



AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS MAGYARORSZÁGON – HELYZETKÉP ÉS LEHETŐSÉGEK

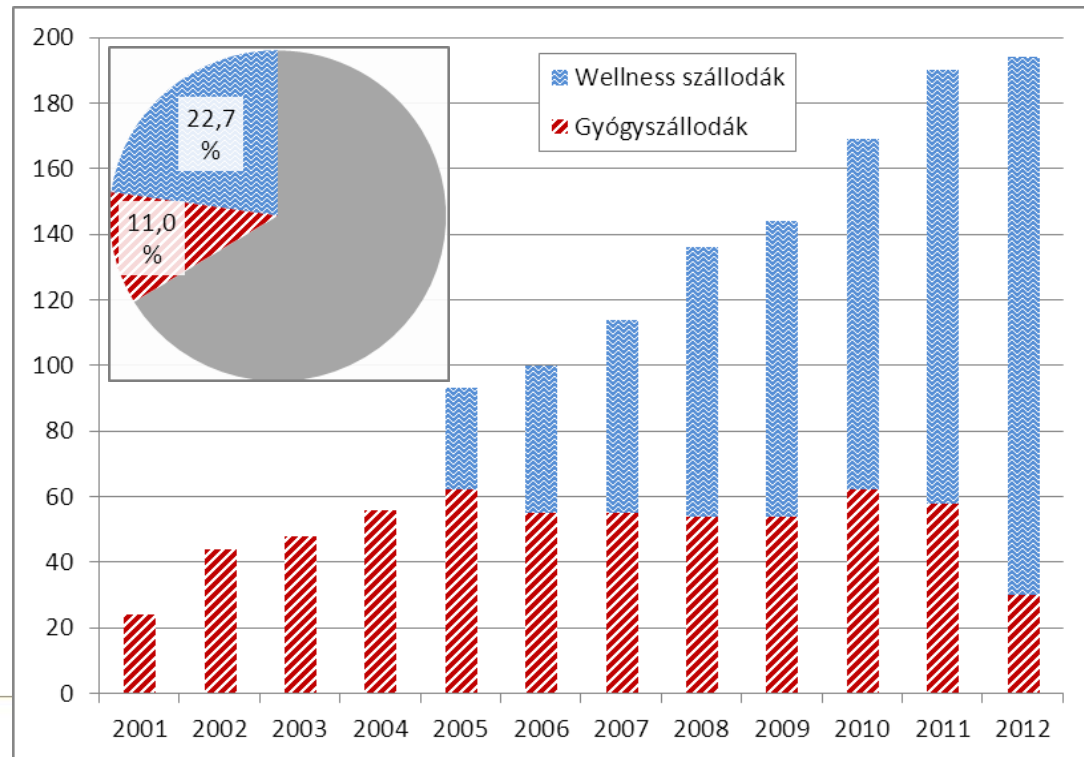
Dr. Ruzinkó Ádám

elnök, Magyar Egészségturizmus Marketing Egyesület

Utazás Fórum, 2018. III. 2.

Az egészségturizmus súlya a magyar turizmuson belül

Míg 2000-ben a gyógyszállók (akkor még nem voltak wellness szállodák) a Magyarországon eltöltött vendégéjszakák ~10%-át adták, addig mára az egészségturisztikai profilú (gyógy- és wellness) szállodák együtt a hazai szállodai vendégéjszakáknak kb. az egyharmadát produkálják: 2012-ben a gyógyszállodák 1.828.468, míg a wellness házak 3.777.726 vendégéjszakát realizáltak, ami összesen 5.606.194 vendégéjszakát (33,7%-ot) jelentett a 16.624.260-ból.

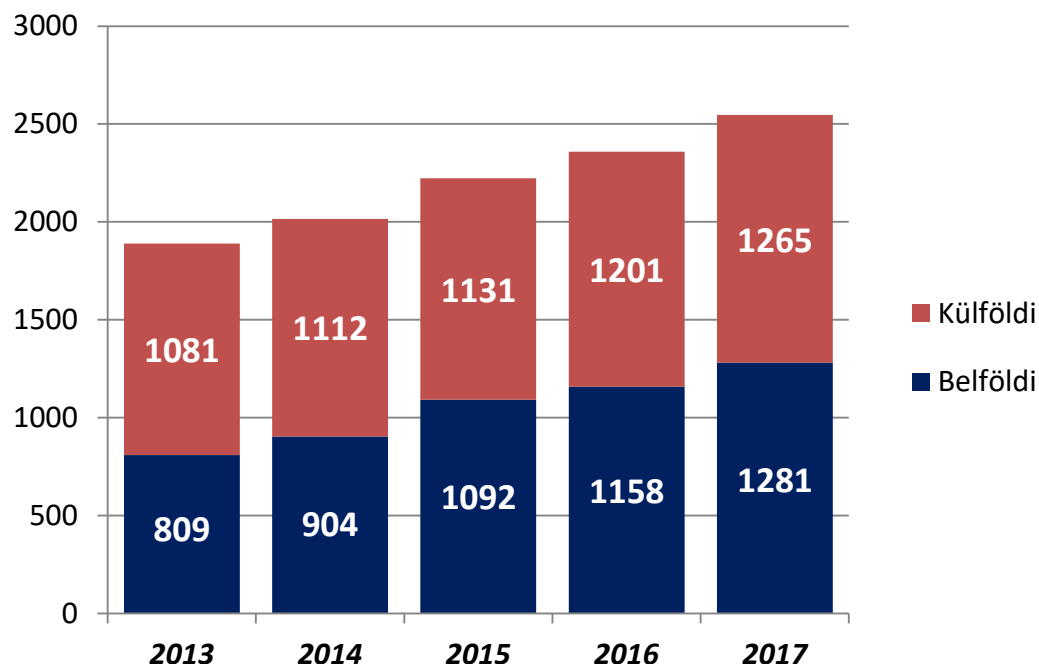


Az egészségturizmus vendégforgalmi adatai – 2017.

Vendégéjszakák száma: 29,5 millió

- ebből szállodában: 24,2 millió
- ebből gyógyszállodában: 2,546 millió

A hazai gyógyszállók vendégforgalmának növekedése



Az egészségturizmus vendégforgalmi adatai – 2017.

A wellness szállodák forgalma – amíg a KSH mérte – kb. 50%-kal magasabb volt a gyógyszállodákénál.

Eszerint 2017-ben a 2,546 millió gyógyszállodai vendégéjszaka mellett 5 millió körüli a wellness szállodákban eltöltött vendégéjszakák száma.

Gyógyszállodák teljes árbevétele

2013: 31.593 Mrd Ft

2014: 35.587 Mrd Ft

2015: 40.517 Mrd Ft

2016: 43.291 Mrd Ft

2017: 48.570 Mrd Ft

4 év alatt ~54%-os
bővülés!



Az egészségturizmus vendégforgalmi adatai – 2016.

Fürdők forgalma

Vendégforgalom: 41,096 millió fő

- ebből NEAK (OEP): 2,332 millió fő



Árbevétel összesen: 155,951 Mrd Ft, ebből:

- fürdőszolgáltatás: 43,623 Mrd Ft
- gyógyászat, egészségmegőrzés: 13,221 Mrd Ft
- szálláshely szolgáltatás: 71,397 Mrd Ft

Legfontosabb küldőországaink – egészségturizmus, 2016

	Vendégszám	Gyógy szállók véj.
1.	Ausztria	Németország
2.	Szlovákia	Oroszország
3.	Németország	Ausztria
4.	Cseh Köztársaság	Cseh Köztársaság
5.	Románia	Szlovákia
6.	Hollandia	Románia
7.	Ukrajna	Lengyelország
8.	Szerbia, Montenegró	Izrael
9.	Horvátország	Ukrajna
10.	Oroszország	Olaszország

Fejlesztések 2001 - 2003.

TU-1, TU-2, TU-21 és TU-23 pályázati eredmények:

Nyertes pályázatok száma: **90 fürdőintézmény (gyógyfürdő, barlang, mofetta) és szálloda**

A támogatások összértéke:
32 Mrd Ft

A támogatott beruházások
összértéke: **~100 Mrd Ft**

Új munkahelyek száma:
3000



Fejlesztések 2005-07.

TU-1: műemlék gyógyfürdők támogatása

Nyertes projektek száma: **9**
**(Gellért, Lukács, Széchenyi,
Császár, Eger, Esztergom, Székesfehérvár)**

A támogatások összértéke:
4,8 Mrd Ft

A támogatott beruházások összértéke:
~8 Mrd Ft



Fejlesztések 2007-10. ÚMFT

A kétfordulós (turisztikai vonzerő) pályázat eredményei

Nyertes projektek száma: **~40**

A támogatások összértéke:

26,6 Mrd Ft

A támogatott beruházások összértéke:

55 Mrd Ft

Fejlesztések 2012. ÚSzT

A turisztikai attrakció pályázat eredményei

Nyertes projektek száma: 10

(Csongrád, Tiszakécske-Kerekdomb, Debreceni Aquaticum, Hajdúszoboszló, Túrkeve, Berekfürdő, Mezőkövesdi Zsóry Fürdő, Mohács, Zalakaros, Kolping)

A támogatások összértéke:

4 Mrd Ft

A támogatott beruházások összértéke:

8 Mrd Ft



Turizmusfejlesztés Magyarországon, 2007-2013

- **Elsősorban EU-s társfinanszírozású forrásokból**
- **Régiós bontásban (Regionális Operatív Programok)**
- **A ROP-os források 17,5%-a turizmusfejlesztésre**
- **Felhasználás három fő szakmai területen:**
 - ✓ turisztikai attrakciók
 - ✓ üzleti célú szálláshelyek
 - ✓ turisztikai desztináció menedzsment szervezetek (TDM) fejlesztése



EU-s fejlesztések a turizmus szolgálatában, 2007-13

- **Támogatott projektek száma: 1122**
- Megítélt **támogatások összege: 314 Mrd**
- **Megvalósult projektek száma: ~1100**



Az egészségturizmus fejlesztése, 2007-2013

Attrakciófejlesztés

- **Fürdők: 47 projekt – 30 milliárd Ft**
- **Orvosi turizmus: 35 projekt – 18 milliárd Ft**
- **Gyógyhelyek fejlesztése:** pl. Debrecen, Nyíregyháza, Sárvár
- **Szállodák** minőségi és mennyiségi fejlesztése



Különleges fürdők – jó gyakorlatok

Alsópáhok, Hotel Kolping – family resort, családi üdülés

Bük – gyógyászat profilja: osteoporosis

Budapest, Debrecen, Szentgotthárd – fedett aquaparkok

Eger, Budapest – török fürdők

Hajdúszoboszló – 3 generációs fürdő, aquapark

Makó – Makovecz Imre által tervezett fürdő

Mórahalom – gyógyászat profilja: térd és váll

Szeged, Székesfehérvár – műemlékfürdő a városközpontban

Sárvár – modern wellness-szolgáltatások

Szentes (nemzeti sportváros) – termálfürdő és sportlehetőségek

Tapolca – termálfürdő és gyógybarlang

Tótkomlós – „Rózsa Fürdő”

Vásárosnamény – „Szilva Fürdő”

Mórahalom: 35.000/2000, 450.000/2016

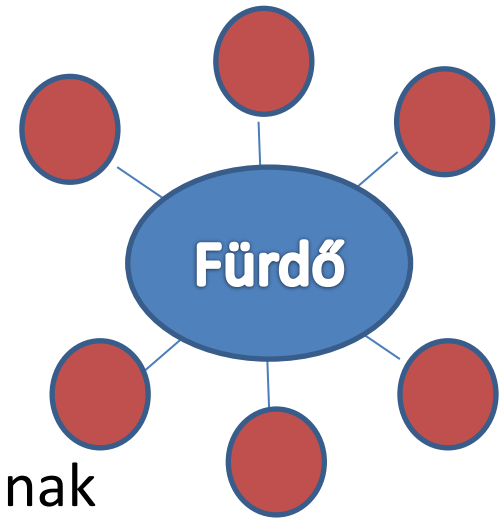


A jövedelem-termelő képesség önkormányzati szempontból

A hazai fürdők tulajdonosa leggyakrabban a helyi önkormányzat. Számára nem a fürdő profitabilitása a legfontosabb szempont, hanem az, hogy hozzá kapcsolódó szolgáltatókkal, úgy mint:

- szálláshelyek
- éttermek
- üzletek
- szolgáltatók
- sport és kulturális programok

együtt jól működjön a helyi turizmus, és annak adóztatásából több jövedelme legyen az önkormányzatnak. Ebből a fürdő esetleges – pl. úszásoktatás, gyógyászat miatti – veszteségét finanszírozni tudja.



Jövedelemtermelő-képesség a fürdőben

Egy fürdő jövedelemtermelő-képessége nagy mértékben függ attól, hogy hányféle profitcentert alakítanak ki benne, ezek lehetnek:

1. Jegyárbevétel
2. Fizetős szolgáltatások (gyógyászat, wellness, élmény, beauty)
3. Gasztronómia
4. Saját szálláshely
5. Kereskedelem (lehetőség szerint pl. saját spa-termékekkel)
6. Rendezvények
7. Szponzorok



A stratégiai termékek helyzete

Kulturális turizmus – virágzik:

- a nemzetközileg is igen sikeres Operaház felújítása megkezdődött
- MÜPA: folyamatosan teltház
- új múzeumi negyed épül
- számos könnyű és komolyzenei fesztivál
- vallási helyszínek fejlődnek
- az állam mindezekből komolyan kiveszi a részét



MICE:

- a vidéki konferenciaközpontok jól működnek: Szeged, Debrecen, Győr, Pécs
- a MÜPA és a Nemzeti Színház mellett az új Kongresszusi Központ előkészítése is megkezdődött

Egészségsturizmus:

- a gyógyhelyi pályázatok eredményeit várja a szakma
- a Kisfaludy-program keretében elindult a szálláshely-fejlesztés
- fürdőfejlesztési alapot (pályázati lehetőséget) kell létrehozni

Az egészségturizmus stratégiai fejlesztése

1. Kutatás (marketing, orvosi, humán)

2. Termékfejlesztés

- Különlegesség, specializáció
- Színes kínálat a régióon belül

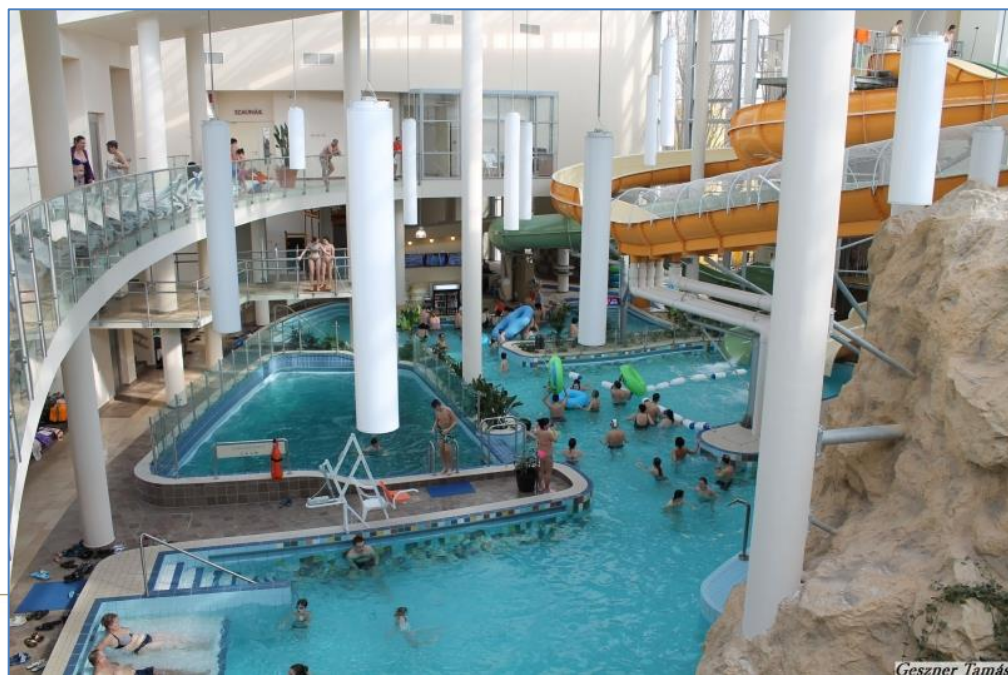
3. Általános infrastruktúra

- Közlekedés: utak, vasutak, repterek
- Városi infrastruktúra: parkolás, parkosítás

4. Marketing

5. Oktatás-képzés

6. Szabályozás



Egészségturizmus pályázati lehetőségei, 2014-2020

- Termál-gyógyvizek orvosi bizonyítékokon alapuló **gyógyászati hatásainak vizsgálata**
- **Gyógyhelyek fejlesztése** (infrastruktúra, kisebb attrakciók, városképi fejlesztések)
- **Fürdő-üzemeltetés jövedelmezőségének javítása** (energetika, IT, szolgáltatásminőség, oktatás)



Oktatás

- Cél: az egészségturisztikai intézmények munkavállalóinak folyamatos képzése annak érdekében, hogy a hazai kínálat világszínvonalú minőséget jelentsen
- Témák: NYELV, turizmus, marketing, protokoll, balneológus szakorvos-, gyógytornász- és gyógymasszőr-képzés
- **Legnagyobb munkaadók:** fürdők és szállodák, orvosi rendelők



Marketing

Hatékony marketingeszközök (saját marketingrészleg):

- Online, online, online
- Study tourok
- Hirdetések
- Kiállítások



Partnerek:

- Magyar Turisztikai Ügynökség
- Magyar Fürdőszövetség marketing bizottsága
- Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége
- Magyar Egészségturizmus Marketing Egyesület

Lobbytémák



- ÁFA-csökkentés;
- NEAK gyógyvízkasszájának keretemelése és a térítési díjak aktualizálása (erre utoljára 2012-ben került sor);
- 37/1996. rendelet módosítása (a közfürdők létesítésének és üzemeltetésének közegészségügyi feltételeiről);
- Fürdőfejlesztési pályázat, kiszámítható éves keret.

Definíció

Egészségügyi/orvosi turizmus:
orvosi kezelés, beavatkozás,
komolyabb diagnosztikai eljárás
kedvéért történő – döntően
külföldi – utazás



Az egészségügyi turizmus motivációi

1. Jó minőségű ellátás (az otthoninál) kedvezőbb áron,
2. Azonnali hozzáférés várólista nélkül, és
3. Innovatív kezelések (alapja: tudás vagy technika), melyek lehet, hogy otthon nem elérhetőek
4. Egyszerűbb jogszabályi környezet (pl. mesterséges megtermékenyítés)



Hazai szereplők ma

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



Igénybe vett turisztikai szolgáltatások

- Repülőjegy
- Szállás (3-5*, 10-35.000 Ft/éj)
- Étkezés
- Városnézés
- Vásárlás
- Kulturális program
- Fürdő



Becslések szerint fejenként 3-10.000 euróért vásárolnak szolgáltatásokat hazánkban.

Jó üzlet?

Nemzetközi adatok:

- 2008-ban 60 Mrd \$-os piac 2016-ra 140 Mrd-ra nőtt
- Nagy küldőterületek
 - ma: Észak-Amerika, Nyugat-Európa,
 - a jövőben: Közel-Kelet, Oroszország,
- Legsikeresebb desztinációk:
 - Ázsia: India, Malajzia, Thaiföld, Szingapúr,
 - Amerika: Brazília, Panama, Costa Rica,
 - Európa: Németország, Bulgária, Horvátország, Lengyelország, Magyarország, Törökország

Alakuló stratégia

Mitől leszünk mi jobbak, különlegesebbek?

- Nagy nevű orvosok (Hangody – térd mozaik plasztika, VPP – gerinc, Merkely Béla – szív);
- Nagy nevű intézmények (Pető Intézet, Budapesti, Debreceni, Szegedi, Pécsi orvosi karok);
- Óriási rutin és nemzetközi ismertség a természetes gyógytényezők alkalmazása terén (balneológia);
- Magyar találmányok (Biopton lámpa, Avemar, Béres csepp, Taxalbin, deutériummentes víz, stb.
- Oktatás (a négy orvosi karon a hallgatók 40-45%-a külföldi)



Stratégia – hosszabb távon

Hazánk orvosi turizmusát tekintve **jelenleg dominál az árelőny**, vagyis hogy a turisták általában az otthoni feléért megkapják a teljes csomagot (utazási költség + orvosi szolgáltatás + szállás + étkezés + program)

Nyilván nem célunk, hogy mindig (értsd: hosszú távon) jóval olcsóbbak maradjunk a nagy küldőországok áraihoz képest, de **az ottani árszínvonal 60-70%-ra fölmenni** csak úgy lehet, ha nem pusztán csípőprotézist, hanem **élményt is** kapnak!



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

