


# Amerykański Rynek Turystyki Medycznej

I Krakowski Kongres Turystyki Medycznej  
13-14 października 2016

**Jan Rudomina**

 Affordable Healthcare International  
**Affordable Healthcare International, LLC**  
**A Proud Member of Medical Tourism Association**



## Turystyka Medyczna Na Świecie

**Turysta medyczny, to turysta którego głównym celem podróży jest poddanie się zabiegowi medycznemu – skorzystanie z usługi medycznej.**

**Bardzo dynamicznie rozwija się sektor Turystyki Prozdrowotnej (Wellness), z usług którego uczestnicy korzystają w celach prewencyjnych.**

**Brakuje rzetelnych danych na temat wielkości globalnego rynku usług świadczonych w ramach turystyki medycznej  
Publikowane dane są dalece rozbieżne**

**50 - 100 - 400 miliardów USD**

**~ 300 milionów USD trafia do Polski**

## **Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

- **Amerykański rynek turystyki medycznej to największy rynek na świecie. Szacuje się go na około 60% do 70% globalnego rynku turystyki medycznej.**
- **2007 rok – 750 000 Amerykanów wyjechało za granicę w celach leczniczych\*.**
- **2017 rok – 18 000 000 Amerykanów planuje wyjechać za granicę w celach leczniczych\*. Wydadzą za granicą ok 70 miliardów dolarów, to jest ok 2.5% wszystkich wydatków Amerykanów na usługi medyczne (2.8 biliona dolarów).**
- **30% ankietowanych Amerykanów twierdzi, że rozważają wyjazd za granicę w celach leczniczych\*\***

>\*) Deloitte

\*\*\*) Gallup Poll 2009

## **Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

### **Motywy wyjazdów Amerykanów za granicę w celach leczniczych**

**Cena jest podstawowym motywem skłaniającym Amerykanów do poszukiwania procedur medycznych za granicą.**

**Nie może się to jednak odbywać kosztem:**

- **Jakości realizowanych procedur**
- **Niższej innowacyjności technologicznej procedur**
- **Stadardów świadczonych usług**
- **Dostępności rozumianej jako czas oczekiwania na realizację procedury**

## **Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

### **Kryteria doboru kierunków wyjazdów Amerykanów za granicę w celach leczniczych**

#### **WIARYGODNOŚĆ**

- **Wykształcenie i reputacja personelu**
- **Organizacja**
- **Innowacyjność procedur**
- **Technologia**
- **Ubezpieczenie**

#### **WIZERUNEK DESTYNACJI**

- **Łatwość dotarcia i poruszania się**
- **Bezpieczeństwo**
- **Atrakcyjność kulturowa i turystyczna**
- **Klimat ekonomiczny**
- **Lokalna polityka**
- **Stabilność polityczna**

**Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

**Kryteria doboru kierunków wyjazdów Amerykanów za granicę  
w celach leczniczych**

## **CERTYFIKATY I AKREDYTACJE**

**Akredytacje i Certyfikaty Krajowe**

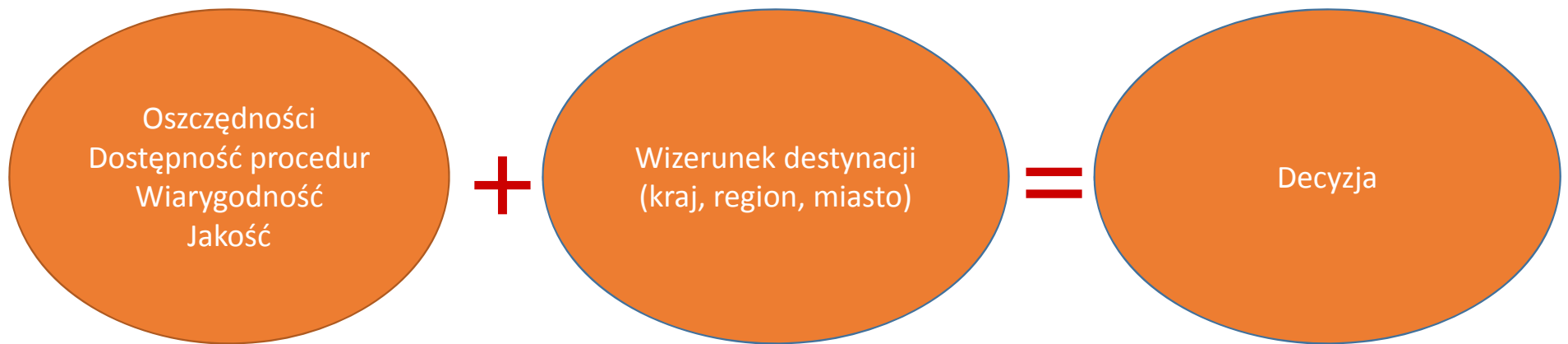
**Akredytacje i Certyfikaty Europejskie**

**ISO**

**Joint Commission International**

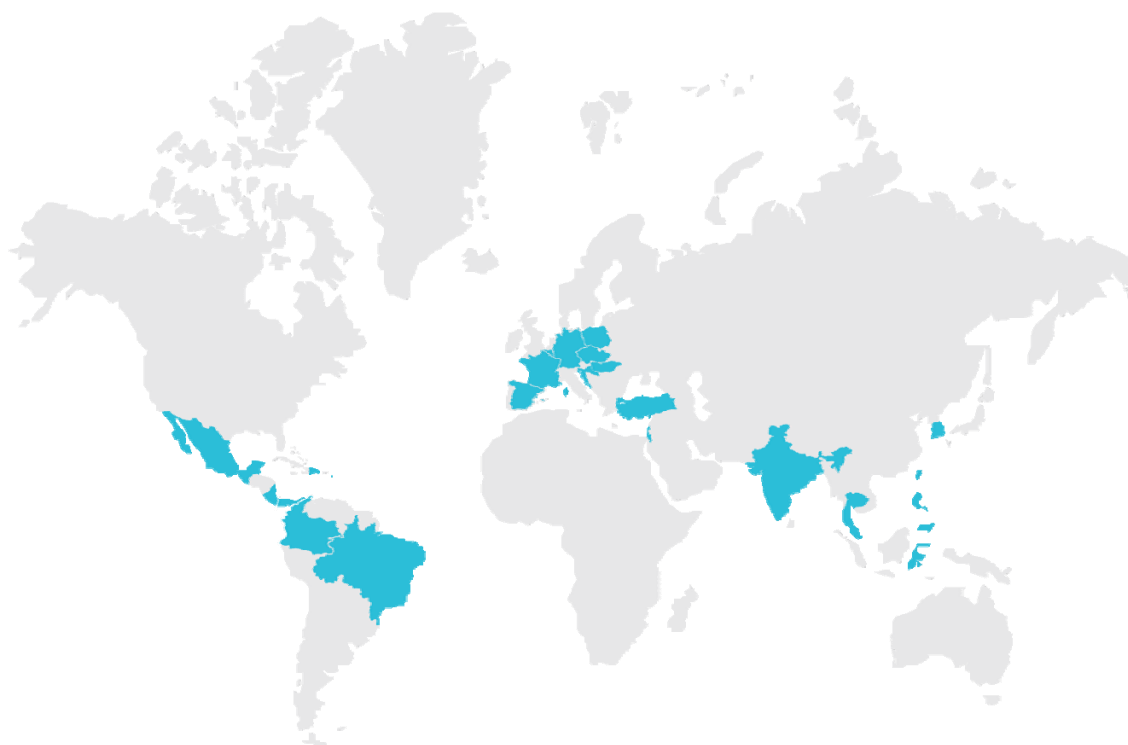
## Amerykański Rynek Turystyki Medycznej

### Kryteria doboru kierunków wyjazdów Amerykanów za granicę w celach leczniczych



## **Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

**Główne kierunki wyjazdów Amerykanów za granicę w celach leczniczych**





## **Procedury poszukiwane przez Amerykanów na odległych rynkach**

**Kardiochirurgia**

**Ortopedia**

**Onkologia**

**Zabiegi prozdrowotne – leczenie otyłości**

**Chirurgia plastyczna/kosmetyczna**

**Komórki macierzyste**

**Stomatologia – Fakty i Mity**

## Amerykański Rynek Turystyki Medycznej

### Przykładowe ceny usług medycznych

Procedura	USA	Polska
Endoproteza Biodra	43,000	6,000
Endoproteza Kolana	40,000	5,000
Angioplastyka	57,000	3,800
Wymiana zastawki serca	150,000	10,000
Bypass serca	120,000	9,000
Implanty Dentystyczne	1,200	900

## Amerykański Rynek Turystyki Medycznej

# Usługi dla amerykańskich turystów medycznych w Polsce - Analiza SWOT

Strengths (silne strony)	Weaknesses (słabe strony)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Jakość świadczonych usług medycznych- placówki służby zdrowie, personel.</li><li>2. Cena świadczonych usług.</li><li>3. Technologia medyczna (R&amp;D)</li><li>4. Dostępność transportowa</li><li>5. Infrastruktura turystyczna oraz doświadczenie w obsłudze wymagających klientów</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Branding destynacji.</li><li>2. Nieznana na amerykańskim rynku, wschodząca destynacja usług medycznych.</li><li>3. Brak planu marketingowego / planu promocji i w konsekwencji brak alokacji środków na koszty promocji.</li><li>4. Certyfikacj placówek świadczących usługi medyczne JCI, JCAHO.</li></ol>
Opportunities (okazje)	Threats (zagrożenia)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Rosnący stabilnie wzrost popytu na usługi turystyki medycznej.</li><li>2. Lokalizacja.</li><li>3. Wsparcie polityczne.</li><li>4. Prestiż Kraju.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Wzrost konkurencji.</li><li>2. Ewentualne odstępstwa, w procesie realizacji usług od rygorystycznych założeń standardów certyfikacji.</li><li>3. Brak wsparcia politycznego.</li><li>4. Wzrost kosztów świadczonych usług medycznych.</li><li>5. Możliwe „nasylenie” pacjentami.</li></ol>

## **Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

### **Skuteczne narzędzia promocyjne**

**Podróże studyjne dla organizatorów wyjazdów turystyki medycznej oraz dziennikarzy.**

**Kampanie przy wykorzystaniu elektronicznych środków przekazu.**

**Konwencja turystyki medycznej – udział w World Medical Tourism & Global Healthcare Congress.**

## **Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

### **Ustawiczne kształcenie i podnoszenie standardów**

**Road show dla polskich placówek usług medycznych.**

**Weryfikacja kryteriów akredytacji i standaryzacji**

**Konwencja turystyki medycznej – udział w World Medical Tourism & Global Healthcare Congress.**

Amerykański Rynek Turystyki Medycznej

Kanały dotarcia do potencjalnych pacjentów

**Rób to na czym się  
najlepiej znasz**

**Medical Tourism Facilitators**

**Amerykański Rynek Turystyki Medycznej**

# Dziękuję !

**Jan Rudomina**

[jan@aHealthcareInternational.com](mailto:jan@aHealthcareInternational.com)

**Affordable Healthcare International**

[www.aHealthcareInternational.com](http://www.aHealthcareInternational.com)

**A Proud Member of Medical Tourism Association**



Affordable  
Healthcare  
International



**Copyright by Jan Rudomina 2016**

*(Fragmenty tej prezentacji niestanowiące domeny publicznej mogą być wykorzystywane w publikacjach i prezentacjach pod warunkiem podania ich źródła)*