника Bangkok International Hospital: среди партнёров организации указана одна из самых популярных китайских газет «Женьминь Жибао». Это способствует повышению статуса медицинского предприятия. компании, занимающейся продвижением клиники

Johns Hopkins Singapore



Thailand Millennium IVF Medical Center



Bangkok International Hospital



Особенности позиционирования клиник в WeChat

- Коммерческий аккаунт в WeChat требует обязательной привязки к компании, открытой внутри Китая.
- Коммерческий аккаунт может быть верифицирован как предприятие.
- Все клиники позиционируются, как медицинские или медицинско-консалтинговые организации, даже если это не официальный аккаунт компании, а личный (с лого клиники).
- Состоит из новостной ленты, канала для связи и поддержки онлайн, а также баннерного меню, по которому можно узнать об услугах клиники, врачах, ценах.

Thailand Millennium IVF

 **泰国千禧IVF中心**
千禧(Millennium)生殖中心是联合国泰国医学、
权威玛希隆大学(Mahidol)胚胎研究所共...
45 original creations

Подписаться

≡ 关于千禧 ≡ 试管婴儿

Вчера 8:30 PM



受精卵是怎样形成胚胎的,你知道吗?而胎儿的性别在这时就已经决定好了!

好孕日签 | 2020年3月30日 星期一

好孕日签

3/27/20 8:30 PM



不孕常见的五大病因,这几类型的女性生活护理该这样做!

好孕日签 | 2020年3月27日 星期一

好孕日签

Utsunomiya Central Clinic

 **俊彦俱乐部**
俊彦医院俱乐部 (Central Medical Club, 简称CMC), 于1997年成立至今, 倡...
78 original creations

Подписаться

医院网站

3/27/20 10:00 PM



心脑血管疾病的早期发现


心血管疾病、脑血管疾病属于逐步发展的疾病,会在某天突然强烈发作或爆发,如果处理不及时,中风、心肌梗死患者的死亡率就会升高。发生中风后,即使较为幸运地保证了生命,也会留下严重的后遗症。

3/20/20 10:00 PM



息肉到“肠癌”距离仅是一次肠镜检查 您了解过吗?

Global Fertility & Genetics

 **美孕宝美国月子中心**
美孕宝美国月子会所-源于美国高端月子会所,金牌月嫂领衔,产妇、婴儿全天候...
35 original creations

Подписаться

≡ 在线预约

3/22/20 2:22 PM



【今日推荐】美国加州尔湾学区房~

月子中心花样早餐,现场制作营养美味,每天不重样!

2/27/20 10:23 PM



特朗普签证新规解读:孕妇仍可在美生娃

美国大平送时间 2020年1月23日 美国白宫和美国国务

Bangkok International Hospital

 **泰国曼谷杜斯特公司昆明代表处**
泰国曼谷医院是东南亚的顶尖医疗机构,也是泰国最大的私立医院之一,也是世界...
28 original creations

Подписаться

3/20/20 1:04 PM



Reducing Diabetes Risks for the Whole Family

如何降低全家人的糖尿病风险?

2型糖尿病成年患者的数量是惊人的,更令人担忧的是,它现在开始出现在儿童和青少年身上。2型糖尿病的预防是一件大事。什么时候开始都不晚。让全家人了解糖尿病并互相支持着一起改变生活方式是一件好事。

3/13/20 12:51 PM



7 essential tips for recovering facial skin

我们一起去看变美吧(三) | 修复面部肌肤的7条建议

炎热季节的皮肤损伤让很多女性感到担忧。最常见的皮肤问题包括皮肤烧伤、皮肤干燥、皮疹和皮肤刺激。以

泰国曼谷杜斯特公司昆明代表处

亲,终于等到您!感谢您的关注,泰国曼谷医院隶属于东南亚最大的连锁医疗服务运营商——曼谷杜斯特医疗服务股份有限公司。曼谷医院昆明代表处将竭诚为您提供最新、最全的曼谷医院医疗信息及服务,为您搭建一个联通世界顶级医疗的桥梁。本公众号还在建设,会逐步上传医院的各类医疗服务和套餐资讯,若有任何想咨询境外医疗的问题都可以直接发送给我们哦~

15:13

曼谷医院

癌症医院

试管婴儿

曼说泰了

心脏医院

体检中心

能力强在哪儿?首先想到的就是试管婴儿。那么婴儿中心强在哪儿呢?小编来

≡ 曼谷医院 ≡ 热门套餐 ≡ 先进设备

Пример аккаунтов зарубежных клиник в китайских соц. сетях Weibo, WeChat

Наименование	Информация		Weibo		WeChat	
	Направление	Позиционирование	Ссылка	Информация	WeChat ID	Информация
Bangkok International Hospital (Таиланд)	Многопрофильная клиника	ООО, членство Weibo, коммерческий аккаунт Weibo, верифицированный коммерческий аккаунт WeChat	https://www.weibo.com/s/tkmzg?is_hot=1	Рекламные ролики, кейсы успешного лечения китайцев, прайс-лист услуг, статьи о медицине для беременных	Gh_be1d9972496b	Новости клиники и мед. мира, тегирование на мед. направления с последующим переходам на страницу с информацией о лечении и контактами
Thailand Millennium Medical Center (Таиланд)	Репродуктивная медицина	Медицинско-консалтинговая компания, личный аккаунт Weibo, личный аккаунт WeChat	https://www.weibo.com/u/7352830731?is_hot=1	Продвижение бесплатных консультаций, видео из лаборатории о работе с яйцеклетками, о работе центра во время эпидемии коронавируса	MilleniumIVF	Научно-познавательные статьи о репродуктивной медицине
Global Fertility & Genetics (США)	Репродуктивная медицина	Инвестиционная консалтинговая компания, личный аккаунт, не верифицированный коммерческий аккаунт WeChat	https://www.weibo.com/myunbao?refer_flag=1001030103_&is_hot=1	Успешные кейсы лечения	myunbao	Информация о процедурах и клинике, онлайн-консультация, запись, общеобразовательные медицинские статьи
JOHNS HOPKINS MEDICINE INTERNATIONAL (Сингапур)	Многопрофильная клиника	ООО, верифицированный коммерческий аккаунт Weibo	https://www.weibo.com/hopkinsmedicine?is_hot=1#_loginLayer_1585630464003	Рекламные ролики, кейсы успешного лечения, посты о медицине и врачах клиники	—	—
Utsunomiya Central Clinic (Япония)	Многопрофильная клиника	Медицинское предприятие, личный аккаунт в Weibo, верифицированный коммерческий аккаунт в WeChat	https://www.weibo.com/u/5263818096?is_hot=1	Участие клиники в конференциях, общеобразовательные медицинские статьи, туристические статьи о Японии	junyanctmc	Общеобразовательные медицинские статьи, информация о клинике, ссылка на официальный сайт, информация о пакетах услуг с прайс-листом

Блок 1

I. Кабинетные исследования

9. Трудовые мигранты в системе медицинских услуг Приморского края

Мигранты в Приморском крае.

Дальний Восток, в том числе и Приморье, – территория мигрантов. Но если до недавнего времени ехали преимущественно сюда, то вот уже третье десятилетие больше уезжает, чем приезжает. Численность населения региона начиная с 1992 года уменьшилась более чем на полтора миллиона (что равно утрате населения Хабаровского края). Приморье потеряло более 400 тыс. чел. Приезжает сюда меньше, уезжает больше. По прогнозам, к 2030 г. численность населения здесь останется где-то на уровне 1960 года.

Но это лишь та часть проблемы, которая находится на поверхности. Гораздо важнее обратить внимание на то, что представляет собой подводную часть миграционного айсберга. Так, например, из 78 736 граждан Узбекистана, въехавших в Приморский край в 2017 году, более 80% прибыли сюда с целью осуществления трудовой деятельности. Но патенты получили лишь 12 940 человек, или 20%, из которых большинство для работы у физических лиц, и лишь незначительная часть для работы у предпринимателей. Картина не меняется и в 2018 году, лишь 16,3% приехавших получили разрешение на работу, то есть в правовом поле из общего числа приехавших якобы на работу находится менее пятой части мигрантов. За пределами правового поля более 40 тыс. чел. В бюджет края от уплаты НДФЛ за выдачу патентов поступило всего 423 млн рублей, тогда как эта сумма должна быть в пять раз больше. Значительные средства не поступают в социальные фонды (пенсионный, социального страхования, обязательного медицинского страхования).

Портрет трудового мигранта в Приморском крае

Ниже приведены данные анкетного опроса в 2018 году мигрантов двух категорий: трудовых мигрантов (100 респондентов) и иностранных студентов (100 респондентов), проведенного в ходе разработки гранта Президента России на тему «Создание центра комплексной поддержки мигрантов в Приморском крае». Из общего числа опрошенных трудовых мигрантов 51% составили представители Республики Узбекистан, что в целом соответствует общей характеристике миграционного потока в Приморский край. Еще 25% прибыло из Таджикистана, и по 6% из Киргизии и Азербайджана. Небольшую долю составляют представители Армении (5%) и Украины (3%). Основным мотивом (более 60%) приезда в Россию является отсутствие работы дома либо низкий уровень заработной платы. К ним же можно отнести и тех, кто приехал сюда по личным мотивам. Около 70% самостоятельно готовили документы для подачи на патент, и только 10% обращались к юристам или посредникам. При этом каждый пятый ответил, что еще не приступал к подготовке документов, поэтому 80% ответивших заявили, что своевременно подали документы и им не приходилось платить штрафы. Но 17% респондентов сказали, что такой штраф оплачивали.

Демографический портрет: 91% это мужчины, из которых 27% в возрасте от 31 до 40 лет, 21% — от 20 до 25 лет, каждый пятый не указал свой возраст. Почти половина приезжих (48%) — люди семейные, но семьи остались дома, а здесь с семьями живет 14% опрошенных; 29% — пока холостые.

Доступ трудовых мигрантов к институтам здравоохранения. Законодательная база.

Круг иностранных граждан, которые имеют право на доступ к бесплатному здравоохранению, ограничен. На оформление полиса обязательного медицинского страхования имеют право постоянно или временно проживающие в Российской Федерации иностранные граждане, лица без гражданства, беженцы и лица, получившие временное убежище (ст. 10 ФЗ от 29.11.10 № 326ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации»).

На основании Договора о Евразийском экономическом союзе доступом к бесплатному здравоохранению также обладают и граждане государств — участников ЕАЭС, прибывшие в Россию для осуществления трудовой деятельности. Данной категории иностранных граждан может быть оформлен полис ОМС на срок действия трудового договора. Все остальные иностранные граждане могут получить медицинскую помощь только на платной основе.

Правительство Российской Федерации в 2013 г. утвердило «Правила оказания медицинской помощи иностранным гражданам на территории Российской Федерации» (Постановление Правительства РФ от 6 марта 2013 г. № 186 «Об утверждении Правил оказания медицинской помощи иностранным гражданам на территории Российской Федерации»). Согласно данным правилам, медицинская помощь в экстренной форме при внезапных острых заболеваниях, состояниях, обострении хронических заболеваний, представляющих угрозу жизни пациента, оказывается иностранным гражданам медицинскими организациями бесплатно (п. 3). На практике отстоять в таких случаях право иностранного гражданина на бесплатную медицинскую помощь практически невозможно.

Медицинские услуги для трудовых мигрантов.

Иностранным гражданам, у которых нет полиса, бесплатно доступна только первая и скорая медицинская помощь.

Первая медицинская помощь — комплекс экстренных медицинских мероприятий, проводимых внезапно заболевшему или пострадавшему на месте происшествия и в период доставки его в медицинское учреждение. Первую медицинскую помощь обычно оказывают пожарные, спасатели и т.д. Вызов медработников (бригады скорой помощи) тоже относится к первой медицинской помощи.

Скорая медицинская помощь — вид медицинской помощи, оказываемой гражданам сотрудниками медицинских учреждений при заболеваниях, несчастных случаях, травмах, отравлениях и других состояниях, требующих срочного медицинского вмешательства. Врачи приведут пациента в стабильное состояние, а вот дальнейшее лечение будет возможно только при наличии медицинского полиса или оплаты услуг.

Все остальные медицинские процедуры и услуги являются платными. Чтобы их получить, иностранцу потребуется купить страховой полис, покрывающий консультации специалистов, анализы, обследования, выписку рецептов и т.д., либо оплачивать эти услуги в кассе поликлиники или больницы.

Кому может быть отказано в получении медицинского страхового полиса?

В результате анализа «Правил добровольного медицинского страхования трудовых мигрантов» ряда страховых компаний, составлен список лиц (трудовых мигрантов), которым могут отказать в страховании:

- Лица с 1 и 2 группой инвалидности
- Инвалиды детства
- Лица перенесшие инфаркт, инсульт
- Лица, которым были диагностированы: СПИД, ВИЧ-инфекция, сердечно-сосудистые заболевания, сахарный диабет, онкология
- Лица, которым диагностирована беременность
- Лица, употребляющие наркотические/токсические вещества, страдающие алкоголизмом
- Лица с нервными или психическими расстройствами
- Лица, которые госпитализированы, имеют травму
- Лица не являющиеся трудовыми мигрантами

Полис ДМС для трудовых мигрантов

Полисы дополнительного медицинского страхования в большинстве случаев не покрывают необходимые услуги для лечения заболевания или профилактических процедур. Как отмечают эксперты, имеющиеся у большинства трудовых мигрантов медицинские полисы покрывают лишь стоимость очень ограниченного спектра медицинских услуг. Таким образом, трудовые мигранты вынуждены получать необходимые медицинские услуги платно. Полисы дополнительного медицинского страхования, покрывающие более широкий спектр медицинских услуг, мигранты не приобретают, прежде всего, по причине высокой стоимости. Кроме того, **приобретение полиса медицинского страхования воспринимается многими мигрантами как бюрократическая необходимость, а не как необходимое условие их личного благополучия.** В итоге мигранты подвергают значительному риску свое здоровье, и даже в случае заболевания они часто занимаются самолечением, откладывают визит к врачу, что может привести к переходу заболевания в хроническую форму.

Получение медицинской помощи на примере мигрантов из КНР.

Показательным в этом отношении является пример трудовых мигрантов из Китая. По результатам опроса китайских мигрантов (N=105) — получение медицинской помощи является одной из насущных проблем для международных мигрантов. Из всей совокупности опрошенных 29,5% (n=31) сообщили, что им было необходимо лечение, пока они находились в России. Это мигранты в возрасте от 20 до 57 лет (средний возраст 35 лет). 16,1% (n=5) мигрантам была необходима срочная медицинская помощь, 61,2% (n=19) нуждались в лечении распространенных заболеваний и (n=7) 22,6% — в специализированном лечении. Из тех, кто перенес какое-либо заболевание, находясь в России, на вопрос о том, что они предприняли для лечения, 6,4% (n=2) ответили, что ничего не делали, 32,2% (n=10) лечились самостоятельно, 35,5% (n=11) сообщили, что получили медицинские услуги в месте пребывания, а более четверти — 25,8% (n=8) отправились лечиться в лечебных учреждениях в Китае. Из тех, кто лечился в России, узнали о возможностях лечения через друзей-соотечественников 63,6% (n=7), получили информацию о возможностях лечения по совету русских друзей — 36,4% (n=4), таким образом, информация о возможностях лечения в России распространяется в основном через неформальные связи среди китайских мигрантов, а не через официальные информационные каналы.

В итоге среди опрошенных почти 40% трудовых мигрантов, перенесших различные заболевания, не обращались за профессиональной медицинской помощью, а почти 26% откладывали лечение до приезда на Родину.

Выводы

Для улучшения доступа мигрантов к услугам здравоохранения необходима работа с представителями кадровых отделов организаций, непосредственно нанимающих мигрантов с тем, чтобы они доводили информацию о необходимости оформления медицинской страховки до потенциальных работников. Кроме того, следует развивать просветительскую работу о возможных медицинских услугах среди мигрантов.

Некоторые практики, применяемые в странах с успешной историей иммиграции, могут быть адаптированы и применены в российских условиях. Так опыт западных стран показывает, что охват как легальных, так и мигрантов с неурегулированным статусом пребывания наиболее полно осуществляется при взаимодействии государственных и негосударственных организаций. Необходимо налаживание системы сотрудничества местных некоммерческих организаций с государственными лечебными учреждениями для оказания услуг сопровождения мигрантов при получении ими медицинской помощи (в том числе, помощь с переводом, с разъяснением юридических аспектов, защита прав пациента и т.п.). Кроме того, система предоставления медицинских услуг должна быть более гибкой и учитывать особенности региона.

Блок 1

II. Полевые исследования

1. Результаты экспертных интервью

Респонденты

№	Учреждение	Ответственное лицо
1	«Медицинский центр ДВФУ»	Пак Олег Игоревич – главный врач, врач-нейрохирург
2	«Приморский центр микрохирургии глаза»	Морозов Сергей Владимирович – генеральный директор
		Федяшев Глеб Арнольдович – главный врач
3	«Фальк»	Пожиткова Юлианна Александровна – генеральный директор
		Гусева Екатерина Александровна – зам. ген. директора по персоналу и административным вопросам
4	Клиника «NGC Владивосток»	Пологойко Галина Петровна – главный врач
		Дьячук Мария Владимировна – генеральный директор
5	«Профи Клиник»	Яковлев Вадим Олегович – аналитик
6	«Катюша» агентство международного туризма	Павлов Дмитрий Юрьевич – генеральный директор
7	Клиника «Мать и дитя» Владивосток	Ильченко Лилия Дмитриевна – главный врач, акушер-гинеколог
8	«МедАссистанс»	Дмитрий Спартакович Кондрашов – генеральный директор
9	«Клиника на Комарова»	Ирина Геннадьевна Скок – генеральный директор
10	Медицинский центр «Асклепий»	Ширяева Татьяна Павловна – заместитель директора по развитию
		Калинин Дмитрий Олегович – руководитель отдела продаж
11	«Росгосстрах»	Курилова Татьяна Александровна – Начальник группы по работе с посредниками
		Долотова Марина Владимировна – заместитель директора по партнерским продажам
12	Департамент туризма ПК	Щур Владимир Викторович – руководитель агентства по туризму Правительства Приморского края
13	«Каникулы» туристическая компания	Кудрявцева Ольга Георгиевна – эксперт по санаторно-курортному лечению, исполнительный директор РСТ

Полярные мнения

Обслуживание иностранцев в существующих клиниках – создание специализированных медицинских центров по обслуживанию иностранных пациентов.

Развивать мед туризм с существующими игроками рынка – привлекать стратегических профильных инвесторов (российских федеральных или международных). Конфликт интересов между частным и государственным сегментом медицины.



Привлечение профильных инвесторов как возможность – невозможность привлечения стратегических инвесторов в силу депрессивности региона, малочисленности и невысокой покупательной способности местного населения.

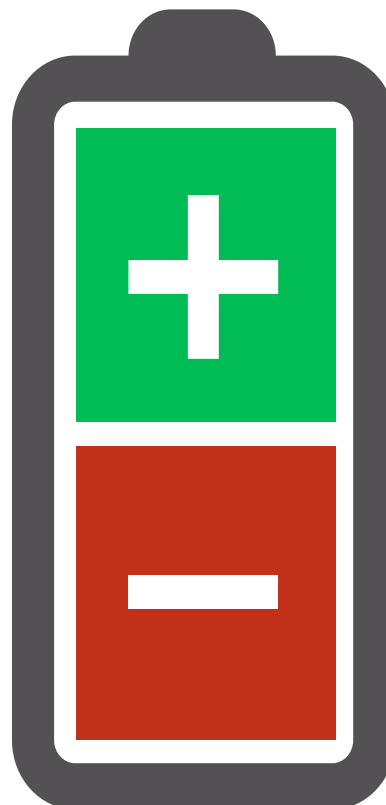
Нишевые возможности привлечения мед. туристов из Японии и Кореи – невозможность привлечения мед туристов из стран с развитой экономикой, медициной и страхованием.

Отсутствие государственной поддержки развития частной медицины в стране. Национальный проект «Здравоохранение» нацелен на развитие исключительно государственной медицины.

Ситуация в Приморском крае. Ключевые барьеры и возможности.

БАРЬЕРЫ

отсутствие инвестиционных возможностей, недостаточный уровень квалификации в области международного сотрудничества, менеджмента и маркетинга медицинских услуг на международных рынках



ВОЗМОЖНОСТИ

развитие по параметрам сервиса, качества, доверия, специализации

Интересные находки.



В области экстренной медицинской помощи:

- Организованные туристы находятся в распоряжении гидов, которые самостоятельно и на свое усмотрение определяют место оказания помощи туристу; отсутствие должного управления этими процессами со стороны руководства тур компаний;
- Разницы в стоимости медицинских услуг для россиян и иностранцев не обнаружено, за исключением случаев, когда иностранцам требуются дополнительные услуги (например, анализы) и соответственно увеличивается цена услуги в целом;
- Наиболее часто встречающиеся прецеденты с оказанием экстренной медицинской помощи – пищевые отравления (лето, жара, морепродукты).

В области плановой медицинской помощи:

- На текущий момент обслуживаются, главным образом, нерезиденты, временно находящиеся на территории Приморского края с рабочими целями по ДМС (сотрудники международных компаний, консульств, работники Мариинского театра, хоккейного клуба Адмирал и т.п.);
- Доля реальных медицинских туристов крайне незначительна, менее 0,5% от всего потока; главным образом, это пациенты специализированных клиник, попадающие к нам через «сарафанное радио» и рекомендации соотечественников.

В области санаторно-курортного лечения:

Все признают перспективность данного направления, но никто этим не занимается, инвесторы либо не видят привлекательности в этом сегменте, либо боятся.

Интересные находки.

Страхование заграничных поездок (Travel insurance) азиатских туристов в контексте развития экстренной медицинской помощи.



Страхование выездного туризма в Китае и Корее слабоизученная тема и требует дополнительного исследования для анализа возможностей развития направления экстренной медицинской помощи в частных медицинских центрах, невозможно раскрыть вопрос в рамках настоящего исследования.

Въездной поток из КНР

1. Массовый туризм в рамках безвизового въезда по межправительственному соглашению между РФ и КНР подлежит обязательному страхованию в китайской страховой компании China Life (есть московский офис и кол-центр). До 50% въездного китайского потока. Не перестраховываются в российских страховых компаниях, практически не работают с частными клиниками, предпочитая менее дорогой сегмент государственных больниц.
2. Визовый въезд. Главным образом деловой туризм. Застрахованы ли и где застрахованы неизвестно.
3. Упрощенный визовый режим - въезд на 7 дней. Застрахованы ли и где застрахованы неизвестно.

Отсутствие практики страхования ответственности мед. центров перед пациентами на региональном уровне в Приморском крае. Негативный фактор для формирования доверия потребителей к местным мед. центрам.

Интересные находки.



Выявленные нишевые возможности, связанные с регулированием рынка медицины КНР, Кореи и Японии

- Услуги ЭКО для корейцев, которые не состоят в браке (запрещено)
- Услуги ЭКО для ВИЧ-инфицированных китайцев (запрещено) – требуется специализированная отдельная клиника
- Услуги по прерыванию беременности для японцев (существенные ограничения)

Позиционирование для китайцев – «дорого-богато», критическая важность демонстрации пациентам «люкса», высокого уровня инвестиций и сервиса

Заинтересованность в развитии

- Практически все клиники подтвердили свою высокую заинтересованность в развитии рынка мед. туризма в целом и свою готовность участвовать в кооперативных программах развития и продвижения медицинского туризма при участии государственных структур
- Опросы показали низкую осведомленность руководства частных клиник о специализированных международных выставках и форумах по мед. туризму

Расчет объемов потребления медицинских услуг в Приморском крае в 2020-2023 гг. на основании экспертных опросов руководителей частных медицинских клиник г. Владивостока, проведенных в феврале-марте 2020 года.

Въездной тур поток из КНР и Южной Кореи по данным Пограничной службы РФ за 2019 год

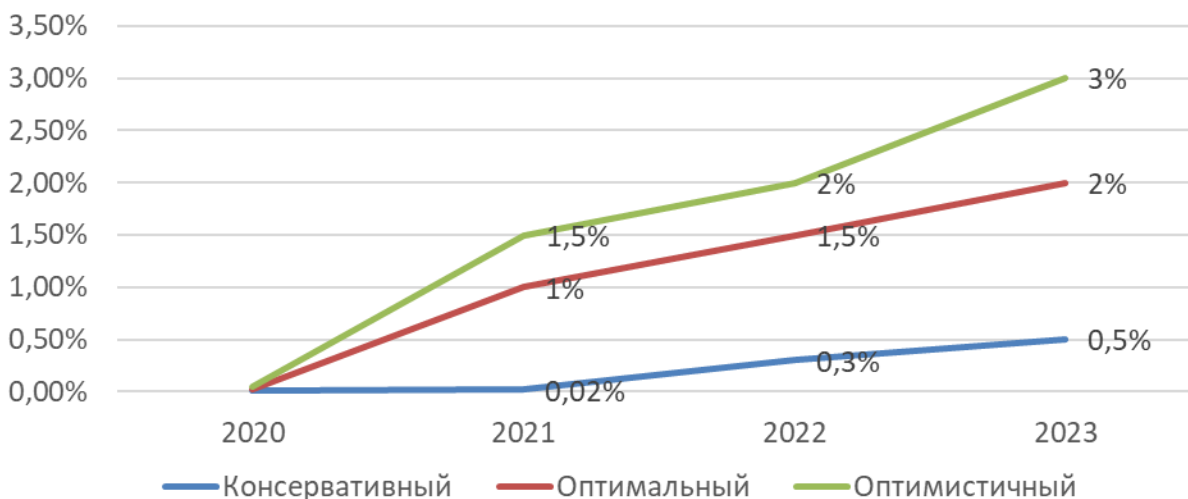
КНР	456 295
Южная Корея	304 457
	760 752

Взята общая цифра по всем целям визита (включая, работу и обслуживающий персонал), поскольку работающий персонал потенциально может стать потребителем платных медицинских услуг.

Доля мед туристов по результатам экспертных опросов по состоянию на 2019 год 0,01%-0,5%

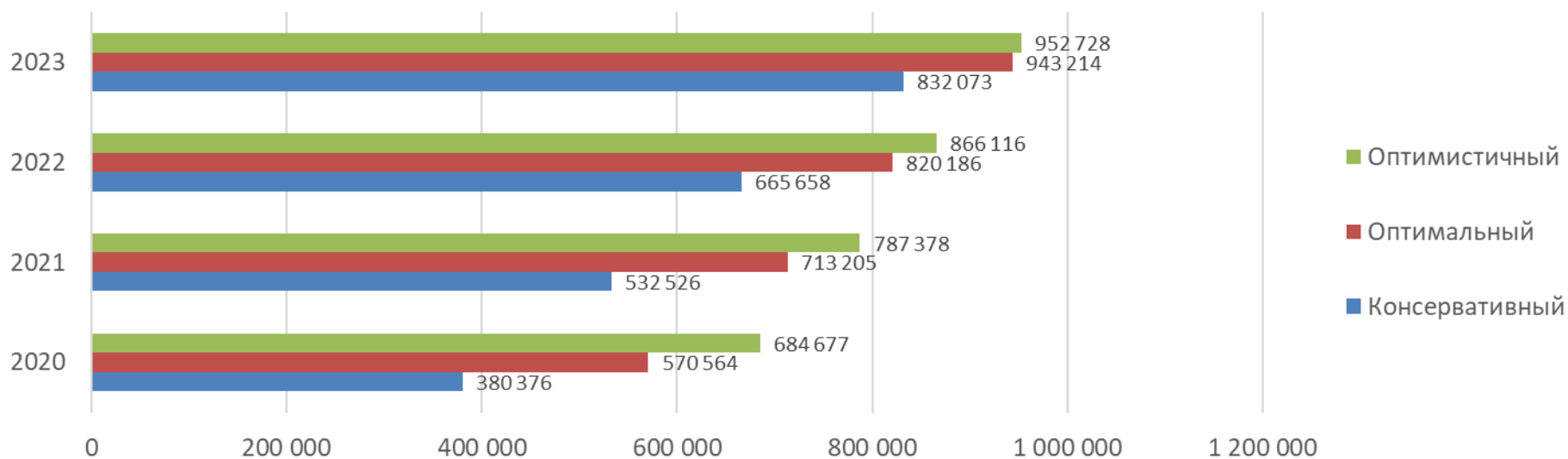
Экспертный прогноз потребления медицинских услуг в Приморском крае в 2020-2023 гг. %

	Консервативный	Оптимальный	Оптимистичный
2019	760 752	760 752	760 752
прогноз воздействия пандемии, падение рынка в 2020	50%	25%	10%
2020	0,01%	0,025%	0,05%
2021	0,02%	1%	1,5%
2022	0,3%	1,5%	2%
2023	0,5%	2%	3%



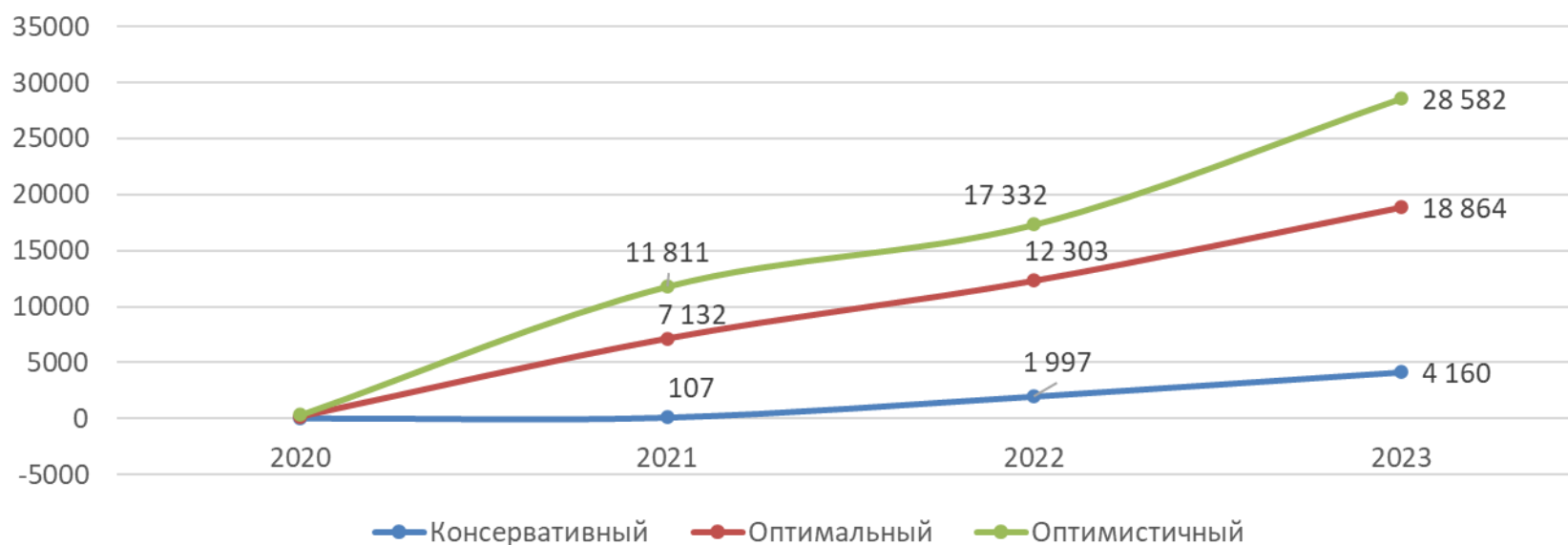
Экспертный прогноз роста въездного тур потока в Приморском крае в 2020-2023 гг. в тыс. человек.

	2019	Прогноз воздействия пандемии, падение рынка в 2020	2020	2021	2022	2023
			падение от 10% до 50%	рост 15%-40%	рост 10%-25%	рост 10%-25%
Консервативный	760 752	50%	380 376	532 526	665 658	832 073
Оптимальный	760 752	25%	570 564	713 205	820 186	943 214
Оптимистичный	760 752	10%	684 677	787 378	866 116	952 728



Экспертный прогноз потребления медицинских услуг в Приморском крае в 2020-2023 гг. количестве туристов.

	2019	прогноз воздействия пандемии, падение рынка в 2020	2020	2021	2022	2023
Консервативный	760 752	50%	38	107	1 997	4 160
Оптимальный	760 752	25%	143	7 132	12 303	18 864
Оптимистичный	760 752	10%	342	11 811	17 322	28 582



Блок 1

III. Экспертное собрание

Результаты экспертного собрания

Перечень присутствующих экспертов

№	Учреждение	Ответственное лицо
1	«Медицинский центр ДВФУ»	Савченко Светлана Владимировна – заместитель главного врача по медицинской части
		Сенченко Марина Геннадьевна – начальник отдела продаж
2	«Фальк»	Пожиткова Юлианна Александровна – генеральный директор
3	Клиника «NGC Владивосток»	Дьячук Мария Владимировна – генеральный директор
4	«Профи Клиник»	Яковлев Вадим Олегович – аналитик
5	«Катюша» агентство международного туризма	Павлов Дмитрий Юрьевич – генеральный директор
6	Клиника «Мать и дитя» Владивосток	Ильченко Лилия Дмитриевна – главный врач, акушер-гинеколог
7	«МедАссистанс»	Дмитрий Спартакович Кондрашов – генеральный директор
8	«Клиника на Комарова»	Ирина Геннадьевна Скок – генеральный директор
9	Медицинский центр «Асклепий»	Калинин Дмитрий Олегович – руководитель отдела продаж
10	ТИЦ ПК	Гусева Дарья Александровна – директор АНО "ТИЦ ПК"
11	Департамент туризма ПК	Удовенко Надежда Геннадьевна – начальник отдела развития туризма
12	«Росгосстрах»	Курилова Татьяна Александровна – Начальник группы по работе с посредниками

Рейтинг наиболее актуальных видов медицинских услуг для мед. туризма по мнению присутствующих экспертов

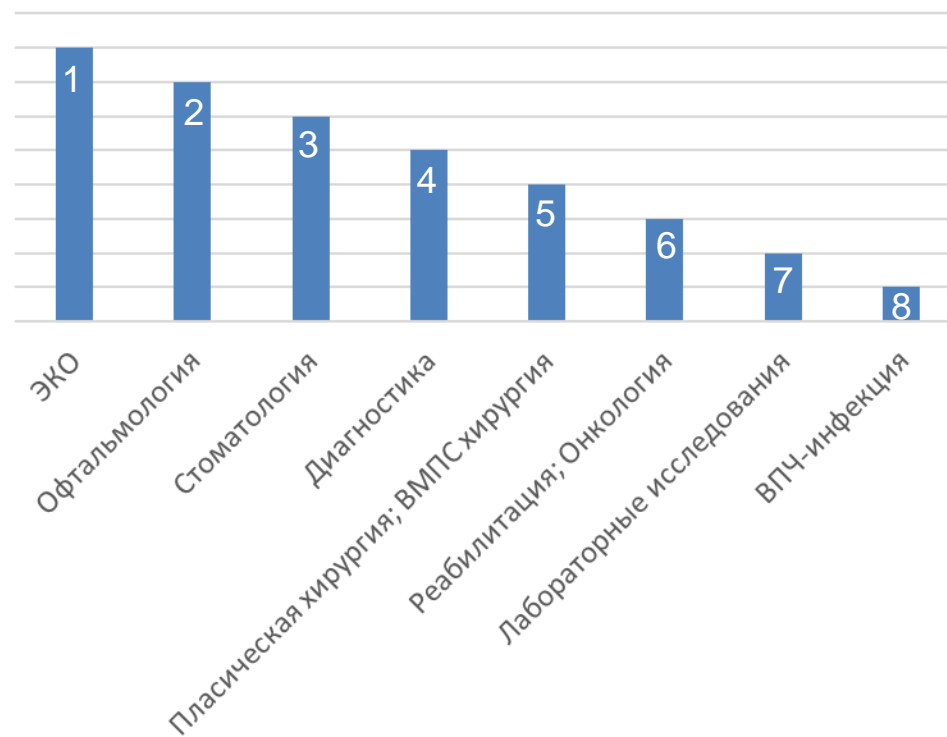
В ходе экспертного собрания было произведено анкетирование экспертов по выявлению рейтинга наиболее перспективных медицинских услуг для медицинского туризма. В анкету вошли медицинские услуги, которые были выявлены в результате экспертных интервью, как перспективные направления. Лидером в опросе стало ЭКО (или все виды репродуктивной медицины). Второе место заняла офтальмология, третье стоматология.

При этом пластическая хирургия и ВМПС-хирургия (ортопедия, нейрохирургия, онкология) разделили 5-ое место.

6-ое место разделили реабилитация (вкл. постоперационную) и онкология.

Дополнительно к перечисленным мед. услугам в анкете, эксперты указали виды мед. услуг, которые считают также перспективными:

- Фотодинамическая терапия (ФТД),
- Прерывание беременности,
- Инфекции гепатита В,С.



Основные тезисы и общие выводы.

01

Необходима кооперация заинтересованных участников рынка для реализации кооперативной маркетинговой программы мед туризма в Приморье.

02

Необходима кооперация бизнеса и власти.

03

Необходима кооперация участников тур индустрии и частных медицинских центров в первую очередь для создания системы качественной экстренной медицинской помощи для имеющегося въездного потока туристов, которые должны обеспечить эффект «сарафанного радио».

Блок 2

Стратегическое видение и план действий на 2020-2021гг.

Стратегическое видение по результатам исследования и план действий на 2020-2021 гг.

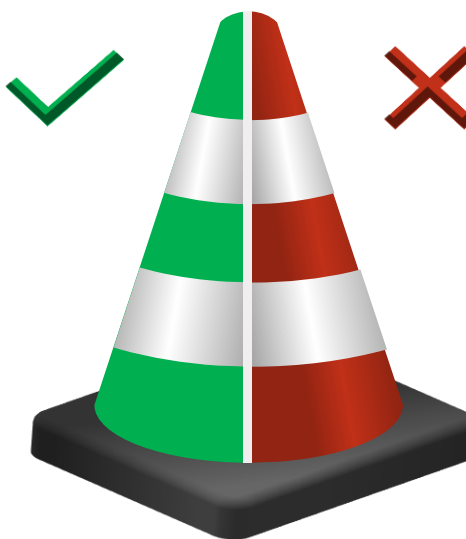
Плюсы и минусы медицинского туризма.

1
Загрузка свободной емкости, максимальное использование имеющихся ресурсов для повышения доходов медицинских центров.

2
Внедрение более высоких международных стандартов обслуживания для местных потребителей платных медицинских услуг.

3
Генерация дополнительных общих туристических потоков и доходов по другим статьям помимо собственно медицинских услуг.

4
Повышение качества человеческого капитала за счет привлечения дополнительных высококвалифицированных кадров в частные медицинские клиники, так называемый реверс «утечки мозгов».



1
Негативное отношение части местных пациентов к наличию иностранцев в клинике (недостаточный уровень толерантности к азиатским туристам).

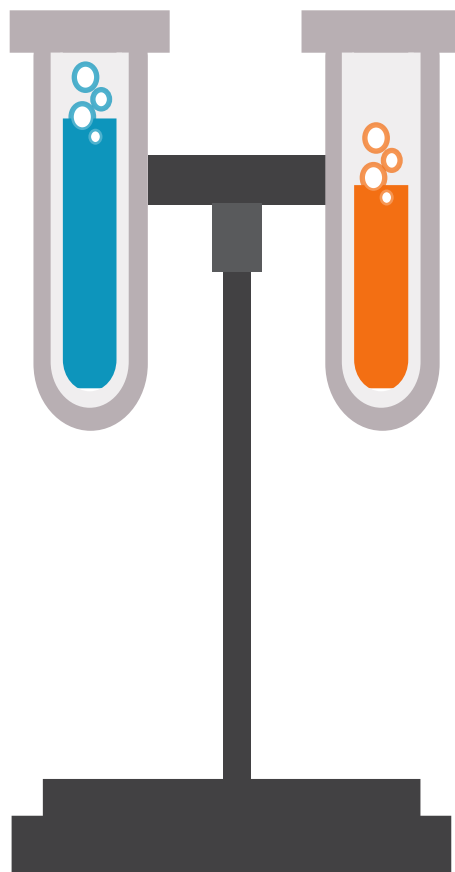
2
Возможный отток квалифицированных кадров из государственного сектора в частные медицинские клиники.

3
Формирование двухуровневой системы здравоохранения, более качественной для иностранных пациентов и менее качественной для местных жителей

Перспективные целевые группы.

Въездной мед. туризм

1. Весь существующий въездной тур поток для экстренной мед. помощи.
2. Русскоязычная диаспора (США, Канада, Австралия, Новая Зеландия, Сингапур) – стоматология, диагностика.
3. КНР (две разные аудитории):
 - города северо-восточных провинций (широкий спектр услуг);
 - жители основных мегаполисов (высокотехнологичная помощь, репродуктивная медицина, офтальмология, стоматология).
4. Южная Корея (нишевые сегменты, в том числе офтальмология).
5. Япония (нишевые сегменты).
6. ЮВА (нишевые сегменты для среднего класса).

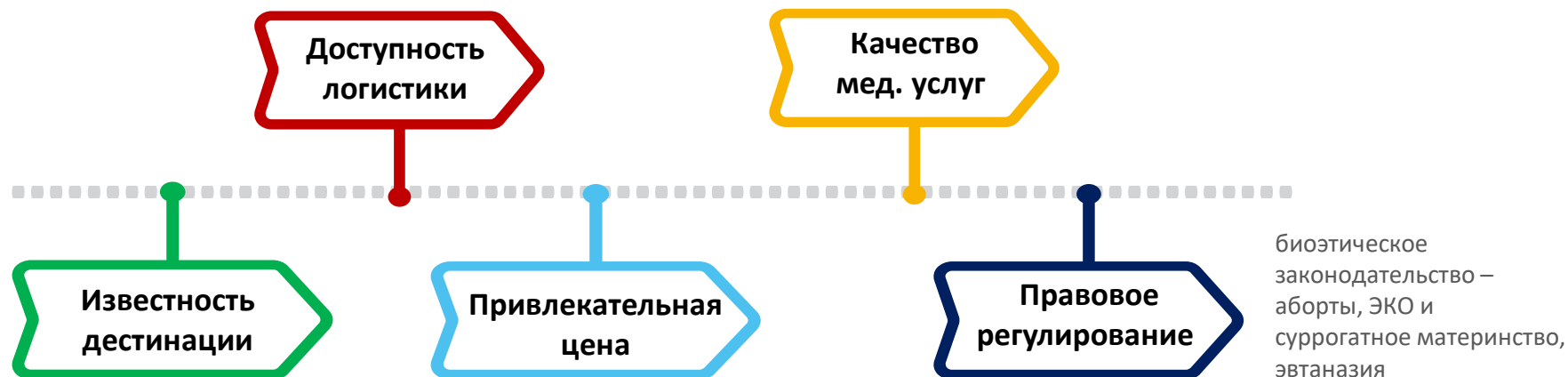


Внутренний мед. туризм

1. Регионы Дальнего Востока (отсутствие возможности получения качественных услуг в своих городах).
2. «Московская» дальневосточная диаспора (более высокие цены) – совмещение с другими целями поездки.

Возможные драйверы рынка.

Общепринятые драйверы мед туризма:



Драйверами спроса также являются открытость информации в онлайн источниках и работа разнообразных провайдеров услуг по повышению качества и снижению цен на медицинские услуги. При этом сами по себе низкие цены не являются главным мотиватором для потребителей.

Специфические предпосылки для развития мед туризма во Владивостоке (инсайты из опросов):

1. Высокая инфляция цен на медицинские услуги на развивающихся рынках медицинского туризма (10-15% в год).
2. Более высокий уровень конфиденциальности для азиатских пациентов по отдельным видам услуг.
3. Запрет на суррогатное материнство в Китае.
4. Ограничения в Южной Корее по процедурам ЭКО для пар, находящихся вне брака.
5. Ограничения на операции по абортam в Японии.

Возможности государственной поддержки развития медицинского туризма на региональном уровне.

01

Включить направление медицинского туризма в программу продвижения Приморского края как туристического направления (создание информационных и рекламных продуктов, поддержка участия в международных выставках, форумах и конференциях).

02

Сделать запросы в торговые представительства РФ в КНР, Южной Корее и Японии на предоставление информации по ассистентским компаниям, которые занимаются отправкой медицинских туристов в разные страны. Предоставить эту информацию нашим принимающим тур операторам и клиникам для дальнейшей работы.

03

Включение в программу продвижения медицинского туризма федерального игрока - Мед центра ДВФУ как флагмана медицинских услуг в Приморском крае и лидера международного сотрудничества в области медицины и образования.

04

Координация деятельности по продвижению возможностей медицинского туризма через непрофильные министерства и агентства правительства Приморского края (министерство международных связей, экономики, спорта, культуры, образования), а также Администрации города Владивостока (управление туризма, управление международных отношений).

05

Поддержка частных клиник по международной аккредитации (например JCI, Joint Commission International) или любой другой внешней оценки (External Quality Assessment) как маркетингового инструмента для продвижения медицинского туризма в приморском крае.

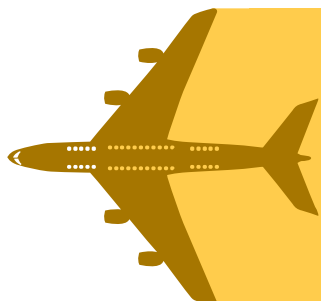
06

Ходатайствовать перед федеральным правительством по поводу внедрения международного опыта выдачи специальных медицинских виз или smart visa.

07

Создание единого кол-центра по медицинскому туризму на китайском и корейском языках (возможность консультирования въездных туристов из этих стран и обработки всех возможных входящих запросов в интересах широкого круга медицинских центров).

Рекомендуемые направления работы для развития медицинского туризма в Приморье



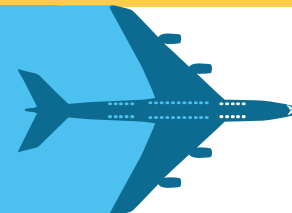
01

I. Информирование уже существующего въездного турпотока о возможности получения высококачественных медицинских услуг во Владивостоке.

1. Создание специального буклета о возможностях мед туризма на китайском и корейском яз.
2. Распространение буклетов через стойки ТИЦ ПК и все другие структуры правительства ПК, имеющие международные контакты.
3. Распространение буклетов через принимающих тур операторов.

II. Формирование единой мультязычной онлайн контент-платформы по возможностям медицинского туризма в Приморье под условным названием «Карта медицинского туризма во Владивостоке». Лучше всего в виде мобильного приложения.

02



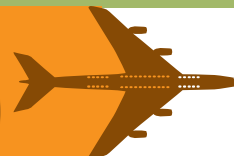
03

III. Привлечение профильных инвесторов в области медицины

1. Российские федеральные клиники из топ-20
2. Международные клиники (Южная Корея, Сингапур, Индия, Япония)

IV. Проведение роад-шоу медицинских услуг в северных провинциях КНР.

04



05

V. Развитие гериатрии и санаторно-курортного сегмента для обслуживания китайских пациентов преклонного возраста.

1. Проведение круглого стола с владельцами и руководителями ведущих санаториев на тему медицинского туризма.
2. Привлечение инвесторов в эту сферу (российских и международных).

Существующие возможности кооперации власти и бизнеса.

1. Участие в международной выставочной деятельности, форумах и конференциях по теме медицинского туризма.

4. Совместная деятельность с Центром поддержки экспорта на условиях со-финансирования (создание рекламных продуктов, адаптация и перевод информационных материалов, сайтов на азиатские языки, проведение исследований и так далее).



2. Включение темы медицинского туризма в повестку очередного Тихоокеанского туристического форума, Экспортного форума (совместная конференция с участием китайских, корейских, сингапурских, тайских специалистов).

3. Включение темы медицинского туризма в повестку ВЭФ 2021.

Маркетинг медицинского туризма. Продукт. Каналы продаж. Коммуникации.

Три направления маркетинга:

1. Маркетинг продукта

Формирование качественной услуги – сервис, качество, доверие, специализация

2. Маркетинг в каналах продаж

Тур. компании, ассистентские компании, агенты, страховщики, иностранные консульства

3. Маркетинговые коммуникации

Взаимодействие с потребителем

Каналы продаж и коммуникации.

Одна из основных проблем в маркетинге медицинского туризма в мире – критический разрыв между информацией от провайдеров медицинских услуг и наличием негативного потребительского контента (противоречия между рекламой мед. клиник и отзывами потребителей).

01 ВОЗМОЖНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДАЖ

- Агенты по продажам (как на территории РФ из числа иностранных граждан, так и россияне, находящиеся в КНР или Корею)
- Роад-шоу с «врачами-звездами» по целевым рынкам

02 ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

- Участие в крупных выставках по медицинскому туризму в КНР (Шанхай, Пекин, Шэньчжэнь, Чэнду)
- Проактивное участие в медицинских образовательных конференциях и форумах

03 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КАНАЛЫ

- Мультиязычные сайты клиник (английский, китайский, корейский)
- Онлайн-каналы WeChat, Weibo, Naver

Маркетинг медицинского туризма. Карта путешествия потребителя (customer journey map).

КПП (CJM) – это механизм принятия решения потребителем по выбору страны для получения медицинских услуг.

Потребители принимают все решения о получении медицинских услуг в первую очередь посредством изучения информации в интернете (от выбора страны, до выбора клиники, процедур, и даже конкретного врача). Такая информация в интернете, как правило, может быть запутанная, пугающая и противоречивая.

Помимо базовой информации о возможностях мед туризма и ценах потребители изучают информацию в интернете о существующих возможных трудностях и подводных камнях, связанных с тем или иным направлением для поездки. Поэтому крайне важно освещать «истории успеха» через реальных пациентов из тех стран, на которые вы ориентируетесь.

01

Наличие качественной информации на родном языке

02

Наличие доверия к стране выбора и к самой информации

03

Понимание всех рисков

04

Удовлетворенность потребителя

Очень важна информация о продолжительности работы клиники и опыте работы самих врачей. Чем дольше, тем лучше. В нашем случае есть одно преимущество – проще обеспечить удовлетворенность потребителя при изначально заниженных ожиданиях.

Маркетинг медицинского туризма. Позиционирование.

Общее позиционирование – медицинский туризм в ближайшем европейском городе



Для рынка КНР (особенно для северо-восточных провинций) – использовать имидж СССР, который вызывает доверие у китайцев старшего поколения, условно - развитая медицина советской школы на новом качественном уровне оборудования и технологий.



Для рынков Южной Кореи и Японии на данном этапе не определена тактика позиционирования.*

* В рамках данного исследования не было задачи определения позиционирования для рынков Кореи и Японии. Данный вопрос требует дополнительного изучения.

Вопросы, требующие дополнительного изучения.



Требуется провести дополнительное изучение особенностей медицины в КНР и Корею на предмет выявления нишевых возможностей согласно актуальному перечню видов медицинских услуг, выявленных в настоящем исследовании.



Требуется дальнейшее изучение системы страхования travel insurance по всем целевым рынкам и сегментам потребителей (КНР, Южная Корея, Япония). Предлагаем рассмотреть возможность дополнительного исследовательского проекта с участием Центра поддержки экспорта и страховых компаний.



Требуется дальнейшее изучение и проектирование «карты путешествия потребителей» по отдельным видам медицинского обслуживания для каждого целевого рынка силами заинтересованных в этом частных медицинских центров.

Контакты

Потапенко Кирилл

Генеральный директор DVR Group

potapenko@dvregion.ru

Ионина Юлия

Директор по развитию нового бизнеса DVR Group

ionina@dvregion.ru

Шмырова Ольга

Руководитель агентства RUSAPAI

shmyrova@rusapai.com