



I Krakowski Kongres Turystyki Medycznej
13-14 października 2016



Modele organizacji turystyki medycznej w wybranych krajach UE

dr Anna Białk-Wolf, Mariusz Arent
Instytut Badań i Rozwoju Turystyki Medycznej



Instytut
Badań i Rozwoju
Turystyki Medycznej

Plan wystąpienia

1. Pojęcie turystyki medycznej
2. Destynacje turystyki medycznej
3. Modele organizacji w Niemczech, Grecji, Hiszpanii, Łotwie
4. Węgry – europejski lider
5. Podsumowanie
 - Wnioski
 - Sytuacja i działania w Polsce

1. Pojęcie turystyki medycznej

Turystyka medyczna

- *polega na celowym przemieszczaniu się do obcego państwa w celu poddania się tam **planowanemu leczeniu** w celu ratowania zdrowia, podniesienia jakości życia lub poprawy wyglądu,*
- *z przyczyn **finansowych, jakościowych lub z uwagi na niedostępność świadczeń w kraju zamieszkania** (wynikającą z braku personelu, wiedzy, sprzętu, procedur, zbyt długiego czasu oczekiwania lub ograniczeń prawnych),*
- *niejednokrotnie połączonym ze zwiedzaniem odwiedzanego miejsca.*

Białk-Wolf (2010)



Kontrowersje wokół pojęcia

- Zakres pojęcia:
 - świadczenia w trybie jednodniowym,
 - czy tylko charakter międzynarodowy
 - termin „turystyka”
- Kim jest turysta medyczny?
- Statystyki dotyczące liczby turystów medycznych

Przyczyny rozwoju turystyki medycznej

- problemy systemów opieki zdrowotnej,
- przemiany demograficzne,
- rozwój tanich form podróżowania,
- ruchy migracyjne,
- rozwój Internetu.

Powody uczestnictwa w turystyce medycznej

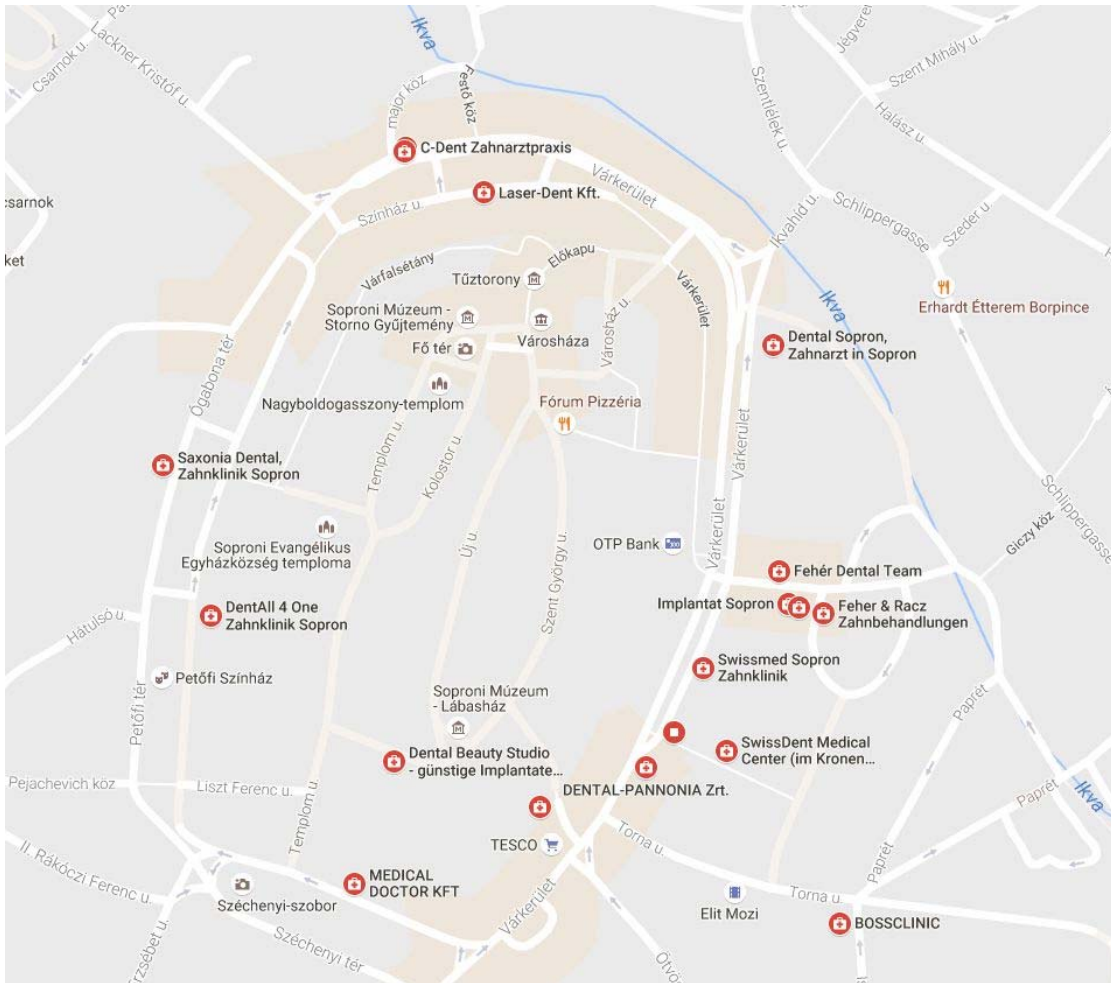
- niższe koszty – 44%
 - niedostępność świadczeń w kraju zamieszkania - 33%
 - czas oczekiwania na zabieg – 19 %
-
- Fisher/Sood (2014)

2. Destynacje turystyki medycznej



Miasto jako destynacja

Sopron (Węgry) – „stomatologiczna stolica świata”



- 61 tys. mieszkańców,
- około 300 klinik stomatologicznych
- około 1000 dentystów w okolicy (1 na 80 mieszkańców).

(wikipedia)

Klinika jako destynacja



Klinika Krojanty (Chojnice)



Klinika Invicta (Gdańsk)

Potrzeba organizacji

Destynacja to więcej niż cel podróży , to też produkt turystyczny

Produkt turystyki medycznej ma wiele elementów składowych

Warunkiem jego kreowania jest koordynacja działań

Celem prezentacji jest przedstawienie rozwiązań już stosowanych

3. Wybrane modele organizacji

Niemcy

- Turystyka medyczna w Niemczech to 241.000 pacjentów z zagranicy (stacjonarnych i ambulatoryjnych) w 2013 roku
- **Ale tylko** ok. 45% to turyści medyczni
- Główne ośrodki: Monachium, Kolonia, Freiburg

3. Wybrane modele organizacji

Berlin jako nowa destynacja

- **Berlin**
 - health capital
 - 12,5 mln turystów
 - 130 Klinik
 - 35. 000 łóżek
 - 17.00-21.000 pacjentów zagranicznych
 - Biura obsługi pacjentów międzynarodowych w poszczególnych placówkach

HealthCapital
CLUSTER GESUNDHEITSWIRTSCHAFT
Berlin - Brandenburg

Kontakt Presse Sitemap Impressum

Suche

STEFFEN GREBNER
Klinikum Ernst von Bergmann gemeinnützige
GmbH

"Gemeinsam mit den
Marktteilnehmern sektorübergreifende
Versorgungskonzepte zu erstellen -
darin liegt die Zukunft der
Gesundheitsversorgung."

GESUNDHEITSREGION B-BB CLUSTERMANAGEMENT SERVICE TERMINE NEWS JOBS

HEALTH WEEK 5.-15. OKTOBER 2016
GESUNDHEITSWOCHEN BERLIN-BRANDENBURG

13. Oktober 2016 in Berlin **Jetzt anmelden**

CLUSTERKONFERENZ GESUNDHEITSWIRTSCHAFT BERLIN-BRANDENBURG

ÜBER DAS CLUSTER GESUNDHEITSWIRTSCHAFT

Die Region Berlin-Brandenburg ist international einer der führenden Standorte in den Life Sciences und der Gesundheitswirtschaft. Die Stärke der Region liegt vor allem in der einzigartigen Konzentration und Vernetzung von Wissenschaft, Klinik und Wirtschaft. Die zahlreichen Technologieparks und die Netzwerke aus verschiedenen Bereichen, insbesondere der Biotechnologie und Medizintechnik, bilden eine hervorragende Infrastruktur für die Überführung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse in innovative Produkte der Gesundheitswirtschaft. Mit einer gezielten Innovationspolitik im Rahmen der Gemeinsamen Innovationsstrategie der Länder Berlin und Brandenburg (InnoBB) sollen die Entwicklung des Clusters weiter ausgebaut und Spitzenleistungen für den regionalen und globalen Gesundheitsmarkt vorangetrieben werden.

BIOTECHNOLOGIE & PHARMA

Handlungsfeld 1
Mit spannender Forschung und Entwicklung von Molekülen bis zum Produkt bietet die Biotechnologie der Hauptstadtregion ein erstklassiges Umfeld für global agierende Pharmainternehmen und Top-Wissenschaftler.
Weitere Infos zu diesem Handlungsfeld finden Sie hier.

MEDIZINTECHNIK

Handlungsfeld 2
Weltspitze in der Medizintechnik! Das gilt für viele der über 300 Meditech-Firmen am Standort Berlin-Brandenburg. Sie profitieren von der intensiven Vernetzung zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Klinik vor Ort.
Weitere Infos zu diesem Handlungsfeld finden Sie hier.

NEUE VERSORGUNGSFORMEN & REHABILITATION

Handlungsfeld 3
Ob medizinische Versorgung und Rehabilitation oder Pflege – in der Hauptstadtregion finden Patienten aller Altersgruppen eine leistungsfähige und gut vernetzte medizinische Versorgung auf höchstem Niveau.
Weitere Infos zu diesem Handlungsfeld finden Sie hier.

GESUNDHEITSFÖRDERUNG, PRÄVENTION & -TOURISMUS

Handlungsfeld 4
Berlin-Brandenburg ist eine der attraktivsten Gesundheitsregionen mit internationaler Ausstrahlung. Sie bietet viel Raum und zahlreiche Angebote für Prävention, Gesundheitstourismus und Wellness.
Weitere Infos zu diesem Handlungsfeld finden Sie hier.

Jak organizują destynację w Berlinie?

- Analiza zasobów w zakresie struktury i interesariuszy – Wybór klinik (w zakresie organizacji, rynków i świadczeń), które są potencjalnymi partnerami?
- Struktura dostępnych świadczeń
- Analiza rynków pochodzenia pacjentów i konkurencyjności regionu

Co ma Berlin?

- renta z tytułu statusu stolicy
- atrakcyjność turystyczna (Rosja)
- internacjonalizacja środowiska medycznego
- rozpoznawalność największej kliniki uniwersyteckiej w Europie - Charité
- istnienie oferty komplementarna wobec turystyki medycznej
- stosunkowo niskie ceny hoteli, współpraca podmiotów medycznych z hotelami oraz rozwój bazy hotelowej przy klinikach



Region Freiburga

- Wspólne:
 - działania promocyjne regionu,
 - budowanie marki,
 - katalog usług.
- Indywidualnie:
 - pozyskiwanie pacjentów przez członków klastra.

The graphic features a blue header with the 'HEALTH REGION FREIBURG' logo on both sides and a small UK flag. Below the header is a map of Central Europe with circles highlighting the regions around Strasbourg, Freiburg, Frankfurt, and Basel. To the right of the map is a photograph of a smiling female nurse in blue scrubs with her arms crossed. The bottom section contains contact information and a slogan.

HEALTH REGION FREIBURG

HEALTH REGION FREIBURG

Contact
HealthRegion Freiburg
Rathausgasse 33
79098 Freiburg
www.healthregion-freiburg.de

Excellence in Medicine and Health

Contact person
Natalie Kern
E-Mail: natalie.kern@healthregion-freiburg.de
Telefon: +49 (0)761 38 81-1221

www.healthregion-freiburg.de

Copyright: NfW Linder (Fragendes Spitalhaus, Schwaner), Chirurgisches Diakoniekrankenhaus, Gesundheitswesen Freiburg, Bademüller Thermen und Kurpark Linder, Kur und Bäder Linder (Bad Kreuzungen/Vier Cluscia, Kläbe, Kur-Tierärztliche Linder, Badewalden-Therme/Hotel Linder, Linder-Haus-Wellness-Wellness/Hotel Linder, Badewalden-Wellness)

Grecja – powolny start

- **The Greece Health Tourism Confederation** (czerwiec 2016)
- **Sygnatariusze:** Minister Turystyki, Uniwersytet Patras i regiony Zachodniej Grecji
- **Koncepcja:** Oficjalna platforma do rozwoju i promocji greckiego produktu turystyki zdrowotnej.
- **Skład:** 28 podmiotów
- **Zadania:** Budowanie i promowanie destynacji
- **Kluczowe sektory krajowe:** turystyka medyczna, dentystyczna, spa, wellness plus: kulinarna, sportowa, turystyka dla osób niepełnosprawnych, srebrna gospodarka.



Hiszpania – centralny portal

- **Diagnoza:** 100 tys. turystów zdrowotnych / rok - przychód około 500 mln EURO. Cel: 200 tys. / rok
- **Hiszpański rząd** promocji kraju także jako destynacji turystyki medycznej pod marką **Spaincares**.
- **Finansowanie:** Ministerstwo Turystyki
- **Strategiczny związek Federacji:**
 - Hiszpańskiej Federacji Szpitali Prywatnych (FNCP)
 - Hiszpańskiego Stowarzyszenia Medical Spa (ANBAL)
 - Hiszpańskiej Konfederacji Hoteli i Domów Turysty (CEHAT)
 - Hiszpańskiej Konfederacji Agencji Podróży (CEAV)
 - Regionalne organizacje związane z turystyką zdrowotną
 - Stowarzyszenie Transportu Medycznego
- **Oferta:** 50 klinik, plus medyczne spa, domy opieki oraz hotele

The screenshot displays the Spaincares website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Specialties, Centers, Tourism, General Information, Contact, and a language selector set to English. A search bar is prominently featured on the left side. Below it, a 'Looking for?' section offers filters for Clinic, Medical Spa, and Nursing Home. Further down, there are dropdown menus for 'Center' (with a 'Select center type' option), 'Province' (with a 'Select destination' option), and 'Specialty' (with a 'Select center type' option). A 'Nearby?' slider and an 'Apply' button are also visible. The main content area features a large image of a smiling female healthcare professional in blue scrubs. To the right of this image, a 'Welcome to Spaincares' message states: 'The best Spanish Hospitals, Clinics, Medical Spas and Nursing Homes for your health treatments... gathered together with the best tourist offer, to meet all your needs'. Below this, two circular icons represent 'Get a quote' (a teal circle with a white cross) and 'Plan your trip' (an orange circle with a white airplane). At the bottom, there is a section titled 'What does Spaincares have to offer?' with a background image of a family looking at a laptop. To the left of this section, there are two smaller promotional images: one for 'Congreso de Hospitales Españoles su 100 aniversario' and another for 'La 1ª Guía turística para el paciente renal'.

Łotwa – sieć klastrów

- **Dane:** 2,3 mln mieszkańców, 69 instytucji medycznych 23 (publicznych). 20 szpitali (17 regionalnych i 3 uniwersyteckie). Bardzo dobrze rozwinięta jest sieć prywatnych klinik i laboratoriów.
- „Lativa – best enjoyed slowly” (od 2010 r.)
- Badania, Diagnoza, Strategia, Zalecenia
- **Łotewski Klaster Turystyki Zdrowotnej (8 – 30)**
- Zadania klastra: szkolenie, przygotowanie oraz marketing kompleksowego produktu.
- **Baltic care in Latvia (8-16)** Każdy z członków jest prezentowany pod względem swojej głównej specjalizacji. Nie ma dwóch podmiotów oferujących taką samą usługę. Klaster komplementarny.
- **Efekty:** kliniki (BCiL) w 2015 obsłużyło 8900 pacjentów z zagranicy co dało wzrost o 10% w porównaniu do 2014 roku. Całkowity przychód wyniósł 1.350 mln EURO (wzrost o 6,5%) w porównaniu do 2014 roku.



4. Węgry – europejski lider

- **40% turystów stomatologicznych** w Europie wybiera Węgry (1 miejsce w Europie),
- 15-17% udział w światowym rynku (**2 miejsce na świecie**), 1 miejsce Meksyk 20-22% rynku,
- Badania z 2010 r. (dane o przychodach), ponad 500 klinik dentystycznych z 2600 zarejestrowanych w kraju obsługiwało zagranicznych pacjentów.



Rok	Stomatologiczni turyści (szacunki)	Przychód główny	Przychód dodatkowy
2007/2008	100 tys.	---	---
2009	60 tys.	250 mln \$	45 mln \$
2010	70 tys.	---	---
2011	80 tys.	---	---

Źródło: Badania Węgierskiego Urzędu Skarbowego z 2010r.

Węgry – główne kierunki rozwoju do 2010 r.

- Przygraniczne miasta na Węgrzech:
 - Sopron, Győr, Mosonmagyaróvár,
 - Hévíz (jezioro Balaton),
- Budapeszt, UK,
- podaż specjalistów,
- media masowe,
- internet.



Węgry – główne kierunki rozwoju do 2010 r.



Hotel Pannonia z Soporn (klinika dentystyczna na 1 piętrze)

Modele organizacji – 4. Węgry

Węgry – rozwój w czasie

2000 -2007

- Pierwszy gabinet w UK
- Wejście do UE
- Tanie lotanie
- Zainteresowanie rządu

2010

- Partia Fidesz wygrywa wybory
- Badania US
- Nowa strategia promocji kraju

2011

- Biuro Turystyki Medycznej
- Organizacja branżowa
- Dofinansowanie

do 2014

- 10 mln\$ wsparcia
- Zewnętrzne punkty

Węgry – założenia programu

- Cel- podbój świata.
- Własny produkt.
- Promowanie usługi pod jedną marką.
- Nowoczesny system one-stop (ujednolicona, uproszczona procedura postępowania z pacjentami zagranicznymi).
- Wprowadzanie systemu kontroli jakości i akredytacji w branży.
- Hub dentystyczny będący miejscem przepływu klientów do klinik.
- Wspólne, zewnętrzne call center dla pacjentów i punkt informujący dla klinik.
- Edukacja klinik w zakresie polityki ofertowej (nie dla konkurowania ceną).
- Założenia a realizacja.



5. Podsumowanie prezentowanych modeli

- świadomość sytuacyjna,
- przewidywanie trendów,
- rozpoznanie potencjału,
- konsolidacja wokół lidera,
- zgodne współdziałanie,
- szeroka platforma współpracy,
- zasoby gospodarcze,
- różna formy organizacji,
- organizacja jest uwarunkowana danym systemem opieki zdrowotnej.



Główne problemy wg badań IBiRTM

- Brak realnego współdziałania
- Członkowie nie widzą wspólnego interesu
- Brak zaufania
- Obawy przed konkurencją
- Problem finansowania

Co dalej?

- Warto wiedzieć co mamy
- Zwiększać świadomość dotyczącą potencjału i korzyści
- Znajdować partnerów

WSPÓŁPRACOWAĆ !



Dziękujemy za uwagę



Dane kontaktowe

Instytut Badań i Rozwoju Turystyki Medycznej – ibirtm.pl

dr Anna Białk-Wolf – bialk@ibirtm.pl

Mariusz Arent – arent@ibirtm.pl

Bibliografia:

Białk-Wolf, A. (2010). Potencjał rozwojowy turystyki medycznej. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług 591(53): 653-662.

Fisher, C., Sood, K. (2014). What Is Driving the Growth in Medical Tourism?, Health Marketing Quarterly, 31: 246–262.