

Orvosi turizmus – nemzetközi és hazai trendek

Kormosné Dr. Koch Krisztina
Debreceni Egyetem

Egészségügyi /orvosi turizmus

Definíció:

orvosi kezelés, egészségügyi beavatkozás kedvéért történő utazás

Fejlődését motiváló tényezők:

- **ár**(olcsóbb szolgáltatás),
- **minőség**i hiány pótlása (más technológia, komfort, megbízhatóság, „nagy név” garanciája),
- **hozzáférés**
 - mennyiségi hiány pótlása (várólista kerülése),
 - szabályozási (szabályozatlansági) jogi könnyítés (mesterséges megtermékenyítés, de pl.: őssejt ipar...).

Világpiaci adatok

- Az orvosi szolgáltatásokra épülő gyógyturizmus a világ egyik legdinamikusabban fejlődő üzletága.
- **2006-ban 60 Mrd USD piac, 2012-re várhatóan 100 Mrd USD méretűre nő (Mckinsey and Co.)**
- nagy küldő területek
 - ma: Észak-Amerika, Nyugat-Európa,
 - várhatóan: Közel-Kelet, Oroszország



Legsikeresebb desztinációk – Amerikai kontinens

■ Mexikó:

- piacvezető a fogászati turizmusban;
 - szenderdizált kezelések, rendelők
 - 25-35%-kal alacsonyabb árak (USA, UK)
 - Közelség az USA-hoz
 - Turisztikai vonzerő
- Jelentős piaci szegmens még a szépészeti beavatkozások

■ Costa Rica, Panama:

- fogászat, szépészeti beavatkozások
- Panamában 40-70%-kal alacsonyabb árak (USA)
- Costa Ricában 30-40%-kal alacsonyabb árak (USA)

Brazília

- elsősorban szépészeti beavatkozások
- 40-50%-kal alacsonyabb árak (USA)

Legsikeresebb desztinációk – Ázsia I.

■ India:

- folyamatos bővülés, **mintegy 150 000 orvosi turista**
- Széleskörű egészségügyi szolgáltatások (elsősorban kardiovaszkuláris és ortopédiai beavatkozások)
- **USA-hoz képest 80%-kal alacsonyabb árak**
- Árelőnyt lassan felváltja a minőségi garanciák, plusz szolgáltatások miatti előny

■ Thaiföld:

- évente mintegy **750 000 külföldi beteg**, kb. 100 000 fő az Amerikai Egyesült Államokból érkezik.
- **30%-kal alacsonyabb árak (USA)**
- Széleskörű egészségügyi szolgáltatások

Legsikeresebb desztinációk – Ázsia II.

■ Szingapúr:

- Kb. 570 000 (2007), 650 000 (2008) orvosi turista évente, **2004-től 2X növekedés.**
- Széleskörű egészségügyi szolgáltatások
- **30%-kal alacsonyabb árak (USA, NYE)**

■ Malajzia:

- gyorsan bővülő piac, 2006-ban 300 000 orvosi turista
- **25%-kal alacsonyabb árak (USA)**

Sikeres desztinációk – Európa

■ Lengyelország:

- elsősorban **fogászati** szolgáltatások;
- alacsony ár, magas minőség;
- döntően **német orvosi turisták**;

■ Horvátország:

- nyugat-európai árszínvonalhoz képest 30%-os árak;
- magas minőség (fogászat, sebészeti beavatkozások);

■ Ukrajna:

- különösen az olasz, német, skandináv betegek keresik;
- elsősorban meddőségi kezelések;
- az EU országokhoz képest egyértelmű árelőny

■ Magyarország:

- Sopron, Mosonmagyaróvár (**fogászat**, szemészet)
- Elsősorban osztrák, német vendégek;

EU adatok, trendek

- Az EU-n belüli egészségpiaci mozgás a szociális biztosításból finanszírozott összegek 1%-át éri el, 10 Mrd Euro
- EU hivatalos felmérése szerint németek 5%, EU polgárok átlag 4% vesz igénybe határokon átnyúló egészségügyi ellátást EU-n belül
- EU polgárok 90% hazájában kezelteti magát, de **53% igénybe venne más EU országbeli orvosi ellátást**, (+ 780 000 fő)
- **JÖVŐ:** a 2. egészségpiac (1. egészségpiac a betegségek gyógyítása, orvosi normál ellátás), ahol az egészségmegőrzés áll a középpontban; prevenció miatt az eü-nek is pozitív hozzáadott értéket jelent és sokkal jobb image van. (német lakosság 50% már igénybe vett komplementer orvoslást, nők 80%, férfiak 60% érdekli az ajánlat – 60 Mrd Euro forgalom/év

Egy németországi felmérés eredménye:

Motiváció külföldi kezelés döntésekor:

- 14 % jobb körülmények
- 13 % alacsonyabb költség
- 7 % új beavatkozási módszerek

Kezelések fajtái:

- 24 % gyógyászati kezelések
- 24 % gyógykúra
- 11 % fogorvos



Orvosi turizmus Magyarországon I.

Európán belül van a fő piacunk!

- Nagy biztonsággal állíthatjuk, hogy az esetek kb. 80%-át és a **bevétel** nagyjából **felét az osztrák** határ menti (elsősorban) **fogászati turizmus** hozza.
- A **bevételek** másik **jelentős részét** az erre szakosodott utazás-szervezőkön keresztül érkező **egyesült királyságbeli, ír, francia, dán, német és svájci páciensek** adják (fogászat + esztétika).
- Egyelőre nem jelentős, de potenciáljában nagy szeletét képezik a piacnak a közszolgáltatókhoz érkező betegek.
- Utóbbiból elsősorban a (román, szerb, ukrán) **határ menti állampolgárok térítésköteles** (azaz szabadáras) **látogatásai** tesznek ki jelentősebb tömeget.

Orvosi turizmus Magyarországon II.

Kategória megnevezés	Esetszám	Bevétel (Mrd. HUF)
Közfinanszírozású intézményekben államközi elszámolású ellátás ('E')	624	0,11
Közfinanszírozású intézményekben jelentett térítésköteles ellátás ('4')	2 929 Jelentett	0,5-1
Magánintézményekben térítésköteles ellátás:	-	-
<i>Fogászat</i>	Kb. 180 000	30-45
<i>Plasztikai sebészet/Szemészet/Szülészet-nőgyógyászat</i>	n.a.	4-5
Egészségügyi szolgáltatásokon alapuló turizmus összesen	-	30-50
Gyógy-és wellness-szállók magyar vendégei (fő)	899 400	16,2
Gyógy-és wellness-szállók külföldi vendégei (fő)	444 600	13,6

Magyar sikertörténet – fogászati turizmus I.



A siker kizárólag a szakmai tudásnak és a **példaértékű marketingakcióknak** köszönhető (web, call center, helyi képviseletek) **Állami támogatás nélkül nemzetközi hírnév** Szinten maradáshoz – **komoly országmarketing** kell. Rohamosan tör előre a konkurencia!

Magyar sikertörténet – fogászati turizmus II.

- Orvosi kompetenciára alapozza a szolgáltatást
- Hosszútávon felépített szolgáltatói alapokra épült, a visszatérő és továbbjárnó vendég volt a siker kulcsa.
- Utóbbi 25-10 év profi marketing munka – online, helyi képviseletek, extra service, majdnem 24 órás elérhetőség, reklamáció management, hosszabb garancia – nemzetközi partnerorvos hálózat, helyi bejegyzésű közvetítő cégek és call centerek = TELJESKÖR ELLÁTÁS = BIZTONSÁG
- + versenyképes ÁR, nagy gyakorlat és jó képzés, magas színvonalú alapanyagok

VENDÉG: 2-3x érkezik, több (5) napra inkább elő és utószezonban, általában nem egyedül, csak orvosi kezelésre min. 2500-3000 Eurot költ

Töretlen siker folytatásaként a hatékony összefogásra van szükség a marketing területén!

Jelenlegi magyarországi szolgáltatók

- Fogorvosi praxisok,
- Plasztikai sebészek,
- Szemészet, szemsebészet,
- Meddőségi kezelés (IVF),
- Obesitas (elhízás) -specialisták.



Potenciális magyarországi szolgáltatók

- anti-ageing,
- bőrgyógyászat,
- ortopédsebészet,
- szívsebészet,
- angiológia (érgyógyászat),
- transzplantáció,
- urológia, nőgyógyászat,
- gyermek-szájsebészet,
- jól felszerelt magánkórházak
- a közkórházak VIP-kórtermei.

Igénybevett turisztikai szolgáltatások

- Repülőjegy
- Szállás (3-5*, 10-30.000 Ft/éj)
- Étkezés
- Városnézés
- Vásárlás
- Kulturális program
- Fürdő



Becslések szerint fejenként 3 000-10 000 euróért vásárolnak szolgáltatásokat hazánkban.

Előnyök, amire építeni lehet

- Nagy nevű orvosok (Hangody –térd mozaik plasztika, VPP –gerinc, Papp Lajos –szív,
- Nagy nevű intézmények (Pető Intézet, SOTE, DOTE, SZOTE, POTE)
- Óriási rutin és nemzetközi ismertség a természetes gyógytényezők alkalmazása terén (balneológia),
- Magyar találmányok (Biopton lámpa, Avemar, Béres csepp, Taxalbin, deutériummentes víz, stb.
- Oktatás



Feladatok a célok tükrében I.

1. A gyógyturizmus fogalmának kiterjesztése: a természetes gyógy-tényezők mellett **a minőségi, high-tech-alapú orvosi szolgáltatások** (implantációk, szívműtét, fogászat stb.) **piacképesítéséte.**
2. **A turisztikai szolgáltatásokhoz minél több egészség-célú szolgáltatás kapcsolása.** (wellness, gyógyászati ellátások, szűrések, preventív szolgáltatások stb.)
3. **Az egészségügyi szolgáltatásokhoz minél több turisztikai szolgáltatás kapcsolása komplex csomagokban.**

Feladatok a célok tükrében II.

Az orvosi turizmus hatalmas perspektíva. De...ma a piaci pozíciónk ár-előnyre alapozott,

- az olcsóság nem lehet tartós, stratégiai cél.

Ezért:

stratégiai cél, hogy Magyarország az ár-előny típusú szolgáltatás-csoportból a minőség-előny/hiánypótló szolgáltatást nyújtó csoportba kerüljön át.

4. Ehhez elengedhetetlen a **szolgáltatások egyenszilárdságú fejlesztése**,
5. **minőségtanúsítás**i rendszer működtetése,
6. szolgáltatók **akkreditáció**ja,
7. marketing tevékenység fokozása.

ÖSSZEGZÉS

- **Az egészségturizmus úgy az egészségügy, mint a turizmus számára az egyik kitörési pont.**
 - A hagyományos, gyógyvíz-alapú megközelítés a világtendenciák miatt nem perspektívikus, ezért:komplex szolgáltatásra van szükség, amiben a gyógyvíz lehet egy megkülönböztető embléma,
 - az orvosi szolgáltatások piacán kell jól pozicionálnunk magunkat.
- **A start-pozíciónk (a hagyományaink) jók, de a jövőképhez szemléletváltás kell: **ár-előny** helyett **minőség-előny!****

Bővebb Információ érhető el:

- Treatment Abroad –www.treatmentabroad.com
- Health tourism blog -
<http://treatmentabroad.blogspot.com>
- International Medical Travel Journal
www.imtjonline.com
- www.health-tourism.india.com

Köszönöm megtisztelő figyelmüket!

