



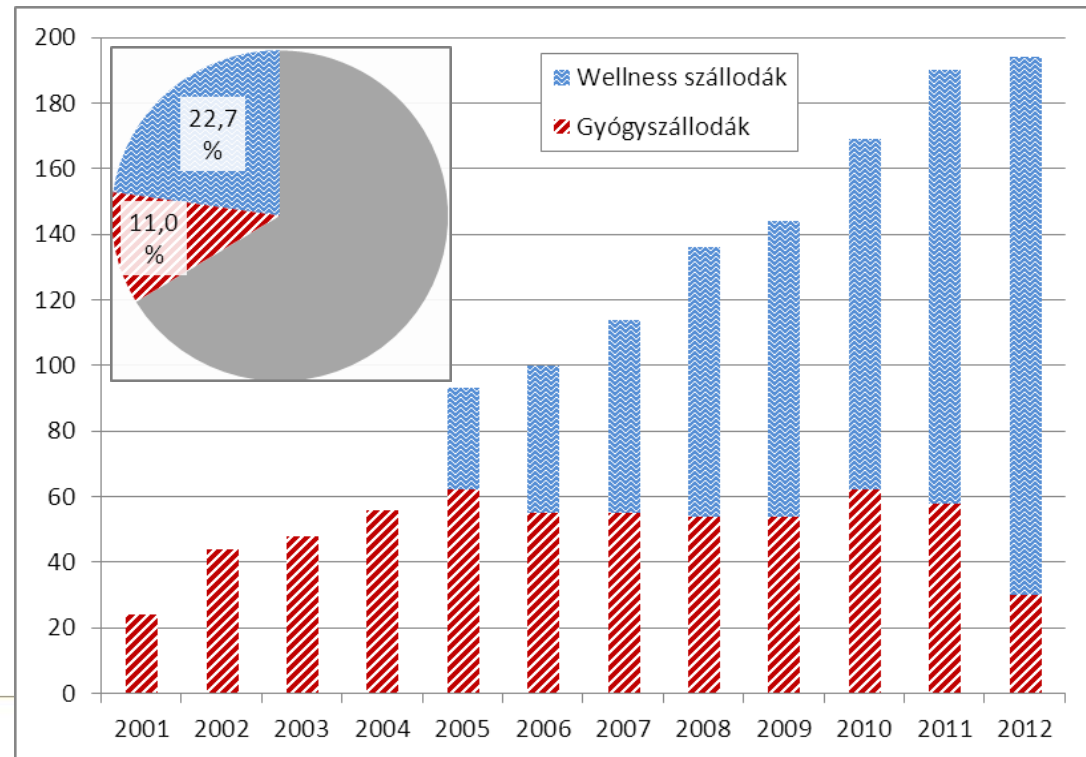
## AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS MAGYARORSZÁGON – EREDMÉNYEK ÉS ÉRDEKESSÉGEK

**Dr. Ruzinkó Ádám**

**elnök, Magyar Egészségturizmus Marketing Egyesület  
Reggeli sajtóbeszélgetés a Szamosban, 2018. VII. 3.**

# 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.

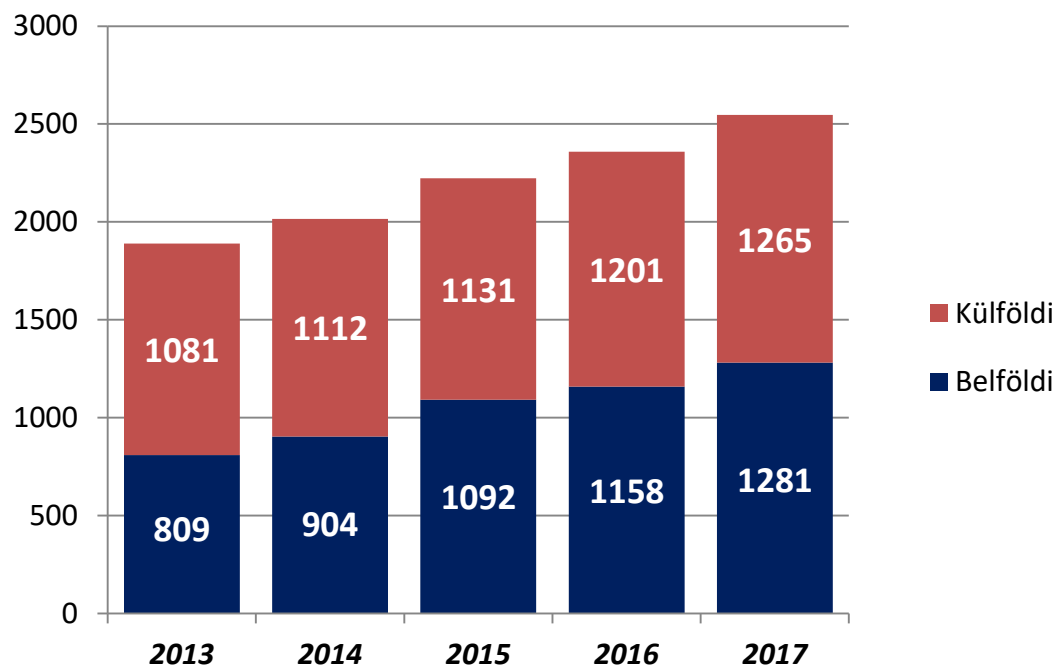


# Az egészségturizmus vendégforgalmi adatai – 2017.

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, 2017

	<b>Füüdővendégszám</b>	<b>Gyógyszállók véj.</b>
1.	<b>Ausztria</b>	<b>Németország</b>
2.	<b>Szlovákia</b>	<b>Oroszország</b>
3.	<b>Németország</b>	<b>Ausztria</b>
4.	<b>Cseh Köztársaság</b>	<b>Cseh Köztársaság</b>
5.	<b>Románia</b>	<b>Szlovákia</b>
6.	<b>Hollandia</b>	<b>Románia</b>
7.	<b>Ukrajna</b>	<b>Lengyelország</b>
8.	<b>Szerbia, Montenegró</b>	<b>Izrael</b>
9.	<b>Horvátország</b>	<b>Ukrajna</b>
10.	<b>Oroszország</b>	<b>Olaszország</b>

# 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



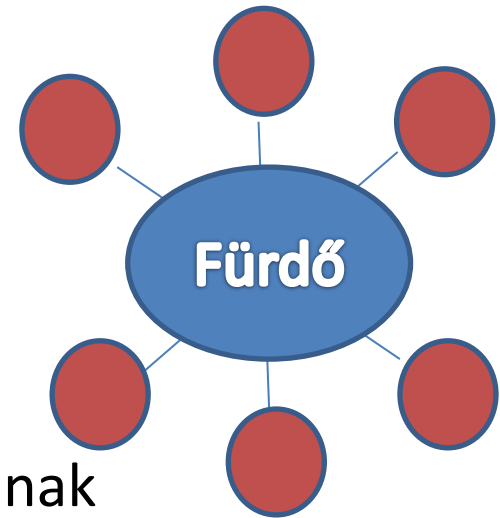
# A jövedelem-termelő képesség önkormányzati szempontból

---

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



# 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

---

# KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

