

بررسی مفهومی استانداردهای اعتباربخشی ملی بیمارستان های ایران

و

و چالش های گردشگری سلامت در بیمارستان ها

علی مهرابی بهار^۲

الهام مسگری*^۱

۱- دکترای حرفه ای مدیریت کسب و کار گرایش استراتژی ، رئیس واحد خدمات بین الملل سلامت سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران و ارزیاب کشوری اعتباربخشی وزارت بهداشت ، درمان و آموزش پزشکی

۲- دکترای عمومی پزشکی، دانشجوی دکترای تخصصی سیاستگذاری سلامت دانشگاه علوم پزشکی تهران ، مدیر کل عضویت ، صلاحیت حرفه ای و صدور پروانه ها سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران و دارای گواهی عالی بهداشت عمومی

چکیده :

اعتباربخشی یک نظام ارزیابی و ارزشیابی سیستماتیک است که همه اجزای بیمارستان را مورد ارزیابی قرار می دهد و در یک مطالعه و برش مقطعی و با شیوه ای خاص ، تمام جزئیات سازمان را به صورت یکپارچه تحلیل و ارزیابی می کند. در تمامی کشورها نظام های ارزشیابی به منظور ارتقا کیفی سازمان ها طراحی می شوند. در حوزه سلامت و درمان اعتباربخشی ابزاری برای تعالی و رشد سازمان و ایجاد نقشه راهی برای اداره یک سازمان است . در هر ارزیابی، کل سازمان به صورت یک واحد یکپارچه مورد ارزیابی قرار می گیرد و در پایان بازخورد گزارش هایی که از نتایج ارزیابی بیرون می آید، نقشه راه پیش رو هر بیمارستان را تعیین می کند. کشورها برای ارزیابی مراکز درمانی و بیمارستان ها ، از ابزارها و استانداردهای ملی و یا بین المللی استفاده میکنند تا بتوانند جایگاه، امتیاز و اعتبار هر بیمارستان را به درستی به نمایش بگذارند . هدف نهایی اعتباربخشی ایجاد تصویر مثبت در ذهن مراجعه کننده و خانواده ، ایجاد رضایتمندی در آنان، ارائه خدمات درمانی به صورت ایمن و با کیفیت مطلوب، آموزش و توانمند سازی بیمار و خانواده می باشد. در این پژوهش سعی شده است با بررسی وضعیت استقرار استانداردهای اعتباربخشی در بیمارستان ها و تدوین راهبردهای بهبود در حوزه بیمارستان ها و مراکز درمانی بتوانیم نقشه راه جدیدی در حوزه گردشگری سلامت ارائه نماییم.

*نویسنده مسئول

کلید واژه: اعتبار بخشی ملی، اعتبار بخشی بین المللی، تصویر ذهنی گردشگر سلامت

مقدمه :

گردشگری سلامت یک صنعت بین بخشی است و علاوه بر بخش خصوصی ، بخش دولتی شامل وزارت بهداشت، وزارت گردشگری ،وزارت امور خارجه، سازمان های نظام پزشکی،وزارت صنعت،بانک مرکزی و.. بایستی به رشد و توسعه این صنعت کمک کنند. برای دستیابی به سهم مناسب بازار گردشگری سلامت و ایجاد مزیت رقابتی بایستی برتری کیفیت، برتری پاسخگویی به مشتری،هزینه پایین ،برتری کارایی و برتری نوآوری را مد نظر قرار دارد .از آنجا که یکی از مهمترین مواردی که برای گردشگران سلامت حائز اهمیت است مساله کیفیت و استاندارد خدمت می باشد موضوع اعتبار بخشی مراکز درمانی و پرداختن به چالش های آن در حوزه بیمار بین الملل میتواند در ساماندهی مقوله گردشگری سلامت و استقرار ابعاد کیفیت موثر باشد.

هدف این مقاله بررسی رابطه بین گردشگری سلامت و استقرار اعتبار بخشی در بیمارستان ها و بررسی اهمیت اعتبار بخشی در جذب گردشگران سلامت و نقش آن در بهبود کیفیت و رضایتمندی بیماران بین الملل می باشد. علاوه بر این، چالش های زنجیره مراقبت های درمانی در استانداردهای اعتبار بخشی در خصوص گردشگران سلامت، همراه با راهکارهایی برای غلبه بر این چالش ها شناسایی و در نهایت، راهکارهایی برای ارتقا فرآیندهای اعتبار بخشی به طور خاص با موضوعیت امکانات گردشگری سلامت مورد بحث قرار گرفته است.

پیشینه پژوهش:

گردشگری سلامت:

گردشگری سلامت شامل طیف گسترده ای از درمان ها و خدمات پزشکی است که افراد در خارج از کشور خود به دنبال آن هستند. اینها می توانند شامل جراحی های انتخابی، روش های زیبایی، درمان های باروری، پیوند اعضا، و استراحت های سلامتی از جمله موارد دیگر باشند. دلایل متعددی برای انتخاب مقاصد گردشگری سلامت وجود دارد: صرفه جویی در هزینه در مقایسه با گزینه های درمانی داخلی، دسترسی به درمان های تخصصی که در کشور خودشان در دسترس نیست، کاهش زمان انتظار، نگرانی های حریم خصوصی و ترکیب مراقبت های پزشکی با فعالیت های اوقات فراغت (۷)

در گذشته انتقال محصولات و خدمات به مردم مناطق مختلف جهان و تعامل با بازارهای هدف همواره برای شرکت‌هایی که در حوزه گردشگری سلامت فعالیت می‌کنند، فرآیند سختی بوده است. با پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری های اینترنت و موبایل راه های دسترسی به اطلاعات، خرید، معاشرت، تفریح و جستجوی اطلاعات را بدون محدودیت زمانی و مکانی با هزینه های بسیار کم هموار کرده است. شرکت های که می خواهند از دنیای دیجیتال شده بهره ببرند، شروع به انتقال فعالیت های بازاریابی خود به پلتفرم های دیجیتال کرده اند. می توان نتیجه گرفت که بنگاه هایی که در حوزه گردشگری سلامت فعالیت می کنند، از وب سایت ها و کانال های رسانه های اجتماعی کارآمدتر استفاده کنند. استفاده کارآمد از این کانال ها می تواند به شرکت های گردشگری سلامت این امکان را بدهد که از طریق تولید محتوا بر اساس نیازها یا خواسته های خود، با بازار هدف خود تعامل داشته باشند. علاوه بر این، به اشتراک گذاری اطلاعات و تولید محتوا می تواند به عنوان یک استراتژی برای کشش بازار هدف در نظر گرفته شود. (۱۰)

شاخه های گردشگری:

توریسم سلامت شامل زیر مجموعه های متنوعی مانند توریسم صحت^۱، توریسم درمانی^۲ از جمله مراقبت و نجات، درمان های غیر متعارف، درمان های پزشکی، جراحی - کلینیکی، تشخیصی، جراحی - بیمارستانی، طب سنتی، طب سوزنی، انرژی درمانی - یوگا، مدیتیشن و توریسم پیشگیرانه^۳ است.

گردشگری سلامت که به عنوان توریسم پزشکی یا سفر سلامت نیز شناخته می شود، به عمل سفر به کشور یا منطقه دیگر به منظور دریافت خدمات درمانی یا مراقبت های بهداشتی اطلاق می شود. (۲)

رشد گردشگری سلامت نیاز به اعتباربخشی در مراکز درمانی را افزایش داده است. هنگامی که افراد برای درمان پزشکی به خارج از کشور سفر می کنند، به دنبال اطمینان خاطر هستند که امکاناتی که انتخاب می کنند با استانداردهای بین المللی کیفیت و ایمنی مطابقت دارد. تسهیلات بهداشتی معتبر به دلیل تعهد شناخته شده آنها به تعالی نسبت به موارد غیر معتبر در جذب گردشگران سلامت برتری دارند. (۷)

1- Curative Tourism

2- Medical Tourism

3- Preventive Tourism

بازار گردشگری:

بر اساس آمارهای جهانی بازار گردشگری سلامت در سال ۲۰۲۰، در کل جهان ۴ / ۵ تریلیون دلار ایجاد درآمد داشته است و این رقم نشان می دهد که این بازار با رشد سالانه حداقل ۱۵ تا ۲۰ درصد چقدر میتواند برای سرمایه گذاری و درآمدزایی کشورها جذاب باشد. (۵) این در حالی است که ما در کشورمان با توجه به پتانسیل ها ، مساحت و جمعیت موجود نتوانسته ایم سهم خود را از این بازار به میزان شایسته دریافت نماییم. بر اساس مطالعات انجام گرفته هر بیمار بین المللی بین ۳۶۰۰ تا ۷۶۰۰ دلار برای اقدامات پزشکی خود در هر سفر هزینه می نماید و کل هزینه های هر بار سفر با سایر هزینه های اقامت و .. به طور متوسط بین ۷۴۷۵ تا ۱۵۸۳۳ دلار می باشد. (۵) همانطور که پیداست این رقم بسیار جذاب و چشمگیر می باشد. همچنین مجاورت ایران با جمعیت ۲۵۰ میلیون نفری کشورهایمانند عراق، آذربایجان ، ترکمنستان، کشورهای عربی حوزه خلیج فارس و افغانستان و.. یکی از فرصت هایی است که انتظار می رود با برنامه ریزی درست از آن بهینه استفاده شود.

دکتر سعید کریمی معاون درمان وزارت بهداشت ، درمان و آموزش پزشکی با اشاره به اینکه در حال حاضر ۲۴۷ مرکز درمانی مجوز گردشگری سلامت دارند، در مصاحبه با مدتور پرس سایت رسمی گردشگری سلامت در ایران اعلام کرد در رتبه بندی جهانی که از سوی یک موسسه آمریکایی در خصوص گردشگری درمانی صورت گرفته است ، ایران حائز رتبه چهل و ششم در بین کشورهای جهان گردیده است، این در حالی است که پس از بازدید ارزیابان حوزه گردشگری این رتبه به ۱۹ ارتقا یافت و این موضوع نشان دهنده ضعف در بازیابی و عدم ارائه مطلوب اطلاعات مناسب و پتانسیل های پزشکی و گردشگری در جوامع بین المللی می باشد.

بیشترین گردشگر مراجعه کننده به ایران مربوط به ۱۰ کشور همسایه شرقی و غربی و حاشیه خلیج فارس بوده که از این میان عراق و افغانستان در رتبه بالاتر و پاکستان ، عمان ، بحرین ، ارمنستان و تاجیکستان در رتبه های بعدی قرار دارند . همچنین اخیرا با بهبود روابط سیاسی ایران و ترکمنستان شاهد ورود گردشگران سلامت به ایران خصوصا به شهرهای مرزی شمال شرق و مشهد بوده ایم که می تواند نقطه عطفی در این حوزه باشد.

از آنجا که در حال حاضر گردشگری یکی از سه صنعت بزرگ جهان است پیش بینی میشود تا چند سال آینده

به صنعت برتر جهان تبدیل شود. بر اساس آمار شورای جهانی گردشگری و سفر در سال ۲۰۱۷ صنعت گردشگری تاثیر ۱۰/۴ درصدی در تولید ناخالص اقتصاد جهان ، ایجاد ۳۳۳ میلیون شغل یعنی ۹/۹ درصد کل اشتغال ایجاد شده در کل جهان که حدود ۵ درصد آن به طور مستقیم بوده است را ایجاد نموده است. گردشگری بخش بسیار رو به رشد و ۶/۵ درصد کل صادرات جهان را در برمی گیرد.

اعتباربخشی و گردشگری سلامت :

یکی از مواردی که برای گردشگر سلامت حائز اهمیت است بحث کیفیت خدمات درمانی در مقصد و اعتبار آن مرکز می باشد. که داشتن گواهینامه اعتباربخشی شهرت یک مرکز مراقبت های بهداشتی را به عنوان مقصدی برای گردشگران سلامت افزایش می دهد. تجربیات مثبت به اشتراک گذاشته شده توسط بیماران قبلی به بازاریابی دهان به دهان کمک می کند و در نهایت گردشگران بیشتری را که به دنبال خدمات مشابه هستند جذب می کند. شیوه های مدیریت مؤثر در حفظ و ارتقا وضعیت اعتباربخشی با اطمینان از رعایت استانداردهای اعتباربخشی در همه زمان ها بسیار مهم است.(۹)

استانداردها و سازمان های اعتباربخشی متفاوتی وجود دارد که هر کدام مجموعه ای از معیارهای خاص خود را دارند. به عنوان مثال، مثال کمیسیون مشترک بین المللی بر مراقبت بیمار محور، سیستم های مدیریت کیفیت، ایمنی بیمار و کنترل عفونت تمرکز دارد و ایسکوا بیشتر بر بهبود مستمر کیفیت و تجربه بیمار تأکید دارد. وجود خدمات درمانی معتبر و تایید شده در جذب گردشگران سلامت ضروری است زیرا به آنها اطمینان خاطر از کیفیت مراقبتی که دریافت خواهند کرد، می دهد(۴)

اعتباربخشی با تعیین استانداردهایی که ایمنی و رضایت بیمار را تضمین می کند، نقش مهمی در بهبود کیفیت مراقبت های بهداشتی ایفا می کند. در برخی از کشورها اعتباربخشی فرآیندی داوطلبانه است که از طریق آن سازمان های مراقبت های بهداشتی بر اساس معیارهای از پیش تعیین شده توسط نهادهای اعتباربخشی مانند یا انجمن بین المللی ارزیابی می شوند. این به مراکز مراقبت بهداشتی کمک (JCI) کمیسیون مشترک بین المللی می کند تا زمینه های بهبود کیفیت در مراقبت های درمانی را به بهترین شیوه ها را اجرا کنند.(۶)

موضوع تدوین استانداردهای اعتباربخشی در سال ۱۳۸۶ برای اولین بار در دستور کار وزارت بهداشت ، درمان و آموزش پزشکی قرار گرفت و در سال ۱۳۸۹ برای اولین بار از نسل اول استانداردها رونمایی گردید. قبل از آن بیمارستان ها با استانداردهای حاکمیت بالینیو به شیوه ارزشیابی مورد ارزیابی قرار میگرفتند. پس از شروع اولین

دوره اعتباربخشی و عبور از این گذار، طی دوره های زمانی، بسته سنجه ها ، استانداردها و شیوه ارزیابی دستخوش تغییرات تکاملی بوده است . همچنین نحوه آموزش ارزیابان و نهادینه شدن تفکر سیستمی در روند ارزیابی از نکات حائز اهمیت این سیر تکاملی می باشد. در حال حاضر پنجمین دوره اعتباربخشی در ۱۹ محور و با استفاده از ۱۱۰ استاندارد و ۵۰۵ سنجه انجام گرفته است و نتایج مربوط به بیمارستان های خواستار درجه یک برتر و عالی تا پایان سال ۱۴۰۲ به بیمارستان ها ابلاغ خواهد گردید. بسته استانداردهای اعتباربخشی در سه حوزه مدیریت و رهبری، مراقبت و درمان و حقوق گیرنده خدمت تدوین شده اند . این سنجه ها در بسیاری از موارد با هم همپوشانی دارد و بعضا نتایج یک سنجه و استاندارد در سایر سنجه ها تاثیرگذار است ، لذا برای کسب نتایج واقعی و ارائه بازخورد منطقی به بیمارستان ها لازم است بیمارستان مانند موجود زنده و به صورت یکپارچه در نظر گرفته شود .در نسل اول اعتباربخشی همه سنجه ها از وزن دهی یکسان برخوردار بودند که این موضوع بیمارستان ها را به صورت جدی با چالش مواجه کرده بود.همچنین در ارزیابی ها کمتر به پیامد و نتیجه هر استاندارد و سنجه توجه میشد که در نسل پنجم سعی بر آن شد ارزیابان بیشتر موارد را به صورت پیامدی و نتیجه گرا ردیابی و دنبال نمایند.در استانداردهای ملی اعتباربخشی ایران ۱۹ محور مورد بررسی شامل: رهبری و مدیریت کیفیت ، مدیریت حوادث و بلایا، مدیریت منابع انسانی و سلامت حرفه ای ، بهداشت محیط، مدیریت تجهیزات پزشکی، فناوری اطلاعات و مدیریت اطلاعات سلامت ، مدیریت خدمات پرستاری ، مراقبت های عمومی بالینی، مراقبت های حاد و اورژانس، مراقبت های جراحی و بیهوشی ، مراقبت های مادر و نوزاد، مدیریت دارویی، پیشگیری و کنترل عفونت، آزمایشگاه، بانک خون ، تصویربرداری ،خدمات سرپایی، تامین تسهیلات حقوق گیرنده خدمت و احترام به حقوق گیرنده خدمت می باشد.(۲۱)

همانگونه که هر فردی برای سفر و رزرو هتل از قبل به بررسی شرایط هتل و ابعاد کیفیت در آن هتل و مشاهده نظرات مهمانان قبلی هتل می پردازد ، پس پر بیراه نیست که برای سلامتی و ایمنی خود دقت نظر بیشتری داردو قبل از انتخاب مقصد و ورود به مرکز درمانی مانند یک هتل باید بداند که درجه اعتبار آن بیمارستان چیست و از نظر رتبه و اعتبار در چه جایگاهی قرار دارد. در واقع بیماران خارجی به دنبال نشانه های اعتماد در مراکز درمانی ما هستند و اعتباربخشی ابزار مناسبی برای ایجاد اعتماد در بیماران و تقویت برند است که با انجام آن نه تنها بیمار و کارکنان بیمارستان منتفع می شوند، بلکه مسایل بسیار دیگری نیز از جمله بهره وری، شاخص های مالی و همچنین شهرت و اعتبار مرکز درمانی نیز بهبود خواهند یافت. در خصوص گردشگری سلامت به نظر می رسد برای ورود به بازار جهانی صرفا استاندارد های ملی پاسخگو نخواهند بود، چرا که می بایست اعتماد مشتریان بین

الملل را با یک ابزار بین المللی به دست آورد و آن وسیله راهی نیست به جز کسب اعتباربخشی بین المللی، زیرا با کسب گواهینامه های بین المللی وامکان مقایسه مراکز درمانی در کشورهای مختلف با ابزار یکسان، کارانتخاب برای بیماران بین الملل راحت تر خواهد بود . برای این منظور یا بایستی ابزار اعتباربخشی ملی را در رده ابزارهای بین المللی با مذاکره با سازمان های تاثیرگذار بین المللی ثبت نماییم و یا می بایست مراکز درمانی اقدام به اخذ گواهینامه های بین المللی نمایند.(۱۴)

امروزه خدمات سلامت به منزله یک محصول مصرفی پذیرفته شده است و به مثابه بخش مهمی از کیفیت کلی زندگی انسان توجهات بیشماری را به خود جلب نموده است . در واقع میتوان گردشگری سلامت در حوزه بین المللی را نوعی صادرات خدمات به شمار آورد که با رونق آن، شرایط اقتصادی کشور و تمامی سازمان های مرتبط به صورت مستقیم و غیر مستقیم بهبود چشمگیری خواهد داشت . پیش بینی های بین المللی حاکی از آنند که تا سال ۲۰۸۰ بسیاری از کشورهای جهان و حتی آمریکا در حدود نیمی از ارزش تولید ناخالص داخلی خود را صرف مراقبتهای بهداشتی درمانی خواهد نمود و همین مساله باعث شده است تا بازارهای جدیدی برای سرمایه گذاران پدید آید. همچنین در کشورهای اسلامی پتانسیل گردشگری حلال می تواند به رونق گردشگری در این صنعت برای متقاضیان خاص کمک شایانی نماید.(۱۵)

با وجود ظرفیت های بالقوه کشور ایران در این حوزه ، نقاط قوت پزشکی و سایر جاذبه های گردشگری، بسیاری از بیماران خارجی از این موضوع بی اطلاع هستند که همین موضوع اهمیت پرداختن به مساله گردشگری سلامت، راه های ایجاد برندینگ و بازاریابی موثر را بیش از پیش نمایان می سازد . با پیاده سازی دقیق استانداردهای اعتباربخشی وتوجه ویژه به برنامه ریزی جامع در حوزه گردشگری علاوه بر تاثیرات مثبت بر بیماران در بیمارستان ها نیز شاهد نتایج زیر خواهیم بود :

تدوین برنامه جامع استراتژیک / بهبود کیفیت ،هماهنگی و یکپارچگی بین واحدهای بیمارستانی،افزایش بهره وری و صرفه جویی در منابع، افزایش تعاملات سازمانی ، تشکیل گروه های کاری و انجام امور به صورت تیمی و پرهیز از موازی کاری و در نهایت ارائه خدمات باکیفیت مطلوب و ارتقا برند سازمان از جمله منافع است که با پیاده سازی صحیح اعتباربخشی بیمارستان ها به آن دست خواهند یافت . (۴)

در بررسی عوامل تاثیرگذار بررضایت و ذهنیت مثبت در گردشگرسلامت در بخشهای درمانی عوامل متعددی دخیل هستند که به مهم ترین آنها می توان به عوامل زیر اشاره کرد:

۱-کیفیت و ایمنی در ارائه خدمات درمان ۲ - توانمندی پزشکان ۳- حسن شهرت پزشکان

۴- وجود پیوستگی در زنجیره مراقبت و درمان ۵- احترام به عقاید گردشگران ۶- قیمت ارائه خدمات و ۷- ایجاد حس اعتماد و مشارکت بیمار و خانواده

کیفیت ارائه خدمات به عنوان مهم ترین عامل جذب گردشگر سلامت هم جنبه بالینی و هم غیر بالینی را دربرمی گیرد و در هر دوی این موارد داشتن مدرک اعتباربخشی معتبر گواه برخورداری از سطح خدمات کیفی مطلوب و دستیابی به استانداردهای کیفی می باشد. (۱۰)

با بررسی دقیق استانداردها و مفاهیم کلی اعتباربخشی در ایران و اجماع نظر خبرگان در حوزه اعتباربخشی به صورت الگو در نظر بگیریم میتوان شکل زیر را متصور شد.



نمایی شماتیک از اعتباربخشی ملی ایران : تصویر ۱

همانطور که در تصویر ۱ ملاحظه می شود مفهوم بیمار محوری در مرکزیت تمامی محورها قرار گرفته است و این بدین معنا است در کلیه حوزه ها چه بالینی و چه غیر بالینی این موضوع مهم بایستی مورد توجه ویژه قرار گیرد. همچنین موضوع ایمنی بیمار و کیفیت خدمات هم در محورهای بالینی و هم در محورهای

غیربالینی به صورت بستری یکپارچه دیده می شود که جزو جدایی ناپذیر از محورهای اعتباربخشی میباشد. به عنوان مثال حوزه منابع انسانی به عنوان یکی از بخش های غیر بالینی در بیمارستان می باشد. اگر این حوزه هنگام جذب و استخدام نیروی انسانی شرایط احراز و مهارت فرد را در نظر نگیرد و یا اگر در طول خدمت به موضوع توانمندسازی و شایسته سالاری توجه ننماید درواقع با حضور نیروی ناکارآمد قطعاً ایمنی بیمار تحت الشعاع قرار خواهد گرفت و بسیاری از موضوعات مربوط به کیفیت و ایمنی آسیب خواهد دید. شاید اگر تمامی مراکز با نگاه عمیق به مفهوم اعتباربخشی و جایگاه خاص بیمار به موضوع نگاه کنند بتوانیم در کوتاهترین زمان شاهد ارتقا شرایط بیمارستان ها از نظرایجاد تصویر سازی ذهنی مثبت درنگاه گیرنده خدمت و خانواده و اعتمادسازی در جامعه و جوامع بین المللی باشیم.

با نگاه اجمالی به محورهای فعلی و طبق نظر کارشناسان این حوزه به نظر میرسد جایگاه بعضی محورها و مفاهیم کمرنگ دیده شده است و شاید لازم باشد با نگاه آینده پژوهی پررنگ تر و دقیق تر به آنها پرداخته شود.

با وجود تدوین استانداردهای اعتباربخشی و برنامه ریزی و آموزش در خصوص پیاده سازی استانداردها، همچنان در حوزه اجرا نتوانسته ایم مفهوم اعتباربخشی را به صورت کامل و معنادار استقرار دهیم. کلیات استانداردهای اعتباربخشی شامل سه حیطه محتوا، ارزیابان و شیوه ارزیابی می باشد. از بین سه حیطه فوق قطعاً نگاه ارزیابان بسیار اهمیت داشته و شیوه ارزیابی منتج از دانش و تسلط ارزیابان می تواند در استقرار صحیح استانداردها و پذیرش مراکز جهت درک فلسفه های عمیق کیفی و توسعه یافتگی تاثیرگذار باشد.

نتایج یک پژوهش توصیفی و مقطعی با هدف بررسی اثرات اجرای استانداردهای اعتباربخشی بر کارایی بیمارستان ها که در بازه زمانی آذر تا بهمن ۱۳۹۴ در دانشگاه علوم پزشکی تهران انجام شد نشان داد اعتباربخشی بر روی ارتقا ایمنی بیماران و کارکنان، رعایت حقوق بیماران، کاهش خطا اثر بالا و بر روی بهبود ارتباطات سازمانی، جلب مشارکت پزشکان، کاهش عفونت های بیمارستانی و کاهش مرگ و میر اثر متوسط و همچنین بر جذب بیماران و افزایش درآمد بیمارستان ها اثر بسیارضعیفی دارد. در این مطالعه در خصوص مشکلات مربوط به استخدام ارزیابان شایسته و آموزش آنها به عنوان چالش های مهم موسسات اعتباربخشی در کشورهای در حال توسعه یاد شده است. دلایل عدم دستیابی به اهداف اعتباربخشی بیمارستان ها در ایران را باید در سیستم اعتباربخشی شامل استانداردهای اعتباربخشی، روش اعتباربخشی و ارزیابان اعتباربخشی جستجو کرد. (۱۸)

در پژوهشی دیگر در شهریور ۱۴۰۰ توسط جمعی از اساتید حوزه اعتباربخشی انجام شد نتایج حاکی از آن بود که در مقوله اعتباربخشی ۴ مولفه پیشگیری، بهداشت و سلامت اجتماعی، مراقبت و درمان، حقوق گیرنده خدمت و رهبری و مدیریت به ترتیب بیشترین اثرگذاری را در مجموعه های درمانی دارند. (۳)

برای تحقق استانداردها توجه به موضوع کیفیت و پیاده سازی سیستم های کیفیت می تواند در پذیرش اعتباربخشی نقش موثری ایفا نماید. سیستم اعتباربخشی بیمارستانی شامل بخش های حاکمیتی، استانداردها، روش و ارزیابان اعتباربخشی می باشد. استانداردهای اعتباربخشی باید بر اساس اصول بهبود مستمر کیفیت طراحی شوند تا منجر به ارتقای کیفیت خدمات درمانی در بیمارستان ها گردند. در این پژوهش با تاکید بر محتوای استانداردها، نتایج نشان داد باید تغییراتی در محتوای استاندارد، روش و ارزیابان داده شود تا اعتباربخشی اثرات مثبت بیشتری بر عملکرد سازمان داشته باشد. (۱۸)

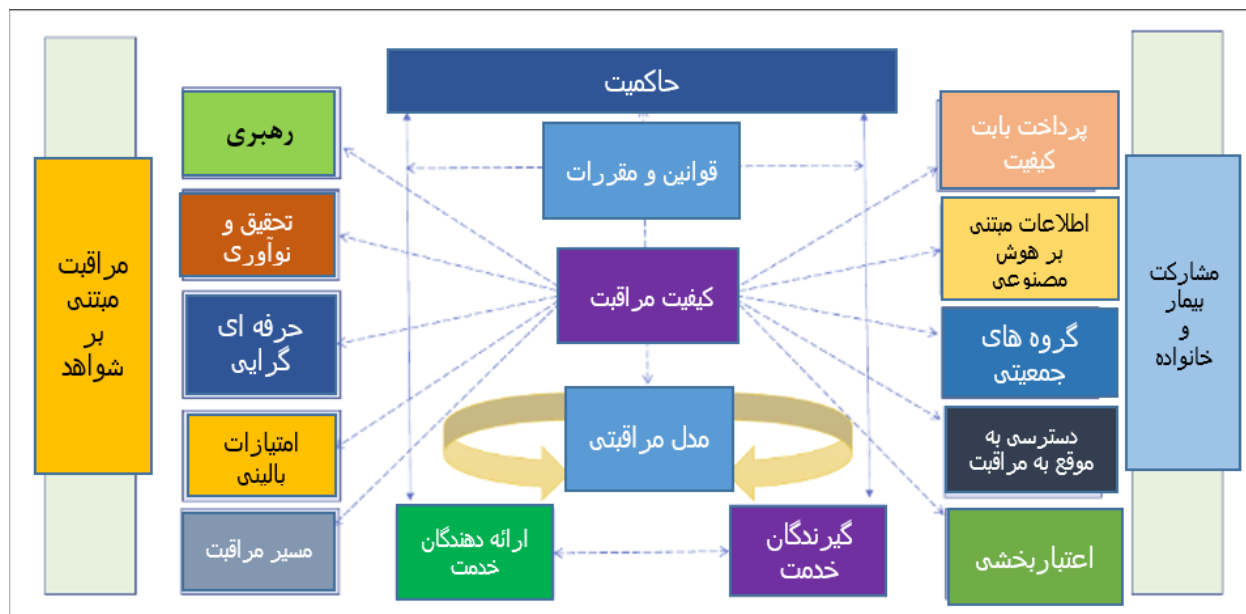
با وجود موارد فوق، شیوه جذب ارزیابان مورد بازنگری قرار گرفت و در سال ۱۴۰۱ رویکرد جدیدی برای جذب ارزیابان با تفکر سیستمی و شیوه جدید آموزش و مصاحبه توسط دفتر نظارت و اعتباربخشی وزارت بهداشت اتخاذ گردید. همچنین در حال حاضر تدوین نسل ششم سنجه های اعتباربخشی در حال انجام بوده و احتمالا تا سال ۱۴۰۳ به بیمارستان ها ابلاغ خواهد گردید. اقدام دیگری که در خصوص اعتباربخشی مراکز درمانی سرپایی و مطب ها توسط تیم اعتباربخشی در سازمان نظام پزشکی کل کشور صورت پذیرفته است، ترجمه و تدوین بسته جامع اعتباربخشی مراکز درمانی سرپایی و مطب ها با استفاده از رفرنس استانداردهای کمیسیون مشترک بین المللی بوده که در صورت موافقت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی آماده اجرا به صورت پایلوت می باشد. قطعا ارزیابی مراکز درمانی سرپایی و مشارکت همکاران پزشک می تواند در پیاده سازی استانداردها در بیمارستان ها نیز موثر واقع شود.

با بررسی محتوای استانداردهای اعتباربخشی به طور کلی ابعاد کیفیت در بیمارستان ۷ بعد در نظر گرفته میشود که شامل موارد زیر می باشد:

- ۱- اثربخشی ۲- کارایی ۳- به موقع بودن ۴- به صرفه بودن ۵- ایمنی بیمار ۶- عدالت در خدمت و ۷- بیمار محوری

از آنجا که بعد کیفیت از اهمیت ویژه ای برخوردار است، پرداختن به سایر ابعاد کیفیت مراقبت در اعتباربخشی بایستی مد نظر قرار گیرد.

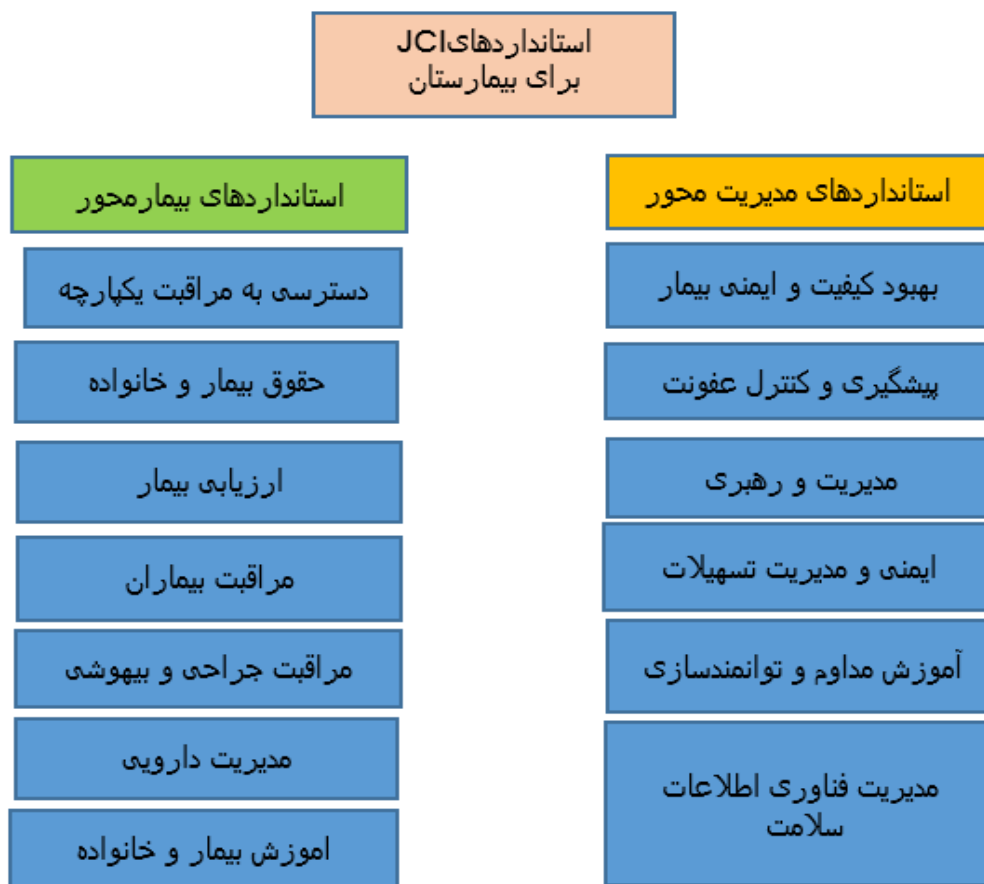
در شکل زیر به صورت شماتیک نقشه کلی زنجیره خدمات درمانی، ابعاد کیفیت مراقبت و ارتباط منطقی هر یک از آیتم ها به تصویر کشیده است (۱۱):



جدول مفهومی: تصویر ۲

همان طور که در تصویر ۲ مشخص گردیده است یکی از موارد مرتبط با کیفیت مراقبت موضوع اعتباربخشی می باشد. همچنین موضوع پژوهش و نوآوری، هوش مصنوعی و گروه های جمعیتی از مواردی است که کمتر در خصوص کیفیت به آنها پرداخته شده است. چندین بیمارستان در سراسر جهان وجود دارند که به طور موثر از اعتباربخشی برای جذب گردشگران سلامت استفاده کرده و در این زمینه بسیار موفق بوده اند. به عنوان بیمارستان های پیشرو در این زمینه میتوان به بیمارستان بومرونگراد تایلند، مرکز پزشکی پرینس کورت در مالزی اشاره کرد. همچنین کشور سنگاپور بیشترین تعداد بیمارستان دارای گواهینامه اعتباربخشی بین المللی را داراست که از کشورهای بسیار موفق در حوزه گردشگری سلامت نیز می باشد. (۱۲)

در جدول زیر استانداردهای بیمارستانی در دو دسته مدیریت محور و بیمار محور نمایش داده شده است (۲۰):



تصویر ۳: استانداردهای بیمارستان ها

اعتباربخشی بیمارستانی :

در بررسی نتایج آماری حاصل از پژوهش در بیمارستان های تایلد بین رعایت استانداردهای کمیسیون مشترک بین المللی و جذب گردشگران سلامت مشخص گردید موارد همبستگی و رابطه قوی وجود دارد. یافته های آماری حاصل از نتایج نشان داد که در مورد استانداردهای مدیریت محور پیشگیری و کنترل عفونت بالاترین

امتیاز و بهبود کیفیت و ایمنی پایین ترین امتیاز را کسب نمودند. (۱۷)

در مقایسه نتایج حاصل از پژوهش و بررسی استانداردها ضرورت توجه بیشتر به ایمنی بیمار به عنوان یکی از مسائل کلیدی در استانداردها و رعایت بیشتر استانداردهای بیمار محور در مقایسه با استانداردهای مبتنی بر ساختار نشان می دهد که بیمارستان های خصوصی توجه بیشتری به امور درمانی داشته و از ساختار ها کمی دور شده اند، در حالی که بیمارستان های دولتی بیشتر نگران استانداردهای مبتنی بر ساختار هستند. بنابراین تمرکز کامل بر درمان و بی توجهی به ایمنی بیمار می تواند به عنوان نقطه ضعف در درازمدت در کاهش جذب گردشگر سلامت نقش داشته باشد. بیمارستان ها در این زمینه نیازمند برنامه ریزی و اجرای پروژه هایی برای بهبود وضعیت خود هستند. یعنی بیمارستان برای مقابله با نقاط ضعف و ورود به بازار نیازمند یک برنامه ریزی جامع برای کسب شهرت بین المللی است (۷)

بررسی های آماری نشان داده است نتایج مربوط به اعتباربخشی و جنبه های مختلف عملکرد تسهیلات درمانی بر افزایش تعداد گردشگران سلامت می تواند تأثیر مثبت بگذارد. از آنجایی که بیماران بیشتری به دنبال انجام درمان در مراکز معتبر هستند، این موسسات تجربیات ارزشمندی را در رسیدگی به بیماران بین المللی به دست می آورند که تبعیت آنها از استانداردهای جهانی را بیشتر تقویت می کند. علاوه بر این، افزایش تعداد گردشگران می تواند منجر به بهبود سطح رضایت بیماران شود زیرا ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی بیشتر با حساسیت های فرهنگی و نیازهای خاص جمعیت های مختلف هماهنگ می شوند. تجربیات مثبت نه تنها رضایت بیمار را افزایش می دهد، بلکه وفاداری را در میان گردشگران سلامتی که ممکن است برگردند یا این مرکز را به دیگران توصیه کنند، تقویت می کند (۱۴)

اعتباربخشی بیمارستان نقش حیاتی در جذب گردشگران سلامتی که به دنبال درمان پزشکی با کیفیت بالا در خارج از کشور هستند ایفا می نماید. گردشگران سلامت هنگام انتخاب محل دریافت مراقبت های پزشکی در خارج از کشور خود، اغلب به ارزیابی های سازمان های معتبر اعتماد می کنند. بنابراین، اعتباربخشی، جایگاه بیمارستان را در بازارهای جهانی ارتقا می دهد و به عنوان تضمینی برای گردشگران سلامتی که به دنبال ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی قابل اعتماد هستند، عمل می کند. (۴)

اعتباربخشی یکی از ابزارهای ارزیابی نظام های بهداشتی و درمانی به ویژه بیمارستان ها است که در ایران نیز از اولویت های وزارت بهداشت می باشد. در مطالعه ای که با هدف تعیین چالش های نسل سوم اعتباربخشی بیمارستان ها از دیدگاه مسئولان اعتباربخشی در شهر اصفهان به صورت کیفی و با مصاحبه نیمه ساختاریافته با مسئولین اعتباربخشی در سال ۱۳۹۷ انجام شد، ده نفر (به دلیل اشباع داده ها) به صورت هدفمند مصاحبه شدند.

تجزیه و تحلیل داده ها از طریق تحلیل محتوای هدایت شده انجام شد. یافته ها نشان داد چالش های اعتباربخشی نسل سوم در سه حوزه ساختاری، فرآیندی و چالش های نتیجه طبقه بندی شدند. چالش های ساختاری مربوط به نیازمندی ها، فرهنگ سازی، بومی سازی، آموزش، معیارها و ارزیاب ها بود. چالش های فرآیند مربوط به نحوه ارزیابی، تعهد و انجام کار تیمی و فرآیندهای کار کارکنان در طول اعتباربخشی بود و چالش های ناشی از آن به کیفیت خدمات و رضایت بیمار پس از اعتباربخشی مربوط می شد. در نسل سوم اعتباربخشی، چالش های ساختاری به ویژه از نظر الزامات برنامه مورد تأکید مصاحبه شوندگان قرار گرفت. رفع این موانع و چالش ها می تواند این طرح را موفق تر کند. (۱۹)

اعتباربخشی و تصویر ذهنی مثبت و ایجاد وفاداری در گردشگر سلامت:

وفاداری و رضایت گردشگر سلامت به میزان رضایت بیمارانی که به دنبال درمان پزشکی در خارج از کشور هستند، اشاره دارد. این شامل عواملی مانند کیفیت مراقبت دریافت شده در طول اقامت آنها در یک بیمارستان خارجی، تجربه کلی بیمار، اقدامات ایمنی اجرا شده توسط بیمارستان و نتایج پس از درمان است. گردشگران سلامتی که از تجربه خود راضی هستند، به احتمال زیاد به بیماران وفادار تبدیل می شوند، برای درمان های بعدی به همان بیمارستان بازمی گردند یا آن را به دیگران توصیه می کنند. (۱۳)

کیفیت مراقبت های بهداشتی متکی بر دستیابی به بهترین کیفیت و اهداف ایمنی بیمار است و اعتباربخشی نقش اساسی در دستیابی به این اهداف از طریق انطباق با استانداردهایی دارد که تعالی را هدایت می کند. با این حال، حفظ کیفیت خدمات در طول زمان در چرخه های اعتبارسنجی بسیار مهم است. (۱۱)

عواملی که به وفاداری و رضایت گردشگران سلامت کمک می کنند عبارتند از: اطمینان از اعتبار بیمارستان، دسترسی به فناوری پزشکی پیشرفته، متخصصان مراقبت های بهداشتی بسیار ماهر، مراقبت شخصی متناسب با نیازهای فردی، کانال های ارتباطی شفاف بین بیماران و ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی و یک محیط امن در طول درمان. روند. توانایی بیمارستان ها برای برآورده کردن این انتظارات به طور مستقیم بر وفاداری/رضایت گردشگران سلامت تأثیر می گذارد. (۱۶)

گردشگری سلامت در سال های اخیر به دلیل عوامل متعددی مانند درمان های مقرون به صرفه در خارج از کشور، زمان انتظار کوتاه تر، دسترسی به تخصص های پزشکی تخصصی که در محلی در دسترس نیست و غیره رشد قابل توجهی داشته است. در نتیجه، بیمارستان ها مزایای بالقوه جذب گردشگران سلامت را تشخیص داده اند. (۱۴)

بیمارستان‌ها با تأمین نیازهای بیماران بین‌المللی از طریق پکیج‌های درمانی مناسب یا برنامه‌هایی که منحصرأ برای آنها طراحی شده‌اند، می‌توانند میزان درآمد خود را به میزان قابل توجهی افزایش دهند. جذب گردشگران سلامت می‌تواند بر ثبات مالی بیمارستان تأثیر مثبت بگذارد و درعین حال تبادلات بین فرهنگی را در بخش مراقبت‌های درمانی ارتقا دهد (۱۳).

سطح رضایت بیمار ارتباط تنگاتنگی با اعتبار بیمارستان دارد. هنگامی که بیماران یک مرکز درمانی را قابل اعتماد و قابل اعتماد می‌دانند، احساس اطمینان می‌کنند که نیازهای آنها به طور موثر برآورده خواهد شد. این اطمینان تجربیات مثبت را در طول درمان تشویق می‌کند و منجر به سطوح بالاتری از رضایت بیمار می‌شود. بیماران راضی اغلب با توصیه کردن بیمارستان به دیگرانی که به دنبال مراقبت پزشکی هستند، مدافع آن می‌شوند. توصیفات آنها کمک قابل توجهی به ایجاد شهرت بیمارستان و افزایش اعتبار آن در بین گردشگران سلامت بالقوه می‌کند. (۱۶)

اعتبار بیمارستان وفاداری بیمار را تقویت می‌کند، زیرا افرادی که تجربیات مثبتی در یک مرکز مراقبت‌های بهداشتی داشته‌اند، به احتمال زیاد برای درمان‌های آینده برمی‌گردند یا آن را به دیگران توصیه می‌کنند. برای پرورش وفاداری بیمار، بیمارستان‌ها باید بر ارائه مراقبت‌های شخصی، حفظ کانال‌های ارتباطی موثر با بیماران حتی پس از پایان درمان، ارائه دسترسی راحت به سوابق پزشکی یا مشاوره‌های بعدی در صورت نیاز تمرکز کنند. (۵)

علاوه بر این، بیمارستان‌ها می‌توانند برنامه‌های وفاداری یا مشارکت با سایر ارائه‌دهندگان خدمات مانند هتل‌ها یا آژانس‌های مسافرتی را که به طور خاص برای گردشگران سلامت ارائه می‌کنند، اجرا کنند. این ابتکارات تعهد بیمارستان را برای تضمین تجربه استثنایی برای بیماران در طول سفر پزشکی خود نشان می‌دهد. اعتبار بیمارستان به طور مستقیم بر کیفیت درمان ارائه شده تأثیر می‌گذارد. بیمارستان‌ها با تمرکز بر ایجاد اعتماد و اطمینان از طریق فرآیندهای اعتباربخشی و اقدامات ایمنی سختگیرانه، نتایج بهینه را برای رویه‌ها یا جراحی‌های بیماران خود تضمین می‌کنند. (۳)

در یک مطالعه انجام شده در بیمارستان جان هاپکینز که با پرسشنامه آنلاین و توسط ۲۰۴۷ شرکت‌کننده که ۵۱ درصد از کل کارکنان بیمارستان در را تشکیل می‌دهند تکمیل شد، کلی نشان داد که درک مثبتی از مزایای اعتباربخشی در میان کارکنان درمانی وجود دارد. نتایج حاکی از آن بود که اعتباربخشی بر کیفیت مراقبت درمانی و ابعاد ایمنی بیمار تأثیر مستقیم دارد. همچنین نتایج این مطالعه نشان داد که در نظر گرفتن اعتباربخشی به عنوان یک نیاز اساسی برای بهبود فرایندهای سیستم بسیار موثر است. اعتباربخشی همچنین به

ساده سازی عملیات کمک می کند و از طرح های بهبود کیفیت مبتنی بر شواهد پشتیبانی می کند. این مطالعه با هدف ارزیابی ادراک متخصصان مراقبت های بهداشتی از فرآیند اعتباربخشی و تأثیر آن بر کیفیت مراقبت های بهداشتی و ایمنی بیمار انجام شده است. (۸)

تصویر زیر مدل شماتیک مفاهیم بنیادی در خصوص مراقبت های درمانی را نشان می دهد:



مفاهیم بنیادی مدل عالی مراقبت های درمانی : تصویر ۵

تصویر شماره ۴ مفاهیم بنیادی مدل عالی مراقبت ها را به صورت شماتیک نشان می دهد. (۴)

اعتباربخشی بیمارستان و وضعیت نتایج حاصل از آن به طور قابل توجهی بر وفاداری و رضایت گردشگران سلامت تأثیر می گذارد. بیمارستان های معتبر در مقایسه با بیمارستان های غیرمعتبر به عنوان قابل اعتمادتر و قابل اعتمادتر تلقی می شوند، زیرا ارزیابی های دقیق تری توسط نهادهای اعتباربخشی معتبر انجام شده اند. این ارزیابی ها تضمین می کند که بیمارستان های معتبر استانداردهای بین المللی از نظر زیرساخت، کیفیت تجهیزات

پزشکی، شیوه‌های کنترل عفونت، پروتکل‌های ایمنی بیمار و .. را بهتر رعایت کرده‌اند. (۳)

درک قابلیت اطمینان و قابل اعتماد بودن برای گردشگران سلامت هنگام انتخاب محل دریافت درمان پزشکی در خارج از کشور بسیار مهم است. با انتخاب یک بیمارستان معتبر، آنها احساس اطمینان می‌کنند که مراقبت‌های با کیفیت بالا مطابق با استانداردهای بین‌المللی را دریافت خواهند کرد. این اعتماد باعث افزایش تجربیات مثبت می‌شود که به نوبه خود سطح رضایت آنها را افزایش می‌دهد. (۱۳)

بیمارستان‌های معتبر نیز به دلیل بهبود شیوه‌های مراقبت‌های درمانی ناشی از فرآیند اعتباربخشی، نتایج بالینی بهتری دارند. اجرای پروتکل‌های استاندارد به کاهش خطاها و بهینه‌سازی مسیرهای مراقبت از بیمار که منجر به نتایج درمانی بهتر برای گردشگران سلامت می‌شود، کمک می‌کند. این بهبود در نتایج بالینی وفاداری و رضایت گردشگران سلامت را افزایش می‌دهد زیرا آنها به دنبال نتایج پزشکی مثبت از درمان‌های خود در خارج از کشور هستند. (۱)

شهرت یکی دیگر از عوامل مهم در تعیین اعتبار بیمارستان است. توصیه‌های دهان به دهان مثبت از بیماران راضی، بررسی‌های آنلاین مطلوب و پوشش رسانه‌ای به شهرت یک بیمارستان کمک می‌کند. علاوه بر این، بیمارستان‌هایی که اقدامات ایمنی بیمار را در اولویت قرار می‌دهند، از فناوری پیشرفته استفاده می‌کنند و متخصصان ماهر دارند، احتمالاً به عنوان مؤسسه‌های معتبر تلقی می‌شوند. (۲)

بیمارستان‌های معتبر از متخصصان بسیار ماهر استفاده می‌کنند که دارای مهارت ویژه در تخصص‌های مختلف پزشکی هستند. علاوه بر این، به طور مداوم بر روی فناوری‌های پیشرفته سرمایه‌گذاری می‌کنند که امکان تشخیص دقیق و برنامه‌های درمانی کارآمد را فراهم می‌کند. (۴)

یکی دیگر از مواردی که بیمارستان‌ها بایستی در پیاده‌سازی استانداردهای اعتباربخشی مورد توجه قرار دهند مساله استانداردهای بیمارستان سبز می‌باشد که در پژوهشی که در استان سیستان انجام پذیرفت نشان داد نقش بازاریابی سبز و توجه به مسائل زیست محیطی می‌تواند در کسب درآمد بیمارستان‌ها به طور موثری ایفای نقش نماید. (۱)

روش اجرا:

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون مبتنی بر مصاحبه نیمه ساختاریافته و بررسی

مقالات مرتبط انجام شده است. در پژوهش اخیر با جستجو میان مقالات با کلید واژه ها ۶۷ مقاله مورد بررسی قرار گرفت که از بین آنها ۲۰ مقاله بیشترین ارتباط موضوعی با پژوهش را داشته و مورد استفاده قرار گرفتند. جامعه مدنظر این پژوهش شامل سیاستگذاران، استادان دانشگاه، پژوهشگران و خبرگان فعال در زمینه گردشگری و اعتباربخشی ایران در بخشهای خصوصی و دولتی است که سوابق آموزشی و پژوهشی در عرصه اعتباربخشی و عرصه گردشگری سلامت دارند. در این پژوهش، برای انتخاب نمونه از ترکیب روش های هدفمند قضاوتی و روش گلوله برفی که روشی غیراحتمالی است، استفاده شده است. به اینصورت که مصاحبه با افرادی که جزو خبرگان این حوزه هستند و معیارهای لازم را دارند آغاز شده و سپس درخواست شده که سایر صاحب نظران در این زمینه را معرفی نمایند. نمونه گیری بر اساس دو معیار اشباع داده ها و اشباع نظری ادامه یافته است تعداد نمونه در نهایت با ۱۶ مصاحبه شونده تکمیل شده است.

فرایند مصاحبه ها با کسب اطلاعات جمعیت شناختی و شرح تجارب مصاحبه شونده آغاز و با استفاده از سؤالات باز ادامه یافته است. سؤالاتی در خصوص وضعیت اعتباربخشی در ایران / گردشگری پزشکی، سیر تحول استانداردهای اعتباربخشی / گردشگری پزشکی، عوامل موثر در بهینگی اعتباربخشی / گردشگری پزشکی، مهمترین موانع و چالشهای استقرار اعتباربخشی / توسعه گردشگری پزشکی، نقش دست اندرکاران در حوزه های اعتباربخشی، گردشگری در بخشهای مختلف اعم از دولتی، بخش خصوصی و غیردولتی، موانع سیاستگذاری در حوزه اعتباربخشی، گردشگری پزشکی و موانع مربوط به تجارت و صنعت گردشگری پزشکی تنظیم و ارائه گردید.

رویه مذکور به این صورت اجرا شده که، با مطالعه عمیق متن مصاحبه ها، ابتدا عبارتهای مهم متن به صورت کدهای اولیه طبقه بندی شدند. سپس با توجه به مطالعه مقالات و تحلیل مضمون دیدگاههای مشارکت کنندگان، موانع توسعه گردشگری پزشکی و چالش های اعتباربخشی شناسایی و کدهای مختلف در قالب مضامین مرتب و همه کدهای اولیه مرتبط با هریک از مضامین پایه شناسایی و گردآوری شدند. مضامین سازمان دهنده به نحوی در نظر گرفته شدند که به اندازه کافی کلان باشند و با کاهش داده ها به مجموعه ای از مضامین مهم و کلیدی مبین چکیده و خلاصه ای از متن اصلی باشند دست یافتیم که شامل کد اولیه، ۱۴ مضمون پایه و ۴ مضمون سازمان دهنده شناسایی گردید.

جدول ۵ نتایج استخراج کد اولیه از داده ها و مضمون پایه مربوط در خصوص چالش ها و موانع موجود در سیستم اعتباربخشی ملی ایران که به طور مستقیم یا غیر مستقیم برگردشگری سلامت اثرگذار میباشد و تلفیق مفاهیم مربوط به تصویر شماره ۳ و ۴ را نشان میدهد:

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	مضامین اولیه
صنعت گردشگری پزشکی در حوزه درمان	تبلیغات و بازاریابی	مدل بازاریابی: بازاریابی الکترونیک، بازاریابی رفتار، بازاریابی انگیزشی سامانه جامع توریسم پزشکی: اقامت و ویزای درمانی، حمل و نقل، صلاحیت حرفه ای پزشکان، اطلاعات مراکز درمانی، تجارب بیماران سیاستگذاری کلان: گسترش خدمات پزشکی، تسهیل خدمات، حمایت بخش خصوصی، پایش و نظارت، آموزش دانشگاهی و کوریکولوم آموزشی مزیت رقابتی: قیمت، نوع خدمات، فناوری، ارتباطات، کیفیت خدمات
	بیمه درمانی	دفاتر رسمی بیمه، پوشش بیمه بین المللی
بازار گردشگری پزشکی در حوزه درمان	بخش بندی بازار	قطب های گردشگری بر اساس نوع خدمت، الگوهای پیشرو در درمان
	تقاضای بازار	محرك های تقاضا
	امكانات خاص	گردشگری مذهبی - اسلامی، گردشگری حلال، طب اسلامی ایرانی
	خدمات نوین	گردشگری طبیعت درمانی، جراحی رباتیک، درمان های تخصصی و جراحی پیشرفته، درمان براساس نیاز فرد
اعتباربخشی مراکز درمانی	استانداردهای اعتباربخشی	بسته استانداردهای اعتباربخشی ملی، استانداردهای اعتباربخشی بین المللی، استانداردهای مراکز درمانی سرپایی و مطب ها
	کیفیت مراقبت	تدوین بسته مجزا استاندارد کیفیت بیمارستانی، تداوم مراقبت بیمار بین الملل، پیامد بالینی و فالوآپ

<p>حريم خصوصى، رضايـت بيمار بين الملل، پذيرش و نوبـت دهـى بيمار بين الملل، استانداردهاى مهمان نوازي و هتـلـينـگ و تسهيلات خاص، شفافيت قيمـتـى و تعريف پـكـيـج هاى درمانى به صورت ارزي</p>	<p>حقوق بيمار بين الملل</p>	<p>اعتباربخشى مراکز درمانى</p>
<p>سايت بيمارستان، تبليغات بيمارستانى، هوش مصنوعى (تله مديسين و...)، كلان داده ها و كتابخانه هاى بيمارستانى</p>	<p>فناورى اطلاعات و ارتباطات</p>	
<p>گردشگرى تندرستى (اسپاها و...) ، برنامه هاى پيشگيرانه ، غربالگرى و افزايش طول عمر ، استانداردهاى بيمارستان سبز و مسائل زيست محيطى</p>	<p>ارتقا سلامت</p>	
<p>ارزش افزوده در خصوص هزينه، درمان ، گردشگرى، مكان و از نظر موقعيتى</p>	<p>ارزش افزوده</p>	
<p>شكايات بيمار بين الملل، قصور و جبران خسارت، كميته هاى اختصاصى بيمار بين الملل</p>	<p>مسائل مرتبط با بيمار</p>	<p>مسائل پزشكى - حقوقى</p>
<p>بيمه مسئوليت كادر درمانى، اخلاق حرفه اى</p>	<p>مسائل مرتبط با ارائه دهنده خدمت</p>	

مضامین سازمان دهنده در ۴ بعد صنعت گردشگری پزشکی در حوزه درمان، بازار گردشگری پزشکی در حوزه درمان، اعتباربخشی مراکز درمانی و مسائل حقوقی - پزشکی دسته بندی گردید.

مضامین پایه شامل مشکلات در تبلیغات و بازاریابی (مدل بازاریابی، سامانه جامع توریسم سلامت، سیاستگذاری های کلان، مزیت رقابتی)، بیمه های درمانی، بخش بندی بازار، تقاضای بازار، امکانات خاص، خدمات نوین، استانداردهای اعتباربخشی، کیفیت مراقبت، فناوری اطلاعات و ارتباطات بیمارستانی، حقوق بیمار بین الملل، ارتقا سلامت، ارزش افزوده بیمار بین الملل، مسائل حقوقی مرتبط با بیمار و مسائل مرتبط با ارائه دهنده خدمت می باشد.

با بررسی مضامین فوق اینگونه استنباط میشود که در استانداردهای اعتباربخشی ملی ایران پرداختن به عمق مفاهیم کیفیت، تدوین استانداردهای کیفیت خاص مراکز درمانی به جای ایزوها، تدوین بسته جامع استانداردهای بیماران بین الملل (شامل مهمان نوازی، منوهای غذای بین الملل و اقوام خارجی، تله مدیسین غریند پذیرش و نوبت دهی، فالوآپ بیماران بین الملل، رضایت سنجی استاندارد بیماران بین الملل، پرونده الکترونیک و حقوق بیماران بین الملل)، توجه خاص به وجود کتابخانه های بیمارستانی و استفاده از کلان داده ها و هوش مصنوعی و ارتقا سایت های بیمارستان و توجه به بازاریابی نوین در بیمارستان ها و پررنگ بودن مسئولیت اجتماعی، توجه به استانداردهای بیمارستان سبز، محیط زیست و افزودن مجموعه های طب اسلامی ایرانی و همچنین گردشگری تندرستی و اسپاها برای مراکز به عنوان امتیاز خاص در نظر گرفته شود.

در خصوص سایر مضامین بایستی ایجاد سامانه جامع اطلاعات توریسم پزشکی شامل اطلاعات پزشکان، صلاحیت حرفه ای پزشکان، اطلاعات جامع مراکز درمانی، رتبه بندی پزشکان و اطلاعات آژانس های مسافرتی و شرایط اخذ ویزا و اقامت، همچنین مسائل مربوط به پوشش بیمه بین الملل، شفافیت در قیمت ها، تعریف قیمت ها به صورت ارزی، ایجاد قیمت رقابتی با توجه به بازار منطقه، بخش بندی خدمات سلامت در کشور با توجه به پتانسیل های درمان و گردشگری در هر منطقه، نظام مند نمودن مسائل پزشکی - حقوقی بین الملل و آغاز اجرای اعتباربخشی مکطب ها و مراکز درمانی سرپایی در الویت فوری قرار گیرد. در آخر به عنوان یکی از مسائل درخور تامل لازم است به موضوع بازنگری در کوریکولوم آموزشی دانشجویان درمانی در دانشگاه ها در مورد آموزش مفاهیم اعتباربخشی در بیمارستان ها به عنوان یک واحد درسی با اهمیت توجه خاص گردد.

نتیجه گیری:

لازم است ضمن تلاش برای تقویت و بهبود وضعیت اجرای استانداردهای اعتباربخشی در کلیه مراکز درمانی، در خصوص تغییرات محتوایی در سنجش های اعتباربخشی، توجه ویژه به موضوع گردشگری سلامت، الزام تدریس مفاهیم اعتباربخشی در دانشگاه ها و ثبت در کوریکولوم آموزشی برای دانشجویان درمانی، تدوین بسته استانداردهای جامع بیماران بین الملل اقدامات ویژه صورت پذیرد. همچنین در ارزیابی بیمارستان ها به مقوله بازاریابی، استفاده از کلان داده ها، سایت بیمارستان، مسیر مراقبت بیمار بین الملل از مبدا تا مقصد و همچنین موضوع اقتصاد سلامت توجه ویژه شود. از آنجا که منبع اصلی در تدوین استانداردهای اعتباربخشی ملی در ایران، استانداردهای کمیسیون مشترک بین المللی می باشد به نظر میرسد با توسعه سیستم اعتباربخشی کنونی و بازنگری استانداردها و سعی در ثبت جهانی اعتباربخشی ملی ایران بتوانیم شانس نظام سلامت ایران را برای جذب بیشتر گردشگر سلامت افزایش دهیم.

منابع:

۱. تاثیر بازاریابی سبز بر گردشگری سلامت در استان سیستان و بلوچستان. (2020). *Journal of business management perspective*, 19(41), 0-0. <https://doi.org/10.52547/jbmp.19.41.137>
- ۲- مصدق راد، علی محمد، ساری، علی اکبر، و یوسفی نژادی، ترانه. (۱۳۹۷). ارزشیابی اثرات اعتباربخشی در بیمارستان ها. مجله دانشکده پزشکی، ۷۶(۱۲)، ۸۰۴-۸۱۲. SID. <https://sid.ir/paper/376533/fa>
- ۳- منظری توکلی، حمداله، فاتحی راد، نوید، شکوه، زهرا، و خدایی، مرضیه. (۱۴۰۰). طراحی و ارائه مدل اعتباربخشی بیمارستان های دولتی. مدیریت بهداشت و درمان (نظام سلامت)، ۱۲(۲) (پیاپی ۴۰)، ۷-۱۶. SID. <https://sid.ir/paper/950854/fa>

4-Bogh, S., Blom, A., Raben, D., Braithwaite, J., Thude, B., Hollnagel, & Plessen, C. (2018). hospital accreditation: staff experiences and perceptions. *International Journal of health Care quality Assurance*, 31(5), 420-427. <https://doi.org/10.1108/ijhcqa-06-2017-0115>

5-Hydari, M., Ali, M., & Dost, M. (2020). Impact of accreditation, services quality, green standards and product superiority on customer loyalty: a case of healthcare quality in hospitals of pakistan. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 6(1), 219-236. <https://doi.org/10.26710/jafee.v6i1.1080>

- 6-Han, J., Zuo, Y., Law, R., Chen, S., & Zhang, M. (2021). Service quality in tourism public health: trust, satisfaction, and loyalty. *Frontiers in Psychology*, 12.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.731279>
- 7-Al-Qahtani, M., Al-Medaires, M., Al-Dohailan, S., Al-Sharani, H., Al-Dossary, N., & Khuridah, E. (2012). quality of care in accredited and nonaccredited hospitals. *Journal of the Egyptian Public health Association*, 87(3&4), 39-44.
<https://doi.org/10.1097/01.epx.0000417998.98106.9d>
- 8-Al-Sayedahmed, H. (2023). Perception of health care professionals toward hospital accreditation at johns hopkins aramco healthcare. *quality Management in health Care*, 32(4), 238-246. <https://doi.org/10.1097/qmh.0000000000000405>
- 9-Katta, S., Supriya, P., Barkur, G., G., S., & Sampathila, N. (2022). Analysis of hospital website contents for promoting medical tourism among accredited and non-accredited hospitals. *International Journal of health Sciences*, 2195-2209.
<https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns7.11842>
- 10-Bahadori, M., Teymourzadeh, E., Ravangard, R., & Saadati, M. (2018). accreditation effects on health service quality: nurse viewpoints. *International Journal of health Care quality Assurance*, 31(7), 697-703. <https://doi.org/10.1108/ijhcqa-07-2017-0126>
- 11-Markovic-Petrovic, G., Vukovic, M., & Jovic-Vranes, A. (2018). The impact of accreditation on health care quality in hospitals. *Vojnosanitetski Pregled*, 75(8), 803-808. <https://doi.org/10.2298/vsp160728390m>
- 12-Heung, V. C., Kucukusta, D., & Song, H. (2011). Medical tourism development in Hong Kong: An assessment of the barriers. *Journal of Tourism Management*, 32, 995-1005.
- 13-Holder, D. (2008). What do we mean by direct, data and digital marketing? M. J. Baker, & S. Hart içinde, *The Marketing Book* (s. 372-390). Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- 14-Hopkins, L., Labonte, R., & Runnels, V. (2010). Medical tourism today: What is the state of existing knowledge? *Journal of Public Health Policy*, 31(2), 185-
- 15-Al-Ansi, A., and Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *J. Destin. Mark. Manag.* 13, 51-60. doi: 10.1016/j.jdmm.2019.05.007

16-Lee, S. P., and Moghavvemi, A. (2015). The dimension of service quality and its impact on customer satisfaction, trust, and loyalty: a case of Malaysian banks. *Asian J. Bus. Account.* 8, 91–121.

17-Elbaz A, Abou Kamar M, Onjewu A, et al. (2021) Evaluating the antecedents of health destination loyalty: the moderating role of destination trust and tourists' emotions. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*: 1–28.

18-Abou-Shouk M, Soliman M (2021) The impact of gamification adoption intention on brand awareness and loyalty in tourism: The mediating effect of customer engagement. *Journal of Destination Marketing & Management* 20: 100559.

19-RAIESI, AHMADREZA, Sharbafchizade, Nasrin, & MOHAMMADI, FATEMEH. (2021). Challenges of the Third Generation of Hospital Accreditation Program from the Perspective of Accreditation Officials in Isfahan City, Iran. *HEALTH INFORMATION MANAGEMENT*, 18(2 (78)), 53-59. SID. <https://sid.ir/paper/411796/en>

20-198.JCI. (2018). Who is JCI. 31 03, 2018 tarihinde Joint Commission International: <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/who->

21- نسل پنجم راهنمای استانداردهای جامع اعتباربخشی ملی بیمارستان های ایران -