

**Στρατηγική μελέτη οργάνωσης,  
ανάπτυξης και προβολής  
Τουρισμού Υγείας στην Κύπρο**

**Νοέμβριος 2009**



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>Επιτελική Σύνοψη</b> .....	9
Σκοπός της μελέτης.....	9
Ορισμός.....	10
Μεθοδολογία.....	10
Υφιστάμενη παγκόσμια κατάσταση.....	11
Σημερινή κατάσταση στην Κύπρο.....	11
Αξιολόγηση διεθνών τάσεων αγοράς και προτεραιότητες για την Κύπρο.....	13
Καθορισμός υπηρεσιών υγείας με μεγαλύτερη ζήτηση απο ξένους.....	14
Ανταγωνιστικές προς την Κύπρο χώρες και οι βέλτιστες πρακτικές τους:.....	16
Καθορισμός κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας και η τοποθέτηση της Κύπρου.....	17
Χαρακτηριστικά ενός ιατρικού έργου (Project) τουριστικού ενδιαφέροντος.....	19
Ο ρόλος της ξενοδοχειακής βιομηχανίας στον τουρισμό υγείας.....	22
Βέλτιστες (για την περίπτωση της Κύπρου) πρακτικές του εξωτερικού.....	24
Σχέδιο μάρκετινγκ.....	27
Σχέδια δράσης.....	29
Προβολή και δημοσιότητα 2010-2013.....	29
Δράσεις ανάπτυξης υφιστάμενης υποδομής προώθησης υπηρεσιών και διαχείρισης ταξιδιωτών υγείας.....	30
Συμπεράσματα/Σχέδια δράσης.....	31
<b>Γενική εισαγωγή - σκοπός της μελέτης</b> .....	47
<b>Ορισμός</b> .....	49
<b>Μεθοδολογική προσέγγιση</b> .....	52
<b>Δυσκολίες στη μελέτη</b> .....	53
<b>1 Α. Υφιστάμενη κατάσταση</b> .....	54
Παγκόσμια.....	54
Δομή ιατρικών υπηρεσιών και διαθέσιμοι πόροι στην Κύπρο.....	57
<b>1Β Πορίσματα</b> .....	67
<b>1 Γ. και 1Δ. Αξιολόγηση διεθνών τάσεων και αγορές στόχοι με προτεραιότητα</b> .....	75

Κύπριοι ασθενείς που μεταβαίνουν στο εξωτερικό.....	90
Ιατρικοί προορισμοί Κυπρίων ασθενών .....	92
Αξιοποίηση υφιστάμενου τουριστικού ρεύματος .....	93
Παροχή θεωρήσεων εισόδου (VISAs).....	96
<b>1 Ε. Καθορισμός κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας .....</b>	<b>97</b>
<b>1 Ζ. Καθορισμός υπηρεσιών υγείας με μεγαλύτερη ζήτηση απο ξένους.....</b>	<b>99</b>
<b>1 Η. Εξέταση βέλτιστων πρακτικών προορισμών στον τομέα του τουρισμού υγείας</b>	<b>101</b>
Πρακτικές των χωρών που δεν ανταγωνίζονται άμεσα με την Κύπρο .....	101
Ανταγωνιστικές προς την Κύπρο χώρες και οι βέλτιστες πρακτικές τους .....	103
<b>1 Θ. Τρόποι συνεχούς ελέγχου και ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας .....</b>	<b>113</b>
Καθορισμός κριτηρίων αξιολόγησης.....	114
Δημιουργία διανομή και συλλογή ερωτηματολογίου.....	114
Ανάλυση και παρουσίαση αποτελεσμάτων .....	115
Διορθωτικές ενέργειες.....	115
Πρακτική εφαρμογή και διασφάλιση υλοποίησης του συστήματος. ....	115
<b>1 Ι. Εισηγήσεις για μόνιμους τρόπους παρακολούθησης θεμάτων τουρισμού υγείας</b>	<b>116</b>
<b>1 Κ. Καινοτόμες ιδέες για οργάνωση και ανάπτυξη τουρισμού υγείας στην Κύπρο...</b>	<b>116</b>

## **ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 2: Υφιστάμενη Υποδομή και Ανάπτυξη – Ενθάρρυνση Νέων Επενδύσεων**

<b>2 Α. Σύνοψη πορισμάτων επαφών με εμπλεκόμενους φορείς στον τομέα του τουρισμού.....</b>	<b>118</b>
<b>2 Β. Συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ενός ιατρικού έργου (project) τουριστικού ενδιαφέροντος .....</b>	<b>122</b>
Το μοντέλο απόφασης των ασθενών που είναι διευθετημένοι να ταξιδέψουν για να λάβουν θεραπεία .....	126
Κριτήρια επιλογής χώρας προορισμού .....	127
Οικονομική κατάσταση της χώρας.....	127
Πολιτική σταθερότητα .....	127

Νομοθετικό πλαίσιο .....	128
Υποστηρικτική υποδομή .....	128
Χαρακτηριστικά που αναζητούν στο νοσηλευτήριο που θα ταξιδέψουν .....	128
Διεθνή διαπίστευση νοσηλευτηρίου .....	128
Εκπαίδευση και εμπειρία ιατρικού προσωπικού .....	129
Κόστος υπηρεσιών .....	129
Γλώσσα ομιλίας .....	129
Ασφαλιστική κάλυψη μετά από ιατρική αμέλεια .....	129
Ύπαρξη ιστοσελίδας .....	130
Ευαισθησία στην κουλτούρα, θρησκεία και στις ανάγκες των ασθενών εξωτερικού .....	130
<b>2 Γ. Τρόποι αξιοποίησης/ενεργοποίησης της υφιστάμενης ξενοδοχειακής υποδομής. εισηγήσεις για πιθανή αναδιάταξη υφιστάμενης ξενοδοχειακής υποδομής – πιθανή ένταξη πρόσθετων χρήσεων και λειτουργιών .....</b>	<b>132</b>
SANI-TOURISM (διαμονή συνοδών ασθενών) .....	133
Τουρισμός τρίτης ηλικίας με ιατρική φροντίδα .....	133
Best ager center με ιατρική φροντίδα .....	133
Κέντρο ολιστικής/εναλλακτικής ιατρικής .....	134
Κέντρα αποκατάστασης – Rehab hotels .....	134
Κέντρο υγείας εντός ξενοδοχείου .....	134
Συμφωνία αατρικού κέντρου με referral agency ή tour operator .....	134
Medical SPA ή medical wellness .....	134
Ξενοδοχεία – ιατρικά κέντρα στα ορεινά θέρετρα .....	135
<b>2 Δ. Εισηγήσεις για απαιτούμενα έργα υποδομής απο το κράτος .....</b>	<b>137</b>
<b>2 Ε. Οι βέλτιστες (για την περίπτωση της Κύπρου) πρακτικές του εξωτερικού, το ευρωπαϊκό πρότυπο και οι ανταγωνιστικοί προορισμοί σε παροχές σχετικών κινήτρων απο το κράτος και συγκεκριμένες εισηγήσεις (ύψος επιχορήγησης, επιλέξιμες επενδύσεις, διαδικασίες/κανονισμοί) .....</b>	<b>138</b>
Δημιουργία συγκριτικά μεγαλύτερων νοσηλευτικών μονάδων .....	140
Διασφάλιση Ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στη διαχείριση ταξιδιωτών υγείας .....	141
Προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων στον τομέα του τουρισμού υγείας, .....	141
Διοίκηση νοσηλευτικών μονάδων από διεθνείς οργανισμούς .....	142

Διασφάλιση συνεχούς παρακολούθησης ασθενών και με την αποπεράτωση της θεραπείας.....	142
Medical facilitators - ONE STOP SHOP .....	142
Απόκτηση διεθνούς διαπίστευσης από τα νοσηλευτήρια .....	143
Δυνατότητα ενημέρωσης των ασθενών για τα προσόντα των επαγγελματιών υγείας.....	143
Αξιοποίηση διαδικτύου .....	143
Διαμόρφωση κατάλληλης υποδομής για φιλοξενία ασθενών .....	144
Αεροπορικά εισιτήρια – ναύλα .....	144
Απλοποίηση και προσβασιμότητα σε διαδικασίες έκδοσης πολεοδομικών και άλλων συναφών αδειών.....	145
<b>2 Ζ. Έργα που δεν υλοποιήθηκαν .....</b>	<b>146</b>

## ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 3: Προβολή (Μάρκετινγκ) Τουρισμού Υγείας

<b>3 Α. Εργαλεία προβολής (έντυπα, ηλεκτρονικά, δημόσιες σχέσεις) βέλτιστων (για την περίπτωση της Κύπρου) πρακτικών του εξωτερικού και ανταγωνιστικών προορισμών .....</b>	<b>148</b>
Ιστοσελίδες νοσοκομείων .....	148
Ιστοσελίδα κεντρικής προώθησης .....	149
Εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες .....	149
Διαδικτυακά φόρουμ ασθενών.....	150
Παρουσία σε διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα (social forums networks).....	151
Εξειδικευμένα περιοδικά.....	151
Τοποθέτηση έντυπου διαφημιστικού υλικού στα ξενοδοχεία .....	151
Έντυπο υλικό στα αεροπλάνα .....	152
Δημόσιες σχέσεις.....	152
Διεθνείς Οργανισμούς (διεθνείς σχέσεις).....	152
Διμερείς σχέσεις.....	153
Δημόσιες σχέσεις που στοχεύουν τα ΜΜΕ .....	153
Lobbying και καθιέρωση του θεσμού των πρεσβευτών τουρισμού υγείας .....	153

<b>3 Β. Προβολή (συμπεριλαμβανομένου e-marketing) - αξιολόγηση υφιστάμενων μέσων προβολής, έντυπων, οπτικοακουστικών, ηλεκτρονικών μέσων προβολής και εισηγήσεις για βελτίωση με στόχο την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Κύπρου.....</b>	<b>153</b>
Επαρκή και στοχευμένη ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού:.....	154
Σχέδιο μάρκετινγκ.....	155
Έντυπα για στοχευμένες ομάδες (target groups).....	156
Διεξαγωγή συνεδρίων.....	156
Δημιουργία διαφημιστικών banners.....	157
Video clips.....	157
<b>3 Γ. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για συμμετοχή σε συγκεκριμένες διοργανώσεις, κόστος, προδιαγραφές, εισηγήσεις για βελτίωση της παρουσίας κοτ-φορέα υγείας σε συνεδρία, εργαστήρια, μμε και καθορισμός συστήματος αξιολόγησης μετά από κάθε διοργάνωση κλπ. ....</b>	<b>158</b>
Συμμετοχή σε εκθέσεις/εκδηλώσεις/workshops και προβολή προϊόντων ιατρικού τουρισμού.....	158
Σαν παραδείγματα πακετοποίησης μπορούν να αναφερθούν:.....	159
Μέτρα για αποτελεσματική συμμετοχή σε εκθέσεις, σεμινάρια, workshops.....	161
Οδικός χάρτης συμμετοχής και οργάνωσης διοργανώσεων.....	162
Προ-εκθεσιακό στάδιο.....	162
Λειτουργία της έκθεσης/εκδήλωσης.....	163
Αποτέλεσμα μετά την εκδήλωση.....	163
Σύστημα αξιολόγησης μετά από κάθε διοργάνωση.....	165
<b>3 Δ. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για φιλοξενία decision makers- ταξίδια εξοικείωσης (fam trips) – χώρες, συμμετέχοντες, κριτήρια επιλογής, πρόγραμμα και περίοδος φιλοξενίας.....</b>	<b>166</b>
Εισηγήσεις για φιλοξενία decision makers.....	166
Fam – Trips (ταξίδια εξοικείωσης).....	166
Τυπικό πρόγραμμα ενός FAM-TRIP που διοργανώνει ο ΚΟΤ σε συνεργασία με το ΦΟΡΕΑ για προβολή του τουρισμού υγείας.....	168
<b>3 Ε. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εξειδικευμένα έντυπα μεγάλης απήχησης και υψηλής αναγνωσιμότητας καθώς και εισηγήσεις για καταχωρήσεις (άρθρων, e-banners κλπ) σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες.....</b>	<b>170</b>

Εισηγήσεις για διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα και ιστοσελίδες.....	170
Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα, τηλεόραση και ραδιόφωνο.....	171
Ηνωμένο Βασίλειο .....	171
Βόρειες χώρες.....	172
Γερμανία .....	172
Κύπρος .....	172
Διαφήμιση στο internet .....	173
Search engine optimization.....	174
<b>3 Ζ. Ενδεικνυόμενες επαφές που πρέπει να γίνουν απο τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα στην Κύπρο και στο εξωτερικό με συγκεκριμένη agenda (π.χ. ασφαλιστικές εταιρείες, εξειδικευμένοι tour operators, νοσοκομεία του εξωτερικού κλπ) .....</b>	<b>174</b>
<b>3 Η. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για διατήρηση relationship marketing καθώς και διοργάνωση άλλων προωθητικών εκδηλώσεων δημοσίων σχέσεων .....</b>	<b>179</b>
CRM – customer relationship marketing .....	179
Ιατροί σαν πρεσβευτές (ambassadors) της Κύπρου .....	180
Διοργάνωση συναντήσεων δικτύωσης με επαγγελματίες υγείας της Κύπρου .....	180
Προώθηση υπηρεσιών υγείας σε συνέδρια εταιρειών.....	181
Δημιουργία εξειδικευμένου γραφείου για τουρισμό υγείας σε χώρες όπου πιθανό να υπάρχει ενδιαφέρον.....	181
<b>3 Θ. Εισηγήσεις για πιθανές εγγραφές/συνδρομές του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα της Κύπρου σε διεθνή σώματα η forum που θα αναδείξουν την Κύπρο ως προορισμό τουρισμού υγείας.....</b>	<b>181</b>
Εγγραφή στον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού Υγείας (Medical Tourism Association) .....	181
Διοργάνωση FORUM δικτύωσης με Κύπριους ιατρούς και ιατρούς του εξωτερικού .....	182
Εγγραφή σε εξειδικευμένα περιοδικά (journals) .....	182

## ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 4: Συνεργασία Δημοσίου Και Ιδιωτικού Τομέα

4 Α. Εισηγήσεις για σύστημα επικοινωνίας, αλληλοενημέρωσης ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στην Κύπρο και στο εξωτερικό σχετικά με τα θέματα προσέλκυσης τουρισμού υγείας στην Κύπρο. .... 183

4 Β. Εισηγήσεις για στοχευμένη συμμετοχή σε ευρωπαϊκά προγράμματα για αξιοποίηση χρηματοδοτικών ευκαιριών (εταιριοι, κόστος, τρόποι υλοποίησης) καθώς και τρόποι διαρκούς ενημέρωσης για σχετικές προκηρύξεις. .... 185

Συμμετοχή και αξιοποίηση των διαρθρωτικών ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Κύπρο ..... 185

Συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα μέσω του Ιδρύματος Προώθησης Έρευνας (ΙΠΕ) ..... 186

Συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα μέσα από το Ευρωπαϊκό 7<sup>ο</sup> Πρόγραμμα Πλαίσιο - SMEs go Health ..... 187

Τρόποι συνεχούς ενημέρωσης ..... 187

## ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ 5: Σχέδια Δράσης

Δράσεις: προβολή και δημοσιότητα 2010-2013 ..... 190

Swot analysis ..... 192



## ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

### ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι να ερευνήσει τους παράγοντες που είναι απαραίτητοι ώστε η Κύπρος να αποτελέσει προορισμό για τους ταξιδιώτες Υγείας. Η έρευνα και ανάλυση αφορά θέματα οργάνωσης, ανάπτυξης και προβολής αλλά και πλεονεκτήματα που έχουν σήμερα χώρες που έχουν καθιερωθεί σαν προορισμοί τουρισμού Υγείας.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ολοκληρωμένη στρατηγική για την ενσωμάτωση του τουρισμού Υγείας ως θεμελιώδες προϊόν, εντός της κυπριακής αγοράς. Η ανάγκη να εφαρμοστεί μια τέτοια στρατηγική χρειάζεται σήμερα περισσότερο από ποτέ αφού το παραδοσιακό προϊόν «ήλιος και θάλασσα» διανύει περίοδο ύφεσης. Η προσπάθεια αυτή αναμένεται όχι μόνο να καταστήσει την Κύπρο έναν δημοφιλή προορισμό για την παροχή ιατρικών υπηρεσιών ώστε να αξιοποιήσει τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη που συνδέονται με αυτό αλλά να αυξηθεί και το επίπεδο των υπηρεσιών υγείας που παρέχονται στο ντόπιο πληθυσμό, φαινόμενο το οποίο παρουσιάστηκε και στις άλλες χώρες.

Παρόλο που η Κύπρος βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο όσον αφορά τη δραστηριότητα αυτή, εντούτοις πληροί ένα σημαντικό αριθμό κριτηρίων που της δίνουν τη δυνατότητα να επιτύχει την κατάκτηση ενός μεριδίου της αγοράς και να καθιερωθεί ως σοβαρός ανταγωνιστής. Παράγοντες όπως η στρατηγική της θέση με το ανάλογο μεσογειακό κλίμα, η οικογενειακή κουλτούρα, οι σημαντικές και ουσιαστικές επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα της υγείας, το γεγονός ότι οι επαγγελματίες υγείας (κυρίως οι Ιατροί) έχουν εκπαιδευτεί στο εξωτερικό με την ανάλογη εμπειρία, καθώς και την ικανότητα να μιλούν την αγγλική γλώσσα επαρκώς, είναι μερικές από αυτές τις προϋποθέσεις.

Η δυνατότητα της Κύπρου να εδραιωθεί ως προορισμός τουρισμού υγείας εξαρτάται από την αξιολόγηση πολλών παραμέτρων που επηρεάζουν την οργάνωση και τις προοπτικές του προϊόντος τουρισμού υγείας αλλά και τον εντοπισμό των

συγκριτικών πλεονεκτημάτων που έχει έναντι των άλλων χωρών που έχουν ήδη καθιερωθεί σαν προορισμοί τουρισμού υγείας. Το γεγονός ότι η **Κύπρος αποτελεί καταξιωμένο τουριστικό προορισμό διεθνώς αναγνωρισμένο, δίνει σημαντικό προβάδισμα για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας.**

## ΟΡΙΣΜΟΣ

Ο *Τουρισμός Υγείας* ορίζεται ως *το ταξίδι εκτός της χώρας μόνιμης διαμονής, με στόχο τη βελτίωση της υγείας ενός ατόμου, που περιλαμβάνει θεραπείες που στοχεύουν στην πρόληψη, τη διάγνωση, τη διατήρηση και αποκατάσταση της υγείας ενός ταξιδιώτη υγείας είτε ως αποκλειστικό σκοπό ταξιδιού είτε σε συνδυασμό με διακοπές.* Είναι η οικονομική δραστηριότητα που περιέχει αγορά σε υπηρεσίες και απαιτεί τη συνεργασία δύο τομέων. *Της υγείας και του τουρισμού.*

## ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Χρησιμοποιήθηκαν διάφορες πηγές για τη απόκτηση πληροφοριών για την μελέτη, σε μια προσπάθεια κατανόησης της παρούσας κατάστασης στη Κύπρο, οι προοπτικές και ωφελήματα που μπορούν να αποκομιστούν, καθώς και τις προκλήσεις που υφίστανται. Πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις σε επαγγελματίες του τομέα υγείας και του τουριστικού τομέα. Χρησιμοποιήθηκε επίσης ενδεικτική βιβλιογραφία και έγκυρες ιστοσελίδες για να καλυφθούν τα κενά, ιδίως σε ό, τι αφορά στατιστικά στοιχεία σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο.

Σημαντικό μειονέκτημα της έρευνας αποτέλεσε το γεγονός πως δεν υπάρχουν βασικά στοιχεία και στατιστικές για τον τουρισμό υγείας στην Κύπρο, παρά τις προσπάθειες για τη συλλογή τους που καταβάλλονται τελευταίως. Ωστόσο, τα ερωτηματολόγια και οι συνεντεύξεις πρόσφεραν επαρκή δεδομένα για να γίνει μια σαφής ανάλυση. Επίσης, μέσω των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι υπάρχουν διαφορές στις απόψεις σχετικά με τις δυνατότητες και την αξία του τουρισμού Υγείας, προκαλώντας μια πρόκληση στο να δημιουργηθεί μια αποδεκτή από όλους τους ενδιαφερόμενους στρατηγική για την προώθηση του τουρισμού Υγείας. Υπήρξε επίσης σχετική αδιαφορία από τα μεγάλα ιδιωτικά και δημόσια νοσοκομεία, που μπορεί να εξηγηθεί από την έλλειψη εκπαίδευσης και κατανόησης για την αγορά

τουρισμού Υγείας αλλά κυρίως από το γεγονός ότι σήμερα εργάζονται σε ψηλά επίπεδα δυναμικότητας με ανάλογη απορρόφηση κυρίως των ανθρωπίνων πόρων.

### **ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

Οι αναβαθμισμένοι μέθοδοι πρόσβασης πληροφοριών (κυρίως μέσω του Διαδικτύου), η ευκολία της διακίνησης μεταξύ χωρών, η αύξηση του επιπέδου εκπαίδευσης και των προσδοκιών των ασθενών, έχουν δημιουργήσει νέες τάσεις στον τομέα Υγείας, όπου πάνω από εξήντα χώρες έχουν ενσωματώσει τον τουρισμό Υγείας ως βασικό προϊόν της εθνικής βιομηχανίας τους.

Χώρες όπως η Ουγγαρία, Πολωνία, Τουρκία, Ινδία και η Ταϊλάνδη έχουν επενδύσει σημαντικά ποσά στην υποδομή τους, τη βελτίωση και αναβάθμιση των παροχών υπηρεσιών στον τομέα της υγείας αλλά και στον τουριστικό τομέα, σε μια προσπάθεια να διευκολύνουν την άφιξη αλλά και διαμονή των ταξιδιωτών Υγείας.

Σε χώρες που θεωρούνται σήμερα ιατρικοί προορισμοί, ο τουρισμός Υγείας **αποδείχτηκε καταλύτης στην αναμόρφωση της οικονομίας και υγείας στη χώρα**. Αυξήθηκε σημαντικά η εισροή ξένου συναλλάγματος, δημιουργήθηκαν **νέες θέσεις εργασίας** στον τομέα υγείας καθώς επίσης και σε άλλους τομείς. Συγκεκριμένα στα ξενοδοχεία **αυξήθηκαν οι διανυκτερεύσεις** από οικεία άτομα που ταξιδεύουν με τον ασθενή και **η ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών σημείωσε σημαντική άνοδο προς όφελος και των εγχώριων ασθενών**

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στην Ουγγαρία, ο τουρισμός Υγείας απέφερε 368,000,000 ευρώ από τα οποία 147,000,000 από τον Οδοντιατρικό τουρισμό (Family Choice by NHS Year Book Ltd).

### **ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

Ένα ευρύ φάσμα συμπερασμάτων σχετικά με τη σημερινή κατάσταση στη Κύπρο συνοψίζεται παρακάτω και στη συνέχεια λειτουργεί ως βάση για την προτεινόμενη στρατηγική:

- Η Κύπρος τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει συνεχή ανάπτυξη και βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα της υγείας μέσω της δημιουργίας τόσο του Γενικού Νοσοκομείου Λευκωσίας, όσο και της ανάπτυξης σύγχρονων και καλά εξοπλισμένων ιατρικών εγκαταστάσεων στον ιδιωτικό τομέα. Ως γενική παρατήρηση, ο δημόσιος τομέας σε ό, τι αφορά τα δημόσια νοσοκομεία δεν

επιδιώκει να επεκτείνει τις υπηρεσίες ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης στους ταξιδιώτες Υγείας. Μεγάλα ιδιωτικά νοσοκομεία έχουν επίσης την ίδια τάση αφού έχουν αποκομίσει ένα μεγάλο ποσοστό της κυπριακής αγοράς που κατ' επέκταση εξαντλεί και τους ανθρώπινους πόρους. Εμπειρικά αποδεικνύεται ότι οι μικρότερες ιδιωτικές κλινικές και εξειδικευμένα νοσοκομεία βλέπουν με μεγαλύτερο ενθουσιασμό την προσέλκυση τουριστών Υγείας.

- Οι γιατροί εκπαιδεύονται σε πανεπιστήμια και ιδρύματα του εξωτερικού, πετυχαίνοντας υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, διατηρώντας επίσης πολύτιμες επαφές με επαγγελματίες του εξωτερικού, ενισχύοντας έτσι την εμπιστοσύνη και την ασφάλεια που απαιτείται για την προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας.
- Το κόστος της θεραπείας σε σύγκριση με άλλες χώρες μπορεί να λειτουργήσει ως ένα επιπρόσθετο κίνητρο. Η Κύπρος δύσκολα θα προσελκύσει ταξιδιώτες υγείας ως "ο φθηνότερος προορισμός" όπως για παράδειγμα η Ινδία, αλλά μπορεί να είναι ένας προορισμός που αντιπροσωπεύει **«value for money»**, όπου τα χρήματα που δαπανώνται είναι αντάξια της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται.
- Οι ταξιδιώτες υγείας έχουν σήμερα ένα ευρύ φάσμα επιλογών όσον αφορά τις υπηρεσίες υγείας που προσφέρονται εντός της Κύπρου. Η Κύπρος έχει επίσης δημιουργήσει εναλλακτικές μορφές θεραπείας και έχει αρχίσει να δημιουργεί κέντρα αντιγήρανσης, αποκατάστασης και διευκολύνσεων που απευθύνονται σε μακροχρόνιες θεραπείες ενώ έχει προοπτικές ανάπτυξης υπηρεσιών προληπτικής Ιατρικής. *Ο τομέας αυτός είναι πολύ σημαντικός γιατί προϋποθέτει, στις πλείστες των περιπτώσεων, την συνεργασία της ξενοδοχειακής βιομηχανίας δίνοντας έτσι ένα σημαντικό πλεονέκτημα.*
- Η έλλειψη Γενικού Σχεδίου Υγείας αποτελεί πρόκληση για την Κύπρο. Ένα παράδειγμα φαίνεται στην χρήση του κοινοτικού ευρωπαϊκού δελτίου ταυτότητας, η οποία επί του παρόντος δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη λήψη περίθαλψης από τις ιδιωτικές κλινικές στην Κύπρο. Η έλλειψη Γενικού Συστήματος Υγείας όπως αναλύεται και στην στρατηγική, δημιουργεί έλλειψη υγιούς ανταγωνισμού με αποτέλεσμα το κόστος σε αρκετές υπηρεσίες και θεραπείες στην Κύπρο να είναι συγκριτικά ψηλότερο ακόμα και από χώρες της Ευρώπης. Επίσης λειτουργεί

αρνητικά σε ενδιαφερόμενους από το εξωτερικό αφού θεωρείται δεδομένο ότι ασθενείς μέλη τους όταν κινούνται εκτός συνόρων της χώρας τους θα λαμβάνουν θεραπείες από παροχείς όπου είναι κάτω από το Εθνικό σύστημα υγείας με πλήρη έλεγχο της ποιότητας που προσφέρεται αλλά και κόστος καθορισμένο από το κράτος στη βάση συγκεκριμένων κριτηρίων.

- Η απουσία Διαπιστευμένων ιατρικών κέντρων (με βάση τα διεθνή πρότυπα από Διεθνώς αναγνωρισμένους φορείς) εμποδίζει κάθε προσπάθεια να προβάλλεται η Κύπρος ως ποιοτικά αναβαθμισμένος και ασφαλής προορισμός τουρισμού υγείας. Η διαπίστευση είναι ζωτικής σημασίας στον τομέα τουρισμού Υγείας τόσο για μεμονωμένους ταξιδιώτες υγείας όπου η αναζήτηση θεραπειών και παροχών υγείας γίνεται κατά κύριο λόγο μέσω διαδικτύου, όσο και για ασφαλιστικούς οργανισμούς όπου η ασφάλεια των ασθενών είναι προτεραιότητα. Στην περίπτωση αυτή είναι σημαντικό η επιβεβαίωση της ποιότητας και της ασφάλειας των υπηρεσιών που προσφέρονται να γίνεται από τρίτους ανεξάρτητους οργανισμούς Διεθνώς αναγνωρισμένους.

### **ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

Η αγορά του τουρισμού Υγείας παγκόσμια είχε εκτιμηθεί το 2008 στα περίπου 20 δισεκατομμύρια δολάρια ενώ αναμένεται να ξεπεράσει τα 40 δισεκατομμύρια δολάρια μέσα στα επόμενα λίγα χρόνια. Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι μία από τις μεγαλύτερες αγορές όσον αφορά ασθενείς διασυννοριακής υγειονομικής περίθαλψης, με ανάλογη σημασία και για την Κύπρο. Πιο συγκεκριμένα ο αριθμός των Βρετανών ασθενών που ταξιδεύουν στο εξωτερικό για λόγους υγείας είχε αυξηθεί κατά 300% μεταξύ 2004 και 2007 για να φθάσει τις 100.000. Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που ωθούν ολοένα τον αριθμό αυτό να αυξηθεί, περιλαμβανομένων του υψηλού κόστους και μεγάλων λιστών αναμονής ορισμένων υπηρεσιών υγείας, τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών σε άλλες χώρες, την ευκολία με την οποία το διαδίκτυο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένας τρόπος επικοινωνίας και την ευκολία κατά την οποία οι ασθενείς μπορούν να μεταβούν σε άλλες χώρες για την περίθαλψη τους.

Φυσικά, είναι θεμελιώδους σημασίας και άλλες αγορές από τις οποίες η Κύπρος μπορεί να αντλήσει τουρίστες υγείας, όπως η Γερμανία, η Σουηδία, η Νορβηγία και η

Ρωσία. Αναμένεται η προσέγγιση για την κάθε αγορά ξεχωριστά να γίνεται, στον βαθμό που επιτρέπεται, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες και ευαισθησίες της κάθε αγοράς, θεραπείες που απαιτούνται, όπως και τους παράγοντες που ωθούν τους ασθενείς να αναζητήσουν θεραπεία εκτός της χώρας τους.

Αναφορικά με την παράμετρο του υπολογισμού των αναμενόμενων εσόδων ειδικά για την Κύπρο, θεωρούμε σωστό να ξεκαθαρίσουμε πως αυτή τη στιγμή δεν υπάρχουν ενδείξεις και στατιστικές στην Κύπρο που να αναφέρουν και να βοηθούν στην ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τα έσοδα από τον τουρισμό υγείας και την εκτίμηση των επιπλέον αφίξεων. Ως εκ τούτου είναι παρακινδυνευμένο να γίνει οποιαδήποτε ακριβής εκτίμηση αφού θα χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό υποκειμενικότητας κρύβοντας μεγάλους κινδύνους στατιστικών λαθών. Παρόλα αυτά, ακολουθώντας διεθνείς πρακτικές και αναφορές και χρησιμοποιώντας την ένδειξη του 2.5% (ότι δηλαδή το 2.5% του συνολικού τουριστικού ρεύματος είναι και ταξιδιώτες υγείας), η αγορά Τουρισμού Υγείας, **με τα σημερινά δεδομένα εκτιμάται περίπου στα 60 με 120 εκατομμύρια ευρώ.** (Η ακριβής μέθοδος που ακολουθήθηκε εξηγείται στην στρατηγική).

### **ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΜΕ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟ ΞΕΝΟΥΣ**

Μέσα από την έρευνα αποδείχτηκε ότι στην Κύπρο υπάρχουν συγκεκριμένες εξετάσεις, επεμβάσεις ή θεραπείες όπως οι πλαστικές εγχειρήσεις, θεραπείες πρόληψης, διαγνωστικές εξετάσεις, τεχνητής γονιμοποίησης IVF αλλά και οδοντιατρικές θεραπείες οι οποίες έχουν περισσότερη ζήτηση από τους ξένους. Για αυτές τις θεραπείες κρίνεται σημαντική η αξιοποίηση των πρακτικών εκείνων που θα αναδείξουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κύπρου σε σχέση με άλλες χώρες όπως η υψηλή ποιότητα των ιατρικών υπηρεσιών, το χαμηλό κόστος των θεραπειών σε σχέση με κάποιες αγορές, το άριστο μεσογειακό κλίμα αλλά και η υψηλή κατάρτιση των Κυπρίων ιατρών. **Το βασικό συγκριτικό πλεονέκτημα της Κύπρου σε σχέση με άλλες αγορές όμως είναι το ότι ο ταξιδιώτης υγείας μπορεί να συνδυάσει τη θεραπεία του με διακοπές και αναψυχή.**

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ**

<b>ΥΨΗΛΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΜΕΣΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΧΑΜΗΛΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ*</b>
<b>Η.Β και Κύπριοι Η.Β.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαγνωστικές εξετάσεις (Check ups)</li> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Οδοντιατρική</li> <li>• Αισθητική χειρουργική</li> <li>• Επεμβάσεις σε λίστες αναμονής, π.χ. Αντικατάσταση ισχίου</li> <li>• Φροντίδα τρίτης ηλικίας</li> </ul>	<b>Ισραήλ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Φροντίδα τρίτης ηλικίας</li> </ul>	<b>Ελβετία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προληπτικές θεραπείες</li> <li>• Διαγνωστικές εξετάσεις</li> </ul>
<b>Ρωσία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαγνωστικές εξετάσεις (Check ups)</li> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Οδοντιατρική</li> <li>• Αισθητική χειρουργική</li> </ul>	<b>Βέλγιο</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οδοντιατρική</li> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Τουρισμός ευεξίας π.χ. Medical SPA</li> <li>• Προληπτικές θεραπείες</li> </ul>	<b>Ουγγαρία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προληπτικές θεραπείες</li> </ul>
	<b>Αυστρία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαγνωστικές εξετάσεις (Check ups)</li> <li>• Τουρισμός ευεξίας π.χ. Medical SPA</li> </ul>	<b>Γαλλία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προληπτικές θεραπείες</li> </ul>
<b>Σουηδία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Αισθητική χειρουργική</li> <li>• Φροντίδα τρίτης ηλικίας</li> <li>• Φωτοθεραπεία</li> </ul>	<b>Ιταλία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Οδοντιατρική</li> </ul>	<b>Ολλανδία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Προληπτικές θεραπείες</li> </ul>
<b>Αραβικός Κόλπος</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μικροχειρουργικές επεμβάσεις</li> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Γυναικολογικές επεμβάσεις</li> <li>• Διαγνωστικές εξετάσεις</li> </ul>	<b>ΗΠΑ Κύπριοι ΗΠΑ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξωσωματικές (IVF)</li> <li>• Οδοντιατρική</li> <li>• Αισθητική χειρουργική</li> </ul>	

<b>Γερμανία</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Τουρισμός ευεξίας π.χ. Medical SPA</li><li>• Αισθητική χειρουργική</li><li>• Φροντίδα τρίτης ηλικίας</li><li>• Προληπτικές θεραπείες</li></ul>		
--	--	--

## Ανταγωνιστικές προς την Κύπρο χώρες και οι βέλτιστες πρακτικές τους:

Στην **στρατηγική** παραθέτουμε τα δεδομένα που ισχύουν σε κάθε χώρα, και τις τάσεις όπως αυτές διαμορφώνονται. Ενδεικτικά αναφέρονται μόνο κάποιες από αυτές:

### **Ουγγαρία:**

Σ' ότι αφορά την αγγλική αγορά η Ουγγαρία είναι ανταγωνιστικός ιατρικός προορισμός για την Κύπρο στους τομείς της οδοντιατρικής και της αισθητικής χειρουργικής. Ενώ ο Οργανισμός Υγείας της Ουγγαρίας έθεσε υπό την αιγίδα του την προβολή και ανάπτυξη του τουρισμού υγείας της χώρας, εν τούτοις τα ιατρικά κέντρα και οι μεσάζοντες παρέχουν υπηρεσίες marketing.

### **Τουρκία:**

Η Τουρκία δραστηριοποιείται δυναμικά στον τομέα του τουρισμού υγείας τα τελευταία χρόνια με την Διαπίστευση αρκετών Νοσοκομείων, την ανάπτυξη σύγχρονης ιατρικής αλλά και την ανάπτυξη ιατρικών κέντρων. Το Στατιστικό Ινστιτούτο της Τουρκίας σημείωσε ότι το 2009 υπήρχαν 165.000 ταξιδιώτες υγείας, ένας αριθμός που έφερε στη χώρα περίπου 360 εκατ. δολάρια και ο οποίος αναμένεται να αυξάνεται κατά 25% κάθε χρόνο.

### **Ελλάδα:**

Ο ελληνικός τουρισμός υγείας παρουσιάζει τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης κυρίως στην Κρήτη. Ωστόσο η Ελλάδα έχει περιοριστεί στην προβολή του ιαματικού τουρισμού τύπου wellness. Γερμανοί tour operators που ειδικεύονται στον τουρισμό υγείας περιλαμβάνουν ήδη θέρετρα της Κρήτης. Νομοθετικό πλαίσιο που αφορά τον ιαματικό τουρισμό έχει ήδη προχωρήσει και ιατρικές υπηρεσίες σε ιατρικά κέντρα



όπως στη Θεσσαλονίκη και την Ρόδο περιλαμβάνουν διόρθωση μυωπίας, αισθητικές επεμβάσεις, εξωσωματική γονιμοποίηση, αιμοκάθαρση και καταπολέμηση της παχυσαρκίας. Τα πρώτα κέντρα τουρισμού υγείας δημιουργήθηκαν στην Κρήτη και ειδικεύονται στην οφθαλμολογία, ενδοκρινολογία και νεφρική ανεπάρκεια. Επίσης η θαλασσοθεραπεία περιλαμβάνεται και στα προγράμματα προβολής του ΕΟΤ μέσω αξιολογών κέντρων θαλασσοθεραπείας και medical wellness. Σύμφωνα με τον ΕΟΤ η Ελλάδα δέχεται 3500 Άγγλους κάθε χρόνο οι οποίοι μέσω ασφαλιστικών ιδρυμάτων αναζητούν θεραπεία στην Ελλάδα.

## **Ισπανία:**

Λόγω της τουριστικής υποδομής και της παροχής πολύ καλών ιατρικών υπηρεσιών, η Ισπανία είναι ανταγωνιστής για την Κύπρο και κυρίως για τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης, όπου οι Γερμανοί tour operators περιλαμβάνουν μεγάλο αριθμό Vital Hotels στα προγράμματά τους. Η επιτυχία αυτή βασίζεται στην οργάνωση και λειτουργία των ιατρικών τους κέντρων και στον τρόπο συνεργασίας όσον αφορά τον τομέα του marketing με τους tour operators.

## **Κατεχόμενη Κύπρος:**

Στις κατεχόμενες περιοχές προβάλλονται ως εναλλακτικές θεραπείες η τεχνητή γονιμοποίηση και η IVF (εξωσωματική) θεραπεία, οι οποίες προβάλλονται σε ξένους μέσα από ιστοσελίδες. Το Cyprus IVF Centre και το North Cyprus IVF στη Λευκωσία δημιουργήθηκαν το 2005 και 2001 και είναι συνδεδεμένα με το German Hospital IVF Centre στην Κωνσταντινούπολη.

## **ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΙΣΙΜΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΚΑΙ Η ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ**

**Οικονομική προσιτότητα (Affordability):** Εκατομμύρια ανασφάλιστων ασθενών αναζητούν φθηνή και υψηλής ποιότητας περίθαλψη έξω από τα σύνορα της πατρίδας τους. Η Αμερική είναι ένα μεγάλο παράδειγμα, αφού το 2007 περίπου 750 000 άτομα ταξίδεψαν στο εξωτερικό για ιατρική θεραπεία, ένας αριθμός που αναμένεται να ξεπεράσει τα 15 εκατομμύρια μέχρι το έτος 2017. Η Κύπρος με την προσφορά οικονομικά ελκυστικών ιατρικών υπηρεσιών σε σύγκριση με άλλες ανεπτυγμένες χώρες, θα έχει τη δυνατότητα να γίνει ανταγωνιστική και να

προσελκύσει τμήμα αυτής της στοχευμένης ομάδας. Γενικά, τα πακέτα όπου περιλαμβάνουν θεραπεία σε συνδυασμό με ανάρρωση ή/και διακοπές μέσα σε ένα φιλόξενο περιβάλλον με μεσογειακό κλίμα μπορούν να είναι και οικονομικά ελκυστικά για εκατομμύρια ταξιδιώτες Υγείας από την Ευρώπη και εκτός.

**Προσβασιμότητα (Accessibility):** Μια μεγάλη λίστα αναμονής είναι ένας άλλος παράγοντας που έχει αναγκάσει τους ταξιδιώτες να αναζητήσουν περίθαλψη στο εξωτερικό. Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι ένα καλό παράδειγμα, αφού έχει παρατηρηθεί ότι ένα υψηλό ποσοστό της κοινότητας των Κυπρίων της Βρετανίας αποφεύγει αυτές τις λίστες αναμονής και επισκέπτεται την Κύπρο για τις ιατρικές τους ανάγκες. Η Κύπρος μπορεί να επωφεληθεί από την εύκολη πρόσβαση στο νησί μέσω της πολλών καθημερινών πτήσεων από τις διάφορες αγορές που η Κύπρος προσπαθεί να προσεγγίσει όπως η Βρετανία και η Γερμανία.

**Διαθεσιμότητα (Availability):** Σε πολλές περιπτώσεις, η έλλειψη εξειδίκευσης ή ειδικών θεραπειών που προσφέρονται προκαλεί τους ασθενείς να αναζητήσουν αλλού περίθαλψη. Συνεπώς, η ικανότητα της Κύπρου να παρέχει άμεση αλλά και μεγάλη γκάμα θεραπειών θα ήταν επωφελής τόσο για τους ξένους ταξιδιώτες όσο και για τους εγχώριους ασθενείς.

**Αποδεκτικότητα (Acceptability):** Διάφορες θρησκευτικές και κοινωνικοπολιτικές ομάδες αποτρέπουν ορισμένες θεραπείες από το να λάβουν θέση σε συγκεκριμένες χώρες. Η Σουηδία είναι ένα παράδειγμα αφού οι Σουηδοί ταξιδεύουν στο εξωτερικό διάφορες θεραπείες όπως η τεχνητή γονιμοποίησης. Η Κύπρος είναι ήδη αποδεκτός προορισμός στον οποίο δεν υπάρχουν θρησκευτικές ή άλλες διακρίσεις που θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως περιοριστικός παράγοντας για την προσέλκυση ταξιδιωτών Υγείας.

**Ποιοτική επάρκεια (qualitative adequacy):** Οι ασθενείς αναζητούν επίσης ιατρικές υπηρεσίες λόγω του υψηλότερου επιπέδου των υπηρεσιών που παρέχονται ενώ συνοδεύονται από την ύπαρξη πιο προηγμένης τεχνολογίας, αυξημένης ποιότητας φιλοξενίας και προσωπικής φροντίδας, καθώς και πολυτελείς ξενοδοχειακές υπηρεσίες. Οι ειδικευμένοι γιατροί στην Κύπρο και γενικότερα το επίπεδο

θεραπειών, αλλά και η τουριστική υποδομή είναι σε ικανοποιητικά επίπεδα και μπορούν να ικανοποιήσουν αυτό το κριτήριο.

## **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΝΟΣ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ (PROJECT) ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ**

Υπάρχει ευρύ φάσμα υπηρεσιών γι αυτό γίνεται συνειδητή προσπάθεια από τώρα να εντοπιστούν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ενός ιατρικού έργου τα οποία λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαιτερότητες και ευαισθησίες της Κύπρου και ειδικά του τομέα Υγείας όπως αυτά συνοπτικά περιγράφονται στον πιο κάτω πίνακα:

	<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ</b>	<b>ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ</b>
I	Νέο Έργο σε νέες κτιριακές εγκαταστάσεις ειδικά για τον σκοπό αυτό (Purpose Built Building)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 75% χρήση από ταξιδιώτες Υγείας</li> <li>• Άδεια Νοσηλευτηρίου όπου απαιτείται</li> <li>• Επένδυση 100% για αγορά ιατρικού εξοπλισμού</li> <li>• Επένδυση 100% για την κατάλληλη κτιριακή υποδομή.</li> <li>• Διαπίστευση υπηρεσιών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κέντρο ολιστικής φροντίδας</li> <li>• Κέντρο αποκατάστασης</li> <li>• Κλινική εμφύτευσης μαλλιών</li> </ul>
II	Τουριστικά καταλύματα που επιθυμούν να προσφέρουν διαμονή σε ταξιδιώτες υγείας	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% επένδυση σε κατάλληλη κτιριακή υποδομή (ράμπες, ιατρείο πρώτων βοηθειών κλπ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ξενοδοχείο κοντά σε νοσοκομείο/κλινική</li> </ul>
III	Αλλαγή χρήσης ξενοδοχείου και μετατροπή σε χώρο παροχής υπηρεσιών Τουρισμού υγείας	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 75% χρήση από ταξιδιώτες Υγείας</li> <li>• Άδεια Νοσηλευτηρίου όπου απαιτείται.</li> <li>• Επένδυση 100% για την κατάλληλη κτιριακή υποδομή.</li> <li>• Διαπίστευση υπηρεσιών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κλινική με άδεια Νοσηλευτηρίου</li> <li>• Κέντρο αποκατάστασης</li> <li>• Κέντρα Best Agers (μέσης και τρίτης ηλικίας)</li> <li>• Φωτοθεραπευτικό Κέντρο</li> </ul>
IV	Υφιστάμενα καταλύματα (π.χ Ξενοδοχεία, hotel Apartments) τα οποία παραμένουν σαν τουριστικά	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΜΟΝΟ για υπηρεσίες που δεν χρειάζονται Άδειες Νοσηλευτηρίων ή/και εμπíπτουν στους όρους άλλων συναφών αδειών λειτουργίας π.χ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Υφιστάμενο ξενοδοχείο όπου δημιουργεί Κέντρο Υγείας με σκοπό την παροχή υπηρεσιών IVF</li> </ul>

	καταλύματα και προσθέτουν υπηρεσίες για προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας χωρίς να αλλάξουν χρήση, αντιμετωπίζοντας και την εποχικότητα.	<p>Φυσιοθεραπευτηρίων</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Χρήση ιατρικών υπηρεσιών κυρίως από Οκτ – Απρίλιο</li> <li>Επένδυση 100% για την κατάλληλη κτιριακή υποδομή.</li> <li>Διαμόρφωση χώρου παροχής ιατρικών Υπηρεσιών (Health Centre)</li> <li>Διαπίστευση του Health Centre (Κέντρου Υγείας) με Διεθνή Πρότυπα</li> <li>100% επένδυση για το Health Centre.</li> </ul>	
V	Υφιστάμενα ή/και νέα τουριστικά καταλύματα οι υπηρεσίες των οποίων μπορούν να προσφερθούν με βάση τις υφιστάμενες νομοθεσίες (π.χ. Περί Ιδιωτικών Νοσηλευτηρίων Νόμος του 2001)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Συγκεκριμένα χαρακτηριστικά λόγω τοποθεσίας, υψόμετρο κλπ (π.χ για άσθμα, ρευματισμούς κλπ)</li> <li>100% επένδυση σε εξοπλισμό και διαμόρφωση χώρου για προσφορά ιατρικών υπηρεσιών.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Boutique Hotels,</li> <li>Αγροτουριστικά καταλύματα δίπλα από κέντρα υγείας.</li> </ul>
VI	Ξενοδοχεία με medical SPA (Νέα καταλύματα ή μετατροπή από SPA σε medical SPA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Εγκαταστάσεις και στελέχωση στη βάση Διεθνών προτύπων για medical spa.(Διαπίστευση υπηρεσιών)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ξενοδοχείο με medical spa</li> </ul>

## **ΣΥΝΟΨΗ ΠΟΡΙΣΜΑΤΩΝ ΑΠΟ ΕΠΑΦΕΣ ΜΕ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η θέσπιση στρατηγικής για την προώθηση του τουρισμού υγείας στη Κύπρο απαιτεί όλα τα κυβερνητικά τμήματα να κατανοήσουν την αξία του τουρισμού Υγείας και να εργαστούν συλλογικά για την προώθησή του.

Ως αποτέλεσμα έγινε μια σειρά από συναντήσεις με φορείς, συμπεριλαμβανομένων των Γραφείου Προγραμματισμού, Φορέα Προώθησης Επενδύσεων (CIPA), Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού Κυπριακών Συνδέσμων Ξενοδόχων, ασφαλιστικών εταιρειών κ.ά., προκειμένου να καταγραφεί η άποψη τους όσον αφορά τον τρόπο που μπορούν να συμβάλουν στην προώθηση του τουρισμού υγείας. Μερικά από τα συμπεράσματα είναι τα εξής:

Σημειώνεται το ενδιαφέρον από ξένους επενδυτές και για επενδύσεις στην Κύπρο σε έργα Τουρισμού Υγείας, ενώ αναγνωρίζεται η ανάγκη συνεργασίας με όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς για να δημιουργηθεί μια πιο αποτελεσματική και απλούστερη διαδικασία για προσέλκυση επενδύσεων. Επίσης αναμένεται η δημιουργία στρατηγικής να διαθέτει σύστημα για την παρακολούθηση της σωστής εκτέλεσης της στρατηγικής, όπως και για την εφαρμογή μιας διαδικασίας επιβεβαίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών όλων των εμπλεκόμενων. Είναι σημαντικό οι αρμόδιοι φορείς να είναι σε θέση να κατηγοριοποιήσουν έργα του τουρισμού υγείας. Για παράδειγμα η Πολεοδομία να διαθέτει σχέδιο ένταξης έργων του τομέα Υγείας σε συγκεκριμένες ζώνες. Η ξενοδοχειακή υποδομή είναι έτοιμη να συνεισφέρει στην αγορά προσφέροντας πιο εξειδικευμένα «προϊόντα» - τα οποία αναλύονται πιο κάτω.

### **Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΓΕΙΑΣ**

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία μπορεί σίγουρα να συμβάλει στον τουρισμό υγείας αξιοποιώντας την υφιστάμενη ξενοδοχειακή υποδομή ως εξής:

- Διαμονή συνοδών Ασθενών: Συνεργασία με νοσηλευτήρια τα οποία προτείνουν διαμονή στα εν λόγω ξενοδοχεία της συνοδείας των ασθενών. Σενάριο κατάλληλο για Resort Hotels όπου είναι κοντά σε ιατρικά κέντρα.

- Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας με Ιατρική Φροντίδα όπου το ξενοδοχείο κατά τη διάρκεια του χειμώνα δέχεται ηλικιωμένους με ειδικό πρόγραμμα διατροφής αλλά και ψυχαγωγίας, ενώ ταυτόχρονα παρέχεται βασική ιατρική φροντίδα επιλύοντας και το έντονο πρόβλημα της εποχικότητας.
- Best Agers Center με Ιατρική Φροντίδα, Ξενοδοχείο τύπου club να δέχεται άτομα άνω των 55 όπου θα ακολουθούν προγράμματα δραστηριοτήτων και ειδικής διατροφής μεσογειακού τύπου. Αυτό το σενάριο έχει λιγότερο ιατρικό και περισσότερο τουριστικό προσανατολισμό.
- Κέντρο Ολιστικής/Εναλλακτικής Ιατρικής όπου το ξενοδοχείο λειτουργεί ως κέντρο παροχής υπηρεσιών
- Κέντρα Αποκατάστασης – Rehab Hotels με νέα ή υφιστάμενη υποδομή. Θα συνεργάζεται με νοσηλευτήρια και παρέχει αποθεραπεία σε ασθενείς.
- Κέντρο Υγείας εντός Ξενοδοχείου: Μέρος του ξενοδοχείου μετατρέπεται σε κέντρο παροχής ημερήσιας φροντίδας όπου δεν θα απαιτείται άδεια ιδιωτικού νοσηλευτηρίου (Νόμος 2001).
- Συμφωνία Ιατρικού Κέντρου με Referral Agency ή Tour Operator: Το ξενοδοχείο υπογράφει συμβόλαιο με τον tour operator ή referral agency και αποτελεί μέρος του ολοκληρωμένου πακέτου. Κατάλληλο για Resort Hotels, City Hotels και αγροτουριστικά καταλύματα.
- Medical SPA ή Medical Wellness όπου τα υφιστάμενα SPA και κέντρα ευεξίας θα αποκτήσουν ιατρικό προσανατολισμό και θα προσφέρουν ολοκληρωμένα προγράμματα θεραπείας και αποκατάστασης.
- Ξενοδοχεία – Ιατρικά Κέντρα στα ορεινά θέρετρα. Πρόκειται για νέες πιθανές επενδύσεις στα ορεινά θέρετρα όπως ο Μεσοπόταμος, η Κυπερούντα, ο Πεδουλάς κ.λ.π. τα οποία θα απευθύνονται κυρίως σε άτομα με άσθμα.

## **ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ (για την περίπτωση της Κύπρου) ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ**

Με τα πληθυσμιακά και γεωγραφικά δεδομένα που γνωρίζουμε για την Κύπρο, πρέπει να υπάρχει συντονισμένη προβολή στο εξωτερικό, εγκεκριμένοι επαγγελματίες και τουριστικά καταλύματα. Οι ενέργειες που θα πλαισιώνουν την προσπάθεια προσέλκυσης ταξιδιωτών υγείας θα πρέπει να είναι όσο το δυνατό πιο συντονισμένες και στοχευμένες λαμβάνοντας υπόψη παραμέτρους που θα μεγιστοποιούν την ικανοποίηση των ταξιδιωτών και θα ελαχιστοποιούν τα λάθη που μπορούν να βλάψουν.

Γίνεται σαφές πως θα πρέπει να υπάρξει μια συλλογική δράση και προσπάθεια υλοποίησης των εισηγήσεων όπως φαίνονται παρακάτω:

- **Δημιουργία συγκριτικά μεγαλύτερων νοσηλευτικών μονάδων:**  
Προτεραιότητα είναι η παροχή κινήτρων για δημιουργία μεγάλων νοσοκομείων και ιατρικών κέντρων στα πρότυπα του εξωτερικού με απώτερο σκοπό το κέρδος από την οικονομία κλίμακας. Αυτή η δράση αναμένεται επίσης να ενισχύσει την εμπιστοσύνη του ασθενούς καθώς επίσης και να ενδυναμώσει την προβολή των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- **Διασφάλιση Ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στη διαχείριση ταξιδιωτών υγείας.** Θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα εκπαίδευσης, ενημέρωσης και καθοδήγησης των εμπλεκόμενων φορέων για τον τρόπο διαχείρισης και παροχής των υπηρεσιών στη βάση διεθνών προτύπων. Η διαπίστευση των καταλυμάτων και υπηρεσιών στη βάση Διεθνών Προτύπων είναι εξίσου σημαντική για την διασφάλιση της Διεθνούς αναγνώρισης της ποιοτικής παροχής υπηρεσιών.
- **Προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων στον τομέα του τουρισμού υγείας.**  
Η διασφάλιση και η προσέλκυση επενδυτών που είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν στο συγκεκριμένο τομέα στην Κύπρο θα πρέπει να γίνει μέσω της πολιτείας, η οποία θα πρέπει να προβεί στις ανάλογες ρυθμίσεις. Η επίτευξη του στόχου αυτού θα πρέπει να γίνει μέσω της δημιουργίας υποδομής ούτως ώστε τα προτεινόμενα έργα να προσφέρουν αξιόπιστη επένδυση μέσα από μια αποτελεσματική διαδικασία.



- **Διοίκηση νοσηλευτικών μονάδων από Διεθνείς Οργανισμούς:** Η προώθηση της διαχείρισης νοσοκομείων από εταιρείες οι οποίες εφαρμόζουν υψηλού επιπέδου προγράμματα διοίκησης μονάδων υγείας είναι σημαντική για την επιβεβαίωση της προσφερόμενης ποιότητας. Η τακτική αυτή χρησιμοποιείται σε αρκετές χώρες της Μέσης Ανατολής και είναι ο κύριος λόγος που ασθενείς μεταβαίνουν στις χώρες αυτές για θεραπείες.
- **Διασφάλιση συνεχούς παρακολούθησης ασθενών και με την αποπεράτωση της θεραπείας.** Η συνεχής παρακολούθηση ασθενών μετά τη θεραπεία αποτελεί σημαντικό παράγοντα που ωθεί τους ταξιδιώτες υγείας να λαμβάνουν θεραπεία εκτός των συνόρων της χώρας τους. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να βρεθεί τρόπος σύναψης συμφωνιών και πραγματοποίησης συνεργασιών με γιατρούς του εξωτερικού για να μπορούν οι ασθενείς που επιστρέφουν στη χώρα προέλευσης τους μετά από την πραγματοποίηση της θεραπείας στην Κύπρο, να επισκέπτονται γιατρούς στη χώρα τους και να κάνουν τις μετεγχειρητικές εξετάσεις.
- **Medical Facilitators - ONE STOP SHOP:** Η δημιουργία πακέτων που να περιλαμβάνουν όλες τις υπηρεσίες που απαιτούνται για την παροχή θεραπειών, γίνεται ακόμα πιο σημαντική με τη συμπερίληψη πακέτου διακοπών. Οι medical tourism facilitators διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και προβολή του τουρισμού υγείας αφού για πολλούς ταξιδιώτες εκπροσωπούν και αναλαμβάνουν την πρώτη πρόσωπο με πρόσωπο επαφή αλλά και τις επαφές με τα νοσηλευτήρια για αυτό απαιτείται γνώση στον τρόπο λειτουργίας νοσηλευτικών μονάδων. Η δημιουργία και η κατοχύρωση της κατηγορίας αυτής θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω της δωρεάν εκπαίδευσης και εξειδίκευσης όπου θα μπορούσε να αποτελεί κίνητρο προσέλκυσης των ενδιαφερομένων μελών.
- **Απόκτηση διεθνούς διαπίστευσης (Accreditation) από τα νοσηλευτήρια:** Η διεθνής διαπίστευση είναι απαραίτητη και η αναμενόμενη εξαγγελία μερικής επιχορήγησης υλοποίησης της αναμένεται να έχει θετικά αποτελέσματα. Το κίνητρο θα καλύπτει υπηρεσίες συμβούλου και ελέγχου για απόκτηση της διαπίστευσης.

- **Δυνατότητα ενημέρωσης των ασθενών για τα προσόντα των επαγγελματιών υγείας.** Ο ασθενής μέσα από το διαδίκτυο θέλει να έχει πληροφόρηση για τα προσόντα του γιατρού σε θέμα εμπειρίας, εξειδίκευσης και εκπαίδευσης για να μπορέσει να σχηματίσει μια ιδέα και να πάρει την ανάλογη απόφαση για επιλογή ιατρικού κέντρου. Ο Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος διαθέτει στην ιστοσελίδα του [www.cyma.org.cy](http://www.cyma.org.cy) κατάλογο με όλα τα μέλη, αλλά θα πρέπει επίσης να εμπλουτίσει τον κατάλογο για να περιλαμβάνει η ημερομηνία εγγραφής στο Σύλλογο, την άδεια εξασκήσεως επαγγέλματος και προσόντα του επαγγελματία υγείας.
- **Αξιοποίηση Διαδικτύου:** Η προβολή των υπηρεσιών σε εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες τουρισμού υγείας αλλά και σε έγκυρες ιστοσελίδες σχετικές με τους τομείς υγείας είναι εξαιρετικά σημαντική αφού η χρήση του διαδικτύου γίνεται πιο διαδεδομένη χρόνο με το χρόνο. Ο ασθενής αναζητεί πληροφορίες για τη θεραπεία που θα πραγματοποιήσει και επικοινωνεί με άλλους ασθενείς ανταλλάσσοντας απόψεις. Επαρκές κίνητρο θα μπορούσε να αποτελέσει η μερική επιχορήγηση του κόστους καταχώρησης διαφήμισης νοσηλευτικών μονάδων στις εξειδικευμένες αυτές ιστοσελίδες, ίσως μέσω του φορέα Υγείας.
- **Διαμόρφωση κατάλληλης υποδομής για φιλοξενία ταξιδιωτών υγείας:** Η ανάγκη για δημιουργία της απαιτούμενης υποδομής σε θέματα υποδοχής και φιλοξενίας των ταξιδιωτών υγείας είναι απαραίτητη. Ως εκ τούτου, σημαντική κρίνεται και η ύπαρξη διεθνούς κουζίνας ευέλικτης στις διατροφικές προτιμήσεις των φιλοξενουμένων (αναλόγως θρησκειών, παραδόσεων, επιλογών ή/και ιατρικών παθήσεων) τόσο σε ξενοδοχεία όσο και σε νοσηλευτήρια για να εξυπηρετεί τόσο τους ταξιδιώτες υγείας όσο και τους συνοδούς τους. Επιπλέον, αδήριτη ανάγκη είναι η παρουσία μεταφραστών σε νοσοκομεία και κλινικές που εξυπηρετούν ταξιδιώτες υγείας.

- **Αεροπορικά εισιτήρια – ναύλα:** Τα ψηλά αεροπορικά ναύλα αποτελούν εμπόδιο στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας. Είναι γνωστό πως για τη Βρετανική αγορά, η οποία αποτελεί τη μεγαλύτερη δεξαμενή άντλησης ταξιδιωτών υγείας, πρέπει να δημιουργηθεί επιπλέον κίνητρο για επιλογή της Κύπρου ως προορισμός τουρισμού υγείας. Το κίνητρο αυτό μπορεί να δοθεί με τη μείωση των αεροπορικών ναύλων κάτι που θα ευκολύνει την απόφαση των ασθενών για επιλογή της Κύπρου.
- **Απλοποίηση και προσβασιμότητα σε διαδικασίες έκδοσης πολεοδομικών και άλλων συναφών αδειών π.χ εξασφάλιση visa.** Η συγκέντρωση όλων των υπηρεσιών σε ένα γραφείο (one stop shop) και διασύνδεση με το one-stop-shop του Υπουργείου Εμπορίου Βιομηχανίας και τουρισμού, θα έχει ως αποτέλεσμα την επιτάχυνση και την απλούστευση των διαδικασιών έκδοσης αδειών, αλλά και την διευκόλυνση στο έργο των εμπλεκομένων, αφού θα αποτείνονται μόνο σε ένα γραφείο για έκδοση αδειών και πιστοποιητικών για θέματα τουρισμού υγείας.

### ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Είναι σαφές ότι οι έρευνες και βάσεις δεδομένων στο διαδίκτυο είναι οι πιο επιτυχείς τρόποι για την προώθηση των ιατρικών υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού υγείας. Ως εκ τούτου, συνιστάται το 65% του προϋπολογισμού που προορίζεται για την προώθηση να επενδύεται σε ηλεκτρονικά μέσα εμπορίας (ιστοσελίδες νοσοκομείων, πλατφόρμες ιστοσελίδων, φόρουμ) και το 35% σε διαφημίσεις σε περιοδικά, φυλλάδια, τηλεόραση και ραδιόφωνο. Αυτές οι μέθοδοι διαφήμισης, σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες ενέργειες μάρκετινγκ και την κοινωνική δράση πρέπει να διασφαλίζει το καλύτερο αποτέλεσμα σε σχέση με την ενίσχυση και την προστασία της εικόνας της Κύπρου ως βιώσιμο ιατρικό προορισμό.

Είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι όλες οι δραστηριότητες θα πρέπει να στοχεύουν στον προσδιορισμό της πραγματικής αξίας των υπηρεσιών υγείας που παρέχονται, καθώς την προώθηση των πακέτων που προσφέρονται.

Αναμφισβήτητα, η ιστοσελίδα είναι ένα από τα κύρια μέσα προώθησης του κάθε οργανισμού που θέλει να προβληθεί διεθνώς αλλά και εγχώρια. Είναι σημαντικό οι ιστοσελίδες αυτές, π.χ. ιστοσελίδα κάποιου νοσοκομείου, πλατφόρμες τουρισμού υγείας, ή η ιστοσελίδα κεντρικής προώθησης των υπηρεσιών υγείας της Κύπρου, να ανανεώνονται με έγκυρες πληροφορίες και να παρέχουν τη δυνατότητα συλλογής επιπλέον λεπτομερών πληροφοριών από τον χρήστη, αν το ζητήσει. Πρέπει επίσης να είναι ασφαλισμένες από κακόβουλες εξωτερικές παρεμβάσεις και αυτό να είναι εύκολα ορατό από τον χρήστη, ώστε να νιώθει και ο ίδιος ασφαλής.

Λόγω της ανθρωποκεντρικής μορφής του τουρισμού υγείας ο τομέας των δημοσίων σχέσεων είναι ιδιαίτερα σημαντικός και οποιοσδήποτε στοχευμένες ενέργειες σε συνδυασμό με άλλα μέτρα (marketing mix) αδιαμφισβήτητα συμβάλλουν στη δημιουργία θετικής εικόνας του τουρισμού υγείας της Κύπρου και ασκούν επίδραση στο τουριστικό ρεύμα και γενικότερα στους επαγγελματίες του τομέα αλλά και σε όσους θα επιλέξουν την Κύπρο για θεραπεία.

Μέσω του σχεδίου προώθησης είναι σημαντικό για την Κύπρο να υπογραμμίσει τα πλεονεκτήματα της σαν προορισμός τουρισμού υγείας. Για παράδειγμα, η προώθηση θεραπειών IVF, θα προσελκύσει συγκεκριμένες ομάδες ταξιδιωτών υγείας από την Ιταλία, αφού η νομοθεσία δυσχεραίνει την προσφορά της θεραπείας αυτής. Θα πρέπει επίσης να διαφημιστούν ειδικά πακέτα σε σεμινάρια και συνεδριάσεις τουρισμού υγείας. Για παράδειγμα ένα πακέτο θα μπορούσε να ήταν για προληπτική ιατρική συνεργασία με medical spa, όπου παρέχεται διαμονή σε SPA resorts, ιατρική παρακολούθηση, μεσογειακή διατροφή, εξετάσεις, ενημέρωση θεράποντος ιατρού, συμβουλευτική υποστήριξη και μετά τη θεραπεία. Τελειώνοντας με το πιο σημαντικό, θα πρέπει να γίνει προσπάθεια ώστε να προβληθεί και να διαφημιστεί συλλογικά από όλους τους φορείς και ότι οι προσπάθειες αυτές συμπληρώνουν η μία την άλλη και ότι έχουν συνοχή, ενώ δίνουν στην Κύπρο μία ταυτότητα κάτω από ένα λογότυπο και slogan που θα γίνει διεθνώς γνωστό.

## ΣΧΕΔΙΑ ΔΡΑΣΗΣ

Η στρατηγική θα πρέπει να βασίζεται σε δύο βασικές αρχές: Άμεσες ενέργειες προώθησης του τουρισμού υγείας και αναβάθμισης της υπάρχουσας υποδομής, εκπαίδευσης των εμπλεκόμενων φορέων και εφαρμογής μεθόδων ενημέρωσης και ανταπόκρισης στις ανάγκες του τομέα.

Όλες οι προτεινόμενες δράσεις είναι ρεαλιστικές και εφικτές, δοκιμασμένες και οικονομικά αποδοτικές καθότι αποτελούν συνηθισμένες πρακτικές στον τομέα της προβολής και δημοσιότητας του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων.

## Προβολή και Δημοσιότητα 2010-2013

Το σχέδιο δράσης όσον αφορά το *marketing* είναι ένα destination marketing plan όπου προέχει το market segmentation και είναι βασισμένο στην υφιστάμενη κατάσταση στον ιατρικό τομέα. Στόχος του σχεδίου δράσης είναι να αποτελέσει μέχρι το 2013 πρακτικό και υλοποιήσιμο εργαλείο για όλους όσους θα εμπλακούν στην προβολή του τουρισμού υγείας.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η εμπορία μέσω έντυπου υλικού και ιστοσελίδες αποτελούν σημαντικό στοιχείο για τις δράσεις μας για την προώθηση της Κύπρου ως προορισμού υγείας. Η έντυπη προβολή θα μπορούσε να περιλαμβάνει την έκδοση ενημερωτικού υλικού για την Γερμανία, Σκανδιναβία και αραβική αγορά. In-flight περιοδικά κυρίως των Κυπριακών Αερογραμμών, καθώς και τηλεοπτικών διαφημίσεων όπως στο πρόγραμμα αποδήμων του ΡΙΚ, είναι επίσης προτεινόμενες δράσεις όσον αφορά τον τομέα marketing.

Διαφήμιση σε ηλεκτρονικές ιστοσελίδες και η αξιολόγηση όλων των ιστοσελίδων που ενδιαφέρουν την Κύπρο είναι δύο στοιχεία που πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στη δράση όπως και η διοργάνωση workshop- προβολή στην Κύπρο με ξένες συμμετοχές ώστε η Κύπρος να εδραιωθεί σαν μια επιλογή προορισμού. Επίσης η συμμετοχή της Κύπρου σε εκθέσεις και σεμινάρια όπως το Central and Eastern Europe Medical Tourism and Healthcare Summit που θα γίνει το Νοέμβριο 2010, και το World Health Tourism Congress του 2011, αποτελεί ισχυρό εργαλείο προβολής το οποίο πρέπει να αξιοποιηθεί.

Σημαντικό μέρος του τομέα του marketing, είναι οι δημόσιες σχέσεις. Η δημιουργία καταλόγων δημοσιογράφων, facilitators, ασφαλιστικών οργανισμών και tour operators για emailing με συχνές ενημερώσεις για τις εξελίξεις σχετικά με τον τουρισμό υγείας είναι σημαντικά στη δημιουργία θετικής εικόνας του τουρισμού υγείας της Κύπρου. Το ίδιο ισχύει και για τη διοργάνωση Fam trips για δημοσιογράφους από Αγγλία, Γερμανία, Σκανδιναβία κτλ.

Η έντυπη ενημέρωση και προβολή είναι ένα σημαντικό μέσο ενημέρωσης των ταξιδιωτών υγείας και ένα στοιχείο επικοινωνίας και προβολής τόσο του προϊόντος του τουρισμού υγείας αλλά και των ιατρικών υπηρεσιών που προσφέρει η Κύπρος γενικότερα.

### **Δράσεις ανάπτυξης υφιστάμενης υποδομής προώθησης υπηρεσιών και διαχείρισης ταξιδιωτών υγείας**

Για την προώθηση της Κύπρου σαν προορισμού τουρισμού υγείας, υπάρχει ανάγκη για συνεχή ανάπτυξη της υφιστάμενης υποδομής ώστε η Κύπρος να είναι σε θέση να προσφέρει ελκυστικά πακέτα και να δοθούν κίνητρα για την παραμονή στην Κύπρο για θεραπεία.

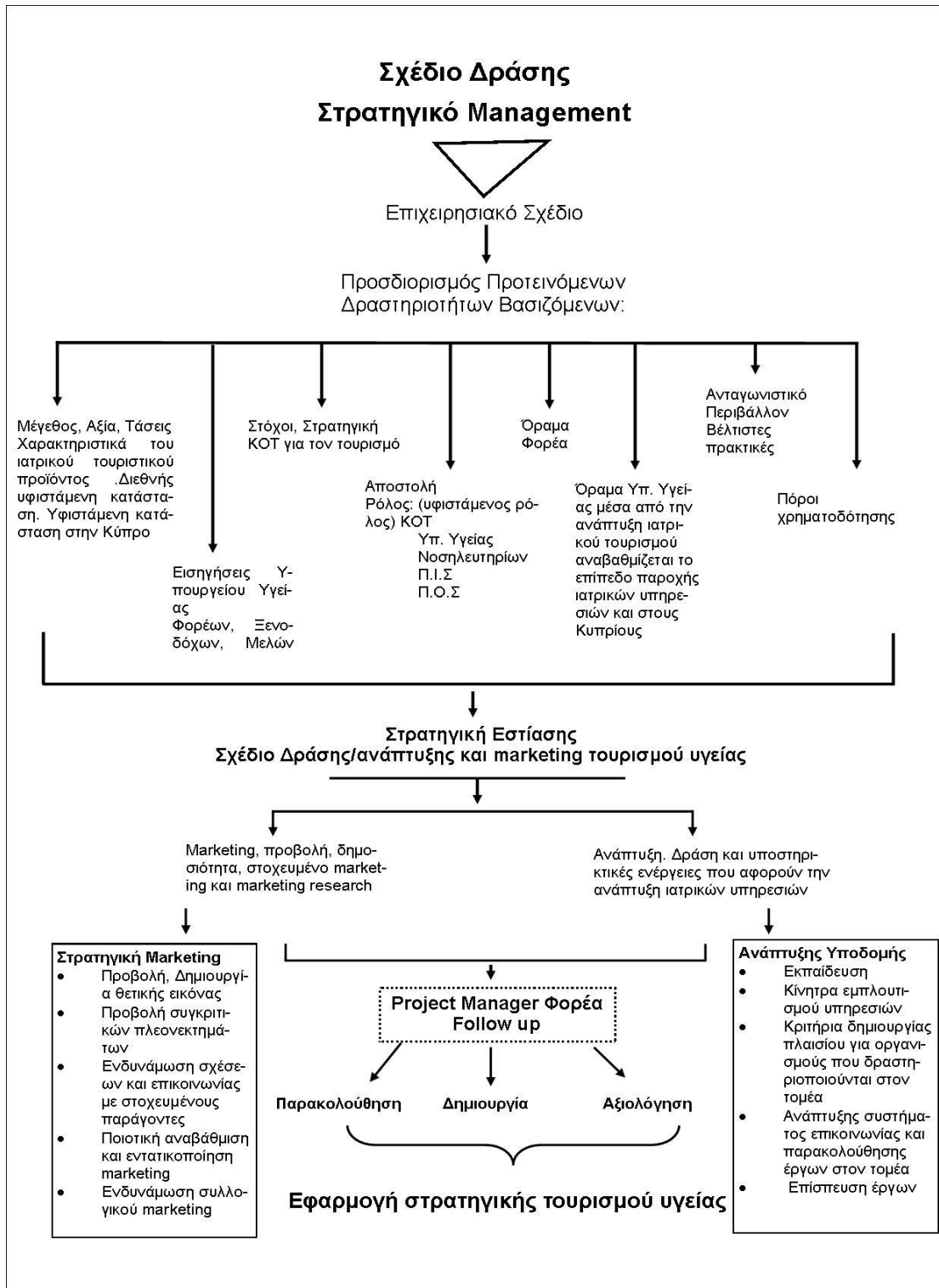
Δράσεις για την ανάπτυξη υποδομής περιλαμβάνουν έρευνα και μελέτη για την δημιουργία κινήτρων με σκοπό την ίδρυση νοσοκομειακών μονάδων στα μεγέθη και πρότυπα του εξωτερικού, η προώθηση νομοθεσίας ώστε τα οδοντιατρεία να μπορούν να προβάλλονται, όπως και η δημιουργία κατηγορίας πολεοδομικής άδειας χώρων μακροχρόνιας φροντίδας ηλικιωμένων (assisted living) στα πλαίσια διεθνών προτύπων με σκοπό προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας τρίτης ηλικίας.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η έρευνα και ανάλυση δεδομένων που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο αυτής της μελέτης καταδεικνύουν ότι με η εφαρμογή του σωστού στρατηγικού σχεδίου θα έχει ως αποτέλεσμα την ενίσχυση και την προώθηση της Κύπρου ως προορισμό τουρισμού υγείας. Η στρατηγική θα πρέπει να στηριχθεί σε δύο βασικές αρχές: Άμεσες ενέργειες αναβάθμιση της υπάρχουσας υποδομής και υπηρεσιών και προώθησης του τουρισμού Υγείας .

Όπως έχει ήδη αναλυθεί, η Κύπρος πληροί αρκετές προϋποθέσεις ώστε να έχει τη δυνατότητα να ευδοκιμήσει σε αυτόν τον τομέα και να καταστεί σημαντικός ανταγωνιστής στην αγορά. Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε ότι για να λειτουργήσει αυτό θα απαιτηθεί από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, τόσο από τον τουριστικό όσο και από τον τομέα της υγείας να κατανοήσουν το ρόλο τους και να εργαστούν συλλογικά για την επίτευξη αυτού του κοινού στόχου.

*Όραμα μας είναι η Κύπρος να αξιοποιήσει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα, να προβεί στις απαιτούμενες τομές και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζει η αξιοποίηση του τουρισμού Υγείας. Όλα τα προαναφερθέντα μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως η ιατρική τουριστική βιομηχανία στην Κύπρο, παρά το νηπιακό της στάδιο μπορεί να καταστεί ένας από τους πιο βασικούς άξονες της οικονομίας της χώρας, αλλά και να καταστήσει την Κύπρο ένα σύγχρονο και ποιοτικό προορισμό τουρισμού υγείας για ταξιδιώτες υγείας.*





## ΣΧΕΔΙΑ ΔΡΑΣΗΣ

### Δράσεις ανάπτυξης υφιστάμενης υποδομής προώθησης υπηρεσιών και διαχείρισης ταξιδιωτών υγείας

	ΔΡΑΣΕΙΣ Α. Ανάπτυξη Υποδομής	ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ	ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Έρευνα και μελέτη για δημιουργία κινήτρων με σκοπό την ίδρυση νοσοκομειακών μονάδων στα μεγέθη και πρότυπα του εξωτερικού. Τα κίνητρα έχουν στόχο κυρίως την συγχώνευση μικρών μονάδων, της τάξης των 20 με 40 και 50 κλίνες σε νοσοκομεία/κλινικές μεταξύ 100 και 200 κλινών.	Κύπρος	Υπουργείο Υγείας	2	20000
2	Roadshow – παρουσιάσεις έργων και επενδυτικών ευκαιριών στον τομέα της υγείας με σκοπό την προσέλκυση πιθανών επενδυτών και επενδυτικών ταμείων από Κύπρο και εξωτερικό.	Κύπρος/Ευρώπη	Υπ. Υγείας/Φορέας/CIPA	1	10000
3	Προώθηση σχεδίου κινήτρων για διεθνή διαπίστευση για τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια. Εξαγγελία σχεδίου κινήτρων για επιβράβευση της διαπίστευσης. Προώθηση της σπουδαιότητας της διαπίστευσης στα ιδιωτικά νοσηλευτήρια.	Κύπρος	Υπ. Υγείας, ΚΟΤ, Φορέας, ΠΙΣ	1	3,000,000

4	Διακρατικές συμβάσεις με συστήματα υγείας άλλων χωρών	Χώρες στόχοι	Υπουργείο Υγείας	2	5000
5	Ετήσιος έλεγχος ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας: κριτήρια αξιολόγησης, δημιουργία ερωτηματολογίου, ανάλυση αποτελεσμάτων και παρουσίαση/ενημέρωση στους ενδιαφερόμενους και εμπλεκόμενους φορείς. Η συλλογή στατιστικών στοιχείων του τουρισμού υγείας και η αξιολόγηση της αποδοτικότητας των ενεργειών προβολής.	Κύπρος	Φορέας	1	5000
6	Προώθηση της Κύπρου σαν Προορισμός τουρισμού υγείας	Ευρώπη	CIPA/KOT/Υπ.Υγείας		
7	Roadshow – Σκοπός είναι η προσέλκυση Διεθνών εταιρειών Διαχείρισης Νοσηλευτικών Μονάδων ώστε η Κύπρος να προωθηθεί ως πιθανός χώρος επέκτασης των δραστηριοτήτων τους.	Κύπρος	KOT/Υπ. Υγείας	1	10000
8	Δημιουργία κινήτρων με σκοπό τη δημιουργία «Medical Facilitators» όπου θα δραστηριοποιούνται στον τομέα Τουρισμού υγείας όπως γίνεται και στις άλλες μορφές τουρισμού για σχεδιασμό και προβολή πακέτων τουρισμού υγείας.	Κύπρος	KOT/Φορέας, Tour operators, Medical Facilitators-Coordinators	1	40000

9	Δημιουργία κριτηρίων για την αδειοδότηση εμπλεκόμενων φορέων από τουριστικό τομέα (ταξιδιωτικά γραφεία, ξενοδοχεία κλπ) στον τομέα τουρισμού υγείας.	Κύπρος	ΚΟΤ/Υπ. Υγείας/Φορέας	1	2000
10	Μελέτη ανάπτυξης πολεοδομικών κινήτρων (συντελεστή δόμησης, αλλαγή χρήσης) σε τουριστικά καταλύματα που επιθυμούν την αναβάθμιση των υπηρεσιών τους έτσι ώστε να προσελκύσουν τουρισμό υγείας	Κύπρος	ΚΟΤ/Υπ. Εσωτερικών/Πολεοδομία	2	30000
11	Πρωώθηση νομοθεσίας ώστε τα οδοντιατρεία μεμονωμένα ή και συλλογικά να μπορούν να προβληθούν με σκοπό την προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας από το εξωτερικό.	Κύπρος	Υπ. Υγείας/ ΠΟΣ	1	
12	Δημιουργία κατηγορίας πολεοδομικής άδειας χώρων μακροχρόνιας φροντίδας ηλικιωμένων (assisted living) στα πλαίσια διεθνών προτύπων ούτως ώστε να δίνεται η ευκαιρία οι επενδυτές να δημιουργούν έργα με σκοπό προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας τρίτης ηλικίας.	Κύπρος	ΚΟΤ/ Πολεοδομία	2	
13	Επίσπευση αναθεώρησης νομοθεσίας για δημιουργία κατηγορίας boutique hotels εξειδικευμένων για την προσφορά υπηρεσιών σε ταξιδιώτες υγείας βάσει των ευρωπαϊκών προτύπων	Κύπρος	ΚΟΤ/ΠΑΣΥΞΕ	1	

14	Ανάπτυξη διαλόγου μεταξύ Υπουργείου Υγείας και Γραφείου Προγραμματισμού για τη διασφάλιση Ευρωπαϊκών κονδυλίων για έργα στον τομέα της υγείας.	Κύπρος	Υπ. Υγείας/Γραφείο Προγραμματισμού	1	
15	Δημιουργία ομάδας παρακολούθησης υλοποίησης του Γενικού Σχεδίου Υγείας λόγω του ότι ασφαλιστικές εταιρείες του εξωτερικού επιθυμούν τη συνεργασία με ιδιωτικές νοσηλευτικές μονάδες οι οποίες είναι ελεγχόμενες κάτω από το σύστημα υγείας.	Κύπρος	Υπ. Υγείας/KOT	1	
16	Αξιολόγηση των Δημόσιων Νοσηλευτηρίων στις παραλιακές πόλεις για τη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών σε ταξιδιώτες υγείας ασφαλισμένους από Δημόσιους ασφαλιστικούς ευρωπαϊκούς οργανισμούς που επιθυμούν συνεργασία μόνο με Δημόσια ιδρύματα.	Κύπρος	Υπ. Υγείας	1	20000
17	Μελέτη εισαγωγής βέλτιστων πρακτικών (minimum standards) για τις νοσηλευτικές μονάδες στον ιδιωτικό τομέα που δεν έχουν Διαπίστευση για προσέλκυση ταξιδιωτών Υγείας.	Κύπρος	Υπ. Υγείας	1	30000
18	Δημιουργία ambassadors με στόχο την ευαισθητοποίηση παραγόντων του εξωτερικού (ασφαλιστικές εταιρείες, νοσοκομεία,)	Κύπρος	KOT	1	5000

19	Σχέδιο εμπλοκής ξεναγών στα πακέτα τουρισμού υγείας σε συνεργασία με νοσηλευτικές μονάδες και medical facilitators.	Κύπρος	ΚΟΤ	1	5000
20	Δημιουργία διαδικτυακής πύλης ενημέρωσης και συντονισμού των εμπλεκόμενων φορέων με δυνατότητα λειτουργίας σαν παρατηρητήριο.	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	5000
21	Παρουσιάσεις έργων και επενδυτικών ευκαιριών στον τομέα της υγείας	Κύπρος	Υπ.Υγείας, ΚΟΤ, Φορέας Προώθησης, Υπ.Εμπορίου, Σύνδεσμος Προώθησης Επενδύσεων (CIPA)	1	20000
22	Αξιοποίηση κλίματος για θεραπεία άσθματος (Αξιοποίηση Σανατορίου στην Κυπερούντα και άλλων προσεγγμένων επενδύσεων)	Κύπρος	ΚΟΤ, Υπ.Υγείας, Κοινοτικό Συμβούλιο Κυπερούντας, Εταιρεία 'Κύπερις'	2	
23	Ανάπτυξη υπηρεσιών εξειδικευμένων μεταφραστικών συστημάτων ή υπηρεσιών μετάφρασης για ταξιδιώτες υγείας και συνοδεύοντα άτομα	Κύπρος	ΡΙΟ, Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος, Φορέας Υγείας	2	
24	Ανάπτυξη, προώθηση φωτοθεραπευτικού τουρισμού	Κύπρος	ΠΑΣΥΞΕ, ΣΤΕΚ, ΚΟΤ, Υπ.Υγείας, ΕΒΕ Λευκωσίας, Μετεωρολογική Υπηρεσία	1	
25	Μετατροπή (μικρές τροποποιήσεις) ξενοδοχειακών καταλυμάτων για να είναι σε θέση να φιλοξενήσουν ταξιδιώτες υγείας για τις ιδιότητες του κυπριακού φωτός		ΠΑΣΥΞΕ, ΣΤΕΚ, ΚΟΤ, Υπ.Υγείας, ΕΒΕ Λευκωσίας, Μετεωρολογική Υπηρεσία	2	

26	Επίσπευση των διαδικασιών στην εξασφάλιση των απαιτούμενων αδειών για επενδύσεις στον τομέα του Τουρισμού Υγείας.		Υπ.Υγείας, Πολεοδομία, Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος, Σύνδεσμος Νοσηλευτών και Μαιών Κύπρου	1	
27	Πιστοποίηση Κέντρων Ευεξίας με έμφαση στην ανάπτυξη των medical spa	Κύπρος	KOT/Cyprus Spa Association	1	25000
28	Έκδοση (συμβουλευτικού/καθοδηγητικού) εγχειριδίου με ελάχιστα κριτήρια ανάπτυξης, λειτουργίας και προώθησης ενός medical spa στην Κύπρο	Κύπρος	Cyprus Spa Association, κοτ	1	8000
29	Ανάπτυξη διαλόγου μεταξύ Υπουργείου Εμπορίου και Γραφείου Προγραμματισμού για τη διασφάλιση Ευρωπαϊκών κονδυλίων αλλά και χαμηλότοκων δανείων για έργα στον τομέα της υγείας και προβολής του τουρισμού υγείας.	Κύπρος	KOT/Υπ. Εμπορίου/Γρ. Προγραμματισμού	1	
30	<p>Συμπερίληψη της πολεοδομίας στις προσφερόμενες υπηρεσίες της «Μονοθυριδικής Πρόσβασης».</p> <p>Την συμπερίληψη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που ασχολούνται με έργα τουρισμού υγείας μέσα στις επιχειρήσεις που δικαιούνται να λαμβάνουν υποστήριξη από τις υπηρεσίες «μονοθυρικής πρόσβασης».</p> <p>Επίσης το Υπουργείο Εμπορίου και βιομηχανίας μπορεί να προωθήσει τον τουρισμό υγείας δίνοντας τα απαραίτητα κίνητρα για συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις που αφορούν τον τουρισμό υγείας.</p>	Κύπρος	Υπουργείο Εμπορίου και βιομηχανίας	1	

## ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

	ΔΡΑΣΕΙΣ A. Έντυπη Προβολή	ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ	ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Επανεκτύπωση ενημερωτικού οδηγού (Αγγλικά)	Κύπρος/ Η.Β	ΚΟΤ/Φορέας	1	€5000
2	Επανεκτύπωση DVD αναθεωρημένου	Κύπρος/Διεθνείς	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
3	Έκδοση ενημερωτικού υλικού ειδικά για τη γερμανική αγορά	Γερμανία	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
4	Έκδοση ενημερωτικού υλικού ειδικά για την αραβική αγορά	Αραβικές χώρες	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
5	Έκδοση ενημερωτικού υλικού ειδικά για τη Σκανδιναβία	Βόρειες Χώρες	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
6	Εκτύπωση αφισών, window displays	Αγορές Στόχοι		1	€8000
7	Εκτύπωση ειδικών φυλλαδίων σε συνεργασία με τις ιατρικές εταιρείες π.χ plastic surgery, dental therapy κλπ.	Αγορές Στόχοι	ΚΟΤ/Ιατρικές Εταιρείες	2	€5000
8	Εκτύπωση ειδικού φυλλαδίου για την παροικία Η.Β	Η.Β	ΚΟΤ/Φορέας	3	€2000
9	Εκτύπωση ειδικού φυλλαδίου για προβολή στους τουρίστες που είναι ήδη στην Κύπρο	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000

10	Εκτύπωση ειδικού φυλλαδίου με αποδέκτες τον κατάλογο του ΚΟΤ Λονδίνου (Ασφαλιστικές εταιρίες κλπ)  «Why to Cyprus for Health Tourism»	H.B	ΚΟΤ/Φορέας	2	€3000
----	---	-----	------------	---	-------

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>B. Έντυπη Διαφήμιση</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ</b> <b>ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ</b> <b>ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα του εξωτερικού, περιοδικά, εφημερίδες για άτομα τρίτης ηλικίας, γυναικεία, έντυπα δημαρχείων (Νορβηγία), Φαρμακείων (Γερμανία) κλπ. Όπως αναφέρεται στο παραδοτέο 3. Οι διαφημιστικές εταιρίες θα πρέπει να λάβουν υπόψη τις εισηγήσεις των tour operators και medical facilitators	Χώρες Στόχοι	ΚΟΤ	2	€30000
2	In-Flight περιοδικά κυρίως των Κυπριακών Αερογραμμών καθώς και video clip στο in-flight entertainment. Επίσης στα in-flight magazines άλλων εταιριών H.B	Κύπρος/H.B		1	€15000
3	Καταχώρηση στα περιοδικά των ξενοδοχείων στην Κύπρο καθώς και στις αγγλόφωνες εφημερίδες στην Κύπρο. ΚΟΤ (generic) Νοσηλευτήρια (services)	Κύπρος	ΚΟΤ/Νοσηλευτήρια	1	€10000
4	Καταχώρηση στις κυπριακές εφημερίδες H.B για την παροικία	H/B	ΚΟΤ/Νοσηλευτήρια	1	€5000
5	Διαφήμιση στο ΡΙΚ στο πρόγραμμα αποδήμων	HB	ΚΟΤ	1	€5000



	ΔΡΑΣΕΙΣ Γ. Ηλεκτρονική Προβολή	ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ	ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Διαφήμιση σε εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες τουρισμού υγείας	Η.Β/ Γερμανία/Σκανδιναβία	ΚΟΤ/Φορέας Υγείας/Νοσηλεύτρια	1	€20000
2	Ενημέρωση και συντήρηση της ηλεκτρονικής πύλης του Φορέα και αναβάθμιση με πληροφοριακό και φωτογραφικό υλικό	Κύπρος	Φορέας	1	€3000
3	Διαφημιστικά banners σε ηλεκτρονικά περιοδικά όπως <a href="http://www.cosmeticsurgeryanswers.co.uk">www.cosmeticsurgeryanswers.co.uk</a> και <a href="http://www.elixirnews.com">www.elixirnews.com</a> για θεραπείες anti-aging καθώς και άλλες ιστοσελίδες για τουρισμό υγείας.	Η.Β	ΚΟΤ/Ιδιωτικά Νοσηλεύτρια και Medical Facilitators της Κύπρου	1	€40000
4	Αξιολόγηση όλων των ιστοσελίδων που ενδιαφέρουν την Κύπρο	Διεθνώς	Φορέας	1	
5	Δημιουργία καταλόγων ηλεκτρονικών συνδρομητών με συχνές ενημερώσεις	Αγορές Στόχοι	Φορέας	1	

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Δημιουργία Επιτροπής Marketing. Ετοιμασία marketing Plan	Κύπρος	Φορέας	1	
2	Δημιουργία Data Bank. Συλλογή και αξιολόγηση στοιχείων από το Φορέα	Κύπρος	ΚΟΤ-Φορέας	1	
3	Δημιουργία mailing list για direct marketing διεθνώς.	Όλες οι χώρες	ΚΟΤ	1	
4	Δέσμη κινήτρων για tour operators και facilitators όπως γίνεται και στις άλλες μορφές τουρισμού για σχεδιασμό και προβολή ιατρικών και τουριστικών πακέτων	Όλες οι χώρες	ΚΟΤ	1	€40000
5	Εκπαιδευτικό ετήσιο σεμινάριο για τα μέλη του Φορέα και λειτουργούς γραφείων ΚΟΤ εξωτερικού και εμπορικών αντιπροσώπων Πρεσβειών για ενημέρωση και προώθηση προβολής	Κύπρος και όλα τα γραφεία του ΚΟΤ εξωτερικού και εμπορικών αποστολών	ΚΟΤ/Φορέας/Υπ. Εμπορίου/Υπ. Υγείας, Επαγγελματικοί Σύνδεσμοι	2	€12000
6	Διοργάνωση workshop-προβολής στην Κύπρο με ξένες συμμετοχές	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	€20000

7	Direct Marketing - απευθείας επαφή και επικοινωνία με τους ενδιαφερόμενους για ενημέρωση και βοήθεια στη λήψη απόφασης. Μέσω internet, τηλεφωνικώς και direct mailing.	Στοχευμένες Αγορές	Facilitators/Μέλη του Φορέα	1	
8	Relationship Marketing μέσω εντύπων, διαφήμισης, (direct contact) των ξένων που κατοικούν στην Κύπρο ή έχουν δεύτερη κατοικία.	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	€5000
9	Συγκέντρωση στοιχείων και desk research για ενίσχυση του Data Bank από ΚΟΤ εξωτερικού.	Στοχευμένες Αγορές	ΚΟΤ	1	

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> Ε. Εκθέσεις, Σεμινάρια, Workshops, Συνέδρια, Fam trips	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ</b> <b>ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ</b> <b>ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Διοργάνωση του πρώτου ετήσιου workshop προβολής με ξένες συμμετοχές CYMEDITOUR (tour operators, facilitators, δημοσιογράφοι) Νοέμβριος 2010	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας/ Υπουργείο Υγείας	1	€8000
2	Central and Eastern europe Medical Tourism and Healthcare summit, <a href="http://www.globalengage.co.uk">www.globalengage.co.uk</a>	Zagreb Croatia	ΚΟΤ/Φορέας	1	€1000
3	Συμμετοχή στην έκθεση Destination Health – Απρίλιος-2011 (UK Medical Tourism Exhibition)	Λονδίνο	ΚΟΤ/Φορέας/Υπουργείο Υγείας	1	€5000
4	Manchester Roadshow Απρίλιος-2011	Manchester	ΚΟΤ/Φορέας/ Υπουργείο Υγείας/ Facilitators/Ασφαλιστικές/Tour operators/Παροικία	2	€10000
5	WTM – 8-11-11-2010	Η.Β	Φορέας/Περίπτερο ΚΟΤ	3	€750
6	ITB Berlin Μάρτιος-2011	Γερμανία	Φορέας/Περίπτερο ΚΟΤ	3	€750
7	2nd Moscow Medical and Health Tourism Congress Μάρτιος 2011	Μόσχα	Φορέας/ΚΟΤ/Υπ. Υγείας	1	€1000

8	Dubai Tourism Exhibition και Cyprus Road Show - Μάιος 2011	Εμιράτα	ΚΟΤ/Φορέας	3	€5000
9	World Health Tourism Congress 2011	Αναμένεται	ΚΟΤ/Φορέας/Επίσημη Αποστολή/ Υπουργείο Υγείας	3	€2000
10	Έκθεση για άτομα τρίτης ηλικίας Senior – 20-22-10 2010 Στοκχόλμη	Στοκχόλμη	Φορέας/ΚΟΤ/Περίπτερο ΚΟΤ	1	€2000
11	Έκθεση για άτομα τρίτης ηλικίας Seniorit 20-21-11 2010 – Ελσίνκι	Φινλανδία	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
12	Παρουσίαση στη Νορβηγία σε δημαρχεία, Κοινωνικές Ασφαλίσεις, Tour operators – Οκτώβριος 2010 (Best Agers)	Νορβηγία	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
13	European Medical Travel Conference and Exhibition Breakfast Presentation – Βενετία 5-8-5-2010 (20 άτομα)	Ιταλία	ΚΟΤ/Φορέας/Medi Facilitators/ Υπουργείο Υγείας	1	€11000

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>Z. Δημόσιες Σχέσεις, Επικοινωνία, Ενημερωτικά ταξίδια δημοσιογράφων, Facilitators, ασφαλιστών, tour operators</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Έκδοση ενημερωτικού Δελτίου στα Αγγλικά, Γερμανικά και Σουηδικά και αποστολή στο εξωτερικό και τον κυπριακό αγγλόφωνο τύπο. Έντυπο και ηλεκτρονικό.	Κύπρος/Η.Β/Γερμανία/ Σκανδιναβία	ΚΟΤ	1	€2000
2	Ετήσια διοργάνωση fam trip για δημοσιογράφους από Αγγλία, παροικία, Γερμανία, Σκανδιναβία, Αραβικές χώρες σε συνδυασμό με το ετήσιο workshop τουρισμού υγείας στην Κύπρο	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας/ Υπουργείο Υγείας	1	€12000
3	Προβολή τουρισμού υγείας μέσα από εξειδικευμένα κανάλια (infomercials) σε θεματικά δορυφορικά κανάλια	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	2	€10000
4	Δημιουργία καταλόγων δημοσιογράφων , facilitators, ασφαλιστικών, tour operators για emailing με συχνές ενημερώσεις για τις εξελίξεις γύρω από τον τουρισμό υγείας.	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>H. Branding</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας (Branding τουρισμού υγείας)	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	2	€40000

## ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Βασικό άξονα της παρούσας μελέτης αποτελεί η ανάλυση του φαινομένου των ταξιδιωτών υγείας ή τουρισμό υγείας όπως είναι πιο γνωστό, στην Κύπρο, καθώς επίσης και των προοπτικών που παρουσιάζονται από τη σωστή αξιοποίηση και αποτελεσματική εκμετάλλευση του προϊόντος τουρισμού υγείας μέσα από ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό σχεδιασμό που ακολουθεί παρακάτω. Η ανάγκη για εφαρμογή και υλοποίηση των πολιτικών εκείνων που θα καταστήσουν την Κύπρο ένα αξιόλογο ιατρικό προορισμό είναι σήμερα τόσο επιβεβλημένη όσο ποτέ άλλοτε. Η σταθερή οικονομική ανάπτυξη σε συνδυασμό με τα πολλαπλά κοινωνικοπολιτικά και οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τον τουρισμό υγείας, μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως *ο τομέας τουρισμού υγείας στην Κύπρο, παρά το νηπιακό του στάδιο έχει αρκετά από τα απαιτούμενα εφόδια για να καταστεί ένας από τους πιο βασικούς άξονες της οικονομίας της χώρας, αλλά και να καταστήσει την Κύπρο ένα σύγχρονο και ποιοτικό ιατρικό προορισμό.*

Γεωγραφικά τοποθετημένη στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, και όντας το νοτιανατολικότερο σύνορο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Κύπρος καλείται σήμερα να αντιμετωπίσει τις σύγχρονες προκλήσεις, μερικές από τις οποίες αναφύονται από τις ευκαιρίες που προσφέρει ο τουρισμός και οι πολύπλευρες εκφάνσεις του. Αναντίρρητα, η Κύπρος πληροί σημαντικές προϋποθέσεις και κριτήρια για να καταστεί ένα ακόμα πιο ισχυρό περιφερειακό κέντρο παροχής ιατρικών υπηρεσιών, αλλά και ένας προσιτός και ποιοτικός προορισμός για ταξιδιώτες υγείας. Τα ευρήματα μαρτυρούν πως ο τουρισμός υγείας μπορεί μακροπρόθεσμα να αποτελέσει μια ισχυρή βάση για την κυπριακή οικονομία αφού δεν είναι στατικός όσον αφορά στην εποχή άφιξης τουριστών, λόγω του ότι πολλοί ταξιδιώτες υγείας καταφτάνουν στην Κύπρο για θεραπείες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Επιχειρώντας μια ολοκληρωμένη προσπάθεια δημιουργίας στρατηγικού σχεδιασμού του τουρισμού υγείας στην Κύπρο, κρίνεται αναγκαία η προσμέτρηση και αξιολόγηση πολλών παραμέτρων που επηρεάζουν την οργάνωση και τις προοπτικές του προϊόντος τουρισμού υγείας. Ως εκ τούτου, προτού προβούμε στην ανάλυση των βασικών πτυχών της παρούσας μελέτης, κρίνεται αναγκαία η συνοπτική παρουσίαση της υφιστάμενης κατάστασης όσον αφορά στον τομέα υγείας και τον τουρισμό υγείας στην Κύπρο.

Καταρχήν, αξίζει να αναφερθεί πως έχουν γίνει αξιόλογες και σημαντικές επενδύσεις τα τελευταία χρόνια στον τομέα της υγείας. Πέραν από το δημόσιο τομέα έχουν δημιουργηθεί σύγχρονα και αξιόλογα ιδιωτικά νοσηλευτήρια, εξειδικευμένα ιατρικά κέντρα και κλινικά εργαστήρια<sup>1</sup> τα όποια στεγάζονται σε σύγχρονα Ευρωπαϊκών προδιαγραφών κτίρια με πολλές ειδικότητες οι οποίες στελεχώνονται από καταξιωμένους και άρτια ειδικευμένους ιατρούς.

Ο τομέας της υγείας απορροφά σήμερα ένα ποσοστό της τάξης του 6.2% του ΑΕΠ με δαπάνες γύρω στα 974 εκατομμύρια ευρώ<sup>2</sup>. Οι δαπάνες φυσικά στον τομέα της Υγείας είναι περισσότερες αφού μεγάλο μέρος των κύπριων ασθενών αγοράζουν υπηρεσίες από τον ιδιωτικό τομέα. Οι ιατρικές υπηρεσίες στην Κύπρο προσφέρονται από το δημόσιο και από τον ιδιωτικό τομέα, αφού και οι δύο τομείς υπολογίζεται ότι κατέχουν περίπου ίσο μερίδιο συμμετοχής και παρουσίας στην παροχή ιατρικών υπηρεσιών. Αξιοσημείωτο στοιχείο είναι το ιδιαίτερα ψηλό ποσοστό του ιδιωτικού τομέα στις υπηρεσίες υγείας, κάτι που κατατάσσει την Κύπρο στις χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά παρουσίας του ιδιωτικού τομέα στον τομέα της υγείας στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Η έλλειψη Γενικού Σχεδίου Υγείας αποτελεί αρνητικό παράγοντα στην προσπάθεια προσέλκυσης ταξιδιωτών υγείας για τρεις βασικούς λόγους:

Πρώτον δεν υπάρχει επίσημος καθορισμός κόστους των υπηρεσιών που προσφέρονται. Αποτέλεσμα είναι στον μεν Δημόσιο τομέα να μην μπορεί να κοστολογηθεί η περίθαλψη ενός Ευρωπαίου πολίτη, δυσκολεύοντας την διαδικασία αποζημίωσης από την χώρα προέλευσης του ασθενή. Στον δε Ιδιωτικό τομέα παρατηρείται διακύμανση τιμών που καθορίζονται από την εκάστοτε κλινική ή ιδιώτη ιατρό με κριτήρια που ο ασθενής δεν είναι σε θέση να αξιολογήσει. Γι αυτό παρατηρείται έλλειψη υγιούς ανταγωνισμού με αποτέλεσμα το κόστος σε αρκετές υπηρεσίες και θεραπείες στην Κύπρο να είναι συγκριτικά ψηλότερο ακόμα και από χώρες της Ευρώπης.

Δεύτερον, οι προκαθορισμένες τιμές στις θεραπείες όπως προνοείται από το προτεινόμενο Σχέδιο Υγείας (DRGs), περαν του γεγονότος ότι πλέον ο ασθενής

---

<sup>1</sup> Συνέντευξη Ε.Γ του Φορέα Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας

<sup>2</sup> Συνέντευξη – στελέχους Υπουργείου Υγείας στον Πόλυ Γεωργιάδη – Διευθυντή Quale Vita Helathcare Consultings. Σελίδες 16 και 17 πιο κάτω, στους Πίνακες 6 και 7.



κύπριος ή Διεθνής θα έχει ένδειξη καθορισμένης τιμής, θα ωθούσε τους παροχείς υπηρεσιών υγείας σε υγιή ανταγωνισμό με αποτέλεσμα την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται με άμεσα αποτελέσματα σε όλους τους ενδιαφερόμενους ασθενείς.

Τρίτον, μέσα σε μια ενωμένη Ευρώπη όπου όλες οι άλλες χώρες μέλη διαθέτουν συστήματα υγείας (ανεξαρτήτως πόσο αποτελεσματικά είναι) θεωρείται δεδομένο ότι ασθενείς μέλη τους όταν κινούνται εκτός συνόρων της χώρας τους θα λαμβάνουν θεραπείες από παροχείς όπου είναι κάτω από το εθνικό σύστημα υγείας με πλήρη έλεγχο της ποιότητας που προσφέρεται αλλά και κόστος καθορισμένο από το κράτος στην βάση συγκεκριμένων κριτηρίων. Αυτό επιβεβαιώθηκε και σε πρόσφατο ταξίδι μας στην Γερμανία μέσα στα πλαίσια έρευνας όπου η μεγαλύτερη Δημόσια ασφαλιστική εταιρεία μας ανέφερε ότι μπορεί να αποζημιώσει Γερμανούς ταξιδιώτες υγείας (μέλη τους) που λαμβάνουν θεραπείες σε νοσηλευτήρια που ανήκουν σε εθνικό σχέδιο υγείας σε τιμές που καθορίζονται μόνο από το κράτος.

Παρά την απουσία Γενικού Σχεδίου υγείας και παρά τα πολλά εμπόδια που παρουσιάζονται στην υλοποίηση βελτιωτικών έργων, η Κύπρος με τα οκτώ δημόσια νοσοκομεία της, ένα δημόσιο νοσοκομείο ασφαλούς ψυχιατρικής νοσηλείας, τα πέρα από ογδόντα επτά ιδιωτικά νοσηλευτήρια και κλινικές με 3081 κρεβάτια<sup>3</sup>, 2143 γιατρούς και 723 οδοντίατρούς<sup>4</sup>, έχει όλες τις δυνατότητες για να γίνει ένας επιτυχημένος ευρωπαϊκός προορισμός στον τομέα του τουρισμού υγείας, αν αξιοποιήσει με αποφασιστικό και αποτελεσματικό τρόπο το επιστημονικό και το φυσικό της δυναμικό καθώς και την ποιότητα των υπηρεσιών της. Η καθυστέρηση υλοποίησης της στρατηγικής και άλλων σημαντικών παραγόντων για προσέλκυση τουρισμού υγείας μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη στην όλη προσπάθεια, νοουμένου ότι υπάρχει έντονος διεθνής ανταγωνισμός στον τομέα αυτό.

## ΟΡΙΣΜΟΣ

Σημαντικό στοιχείο για την ανάλυση που θα ακολουθήσει παρακάτω, είναι η επεξήγηση και ο ορισμός βασικών όρων που αναφέρονται στη μελέτη. Σύμφωνα με τους Witt and Moutinho, τουρισμό ορίζουμε την κατάσταση όταν ένα άτομο

---

<sup>3</sup> Σελίδα 14 πιο κάτω στον Πίνακα 4.

<sup>4</sup> Σελίδα 12 πιο κάτω, στον Πίνακα 1

μεταβαίνει μακριά από τη συνήθη κατοικία του, στοχεύοντας κυρίως στη ξεκούραση<sup>5</sup>. Ο **τουρισμός υγείας**, σύμφωνα με τους ίδιους συγγραφείς, ορίζεται ως **το ταξίδι με στόχο τη βελτίωση της υγείας ενός ατόμου που περιλαμβάνει θεραπείες που στοχεύουν στην πρόληψη, τη διάγνωση αλλά και τη διατήρηση της υγείας ενός ασθενούς**. Είναι η οικονομική δραστηριότητα που περιέχει αγορά σε υπηρεσίες και εκπροσωπεί τη συνεργασία δύο τομέων. **Της ιατρικής και του τουρισμού**<sup>6</sup>. Ο τουρισμός υγείας μπορεί να χαρακτηριστεί και ως μια σύγχρονη και ειδική μορφή τουρισμού. Οι ταξιδιώτες υγείας, στους οποίους παρέχονται ιατρικές υπηρεσίες σε ένα κράτος, συμβάλλουν στην προώθηση της συγκεκριμένης χώρας ως επιχειρηματικού και τουριστικού προορισμού<sup>7</sup>. Γίνεται σαφές πως τα οφέλη και τα ευεργετικά αποτελέσματα που απορρέουν από την εφαρμογή και αποτελεσματική υλοποίηση της στρατηγικής του τουρισμού υγείας ποικίλουν και καλύπτουν ένα μεγάλο κοινωνικοοικονομικό πεδίο πλεονεκτημάτων. Τα οφέλη αυτά είναι η περαιτέρω ενίσχυση της κρατικής οικονομίας, η οικονομική ενίσχυση των εμπλεκόμενων φορέων όπως η ξενοδοχειακή βιομηχανία και τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια, η σταθερή αύξηση της απασχόλησης σε τομείς τουρισμού υγείας, αλλά και η καλύτερη προβολή της χώρας μας.

Ο ορισμός ιατρικός τουρισμός (medical tourism) έχει καθιερωθεί διεθνώς και ιδιαίτερα στους τομείς του τουριστικού marketing. Συγκεκριμένα, μετά από έρευνα της μελετητικής ομάδας, αποδεικνύεται ότι οι διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης κατέδειξαν εντυπωσιακά αποτελέσματα στην αναζήτηση με τον όρο ιατρικός τουρισμός σε σχέση με τον όρο τουρισμός υγείας. Συγκεκριμένα η αναζήτηση με τον όρο ιατρικός τουρισμός, κατέδειξε 2 130 000 αποτελέσματα, ενώ η αναζήτηση με τον όρο τουρισμός υγείας κατέδειξε μόνο 376 000.

Σε χώρες που θεωρούνται σήμερα ιατρικοί προορισμοί, **ο τουρισμός υγείας αποδείχτηκε καταλύτης στην αναμόρφωση της οικονομίας και υγείας στη χώρα**. Αυξήθηκε σημαντικά η εισροή ξένου συναλλάγματος, δημιουργήθηκαν **νέες θέσεις εργασίας** στον τομέα υγείας καθώς επίσης και σε άλλους τομείς.

---

<sup>5</sup> Witt and Moutinho, (1995), *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, Europe, Hertfordshire.

<sup>6</sup> Bookman and Bookman, (2007), *Medical Tourism in Developing Countries*, Palgrave Macmillan, England

<sup>7</sup> Medical visas mark growth of Indian medical tourism <http://www.who.int/bulletin/volumes/85/3/07-010307/en/>

Συγκεκριμένα στα ξενοδοχεία **αυξήθηκαν οι διανυκτερεύσεις** από οικεία άτομα που ταξιδεύουν με τον ασθενή και η **ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών σημείωσε σημαντική άνοδο προς όφελος και των εγχώριων ασθενών**. Ακριβή στοιχεία αύξησης διανυκτερεύσεων και συναλλάγματος δεν υπάρχουν καταχωρημένα. Σαν παραδείγματα όμως με βάση τον συγγραφέα του βιβλίου «The medical tourism του Paul Gahlinger, μπορεί να αναφερθεί η περίπτωση των Φιλιππινών όπου 700,000 τουρίστες Υγείας αναμένονται ετησίως να αποφέρουν 2 δισεκατομμύρια δολάρια. Επίσης σύμφωνα με την Κυβέρνηση των Ινδιών, μέχρι το 2012 αναμένεται ότι ο τομέας τουρισμού υγείας θα αυξάνεται με 30% με ετήσιο εισόδημα περίπου 1 με 2 δισεκατομμύρια από 500,000 ταξιδιώτες υγείας (150,000 ιατρικά πακέτα) πηγή: India medical tourism – published in Family Choice by NHS Year Book Ltd.

Στην Ουγγαρία ο τουρισμός Υγείας απέφερε 368,000,000 ευρώ από τα οποία 147,000,000 από τον Οδοντιατρικό τουρισμό. (Family Choice by NHS Year Book Ltd)

Πρέπει να ξεκαθαριστεί πως υπάρχουν μικρές αλλά ουσιαστικές διαφορές στην επεξήγηση των όρων και του ορισμού των τουριστών η/και ταξιδιωτών που επιλέγουν την Κύπρο ως ιατρικό προορισμό. η επεξήγηση των οποίων θα διαμορφώσει την βάση μιας πιο στοχευμένης στρατηγικής.

*Ταξιδιώτης υγείας (Health traveller)*, ορίζεται ως το άτομο το οποίο ταξιδεύει αποκλειστικά για την πραγματοποίηση θεραπείας σε μια χώρα και με το πέρας της *θεραπείας επιστρέφει στην πατρίδα του*. Αντίθετα, ο τουρίστας υγείας (medical tourist), αποτελεί το άτομο το οποίο επιλέγει να κάνει μια θεραπεία εν όσο είναι σε διακοπές συνδυάζοντας με αυτό τον τρόπο θεραπεία και διακοπές. Την τρίτη κατηγορία ατόμων αποτελούν οι ξένοι «μόνιμοι» κάτοικοι Κύπρου οι οποίοι ζουν στην Κύπρο τουλάχιστον έξι μήνες τον χρόνο. Για σκοπούς στρατηγικής, η κατηγορία αυτή δεν μπορεί να παραλειφθεί αφού σήμερα μεγάλη μερίδα αυτής της κατηγορίας αποτελείται για λήψη θεραπειών μόνο στη χώρα προέλευσης τους. Τέλος, η προτεινόμενη στρατηγική θα συμπληρωθεί με τους Κύπριους ασθενείς, οι οποίοι επιλέγουν χώρες του εξωτερικού για σκοπούς υγείας. Και πάλι η κατηγορία αυτή πρέπει να συμπεριληφθεί για σκοπούς στρατηγικής, αφού κάθε χρόνο δαπανούνται μόνο από το κράτος περίπου 37 εκατομμύρια ευρώ, ενώ το πραγματικό κόστος είναι πολύ μεγαλύτερο<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Συνέντευξη - στελέχους Υπουργείου υγείας στον Πόλυ Γεωργιάδη διευθυντή Quale Vita Healthcare Consulting.

## ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Αξίζει να σημειωθεί πως για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης ακολουθήθηκε συγκεκριμένος τρόπος έρευνας, που στόχευε στη συλλογή στοιχείων από διάφορους φορείς υγείας, μέσα από τα οποία παρουσιάζεται η υφιστάμενη κατάσταση, οι προοπτικές που υπάρχουν, αλλά και τα προβλήματα τα οποία χρήζουν μιας μεθοδικής και ολοκληρωμένης ανάλυσης για την αντιμετώπισή τους. Μέσα από συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια και συναντήσεις που πραγματοποιήθηκαν **από ειδικούς τόσο στον ιατρικό αλλά και τουριστικό τομέα**, αντλήθηκαν σημαντικά στοιχεία που φανερώνουν ότι ο τουρισμός υγείας στην Κύπρο έχει προοπτική που πρέπει να αξιοποιηθεί αποτελεσματικά με την υλοποίηση των εισηγήσεων που προτείνουμε παρακάτω. Πέρα από τον καταρτισμό ερωτηματολογίου<sup>9</sup> προβήκαμε και στην πραγματοποίηση κατ' ιδίαν συναντήσεων, με φορείς που προσφέρουν υπηρεσίες υγείας στο δημόσιο (νοσοκομείο Λευκωσίας, Αμμοχώστου και Λάρνακας) και ιδιωτικό τομέα τόσο στα μεγάλα νοσοκομεία αλλά και σε αριθμό μικρότερων ιδιωτικών κλινικών. Επίσης, πραγματοποιήσαμε συναντήσεις με φορείς που έχουν άμεση ή/και έμμεση σχέση με τον τουρισμό υγείας όπως το Υπουργείο Υγείας, ο ΚΟΤ, συμπεριλαμβανομένων των Γραφείων Εξωτερικού, ο Φορέας Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας Κύπρου, ο Οργανισμός Ασφάλισης Υγείας, ο Σύνδεσμος Ιδιωτικών Νοσηλευτηρίων, ο Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος, κλπ. Επιπλέον χρησιμοποιήθηκε ενδεικτική βιβλιογραφία και έγκυρες ιστοσελίδες τα οποία παρατίθενται στο τελευταίο μέρος της μελέτης.

Αξιοποιήθηκαν επίσης οι απόψεις από άτομα των οποίων η εμπειρία και συστηματική ενασχόληση στον τομέα της υγείας και του τουρισμού υγείας υπήρξε καταλυτική ως προς τη διαμόρφωση πολλών εισηγήσεων και προτάσεων. Για την εξασφάλιση στατιστικών στοιχείων, χρησιμοποιήθηκαν συγκεκριμένες ιστοσελίδες στο διαδίκτυο, που παρέχουν τεκμηριωμένες πληροφορίες και στατιστικά για διάφορες χώρες σε Ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο οι οποίες καταγράφονται στο μέρος της βιβλιογραφίας.

---

<sup>9</sup> Βλέπε παράρτημα

## ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΣΤΗ ΜΕΛΕΤΗ

Σημαντικό μειονέκτημα της έρευνας αποτέλεσε το γεγονός πως δεν υπάρχουν βασικά στοιχεία και στατιστικές για τον τουρισμό υγείας στην Κύπρο. Παρά τις αδιάλειπτες προσπάθειες για εξεύρεση αναλυτικών στατιστικών στοιχείων για τον τουρισμό υγείας, το αποτέλεσμα σε αυτό τον τομέα δεν ήταν ενθαρρυντικό. Παρ' όλα αυτά, τόσο οι δεκάδες συναντήσεις που πραγματοποιήσαμε στην Κύπρο και το εξωτερικό, όσο και οι ερωτήσεις που απαντήθηκαν μέσα από τα ερωτηματολόγια, υπήρξαν καθοριστικά στοιχεία που έφεραν στην επιφάνεια συγκεκριμένα στατιστικά που χρήζουν ενδελεχούς ανάλυσης.

Μια άλλη δυσκολία αποτελεί το στοιχείο της υποκειμενικότητας τόσο των πηγών αλλά και της διαφορετικότητας των προσεγγίσεων που επικρατούν σε όλο το φάσμα των αρμοδίων φορέων που ενεπλάκησαν στη διαδικασία της μελέτης. Μέσα από την ανάλυση των ερωτηματολογίων, προκύπτει το συμπέρασμα πως υπάρχει διαφορετική αντίληψη στις προοπτικές που απορρέουν από την αξιοποίηση του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Ως εκ τούτου οι απόψεις για την αντιμετώπιση σημαντικών προβλημάτων που απασχολούν τον τουρισμό υγείας ποικίλουν, κάτι που δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια πολυδιάστατη προσέγγιση και υιοθέτηση πολύμορφης πολιτικής τουρισμού υγείας.

Πέρα από τις παραπάνω δυσκολίες, αξίζει να αναφερθεί πως κατά τη διαδικασία λήψης συνεντεύξεων, αντιμετωπίσαμε διάφορα προβλήματα με πιο βασικό την έλλειψη βούλησης για συμμετοχή στην έρευνα από μεγάλα ιδιωτικά και δημόσια νοσοκομεία γεγονός που δεικνύει ότι υπάρχει έλλειψη στην ενημέρωση του ιδιωτικού τομέα για τα παγκόσμια επίπεδα που κυμαίνεται η αγορά του τουρισμού υγείας (\$20 δις. Για το 2008, πέραν των \$40 δις για το 2009) και τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν με τη δραστηριοποίηση τους στον τομέα. Η άρνηση συμμετοχής μπορεί κυρίως να δικαιολογηθεί από το γεγονός ότι τα μεγάλα ιδιωτικά και δημόσια ιδρύματα υγείας ή/και νοσοκομεία, θέτουν ως κύρια παράμετρο των δραστηριοτήτων τους τον εγχώριο πληθυσμό της Κύπρου.

## 1 Α. ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

### ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ

Είναι καθολικά αποδεκτό ότι η απλή έννοια του τουρισμού υγείας που υπάρχει εδώ και δεκαετίες - όπου απλά ο τουρίστας σε μια χώρα λάμβανε κάποια θεραπεία ενόσω έκανε διακοπές – έχει πλέον εξελιχθεί σε μια νέα αγορά δισεκατομμυρίων ευρώ, με πολύ μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης και με αλυσιδωτές συνέπειες γενικότερα στις εγχώριες οικονομίες. Η πολυδιάστατη και εύκολη πληροφόρηση (κυρίως μέσω διαδικτύου), η ευκολία στη μετάβαση σε άλλες χώρες, το αυξανόμενο μορφωτικό επίπεδο και οι προσδοκίες των ασθενών έχουν δημιουργήσει νέα δεδομένα. Ο ασθενής πλέον είναι «κυρίαρχος» και απαιτεί ένα καινοτόμο πλαίσιο επικοινωνίας μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, που θα του παρέχουν χρήσιμες και εξακριβωμένες πληροφορίες που απαιτούνται σε επιστημονικά σχεδιασμένα πρότυπα. Περισσότερες από εξήντα χώρες έχουν ορίσει τον τουρισμό υγείας ως προϊόν εθνικής βιομηχανίας<sup>10</sup> (Βλέπε Πίνακας 1). Η εξέλιξη της ιατρικής σε μεγάλο αριθμό χωρών, σε συνδυασμό με τον ευρύ οικονομικό ανταγωνισμό που παρατηρείται σε όλο το φάσμα της διεθνούς αγοράς, αυξάνουν τόσο τις προοπτικές ανάπτυξης των ιατρικών υπηρεσιών, όσο και τις επιλογές των ασθενών για επιλογή κέντρων υγείας για θεραπείες. Σε χώρες όπως η Ινδία, το Πακιστάν, η Μαλαισία και η Ταϊλάνδη (πρωτοπόρες στον τομέα), επενδύθηκαν σημαντικά ποσά σε υποδομές (βελτιωτικά έργα, αναβάθμιση αεροδρομίων) ούτως ώστε να διευκολύνουν την άφιξη και τη διαμονή ταξιδιωτών υγείας.

**Πίνακας 1: Κατάλογος χωρών που έχουν ορίσει τον τουρισμό υγείας ως προϊόν εθνικής βιομηχανίας**

---

<sup>10</sup> Gahlinger, PM. (2008), *The Medical Tourism Travel Guide: Your Complete Reference to Top-Quality, Low-Cost Dental, Cosmetic, Medical Care & Surgery Overseas*. Sunrise River Press.





Η Ευρώπη φυσικά δεν θα μπορούσε να μείνει απαθής αφήνοντας τους ευρωπαίους ασθενείς να αναζητούν θεραπείες εκτός των συνόρων της. Πέραν τούτου, η Ευρωπαϊκή Ένωση που στηρίζεται στις τέσσερις ελευθερίες διακίνησης αγαθών, υπηρεσιών, ανθρώπων και κεφαλαίου έχει εξασφαλίσει με σχετική απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου την ελευθερία της διασυνοριακής διακίνησης ευρωπαϊών ασθενών. Η προσέγγιση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι να μετατρέψει το δικαίωμα αυτό σε κανονισμό. Η πρόταση οδηγίας για διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών υγείας αποτελεί τη βάση για εισαγωγή ενός ολοκληρωμένου σχεδίου που να καλύπτει τους τομείς υγείας στα κράτη μέλη, να διασφαλίζει και να εγγυάται την ιατρική φροντίδα των Ευρωπαίων πολιτών – ασθενών σε όλη την επικράτεια της Ένωσης.

Η Πρόταση Οδηγία είναι και η απάντηση στη διαπίστωση ότι η κινητικότητα των ασθενών στην Ευρώπη παραμένει εικονικό δικαίωμα<sup>11</sup>. Ένεκα της πολυπλοκότητας της η κοινοτική νομολογία εφαρμόζεται άνισα στα κράτη μέλη συχνά σε βάρος των ασθενών που επιθυμούν να επωφεληθούν από το δικαίωμα αυτό. Προκειμένου να αποκατασταθεί αυτή η αβεβαιότητα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 02 Ιουλίου 2008 ενέκρινε πρόταση οδηγίας σχετική με τα δικαιώματα των ασθενών για διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών υγείας. Η συγκεκριμένη οδηγία ανταποκρίνεται στις δύο σημαντικές απαιτήσεις που έχει ορίσει το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Αρχικά να διευκολυνθεί η κινητικότητα των ασθενών χωρίς να θίγονται οι αρμοδιότητες των κρατών μελών σε θέματα παροχής των υπηρεσιών υγείας και να υπάρξει καλύτερη πρόσβαση για όλους σε ποιοτικές υπηρεσίες ούτως ώστε να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις και οι ευκαιρίες του μέλλοντος. Επίσης η συγκεκριμένη πρωτοβουλία στοχεύει στη διασφάλιση ενός ξεκάθολου πλαισίου για την παροχή ασφαλούς, υψηλής ποιότητας και αποτελεσματικής διασυνοριακής φροντίδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση όταν η φροντίδα την οποία οι ασθενείς ζητούν, παρέχεται μέσα σε άλλο κράτος μέλος της Ε.Ε.

Η δυνατότητα η Κύπρος να εδραιωθεί σαν ιατρικός προορισμός εξαρτάται πρώτα από την υφιστάμενη δομή του τομέα υγείας και φροντίδας και δεύτερο από τα πλεονεκτήματα που έχει συγκριτικά με άλλες αγορές και τη δυνατότητα προβολής τους στο εξωτερικό. Το γεγονός ότι πρόκειται για καταξιωμένο τουριστικό προορισμό βοηθά σε μεγάλο βαθμό και σίγουρα θα μπορούσε να αξιοποιηθεί για σκοπούς branding. Παρόλο που η Κύπρος δεν έχει βρει ακόμα τη δική της ταυτότητα στον

---

<sup>11</sup> Ανδρούλα Βασιλείου – άρθρο στην εφημερίδα ο Φιλελεύθερος ημερομηνίας 6-07-2008.



τουρισμό εν τούτοις η κωδικοποίηση των συγκεκριμένων αξιών του τουρισμού υγείας της Κύπρου θα μπορούσε να αποτελέσει τη βάση για το branding του τουρισμού υγείας. Παράδειγμα είναι η Ινδία με το «incredible India» brand το οποίο έχει επεκταθεί για να καλύψει τον τουρισμό υγείας της χώρας με το «The Global Healthcare Destination». Στην περίπτωση της Κύπρου μια καλή αρχή θα μπορούσε να είναι το “Treasure your health in Cyprus” το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί. Ο μελετητής του branding θα μπορούσε να προσδιορίσει ξεκάθαρα την ταυτότητα του τουρισμού υγείας Κύπρου και την πραγματική αξία των ιατρικών και τουριστικών υπηρεσιών μέσα από τις λέξεις treasure and value.

Η υφιστάμενη δομή όπως περιληπτικά περιγράφεται παρακάτω έχει μεγάλη σημασία για την προτεινόμενη στρατηγική σε θέματα συντονισμού αλλά και απορρόφησης νέων ασθενών από το εξωτερικό.

## **ΔΟΜΗ ΙΑΤΡΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ**

**Προμηθευτές υπηρεσιών υγείας** - Η Κύπρος διαθέτει τρία είδη προμηθευτών υπηρεσιών υγείας

1. **το δημόσιο τομέα** με ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών από πρωτοβάθμια σε τριτοβάθμια και διασκορπισμένο σε όλο το μήκος και πλάτος της Κύπρου, περιλαμβανομένων των αγροτικών περιοχών, με στόχο την άσκηση κοινωνικής πολιτικής
2. **τις ιδιωτικές υπηρεσίες υγείας** με στόχο το κέρδος που είναι συγκεντρωμένες στις αστικές περιοχές και τα μεγάλα αγροτικά κέντρα και
3. **τις περιορισμένες ιδιωτικές μη κερδοσκοπικές υπηρεσίες υγείας**

Πιο κάτω παρουσιάζονται τα τρία είδη προμηθευτών με κάποιες λεπτομέρειες και αναλύονται τα δεδομένα για τους πόρους που απορροφούνται στον τομέα.

### **1) Δημόσιος τομέας με τρία επίπεδα υπηρεσιών**

- I. Πρωτοβάθμιες υπηρεσίες : Προσφέρουν βασικές υπηρεσίες εξωτερικών ασθενών όπως: διαγνωστικές, θεραπευτικές, κοινοτικές, υπηρεσίες ψυχικής υγείας και φάρμακα. Οι υπηρεσίες αυτές είναι διασκορπισμένες σε ολόκληρη την Κύπρο. Και προσφέρονται μέσω

- i) Αστικών Κέντρων Υγείας (συνολικά 26 κέντρα στις ευρύτερες περιοχές των πόλεων)<sup>12</sup>
  - ii) Αγροτικών Υγειονομικών Κέντρων (11 κέντρα στις μεγάλες αγροτικές κοινότητες)<sup>13</sup> και
  - iii) Αριθμού Υπό-κέντρων
- II. Δευτεροβάθμιες Υπηρεσίες εξωτερικών και εσωτερικών ασθενών:
- i) Τρία μικρά αγροτικά νοσοκομεία σε σχετικά απομονωμένες γεωγραφικές περιοχές ((Κυπερούντα (40), Πόλη Χρυσοχούς (15) και Παραλίμνι (77)- 132 κρεβάτια<sup>14</sup>. Να σημειωθεί ότι λόγω της ανάπτυξης της περιοχής και της σημασίας για τη τουριστική δραστηριότητα η μονάδα Παραλιμνίου αναβαθμίστηκε σε επαρχιακό γενικό νοσοκομείο Αμμοχώστου.
  - ii) Τέσσερα γενικά νοσοκομεία (Λευκωσίας (452), Λεμεσού (334), Λάρνακας (185) και Πάφου (135)- με 1106 κρεβάτια <sup>15</sup>
- III. Τριτοβάθμιες Υπηρεσίες εξωτερικών και εσωτερικών ασθενών:
- i) Γενικό Νοσοκομείο Λευκωσίας προσφέρει τριτοβάθμιες υπηρεσίες που δεν διαθέτουν τα Υπόλοιπα Γενικά Νοσοκομεία (όπως καρδιοχειρουργικές υπηρεσίες, νευροχειρουργικό τμήμα, μονάδες μαγνητικού και αξονικού τομογράφου).
  - ii) Το ίδιο και τα δυο εξειδικευμένα Νοσοκομεία: Αθαλάσσας (για ψυχιατρικά περιστατικά) – 160 κρεβάτια <sup>16</sup> και Μακάρειο για Μητέρα και Παιδί (205 κρεβάτια <sup>17</sup>- τμήμα εντατικής θεραπείας νεογέννητων, παιδιατρική ογκολογία).
- 2) **Ιδιωτικός τομέας:** προσφέρει υπηρεσίες για κέρδος και είναι οργανωμένος με τον ακόλουθο τρόπο. Λειτουργούν επίσης μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί παροχής ιατρικών υπηρεσιών

---

<sup>12</sup> Αναφέρονται στο 2008 Κι οι πληροφορίες δόθηκαν από το Τμήμα Ιατρικών Υπηρεσιών, Υπουργείο Υγείας

<sup>13</sup> Ο.π.

<sup>14</sup> Πίνακας 8 σελίδα 50, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

<sup>15</sup> Πίνακας 4 σελίδα 44, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

<sup>16</sup> Πίνακας 8 σελίδα 50, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

<sup>17</sup> Πίνακας 4 σελίδα 44, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

- I. Πρωτοβάθμια:
    - i) Ιδιωτικοί γιατροί (918 ιατρεία) και οδοντίατροι (580 οδοντιατρεία)<sup>18</sup>, που είναι οργανωμένοι πάνω σε ατομική βάση για εξωτερικούς ασθενείς.
    - ii) Διαγνωστικές και άλλες υπηρεσίες (484 μονάδες σε ολόκληρη την Κύπρο)<sup>19</sup>
    - iii) Φαρμακεία
  - II. Δευτεροβάθμια /τριτοβάθμια:
    - i) Ιδιωτικές κλινικές. Προσφέρουν υπηρεσίες εξωτερικών και εσωτερικών ασθενών. Μερικές διαθέτουν ειδικεύσεις τριτοβάθμιου επιπέδου (όπως το Παρασκευαΐδιο μεταμοσχευτικό κέντρο, Αμερικανικό Καρδιολογικό Κέντρο, Ογκολογικό Κέντρο Τράπεζας Κύπρου). Το 2009 λειτουργούσαν 87 ιδιωτικές κλινικές με 1473 κρεβάτια, που αναλογούν με 16.93 κρεβάτια ανά κλινική<sup>20</sup>.
- 3) **Μη κερδοσκοπικές δραστηριότητες:** αποτελούν την τρίτη μορφή οργανωμένων προμηθευτών εξειδικευμένων υπηρεσιών υγείας όπως:
- I. Θεραπευτικές υπηρεσίες (Ογκολογικό κέντρο Τράπεζας Κύπρου, Παρασκευαΐδιο μεταμοσχευτικό κέντρο, Ινστιτούτο Γενετικής και Νευρολογίας). Μέρος του κόστους λειτουργίας καλύπτεται από χρηματοδότηση ασθενών μέσω του Κρατικού προϋπολογισμού
  - II. Υπηρεσίες υποστήριξης σε χρόνιους ασθενείς όπως: καρδιοπαθείς, καρκινοπαθείς, διαβητικούς, νεφροπαθείς κλπ. Και αυτοί οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί απολαμβάνουν κρατικής επιδότησης

**Διαθέσιμοι πόροι και ανθρώπινο δυναμικό:** Σε μια σειρά από πίνακες πιο κάτω παρουσιάζονται τα δεδομένα που αφορούν τους διαθέσιμους πόρους στον τομέα της υγείας και δείχνουν τη μεγάλη ανάπτυξη που σημείωσε ο τομέας μακροπρόθεσμα.

**Ιατρικό, οδοντιατρικό και παραϊατρικό προσωπικό:** Το ιατρικό, οδοντιατρικό, παραϊατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό σημείωσε μεγάλη αύξηση (**Πίνακας 1**) καταλήγοντας σε μεγάλη βελτίωση των αναλογιών πληθυσμού προς το ειδικευμένο προσωπικό του τομέα (**Πίνακας 2**).

---

<sup>18</sup> Πίνακας 24 σελίδα 63, Οικονομικές Στατιστικές της Υγείας 2006

<sup>19</sup> Πίνακας 24 σελίδα 63, ο.π.

<sup>20</sup> Συνέντευξη με Επιθεωρητές Κλινικών Τμήματος Ιατρικών Υπηρεσιών και σχετικός πίνακας που δόθηκε στους μελετητές για κλίνες ιδιωτικού τομέα για τον Οκτώβριο 2009

**Πίνακας 1** : Αριθμός ιατρών, οδοντιάτρων, νοσηλευτικού και παραϊατρικού προσωπικού 1980-2007

Προσωπικό /τομέας	1980	2000	2007
<u>Ιατροί</u>	<u>560</u>	<u>1.800</u>	<u>2.143</u>
Δημόσιος	234	512	688
Ιδιωτικός	326	1.288	1.455
<u>Οδοντίατροι</u>	<u>182</u>	<u>619</u>	<u>723</u>
Δημόσιος	35	33	43
Ιδιωτικός	147	586	680
<u>Νοσηλευτικό προσωπικό</u>	<u>1,707</u>	<u>2.931</u>	<u>3.573(α)</u>
Δημόσιος	1,427	2,198	2.870
Ιδιωτικός	280	733	703(α)
<u>Παραϊατρικό προσωπικό (β)</u>	324	556	959

Σημειώσεις: (α)Αναφέρεται στο 2006

(β) Τα δεδομένα για το παραϊατρικό προσωπικό υπάρχουν μόνο για το δημόσιο τομέα

**Πηγή: Πίνακας III σελίδα 36, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών**

Να σημειωθεί ότι δεν υπάρχουν συγκριτικά δεδομένα για τους φαρμακοποιούς και το παραϊατρικό προσωπικό του ιδιωτικού τομέα. Ενώ ο κύριος όγκος των Ιατρών και οδοντιάτρων απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα, δεν συμβαίνει το ίδιο με το νοσηλευτικό προσωπικό, που είναι κυρίως συγκεντρωμένο στο δημόσιο τομέα (2,870 νοσηλευτές/τριες), παρά το γεγονός ότι διαθέτουν περίπου ισοδύναμη δυναμικότητα σε κρεβάτια (1430 με 1434 κρεβάτια το 2006). Ο ιδιωτικός τομέας εργοδοτούσε μόνο 703 νοσηλευτές /τριες το 2006 ενώ δεν υπάρχουν πιο πρόσφατα στοιχεία. Οι αριθμοί αυτοί δημιουργούν ερωτηματικά για τη δυνατότητα του ιδιωτικού τομέα να λειτουργήσει ικανοποιητικά τις κλινικές με βάση τις πρόνοιες της νομοθεσίας για τις αναλογίες κλινών νοσηλευτικού προσωπικού.

**Πίνακας 2:** Αναλογίες πληθυσμού προς ειδικευμένο προσωπικό και κλίνες 1980-2007

Αναλογίες πληθυσμού (α)	1980	2000	2007
Ιατρό	908	385	366
Οδοντίατρο	2,795	1,121	1.086
Νοσηλευτικό προσωπικό	298	237	227(β)
Νοσοκομειακή κλίνη	148	220	269(β)

Σημειώσεις: (α) Αναφέρονται σε αριθμό προσώπων προς ειδικευμένο προσωπικό και κλίνες

(β) Αναφέρονται στο 2006

**Πηγή: Πίνακας Ι σελίδα 33, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών**

Σήμερα τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια βασίζονται κυρίως σε ξένο νοσηλευτικό προσωπικό. Το νοσηλευτικό προσωπικό της Κύπρου τίθεται σε άλλη βάση λόγω της κατάταξής του στην Ανώτατη εκπαίδευση γεγονός που αναβαθμίζει ποιοτικά τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό για προσέλκυση τουρισμού υγείας θα απαιτηθεί πρόσληψη πολύ περισσότερων είτε ντόπιων είτε ξένων νοσηλευτών/ νοσηλευτριών. Η αύξηση του εργατικού δυναμικού στο τομέα υγείας επιβεβαιώνεται και από τα δεδομένα της συνολικής απασχόλησης στις υπηρεσίες υγείας, μη περιλαμβανομένων των φαρμακείων (**Πίνακας 3**). Η συνολική απασχόληση στις ιατρικές υπηρεσίες (περιλαμβανομένων ιατρών, οδοντιάτρων, νοσηλευτών, βοηθητικού και διοικητικό προσωπικό κλπ.) αυξήθηκε από 8.653 άτομα το 2000 σε 10.647 άτομα το 2006 (Πίνακας 3).

**Πίνακας 3:** Συνολική απασχόληση υπηρεσιών υγείας 2000 – 2006

	2000	2005	2006
<u>Νοσοκομεία /κλινικές</u>	<u>7.201</u>	<u>8.310</u>	<u>8.867</u>
Δημόσιος	4.726	5.476	5.845
Ιδιωτικός	2.475	2.834	3.022
<u>Οδοντογιατροί</u>	<u>782</u>	<u>856</u>	<u>878</u>
Δημόσιος	82	88	94
Ιδιωτικός	700	768	784
Άλλες υπηρεσίες	<u>670</u>	<u>815</u>	<u>902</u>
<b>Σύνολο</b>	<b>8.653</b>	<b>9.968</b>	<b>10.647</b>

Σημείωση: Αναφέρεται στη απασχόληση σε όλες τις κατηγορίες προσωπικού

Πηγή: Πίνακες 22 και 23 σελίδες 55 και 59, Οικονομικές Στατιστικές Υγείας 2005 και 2006, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

Νοσοκομειακή δυναμικότητα: Η δυναμικότητα των δημόσιων νοσοκομείων και ιδιωτικών κλινικών, σημείωσε μεγάλη αύξηση μετά την ανεξαρτησία και το 1980 έφθασε συνολικά στα 3,438 κρεβάτια (**Πίνακας 4**). Μετά το 1980 η εξέλιξη στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα πήραν διαφορετική κατεύθυνση. Ενώ ο ιδιωτικός τομέας συνέχισε την ανάπτυξη του και ο αριθμός των κρεβατιών που διέθεταν οι ιδιωτικές κλινικές έφθασε στα 1637 το 2000, η δυναμικότητα του δημόσιου τομέα μειώθηκε σημαντικά κυρίως λόγω της μείωσης της δυναμικότητας στο Ψυχιατρείο της Αθαλάσσης και των τεχνολογικών εξελίξεων που επέτρεψαν τη μείωση της παραμονής ασθενών σε νοσηλευτήρια.

**Πίνακας 4 :** Αριθμός νοσοκομειακών κλινών 1960-2009

	1980	2000	2006	2009(εκτίμηση)
<u>Νοσοκομειακές κλίνες</u>	<u>3.438</u>	<u>3.147</u>	<u>2.864</u>	<u>3.081</u>
Δημόσιος	2,087	1,510	1.430	1,608(α)
Ιδιωτικός	1,351	1,637	1.434	1,473(β)

Σημείωση: (α) Αναφέρεται σε δεδομένα του 2006

**Πηγές:** Για τα χρόνια 1980-2006 Πίνακας III σελίδα 36, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

(α) Για το δημόσιο τομέα αναφέρεται σε στοιχεία του 2007 και προέρχονται από Πίνακες 4 και 8, σελίδες 44 και 50, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

(β) Για τον ιδιωτικό τομέα αναφέρονται στο Οκτώβριο του 2009 - συνέντευξη με Επιθεωρητές Ιδιωτικών Κλινικών Τμήματος Ιατρικών Υπηρεσιών και σχετικός πίνακας που δόθηκε στους μελετητές.

**Η τεχνολογική πρόοδος** συνεχίζεται με αποτέλεσμα να σημειωθεί παραπέρα μείωση της δυναμικότητας σε κρεβάτια τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα μεταξύ 2000 και 2006 **ακολουθώντας τις Διεθνείς τάσεις** μείωσης της διάρκειας παραμονής. Είναι χαρακτηριστική η **μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής σε νοσοκομείο που σημειώθηκε στο δημόσιο τομέα από 6.8 ημέρες κατά μέσο όρο το 1990 σε 5.3 ημέρες το 2007<sup>21</sup>**. Ταυτόχρονα θα πρέπει να σημειωθεί η διαφορετική φύση των δημόσιων από τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια. Τα δημόσια νοσηλευτήρια είναι 9 σε αριθμό, μεγάλα σε μέγεθος (μέση δυναμικότητα 178 κρεβάτια ανά νοσοκομείο – Πίνακας 5) σχετικά σωστά στελεχωμένα και εξοπλισμένα. Αντίθετα τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια είναι μικρά σε δυναμικότητα κρεβατιών και υπο-στελεχωμένα. Ο μέσος όρος αριθμού κρεβατιών κατά κλινική του ιδιωτικού τομέα αυξήθηκε από 13 κρεβάτια ανά κλινική το 2000 σε 17 το 2006. Παραμένουν όμως πολύ μικρά. Είναι ενδιαφέρον ότι με βάση τους μέσους αριθμούς η Αμμόχωστος έχει προβάδισμα με 28 κλίνες ανά κλινική, λόγω της ανάγκης εξυπηρέτησης των τουριστών. Πιο αναλυτικά η δυναμικότητα των νοσοκομείων παρουσιάζει την εικόνα που φαίνεται στον **Πίνακα 5**.

---

<sup>21</sup> Πίνακας 2 σελίδα 18, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών.

**Πίνακας 5** : Αριθμός νοσοκομείων και κλινών 2007 και 2009

Επαρχία	Δημόσιος τομέας			Ιδιωτικός τομέας (α)		
	Αριθμός	Κλίνες	Μέσος όρος	Αριθμός	Κλίνες	Μέσος όρος
Λευκωσία	3	817	272,3	24	452	18,8
Λεμεσός	2	374	187	31	486	15,7
Λάρνακα	1	185	185	16	182	11,4
Πάφος	2	150	75	12	242	20,2
Αμμόχωστος	1	77	77	4	112	28,0
Σύνολο	9	1603 (β)	178,1	87	1473	16,9

Σημείωση: (α) Αναφέρεται σε δεδομένα του 2009

(β) Η διαφορά των 5 κλινών, σε σχέση με τον Πίνακα 5, οφείλεται στην ύπαρξη 5 κλινών σε αγροτικά υγειονομικά κέντρα που δεν θεωρούνται νοσοκομεία.

Πηγές: (1) Για το δημόσιο τομέα Πίνακας 4 σελίδα 44, και Πίνακας 8 σελίδα 50 Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών

(2) Για τον ιδιωτικό τομέα Πίνακας που δόθηκε από τον επιθεωρητή κλινικών του Τμήματος Ιατρικών Υπηρεσιών του Υπουργείου Υγείας και αναφέρεται στο 2009

Κόστος ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης: Το κόστος παροχής ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης αυξάνεται μακροχρόνια, όπως συμβαίνει σε όλες στις αναπτυγμένες χώρες. Ο ρυθμός αύξησης επιταχύνθηκε λόγω της σταδιακής γήρανσης του πληθυσμού, των τεχνολογικών εξελίξεων, της βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου και της αύξησης των προσδοκιών του μέσου ατόμου. Το ποσοστό του ΑΕΠ που απορροφά ο τομέας παρέμεινε σε σχετικά χαμηλά επίπεδα μέχρι το 1980, (2,9% - **Πίνακας 6**). Το 1990 φθάνει το 4.5% του ΑΕΠ για να ανεβεί στο 5,8% το 2000 και να φτάσει το 6,2% το 2007.



**Πίνακας 6:** Δαπάνες Υγείας ποσοστό ΑΕΠ (%) 1960 – 2007

	Δημόσιος	Ιδιωτικός	Σύνολο
1980	1.6	1.3	2.9
1990	1.8	2.7	4.5
2000	2.6	3.2	5.8
2006	3.1	3.2	6.3
2007	2.9	3.3	6.2

**Πηγή:** Πίνακας 5 σελίδα 38, για χρόνια 2000-2007, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών, και Πίνακας 3 σελίδα 112 Ετήσια Επετηρίδα 1998 για χρόνια 1980 και 1990

Σε κυπριακές λίρες τα μεγέθη πήραν τη μορφή που φαίνεται στον **Πίνακα 7**. Οι συνολικές δαπάνες αυξήθηκαν από £23 εκατ. το 1980 σε £335 εκατ. το 2000 για να φτάσει τα £570 εκατ. το 2007. Σε Ευρώ οι συνολικές ετήσιες δαπάνες για παροχή ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης έφθασαν σχεδόν το €1δισεκατομμύριο (€974 εκατ.). Η κατανομή των δαπανών μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα δείχνει ακόμα μια αδυναμία του συστήματος ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης στη Κύπρο όπου μεγαλύτερο ποσό δαπανάται στον ιδιωτικό τομέα. Το στοιχείο αυτό δείχνει το μέγεθος των δαπανών υγείας που επωμίζονται άμεσα τα νοικοκυριά τη στιγμή που αναφύεται η ανάγκη για ιατροφαρμακευτική περίθαλψη λόγω της μη ύπαρξης συστήματος ασφάλισης υγείας.

**Πίνακας 7:** Δαπάνες Υγείας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα 1980-2007

	Σε λίρες Κύπρου £ εκατ.		
	Δημόσιος τομέας	Ιδιωτικός τομέας	Σύνολο
1980	12.4	10.4	22.8
1990	45.7	68.6	114.3
2000	152.7	182.7	335.4
2007	268.3	301.9	570.2
	Σε Ευρώ €		
2000	260.9	312,2	573,1
2007	458.3	515,6	973,9

**Πηγή:** Πίνακας 5 σελίδα 38, για χρόνια 2000-2007, Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007, Τμήμα Στατιστικής, Υπουργείο Οικονομικών, και Πίνακας 3 σελίδα 112 Στατιστική Επετηρίδα 1998 για χρόνια 1980 και 1990

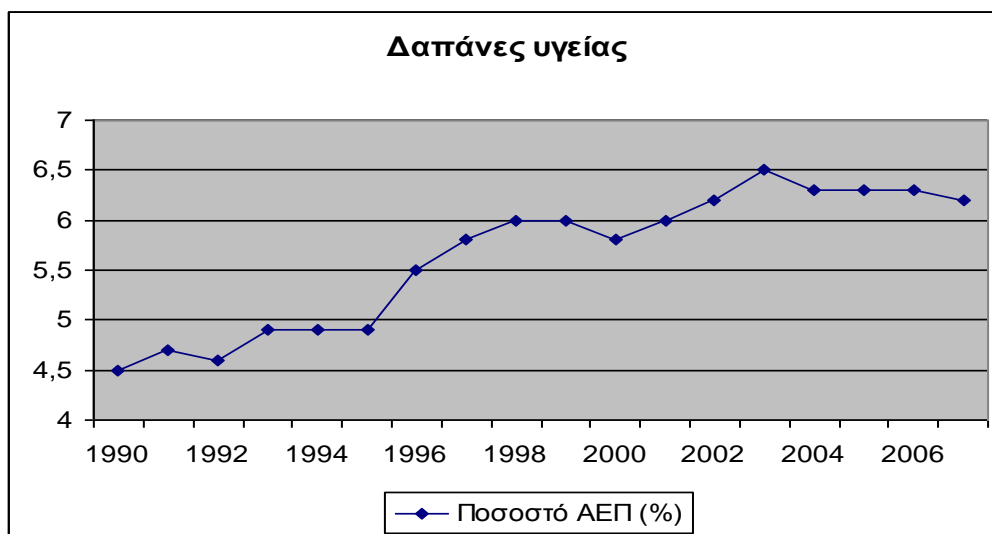
Τα τελευταία χρόνια οι δαπάνες υγείας ως ποσοστό του ΑΕΠ είχαν ετήσια διακύμανση που φαίνεται στο διάγραμμα που ακολουθεί και στο οποίο αποτυπώνεται η σταδιακή αύξηση του ποσοστού του ΑΕΠ που δαπανάται για την υγεία από 4,5% το 1990 σε 6% το 2001 και 6,2% το 2007 (Διάγραμμα πιο κάτω). Πιστεύεται, ότι οι πραγματικές δαπάνες του τομέα είναι πολύ μεγαλύτερες και έλλειψη συνεργασίας στην παροχή δεδομένων. Σημαντικό στοιχείο για τους σκοπούς της μελέτης το σχέδιο αποστολής ασθενών στο εξωτερικό που το 2007 στοίχισε στο κράτος €36,3 εκατομμύρια <sup>22</sup> και προβλέπεται να ανέβει σε €37,4 εκατομμύρια με βάση τον Προϋπολογισμό του 2009 <sup>23</sup> πράγμα που δημιουργεί προοπτικές για εξοικονόμηση μέσω βελτίωσης των ντόπιων ιατρικών υπηρεσιών. Το πραγματικό κόστος για την Κύπρο θεωρείται ότι είναι πολύ πιο μεγάλο αφού πολλοί ασθενείς ταξιδεύουν στο εξωτερικό με προσωπικά έξοδα.

Η απόφαση και τα κριτήρια για αποστολή ασθενών στο εξωτερικό λαμβάνεται ξεχωριστά για κάθε περίπτωση. Η διαδικασία προβλέπει την εξέταση του ασθενούς από τον θεράποντα ιατρό, την παραπομπή της αιτήσεως του ασθενούς για μετάβαση στο εξωτερικό για θεραπεία και την έγκριση από το ιατροσυμβούλιο του Υπουργείου Υγείας. Ο πιο σημαντικός λόγος μετάβασης Κυπρίων ασθενών στο εξωτερικό είναι η έλλειψη παροχής της συγκεκριμένης θεραπείας στην Κύπρο. Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Φορέα Προώθησης Ιατρικών Υπηρεσιών, για συγκεκριμένες θεραπείες θα πρέπει να περιορίζεται ο αριθμός των Κυπρίων που φεύγουν για το εξωτερικό. Αν τ' αυτού το κράτος θα πρέπει να υιοθετήσει μια **πολιτική φιλοξενίας γιατρών από το εξωτερικό οι οποίοι θα πραγματοποιούν συγκεκριμένες θεραπείες και επεμβάσεις στην Κύπρο**, μεταφέροντας τις εμπειρίες, τις γνώσεις τους αλλά και αναβαθμίζοντας την ποιότητα των υπηρεσιών με επωφελομένους τους Κύπριους ασθενείς.

---

<sup>22</sup> Δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν από τα άρθρα (1) 22.01.04383 Σχέδιο Θεραπείας Κυπρίων στο Εξωτερικό €35,6εκατ. (2) 22.01.04384 Περίθαψη Κυβερνητικών Υπαλλήλων στο Εξωτερικό €700 χιλιάδες και (3) 22.01.04391 Δαπάνες Περίθαψης Κυπρίων σε χώρες κράτη μέλη της ΕΕ και ΕΟΧ. €3 χιλιάδες. Σελίδα 1886, ηλεκτρονικό CD για Προϋπολογισμό του 2009

<sup>23</sup> Δαπάνες που προβλέπονται στα άρθρα (1) 22.01.04383 Σχέδιο Θεραπείας Κυπρίων στο Εξωτερικό €36εκατ. (2) 22.01.04384 Περίθαψη Κυβερνητικών Υπαλλήλων στο Εξωτερικό €771,5 χιλιάδες και (3) 22.01.04391 Δαπάνες Περίθαψης Κυπρίων σε χώρες κράτη μέλη της ΕΕ και ΕΟΧ. €612 χιλιάδες. Σελίδα 1886, ηλεκτρονικό CD για Προϋπολογισμό του 2009.



**Πηγή:** Χρήση δεδομένων από σχετικούς πίνακες στις Στατιστικές Υγείας και Νοσοκομείων 2007 και Στατιστική Επετηρίδα 1998, Τμήμα Στατιστικής

Η ανάλυση της υφιστάμενης υποδομής όπως τεκμηριώνεται πιο πάνω έχει σημαντικό ρόλο ως προς την διαμόρφωση στρατηγικής προσέλκυσης τουρισμού υγείας στην Κύπρο ως προς τους παροχείς υπηρεσιών υγείας αλλά και το κόστος των υπηρεσιών που προσφέρονται. Ποιοι παροχείς θα ενδιαφέρονταν να προσελκύσουν ταξιδιώτες υγείας και αν υπάρχει η δυνατότητα. Όσον αφορά τις τιμές, σε μελέτη που υποβλήθηκε από ξένους εμπειρογνώμονες προς τον Οργανισμό Ασφάλισης υγείας μέσα στα πλαίσια της επανα-κοστολόγησης του Γενικού Σχεδίου Υγείας αναφέρεται ότι η ιατροφαρμακευτική περίθαλψη στην Κύπρο δεν είναι φθηνή.

## 1B ΠΟΡΙΣΜΑΤΑ

Η διεθνής αυξητική τάση του τουρισμού υγείας, δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστη και την Κύπρο. Η Κύπρος, τα τελευταία χρόνια έχει βιώσει αδιάκοπη ανάπτυξη και συνεχή αναβάθμιση των υπηρεσιών της στον τομέα της υγείας, με τη δημιουργία του νέου Γενικού Νοσοκομείου Λευκωσίας, αλλά και την ανάπτυξη σύγχρονων, άρτια εξοπλισμένων ιατρικών εγκαταστάσεων και υποδομών.

Η στασιμότητα που παρατηρήθηκε τα χρόνια 2002-2008, στους αριθμούς τουριστών που επισκέπτονται την Κύπρο σε συνδυασμό με τη μεγαλύτερη μείωση που παρατηρείται το 2009 σε σύγκριση με άλλες ανταγωνιστικές χώρες μαζί με την αυξητική τάση (τουλάχιστο μέχρι το 2008) παρουσίας ξένων που επέλεξαν να έχουν μόνιμη κατοικία στην Κύπρο, δημιουργούν νέα δεδομένα σε πολλούς τομείς

περιλαμβανομένου του τουρισμού υγείας και του μελλοντικού του ρόλου στην Κύπρο. Αναλύοντας την παρούσα κατάσταση, μέσα από συνεντεύξεις και δεδομένων που έχουμε συλλέξει, έχουμε καταλήξει σε ένα ευρύ φάσμα συμπερασμάτων για την υφιστάμενη κατάσταση, τα οποία συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας και αναμένεται να αποτελέσουν τη βάση της προτεινόμενης στρατηγικής:

- Σαν γενική παρατήρηση, ο δημόσιος τομέας (κυρίως τα επτά δημόσια νοσοκομεία) δεν περιθάλπουν ταξιδιώτες υγείας. Το περίπου 5-8% «ξένων» ασθενών αποτελούν κατά κύριο λόγο αλλοδαπούς οι οποίοι εργάζονται στην Κύπρο, και σε μικρότερο βαθμό τουρίστες που έχουν τύχει περίθαλψης για επείγοντα περιστατικά ενόσω απολάμβαναν τις διακοπές τους. Επίσης τα μεγάλα ιδιωτικά νοσοκομεία, κυρίως στην Λευκωσία, εξυπηρετούν ένα σχετικά μικρό ποσοστό «ταξιδιωτών Υγείας» της τάξης του 5-10% και ανάλογο είναι και το ενδιαφέρον για προσέλκυση τους. Ως κύριος λόγος αναφέρεται το γεγονός ότι το υφιστάμενο σύστημα υγείας επιτρέπει στα ιδιωτικά νοσοκομεία να απολαμβάνουν ένα μεγάλο ποσοστό μεριδίου αγοράς κυπρίων ασθενών (περίπου 50%) που κατ' επέκταση εξαντλεί τους ανθρώπινους πόρους. Εμπειρικά αποδεικνύεται ότι ενδιαφέρον προσέλκυσης «ταξιδιωτών υγείας» προέρχεται κυρίως από μικρότερες ιδιωτικές κλινικές και νοσοκομεία τα οποία παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες.
- Θετική αναγνώριση , είναι το γεγονός ότι οι Κύπριοι ιατροί σπούδασαν σε αξιόλογα πανεπιστήμια του εξωτερικού λαμβάνοντας γνώσεις υψηλού επιπέδου και αποκομίζοντας τεράστιες εμπειρίες αλλά και πολύτιμες επαφές τις οποίες μεταφέρουν στην Κύπρο με ευεργετικά αποτελέσματα στον τομέα της υγείας τόσο σε εσωτερικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι Κύπριοι γιατροί πέραν της άριστης κατάρτισης, μιλούν και την αγγλική γλώσσα ή ακόμα και γλώσσες πέραν της αγγλικής, στοιχείο το οποίο συμβάλλει θετικά στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και ασφάλειας στους ταξιδιώτες υγείας.
- Επιπλέον, το κόστος θεραπειών συγκριτικά με κάποιες άλλες χώρες μπορεί να αποτελέσει επιπρόσθετο κίνητρο. Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου, για παράδειγμα δείχνει πως οι Βρετανοί ασθενείς στρέφονται πλέον σε εναλλακτικές λύσεις λόγω των μεγάλων λιστών αναμονής στα νοσοκομεία του Ηνωμένου Βασιλείου, καθώς επίσης και των ψηλών τιμών στις ιατρικές

υπηρεσίες. Η Κύπρος δεν θα προσελκύσει ταξιδιώτες υγείας σαν «φθηνός προορισμός» αλλά σαν προορισμός “*value for money*” αφού τα χρήματα που ξοδεύονται είναι ανάλογα των υψηλής ποιότητας υπηρεσιών που απολαμβάνουν.

- Ωστόσο, όπως έχει επισημανθεί και στη μελέτη των Συμβούλων του οργανισμού Ασφάλισης Υγείας υπάρχουν ιατρικές θεραπείες οι οποίες κοστίζουν πολύ περισσότερα από τις ίδιες υπηρεσίες που προσφέρονται σε άλλες αναπτυσσόμενες χώρες της Ε.Ε.
- Πρόσθετα κατά την άποψη μας η έλλειψη συνεργασίας μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα έχουν δημιουργήσει έλλειψη κοινών στόχων και επιδιώξεων. Σαν αποτέλεσμα παρατηρείται έλλειψη ικανοποιητικών μηχανισμών άσκησης ελέγχου των ιδιωτικών ιατρικών υπηρεσιών ενώ πρόσθετα παρατηρείται πλήρης απουσία στοιχείων για ρυθμούς αξιοποίησης των ιδιωτικών υπηρεσιών ή το είδος των ασθενειών όσων καταφεύγουν στον ιδιωτικό τομέα. Σαν αποτέλεσμα παρατηρείται διπλό-παροχή διευκολύνσεων και χαμηλή αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων του τομέα.
- Η εικόνα που έχουν οι ξένοι σήμερα είναι ότι η Κύπρος, διαθέτει άρτια καταρτισμένο και φιλικό ιατρικό, νοσηλευτικό και συμβουλευτικό προσωπικό, αξιόλογες ιατρικές υποδομές μέσα σε ένα εξαιρετικό μεσογειακό κλίμα το οποίο μπορεί να προσφέρει γρήγορη ανάρρωση στους ταξιδιώτες υγείας.
- Οι ταξιδιώτες υγείας που επιλέγουν σήμερα την Κύπρο απολαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα ιατρικών υπηρεσιών. Σε αυτές περιλαμβάνονται οι θεραπείες τεχνητής γονιμοποίησης IVF, οι επεμβάσεις ανοικτής καρδιάς, οι υπηρεσίες οδοντιατρικής, η πλαστική χειρουργική, οι θεραπείες ευεξίας, η ορθοπεδική χειρουργική, δερματολογικά, κλιματοθεραπίες και οφθαλμολογικές επεμβάσεις, αιμοδιάλυση, ολιστική ιατρική, προληπτική αλλά και υπηρεσίες για διάγνωση. Έχει επίσης υπάρξει αυξημένο ενδιαφέρον για εγκαταστάσεις κέντρων αποκατάστασης ή ακόμα φροντίδας κυρίως ατόμων τρίτης ηλικίας μέσα σε ελεγχόμενο περιβάλλον - long term care.
- Οι πιο βασικές χώρες από τις οποίες η Κύπρος φιλοξενεί τουρίστες υγείας σήμερα είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Ρωσία (σε μικρότερα

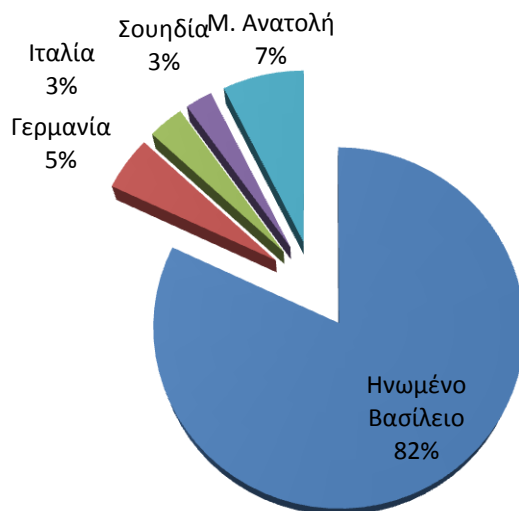
ποσοστά κάτω του 1%), η Ελλάδα και η Μέση Ανατολή (κυρίως Ντουπαί). Η πηγή για το ότι η Κύπρος φιλοξενεί ταξιδιώτες υγείας από τη Ρωσία προέρχεται από ιατρούς και ιατρικά κέντρα οι οποίοι δεν διευκρινίζουν κατά πόσο πρόκειται για μόνιμους κάτοικους Κύπρου ή ταξιδιώτες. Από έρευνα της μελετητικής ομάδας αλλά και από τη μελέτη της Εμπορικής Αποστολής της Κύπρου στη Μόσχα προκύπτει ότι οι Ρώσοι δεν ταξιδεύουν στο εξωτερικό για θεραπεία. Ως εκ τούτου τα στοιχεία που έχουν δοθεί παλαιότερα αφορούν Ρώσους που διαμένουν στην Κύπρο. Η προοπτική ανάπτυξης τουρισμού υγείας από τη Ρωσία θα πρέπει να διερευνηθεί στο μέλλον, καθότι τα πρώτα στοιχεία που έχουμε είναι αρνητικά.

- Μέχρι σήμερα έχουν επιχειρηθεί διάφορες προσπάθειες από φορείς για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Αξιόλογες είναι οι προσπάθειες που καταβάλλει ο **Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού** συμμετέχοντας και διοργανώνοντας διάφορα συνέδρια και εκθέσεις με θέμα τον τουρισμό υγείας. Επίσης, σημαντικός κρίνεται ο ρόλος του **Φορέα Προώθησης Ιατρικών Υπηρεσιών Κύπρου**, όπου πλέον αρχίζει να σηματοδοτεί με τη δράση του την ανάπτυξη και προώθηση τόσο των ιατρικών υπηρεσιών όσο και του τουρισμού υγείας, μέσα από τη συμμετοχή του σε εκθέσεις, πραγματοποίηση ημερίδων, έκδοση διαφημιστικών και ενημερωτικών εντύπων και παρουσίαση οπτικοακουστικού υλικού με θέμα την προώθηση του τουρισμού υγείας. Η όλη προσπάθεια για προώθηση της Κύπρου ως ιατρικός προορισμός βασίστηκε στη σύλληψη της ιδέας από το ΚΕΒΕ για διαμόρφωση της πολιτικής με τη διοργάνωση του πρώτου σεμιναρίου για τον τουρισμό υγείας το Δεκέμβριο του 2005. Ωστόσο, παρ'όλες τις προσπάθειες αλλά και τη βούληση για συμβολή στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, το αποτέλεσμα των προσπαθειών και η επιτυχία των δράσεων συνεχίζει να στηρίζεται στον αναβαθμισμένο ρόλο του Φορέα και στη στενή συνεργασία των εμπλεκόμενων φορέων. (ΚΟΤ – Φορέας – Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και Τουρισμού).
- Η απουσία ολοκληρωμένου Γενικού Σχεδίου Υγείας έχει ιδιαίτερη σημασία. Για παράδειγμα η χρήση της Ευρωπαϊκής Ταυτότητας Νοσηλείας δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τις ιδιωτικές κλινικές της Κύπρου, επειδή δεν υπάρχουν ακόμη συμβάσεις του Υπουργείου Υγείας με τον ιδιωτικό τομέα για περίθαλψη των Ευρωπαϊκών ασθενών που κατέχουν την ταυτότητα αυτή.

- **Η απουσία Διαπίστευσης νοσηλευτηρίων** στην βάση Διεθνών Προτύπων από διεθνώς αναγνωρισμένους οίκους (εγκριμένων από το International Society of Quality Association - ISQUA) **δημιουργεί πλήγμα** στις οποιοσδήποτε προσπάθειες προβολής της Κύπρου σαν ιατρικού Προορισμού. Η αναζήτηση οργανισμών Υγείας από την συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδιωτών υγείας γίνεται από το διαδίκτυο και η Διαπίστευση επιδρά σαν θετική ανεξάρτητη και αντικειμενική επιβεβαίωση για την ποιότητα και ασφάλεια των προσφερόμενων υπηρεσιών. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση των medical spas όπου και πάλι διαπιστώνεται έλλειψη Διαπιστευμένων μονάδων στην βάση Διεθνών προτύπων.
- Η έλλειψη ιατρικού και παραϊατρικού προσωπικού σε συγκεκριμένες ειδικότητες επιδρά αρνητικά στις προσπάθειες προσέλκυσης ταξιδιωτών Υγείας.
- Σημαντικό στοιχείο που χρήζει προσεκτικής ανάλυσης αποτελεί το προφίλ των ασθενών που επιλέγουν την Κύπρο ως προορισμό υγείας. Αξίζει να διευκρινιστεί πως επιχειρήθηκαν έντονες προσπάθειες για εξεύρεση και αποτίμηση στοιχείων τόσο από ιδιωτικά ιδρύματα υγείας, όσο και από διάφορους φορείς του δημοσίου. Δυστυχώς όμως τα ελλιπή στοιχεία για διάφορους τομείς του τουρισμού υγείας αλλά και το γεγονός πως το προφίλ των ασθενών διαφέρει και προσαρμόζεται αναλόγως των περιστάσεων, δυσκολεύουν τις προσπάθειες για εξαγωγή συμπερασμάτων με ακρίβεια για το προφίλ αλλά και το υπόβαθρο των ταξιδιωτών υγείας. Ανάλογα με τις θεραπείες που παρέχονται, το προφίλ των ταξιδιωτών υγείας διαφέρει. Το εύρος των ηλικιών δεν είναι σταθερό. Στην Κύπρο συναντούμε ταξιδιώτες υγείας όλων των ηλικιών με ιδιαίτερα έντονο το στοιχείο των ασθενών μέσης και προχωρημένης ηλικίας. Αναφορικά με την οικονομική κατάσταση των ασθενών που επιλέγουν την Κύπρο για λήψη υπηρεσιών υγείας, συμπεραίνουμε πως η μεγάλη πλειοψηφία των ασθενών πρόκειται για εύπορους πολίτες, ψηλής οικονομικής και κοινωνικής τάξης.
- Με βάση τα ερωτηματολόγια και συνεντεύξεις που πραγματοποιήσαμε με φορείς που παρέχουν υπηρεσίες υγείας, οι χώρες προέλευσης τουριστών

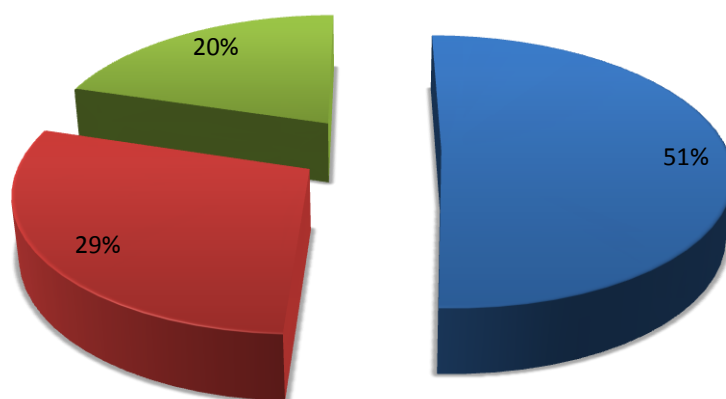
υγείας σήμερα και η κατανομή τους παρουσιάζονται στα πιο κάτω σχεδιαγράμματα

### Χώρες άντλησης ιατρικού τουρισμού στην Κύπρο



### Ξένοι Ασθενείς σε ιδιωτικές κλινικές

■ Ξένοι Μόνιμοι κάτοικοι Κύπρου ■ Ξένοι τουρίστες υγείας ■ Ξένοι ταξιδιώτες υγείας



Γίνεται σαφές μέσα από τα παραπάνω σχεδιαγράμματα πως η μεγαλύτερη αγορά προέλευσης τουρισμού υγείας για την Κύπρο είναι η Μεγάλη Βρετανία από την οποία



προέρχεται το 82% των τουριστών Υγείας. Επίσης, τη μεγαλύτερη ομάδα ατόμων τουρισμού υγείας αποτελούν οι ξένοι μόνιμοι κάτοικοι Κύπρου με ποσοστό 51% ενώ ακολουθεί ο ομάδα ατόμων που συνδυάζει θεραπεία με διακοπές (29%). Συμπερασματικά, η Κύπρος δεν έχει καταφέρει ακόμη να προσελκύσει ταξιδιωτές υγείας ( με βάση τον ορισμό που έχουμε αναφέρει) και μόνο 20% από τους «ξένους» έρχονται στην Κύπρο αποκλειστικά για σκοπούς υγείας. Σημαντικό στοιχείο που αντλούμε από τις συναντήσεις μας είναι ότι ο βαθμός ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας είναι μεγάλος.

**Πηγή:** Τα στοιχεία που παρουσιάζονται στους παραπάνω πίνακες προήλθαν από την επεξεργασία ερωτηματολογίων που συντάχθηκαν και υποβλήθηκαν στους αρμόδιους φορείς (ιδιωτικές κλινικές) για τους σκοπούς της μελέτης.

**Αναμενόμενα έσοδα και υπολογισμός επιπλέον αφίξεων. Τρόποι αξιοποίησης του υφιστάμενου τουριστικού ρεύματος και εισηγήσεις για προσέλκυση επαναλαμβανόμενων ταξιδιωτών υγείας.**

Αναφορικά με την παράμετρο του υπολογισμού των αναμενόμενων εσόδων θεωρούμε σωστό να ξεκαθαρίσουμε πως αυτή τη στιγμή δεν υπάρχουν ενδείξεις και στατιστικές στην Κύπρο που να αναφέρουν και να βοηθούν στην ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τα έσοδα από τον τουρισμό υγείας και την εκτίμηση των επιπλέον αφίξεων. Ως εκ τούτου είναι παρακινδυνευμένο να γίνει οποιαδήποτε ακριβής εκτίμηση αφού θα χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό υποκειμενικότητας κρύβοντας μεγάλους κινδύνους στατιστικών λαθών. Παρόλα αυτά, για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας πραγματοποιήθηκε σε βάθος μελέτη διεθνών στατιστικών για τον τουρισμό υγείας. Το στοιχείο που χρήζει ανάλυσης και συσχετισμού είναι ότι οι έρευνες καταδεικνύουν πως από το ποσοστό όλων των ταξιδιωτών ανά το παγκόσμιο το 1-4% αποτελούν ταξιδιωτές υγείας. Το στοιχείο αυτό αποτελεί μια ένδειξη του ποσοστού των ταξιδιωτών υγείας σε σχέση με τους άλλους ταξιδιώτες.

Εφαρμόζοντας το παραπάνω στοιχείο στα δεδομένα της Κύπρου, και χρησιμοποιώντας την ένδειξη του 2.5% (ότι δηλαδή το 2.5% του συνολικού τουριστικού ρεύματος είναι οι ταξιδιώτες υγείας), ποσοστό το οποίο υιοθετήθηκε από British TRAM (TOURISM RESEARCH AND MARKETING) Vol. 55 No 1/ 2007 μπορούμε να υπολογίσουμε τον αριθμό των ταξιδιωτών υγείας στην Κύπρο με βάση

το υφιστάμενο τουριστικό ρεύμα της Κύπρου. Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο συνολικός αριθμός τουριστών στην Κύπρο κατά το 2008 κυμάνθηκε στα 2.403.750 τουρίστες, ο αριθμός των ταξιδιωτών υγείας με βάση το διεθνές υπολογίσιμο όριο του 2.5% θα έπρεπε να φτάσει περίπου τους **60,000 ταξιδιώτες υγείας**. Όσο αφορά στα έξοδα των ταξιδιωτών υγείας, αυτά όπως έχουν υπολογισθεί από το British TRAM (TOURISM RESEARCH AND MARKETING) Vol. 55 No 1/ 2007 βάσει διεθνών τάσεων είναι αυξημένα περίπου κατά 30%. Συγκριτικά, ο μέσος όρος εξόδων για ένα τουρίστα αναψυχής στην Κύπρο το 2008 ήταν περίπου 750 Ευρώ άρα με την αναμενόμενη αύξηση κατά 30% ο μέσος όρος εξόδων αναμένεται να είναι περίπου €975. Δική μας έρευνα σε ιδιωτικές κλινικές που προσφέρουν σήμερα υπηρεσίες σε ταξιδιώτες υγείας ανέδειξε ότι οι υπηρεσίες που κοστολογούνται κυμαίνονται περίπου 3000 Ευρώ. Συγκεκριμένα παραδείγματα αποτελούν η εξωσωματική θεραπεία στις €2500-€3000, η διαδικασία αιμοκάθαρσης στις €2500-€3000, εμφύτευση μαλλιών, περίπου στις €3000 και εμφύτευση δοντιού περίπου €2000.

Με βάση αυτές τις προϋποθέσεις η αγορά στην οποία στοχεύει η Κύπρος **με τα σημερινά δεδομένα εκτιμάται περίπου στα 120 εκατομμύρια ευρώ** που είναι ο μέσος όρος εξόδων €2000 που αναμένεται να ξοδευτεί από τους 60,000 ταξιδιώτες υγείας. Παρόλο που η εκτίμηση στηρίζεται στις προαναφερθείσες προϋποθέσεις, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι χώρες οι οποίες έχουν ενταχθεί στον χάρτη ταξιδιωτών υγείας **προσδοκούν σε μια ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 30%**.

Όσο αφορά στους τρόπους προσέλκυσης επαναλαμβανόμενων ταξιδιωτών υγείας, αυτοί μπορούν να επιτευχθούν μέσα από διάφορες ενέργειες, με πιο βασική την ανάγκη ενίσχυσης της σχέσης αλληλεγγύης μεταξύ ασθενούς και παροχέα υπηρεσιών υγείας κάτι που θα δημιουργήσει στενούς δεσμούς μεταξύ των δύο μερών με θετικό αντίκτυπο στον ταξιδιώτη υγείας ο οποίος θα είναι σε θέση να επιλέξει ξανά την Κύπρο ως ιατρικό προορισμό.

## 1 Γ. και 1Δ. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΑΣΕΩΝ και ΑΓΟΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ ΜΕ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο μέρος της μελέτης ο τουρισμός υγείας αποτελεί μια διαρκώς αυξανόμενη διεθνή τάση που εισέρχεται σε όλο και περισσότερες εθνικές πολιτικές στον τομέα της υγείας και της οικονομίας. Πολλά παραδείγματα τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και διεθνές επίπεδο επιβεβαιώνουν την παραπάνω διαπίστωση. Η διεθνής οικονομικής κρίση αναμφίβολα θα επηρεάσει και τον ρυθμό ανάπτυξης του τουρισμού υγείας. Τα συμπεράσματα δίστανται με μερίδα αναλυτών να αναμένουν παράλληλη μείωση όπως και στις εθνικές οικονομίες, ενώ άλλοι αναλυτές να αναμένουν σταθερή ανάπτυξη ή ακόμα και αύξηση ένεκα των προσπαθειών εξεύρεσης οικονομικότερων επιλογών θεραπείας. Η αγορά του τουρισμού υγείας σε παγκόσμιο επίπεδο κυμαίνεται στα \$20 δισεκατομμύρια το έτος 2008 ενώ αναμένεται να ξεπεράσει τα \$40 δισεκατομμύρια τα επόμενα χρόνια.

Μέσα από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήσαμε με διάφορους φορείς, αξιολογώντας τα πορίσματα των συνεντεύξεων αλλά και άλλα στοιχεία που έχουμε συλλέξει, παραθέτουμε τα δεδομένα που ισχύουν σε κάθε χώρα, και τις τάσεις όπως αυτές διαμορφώνονται:

Το **Ηνωμένο Βασίλειο**, που αποτελεί τη μεγαλύτερη δεξαμενή άντλησης ταξιδιωτών υγείας στην Κύπρο, παρουσιάζει σημαντικά στατιστικά στοιχεία που επιβεβαιώνουν τη ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού υγείας σε διεθνές επίπεδο. Συγκεκριμένα ο αριθμός των Βρετανών ασθενών που ταξίδεψε εκτός χώρας για σκοπούς υγείας αυξήθηκε από 25000 το 2004 σε 100 000 το 2007 και αναμένεται πως μέχρι το 2010 θα ξεπεράσει τις 175 000 ασθενείς<sup>24</sup>. Στους παράγοντες που ωθούν τους Βρετανούς να επιλέξουν εναλλακτικούς προορισμούς για σκοπούς υγείας, συγκαταλέγονται η βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών υγείας σε άλλες χώρες, το ψηλό κόστος συγκεκριμένων υπηρεσιών υγείας στην χώρα τους καθώς επίσης και ο μακρύς κατάλογος από λίστες αναμονής για ορισμένες θεραπείες. Επίσης, η χρήση του διαδικτύου ως μέσο επικοινωνίας, πληροφόρησης και ενημέρωσης των ασθενών είναι ακόμα ένας παράγοντας που διευκολύνει την μετακίνηση ασθενών σε άλλες χώρες για σκοπούς υγείας. Επιπλέον, η σημαντική ενίσχυση του ιδιωτικού τομέα σε σχέση με το δημόσιο στον τομέα της υγείας, προσδίδει ένα διεθνές και όχι εθνικό

---

<sup>24</sup> [www.treatmentabroad.com](http://www.treatmentabroad.com)

όραμα στα ιδιωτικά κέντρα υγείας που στοχεύουν στην προσέλκυση ασθενών ανά το παγκόσμιο.

Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου είναι η μεγαλύτερη για την Κύπρο ενώ στον ιατρικό τομέα οι σχέσεις είναι πολύ καλές με το μεγαλύτερο αριθμό Κυπρίων να σπουδάζουν ή να ειδικεύονται στην Ιατρική στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Η Κύπρος μαζί με την Πολωνία και την Ουγγαρία είναι οι πιο δημοφιλείς χώρες για το είδος αυτό του τουρισμού από το Ηνωμένο Βασίλειο και γενικά την Μεγάλη Βρετανία. Σύμφωνα με τους TIMES του Λονδίνου 100,000 Βρετανοί υπήκοοι ταξιδεύουν στο εξωτερικό για θεραπεία ενώ το International Passenger Survey UK αναφέρεται ότι οι **100,000** Βρετανοί ιατρικοί τουρίστες το 2008, θα φθάσουν το 2010 τους **175,000**.

Η εικόνα που υπάρχει σήμερα για την Κύπρο είναι ότι, το κυπριακό τουριστικό προϊόν υγείας δεν έχει οριστικοποιηθεί, τα κυπριακά νοσηλευτήρια δεν είναι Διαπιστευμένα και δεν παρέχεται κάλυψη από τους διοργανωτές ταξιδιών (κάλυψη ευθύνης όταν ο ασθενής μεταβεί πίσω στην χώρα του σε περίπτωση επιπλοκών). Όπως διαφαίνεται και πιο κάτω στα σχέδια δράσης η εικόνα αυτή μπορεί να αλλάξει με την προγραμματισμένη και δυναμική προβολή της Κύπρου σαν προορισμός που συνδυάζει την θεραπεία (συμπεριλαμβανομένων των προληπτικών θεραπειών και διαγνωστικών εξετάσεων) με το καλό κλίμα και φιλόξενη κουλτούρα, την υλοποίηση του προγράμματος Διαπίστευσης Νοσηλευτηρίων και την συμπερίληψη ασφάλειας στα πακέτα τουρισμού υγείας που παρέχονται προς τους ενδιαφερόμενους ταξιδιώτες υγείας.

Η Κύπρος μέχρι τώρα κατάφερε να αποκτήσει κάποια πελατεία στους τομείς της οδοντιατρικής, πλαστικής χειρουργικής, εμφύτευσης μαλλιών και hip replacement καθώς και τεχνητής γονιμοποίησης λόγω προσωπικών προσπαθειών.

Συγκρίνοντας το κόστος θεραπείας μεταξύ Ηνωμένου Βασιλείου και Κύπρου διαπιστώνεται ότι για πλαστική χειρουργική (αυξητική στήθους) στην Κύπρο ο Βρετανός τουρίστας πληρώνει £4525 (ενδεικτική τιμή με βάση το συγκεκριμένο ιστοχώρο) που περιλαμβάνει την επέμβαση, πτήση, διαμονή για δύο εβδομάδες, ενώ εάν γίνει η ίδια επέμβαση στο Ηνωμένο Βασίλειο το κόστος είναι £8000<sup>25</sup>. Δηλαδή ο

---

<sup>25</sup> Πηγή [www.treatmentabroad.com](http://www.treatmentabroad.com)

ασθενής έχει ένα όφελος της τάξης του 43%. Σε περίπτωση οδοντιατρικών εμφυτευμάτων το όφελος είναι 52% ενώ για ανύψωση γλουτών επίσης 52%<sup>26</sup>.

Ένα πολύ σημαντικό τμήμα της αγοράς του Ηνωμένου Βασιλείου **είναι τα μέλη της κυπριακής παροικίας** τα οποία θα μπορούσαν να αποφύγουν τις μεγάλες λίστες αναμονής και να επισκεφθούν την Κύπρο για ιατρική θεραπεία.

Οι Κύπριοι tour operators στο Ηνωμένο Βασίλειο, μέλη του Association of Greek Travel Agents (AGTA) μελετούν ήδη τη συμμετοχή τους σε μια κοινή προσπάθεια όλων των φορέων του τουρισμού υγείας να αναπτύξουν τον τουρισμό υγείας στην Κύπρο. Εκτός από το διαδίκτυο και την μπροσούρα του τουρισμού υγείας ο ΚΟΤ Λονδίνου διανέμει και το Cyprus Health Care Travel News ενώ δύο κυπριακές εταιρίες δημιούργησαν το [www.cyprus4health.eu](http://www.cyprus4health.eu) και [www.healthtourismportal.co.uk](http://www.healthtourismportal.co.uk) Στο τελευταίο δίνεται η δυνατότητα για ενοποίηση των προσπαθειών για ανάπτυξη τουρισμού υγείας ενώ το [www.cyprus4health.eu](http://www.cyprus4health.eu) δίνει άλλη διάσταση στον τομέα της ενημέρωσης και προβολής των υπηρεσιών.

Οι **Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής** αποτελούν ένα μοντέλο χώρας που προσφέρει υψηλής ποιότητας ιατρικές υπηρεσίες. Το κόστος δεν είναι κριτήριο για ένα ταξιδιώτη υγείας που ταξιδεύει στην Αμερική για θεραπεία. Οι πλείστοι ταξιδιώτες υγείας που επιλέγουν την Αμερική για κάποια θεραπεία την επιλέγουν με μοναδικό κριτήριο την υψηλή ποιότητα ιατρικής φροντίδας που παρέχει. Η Αμερική δέχεται τουρισμό υγείας κυρίως από τις χώρες του Καναδά, και του Μεξικού ένεκα των μακρών λιστών αναμονής στις ιατρικές υπηρεσίες των συγκεκριμένων χωρών. Βασικές θεραπείες που προτιμούνται στις ΗΠΑ πέραν της καρδιοχειρουργικής είναι οι θεραπείες καρκίνου και όγκων, ορθοπεδικές εγχειρήσεις, και πλαστικές εγχειρήσεις. Το 2008 γύρω στους 400 000 ασθενείς του εξωτερικού επέλεξαν τις ΗΠΑ για διάφορες θεραπείες αφήνοντας στην οικονομία της χώρας ποσό της τάξης των \$5 δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Όσο αφορά τον ντόπιο πληθυσμό που επιλέγει ιατρικούς προορισμούς εκτός της Αμερικής, οι λόγοι της επιλογής τους είναι κυρίως λόγω του γεγονότος ότι υπάρχει πολύ μεγάλο ποσοστό αμερικανών που δεν είναι ασφαλισμένοι. Αυτό έχει τεράστιες επιπτώσεις αφού το κόστος ιατρικών υπηρεσιών είναι πολύ μεγάλο. Συγκεκριμένα

---

<sup>26</sup> Πόλυκαρπος Περατικός (2009), Medical Tourism in Cyprus – an evaluation. Σελ 52.

για μια επέμβαση αποκατάστασης καρδιακής βαλβίδας ένας ασθενής χρειάζεται \$160 000 αν κάνει την επέμβαση στην Αμερική, ενώ μόλις \$15 000 αν επιλέξει προορισμούς, όπως η Μαλαισία και η Ινδία. Η τάση «ιατρικού ξενιτεμού» των Αμερικανών κοστίζει μεγάλα ποσά στην Αμερικανική οικονομία. Το 2007 περίπου 750 000 Αμερικανοί πολίτες επέλεξαν άλλες χώρες για θεραπείες και ιατρικές υπηρεσίες ενώ μέχρι το 2017 αναμένεται να ξεπεράσουν τα 15 εκατομμύρια. Οι θεραπείες που επιλέγουν οι Αμερικανοί πολίτες εκτός της επικράτειας τους είναι οι πλαστικές και ορθοπεδικές εγχειρήσεις, οι εγχειρήσεις ανοικτής καρδιάς και οι οδοντιατρικές θεραπείες. Επιπλέον, ένας άλλος λόγος διαφυγής Αμερικανών ασθενών προς το εξωτερικό προέρχεται από την προσπάθεια των Ασφαλιστικών Εταιρειών να εξεύρουν φθηνότερες περιθάλψεις για τους ασθενείς που καλύπτουν.

Αξίζει να σημειωθεί πως αναφορικά με το θέμα των ασφαλιστικών εταιρειών έχουν γίνει επαφές στο Η.Β από τον ΚΟΤ και το Φορέα και έχει ήδη εξασφαλιστεί κατάλογος ασφαλιστικών εταιρειών που θα είναι στο επίκεντρο των επαφών. Επίσης στα Σχέδια Δράσης, οι Ασφαλιστικές εταιρείες αποτελούν στόχο προσέγγισης στο σχέδιο Marketing. Πέραν τούτου έχουν προγραμματιστεί συναντήσεις με ασφαλιστικές εταιρείες στη Γερμανία οι οποίες θα πραγματοποιηθούν με πρωτοβουλία της Quale Vita.

Στην **Ελβετία** το σύστημα υγείας είναι εξαιρετικό και η ασφάλεια υγείας υποχρεωτική και προσφέρει ευρεία κάλυψη ακόμα και για προληπτική και εναλλακτική θεραπεία. Οι τομείς που δεν καλύπτει η ασφάλεια είναι οδοντιατρική, πλαστική χειρουργική, φακοί επαφής, τριχολογία. Λόγω του υψηλού επιπέδου ιατρικών υπηρεσιών η Ελβετία για πολλά χρόνια είναι γνωστή διεθνώς γιατί υπάρχει πολύ καλή συνεργασία των ιατρικών υπηρεσιών με την τουριστική βιομηχανία. Οργανωμένη προβολή γίνεται μέσω του τύπου από ιδιωτικά νοσηλευτήρια και санаторία τα οποία απευθύνονται κυρίως σε ευρωπαίους και άραβες επισκέπτες.

Η Κύπρος είναι άγνωστη στην Ελβετία σαν προορισμός τουρισμού υγείας και θα έπρεπε να καταβληθούν τεράστιες προσπάθειες και χρήματα για να πεισθεί ο Ελβετός να κάνει πλαστική χειρουργική επέμβαση ή εμφυτεύματα στην Κύπρο. Αξίζει να σημειωθεί ότι Ελβετοί που προγραμματίζουν να έλθουν στην Κύπρο για διακοπές, ρωτούν να μάθουν εάν η Κύπρος διαθέτει νοσοκομεία κλπ. σε περίπτωση ανάγκης.

Συμπερασματικά μπορεί να λεχθεί ότι οι Ελβετοί έρχονται στην Κύπρο για διακοπές ήλιου, θάλασσας και δραστηριοτήτων, η αυξητική τάση της δεκαετίας του 1980 δεν υπάρχει πια, ο τουρισμός υγείας είναι ανύπαρκτος και οι προοπτικές ανάπτυξης του από την Ελβετία απειροελάχιστες με εξαίρεση την προληπτική και ολιστική φροντίδα που ήδη προσφέρεται μέσω tour operators.

Το **Ισραήλ** έχει πολύ ψηλό επίπεδο Ιατρικών Υπηρεσιών και προσφέρει εξαιρετικές ιατρικές υπηρεσίες και ασφαλιστική κάλυψη στους υπηκόους του. Δέχεται και πολλούς ταξιδιώτες υγείας από το εξωτερικό συμπεριλαμβανομένων και της Κύπρου. Παρ' όλο που σε πολλούς τομείς υπάρχουν μεγάλες λίστες αναμονής δύσκολα αποφασίζουν να επισκεφτούν άλλες χώρες για θεραπεία. Στις περιπτώσεις όπου οι «κοινωνικές ασφαλίσεις» δεν περιλαμβάνουν οδοντιατρικές και πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις, τότε μόνο με πολύ ελκυστικές τιμές θα μπορούσαμε να έχουμε τουρισμό υγείας από το Ισραήλ. Επί του παρόντος, οι τιμές π.χ. εμφυτευμάτων στην Κύπρο είναι οι ίδιες με το Ισραήλ.

Σε γενικές γραμμές οι προοπτικές ανάπτυξης Τουρισμού Υγείας από το Ισραήλ είναι περιορισμένες και εντοπίζονται μόνο στον τομέα της τεχνητής γονιμοποίησης λόγω νομικού πλαισίου και τον τομέα της ευρύτερης κοσμητικής ιατρικής νοουμένου ότι οι τιμές στην Κύπρο θα είναι κατά πολύ πιο χαμηλές από το Ισραήλ και η Κύπρος θα μπορεί να προσφέρει ένα ανταγωνιστικό ιατρικό πακέτο σε συνδυασμό με αποθεραπεία, διακοπές όχι μόνο για τον ασθενή αλλά και τον/την συνοδό του.

Στην **Ιταλία** ο ασφαλιζόμενος όταν θέλει καλύτερες υπηρεσίες και υπάρχει μεγάλη λίστα αναμονής πληρώνει περισσότερα και καταφεύγει σε ιδιωτικό νοσηλευτήριο.

Στο εξωτερικό και ιδιαίτερα στην Κύπρο θα μπορούσε να συνδυάσει διακοπές νοουμένου ότι δε θα έχει πρόβλημα με τη γλώσσα και το τουριστικό πακέτο θα είναι ελκυστικό. Οι ιατρικοί τομείς που ενδιαφέρουν τους Ιταλούς είναι:

- Τεχνητή γονιμοποίηση λόγω των περιορισμών του Βατικανό.
- Medical wellness (SPA σε συνδυασμό με ιατρική παρακολούθηση λιποαναρρόφησης)
- Κοσμητική Ιατρική καθ' ότι δεν τα καλύπτει η ασφάλεια.



Επίσης είναι πολύ σημαντικό να διασφαλισθεί η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Η Ιταλία διαθέτει σχετικά μεγάλο αριθμό Διαπιστευμένων Νοσηλευτηρίων.

Το ιατρικό σύστημα στην **Ουγγαρία** είναι συνδυασμός δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.. Οι Ούγγροι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα για οιαδήποτε ιατρική περίθαλψη στο εξωτερικό. Ελάχιστοι ταξιδεύουν για τον σκοπό αυτό στη γειτονική Αυστρία. Η Ουγγαρία είναι η κύρια ανταγωνιστική χώρα για την Κύπρο στον τουρισμό υγείας και αναλυτική παρουσίαση θα γίνει στην εξέταση βέλτιστων πρακτικών και ανταγωνιστικών προορισμών.

Η **Γαλλία** έχει πολύ καλό ιατρικό σύστημα και οι ασφαλιζόμενοι δεν ταξιδεύουν στο εξωτερικό για θεραπεία. Αντίθετα το γαλλικό κέντρο υγείας εξυπηρετεί πολλούς άγγλους ασθενείς που θέλουν να αποφύγουν λίστες αναμονής και οι οποίοι κάνουν δικές τους διευθετήσεις (ταξιδιώτες Υγείας). Περιορισμένος αριθμός Γάλλων ταξιδεύει μέσω tour operator στην Τυνησία για πλαστική χειρουργική και στην Ταϊλάνδη για οδοντιατρική. Προτιμούν την Τυνησία κυρίως γιατί τόσο το ιατρικό όσο και παραϊατρικό προσωπικό μιλούν γαλλικά και έχουν εκπαιδευτεί στη Γαλλία. Επίσης οι τιμές ιατρικού πακέτου για πλαστική χειρουργική και διακοπές είναι πολύ ελκυστικές. Συμπερασματικά, η Κύπρος δύσκολα, με τα σημερινά δεδομένα μπορεί να καταστεί προορισμός για τουρισμό υγείας από τη Γαλλία.

Το **Βέλγιο** δέχεται τουρισμό υγείας από άλλες ευρωπαϊκές χώρες κυρίως για καρδιολογικές επεμβάσεις, πλαστική χειρουργική και εγκαύματα, ενώ για οφθαλμολογικές παθήσεις υπάρχουν μεγάλες λίστες αναμονής, καθ' ότι προσφέρει σε χαμηλές τιμές υπηρεσίες αποκατάστασης παθήσεων ματιών. Ένας μικρός αριθμός ασθενών επισκέπτεται την Ουγγαρία και Ρουμανία για οδοντιατρικές θεραπείες και για ιαματικά λουτρά ενώ κάποιοι πηγαίνουν στην Τυνησία για πλαστική χειρουργική λόγω χαμηλών τιμών.

Η Κύπρος είναι άγνωστη ως ιατρικός προορισμός και το γραφείο του ΚΟΤ Βρυξελλών δέχεται ερωτήσεις κατά πόσο υπάρχουν ιατρικά κέντρα σε τουριστικές περιοχές της Κύπρου για περίθαλψη σε περίπτωση ανάγκης.

Γενικά οι προοπτικές ανάπτυξης τουρισμού υγείας από το Βέλγιο είναι περιορισμένες και θα μπορούσαν να επικεντρωθούν μόνο σε ειδικότητες όπου οι πολύ χαμηλές τιμές θα εξουδετέρωναν το πρόβλημα της γλώσσας και το ψηλό κόστος του



ταξιδιωτικού πακέτου. Χώρες όπως η Ρουμανία και Ουγγαρία που προσφέρουν ιατρικές υπηρεσίες απευθύνονται σε τουρίστες από το Βέλγιο μέσω internet, διαφημιστικών εντύπων και με direct marketing σε μεγάλες τουριστικές εκθέσεις.

Όσον αφορά στη **Ρωσία**, παρά το ότι η έρευνα της εμπορικής αντιπροσωπείας της Κύπρου στη Μόσχα δεν κατέδειξε θετικά στοιχεία όσο αφορά στην προοπτική προσέλκυσης ταξιδιωτών υγείας από τη Ρωσία, η πραγματική προοπτική και τα ακριβή δεδομένα θα πρέπει να μελετηθούν και να εξεταστούν πιο αναλυτικά σε μια ενδελεχή μελέτη της κατάστασης και της προοπτικής που υπάρχει στη Ρωσία. **Το γεγονός ότι πραγματοποιήθηκε το πρώτο στο είδος του Συνέδριο στην Μόσχα τον Μάρτιο 2010 (1st Moscow Medical and Tourism Congress) επιβεβαιώνει το ενδιαφέρον της ρωσικής αγοράς στον τομέα τουρισμού υγείας.**

Σημειώνεται επίσης ότι, όπως έχουμε ενημερωθεί και από το Γραφείο Προγραμματισμού, ο Τουρισμός Υγείας και συγκεκριμένα η υλοποίηση συνεδρίου τουρισμού υγείας στην Μόσχα, περιλαμβάνεται στο προ σχέδιο Κοινής Δράσης Ρωσίας-Κύπρου.

Γίνεται σαφές ότι με σωστή προβολή η Κύπρος θα μπορούσε να αναπτύξει τουρισμό υγείας γιατί οι λίστες αναμονής στη Ρωσία είναι πολύ μεγάλες. Επιπλέον η στενές επαφές που υπάρχουν μεταξύ των δύο χωρών αλλά και το γεγονός πως στην Κύπρο διαμένουν πολλοί Ρώσοι πολίτες και δραστηριοποιούνται πολλές Ρωσικές επιχειρήσεις, θέτει τις βάσεις για επαναπροσδιορισμό των προοπτικών προσέλκυσης τουρισμού υγείας από τη Ρωσία. Για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων θα πρέπει να πραγματοποιηθούν επαφές με decision makers στον τομέα της υγείας ούτως ώστε να παρθούν συγκεκριμένες αποφάσεις.

Στην **Ολλανδία** έχει καταργηθεί το ιδιωτικό σύστημα υγείας και το δημόσιο παρέχει πλήρη ιατροφαρμακευτική κάλυψη. Οι ελάχιστοι που μεταβαίνουν στο εξωτερικό με δικά τους έξοδα προτιμούν τη γειτονική Γερμανία και αναζητούν κυρίως ορθοδοντικές επεμβάσεις καθώς και πλαστική χειρουργική. Κύριοι λόγοι είναι οι λίστες αναμονής σε συνδυασμό με χαμηλές τιμές. Η Ολλανδία σαν χώρα προορισμού για τουρισμός υγείας δεν έχει καθόλου ενδιαφέρον όχι μόνο για την Κύπρο αλλά και όλους τους άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Η **Σουηδία** συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών όπου έχουν αναπτυχθεί υπηρεσίες τουρισμού υγείας ιδιαίτερα για γενικές χειρουργικές επεμβάσεις σε ιδιαίτερα χαμηλές τιμές. Ταυτόχρονα όμως αρκετοί Σουηδοί καταφεύγουν στην Εσθονία, Λετονία,

Πολωνία, Ουγγαρία, Ταϊλάνδη και Ισπανία συνδυάζοντας το τερπνόν μετά του ωφελίμου. Το ταξίδι τους είναι μια απόδραση με κίνητρο τη θεραπεία, την αποκατάσταση της υγείας και τον τουρισμό. Οι Σουηδοί επιλέγουν τις πιο πάνω χώρες για πιο φθηνές θεραπείες, για το κλίμα και γιατί οι λίστες αναμονής στη χώρα τους είναι μεγάλες. Επίσης για επεμβάσεις που δεν γίνονται στη Σουηδία όπως η τεχνητή γονιμοποίηση και η αλλαγή φύλου. Για καθαρά οικονομικούς λόγους πηγαίνουν στο εξωτερικό για οδοντιατρικούς λόγους και για πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις. Για νομικούς λόγους πηγαίνουν για τεχνητή γονιμοποίηση ενώ για δερματολογικές και ρευματολογικές παθήσεις αναζητούν χώρες με καλύτερες καιρικές συνθήκες. Η αποστολή στο εξωτερικό γίνεται με πρωτοβουλία των ασθενών οι οποίοι συνεργάζονται με συνδέσμους και οργανισμούς.

Εκ πρώτης όψεως φαίνεται ότι η Κύπρος η οποία είναι πολύ γνωστή στη Σουηδία και κατ' επέκταση στις Βόρειες Χώρες ως τουριστικός προορισμός θα μπορούσε να διεκδικήσει τουρισμό υγείας ιδιαίτερα στους τομείς των πλαστικών χειρουργικών επεμβάσεων, δερματολογικών καθώς επίσης προληπτικής ιατρικής και φροντίδα ηλικιωμένων.

Η **Αυστρία**, παραδοσιακή χώρα των spa και του medical wellness, προσφέρει και ένα ευρύ φάσμα ιατρικών υπηρεσιών σε ξένους επισκέπτες. Οι Αυστριακοί μεταβαίνουν για Τουρισμό Υγείας στην Ουγγαρία, Σλοβενία και Κροατία λόγω αποστάσεως αλλά και γλώσσας (στις χώρες αυτές μιλούν Γερμανικά), ενώ η αναζήτηση φθηνότερης θεραπείας αποτελεί βασικό κίνητρο. Η προβολή του τουρισμού υγείας των πιο πάνω χωρών στην Αυστρία γίνεται μέσω των Τουριστικών Οργανισμών τους που έχουν γραφεία στη Βιέννη. Η προβολή γίνεται απ' ευθείας σε επαγγελματίες του κλάδου. Οι ασθενείς κάνουν τις δικές τους διευθετήσεις και επιλέγουν απ' ευθείας medical coordinators στην Ουγγαρία, Σλοβενία και Κροατία.

Ανασταλτικό στοιχείο για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας από Αυστρία στην Κύπρο αποτελούν η γλώσσα, η απόσταση και το γεγονός ότι η Κύπρος είναι δημοφιλής μόνο για καθαρά τουριστικούς λόγους. Το συγκεκριμένο στοιχείο αποτελεί σχόλιο του Γραφείου του ΚΟΤ στη Βιέννη. Οι Αυστριακοί πιστεύουν ότι η Κύπρος είναι ένας ζεστός τουριστικός προορισμός και το μυαλό τους δεν τρέχει σε χειρουργικές επεμβάσεις και καρδιακές θεραπείες. Μπορεί όμως μαζί με το τουριστικό στοιχείο να προβληθεί και το medical wellness και οι ελαφρές επεμβάσεις

αισθητικής φύσης. Παρ' όλα αυτά η Κύπρος θα μπορούσε να προβληθεί με μέτρο σαν ιδανικός προορισμός για πλαστική χειρουργική και εμφύτευση μαλλιών.

Αυτοί που αναζητούν θεραπεία στο εξωτερικό από τον **Αραβικό κόλπο** αναμένουν χαμηλές τιμές, ποιότητα (διαπίστευση ιατρικών κέντρων) και υπευθυνότητα (liability) από τα ιατρικά κέντρα του εξωτερικού. Αρκετές ασφαλιστικές εταιρίες στην περιοχή καλύπτουν και θεραπείες στο εξωτερικό.

Στον Αραβικό Κόλπο διακρίνονται 4 κατηγορίες «Ταξιδιωτών Υγείας»:

1. Τουρίστες με μικρά προβλήματα υγείας που θέλουν να συνδυάσουν μια μικρο-επέμβαση ή check-up με διακοπές.
2. Τουρίστες με πιο σοβαρά θέματα υγείας που αναζητούν πρωτίστως θεραπεία και οι διακοπές δεν είναι σημαντικό στοιχείο.
3. Ιατρικά ασφαλισμένους και για θεραπεία στο εξωτερικό.
4. Μη ιατρικά ασφαλισμένους για επεμβάσεις στο εξωτερικό που αναζητούν ποιοτική θεραπεία σε χαμηλότερο κόστος από τη χώρα τους.

Σύμφωνα με το γραφείο του ΚΟΤ στο Ντουπαί υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο 90,000 άτομα από τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα μεταβαίνουν στο εξωτερικό για θεραπεία ενώ πριν το 2001 55,000 Σαουδάραβες επέλεξαν τις ΗΠΑ. Σήμερα πολύ περισσότεροι μεταβαίνουν σε ευρωπαϊκούς και ασιατικούς προορισμούς. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι πολλές κυβερνήσεις του Κόλπου είναι έτοιμες να χρηματοδοτήσουν τη θεραπεία των πολιτών τους στο εξωτερικό. Τα γυναικολογικά θέματα θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν στις θεραπείες που μπορεί να προσελκύσει η Κύπρος από τις Αραβικές Χώρες. Κάτι παρόμοιο γίνεται στην βόρεια Κύπρο όπου τα κέντρα IVF εξυπηρετούν ασθενείς από την Τουρκία αλλά και μουσουλμάνους από άλλες αραβικές χώρες όπου η εξωσωματική απαγορεύεται στην χώρα τους.

Πολλές ασιατικές χώρες αναγνωρίζοντας τις προοπτικές Τουρισμού Υγείας από τον Κόλπο έχουν αναπτύξει ένα πολύ δημιουργικό και στοχευμένο πρόγραμμα δράσης για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών Υγείας του Κόλπου. Η μεγάλη τους επιτυχία έγκειται στο γεγονός ότι τα ιατρικά κέντρα συνεργάζονται με tour operators και referral agencies.

Η Γερμανία έχει ένα ιδιαίτερα ανεπτυγμένο σύστημα υγείας. Οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα είτε να ασφαλιστούν σε κάποια κρατική ασφάλεια, είτε σε ιδιωτική ασφάλεια ενώ το γερμανικό σύστημα ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης επιτρέπει στους ασφαλιζόμενους τη μετάβαση στο εξωτερικό για ιατρικές περιθάλψεις καλύπτοντας τα έξοδα που θα αναλάμβανε η ασφάλεια και στην περίπτωση που η περίθαλψη γινόταν στη Γερμανία. Ταυτόχρονα παρατηρείται η τάση στη Γερμανία, οι ασφαλισμένοι να προτιμούν χώρες της ανατολικής Ευρώπης στις περιπτώσεις που αποφασίζουν να μεταβούν στο εξωτερικό για ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. Οι χώρες αυτές παρουσιάζουν τα ακόλουθα συγκριτικά πλεονεκτήματα:

- A. Οι τιμές ιατρικών υπηρεσιών και μεταφοράς στην ανατολική Ευρώπη είναι ιδιαίτερα χαμηλές.
- B. Οι χώρες της ανατολικής Ευρώπης έχουν ήδη καθιερωθεί ως προορισμός για ιατρικές υπηρεσίες για Γερμανούς.
- Γ. Τα έξοδα μεταφοράς στις χώρες της ανατολικής Ευρώπης είναι ιδιαίτερα χαμηλά.
- Δ. Υπάρχουν ήδη συμβόλαια συνεργασίας με γερμανικές ασφαλιστικές εταιρείες.
- E. Οι χώρες αυτές διαθέτουν σε μεγάλο βαθμό γερμανόφωνο προσωπικό.

Συγκρίνοντας τις τιμές της Κύπρου για ιατρικές υπηρεσίες διαπιστώνουμε ότι κυμαίνονται σε υψηλότερο επίπεδο από αυτό των χωρών της ανατολικής Ευρώπης. Από την άλλη πλευρά η Κύπρος αποτελεί ένα δημοφιλή προορισμό για γερμανούς τουρίστες. Συγκεκριμένα το 2008 επισκέφτηκαν την Κύπρο συνολικά 133,000 Γερμανοί.

Εκτιμώντας λοιπόν την κατάσταση στη Γερμανία συμπεραίνουμε ότι παρόλο των ανταγωνισμό από ανατολική Ευρώπη η προώθηση της Κύπρου ως κέντρο ιατρικών υπηρεσιών είναι εφικτή μέσα από οργάνωση και ανάδειξη πλεονεκτημάτων (π.χ. αριθμός ιατρών αποφοίτων σχολών Γερμανίας) για την επίτευξη θετικών αποτελεσμάτων. Η Κύπρος είναι άγνωστη σήμερα για τους Γερμανούς ως εναλλακτική λύση για την χρήση ιατρικών υπηρεσιών.

Αυτό που μπορούσε να κεντρίσει το ενδιαφέρον της Γερμανικής αγοράς είναι η προσφορά πακέτων για προληπτική ιατρική, ολιστική, medi-spa, εναλλακτική ιατρική, beauty therapy και μικροχειρουργικές επεμβάσεις τα οποία προσφέρονται ήδη από άλλες χώρες μέσω των Γερμανών tour operators,

Όπως φαίνεται και από την παραπάνω ανάλυση, οι συγκεκριμένες αγορές τουρισμού υγείας παρουσιάζουν σημαντικά πλεονεκτήματα και πρέπει να προσεγγιστούν με βαθμό προτεραιότητας. Ωστόσο, λόγω του ότι στην κατηγοριοποίηση των αγορών λαμβάνονται υπόψη και οι θεραπείες που παρουσιάζουν περισσότερη ζήτηση αλλά και διάφοροι άλλοι παράγοντες, πρέπει να προσμετρηθεί το γεγονός πως κάθε αγορά θα πρέπει να προσεγγιστεί για συγκεκριμένες θεραπείες και όχι ως αγορά τουρισμού υγείας στο σύνολο της. Οι παρακάτω πίνακες παρουσιάζουν τις χώρες που πρέπει να προσεγγιστούν με βαθμό προτεραιότητας, καθώς επίσης και τις θεραπείες που πρέπει να εστιαστεί η προσοχή μας για κάθε χώρα. Πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες συμπεριλαμβανομένων η νομοθεσία και οι τιμές θεραπειών που προσφέρονται στις διάφορες χώρες. Στην Ιταλία και στο Ισραήλ, για παράδειγμα, συγκεκριμένες πτυχές της νομοθεσίας, οδηγούν τους πολίτες να καταφεύγουν σε άλλες χώρες για πραγματοποίηση θεραπειών τεχνητής γονιμοποίησης IVF. Επομένως, η συγκεκριμένες χώρες παρά το γεγονός ότι δεν είναι χώρες υψηλής προτεραιότητας για άλλες θεραπείες, για το IVF θα μπορούσε να αποτελέσει την κύρια χώρα προσέλκυσης ασθενών.

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ**

<b>ΥΨΗΛΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΜΕΣΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΧΑΜΗΛΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ*</b>
<b>Η.Β</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Check ups</li> <li>• IVF</li> <li>• Dental Treatments</li> <li>• Cosmetic Surgery</li> <li>• Hip replacement</li> </ul>	<b>Ισραήλ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IVF</li> </ul>	<b>Ελβετία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventive and Diagnostic treatments</li> <li>• Medical wellness spa</li> </ul>
<b>Κύπριοι Η.Β.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Microsurgery</li> <li>• Check ups</li> <li>• IVF</li> <li>• Dental Treatments</li> <li>• Cosmetic Surgery</li> <li>• Hip replacement</li> </ul>	<b>Βέλγιο</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dental treatments</li> <li>• IVF</li> <li>• Medi-Wellness</li> <li>• Preventive treatments</li> </ul>	<b>Ουγγαρία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventive treatments</li> </ul>
<b>Ρωσία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Check ups</li> <li>• IVF</li> <li>• Dental Treatments</li> <li>• Cosmetic Surgery</li> </ul>	<b>Αυστρία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Check ups</li> <li>• Medical Wellness</li> </ul>	<b>Γαλλία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventive treatments</li> </ul>
<b>Σουηδία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IVF</li> <li>• Plastic Surgery</li> <li>• Elderly care</li> <li>• Phototherapy</li> </ul>	<b>Ιταλία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IVF</li> <li>• Dental treatments</li> </ul>	<b>Ολλανδία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventive treatments</li> </ul>
<b>Αραβικός Κόλπος</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgery</li> <li>• IVF</li> <li>• Gynecology</li> </ul>	<b>ΗΠΑ</b> <b>Κύπριοι ΗΠΑ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dental Treatments</li> <li>• Cosmetic Surgery</li> <li>• Medical Wellness</li> </ul>	
<b>Γερμανία</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medical Wellness</li> <li>• Cosmetic surgery</li> <li>• Preventive</li> <li>• Holistic treatments</li> </ul>		

\*Το γεγονός ότι οι χώρες κατατάσσονται στην κατηγορία χαμηλής προτεραιότητας, υπάρχει περιορισμένη δυνατότητα να ξεχωρίσουν συγκεκριμένες θεραπείες λόγω έλλειψης ενδιαφέροντος από τις συγκριμένες χώρες

Οι παρακάτω πίνακες παρουσιάζουν συγκριτικά τις τιμές διαφόρων χωρών συμπεριλαμβανομένης και της Κύπρου για διάφορες θεραπείες. Οι τιμές αυτές είναι ενδεικτικές αφού το κόστος θεραπείας διαφέρει από κλινική σε κλινική. Ωστόσο, διαφαίνεται ξεκάθαρα πως το κόστος της θεραπείας είναι σημαντικός παράγοντας για

την επιλογή της Κύπρου ως ιατρικού προορισμού. Η Κύπρος μπορεί να ανταγωνιστεί χώρες όπως το Βέλγιο και Ισπανία για πλαστικές εγχειρήσεις και Hip replacement. Ωστόσο ευρωπαϊκές αγορές όπως της Πολωνίας και της Ουγγαρίας αλλά και άλλες αγορές όπως η Ινδία και η Τουρκία παραμένουν πιο οικονομικά συμφέρουσες απ' ότι η Κύπρος. Επιχορηγήσεις που τυχόν να δίνονται σε κάποιες χώρες (π.χ Κύπρος) αφορά αποκλειστικά ντόπιους πολίτες

### Ενδεικτικός τιμοκατάλογος διαφόρων θεραπειών σε Ευρώ

Θεραπεία	Ηνωμένο Βασίλειο	Βέλγιο	Πολωνία	Ισπανία	Τουρκία	Ινδία	Ουγγαρία	Κύπρος
IVF	4532-9064			2673	1700			2500-3000
Cosmetic Dental Treatment	2266		850		645		937	1250
Cosmetic Surgery (Breast enlargement)	4,928	2,076		3,670				3,000
Hip replacement	9,064	6,305		6,452		4,007		7000

Πηγή: Εφημερίδα THE TIMES 18 Οκτωβρίου 2008

Ο πιο κάτω πίνακας δείχνει τις διεθνείς τάσεις σήμερα για τις πιο γνωστές θεραπείες. Όπως φαίνεται, η Κύπρος αποτελεί για τους Βρετανούς το δεύτερο κατά προτίμηση προορισμό για θεραπείες IVF και τον τρίτο για πλαστική και αισθητική χειρουργική. Για όλες τις θεραπείες η Κύπρος μπορεί να είναι ελκυστικός ιατρικός προορισμός κυρίως για την αγορά της Βρετανίας, όπου οι μεγάλες λίστες αναμονής οδηγούν τους Βρετανούς ασθενείς να καταφεύγουν σε άλλες χώρες για πραγματοποίηση θεραπειών.

**Χώρες με τη μεγαλύτερη παράδοση ως προορισμοί για θεραπείες**

Θεραπεία	Χώρα 1	Χώρα 2	Χώρα 3
IVF	Ισπανία	Κύπρος	Τουρκία
Cosmetic Surgery	Ισπανία	Βέλγιο	Κύπρος
Hip replacement	Βέλγιο	Ισπανία	Ινδία
Dental Treatment	Ουγγαρία	Πολωνία	Τουρκία

Πηγή: Εφημερίδα THE TIMES 18 Οκτωβρίου 2008

Οι πιο κάτω πίνακες αναφέρονται σε συγκεκριμένες θεραπείες και αναδεικνύουν τις τάσεις σήμερα αλλά και την εξοικονόμηση που απολαμβάνουν οι πολίτες του Ηνωμένου Βασιλείου, μιας αγοράς που είναι άκρως ενδιαφέρουσα για την Κύπρο.

**Εμφύτευμα δοντιών**

Country	UK sterling price including hospital and doctors' fees	US dollar equivalent	Percentage saving on UK price
UK	£2,000	\$3,500	
Costa Rica	£436	\$763	78%
Croatia	£557	\$975	72%
Cyprus	£955	\$1,671	52%
Hungary	£827	\$1,447	59%
India	£550	\$963	73%
Italy	£557	\$975	72%
Lithuania	£580	\$1,015	71%
Spain	£736	\$1,288	63%
Thailand	£1,025	\$1,794	49%
Tunisia	£600	\$1,050	70%
Turkey	£570	\$998	72%

Πηγή: [www.treatmentabroad.com](http://www.treatmentabroad.com) στοιχεία 2006



Τα πιο πάνω στοιχεία από την ιστοσελίδα treatment abroad μας δίνουν μια γενική πληροφόρηση για τις τιμές σε διάφορες χώρες. Όμως η εταιρεία είναι αυτή είναι ιδιωτική και εκπροσωπεί μόνο κάποιες εταιρείες τόσο της Κύπρου όσο και του εξωτερικού. Ως εκ τούτου τα στοιχεία που παρέχονται παρά το ότι καταγράφουν μια γενική και έγκυρη τάση όσο αφορά στις τιμές, δεν μπορούν να αποτελέσουν τα πιο αντικειμενικά εργαλεία αφού κρύβεται το στοιχείο της υποκειμενικότητας λόγω της απουσίας υπηρεσιών από εταιρείες που δεν εκπροσωπεί η συγκεκριμένη διαδικτυακή πύλη. Η Τουρκία όπως παρουσιάζεται και στον παραπάνω πίνακα είναι από της πιο φθηνές χώρες γιατί τα ιατρικά κέντρα λειτουργούν με χαμηλά κόστη και οι γιατροί χρεώνουν λιγότερα. Επίσης τα πακέτα είναι φθηνότερα λόγω των χαμηλών τιμών των ξενοδοχείων στις τουριστικές περιοχές.

## Ανόρθωση στήθους (Πηγή: [www.treatmentabroad.com](http://www.treatmentabroad.com) στοιχεία 2006)

Country	UK sterling price including hospital and doctors' fees	Percentage saving on UK price
UK	£4,325	
Argentina	£1,435	67%
Austria	£2,299	47%
Belgium	£2,375	45%
Bolivia	£1,307	70%
Brazil	£1,074	75%
Croatia	£2,260	48%
Cyprus	£2,652	39%
Czech	£1,696	61%
France	£2,821	35%
Hungary	£1,712	60%
India	£1,667	61%
Israel	£2,358	45%
Lithuania	£2,092	52%
Malaysia	£1,720	60%
Morocco	£1,551	64%
Panama	£1,897	56%
Poland	£1,679	61%
Slovakia	£1,576	64%
Spain	£3,392	22%
Thailand	£2,031	53%
Tunisia	£1,723	60%
Turkey	£2,298	47%
Venezuela	£1,228	72%

**Πλαστική Αυτιών** (Πηγή: [www.treatmentabroad.com](http://www.treatmentabroad.com) στοιχεία 2006)

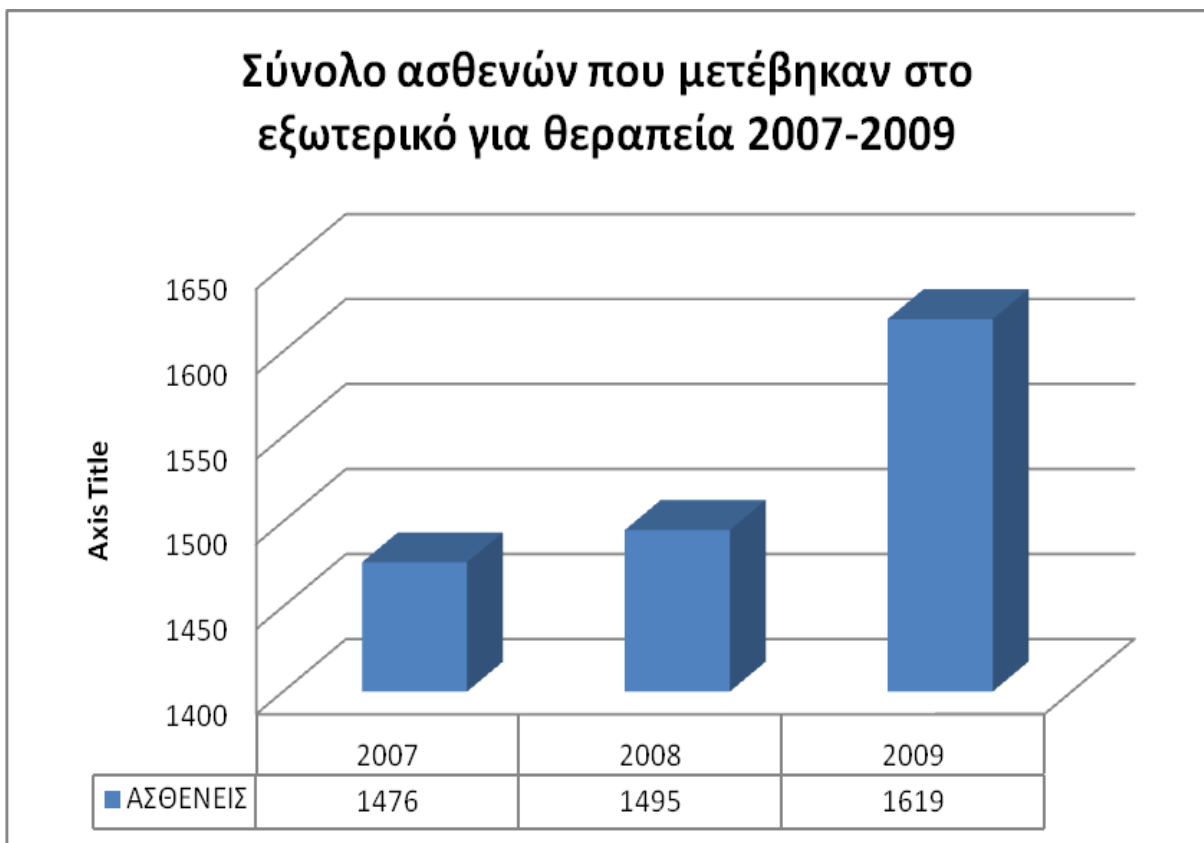
Country	UK sterling price including hospital and doctors' fees	US dollar equivalent	Percentage saving on UK price
UK	£3,275	\$5,731	
Austria	£2,307	\$4,037	30%
Belgium	£1,005	\$1,759	69%
Bolivia	£789	\$1,381	76%
Brazil	£517	\$905	84%
Cuba	£415	\$726	87%
Cyprus	£1,567	\$2,742	52%
Czech	£899	\$1,573	73%
France	£2,044	\$3,577	38%
Hungary	£718	\$1,257	78%
Lithuania	£529	\$926	84%
Malaysia	£990	\$1,733	70%
Poland	£712	\$1,246	78%
Slovakia	£670	\$1,173	80%
South Africa	£1,578	\$2,762	52%
Spain	£1,578	\$2,762	52%
Thailand	£877	\$1,535	73%
Tunisia	£1,224	\$2,142	63%
Turkey	£897	\$1,570	73%
Venezuela	£1,074	\$1,880	67%

Συμπερασματικά, η Κύπρος δεν είναι ο πιο φθηνός προορισμός, είναι όμως σε θέση να προσφέρει εξοικονόμηση από 40% μέχρι και 52%. Αυτό ενισχύει και την αρχική τοποθέτηση ότι η εξοικονόμηση αυτή σε συνδυασμό με άλλα πλεονεκτήματα θα καθιερώσουν την Κύπρο σαν Ιατρικό Προορισμό.

**Κύπριοι ασθενείς που μεταβαίνουν στο εξωτερικό**

Με βάση το Κυβερνητικό Σχέδιο Αποστολής Κυπρίων Ασθενών στο εξωτερικό πολλοί Κύπριοι ταξιδεύουν στο εξωτερικό για ιατρικούς σκοπούς. Τα στοιχεία που συλλέγει η αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου δείχνουν σημαντικούς αριθμούς τα

τελευταία τρία χρόνια με σχετικά αυξητική τάση για το 2009 όπως φαίνεται στα σχεδιαγράμματα, πιο κάτω. Ο συνολικός αριθμός των Κυπρίων ασθενών που επιζητά ιατροφαρμακευτική περίθαλψη στο εξωτερικό πιστεύεται ότι είναι πολύ πιο μεγάλος αλλά δεν υπάρχουν στοιχεία για όσους ταξιδεύουν με δική τους πρωτοβουλία και κάλυψη των εξόδων. Το κόστος αποστολής Κυπρίων ασθενών στο εξωτερικό ξεπερνά τα €37 εκατομμύρια και αποτελεί στοιχείο για αξιοποίηση μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής ανάπτυξης του τουρισμού υγείας. Θα πρέπει να διερευνηθεί το ενδεχόμενο αξιοποίησης της υφιστάμενης υποδομής, ή ακόμα και ενίσχυσης της, ούτως ώστε να δοθούν κίνητρα για παραμονή στην Κύπρο για θεραπεία. Το αντίστοιχο παράδειγμα προσέλκυσης ντόπιων στην ξενοδοχειακή βιομηχανία αποτελεί τρόπο αξιοποίησης της ντόπιας αγοράς.



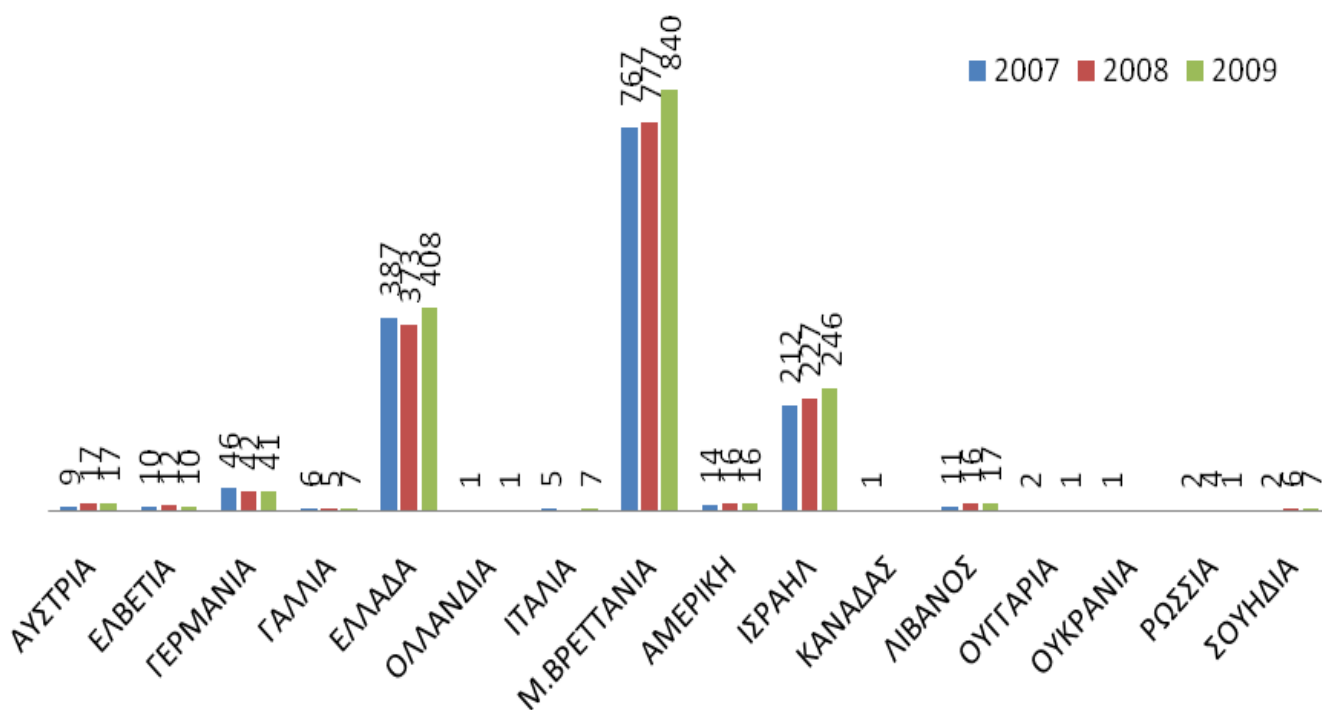
**Σημείωση:** Η τελευταία ημερομηνία ενημέρωσης των στοιχείων για το 2009 ήταν η 2/11/2009. Ως εκ τούτου αριθμός των ασθενών για το 2009 προσαρμόστηκε στους 12 μήνες του έτους.

**Πηγή:** Υπουργείο Υγείας

### Ιατρικοί Προορισμοί Κυπρίων ασθενών

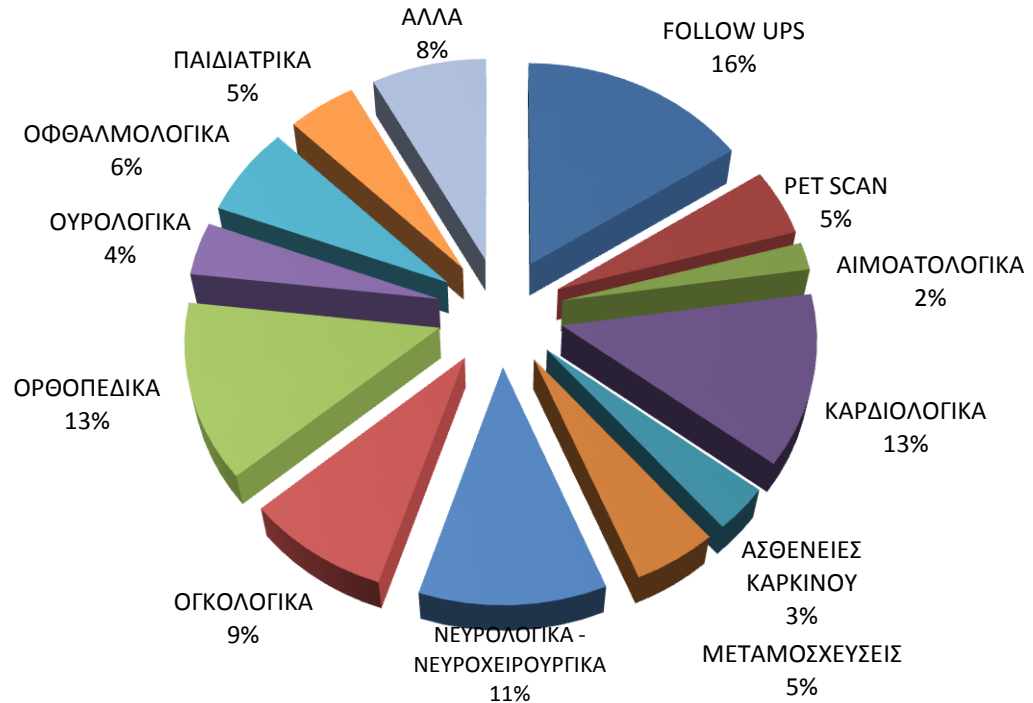
Οι χώρες στις οποίες ταξιδεύει το μεγαλύτερο ποσοστό Κυπρίων ασθενών (Διάγραμμα πιο κάτω) είναι η Μεγάλη Βρετανία, την οποία τα τελευταία τρία χρόνια έχουν επισκεφθεί πάνω από 2000 Κύπριοι ασθενείς, η Ελλάδα στην οποία κάθε χρόνο μεταβαίνουν για θεραπείες και ιατρικούς σκοπούς περισσότερα από 375 άτομα και τέλος το Ισραήλ, το οποίο αποτελεί την τρίτη χώρα αποστολής Κυπρίων ασθενών. Πέραν των τριών αυτών προορισμών, Κύπριοι ασθενείς ταξιδεύουν σε μικρότερα ποσοστά στη Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία, Αμερική, Λίβανο, Σουηδία και Γαλλία. Στο δεύτερο διάγραμμα πιο κάτω φαίνονται οι θεραπείες για τις οποίες αποστάληκαν οι Κύπριοι ασθενείς στο εξωτερικό. Οι κύριες ασθένειες είναι καρδιολογικά (13%), ορθοπεδικά (13%) νευρολογικά νευροχειρουργικά (11%) ογκολογικά και καρκίνοι (12%),οφθαλμολογικά (6%) κλπ.

### Χώρες που στάληκαν Κύπριοι ασθενείς για θεραπεία κατά τα έτη 2007-2009



Πηγή: Υπουργείο Υγείας

## Θεραπείες Κυπρίων ασθενών που μεταβαίνουν στο εξωτερικό



### Αξιοποίηση υφιστάμενου τουριστικού ρεύματος

Τα στατιστικά δεδομένα του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού για το έτος 2008, παρουσιάζουν σημαντικά στοιχεία σχετικά με τα ποσοστά των τουριστών από κάθε χώρα και τη μέση διάρκεια παραμονής τους στην Κύπρο. Ο συγκεκριμένος πίνακας μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως τα στοιχεία αναφορικά με τον τουρισμό ψυχαγωγίας στην Κύπρο μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό οδηγό προσέλκυσης ξένων ταξιδιωτών υγείας. Συγκεκριμένα, δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών υγείας είναι από την Αγγλία, χώρα η οποία κατέχει την πρώτη θέση όσο αφορά και τον τουρισμό ψυχαγωγίας. Επομένως, μπορεί να επιχειρηθεί προσέγγιση των αγορών εκείνων από τις οποίες προέρχεται μεγάλος αριθμός τουριστών ψυχαγωγίας, όπως Αγγλία, Γερμανία, Σουηδία, Νορβηγία και Ρωσία.

Σημαντικά στοιχεία για το σκοπό της στρατηγικής αποτελούν οι μέρες παραμονής των τουριστών ψυχαγωγίας στην Κύπρο και η εποχικότητα. Η μέση διάρκεια παραμονής είναι δέκα μέρες ενώ είναι γνωστό ότι το μεγαλύτερο μερίδιο τουριστών καταφθάνουν τους καλοκαιρινούς μήνες.

Πίνακας προέλευσης τουριστών ανά χώρα  
2006 - 2008

COUNTRY	2008	2007	2006	% αλλαγή 2008/2007	% αλλαγή 2008/2006
UnitedKingdom	<b>1.242.655</b>	1.282.873	1.360.136	-3,1	-8,6
Germany	<b>132.058</b>	138.451	152.808	-4,6	-13,6
Greece	133.015	139.815	126.768	-4,9	4,9
Sweden	<b>124.948</b>	120.989	94.028	3,3	32,9
Norway	63.470	53.442	50.664	18,8	25,3
Finland	32.333	21.461	30.333	50,7	6,6
Denmark	38.216	34.759	30.802	9,9	24,1
France	36.099	41.394	37.779	-12,8	-4,4
Switzerland	38.56	41.407	41.337	-6,9	-6,7
Netherlands	26.302	26.65	28.21	-1,3	-6,8
Belgium	26.368	23.174	24.267	13,8	8,7
Austria	26.62	24.359	23.788	9,3	11,9
Italy	16.859	19.225	17.865	-12,3	-5,6
Ireland	23.632	35.875	47.463	-34,1	-50,2
Spain	3.641	4.118	4.218	-11,6	-13,7
Russia	<b>180.926</b>	145.921	114.763	24,0	57,7
Poland	20.358	16.669	13.707	22,1	48,5
Hungary	9.641	10.086	11.458	-4,4	-15,9
CzechRepublic	20.027	20.972	18.764	-4,5	6,7
OtherEurope	71.773	68.545	44.53	4,7	61,2
ArabCountries*	23.513	26.662	22.296	-11,8	5,5
GulfCountries**	26.163	26.64	18.946	-1,8	38,1
Israel	32.034	34.205	34.197	-6,3	-6,3
USA	21.117	23.744	20.048	-11,1	5,3
Canada	5.512	5.625	5.194	-2,0	6,1
Australia	11.506	10.742	12.061	7,1	-4,6
Other Countries	16.404	18.725	14.494	-12,4	13,2
<b>AllCountries</b>	<b>2.403.750</b>	<b>2.416.081</b>	<b>2.400.924</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,1</b>

**Αφίξεις Τουριστών στην Κύπρο ανά μήνα 2008**

	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
<b>YEAR 2008</b>	50.658	70.140	108.164	182.091	271.559	307.237	342.554	328.100	305.348	267.866	97.900	72.127	2.403.750
MONTH SHARE	2,1%	2,9%	4,5%	7,6%	11,3%	12,8%	14,3%	13,6%	12,7%	11,1%	4,1%	3,0%	100%
<b>YEAR 2007</b>	51.848	63.098	104.316	189.31	273.058	282.465	352.423	340.534	315.437	275.103	94.741	73.742	2.416.081
MONTH SHARE	2,1%	2,6%	4,3%	7,8%	11,3%	11,7%	14,6%	14,1%	13,1%	11,4%	3,9%	3,1%	100%
<b>YEAR 2006</b>	54.875	66.151	107.071	206.548	283.513	280.164	341.443	314.872	296.532	283.046	95.682	71.022	2.400.924
MONTH SHARE	2,3%	2,8%	4,5%	8,6%	11,8%	11,7%	14,2%	13,1%	12,4%	11,8%	4,0%	3,0%	100%

**Συγκεκριμένες τουριστικοί παράμετροι ανά χώρα 2008**

ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΦΙΞΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ	ΜΕ ΠΑΚΕΤΑ	ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ	ΔΙΑΜΟΝΗ ΣΕ ΠΛΗΡΩΜΕΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	ΜΕΣΟ ΠΟΣΟ ΠΟΥ ΞΟΔΕΥΟΥΝ ΣΕ ΕΥΡΩ
United Kingdom	51,7	59,3	10,77	78,4	717,11
Germany	5,5	76,8	10,14	93,7	740,83
Switzerland	1,6	85,8	9,11	93,6	814,13
France	1,5	65,8	8,43	86,6	703,28
Netherlands	1,1	75,6	9,07	94,4	822,24
Belgium	1,1	61,0	7,99	92,0	786,95
Austria	1,1	71,2	9,14	92,4	742,42
Italy	0,7	50,0	8,34	89,9	786,00
Ireland	1,0	73,8	9,66	84,2	876,26
Greece	5,5	13,6	8,01	45,5	459,76
Sweden	5,2	91,8	9,29	95,6	582,96
Denmark	1,6	88,6	8,44	96,6	662,57
Finland	1,3	87,3	8,51	96,5	603,47
Norway	2,6	89,4	10,93	94,9	757,57
Russia	7,5	75,8	10,29	84,7	1024,83
Israel	1,3	55,0	4,44	83,5	513,48
USA	0,9	4,6	13,84	50,1	822,52
Other Countries	8,7	33,7	10,09	69,6	755,37
<b>All Countries</b>	<b>100</b>	<b>61,2</b>	<b>10,05</b>	<b>79,8</b>	<b>745,83</b>

**Μέσος όρος διάρκειας παραμονής τουριστών στην Κύπρο 1994 - 2008**

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
12,0	11,5	10,9	11,5	11,3	11,3	11,0	10,3	11,1	10,9	10,7	10,4	10,4	10,0	10,1

**Παροχή Θεωρήσεων Εισόδου (VISAs)**

Με την πλήρη ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση την 1<sup>η</sup> Μαΐου 2004, εφαρμόζεται το καθεστώς της ελεύθερης διακίνησης, χωρίς να υπάρχει ανάγκη κατοχής θεωρήσεων εισόδου και χωρίς περιορισμούς. Στα 27 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης που εφαρμόζεται το καθεστώς της ελεύθερης διακίνησης, οι πολίτες μπορούν να παραμείνουν σε ευρωπαϊκό έδαφος χωρίς πιστοποιητικό θεώρησης για περίοδο 90 ημερών. Σε περιπτώσεις όπου η παραμονή ενός Ευρωπαίου υπερβεί τις 90 μέρες, τότε ο συγκεκριμένος πολίτης πρέπει να ακολουθήσει άλλη διαδικασία αίτησης για παροχή άδειας για περαιτέρω παραμονή. Αξίζει να σημειωθεί πως η συγκεκριμένη πρόνοια για παραμονή χωρίς πιστοποιητικό θεώρησης εισόδου για περίοδο 90 ημερών ισχύει και για άλλες 33 χώρες εκτός Ένωσης, ο κατάλογος των οποίων παρατίθεται στο σχετικό παράρτημα. Για περιπτώσεις έκδοσης θεωρήσεων εισόδου για σκοπούς υγείας, δεν υπάρχει διαφορετικό καθεστώς. Κάθε αίτηση εξετάζεται ξεχωριστά και λαμβάνονται υπόψη οι λόγοι της αίτησης. Όπως ενημερωθήκαμε από τη Διεύθυνση Προξενικών Υποθέσεων υπήρχαν διάφορες περιπτώσεις στο παρελθόν όπου η υπηρεσία παρέλαβε αιτήσεις για έκδοση θεωρήσεων εισόδου για ιατρικούς σκοπούς. Η ενημέρωση που πήραμε είναι ότι υπάρχει μια ελαστικότητα όταν πρόκειται για ιατρικούς λόγους. Βέλτιστη πρακτική άλλων χωρών (π.χ Ινδία) που αναφέρεται και παραπάνω είναι η υιοθέτηση της medical visa όπου οι ταξιδιώτες μπορούν να παραλάβουν θεώρηση εισόδου για ιατρικούς σκοπούς χωρίς καθυστέρηση και χρονικό περιορισμό.

Για ένα μεγάλο αριθμό χωρών συμπεριλαμβανομένης της Ρωσίας, οι ταξιδιώτες χρειάζονται πιστοποιητικό θεώρησης εισόδου για την άφιξη και παραμονή τους στην Κύπρο. Οι θεωρήσεις εισόδου εκδίδονται από όλες τις Διπλωματικές Αποστολές (Πρεσβείες και Γενικά Προξενεία) της Κυπριακής Δημοκρατίας και από όλα τα



Επίτιμα Προξενία της Κυπριακής Δημοκρατίας στο εξωτερικό. Ο κατάλογος των χωρών όπου οι πολίτες χρειάζονται θεώρηση εισόδου παρατίθεται στο σχετικό πίνακα του παραρτήματος. Αξίζει να σημειωθεί πως η διαδικασία έκδοσης πιστοποιητικού θεώρησης είναι πολλές φορές χρονοβόρα και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για ένα ασθενή να επιλέξει την Κύπρο για τουρισμό υγείας. Δεδομένου ότι στον κατάλογο των χωρών όπου οι πολίτες χρειάζονται θεώρηση εισόδου στην Κυπριακή Δημοκρατία, συγκαταλέγονται και σημαντικές αγορές υψηλής προτεραιότητας όπως η Ρωσία και χώρες της Μέσης Ανατολής. Απαιτείται συγκροτημένη πολιτική ταχείας έκδοσης θεωρήσεων εισόδου για ταξιδιώτες υγείας που θα διευκολύνει την έλευση τους στην Κύπρο.

Η περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα αφού παρατηρήθηκε μείωση στον τουρισμό υγείας της Αμερικής λόγω των δυσκολιών έκδοσης θεωρήσεων εισόδου σε ταξιδιώτες υγείας τρίτων χωρών.

## 1 Ε. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΙΣΙΜΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Η παραπάνω ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης, των δεδομένων αναφορικά με τον τουρισμό υγείας και της προοπτικής περαιτέρω ανάπτυξης του στην Κύπρο, μας οδηγεί στην καταγραφή συγκεκριμενοποίηση κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας. Η όσο το δυνατό καλύτερη και αποτελεσματική εφαρμογή των παρακάτω κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας, θα φέρει ευεργετικά αποτελέσματα και θα καταστήσει το τουρισμό υγείας ακόμα πιο ενδιαφέρον και σημαντικό.

Η επιτυχία χωρών παροχής ιατρικών υπηρεσιών σε ταξιδιώτες υγείας βασίζεται στις εξής πέντε παραμέτρους<sup>27</sup>:

- 1. Οικονομική προσιτότητα (Affordable):** Εκατομμύρια ανασφάλιστων ασθενών αναζητούν φθηνή και ποιοτική θεραπεία
- 2. Προσβασιμότητα (Accessible):** Οι μεγάλες λίστες αναμονής αναγκάζουν τους ταξιδιώτες υγείας να καταφύγουν στο εξωτερικό.
- 3. Διαθεσιμότητα (Available):** Όταν η θεραπεία δεν προσφέρεται στη χώρα του ασθενούς

---

<sup>27</sup> Jagyast in P. Peratikos

4. **Αποδεκτικότητα (Acceptable):** Όταν διάφοροι θρησκευτικοί και κοινωνικοπολιτικοί λόγοι εμποδίζουν την πραγματοποίηση της θεραπείας (τεχνητή γονιμοποίηση)
5. **Ποιοτική επάρκεια (Additional):** Οι ασθενείς επιζητούν ιατροφαρμακευτικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας που να συνοδεύεται από μοντέρνα τεχνολογία, φιλοξενία, προσωπική φροντίδα και ξενοδοχειακές υπηρεσίες πολυτελείας.

### **Τοποθέτηση της Κύπρου μέσα στο πλαίσιο των παραπάνω παραμέτρων:**

**Οικονομική προσιτότητα (Affordability):** Η Κύπρος διαθέτει οικονομικά συμφέρουσες ιατρικές υπηρεσίες σε σύγκριση με τις αναπτυγμένες χώρες σε πολλούς τομείς, αλλά πρέπει να είναι και ανταγωνιστική σε σχέση με τις ανταγωνιστικές χώρες.

**Προσβασιμότητα (Accessibility):** Εύκολη πρόσβαση στο νησί με πολλές καθημερινές πτήσεις από διάφορες αγορές που η Κύπρος πρέπει να προσεγγίσει (Ηνωμένο Βασίλειο, Αραβικές Χώρες, Γερμανία κλπ.)

**Διαθεσιμότητα (Availability):** Δυνατότητα παροχής άμεσης θεραπείας γιατί δεν υπάρχουν λίστες αναμονής στα ιδιωτικά νοσηλευτήρια.

**Αποδεκτικότητα (Acceptability):** Η Κύπρος είναι ήδη αποδεκτός προορισμός, όπως έχει δείξει η επιτυχία στον τουρισμό ενώ δεν υπάρχουν θρησκευτικές ή άλλες διακρίσεις, που θα μπορούσαν να αποτελέσουν ανασταλτικούς παράγοντες προσέλκυσης τουριστών για ιατρικούς σκοπούς.

**Ποιοτική επάρκεια (Additional) :** Στο νησί υπάρχουν ιατροί με εξαιρετικά προσόντα από μεγάλα πανεπιστήμια της Αμερικής, της Αγγλίας, και άλλων Ευρωπαϊκών χωρών που συνοδεύονται από υψηλής ποιότητας διευκολύνσεις σε κλινικές και νοσοκομεία.

Κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας μπορεί να θεωρηθεί και η φροντίδα των ασθενών μετά από την αναχώρηση από την Κύπρο, εάν αυτό κρίνεται σκόπιμο

## **1 Ζ. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΜΕ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟ ΞΕΝΟΥΣ**

Όπως αποδεικνύεται μέσα από την έρευνα η Κύπρος είναι ελκυστικός προορισμός για συγκεκριμένες θεραπείες. Συγκεκριμένα οι θεραπείες τεχνητής γονιμοποίησης IVF, οι πλαστικές εγχειρήσεις και οι οδοντιατρικές θεραπείες αποτελούν τις υπηρεσίες στην Κύπρο με μεγαλύτερη ζήτηση από τους ξένους. Για αυτές τις θεραπείες αλλά και για τις υπόλοιπες υπηρεσίες που παρέχει η Κύπρος όσο αφορά στον τουρισμό υγείας, κρίνεται σημαντική η αξιοποίηση των πρακτικών εκείνων που θα αναδείξουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κύπρου σε σχέση με άλλες χώρες. Αυτά τα πλεονεκτήματα ορίζονται ως η υψηλή ποιότητα των ιατρικών υπηρεσιών, το χαμηλό κόστος των θεραπειών σε σχέση με κάποιες αγορές, η υψηλή κατάρτιση των Κυπρίων ιατρών οι οποίοι έχουν σπουδάσει σε υψηλού επιπέδου πανεπιστήμια, η χρήση της αγγλικής γλώσσας σε όλη την επικράτεια της χώρας, το άριστο μεσογειακό κλίμα που συμβάλλει στην γρήγορη και αποτελεσματική αποκατάσταση των ασθενών, αλλά και το ότι η Κύπρος έχει να επιδείξει άριστα δομημένες τουριστικές υπηρεσίες, με πολυτελή ξενοδοχεία, κέντρα ευεξίας καθώς επίσης και πλούσιο πολιτισμό.

Βασικό συγκριτικό πλεονέκτημα της Κύπρου σε σχέση με άλλες αγορές, είναι το ότι στην Κύπρο ο ταξιδιώτης υγείας μπορεί να συνδυάσει τη θεραπεία του με διακοπές και αναψυχή κάτι που αποτελεί σημαντικό στοιχείο προσέλκυσης τουρισμού υγείας στην Κύπρο.

**Αγορές που πρέπει να προσεγγιστούν βάσει προοπτικής**

<b>ΧΩΡΑ</b>	<b>ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ</b>	<b>ΤΟΜΕΙΣ</b>
<b>ΕΛΒΕΤΙΑ</b>	<b>4</b>	Medi-Wellness
<b>ΙΣΡΑΗΛ</b>	<b>4</b>	IVF
<b>ΙΤΑΛΙΑ</b>	<b>2</b>	IVF, Οδοντιατρική
<b>ΟΥΓΓΑΡΙΑ</b>	<b>5</b>	Αποθεραπεία
<b>ΓΑΛΛΙΑ</b>	<b>5</b>	Medi-Wellness
<b>ΒΕΛΓΙΟ</b>	<b>4</b>	Medi-Wellness, Οδοντιατρική
<b>ΟΛΛΑΝΔΙΑ</b>	<b>5</b>	Medi-Wellness
<b>ΡΩΣΣΙΑ</b>	<b>1</b>	ΑΝΑΜΕΝΟΝΤΑΙ
<b>ΣΟΥΗΔΙΑ</b>	<b>1</b>	IVF, Πλαστική Χειρουργική
<b>ΑΥΣΤΡΙΑ</b>	<b>3</b>	Check up, medi wellness
<b>ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ</b>	<b>1</b>	Sun sea surgery
<b>ΓΕΡΜΑΝΙΑ</b>	<b>1</b>	Medi wellness
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>4</b>	
<b>H.B</b>	<b>1</b>	Οδοντιατρική, Κοσμητική Χειρουργική, Πλαστική Χειρουργική, Hip replacement

**Κλίμακα Προοπτικής:**

**1:** Εξαιρετική    **2:** Πολύ Καλή    **3:** Καλή    **4:** Μέτρια    **5:** Ασήμαντη

## 1 Η. ΕΞΕΤΑΣΗ ΒΕΛΤΙΣΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω περισσότερες από 60 χώρες ανά το παγκόσμιο προσφέρουν υπηρεσίες τουρισμού υγείας. Σημαντικό στοιχείο είναι το γεγονός ότι οι περισσότερες χώρες απευθύνονται στους Αμερικανούς. Μερικές από τις χώρες και περιοχές αυτές είναι η Νέα Ζηλανδία, η Ασία, η Λατινική Αμερική, η Αυστραλία και η Νότιος Αμερική.

### **Πρακτικές των χωρών που δεν ανταγωνίζονται άμεσα με την Κύπρο**

#### **Αργεντινή:**

Απευθύνεται κυρίως σε Αμερικανούς. Ο παλαιότερος και πιο γνωστός οργανισμός τουρισμού υγείας η Κοινοπραξία 17 συγκεκριμένων Ιατρικών Κέντρων δημιούργησε την PLENITAS medical tourism agency και εξυπηρετεί βήμα προς βήμα τη διαδικασία για ένα τουρίστα υγείας. Προσφέρουν ολοκληρωμένο πρόγραμμα ιατρικής και ταξιδιωτικών υπηρεσιών, προβάλλουν όμως ιδιαίτερα το παιδικό άσθμα. Εκτός από την Αργεντινή δραστηριοποιείται και στο Περού, τη Δομινικανή Δημοκρατία αλλά και σε ανταγωνιστικές χώρες όπως την Αίγυπτο, Γερμανία, Σερβία και Μαυροβούνιο. Το [www.plenitas.com](http://www.plenitas.com) παρέχει λεπτομερή ενημέρωση και αποτελεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο για τον τουρισμό υγείας της χώρας. Ο Τουριστικός Οργανισμός Plenitas αποτελεί βέλτιστη πρακτική αφού δημιούργησε brand για τον τουρισμό υγείας της χώρας.

#### **Κόστα Ρίκα:**

Η Κόστα Ρίκα δημιούργησε το Health Tourism Corporation το οποίο συντονίζει την ανάπτυξη του Τουρισμού Υγείας και λειτουργεί σαν κέντρο πληροφόρησης. Η πελατεία του είναι Αμερικανοί. Η Κόστα Ρίκα περιλήφθηκε στις βέλτιστες πρακτικές για τη δημιουργία της Health Tourism Corporation καθ' ότι εδώ δίνει μεγάλη σημασία στην ενημέρωση και θα πρέπει να μελετηθεί στο μέλλον η πρακτική αυτή κατά πόσο είναι αποτελεσματική και πως θα μπορούσαν κάποιες πρακτικές να αποδειχθούν χρήσιμες και για την Κύπρο.

#### **Νέα Ζηλανδία**

Το New Zealand Health Tourism Company παρέχει πληροφορίες και συντονίζει όλα τα ιατρικά, παραϊατρικά ταξιδιωτικά και τουριστικά θέματα. Ουσιαστικά είναι μια

υπηρεσία αναφοράς για όσους παρέχουν ιατρικές υπηρεσίες και λειτουργεί πάνω σε εμπορική βάση. Στην περίπτωση της Νέας Ζηλανδίας γίνεται ειδική αναφορά στη λειτουργία της New Zealand Health Tourism Company σαν μέθοδος οργάνωσης και ανάπτυξης η οποία αναλαμβάνει το ρόλο του facilitator και συντονιστή όλων των ταξιδιωτικών, τουριστικών και ιατρικών υπηρεσιών αλλά και του coordinator με όλες τις υπηρεσίες στον προορισμό (Destination Management Services). Πρόκειται για μια εμπορική κοινοπραξία όλων των παροχέων ιατρικών υπηρεσιών. Η επιτυχία ή και όχι μιας τέτοιας referral agency θα πρέπει να μελετηθεί περαιτέρω.

### **Παναμάς:**

Οι σημαντικότεροι επαγγελματίες του Ιατρικού τομέα referral service ένα referral agency με περισσότερους από 100 ιατρούς με 24 διαφορετικές ειδικότητες οι οποίοι προσφέρουν θεραπείες αλλά και τουριστικά προγράμματα. Το agency δίνει όλες τις πληροφορίες που αφορούν στους γιατρούς αλλά και τις τιμές. Το προσωπικό παρέχει όλες τις υπηρεσίες που αφορούν την επιλογή του γιατρού, τις θεραπείες και προτείνουν ολοκληρωμένα τουριστικά-ιατρικά πακέτα, υπηρεσίες ταξιδιωτικές στη χώρα, μεταφορικά κλπ. Προσωπική βοήθος συνοδεύει τον ασθενή καθ' όλη τη διάρκεια της παρουσίας του στο ιατρικό κέντρο. Ο τουριστικός Οργανισμός του Παναμά περιέλαβε τον τουρισμό υγείας σε γενικό σχέδιο (master plan) 2007-2020 που τον προωθεί μέσω μπροσούρων και το διαδίκτυο κυρίως στις ΗΠΑ. Τόσο η λειτουργία όσο και η οργάνωση του agency αποτελούν πολύ καλή πρακτική.

### **Αυστραλία:**

Οι προσπάθειες στην Αυστραλία επικεντρώνονται στον τομέα της αισθητικής και της ευρύτερης ιατρικής. Την προσπάθεια ανάπτυξης Τουρισμού Υγείας προωθεί η Global Wellness and Travel (GWT) για τη διεκπεραίωση όλων των ταξιδιωτικών θεμάτων καθώς επίσης και την πραγματοποίηση επαφών σε διάφορες χώρες. Η GWT αποτελεί ένα καλό παράδειγμα τουριστικού οργανισμού με ειδικότητα στον τουρισμό υγείας. Αξίζει να σημειωθεί πως λειτουργεί με την ίδια επιτυχία και στη Σιγκαπούρη.

## **Ανταγωνιστικές προς την Κύπρο χώρες και οι βέλτιστες πρακτικές τους**

### **Τουρκία:**

Η Τουρκία μπήκε δυναμικά στον τομέα του τουρισμού υγείας τα τελευταία χρόνια με την Διαπίστευση αρκετών Νοσοκομείων και την ανάπτυξη μοντέρνας και σύγχρονης ιατρικής και ιατρικών κέντρων στην Κωνσταντινούπολη. Υπολογίζεται πως κάθε μήνα περίπου 650 ξένοι ασθενείς πραγματοποιούν ιατρικές επεμβάσεις. Το 2005 η τουριστική περιοχή της Αττάλειας σε μια προσπάθεια ανάπτυξης και προβολής του medical wellness σε Ευρωπαίους τουρίστες δημιουργήθηκε το Association of improving health tourism. Τα τελευταία χρόνια Γερμανοί tour operators περιλαμβάνουν στα προγράμματα τους την Τουρκία για medical wellness και προβάλλουν ως πολύ πετυχημένο στο εξωτερικό το Berut Lara Resort SPA στην περιοχή Λαρα.

### **Ελλάδα:**

Η Ελλάδα ενώ αναγνωρίζει ότι ο τουρισμός υγείας έχει τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης κυρίως στην Κρήτη ωστόσο περιορίστηκε στην προβολή του ιαματικού τουρισμού ο οποίος είναι περισσότερο Εσωτερικός Τουρισμός τύπου wellness. Με στόχο την ίαση διαφόρων παθήσεων η Ελλάδα προβάλλει τις ιαματικές πηγές της και τον θερμαλισμό όπου με τη χρήση του ιαματικού νερού στοχεύεται η πρόληψη διατήρηση και αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής υγείας του ανθρώπου. Επίσης η θαλασσοθεραπεία περιλαμβάνεται και στα προγράμματα προβολής του ΕΟΤ. Αξιόλογα κέντρα θαλασσοθεραπείας και medical wellness είναι το Gelina Village resorts and SPA στην Κέρκυρα [www.gelina.gr](http://www.gelina.gr) και το Myconian Collection στη Μύκονο [www.royal-myconian.gr](http://www.royal-myconian.gr). Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ειδικός οργανισμός για τον τουρισμό υγείας. Την προβολή του τουρισμού υγείας αναλαμβάνουν ιδιωτικά νοσηλευτήρια όπως το Υγεία, Μητέρα, Λητώ, τα οποία προβάλλονται και στην Κύπρο μέσω της MARFIN LAIKI BANK η οποία προσφέρει εκπτώσεις και προνομιακή μεταχείριση στους κατόχους καρτών της. Σύμφωνα με τον ΕΟΤ η Ελλάδα δέχεται 3500 Άγγλους κάθε χρόνο οι οποίοι μέσω ασφαλιστικών ιδρυμάτων αναζητούν θεραπεία στην Ελλάδα.

Πέραν τούτου Γερμανοί tour operators που ειδικεύονται στον τουρισμό υγείας περιλαμβάνουν μόνο θέρετρα της Κρήτης όπως η Χερσόνησος. Η πρόταση για νομοθετικό πλαίσιο που να διέπει τη λειτουργία όλων όσων εμπλέκονται στον τουρισμό υγείας δεν είχε προχωρήσει. Προχώρησε όμως το νομοθετικό πλαίσιο που

αφορά τον ιαματικό τουρισμό. Οι ιατρικές υπηρεσίες που προσφέρονται σποραδικά από ένα μικρό αριθμό ιδιωτών χωρίς κρατική βοήθεια είναι σε ιατρικά κέντρα στη Θεσσαλονίκη, την Κρήτη, την Κέρκυρα και τη Ρόδο. Αυτά περιλαμβάνουν διόρθωση μυωπίας, αισθητικές επεμβάσεις, εξωσωματική γονιμοποίηση, αιμοκάθαρση και καταπολέμηση της παχυσαρκίας. Τα πρώτα κέντρα τουρισμού υγείας δημιουργήθηκαν στην Κρήτη και ειδικεύονται στην οφθαλμολογία, ενδοκρινολογία και νεφρική ανεπάρκεια.

### **Γερμανία – Ελβετία – Αυστρία:**

Οι χώρες αυτές αποτελούν τα παραδοσιακά κέντρα KUR-RESORTS τα οποία τώρα ονομάζονται medical wellness. Τα προϊόντα τους προβάλλονται μέσω τοπικών οργανισμών τουρισμού των ιδίων των θέρετρων ενώ οι tour operators τα περιλαμβάνουν στο πρόγραμμα κυρίως για medical wellness: προληπτική ιατρική, ολιστική θεραπεία, εναλλακτικές θεραπείες αλλά και αισθητικές επεμβάσεις.

Υπολογίζεται ότι περίπου 500 000 Γερμανοί αναμένεται να αναζητήσουν θεραπείες τουρισμού υγείας εντός και εκτός Γερμανίας γι' αυτό και tour operators έχουν πακέτα που περιλαμβάνουν περισσότερες από 30 χώρες μεταξύ των οποίων και την Κύπρο. Έμφαση δίνεται στο medical wellness και την προληπτική ιατρική καθ' ότι 200 περίπου ταμεία επιχορηγούν τις υπηρεσίες που αφορούν την προληπτική ιατρική. Η απουσία Διαπιστευμένων medical wellness στην Κύπρο επιδρά αρνητικά στην αναζήτηση των υπηρεσιών αυτών.

Βέλτιστη πρακτική αποτελεί ο τομέας του marketing, pre-packaging και διανομής του προϊόντος τόσο από τους τοπικούς τουριστικούς οργανισμούς όσο και από την τουριστική βιομηχανία. Στις χώρες αυτές παρατηρείται ο ιδανικός τρόπος για την επιτυχία του τουρισμού υγείας. Αυτός ορίζεται ως ο σωστός συνδυασμός υπηρεσιών τουρισμού και υπηρεσιών υγείας και κατ' επέκταση η αποτελεσματική συνεργασία των επαγγελματιών του κάθε τομέα. Σύμφωνα με το Fit Reisen η τιμή του πακέτου δεν έχει μεγάλη σημασία, πράγμα που κάνει τις πιο πάνω χώρες ανταγωνιστικές για την Κύπρο. Το πλεονέκτημα για την Κύπρο είναι το κλίμα της.

### **Ταϊλάνδη:**

Η Ταϊλάνδη αποτελεί την πιο δημοφιλή χώρα για τουρισμό υγείας. Το 2004 ένα εκατομμύριο ταξιδιώτες υγείας, έφεραν στην οικονομία της χώρας ένα ποσό κοντά



στα 560 εκατομμύρια Ευρώ<sup>28</sup>. Η ένωση ιδιωτικών Νοσοκομείων αναμένει το 2010 δύο εκατομμύρια επισκέπτες. Τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια της χώρας προσέφεραν μεγάλη γκάμα ιατρικών υπηρεσιών από αισθητική μέχρι καρδιοχειρουργική. Τα πακέτα που προσφέρονται στους ασθενείς είναι δελεαστικά καθώς περιλαμβάνουν οικογενειακή εξυπηρέτηση του ασθενή και στο χώρο του νοσοκομείου υπάρχουν φαρμακεία, εστιατόρια, internet café, μεταφραστικές υπηρεσίες κλπ. Ουσιαστικά πρόκειται για αρκετά μεγάλα και άρτια εξοπλισμένα ιατρικά κέντρα τόσο σε εγκαταστάσεις όσο και σε προσωπικό. Συγκεκριμένα το Burmumgrad Hospital της Μπανγκόκ που εξυπηρετεί 150 000 ξένους ασθενείς το χρόνο από 150 χώρες διαθέτει 945 γιατρούς σε 55 ειδικότητες στην προσπάθεια του να ελκύσει ασθενείς από τη Μέση Ανατολή έχει προβεί στις ακόλουθες ειδικές προσεγγίσεις:

- Δημιουργία μονάδων με διεθνή κουζίνα
- Πρόσληψη ιατρικού και παραϊατρικού προσωπικού με διεθνείς εμπειρίες.
- Δημιουργία ευχάριστης ατμόσφαιρας για οικογένειες από τη Μέση Ανατολή με έμφαση στην τουριστική διάσταση.
- Προσφορά ειδικής μεταχείρισης και υποδοχής με ξεχωριστά δωμάτια και φροντιστές για ξένους ασθενείς.
- Παροχή μετεγχειρητικής βοήθειας και συμβολή στην άμεση αποκατάσταση του ασθενούς.

Η THAI Airways προσφέρει πακέτα ιατρικών εξετάσεων σε συνδυασμό με διακοπές. Το ιατρικό κέντρο Μπανγκόκ που βρίσκεται στο τουριστικό θέρετρο της Πατάγια παρουσίασε το 2006 το πρόγραμμα ιατρικών υπηρεσιών σε 800 τουριστικούς επαγγελματίες που συμμετείχαν στο Παγκόσμιο Συνέδριο του SKAL International. Η στρατηγική που ακολούθησαν τα ιατρικά κέντρα της χώρας να δημιουργήσουν διεθνή πτέρυγα για άραβες ασθενείς είχε σαν αποτέλεσμα 80 000 άτομα από τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα να επισκεφτούν την Ταϊλάνδη το 2006 για θεραπεία. Επιπλέον η χρήση της αραβικής γλώσσας, η συμπλήρωση εγγράφων στην αραβική, η παροχή Halal τροφής, η δυνατότητα διαμονής δωρεάν σε ένα άτομο στο νοσοκομείο, η διευκόλυνση για εξασφάλιση θεώρησης εισόδου (visa) καθώς επίσης και τα διάφορα τουριστικά προγράμματα έδωσαν μια άλλη διάσταση στο τουριστικό ιατρικό προϊόν της χώρας.

---

<sup>28</sup> Travel Times on line March 2007

Η Ταϊλάνδη είναι ανταγωνιστική για την Κύπρο όσο αφορά στις χώρες της Μέσης Ανατολής ένεκα της έντονης ενασχόλησης και του υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στους τομείς της πλαστικής χειρουργικής, τεχνητής γονιμοποίησης, οδοντικής και οφθαλμολογίας.

## **Ιταλία – Γαλλία:**

Οι χώρες αυτές έχουν αναπτύξει τουρισμό υγείας κυρίως στους τομείς του medical wellness, της αισθητικής και πλαστικής χειρουργικής. Η πελατεία είναι κυρίως Άγγλοι και Γερμανοί αλλά ο ανταγωνισμός με την Τυνησία όπου το τουριστικό στοιχείο είναι ένας επιπλέον ανταγωνιστικός παράγοντας οι τιμές και η γλώσσα (στην Τυνησία μιλούν αγγλικά και ιταλικά) οι τιμές καθιστούν λιγότερο ελκυστικές τόσο τη Γαλλία όσο και την Ιταλία ως ιατρικούς προορισμούς. Οι Οργανισμοί Τουρισμού των δύο χωρών δεν εμπλέκονται στην προβολή.

## **Βέλγιο:**

Το Βέλγιο προσφέρει σε χαμηλές τιμές υπηρεσίες αποκατάστασης παθήσεων ματιών.

## **Σουηδία:**

Η Σουηδία χωρίς καμιά ιδιαίτερη προσπάθεια στον τομέα της προβολής και προώθησης του προϊόντος, προσφέρει χειρουργικές επεμβάσεις σε ιδιαίτερα χαμηλές τιμές.

Όσο αφορά στα παραδείγματα του Βελγίου και της Σουηδίας η τιμή και η ποιότητα είναι τα βασικά πλεονεκτήματα που τις καθιστούν ανταγωνιστικές σε σχέση με το προϊόν της Κύπρου.

## **Ισπανία:**

Λόγω της τουριστικής υποδομής αλλά και της παροχής πολύ καλών ιατρικών υπηρεσιών και της κοντινής απόστασης από τις χώρες πηγές τουρισμού υγείας, η Ισπανία είναι ανταγωνιστικός τουριστικός προορισμός για την Κύπρο κυρίως για της χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Οι Γερμανοί tour operators περιλαμβάνουν μεγάλο αριθμό Vital Hotels στα προγράμματά τους με έμφαση τις Κανάριους Νήσους. Τα ιατρικά προγράμματα περιλαμβάνουν δερματολογία, αδυνάτισμα, παθολογία,

γυναικολογία, διατροφή, ρευματολογία, καρδιολογία, αποκατάσταση παθήσεων της πλάτης, καθώς επίσης και διάφορα προγράμματα για τον κάθε ασθενή ξεχωριστά. Οι βέλτιστες πρακτικές στην Ισπανία εντοπίζονται στον τομέα της οργάνωσης και λειτουργίας των κέντρων για medical wellness αλλά και στον τρόπο συνεργασίας στον τομέα του marketing με τους tour operators.

### **Τυνησία:**

Συγκρινόμενη με τις Ινδίες και την Ταϊλάνδη, η Τυνησία είναι σχετικά μικρός ιατρικός προορισμός ο οποίος απευθύνεται κυρίως στους Άγγλους, Ιταλούς και Γάλλους οι οποίοι θέλουν να αποφύγουν το μακρινό ταξίδι και να εκμεταλλεύονται το κλίμα και να απολαύσουν μια τουριστική χώρα.

Μοντέρνα ιατρικά κέντρα προσφέρουν κυρίως πλαστική χειρουργική, αισθητική καθώς επίσης και οδοντικές θεραπείες και εμφυτεύματα. Οι γιατροί και το νοσηλευτικό προσωπικό είναι Γαλλόφωνοι και αυτό το στοιχείο συμβάλλει καταλυτικά στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού υγείας από τη Γαλλία και το Βέλγιο. Κάθε χρόνο περισσότερο από 1 εκατομμύριο Γάλλοι τουρίστες επισκέπτονται την Τυνησία. Το Υπουργείο Υγείας της χώρας είναι αρμόδιο για τη ρύθμιση και την εποπτεία των τομέων υγείας της χώρας.

Στον τομέα της προβολής και προώθησης του τουρισμού υγείας ξεχωρίζει η συνεργασία όλων των φορέων για την προσφορά ολοκληρωμένων πακέτων που συνδυάζουν θεραπεία με διακοπές. Ενώ ο Οργανισμός Τουρισμού της Τυνησίας περιορίζεται στο να εκδίδει διαφημιστικά έντυπα για τον τουρισμό υγείας, ο ιδιωτικός τομέας προβάλλει κυρίως μέσω του διαδικτύου τα τουριστικά θέλγητρα της χώρας και τονίζει ιδιαίτερα την μετ' εγχειρητική ανάρρωση σε τουριστικά θέρετρα, ξενοδοχεία κλπ.

### **Πολωνία:**

Με την ένταξη της στην Ευρωπαϊκή Ένωση η Πολωνία και τα ιατρικά της κέντρα προβάλλουν έντονα τον τουρισμό υγείας και προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα ιατρικών και κυρίως χειρουργικών υπηρεσιών σε πολύ φθηνές τιμές. Απευθύνονται κυρίως στους Άγγλους και τις γειτονικές Ευρωπαϊκές χώρες. Η Πολωνία μαζί με την Κύπρο και την Ουγγαρία είναι οι πιο δημοφιλείς χώρες για Άγγλους τουρίστες Υγείας.

Ιδιαίτερα δημοφιλής είναι ο τομέας της οδοντιατρικής όπου το 40% των ενδιαφερόμενων αναζητούν οδοντιατρική και χειρουργική φροντίδα.

Η Πολωνία είναι ανταγωνιστική της Κύπρου στους τομείς της οδοντιατρικής και πλαστικής χειρουργικής αναφορικά με τις τιμές αλλά δεν προσφέρεται για διακοπές και σκοπούς αναψυχής. Στον τομέα της προβολής και πληροφόρησης τα ιατρικά κέντρα έχουν δικτυακή τεχνολογία και μέσα από την ιστοσελίδα προβάλλουν περισσότερες από 25 ειδικότητες σε 14 ιατρικά κέντρα σε 30 χώρες.

### **Ινδία:**

Η Ινδία είναι ίσως η πιο καλά οργανωμένη χώρα στον Τομέα του τουρισμού υγείας. Περίπου 500,000 τουρίστες υγείας από 55 χώρες επισκέπτονται ετησίως την Ινδία για διάφορες θεραπείες και ιατρικές υπηρεσίες. Το 2010 υπολογίζεται ότι τα έσοδα από τον τουρισμό υγείας θα φτάσουν το 1.5 δισεκατομμύρια δολάρια. Βασικά χαρακτηριστικά που προβάλλουν είναι η ασφάλεια, η εμπιστοσύνη και η εξαιρετική ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται. Μέσα από ειδική μπροσούρα του Οργανισμού τουρισμού και κάτω από το διαφημιστικό μήνυμα “Incredible India” προβάλλονται περισσότερα από 60 ιατρικά κέντρα που καλύπτουν τους τομείς της καρδιολογίας, ορθοπεδικής, minimally invasive surgery, ογκολογία, πλαστική χειρουργική και αισθητική και ολιστική θεραπεία.

Αξιόλογο χαρακτηριστικό είναι η ορθολογιστική ανάπτυξη και προβολή του τουρισμού υγείας με συντονισμένες ενέργειες. Ο Οργανισμός Τουρισμού έχει συντονιστικό και καταλυτικό ρόλο και περιορίζεται στην ενημέρωση και προβολή χωρίς να αναλαμβάνει ευθύνες επί ιατρικών θεμάτων ούτε κάνει συστάσεις σε συγκεκριμένα άτομα για συγκεκριμένες θεραπείες.

Η μπροσούρα “Incredible India The Global Health Destination” είναι πολύ ενημερωτική και περιλαμβάνει αναφορές από ασθενείς και τις εντυπώσεις τους καθώς επίσης και το βαθμό ικανοποίησης τους. Στον τομέα της προβολής πρωτοστατούν τα μεγάλα ιατρικά κέντρα του Apollo Group, του μεγαλύτερου ιατρικού οργανισμού της Ινδίας.

Διαφήμιση και ενημέρωση γίνεται μέσω του διαδικτύου αλλά και μέσω των τηλεφωνικών γραμμών υγείας που παρέχουν σχετικές πληροφορίες με στόχο να

καθησυχάσουν τις ανησυχίες των υποψηφίων επισκεπτών σχετικά με την ασφάλεια και ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών.

## **Συρία:**

Η Συρία προσφέρει σε χαμηλές τιμές οδοντιατρικές υπηρεσίες σε Κύπριους ασθενείς. Ενώ οι τιμές είναι πολύ ελκυστικές, εν τούτοις υπάρχει ερωτηματικό ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται.

## **Ισραήλ:**

Το Ισραήλ με τον εξειδικευμένο οργανισμό στον τομέα του Τουρισμού Υγείας προσφέρει Ιατρικές υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου. Εξειδικευμένη εταιρεία αποτελεί την πρώτη επαφή και καθοδηγεί τους ασθενείς να επιλέξουν τη θεραπεία τους και προσφέρει και υπηρεσίες VIP, ιατρικής Visa, διαμονής, μεταφορές κλπ. Οι υπηρεσίες είναι στους τομείς του infertility και fertility, παιδιατρική, ιατρική για ενήλικες. Γενικά καλύπτει ένα τεράστιο φάσμα εγχειρήσεων. Για το ταξίδι στο Ισραήλ προτείνουν τις πτήσεις της El AL ενώ το Υπουργείο Τουρισμού στηρίζει την προσπάθεια τους.

Πολλοί Κύπριοι επισκέπτονται το Ισραήλ για ιατρικούς λόγους λόγω του υψηλού επιπέδου της ιατρικής στη χώρα αυτή. Ένα άλλο στοιχείο είναι το IMED Tourism, το τουριστικό πρακτορείο του Ισραήλ. Εκτός από τις ιατρικές και ταξιδιωτικές υπηρεσίες η εταιρεία αυτή παρουσιάζει το Medical Tourism Guide το οποίο επεξηγεί βήμα προς βήμα τη διαδικασία που θα πρέπει να ακολουθήσει κάποιος ο οποίος αποφάσισε να μεταβεί στο εξωτερικό για θεραπεία. Προσφέρονται ολοκληρωμένα προγράμματα προσαρμοσμένα στις ανάγκες των ασθενών για ένα ευρύ φάσμα ιατρικών επεμβάσεων ενώ προτείνουν και τουριστικές υπηρεσίες όπως επίσης και follow up συμβουλές.

## **Κατεχόμενη Κύπρος**

Μέσα από την ιστοσελίδα Essential Cyprus προβάλλονται εναλλακτικές θεραπείες στις κατεχόμενες περιοχές ενώ στο [www.buzzbook.com](http://www.buzzbook.com) περιλαμβάνονται όσοι παρέχουν εναλλακτικές θεραπείες σε ξένους. Τα κατεχόμενα προβάλλονται για τεχνητή γονιμοποίηση και IVF θεραπεία. Το Cyprus IVF Centre όπως το αποκαλούν βρίσκεται στην περιοχή της Αμμοχώστου και το North Cyprus IVF στη Λευκωσία. Τα δύο αυτά κέντρα δημιουργήθηκαν το 2005 και 2001 αντίστοιχα και είναι συνδεδεμένα με το German Hospital IVF Centre στην Κωνσταντινούπολη. Πρόσφατα ένα μικρότερο IVF κέντρο άνοιξε στην Κερύνεια.

## **Ουγγαρία:**

Σ' ότι αφορά την αγγλική αγορά η Ουγγαρία είναι ανταγωνιστικός ιατρικός προορισμός για την Κύπρο στους τομείς της οδοντιατρικής και της αισθητικής χειρουργικής. Ενώ ο Οργανισμός Υγείας της Ουγγαρίας έθεσε υπό την αιγίδα του την προβολή και ανάπτυξη του τουρισμού υγείας της χώρας, εν τούτοις είναι τα ιατρικά κέντρα και οι μεσάζοντες που παρέχουν τις υπηρεσίες που αναλαμβάνουν το marketing των υπηρεσιών τους.

Το προϊόν της Ουγγαρίας είναι όπως της Κύπρου δηλαδή medical wellness, οδοντιατρική, αισθητική χειρουργική, με έντονη παρουσία και στα προγράμματα των Γερμανών tour operators. Τα διάφορα ιατρικά κέντρα αναθέτουν σε οργανισμούς την προβολή των ιατρικών υπηρεσιών που παρέχουν καθώς και λεπτομερή πληροφόρηση για τις θεραπείες, ενώ ένας ολοκληρωμένος και αναλυτικός οδηγός τουρισμού υγείας με πολλές πληροφορίες είναι διαθέσιμος για ενημέρωση από τους χρήστες στο διαδίκτυο.

Για ταξιδιωτικές υπηρεσίες οι μεσάζοντες προτείνουν κατ' ιδίαν διευθετήσεις για να εξασφαλίσουν οι ασθενείς πιο φθηνά. (αεροπορικά ναύλα). Σ' ότι αφορά το Medical Wellness στο Danubius Thermal Hotel στη Βουδαπέστη είναι καλό παράδειγμα λειτουργίας ξενοδοχείου με ιατρικό περιεχόμενο όπως eye surgery, dental work, heart evaluations.

Ο τουρισμός υγείας της Ουγγαρίας προβάλλεται έντονα σε τουριστικές εκθέσεις στη Γερμανία, Ελβετία και Αυστρία με συμμετοχή όσων προσφέρουν λύσεις σε προβλήματα υγείας.

## **Σιγκαπούρη:**

Η Σιγκαπούρη μπήκε δυναμικά στον τουρισμό υγείας και ήδη το 2006 450,000 τουρίστες αναζήτησαν θεραπεία στη χώρα. Στόχος είναι μέχρι το 2012 ο αριθμός να φθάσει το 1 εκατομμύριο. Δεν είναι φθηνός ιατρικός προορισμός σε σύγκριση με άλλες ασιατικές χώρες αλλά διαθέτει πολύ ψηλά επίπεδα υπηρεσιών. Από 20 συνολικά νοσοκομεία και ιατρικά κέντρα, 9 νοσοκομεία και 2 ιατρικά κέντρα είχαν διεθνή διαπίστευση JCI.

Η τουριστική υποδομή αλλά και προσφορά αραβικών φαγητών και τεμενών συνέβαλε στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας από τις αραβικές χώρες απ' όπου υπολογίζεται ότι κάθε μήνα 200 Άραβες από τη Μέση Ανατολή δέχονται ιατρική περίθαλψη στη Σιγκαπούρη.

Οι περισσότερες ιατρικές θεραπείες είναι στις ειδικότητες του καρκίνου του bone marrow μεταμοσχεύσεων ενώ πρόσφατα καθιερώθηκαν και τα medi-spas όπου παρέχονται ιατρικές περιθάλψεις και υπηρεσίες spa.

Στον τομέα του Marketing η Σιγκαπούρη οργανώνει ενημερωτικά ταξίδια για γιατρούς και δημοσιογράφους και συμμετέχει σε εκθέσεις και συνέδρια ενώ το διαδίκτυο παραμένει ο πιο αποτελεσματικός τρόπος προβολής και ενημέρωσης. Η Σιγκαπούρη είναι ανταγωνιστικός προορισμός για την Κύπρο όσο αφορά στις Αραβικές χώρες βέλτιστη πρακτική είναι το τουριστικό marketing για το οποίο διακρίνεται διεθνώς και το οποίο τα τελευταία χρόνια περιέλαβε και τον τουρισμό υγείας με έμφαση στο relationship marketing.

### **Μάλτα:**

Η Μάλτα δεν έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό σαν τουρισμός υγείας. Ο βασικός παροχέας ιατρικών υπηρεσιών είναι τα ιατρικά κέντρα St. James που προσφέρουν κυρίως θεραπείες για μάτια και αισθητική πλαστική χειρουργική. Στον τομέα του medical wellness η Μάλτα δεν περιλαμβάνεται στα προγράμματα των Γερμανών tour operators.

### **Νότιος Αφρική:**

Στη Νότιο Αφρική ξεχωρίζουν οι πλαστικές χειρουργικές επεμβάσεις στο Cape Town οι οποίες προσφέρονται υπό τύπο τουριστικού πακέτου Surgeon Safari. Το πακέτο περιλαμβάνει διαμονή σε πολυτελές ξενοδοχείο, πλαστική εγχείρηση, ανάρρωση, ανάπαυση και αφρικανικό σαφάρι. Με τον τρόπο αυτό οι ασθενείς αναρρώνουν μεταξύ αγνώστων και μετά επιστρέφουν στη χώρα τους. Η Νότιος Αφρική είναι ανταγωνιστικός προορισμός καθ' ότι όπως και στην περίπτωση της Κύπρου προβάλλει ιδιαίτερα το τουριστικό προφίλ της χώρας όπως το Surgeon and Safari. Άλλος λόγος είναι η ιδιαίτερη έμφαση που επιδεικνύεται στην πλαστική χειρουργική.

## **Μαλαισία:**

Μια πρακτική που έχει εφαρμόσει η Μαλαισία και που πρέπει να μελετηθεί είναι η καθιέρωση ενός τέτοιου συστήματος ασφάλειας και πιστοποίησης της ποιότητας ούτως ώστε όλα τα νοσοκομεία τα οποία προσφέρουν πακέτα τουρισμού υγείας να διαθέτουν πιστοποίηση από την Εταιρεία ποιότητας Malaysian Society for Quality.

## **Τσεχία:**

Η Τσεχία προβάλλει έντονα μέσω ειδικών ενθέτων σε τουριστικά περιοδικά κυρίως της Γερμανίας το medical wellness στα Ιαματικά Λουτρά της χώρας. Η πρωτοβουλία είναι του Οργανισμού Τουρισμού της χώρας ο οποίος εκδίδει και ειδικό έντυπο “Spa and wellness” ενώ μέσα από workshops προβάλλει το ιατρικό τουριστικό προφίλ της χώρας στον ευρωπαϊκό χώρο και μέσω του [www.czechspa.org](http://www.czechspa.org) στις αραβικές χώρες. Η Τσεχία θα αποτελέσει σύντομα ένα από τους κύριους ανταγωνιστές της Κύπρου όταν τα spa και wellness κέντρα στην Κύπρο μετατραπούν σε medical wellness όπως και της Τσεχίας.

## **Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα:**

Ενώ τα Η.Α.Ε είναι στόχος κυρίως ασιατικών χωρών που προσφέρουν ολοκληρωμένα ιατρικά πακέτα προσαρμοσμένα στις ιδιαίτερες ανάγκες των ασθενών από τα Εμιράτα εν τούτοις προχωρούν στην εξαγγελία νέων ιατρικών κέντρων για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας. Όπως π.χ Dubai Health Care City και το Khalefa Health Care City στο Abu Dhabi

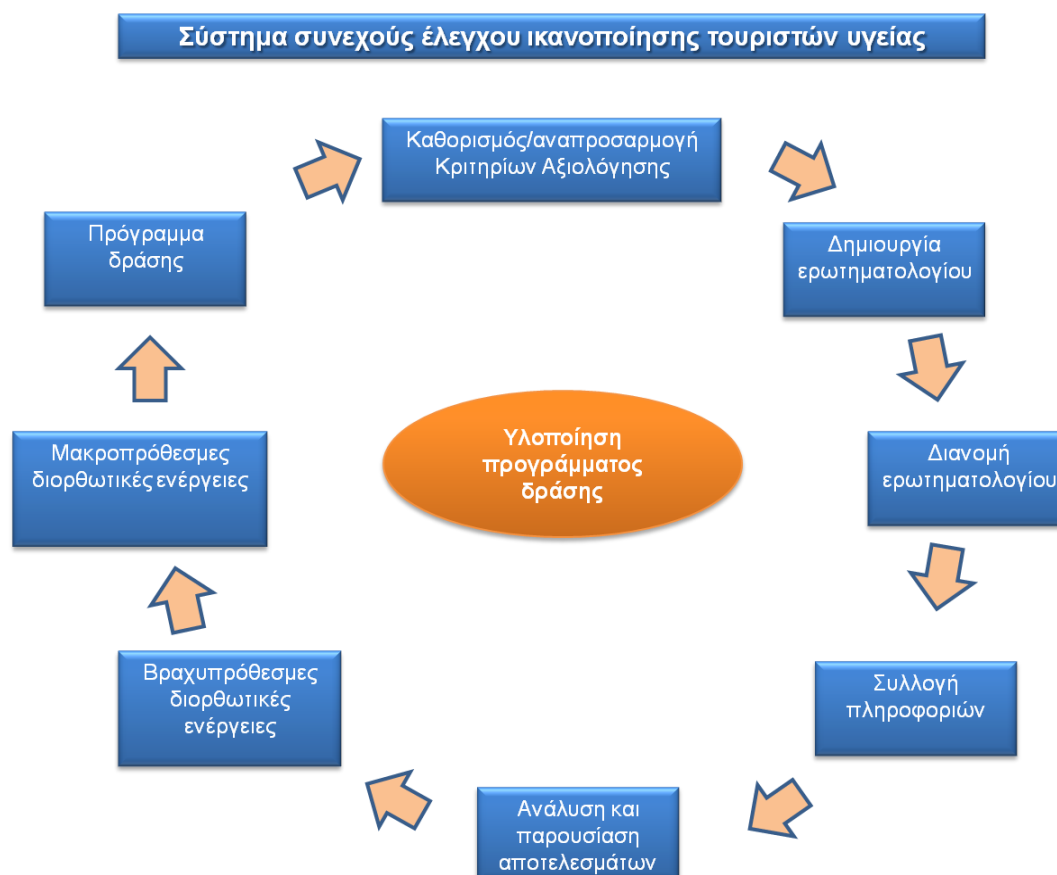
Το Dubai στοχεύει να γίνει διεθνές κέντρο πλαστικής χειρουργικής. Το Mayor Clinic των ΗΠΑ άνοιξε γραφείο στο Dubai και εξυπηρετεί ντόπιους οι οποίοι αν χρειαστεί αποστέλλονται στις ΗΠΑ.

Τα ΗΑΕ δημιούργησαν το Medical Tourism Center το οποίο παρέχει πληροφορίες για τον τουρισμό υγείας των αραβικών χωρών και είναι το κλειδί για επικοινωνία με τους παροχείς ιατρικών υπηρεσιών και ταξιδιωτικής εξυπηρέτησης και προσφέρει πακέτα περίθαλψης και διαμονής.



## 1 Θ. Τρόποι συνεχούς ελέγχου και ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας

Αναμφισβήτητα, η επιτυχία του κάθε προμηθευτή ιατρικών υπηρεσιών κρίνεται από το βαθμό ικανοποίησης των ασθενών του καθώς οι εμπειρίες των ασθενών θεωρούνται κριτήριο επιλογής από άλλους ασθενείς. Παρόλη την καθοριστική σημασία που έχει ο βαθμός ικανοποίησης του ασθενή, δεν υπάρχουν καταγραμμένες εμπειρίες οι οποίες μπορούν να θεωρηθούν ως βάση για τον καθορισμό πλαισίου συνεχούς έλεγχου και ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας. Παρόλο που οι παροχείς υπηρεσιών τουρισμού υγείας μπορεί να έχουν συστήματα ελέγχου και ικανοποίησης, πολύ πιθανό τα αποτελέσματα αυτά να παραμένουν εμπιστευτικά μόνο στον εκάστοτε οργανισμό. Παρόλα αυτά, η δημιουργία συστήματος συνεχούς έλεγχου, βελτίωσης και ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας είναι επιβεβλημένη και παραδείγματα προς σχεδιασμό και υλοποίηση τέτοιου συστήματος μπορούν να αντληθούν από άλλους τομείς παροχής υπηρεσιών όπως π.χ. ξενοδοχεία και αεροπορικές εταιρείες.



## 1. Καθορισμός Κριτηρίων Αξιολόγησης

Ο καθορισμός κριτηρίων αξιολόγησης πρέπει να γίνει με την εποπτεία ενός φορέα, πολύ πιθανόν του Φορέα Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας (ΦΠΥΥ) και με την συμβολή / συγκατάθεση όλων των παροχέων υπηρεσιών τουρισμού υγείας. Τα κριτήρια αξιολόγησης θα πρέπει να περιλαμβάνουν πληροφορίες που να υποδεικνύουν το μέγεθος της αγοράς (αυξητικές και μειωτικές τάσεις), ποιοτικά κριτήρια βάση αντίληψης της ποιότητας και κοστολόγησης καθώς και σύγκριση εμπειριών με την χώρα προέλευσης του ασθενή αλλά και με άλλες χώρες.

Υψίστης σημασίας είναι, η καθολική αποδοχή των κριτηρίων αξιολόγησης από όλους του φορείς που εμπλέκονται στον τουρισμό υγείας καθώς τα κριτήρια αξιολόγησης θα πρέπει αποτελέσουν βάση για το σχεδιασμό των ερωτηματολογίων προς τους ταξιδιώτες υγείας και τους εμπλεκόμενους φορείς ή εταίροι (π.χ. παραπέμποντες ιατρούς, ασφαλιστικές εταιρείες, εξειδικευμένους tour operators, medical coordinators). Κριτήρια αξιολόγησης μπορεί να είναι η πιστοποιημένη ποιότητα υπηρεσιών βάση Διεθνών Προτύπων, το κόστος θεραπείας, η εξυπηρέτηση του προσωπικού κ.α.

## 2. Δημιουργία διανομή και συλλογή ερωτηματολογίου

Αφού ο αρμόδιος φορέας συλλέξει τα καταληκτικά κριτήρια αξιολόγησης, θα συντάξει δύο ερωτηματολόγια, ένα για τους μεσάζοντες τουρισμού υγείας και ένα για τους ταξιδιώτες υγείας. Η διανομή του ερωτηματολογίου θα πρέπει να γίνει από τον αρμόδιο Φορέα στους μεσάζοντες υπηρεσιών τουρισμού υγείας και σε οποιονδήποτε παρέχει υπηρεσίες τουρισμού υγείας, όπως νοσοκομεία, κλινικές και ιδιώτες ιατρούς. Ο αρμόδιος Φορέας θα πρέπει να έχει την εποπτεία της διανομής και συλλογής των ερωτηματολογίων. Είναι αναγκαίο από τον φορέα να παροτρύνει συνεχώς τους παροχείς να διανέμουν τα ερωτηματολόγια στους ασθενείς και στους μεσάζοντες υπηρεσιών υγείας. Η συλλογή του ερωτηματολογίου θα πρέπει να γίνεται από τον Φορέα σε περίοδο 12 μηνών.

### 3. Ανάλυση και παρουσίαση αποτελεσμάτων

Προτείνεται όπως η ανάλυση και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων να διενεργείται από ανεξάρτητο συμβουλευτικό οίκο στους παροχείς υπηρεσιών υγείας και στις αρμόδιες αρχές. Η επιλογή του συμβουλευτικού οίκου πρέπει να γίνεται με διαφανείς διαδικασίες και να είναι αποδεχτές από τα μέλη του Φορέα.

### 4. Διορθωτικές ενέργειες

Μέσα από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου θα προκύψουν προοπτικές βελτίωσης για το πλαίσιο παροχής ιατρικών υπηρεσιών, τις υποδομές και τους παροχείς υπηρεσιών υγείας. Οι προοπτικές βελτίωσης που θα μπορούν να υλοποιηθούν θα πρέπει να χωριστούν σε βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες. Όταν οι συμβαλλόμενοι αποδεχτούν τις προοπτικές βελτίωσης θα πρέπει να συνταχθεί «Πρόγραμμα Δράσης» από τα συμβαλλόμενα μέρη και ο Φορέας θα πρέπει έχει και την εποπτεία υλοποίησής του.

### Πρακτική Εφαρμογή και διασφάλιση υλοποίησης του συστήματος.

Είναι πεποίθηση μας ότι η εφαρμογή συστήματος ελέγχου και ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας εμπεριέχει δύο πρακτικές δυσκολίες: Η πρώτη είναι η συλλογή των κατάλληλων πληροφοριών. Το γεγονός ότι εμπλέκονται πολλοί φορείς στην όλη διαδικασία, νοσοκομεία, κλινικές, ασφαλιστικές εταιρείες, εξειδικευμένοι tour operators, κλπ, δημιουργεί πρόβλημα ως προς το ποιός θα είναι υπεύθυνος για την υλοποίηση του συστήματος. Η δεύτερη δυσκολία αφορά την ικανοποίηση των ταξιδιωτών υγείας και τη διαβεβαίωση ότι τα στοιχεία που θα καταγραφούν είναι σωστά και ασφαλή ώστε να είναι αντικειμενικά και χωρίς καμία επιρροή.

Για το σκοπό αυτό εισηγούμαστε όπως το σύστημα ελέγχου να είναι ηλεκτρονικό και να συμπληρώνεται από τους ασθενείς στο δικό τους ιδιωτικό χρόνο και χώρο διασφαλίζοντας έτσι την αντικειμενικότητα των δεδομένων για ασφαλή και χρήσιμα συμπεράσματα. Φυσικά η υλοποίηση και η επιτυχία του συστήματος αυτού θα εξαρτηθεί από τη σωστή προβολή ώστε ο ταξιδιώτης υγείας να γνωρίζει για την υπηρεσία αυτή.

## **1 I. Εισηγήσεις για μόνιμους τρόπους παρακολούθησης θεμάτων τουρισμού υγείας**

Οι εξελίξεις στον τομέα τουρισμού υγείας είναι ραγδαίες και αλλάζουν καθημερινά. Η παγκόσμια μορφή του και η εμπλοκή οργανισμών απ' όλη την υφήλιο καθιστά την όλη προσπάθεια παρακολούθησης θεμάτων τουρισμού υγείας δύσκολη. Η τεχνολογία όμως σήμερα μπορεί να αποτελέσει την απάντηση σε αυτές τις προκλήσεις. Η εισήγηση μας αφορά τη δημιουργία **ηλεκτρονικής πλατφόρμας** η οποία θα τροφοδοτείται με θέματα τουρισμού υγείας σε εικοσιτετράωρη βάση και θα είναι συνδεδεμένη με παρόμοιες πλατφόρμες του εξωτερικού - alert news – και φορείς που απασχολούνται στον τομέα. Επίσης κατά την άποψη μας θα πρέπει να υπάρχει διασύνδεση με το σύστημα ελέγχου των ταξιδιωτών υγείας για να υπάρχει η σωστή ανάλυση και ασφαλής εξαγωγή συμπερασμάτων.

## **1 K. Καινοτόμες ιδέες για οργάνωση και ανάπτυξη τουρισμού υγείας στην Κύπρο**

Σε προηγούμενο μέρος της μελέτης καταγράφηκαν ολοκληρωμένες και τεκμηριωμένες εισηγήσεις και ιδέες αναφορικά με την προώθηση, την οργάνωση και την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Είναι σχεδόν σίγουρο πως η υλοποίηση των εισηγήσεων θα συμβάλει καταλυτικά στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Στις παραπάνω εισηγήσεις προσθέτουμε σε αυτό το σημείο της μελέτης κάποιες καινοτόμες ιδέες για ανάπτυξη του τουρισμού υγείας οι οποίες συμπληρώνουν τον κατάλογο προτάσεων που καταγράφηκε παραπάνω. Αρχικά θα πρέπει να αναφερθεί η ανάγκη για ηλεκτρονική προβολή συνδεδεμένη με άμεση επικοινωνία και ανταπόκριση σε ερωτήματα χρηστών διαδικτύου επί καθημερινής βάσης. Επίσης μπορεί να τροχοδρομηθεί η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου διαδικτυακού φόρουμ για τον τουρισμό υγείας στο οποίο θα αναφέρονται πληροφορίες για τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει η Κύπρος και διάφορα πακέτα τιμών. Η ιστοσελίδα αυτή θα πρέπει να διαφημίζεται σε όλες τις άλλες ιστοσελίδες σχετικές με τον τουρισμό υγείας, καθώς επίσης να αποτελέσει μέρος της διαφημιστικής εκστρατείας του ΚΟΤ στο εξωτερικό. Η συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια και ημερίδες για συγκεκριμένες θεραπείες χώρες και ειδικότητες σε συγκεκριμένες χώρες, θα αποτελέσει σίγουρα ένα επιπλέον ενισχυτικό μέτρο στις προσπάθειες ανάπτυξης και οργάνωσης του τουρισμού υγείας. Η έμφαση στην προβολή του προϊόντος με έντυπο υλικό, μπροσούρες και προβολή

οπτικοακουστικού υλικού, προσθέτει περαιτέρω αμεσότητα και προσελκύει τον καταναλωτή και στην προκειμένη περίπτωση τον ταξιδιώτη υγείας να ενημερωθεί για τις υπηρεσίες που μπορεί να του προσφέρει η Κύπρος στον τομέα της υγείας.

## Παραδοτέο 2: Υφιστάμενη Υποδομή και Ανάπτυξη – Ενθάρρυνση νέων επενδύσεων

### 2 Α. Σύνοψη πορισμάτων επαφών με εμπλεκόμενους φορείς στον τομέα του τουρισμού

Μέσα στα πλαίσια της καταγραφής απόψεων από φορείς που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό υγείας στην Κύπρο πραγματοποιήσαμε αριθμό συναντήσεων με φορείς όπως το τμήμα Πολεοδομίας, ο Σύνδεσμος Προώθησης Επενδύσεων στην Κύπρο, το Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και Τουρισμού καθώς επίσης και ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων Κύπρου. Οι συναντήσεις στόχευαν στη συζήτηση, ανταλλαγή απόψεων αλλά και καταγραφή των εισηγήσεων και προτάσεων των παραπάνω φορέων, ούτως ώστε να αναλυθούν και να αξιοποιηθούν στη διαμόρφωση της παρούσας στρατηγικής. Αξίζει να σημειωθεί πως οι απόψεις για την προώθηση της Κύπρου σαν ιατρικός τουριστικός προορισμός ποικίλουν.

Το Γραφείο Προγραμματισμού έχει εκπονήσει δική του μελέτη στα θέματα τουρισμού υγείας το 2008. Σε συνάντησή μας με τον λειτούργα από το υπουργείο εμπορίου, έχουμε αναφέρει τα αποτελέσματα των ερευνών μας και τα προτεινόμενα σχέδια δράσης που συμπεριλαμβάνονται στην στρατηγική μας. Η θέση βασικά του γραφείου προγραμματισμού είναι ότι θεωρούν και οι ίδιοι τον τομέα του τουρισμού υγείας ένα αναπτυσσόμενο τομέα όπου η Κύπρος δεν μπορεί να αγνοήσει. Το γραφείο είναι διατεθειμένο να εμπλακεί σε διάλογο με τους διάφορους φορείς ιδιαίτερα για την συμπερίληψη ενεργειών και προγραμμάτων στον τομέα του τουρισμού υγείας στον προγραμματισμό που θα υλοποιηθεί την επταετία που θα αρχίσει το 2014.

Το Cyprus Investment Promotion Agency (CIPA) Σύνδεσμος Προώθησης Επενδύσεων στην Κύπρο ιδρύθηκε το 2007 με απόφαση του Υπουργικού Συμβουλίου. Αποτελεί μη κερδοσκοπικό οργανισμό που χρηματοδοτείται από την κυβέρνηση της Κυπριακής Δημοκρατίας. Το τρίπτυχο των στόχων και σκοπών του οργανισμού εστιάζεται κυρίως **α)** στην προβολή της Κύπρου ως ένα ελκυστικό διεθνές επενδυτικό κέντρο σε υψηλής προτεραιότητας τομείς ανάπτυξης, **β)** στην προώθηση της απαιτούμενης μεταρρύθμισης στην Κύπρο ούτως ώστε να βελτιωθεί το επιχειρηματικό και ρυθμιστικό περιβάλλον και η υποδομή, **γ)** να παρέχει στήριξη

στους επενδυτές μετά από τις επενδύσεις καθώς επίσης και υπηρεσίες περαιτέρω ανάπτυξης.

Ο CIPA εκτιμά ότι υπάρχει **έντονο ενδιαφέρον από επενδυτές του εξωτερικού για επενδύσεις στην Κύπρο σε τομείς τουρισμού υγείας**. Επιπλέον, είναι σε θέση να συμβάλει στην προώθηση του τουρισμού υγείας στην Κύπρο, μέσω της συμμετοχής και παρέμβασης του σε διάφορα διεθνή φόρα και οργανισμούς, αλλά και μέσω της προβολής της Κύπρου ως ελκυστικού διεθνούς επενδυτικού προορισμού για θέματα υποδομής τουρισμού υγείας και ανέγερσης ιατρικών κέντρων. Σημαντικό στοιχείο και προϋπόθεση που συμβάλλει στην πιο εποικοδομητική προώθηση και ανάπτυξη του τουρισμού υγείας είναι η ανάγκη μιας πιο στενής συνεργασίας μεταξύ ΚΟΤ και CIPA ούτως ώστε να ενισχυθεί η προβολή της Κύπρου σε επενδυτές και επιχειρήσεις του εξωτερικού. Ο CIPA εκτιμά ότι θα πρέπει να επιχειρηθεί μια συλλογική στρατηγική προώθησης σε άλλες χώρες που να είναι αποτελεσματική και να καλύπτει το πλαίσιο προϋποθέσεων επένδυσης που ψάχνουν οι επενδυτές. (αξιοπιστία, αποτελεσματικότητα κόστους).

Ο Γενικός Διευθυντής του CIPA υπογραμμίζει το πρόβλημα και τη δυσκολία της εξεύρεσης κατάλληλης γης με συντελεστή δόμησης πέραν του 10%, για προσέλκυση επενδύσεων και ανέγερση ιατρικών κέντρων τα οποία να αξιοποιηθούν για τις ανάγκες του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Επιπλέον αναφέρει πως για την εξεύρεση και αξιοποίηση της γης που απαιτείται για την προσέλκυση επενδύσεων για δημιουργία μεγάλων ιατρικών κέντρων, χρειάζεται ένας ολοκληρωμένος πολεοδομικός σχεδιασμός που να προνοεί και να διευκολύνει την ανάπτυξη και ανέγερση ιατρικών κέντρων. Αξίζει να σημειωθεί πως για την ανέγερση τέτοιων ιατρικών κέντρων, θα πρέπει να παραχωρηθούν διάφορα κίνητρα που να διευκολύνουν τους επενδυτές να προχωρήσουν στο κτίσιμο των κέντρων αυτών. Συγκεκριμένα, τα βασικά κίνητρα θα πρέπει να έχουν πολεοδομικό χαρακτήρα και να παρέχουν τις σχετικές ελαφρύνσεις όσον αφορά στο συντελεστή δόμησης.

Το τμήμα Πολεοδομίας μπορεί να διαδραματίσει ουσιαστικό ρόλο στις προσπάθειες για δημιουργία της απαραίτητης υποδομής για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Γίνεται σαφές πως το υπάρχον νομοθετικό και χωροθετικό πλαίσιο θέτει σημαντικούς περιορισμούς στην προσπάθεια προσέλκυσης επενδύσεων και ανέγερσης ιατρικών κέντρων. Το οποιοδήποτε ιατρικό κέντρο για να ανεγερθεί πρέπει να πληροί σημαντικές προδιαγραφές που εμπίπτουν στο υφιστάμενο

χωροθετικό πλαίσιο, όπως η ανέγερση του κέντρου στη σωστή πολεοδομική ζώνη. Το συμπέρασμα από τις συναντήσεις με την Πολεοδομία πηγάζει από το γεγονός ότι κάθε περίπτωση ανέγερσης ιατρικού κέντρου ή ακόμα και η αλλαγή χρήσης των ξενοδοχειακών μονάδων και μετατροπή τους σε ιατρικά κέντρα έχει τις ιδιαιτερότητές της και πρέπει να προσεγγίζεται και να αντιμετωπίζεται ξεχωριστά. Υπάρχουν περιπτώσεις όπου μπορούν να παραχωρηθούν ελαφρύνσεις για ανέγερση έργων φτάνει να ακολουθηθεί σχετική διαδικασία και να παραπεμφθεί το αίτημα στο συμβούλιο παρεκκλίσεων για εξέταση. Η διαδικασία αυτή όμως είναι χρονοβόρα με αποτρεπτικές συνέπειες για πιθανούς επενδυτές. Η συνάντηση ανέδειξε την ανάγκη δημιουργίας και εφαρμογής άμεσων και συνοπτικών διαδικασιών για έργα που αφορούν τουρισμό υγείας. Θέση την οποία συμφωνεί και η πολεοδομία η οποία είναι υπέρ της ανάπτυξης διαλόγου με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη με σκοπό την εξεύρεση μεθόδου αποτελεσματικών διαδικασιών.

Πέρα από τα ισχύοντα μέτρα υπάρχει προοπτική για περαιτέρω πολεοδομική ελάφρυνση των μέτρων για ανέγερση έργων τουρισμού υγείας. Η αύξηση υπό προϋποθέσεις του συντελεστή δόμησης και η παραχώρηση σημαντικών πολεοδομικών κινήτρων για ανέγερση έργων που θα αξιοποιούνται για τις ανάγκες του τουρισμού υγείας στην Κύπρο είναι μέτρα τα οποία πρέπει να συζητηθούν από τους εμπλεκόμενους φορείς με πραγματοποίηση συναντήσεων και λήψη αποφάσεων αναφορικά με τα κίνητρα και την πολιτική που θα ακολουθηθεί στο θέμα της παραχώρησης πολεοδομικών κινήτρων.

Μετά από συνάντηση διερευνητικού χαρακτήρα που πραγματοποιήσαμε με το Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και συγκεκριμένα με τον Κλάδο Προώθησης Υπηρεσιών, διαφάνηκε ότι το Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και Τουρισμού εναποθέτει τις προσπάθειες ανάπτυξης του τουρισμού υγείας στην Κύπρο στον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμό με τον οποίο έχει στενή συνεργασία. Γίνεται σαφές πως το Υπουργείο αναγνωρίζει πως ο ρόλος προώθησης της Κύπρου σαν ιατρικός προορισμός ανήκει στον ΚΟΤ. Το Υπουργείο πολλές φορές χρηματοδοτεί σεμινάρια και ημερίδες που πραγματοποιούνται για τον τουρισμό υγείας και συνεισφέρει με επαφές που γίνονται με δημοσιογράφους για ενημέρωση. Όπως απορρέει από τη συνάντηση με το Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και Τουρισμού, ο ρόλος και η εμπλοκή του Υπουργείου στην προώθηση του τουρισμού υγείας θα μπορούσε να αναβαθμιστεί και να γίνει πιο έντονος ούτως ώστε να συμμετέχει πιο ενεργά στις



προσπάθειες που επιχειρούνται ασκώντας ένα πιο εποικοδομητικό ρόλο πέρα της χρηματοδότησης σεμιναρίων.

Σε συνάντηση με το Κέντρο Εξυπηρέτησης Ξένων Επενδύσεων του Υπουργείου Εμπορίου, μας ενημέρωσαν για την υπηρεσία «Μονοθυριδικής Πρόσβασης» για κύπριους και ξένους επενδυτές παρέχοντας έξι διαφορετικές υπηρεσίες μέσω μιας διαδικτυακής πύλης, για επιλεγμένα έργα. Στόχος είναι η επιτάχυνση των διαδικασιών που απαιτούνται για την σύσταση κυπριακών εταιρειών περιορίζοντας έτσι την γραφειοκρατία αφού αναμένεται η όλη διαδικασία να εκπληρώνεται εντός τριών μηνών.

Θεωρούμαι ότι η υπηρεσία αυτή συνάδει με την ανάγκη καταπολέμησης της γραφειοκρατίας που αποτελεί γάγγραινα για όλες τις προσπάθειες ανάπτυξης νέων επενδύσεων στην Κύπρο.

Ειδικά για τα έργα που αφορούν τον τουρισμό υγείας και μέσα από την ανάλυση που προκύπτει, ο ρόλος του Υπουργείου Εμπορίου μπορεί να αναβαθμιστεί και να γίνει πιο έντονος και εποικοδομητικός με

- την συμπερίληψη των ιατρικών/διαγνωστικών και προληπτικών θεραπειών στις υπηρεσίες Μονοθυριδικής Πρόσβασης».
- την συμπερίληψη της πολεοδομίας στις προσφερόμενες υπηρεσίες της «Μονοθυριδικής Πρόσβασης».
- την συμπερίληψη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που ασχολούνται με έργα τουρισμού υγείας μέσα στις επιχειρήσεις που δικαιούνται να λαμβάνουν υποστήριξη.
- το Υπουργείο Εμπορίου και βιομηχανίας να προωθήσει τον τουρισμό υγείας δίνοντας τα απαραίτητα κίνητρα για συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις που αφορούν τον τουρισμό υγείας.

Επιπλέον, πραγματοποιήσαμε συνάντηση και με τον Παγκύπριο Σύνδεσμο Ξενοδόχων, του οποίου η βούληση για συμβολή στην όλη προσπάθεια κρίνεται πολύ ενθαρρυντική. Ο ΠΑΣΥΞΕ ως ο εκφραστής των ξενοδόχων και της ξενοδοχειακής βιομηχανίας μας ανέλυσε τις τάσεις που επικρατούν στην ξενοδοχειακή βιομηχανία και μας μετέφερε διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ξενοδόχοι όσον

αφορά την εποχικότητα. Αξίζει να σημειωθεί πως για την καταγραφή των απόψεων των ξενοδόχων καταρτίστηκε σχετικό ερωτηματολόγιο το οποίο στάλθηκε στα μέλη του ΠΑΣΥΞΕ οι απόψεις των οποίων συμβάλλουν στη διαμόρφωση των προτάσεων μας. Ο ΠΑΣΥΞΕ έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την υπό δημιουργία στρατηγική τουρισμού υγείας. Θεωρεί ότι οι προσπάθειες που επιχειρούνται είναι προς τη σωστή κατεύθυνση και κατέθεσε τη βούληση και πρόθεση του ως σύνδεσμος να συμβάλει στο μέτρο των δυνατοτήτων του στην προσπάθεια που επιτελείται. Ωστόσο, εξέφρασε και τις ανησυχίες του αναφορικά με την υλοποίηση της στρατηγικής παραπέμποντας σε ειλημμένες αποφάσεις που ακόμη δεν υλοποιήθηκαν λόγω γραφειοκρατικών διαδικασιών (π.χ. σχέδιο απόσυρσης κλινών από το 2006). Ως εκ τούτου, ευελπιστεί ότι η υλοποίηση του στρατηγικού σχεδιασμού πρέπει να είναι αποτελεσματική και θεωρεί πως πρέπει να υπάρξουν μηχανισμοί ελέγχου της υλοποίησης της στρατηγικής. Ο ΠΑΣΥΞΕ θεωρεί σημαντικό στοιχείο την εφαρμογή ενός εξειδικευμένου συστήματος πιστοποίησης της ποιότητας υπηρεσιών όλων όσων εμπλέκονται σε υπηρεσίες τουρισμού υγείας. Αναφορικά με την ανάγκη δημιουργίας Boutique Hotels τα οποία προσελκύσουν σε μεγάλο βαθμό ταξιδιώτες υγείας και εξυπηρετούν τις ανάγκες του τουρισμού υγείας, ο ΠΑΣΥΞΕ μας ενημέρωσε πως ήδη συζητείται η διαμόρφωση ενός νομοθετικού πλαισίου που θα επιτρέπει τη δημιουργία Boutique Hotels.

## **2 Β. Συγκεκριμένα χαρακτηριστικά ενός ιατρικού έργου (project) τουριστικού ενδιαφέροντος**

Τα χαρακτηριστικά ενός έργου προσέλκυσης ταξιδιωτών Υγείας πρέπει και μπορούν να καθοριστούν μέσα από τα έργα (Projects) στον Διεθνή χώρο όπου σήμερα εξυπηρετούν ταξιδιώτες υγείας είναι αποδεκτά από Διεθνή ασφαλιστικές εταιρείες και tour operators και μπορούν να αποτελέσουν παραδείγματα ιατρικών έργων. Μέσα από την έρευνα την οποία πραγματοποιήσαμε έχουμε εντοπίσει τα χαρακτηριστικά των έργων αυτών τα οποία φαίνονται στον πίνακα πιο κάτω:

	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ
I	Νέο Έργο σε νέες κτιριακές εγκαταστάσεις ειδικά για τον σκοπό αυτό (Purpose Built Building)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 75% χρήση από ταξιδιώτες Υγείας</li> <li>• Άδεια Νοσηλευτηρίου <b>ΑΝ χρειάζεται</b></li> <li>• Επένδυση 100% για αγορά ιατρικού εξοπλισμού</li> <li>• Επένδυση 100% για την κατάλληλη κτιριακή υποδομή.</li> <li>• Διαπίστευση υπηρεσιών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κέντρο ολιστικής φροντίδας</li> <li>• Κέντρο αποκατάστασης</li> <li>• Κλινική εμφύτευσης μαλλιών</li> </ul>
II	Τουριστικά καταλύματα που επιθυμούν να προσφέρουν διαμονή σε ταξιδιώτες υγείας	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% επένδυση σε κατάλληλη κτιριακή υποδομή (ράμπες, ιατρείο πρώτων βοηθειών κλπ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ξενοδοχείο κοντά σε νοσοκομείο/κλινική</li> </ul>
II	Αλλαγή χρήσης ξενοδοχείου και μετατροπή σε χώρο παροχής υπηρεσιών τουρισμού υγείας	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 75% χρήση από ταξιδιώτες Υγείας</li> <li>• Άδεια Νοσηλευτηρίου <b>ΑΝ χρειάζεται</b></li> <li>• Επένδυση 100% για την κατάλληλη κτιριακή υποδομή.</li> <li>• Διαπίστευση υπηρεσιών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κλινική με άδεια Νοσηλευτηρίου</li> <li>• Κέντρο αποκατάστασης</li> <li>• Κέντρα Best Agers</li> <li>• Φωτοθεραπευτικό Κέντρο</li> </ul>
III	Υφιστάμενα καταλύματα (π.χ Ξενοδοχεία, hotel Apartments) τα οποία παραμένουν σαν τουριστικά καταλύματα και προσθέτουν υπηρεσίες για προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας χωρίς να αλλάξουν χρήση, αντιμετωπίζοντας και την εποχικότητα.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ΜΟΝΟ για υπηρεσίες που δεν χρειάζονται Άδειες Νοσηλευτηρίων ή/και εμπίπτουν στους όρους άλλων συναφή άδειων λειτουργίας π.χ Φυσιοθεραπευτηρίων</b></li> <li>• Χρήση ιατρικών υπηρεσιών κυρίως από Οκτ – Απρίλιο</li> <li>• Επένδυση 100% για την κατάλληλη κτιριακή υποδομή.</li> <li>• Διαμόρφωση χώρου παροχής ιατρικών Υπηρεσιών (Health Centre)</li> <li>• Διαπίστευση του Health centre (Κέντρου Υγείας)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Υφιστάμενο ξενοδοχείο όπου δημιουργεί Κέντρο Υγείας με σκοπό την παροχή υπηρεσιών IVF</li> </ul>

		<p>με Διεθνή Πρότυπα</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% επένδυση για το Health centre.</li> </ul>	
IV	Υφιστάμενα ή/και νέα τουριστικά καταλύματα οι υπηρεσίες των οποίων μπορούν να προσφερθούν με βάση τις υφιστάμενες νομοθεσίες (π.χ. περι ιδιωτικών νοσηλευτηρίων νόμος του 2001)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Συγκεκριμένα χαρακτηριστικά λόγω τοποθεσίας, υψόμετρο κλπ (π.χ για άσθμα, ρευματισμούς , κλπ)</li> <li>• 100% επένδυση σε εξοπλισμό και διαμόρφωση χώρου για προσφορά ιατρικών υπηρεσιών.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boutique Hotels,</li> <li>• Αγροτουριστικά καταλύματα δίπλα από κέντρα υγείας.</li> </ul>
V	Ξενοδοχεία με medical SPA (Νέα καταλύματα ή μετατροπή από SPA σε medical SPA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εγκαταστάσεις και στελέχωση στην βάση Διεθνή προτύπων για medical spa. (Διαπίστευση)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ξενοδοχείο με medical spa</li> </ul>

Αναμένεται ότι όλα τα έργα που θα προταθούν θα διασφαλίζουν τα πιο κάτω:

- Το κατάλυμα πρέπει να καθορίζει ξεκάθαρα τις ιατρικές θεραπευτικές/προληπτικές/διαγνωστικές υπηρεσίες που προσφέρει
- Να αναφέρει τις ειδικότητες των στελεχών που απαιτούνται.
- Το κατάλυμα πρέπει να διατηρεί τον απαραίτητο εξοπλισμό αναλόγως της ειδικότητας/υπηρεσιών που προσφέρει.
- Το κατάλυμα πρέπει να παρέχει στο προσωπικό του τον απαραίτητο βασικό προστατευτικό εξοπλισμό αναλόγως των υπηρεσιών που προσφέρει
- Εάν το κατάλυμα χορηγεί φάρμακα θα πρέπει να διατηρεί φαρμακείο που θα καταγράφονται οι συνταγές και οι οδηγίες χορήγησης και θα πρέπει να διασφαλίζει την σωστή διαχείριση, διατήρηση και ασφαλή φύλαξη τους.
- Το προσωπικό το οποίο θα ασχολείται με παροχή ιατρικών/θεραπευτικών υπηρεσιών θα πρέπει να είναι τουλάχιστο **πιστοποιημένος γνώστης** των βασικών τεχνικών αναζωογόνησης (Basic Life Support-BLS certified)
- Το κατάλυμα πρέπει να διατηρεί εξοπλισμό αναζωογόνησης ο οποίος θα πρέπει να συντηρείτε βάση των οδηγιών του κατασκευαστή

- Το κατάλυμα πρέπει να αναγνωρίσει τη απόσταση των κοντινότερων νοσοκομείων με 24/7 κάλυψη επειγόντων περιστατικών
- Το κατάλυμα πρέπει να είναι εφοδιασμένο με πιστοποιητικό πυρασφαλείας
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να διατηρεί εξοπλισμό που διασφαλίζει απρόσκοπτη παροχή ρεύματος
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να διατηρεί βιβλία συχνής συντήρησης μηχανημάτων
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να διατηρεί τα απαραίτητα έγγραφα με τα οποία θα διασφαλίσει στον ασθενή/ταξιδιώτη υγείας την ασφαλή διατήρηση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να διατηρεί τα απαραίτητα έγγραφα και διαδικασίες με βάση τα Διεθνή Πρότυπα.
- Η διοίκηση του καταλύματος θα πρέπει να διατηρεί φάκελο και αρχείο για ασθενείς/ταξιδιώτες υγείας
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να διατηρεί τα απαραίτητα έγγραφα που ο ασθενής θα δίνει την συγκατάθεση του για την υπηρεσία/θεραπεία που θα λάβει γνωστοποιώντας του, όλους τους κινδύνους που είναι πιθανόν να προκύψουν
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να παραχωρεί στον ασθενή/ταξιδιώτη υγείας γραπτός, σε γλώσσα που να κατανοεί, επαρκή πληροφόρηση για τις ενέργειες που θα πρέπει να ακολουθήσει με την επιστροφή στον χώρο διαμονής του και την χρονική περίοδο επανεξέτασης του
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να φροντίζει όπου χρειάζεται συνεχής υπηρεσίες μετάφρασης για τον ασθενή
- Η διοίκηση του καταλύματος πρέπει να διασφαλίζει την τήρηση θρησκευτικών και διατροφικών ιδιαιτεροτήτων του ασθενή/ταξιδιώτη υγείας διαφορετικής κουλτούρας

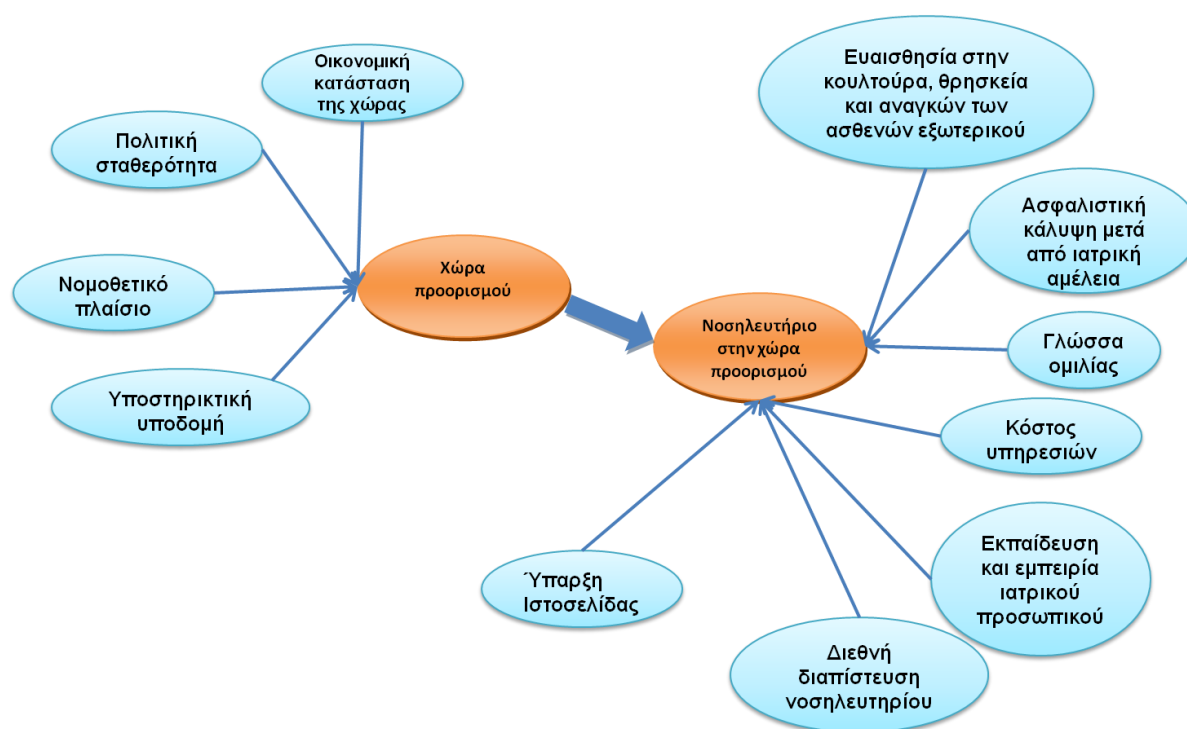
Η επιτυχία ενός ιατρικού έργου τουριστικού ενδιαφέροντος θα καθοριστεί από την επιλεκτικότητα που θα τύχει από τους ασθενείς, επενδυτές που θα το υλοποιήσουν και το προσωπικό που θα προσελκύσει. Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά τα οποία θα το συνθέτουν θα καθορίζουν την ανταγωνιστικότητα του έναντι άλλων παρόμοιων έργων του εξωτερικού. Σημαντικοί είναι και οι εξωγενείς παράγοντες οι οποίοι περιβάλλουν το ιατρικό έργο, όπως το νομοθετικό πλαίσιο το οποίο περιβάλλει τον τομέα της υγείας, η υποδομή της χώρας, η γλώσσα επικοινωνίας κ.α. Η ανάδειξη των κύριων χαρακτηριστικών ενός ιατρικού project τουριστικού ενδιαφέροντος γίνεται με

γνώμονα τις ανάγκες των ασθενών που θα ταξιδέψουν σε μια άλλη χώρα για να λάβουν την θεραπεία τους προτείνοντας επίσης, επιπρόσθετες υπηρεσίες στα νοσηλευτήρια και αλλαγές που πρέπει να γίνουν έτσι ώστε, η Κύπρος να γίνει πιο ανταγωνιστική σε αυτό τον τομέα.

### **Το μοντέλο απόφασης των ασθενών που είναι διευθετημένοι να ταξιδέψουν για να λάβουν θεραπεία**

Ο Friedman (2005) αναφερόμενος στους Schroth και Khawaja (2007) για την Παγκοσμιοποίηση της Υγείας ανέφερε ότι ο κόσμος είναι επίπεδος. Η προσβασιμότητα των ασθενών σε νοσηλεία που βρίσκεται εκτός από την χώρα διαμονής έγινε πολύ πιο εύκολη από ότι ήταν στο παρελθόν και με πολλαπλάσιες επιλογές.

Το μοντέλο απόφασης των ασθενών για να επιλέξουν σε ποια χώρα και σε ποιο νοσηλευτήριο θα νοσηλευτούν, όπως αναφέρθηκε από τους Smith και Forgione (2007), χωρίζεται σε δυο στάδια. Πρώτο, «ποιά είναι η χώρα στην οποία θα ταξιδέψουν για να λάβουν την θεραπεία τους» και δεύτερο «ποιοί θα είναι το νοσηλευτήριο στο οποίο θα λάβουν την θεραπεία τους». Σε αυτό το μοντέλο εμείς προσθέτουμε το γεγονός ότι, το μοντέλο απόφασης πολύ πιθανόν να γίνεται και αντίστροφα, δηλαδή πρώτα να αποφασίζεται το νοσηλευτήριο και μετά να αποφασίζεται η χώρα. Αυτό συμβαίνει σε νοσηλευτήρια τα οποία λειτουργούν σε περισσότερες από μια χώρες, όπως είναι το Apollo Hospitals που έδρα του είναι η Ινδία αλλά έχει νοσηλευτήρια στη Μαλαισία και στον Άγιο Μαυρίκιο, το Mayo Clinic του οποίου έδρα είναι οι ΗΠΑ αλλά έχει νοσηλευτήριο στο Dubai. Αυτή η περίπτωση παρουσιάζεται όταν το νοσηλευτήριο αποκτήσει φήμη για τις υπηρεσίες που προσφέρει και ο ασθενής αναμένει τις υπηρεσίες που θα λάβει. Στην περίπτωση της Κύπρου, που κανένα νοσηλευτήριο δεν έχει δημιουργήσει διεθνή φήμη για τις υπηρεσίες που προσφέρει σημαντική βαρύτητα στην απόφαση του ασθενή θα έχουν οι παράγοντες που αφορούν την χώρα σαν προορισμού.



## Κριτήρια Επιλογής Χώρας Προορισμού

### 1. Οικονομική κατάσταση της χώρας

Η οικονομική κατάσταση της χώρας και η οικονομική της ανάπτυξη είναι δείκτες οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν τους ασθενείς να επιλέξουν την χώρα προορισμού. Επίσης, οι προωθητές του τουρισμού υγείας θεωρούν ότι η οικονομική ευρωστία μιας χώρας μπορεί να ανταποκριθεί και να προσαρμοστεί εύκολα και γρήγορα στις ανάγκες των ασθενών και γενικά του τουρισμού υγείας (Smith and Forgione, 2007). Η Κυπριακή οικονομία μπορεί να ανταποκριθεί και να προσαρμοστεί στις ανάγκες αυτής της αγοράς λόγω της καλής οικονομικής κατάστασης που βρίσκεται.

### 2. Πολιτική σταθερότητα

Οι ασθενείς που θα ταξιδέψουν σε άλλη χώρα θεωρούν ότι η πολιτική σταθερότητα της χώρας, τους προσφέρει ασφάλεια στη γενική εμπειρία που θα έχουν στο νοσηλευτήριο που θα λάβουν τη θεραπεία τους. Θεωρούν ακόμα ότι η πολιτική σταθερότητα καλλιεργεί την πολιτική κουλτούρα η οποία θα τους προστατέψει σε θέματα που έχουν να κάνουν με την προσωπική τους ασφάλεια (Smith and Forgione, 2007).



### 3. Νομοθετικό πλαίσιο

Η ύπαρξη ισχυρού νομοθετικού πλαισίου στον τομέα της υγείας στη χώρα προορισμού ενισχύει τη λήψη απόφασης για επιλογή του νοσηλευτηρίου θεραπείας (McCallum and Jacoby, 2007). Ο Αμερικάνικος Ιατρικός Σύλλογος (2008) εξέδωσε οδηγίες που αποσκοπούν στο να καθοδηγήσουν τα μέλη τους αλλά και τους ασθενείς να παραπέμπουν και να επιλέγουν νοσηλευτήρια σε χώρες που να διέπονται από νομοθεσίες που προβλέπουν ασφαλιστικές δικλίδες για ιατρική αμέλεια. Επιπλέον, όπως αναφέρεται στις οδηγίες του Αμερικάνικου Ιατρικού Συλλόγου (2008) σημαντικό είναι και το νομοθετικό πλαίσιο για την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων.

### 4. Υποστηρικτική υποδομή

Η υποστηρικτική υποδομή τις χώρας προορισμού είναι καθοριστική στην ολική εμπειρία του ασθενή. Η τουριστική υποδομή της Κύπρου είναι ώριμη και μπορεί να ανταποκριθεί επαρκώς στις ανάγκες του τουρισμού υγείας.

## Χαρακτηριστικά που αναζητούν στο νοσηλευτήριο που θα ταξιδέψουν

### 5. Διεθνή διαπίστευση νοσηλευτηρίου

Η διαπίστευση από διεθνώς αναγνωρισμένο οργανισμό είναι αναμφισβήτητα ένα από τα πιο σημαντικά κριτήρια για επιλογή του νοσηλευτηρίου στο οποίο ο ασθενής θα επιλέξει να λάβει τη θεραπεία του. Είναι σημαντικό το νοσηλευτήριο να επιλέξει οίκο διαπίστευσης ο οποίος να είναι εξειδικευμένος στα θέματα υγείας, να έχει πολύχρονη πείρα και να είναι διεθνώς αναγνωρισμένος. Ο Οργανισμός ISQUA (International Society of Quality Assurance) πιστοποιεί τους οργανισμούς αυτούς στην βάση συγκεκριμένων κριτηρίων. Σαν πρώτο βήμα η Διοίκηση ενός νοσηλευτηρίου μπορεί να επισκεφτεί την ιστοσελίδα [www.isqua.org](http://www.isqua.org) για να εντοπίσει τον οργανισμό από τον οποίο επιθυμεί να έχει Διαπίστευση. Το επόμενο βήμα είναι να συνάψει συμφωνία με Σύμβουλο Διαπίστευσης με την βοήθεια του οποίου θα οδηγήσει τον οργανισμό στην δημιουργία συστήματος λειτουργίας στο νοσηλευτήριο στην βάση Διεθνών Προτύπων. Οι Σύμβουλοι είναι ανεξάρτητοι οίκοι οι οποίοι γνωρίζουν τα πρότυπα



των Οργανισμών Διαπίστευσης και έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και εμπειρία να προσαρμόσουν τα Διεθνή Πρότυπα στα συγκεκριμένα δεδομένα του νοσηλευτηρίου.

## **6. Εκπαίδευση και εμπειρία ιατρικού προσωπικού**

Οι ασθενείς που θα επιλέξουν το νοσηλευτήριο που θα κάνουν την επέμβαση τους θεωρούν πολύ σημαντική την εμπειρία, τα αποτελέσματα που έχουν στις θεραπείες που θα επιλέξουν και τη χώρα εκπαίδευσης του ιατρού που θα αναλάβει την περίπτωση τους (Shawn, 2008). Η αντίληψη που επικρατεί στους ασθενείς είναι ότι, οι ιατροί που είναι «US Board Certified» ή είναι εκπαιδευμένοι στη Δυτική Ευρώπη είναι καλύτερης ποιότητας από αυτούς των άλλων χωρών (Keckley and Underwood, 2008).

## **7. Κόστος υπηρεσιών**

Το κόστος υπηρεσιών στην χώρα προορισμού είναι ένας από τους πιο συχνούς παράγοντες που ωθούν τους ασθενείς να ταξιδέψουν σε άλλη χώρα για αναζήτηση θεραπειάς. Παραδοσιακοί προορισμοί τουρισμού υγείας, όπως η Ινδία και η Ταϊλάνδη, έχουν ανταγωνιστικές τιμές με ποιοτικές υπηρεσίες εφάμιλλες της Αμερικής και Δυτικής Ευρώπης και αυτό συμβαίνει λόγω των φθηνών εργατικών και αναλωσίμων (Maimi, personal interview 2009).

## **8. Γλώσσα ομιλίας**

Η διεθνώς αναγνωρισμένη γλώσσα της ιατρικής είναι η Αγγλική (Keckley and Underwood, 2008). Αυτό είναι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τα κυπριακά νοσοκομεία λόγω του ότι η Αγγλική γλώσσα χρησιμοποιείται ευρέως και στο νοσηλευτήριο αλλά και από όλες τις υποστηρικτικές υπηρεσίες, όπως ξενοδοχεία, ταξί, εστιατόρια κ.α.

## **9. Ασφαλιστική κάλυψη μετά από ιατρική αμέλεια**

Οι ασθενείς είναι πολύ ευαίσθητοι στο θέμα της ασφαλιστικής κάλυψης μετά από ιατρική αμέλεια και αυτό διατυπώνεται σε όλες τις δημοσιεύσεις για τουρισμό υγείας. Ακόμα και σε περιπτώσεις που το νομοθετικό πλαίσιο της χώρας δεν υποχρεώνει τα νοσηλευτήρια και τους ιατρούς να έχουν ασφάλεια για ιατρική αμέλεια, τα νοσηλευτήρια αυτόβουλα χρειάζεται να ασφαλίζουν τους γιατρούς τους και αυτό να

το κοινοποιούν (Smith and Forgione, 2007). Στην Κύπρο το ιατρικό, παραϊατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό καλύπτεται από την νομοθεσία περί ασφάλειας εργοδότη που διέπει όλους τους οργανισμούς. Επιπλέον υπάρχουν ασφαλιστικές εταιρίες οι οποίες ασφαλίζουν τους ιατρούς κυρίως όλων των ειδικοτήτων για ιατρική αμέλεια μετά και από παρότρυνση του Παγκύπριου Ιατρικού συλλόγου. Πέραν τούτου, οι ασφαλιστικές εταιρίες στην Κύπρο δεν έχουν ασχοληθεί ιδιαίτερα με τον τουρισμό υγείας αλλά όπως μας έχει λεχθεί από Tour operators του εξωτερικού που δραστηριοποιούνται στο τομέα, είναι κάτι το οποίο «ψάχνουν» και οι ασφαλιστικές του εξωτερικού. Μοναδική εξαίρεση είναι συγκεκριμένη ιδιωτική ασφαλιστική εταιρεία από το Ηνωμένο βασίλειο, η οποία προσφέρει ιατρική κάλυψη σε ταξιδιώτες υγείας (έχει γίνει παρουσίαση στον Φορέα Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας στην Γενική Συνέλευση τον Φεβρουάριο 2010). Η κάλυψη περιλαμβάνει τα έξοδα διαμονής σε περίπτωση που χρειάζεται να επεκταθεί η περίοδος θεραπείας αλλά και τυχόν ταξίδια που μπορεί να χρειαστεί να πραγματοποιηθούν αν ο ταξιδιώτης υγείας επιβάλλεται να επιστρέψει στο χώρο όπου έλαβε την θεραπεία.

### **10. Ύπαρξη Ιστοσελίδας**

Η ιστοσελίδα των νοσηλευτηρίων είναι ο χώρος αναφοράς για τους ασθενείς για τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Η ιστοσελίδα πρέπει να συντάσσεται με τέτοιο τρόπο που να είναι φιλική προς τον χρήστη και να δίνει όλες τις πληροφορίες που μπορεί να ζητήσει ένας ασθενής που θα ταξιδέψει στο νοσηλευτήριο για θεραπεία. Η συμμετοχή νοσηλευτηρίων σε εξειδικευμένες ιστοσελίδες ιατρικού προορισμού ενισχύει την ηλεκτρονική τους παρουσία και αναβαθμίζει τις προσπάθειες προβολής στο διαδίκτυο. Παράδειγμα είναι η κυπριακή πλατφόρμα [www.cyprus4health.com](http://www.cyprus4health.com) όπου περιλαμβάνονται στοιχεία όπως το βιογραφικό ιατρικού προσωπικού, εμπειρία στις επεμβάσεις που προσφέρονται, testimonials κλπ

### **11. Ευαισθησία στην κουλτούρα, θρησκεία και στις ανάγκες των ασθενών εξωτερικού**

Τα νοσηλευτήρια πρέπει να διαμορφώνουν τις υπηρεσίες τους έτσι ώστε να προσαρμόζονται στις διεθνείς ανάγκες των ασθενών. Μεγάλα νοσοκομεία τα οποία ασχολούνται με τουρισμό υγείας, λειτουργούν γραφεία τα οποία ασχολούνται με τις ανάγκες των διεθνών ασθενών και το προσωπικό τους είναι εκπαιδευμένο να

αναλαμβάνει όλες τις εξειδικευμένες ανάγκες που πιθανό να προκύψουν. Τα πιο κάτω αποτελούν παραδείγματα διευκολύνσεων που υπάρχουν σε νοσηλευτήρια που εξυπηρετούν τουρισμό υγείας:

- Δωμάτιο προσευχής το οποίο να βρίσκεται σε ήσυχο μέρος του κτηρίου που να μπορεί να διαμορφώνεται αναλόγως με τις ανάγκες του πιστού που θέλει να προσευχηθεί.
- Σίτιση η οποία να μπορεί να προσαρμοστεί στις ανάγκες του ασθενούς και της οικογένειάς τους. π.χ. να μπορεί να αφαιρέσει το χοιρινό από το μενού όταν πρόκειται να σερβίρει μουσουλμάνους.
- Να διατηρεί λίστα με μεταφραστές σε διάφορες γλώσσες και η οποία να βρίσκεται σε περίοπτη θέση για το προσωπικό.
- Να διατηρεί λίστα με οργανωμένα σύνολα θρησκειών που να μπορεί να τη δώσει στους συγγενείς των ασθενών εάν επιθυμούν. π.χ. οι καθολικοί, οι μάρτυρες του Ιεχωβά, οι μουσουλμάνοι, η εκκλησία του Θεού, οι προτεστάντες οι οποίοι διατηρούν κοινότητα στην Κύπρο.
- Να διατηρεί βιβλιάριο με τράπεζες της περιοχής, καταστήματα, περίπτερα κομμωτήρια, μέσα κυκλοφορίας κ.α. που είναι πολύ πιθανό να ζητήσει κάποιος ασθενής.
- Να υπάρχει ένας εποπτικός φορέας που να κατευθύνει και να δίνει πληροφορίες σε όλους τους ενδιαφερομένους.

Συνοψίζοντας, η Κύπρος είναι προορισμός ο οποίος μπορεί να διαμορφώσει τις υπηρεσίες του και να είναι ανταγωνιστικός με άλλους παραδοσιακούς προορισμούς τουρισμού υγείας. Από την άλλη τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια χρειάζονται κίνητρα που θα τους ωθήσουν να προβούν στις αναγκαίες αναπροσαρμογές που θα φέρουν τον τουρισμό υγείας στην Κύπρο.

## **2 Γ. Τρόποι αξιοποίησης/ενεργοποίησης της υφιστάμενης ξενοδοχειακής υποδομής. Εισηγήσεις για πιθανή αναδιάταξη υφιστάμενης ξενοδοχειακής υποδομής – πιθανή ένταξη πρόσθετων χρήσεων και λειτουργιών**

Στην Κύπρο λειτουργούν σήμερα επτακόσιες περίπου (90 000 τουριστικές κλίνες) μονάδες εγκεκριμένες από τον ΚΟΤ όπου περίπου 30% θα μπορούσαν να αποτελέσουν ένα μέρος του συνολικού προϊόντος τουρισμού υγείας εφόσον το επιθυμούν. Το ποσοστό αυτό καθορίστηκε με βάση προβλήματα εποχικότητας, τοποθεσίας και γενικά υπολειτουργίας μέσα στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον που εργάζονται. Υπάρχουν μονάδες που είναι διατεθειμένες να αλλάξουν χρήση και να εγκαταλείψουν την τουριστική βιομηχανία. Από τις 700 μονάδες μόνο 45 διαθέτουν διευκολύνσεις για ανάπηρους ενώ 199 διαθέτουν αίθουσα γυμναστικής, τζακούζι και σάουνα. Επίσης 10 περίπου μονάδες διαθέτουν SPA και θα μπορούσαν να εξελιχθούν σε medi-spa ή medical wellness ούτως ώστε να προσφέρουν αποκατάσταση και νοσηλεία προσφέροντας θεραπεία για κάποιες παθήσεις. Επιπλέον αριθμός μονάδων κυρίως στα ορεινά θέρετρα μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες αξιοποιώντας περισσότερο την τοποθεσία τους και τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες.

Με την ένταξη των ξενοδοχείων στον Τουρισμό Υγείας ουσιαστικά επιδιώκεται α) ο εμπλουτισμός του προϊόντος της Κύπρου β) η διαφοροποίησή του γ) η απάμβλυση του προβλήματος της εποχικότητας δ) η αύξηση της πληρότητας γενικά με νέα πελατεία, ε) yield management με λιγότερη εξάρτηση από το φθινό πελάτη. Επίσης με την πιθανή απόσυρση κάποιων μονάδων επιτυγχάνεται ο στόχος του ΚΟΤ για απαλλαγή από προβληματικές μονάδες.

Η εμπλοκή της ξενοδοχειακής βιομηχανίας στον Τουρισμό Υγείας αναμφισβήτητα θα βοηθήσει τα ξενοδοχεία αλλά και τα ξενοδοχεία θα συμβάλουν στην εδραίωση μιας στρατηγικής που θα καθοδηγεί και θα προωθεί τις κινήσεις όλων των εμπλεκόμενων με σκοπό την προβολή της νήσου στο διεθνή Τουρισμό Υγείας. Η στρατηγική εστίασης με βάση τη διαφοροποίηση θα σημαίνει για τα εμπλεκόμενα ξενοδοχεία και SPA εκμετάλλευση των δυνάμεων και διαφοροποιητικών στοιχείων ούτως ώστε να μετατραπούν σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Μόνο έτσι θα μπορούν οι ξενοδοχειακές μονάδες να προβληθούν αποτελεσματικά στις αγορές που στοχεύουμε και να ελκύσουν το ενδιαφέρον των εξειδικευμένων tour operator ή και όλων των άλλων που θα προγραμματίσουν ολοκληρωμένα πακέτα.

Μετατροπή ξενοδοχείων σε α) κέντρα αποκατάστασης β) γηριατρικές κλινικές για ξένους και γ) Best Ager centers με πολλές δραστηριότητες, ειδική διατροφή και ιατρική φροντίδα. Αυτό θα προσφέρει και σε απόλυτα υγιείς ξένους ηλικίας 55 και άνω με έμφαση τη χειμερινή περίοδο.

Για την καλύτερη αξιοποίηση/ενεργοποίηση της υφιστάμενης ξενοδοχειακής υποδομής παραθέτουμε πιο κάτω τα ακόλουθα σενάρια: Οι μονάδες που θέλουν να ενταχθούν στον Τουρισμό Υγείας θα αξιολογηθούν και θα μπορούν να συμμετάσχουν σε ένα ή περισσότερα σενάρια.

## **A. SANI-TOURISM (Διαμονή συνοδών Ασθενών)**

Ξενοδοχεία πλησίον ιατρικών κέντρων. Θα συνεργάζονται με νοσηλεύτρια τα οποία προτείνουν διαμονή στα εν λόγω ξενοδοχεία της συνοδείας των ασθενών. Σενάριο κατάλληλο για CITY HOTELS και Resort Hotels κοντά σε ιατρικά κέντρα.

## **B. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας με Ιατρική Φροντίδα**

Το ξενοδοχείο κατά τη διάρκεια του χειμώνα δέχεται ηλικιωμένους με ειδικό πρόγραμμα διατροφής αλλά και ψυχαγωγίας ενώ ταυτόχρονα παρέχεται βασική ιατρική φροντίδα καθώς επίσης και animation. Όσοι επισκέπτες επιθυμούν θα παραπέμπονται κατά τη διάρκεια της μακράς διαμονής τους σε ειδικά ιατρικά κέντρα για συγκεκριμένες θεραπείες. Το σενάριο αυτό είναι ιδανικό για ξενοδοχεία σε Resorts με έντονο πρόβλημα εποχικότητας. Στο παρελθόν γινόταν με μεγάλη επιτυχία από Σκανδιναβούς και Αυστριακούς Tour Operators.

## **Γ. Best Ager Center με Ιατρική Φροντίδα**

Ξενοδοχείο τύπου club δέχεται άτομα άνω των 55 τα οποία κάτω από ιατρική φροντίδα ακολουθούν προγράμματα δραστηριοτήτων και ειδικής διατροφής μεσογειακού τύπου. Το σενάριο αυτό έχει την προοπτική για λιγότερο ιατρικό και περισσότερο τουριστικό προσανατολισμό ειδικού ενδιαφέροντος με έντονη δραστηριότητα από tour operators. Είναι αποκλειστικά κατάλληλο για Resort Hotels, ολόχρονα ανοικτά με animators, διατροφολόγους, lecturers κ.λ.π.

## **Δ. Κέντρο Ολιστικής/Εναλλακτικής Ιατρικής**

Το ξενοδοχείο λειτουργεί ως κέντρο παροχής υπηρεσιών που δεν χρειάζονται άδεια με βάση την Νομοθεσία περί Ιδιωτικών Νοσηλευτηρίων. Προσφέρεται για αγροτουριστικά καταλύματα και μικρά ξενοδοχεία των ορεινών θέρετρων και της ενδοχώρας με κάποιο υψόμετρο.

## **Ε. Κέντρα Αποκατάστασης – Rehab Hotels**

Νέα ή υφιστάμενη υποδομή η οποία συνεργάζεται με νοσηλευτήρια και παρέχει φροντίδα σε ασθενείς. Μετατροπή της ξενοδοχειακής μονάδας και εξοπλισμός κατάλληλος για αποθεραπεία. Επίσης μέρος του ξενοδοχείου το οποίο διαθέτει ανεξάρτητο κτίριο μετατρέπεται σε Rehab Hotel ιδανικό για Resort Hotels ή ξενοδοχείο με πολύ χαμηλή πληρότητα έτοιμο για αλλαγή χρήσης.

## **Ζ. Κέντρο Υγείας εντός Ξενοδοχείου**

Μέρος του ξενοδοχείου μετατρέπεται σε κέντρο παροχής των **μόνο υπηρεσιών υγείας στην βάση ημερήσιας φροντίδας χωρίς να απαιτείται άδεια ιδιωτικού νοσηλευτηρίου (Νόμος 2001)**. Θα εξυπηρετεί ξένους ταξιδιώτες υγείας οι οποίοι μαζί με τους συνοδούς τους διαμένουν σε ξεχωριστή πτέρυγα του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχείο επίσης θα μπορεί να συνεργάζεται με διαγνωστικό κέντρο.

## **Η. Συμφωνία Ιατρικού Κέντρου με Referral Agency ή Tour Operator**

Το ξενοδοχείο υπογράφει συμβόλαιο με τον tour operator ή referral agency και αποτελεί μέρος του ολοκληρωμένου πακέτου. Κατάλληλο για Resort Hotels, City Hotels και αγροτουριστικά καταλύματα.

## **Θ. Medical SPA ή Medical Wellness**

Μετατροπή του υφιστάμενου SPA και κέντρου ευεξίας για να αποκτήσουν ιατρικό προσανατολισμό και να προσφέρουν ολοκληρωμένα προγράμματα θεραπείας διάφορων παθήσεων και αποκατάστασης. Οι ασθενείς διαμένουν στο ξενοδοχείο που έχει το SPA και το όφελος είναι διπλό ενώ το προϊόν του ξενοδοχείου

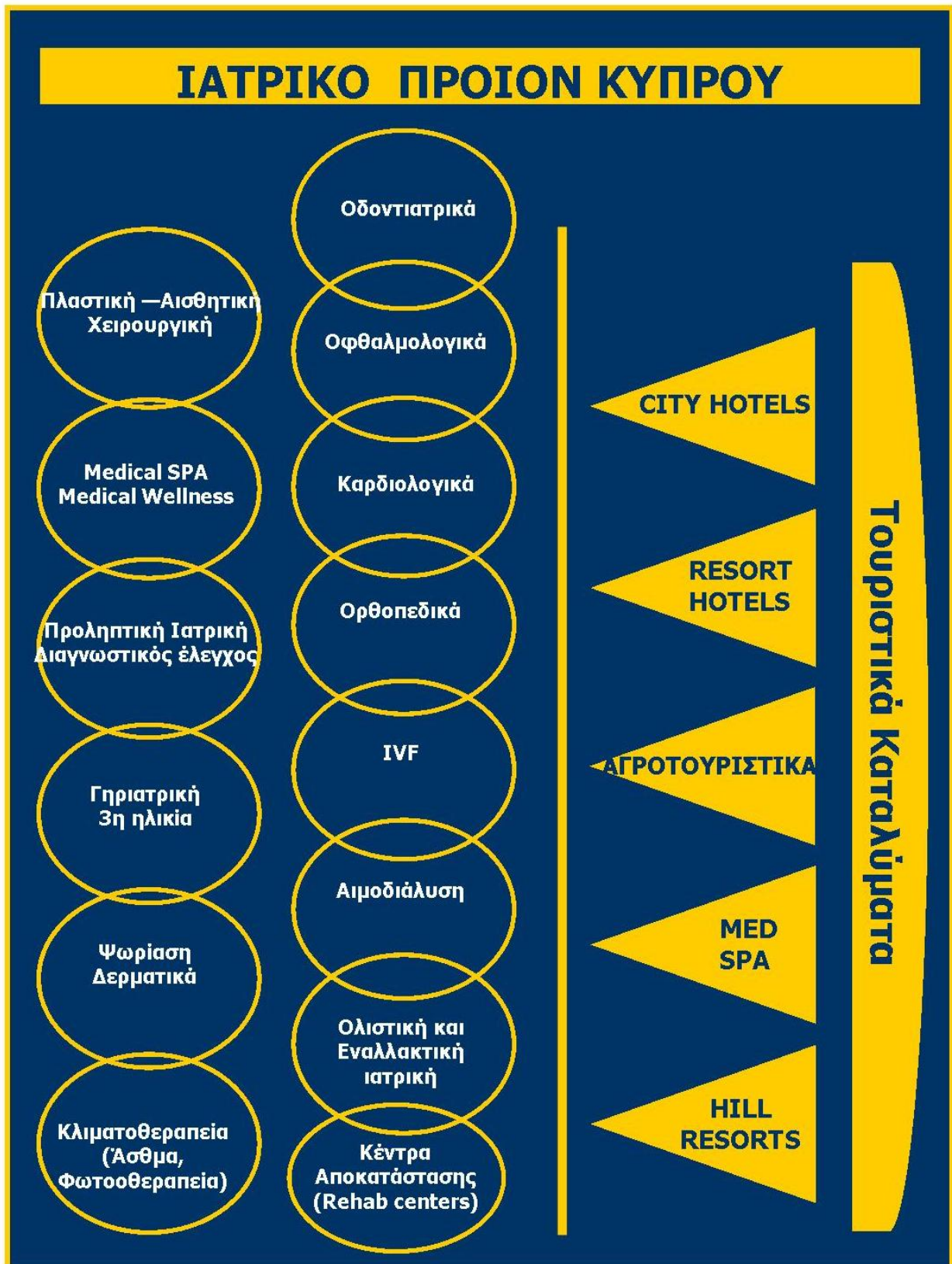
διαφοροποιείται και αναβαθμίζεται αποκτώντας ιατρικό προσανατολισμό. Προσφέρεται ειδικά σε tour operators που προσφέρουν προληπτική ιατρική. Αξίζει να σημειωθεί πως για την αποτελεσματική εφαρμογή της παραπάνω πρότασης απαιτείται η παρουσία γιατρού.

### **Κ. Ξενοδοχεία – Ιατρικά Κέντρα στα ορεινά θέρετρα**

Πρόκειται για νέες πιθανές επενδύσεις στα ορεινά θέρετρα όπως ο Μεσοπόταμος, η Κυπερούντα, ο Πεδουλάς κ.λ.π. τα οποία θα απευθύνονται κυρίως σε άτομα με άσθμα. Τα ξενοδοχεία που θα επιλεγούν θα πρέπει να συμμετέχουν στο φορέα και να αποτελέσουν μέρος της κοινής προσπάθειας στο marketing του προϊόντος. Ταυτόχρονα θα έχουν την ευκαιρία σύναψης συμφωνιών με άλλα μέλη του φορέα.

Τα διάφορα ξενοδοχεία θα συνάπτουν συνεργασίες με νοσηλευτήρια, ιατρικά κέντρα, εργαστήρια κλπ. τα οποία θα προσφέρουν τις πιο κάτω ιατρικές υπηρεσίες που παρουσιάζονται στο διάγραμμα.







## 2 Δ. Εισηγήσεις για απαιτούμενα έργα υποδομής από το Κράτος

Στην Κύπρο ο Τουρισμός Υγείας που αναπτύχθηκε τα τελευταία χρόνια ήταν καθαρά προϊόν ιδιωτικής πρωτοβουλίας με τη στήριξη του ΚΟΤ και Φορέα, κυρίως στον τομέα της προβολής και δημοσιότητας. Αναμφισβήτητα όμως η ουσιαστική εμπλοκή του κράτους είναι απαραίτητη καθ' ότι απαιτείται ο συνδυασμός υπηρεσιών πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας υγείας από φορείς δημόσιους και ιδιωτικούς αναγνωρισμένους και στηριζόμενους από έργα υποδομής από το κράτος, με διάφορες τουριστικές υπηρεσίες, προσφέροντας ένα μείγμα υπηρεσιών σ' ένα ολοκληρωμένο πακέτο.

Βασικός στόχος ενός κράτους που θέλει να αναπτύξει τον τουρισμό υγείας είναι ο συνεχής εκσυγχρονισμός και ανάπτυξη της υποδομής έτσι που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του τουρισμού υγείας και να είναι αποδοτικός.

**Τα πιο κάτω αποτελούν πρόταση δέσμης μέτρων, ενεργειών και πολιτικών, οικονομικού, οργανωτικού και θεσμικού χαρακτήρα τα οποία συμβάλλουν στην πετυχημένη ανάπτυξη του τουρισμού υγείας:**

1. Να δοθεί η δυνατότητα βελτίωσης, αναβάθμισης ή/και επέκτασης νοσηλευτηρίων ώστε να συμπεριλάβουν τις απαραίτητες διευκολύνσεις για τους ταξιδιώτες υγείας (δεν σημαίνει κατ' ανάγκη οι διευκολύνσεις να είναι κτιριακές. Μπορεί να περιλαμβάνουν χώρους ξεκούρασης συνοδών, μεταφράσεις, δυνατότητα προσευχής κλπ). Σημειώνεται ότι σε κάποιες χώρες έχουν δημιουργηθεί εμπορικά κέντρα δίπλα από νοσοκομεία για τον σκοπό αυτό.
2. Κίνητρα για Διαπίστευση νοσηλευτηρίων στην βάση Διεθνών Προτύπων.
3. Διασφάλιση ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών ξενοδοχείων και τουριστικών γραφείων με ιατρικό προσανατολισμό.
4. Διασφάλιση ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών ξεναγών/συνοδών με ιατρικό προσανατολισμό. Ξεναγοί που υποαπασχολούνται και μιλούν γλώσσες χωρών που είναι πηγές ταξιδιωτών υγείας θα μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τουρισμό υγείας.
5. Εκπόνηση Σχεδίου τοπικής ανάπτυξης όπου ο τουρισμός υγείας να αποκτήσει τη δική του οντότητα και ο δημόσιος τομέας να στηρίζει τον ιδιωτικό.

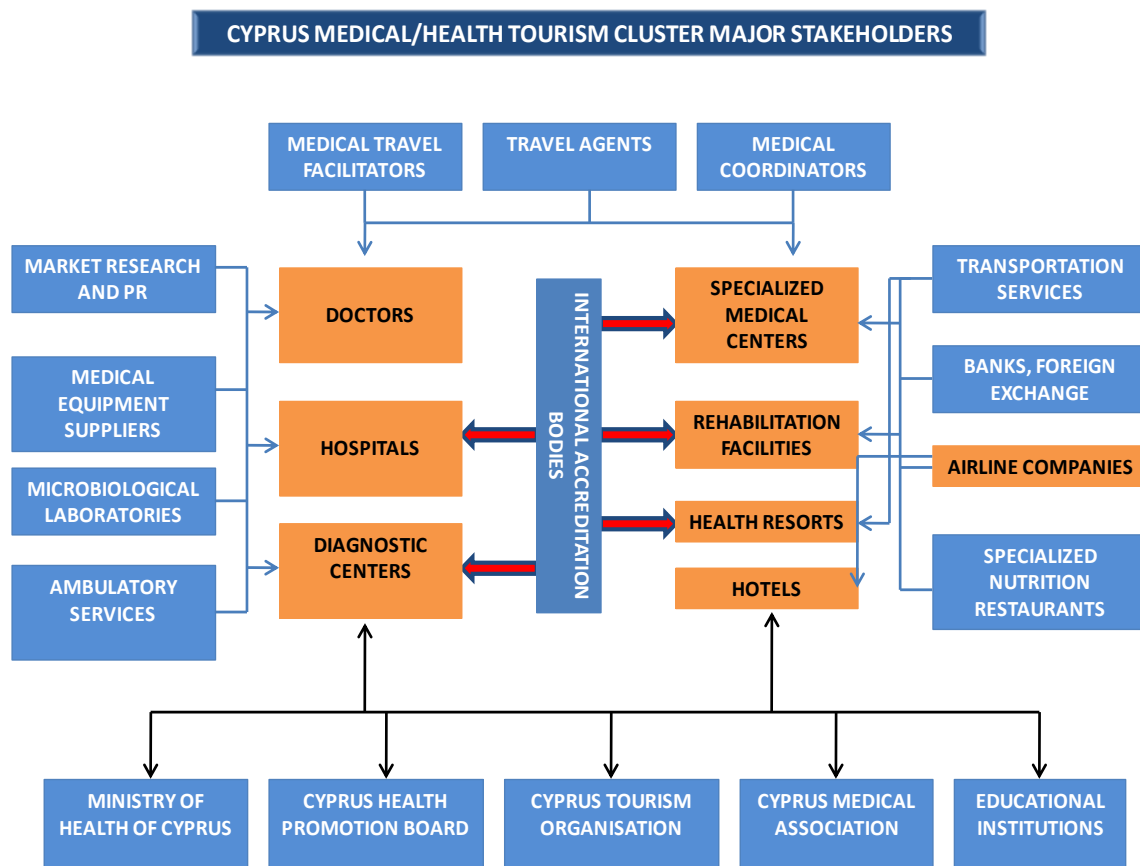
6. Κατάργηση χρονοβόρας διαδικασίας για εισαγωγή ξένου κατάλληλου παραϊατρικού προσωπικού και δημιουργία υποδομής εκπαίδευσης τους σε θέματα διαχείρισης ταξιδιωτών Υγείας.
7. Δημιουργία νομικού πλαισίου για εταιρείες που επιθυμούν να προσφέρουν πακέτα από την άφιξη μέχρι την αναχώρηση του ασθενούς και όσων τον συνοδεύουν.
8. Καθοδήγηση για νέες επενδύσεις με την προοπτική προσέλκυσης επενδυτών (κύπριους και μη) στον τομέα αυτό.
9. Συμβάσεις με συστήματα υγείας άλλων χωρών και συνομολόγηση διακρατικών συμφωνιών.
10. Ανάπτυξη του εκπαιδευτικού συστήματος σε νοσηλευτικό προσωπικό.
11. Εκπαιδευτικά προγράμματα για τουρισμό υγείας σε όσους εμπλέκονται σε αυτόν.
12. Κίνητρα για συνεργασία με tour operators του εξωτερικού που να αποτελέσουν αποτελεσματικό κανάλι επικοινωνίας ταξιδιωτών υγείας.
13. Ανάπτυξης και προβολής τουρισμού υγείας αλλά και παρακολούθησης του τομέα (Αναλυτική πρόταση ακολουθεί στο σχέδιο δράσης)
14. Ουσιαστική στήριξη του ΚΟΤ στον τομέα του Marketing (Συγκεκριμένες προτάσεις ακολουθούν στο σχέδιο δράσης).
15. Κίνητρα προς εταιρείες μεταφορών ή τουριστικά γραφεία για αυτοκίνητα κατάλληλα διαμορφωμένα για διακίνηση αναπήρων
16. Ενίσχυση της αποδοχής της ευρωπαϊκής ταυτότητας νοσηλείας.

### **2 Ε. Οι βέλτιστες (για την περίπτωση της Κύπρου) πρακτικές του εξωτερικού, το Ευρωπαϊκό πρότυπο και οι ανταγωνιστικοί προορισμοί σε παροχές σχετικών κινήτρων από το κράτος και συγκεκριμένες εισηγήσεις (ύψος επιχορήγησης, επιλέξιμες επενδύσεις, διαδικασίες/κανονισμοί)**

Μελετώντας τις πρακτικές της κάθε χώρας που προωθεί και δέχεται ταξιδιώτες υγείας όπως αναφέρονται πιο πάνω, συγκλίνουμε σε κοινές συνισταμένες που θα μπορούσαν να καθορίσουν μια βέλτιστη στρατηγική για την προώθηση των ιατρικών υπηρεσιών της Κύπρου.

Στην περίπτωση της Κύπρου με τα πληθυσμιακά και γεωγραφικά δεδομένα που γνωρίζουμε, πρέπει να υπάρχει συντονισμένη προβολή στο εξωτερικό, εγκεκριμένοι επαγγελματίες, εγκεκριμένα τουριστικά καταλύματα που θα μπορούν να φιλοξενήσουν τουρίστες υγείας ακόμα και εξασφάλιση του διεθνούς ασθενούς ότι η ιατρική παρακολούθηση του θα συνεχιστεί και στην χώρα προέλευσης του.

Η ανάγκη συντονισμού των προσπαθειών αναβάθμισης του τουρισμού υγείας στην Κύπρο πηγάζει από το γεγονός ότι, οι ενέργειες του εκάστοτε επαγγελματία υγείας και του νοσηλευτηρίου θα αντιπροσωπεύουν το όνομα ολόκληρης της χώρας ως προορισμός. Για το λόγο αυτό, οι ενέργειες που θα πλαισιώνουν την προσπάθεια προσέλκυσης ταξιδιωτών υγείας θα πρέπει να είναι όσο το δυνατό πιο συντονισμένες και στοχευμένες λαμβάνοντας υπόψη παραμέτρους που θα μεγιστοποιούν την ικανοποίηση των ταξιδιωτών και θα ελαχιστοποιούν τα λάθη που μπορούν να μας βλάψουν σαν προορισμό. Το πιο κάτω σχεδιάγραμμα δείχνει την πολυπλοκότητα και τον πολυδιάστατο χαρακτήρα του τομέα τουρισμού υγείας και ταξιδιωτών υγείας.



Όπως επιβεβαιώνεται και από την ανάλυση και παρουσίαση της υφιστάμενης κατάστασης, ο τομέας του τουρισμού υγείας έχει μεγάλη προοπτική περαιτέρω ανάπτυξης και εδραίωσής του. Ανά το παγκόσμιο, ο τουρισμός υγείας αποτελεί μόνο το 1% του τουριστικού ρεύματος (υπάρχουν και κάποιες αναφορές σε συνέδρια για μέχρι 4%), στοιχείο που δεικνύει και φανερώνει την προοπτική για ανάπτυξη και ενδυνάμωση του. Σκοπός είναι να δημιουργηθεί ένα συμπαγές πλαίσιο λειτουργίας και εφαρμογής των πρακτικών εκείνων που θα οδηγήσουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Κύπρο. Γίνεται σαφές πως για την ανάπτυξη και την πρόοδο του τουρισμού υγείας, θα πρέπει να υπάρξει μια συλλογική δράση και προσπάθεια υλοποίησης των εισηγήσεων που εκθέτονται παρακάτω.

Τα παρεχόμενα κυβερνητικά κίνητρα από το κράτος προς τους διάφορους φορείς για ενίσχυση και αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών τους, αποτελούν αναντίρρητα αξιόλογο στοιχείο που θα συμβάλει καταλυτικά στην προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας και κατ' επέκταση στην αναβάθμιση του τουρισμού υγείας στην Κύπρο.

### **Δημιουργία συγκριτικά μεγαλύτερων νοσηλευτικών μονάδων**

Βασική προτεραιότητα είναι η παροχή κινήτρων για δημιουργία μεγάλων νοσοκομείων και ιατρικών κέντρων στα πρότυπα του εξωτερικού με απώτερο σκοπό το κέρδος από την οικονομία κλίμακας (economics of scale). Η προσπάθεια δημιουργίας μεγαλύτερων νοσηλευτικών μονάδων αναμένεται να μειώσει τα σταθερά κόστη με άμεσο κέρδος στο συνολικό κόστος των θεραπειών που προσφέρονται στον ασθενή. Πρωτίστως όμως πέρα από το οικονομικό όφελος, η δημιουργία μεγάλων νοσηλευτικών μονάδων αναμένεται να ενισχύσει την εμπιστοσύνη του ασθενούς καθώς επίσης και να ενδυναμώσει την προβολή των προσφερόμενων υπηρεσιών. Στην Ινδία δραστηριοποιείται ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα ιατρικά κέντρα στον κόσμο (Apollo) το οποίο προσελκύει μεγάλο αριθμό ταξιδιωτών υγείας από όλο τον κόσμο, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα ιατρικών υπηρεσιών. Η ύπαρξη και λειτουργία του συγκεκριμένου κέντρου, έχει αλυσιδωτά θετικά αποτελέσματα που εκτείνονται σε ένα ευρύ πεδίο με επωφελούμενους την κρατική οικονομία αλλά και τον ιδιωτικό τομέα. Παρόμοιας φύσης έργα θα πρέπει να επιχειρηθούν και στην Κύπρο ούτως ώστε να αποτελέσουν τη βάση της ουσιαστικής

ενίσχυσης της υφιστάμενης υποδομής αλλά και της αναβάθμισης των ήδη υψηλής ποιότητας ιατρικών υπηρεσιών που προσφέρει η Κύπρος στον τομέα της υγείας.

Κίνητρα προς αυτή την κατεύθυνση μπορούν να αποτελέσουν φορολογικές ελαφρύνσεις σε κέρδη που απορρέουν από υπηρεσίες που προσφέρθηκαν για τουρισμό υγείας ή και προσφορά γης (χαλίτικης με εκμίσθωση για παράδειγμα) για τον σκοπό αυτό.

### **Διασφάλιση Ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς στη διαχείριση ταξιδιωτών υγείας**

Η προώθηση του προϊόντος τουρισμού Υγείας δεν πρέπει να αφήνει στο περιθώριο κανένα από τους εμπλεκόμενους φορείς που ασχολούνται και επηρεάζονται από την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, όπως είναι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, οι ξενοδόχοι και άλλοι. Μέσα στα πλαίσια μιας συλλογικής προσπάθειας τόσο από το δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα εκπαίδευσης, ενημέρωσης και καθοδήγησης των εμπλεκόμενων φορέων για τον τρόπο διαχείρισης και παροχής των υπηρεσιών στη βάση διεθνών προτύπων.

Εισήγηση μας είναι όπως ο ΚΟΤ ως ο καθ'όλα αρμόδιος φορέας για την αδειοδότηση των εμπλεκόμενων φορέων (ξενοδοχεία, ταξιδιωτικούς πράκτορες, SPA) και προβολή των υπηρεσιών τους, όπως συμπεριλάβει στους όρους, την **διαπίστευση των καταλυμάτων και υπηρεσιών, στην βάση Διεθνή Προτύπων διασφαλίζοντας με Διεθνή αναγνώριση την ποιοτική παροχή υπηρεσιών.**

### **Προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων στον τομέα του τουρισμού υγείας.**

Η πολιτεία θα πρέπει να προβεί στις ανάλογες ρυθμίσεις ούτως ώστε να διασφαλίσει και να προσελκύσει επενδυτές που είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν στο συγκεκριμένο τομέα στην Κύπρο. Αυτό θα επιτευχθεί με τη δημιουργία υποδομής ούτως ώστε τα προτεινόμενα έργα να προσφέρουν αξιόπιστη επένδυση μέσα από μια αποτελεσματική διαδικασία.

Η δυνατότητα συναντήσεων ενδιαφερόμενων επενδυτών με παροχείς υπηρεσιών υγείας ή και κύπριων επενδυτών στο τομέα αναμένεται να αποτελέσει κίνητρο προσέλκυσης κεφαλαίων στον τομέα τουρισμού υγείας.

Αναμφίβολα το σχέδιο κινήτρων του ΚΟΤ για επενδύσεις αειφόρου εμπλουτισμού και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος όπου συμπεριλαμβάνει και τον Τουρισμό Υγείας μέσα στις επιλέξιμες επενδύσεις ενισχύει τις προσπάθειες προσέλκυσης επενδυτών στον τομέα.

## **Διοίκηση νοσηλευτικών μονάδων από Διεθνείς Οργανισμούς**

Αξιόλογο στοιχείο και πρόταση αποτελεί η προώθηση της διαχείρισης νοσοκομείων από εταιρείες οι οποίες εφαρμόζουν υψηλού επιπέδου προγράμματα διοίκησης μονάδων υγείας και αποτελούν επιβεβαίωση της προσφερόμενης ποιότητας. Το παράδειγμα του γερμανικού νοσοκομείου Asclepion μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση αναφορικά με το θέμα της διοίκησης νοσοκομείων. Η τακτική αυτή χρησιμοποιείται σε αρκετές χώρες της Μέσης Ανατολής (Dubai, Abudabi, κλπ) όπου γνωστές αλυσίδες νοσοκομείων από την Αμερική για παράδειγμα διαχειρίζονται νοσοκομεία. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος που ασθενείς από την Αμερική μεταβαίνουν στις χώρες αυτές για θεραπείες.

## **Διασφάλιση συνεχούς παρακολούθησης ασθενών και με την αποπεράτωση της θεραπείας.**

Η συνεχής παρακολούθηση ασθενών μετά τη θεραπεία (κυρίως τριτοβάθμιων θεραπειών) αποτελεί σημαντικό παράγοντα που ωθεί τους ταξιδιώτες υγείας να λαμβάνουν θεραπεία εκτός των συνόρων της χώρας τους. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να βρεθεί τρόπος σύναψης συμφωνιών και πραγματοποίησης συνεργασιών με γιατρούς του εξωτερικού για να μπορούν οι ασθενείς που επιστρέφουν στη χώρα προέλευσης τους μετά από την πραγματοποίηση της θεραπείας στην Κύπρο, να επισκέπτονται γιατρούς στη χώρα τους και να κάνουν τις μετεγχειρητικές εξετάσεις.

## **Medical Facilitators - ONE STOP SHOP**

Βέλτιστη πρακτική αποδεδειγμένα θεωρείται η δημιουργία πακέτων που να περιλαμβάνουν όλες τις υπηρεσίες που απαιτούνται για την παροχή θεραπειών. Επιπλέον η ανάγκη της δημιουργίας πακέτων γίνεται ακόμα πιο σημαντική με τη συμπερίληψη πακέτου διακοπών. Τα πακέτα μπορούν να περιλαμβάνουν τιμές για συγκεκριμένες θεραπείες μαζί με διαμονή σε ξενοδοχεία, μεταφορές και ξεναγήσεις καθώς επίσης και διασκέδαση για τους ασθενείς και τους οικείους του. Οι medical tourism facilitators, με εξειδίκευση και γνώση στον τομέα της Υγείας δρουν ως υπηρεσίες διευκολύνσεων και μεσολάβησης για ταξιδιώτες υγείας στην κατηγορία

του τουρισμού υγείας. Οι medical tourism facilitators παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην προβολή της ανάπτυξης του τουρισμού υγείας και για πολλούς ταξιδιώτες υγείας ή ακόμα και τουρίστες υγείας, εκπροσωπούν και αναλαμβάνουν την πρώτη πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με την ιδιότητα του τουρισμού υγείας. Τα τελευταία χρόνια οι εταιρείες αυτές αποδείχθηκαν καταλύτες στην προώθηση υπηρεσιών τουρισμού υγείας. Οι εταιρείες αυτές προσφέρουν επίσης υπηρεσίες μεσολάβησης μεταξύ ασθενούς, ιατρού και νοσοκομείου για αυτό απαιτείται γνώση στον τρόπο λειτουργίας νοσηλευτικών μονάδων.

Η κατηγορία αυτή θα μπορούσε να δημιουργηθεί και να κατοχυρωθεί και θεσμικά μέσα από την δημιουργία κριτηρίων όπου ενδιαφερόμενοι φορείς θα πρέπει να ικανοποιήσουν για να ανήκουν σε αυτή την κατηγορία. Η δωρεάν εκπαίδευση και εξειδίκευση θα μπορούσε να αποτελεί κίνητρο προσέλκυσης ενδιαφερομένων μελών.

### **Απόκτηση διεθνούς διαπίστευσης από τα νοσηλευτήρια**

Η διεθνής διαπίστευση είναι απαραίτητη η αναμενόμενη εξαγγελία μερικής επιχορήγησης υλοποίησης της αναμένεται να έχει θετικά αποτελέσματα. Το κίνητρο θα καλύπτει υπηρεσίες συμβούλου και ελέγχου για απόκτηση της διαπίστευσης.

### **Δυνατότητα ενημέρωσης των ασθενών για τα προσόντα των επαγγελματιών υγείας.**

Η δυνατότητα ενημέρωσης των ασθενών για τα προσόντα και εμπειρία των επαγγελματιών υγείας έχει αποδειχθεί σημαντικός παράγοντας που κατευθύνει την απόφαση των ασθενών για επιλογή ιατρικού κέντρου για πραγματοποίηση θεραπείας. Ο ασθενής μέσα από το διαδίκτυο επιθυμεί να έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί και να σχηματίζει ίδια άποψη για τα προσόντα του ιατρού (εμπειρία, εξειδίκευση, εκπαίδευση). Ο Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος διαθέτει στην ιστοσελίδα του [www.cyma.org.cy](http://www.cyma.org.cy) λίστα με όλα τα μέλη του με τηλέφωνα επικοινωνίας και αριθμό φαξ. Εισήγηση μας είναι ο εμπλουτισμός της λίστας αυτής με ημερομηνία εγγραφής στο Σύλλογο και άδειες εξασκήσεως επαγγέλματος και προσόντα του επαγγελματία υγείας.

### **Αξιοποίηση Διαδικτύου**

Όπως παρατηρείται και σε άλλες χώρες, η αξιοποίηση του διαδικτύου τόσο για προβολή ιατρικών υπηρεσιών όσο και για προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας πρέπει να ενισχυθεί με την παραχώρηση κινήτρων στους εμπλεκόμενους φορείς ούτως ώστε



να αυξήσουν την διαδικτυακή τους παρουσία στα διάφορα διαδικτυακά φόρα. Η προβολή των υπηρεσιών σε ιστοσελίδες τουρισμού υγείας αλλά και ιστοσελίδες σχετικές με τους τομείς υγείας είναι εξαιρετικά σημαντική αφού η χρήση του διαδικτύου γίνεται πιο διαδεδομένη χρόνο με το χρόνο. Ο ασθενής αναζητεί πληροφορίες για τη θεραπεία που θα πραγματοποιήσει μέσω διαδικτύου και επικοινωνεί με άλλους ασθενείς ανταλλάσσοντας απόψεις. Αυτό επιτυγχάνεται σε σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, Twitter, My Space, Flickr.

Επαρκές κίνητρο θα μπορούσε να αποτελέσει η μερική επιχορήγηση του κόστους καταχώρησης διαφήμισης νοσηλευτικών μονάδων στις εξειδικευμένες αυτές ιστοσελίδες.

### **Διαμόρφωση κατάλληλης υποδομής για φιλοξενία ασθενών**

Βέλτιστη πρακτική αποτελεί η ανάγκη για δημιουργία της απαιτούμενης υποδομής σε θέματα υποδοχής και φιλοξενίας των ασθενών. Ως εκ τούτου, σημαντική κρίνεται η ύπαρξη διεθνούς κουζίνας τόσο σε ξενοδοχεία όσο και σε νοσηλευτήρια για να εξυπηρετεί τόσο τους ταξιδιώτες υγείας όσο και τους συνοδούς τους. Επιπλέον, αξιόλογο στοιχείο είναι η ανάγκη παρουσίας μεταφραστών σε νοσοκομεία και κλινικές που εξυπηρετούν ταξιδιώτες υγείας. Η παρουσία μεταφραστών πρέπει να διασφαλίζει την προσφορά υπηρεσιών μετάφρασης και επικοινωνίας του ασθενή με το γιατρό τουλάχιστο σε όλες τις γλώσσες που θεωρούνται διεθνείς καθώς επίσης και σε γλώσσες χωρών από τις οποίες προέρχονται πολλοί ταξιδιώτες υγείας.

### **Αεροπορικά εισιτήρια – ναύλα**

Τα ψηλά αεροπορικά ναύλα αποτελούν εμπόδιο στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας. Είναι γνωστό πως για τη Βρετανική αγορά, η οποία αποτελεί τη μεγαλύτερη δεξαμενή άντλησης ταξιδιωτών υγείας, πρέπει να δημιουργηθεί επιπλέον κίνητρο για επιλογή της Κύπρου ως ιατρικός προορισμός. Το κίνητρο αυτό μπορεί να δοθεί με τη μείωση των αεροπορικών ναύλων κάτι που θα ευκολύνει την απόφαση των ασθενών για επιλογή της Κύπρου. Οι Βρετανοί συγκεκριμένα επιλέγουν για θεραπείες χώρες όπως η Ισπανία, η Γαλλία, η Γερμανία, οι οποίες προσφέρουν υψηλής ποιότητας ιατρικές υπηρεσίες και απαιτούνται πολύ λιγότερα χρήματα για εξασφάλιση αεροπορικών εισιτηρίων. Επομένως, θα πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο παροχής κινήτρων στις Κυπριακές αερογραμμές για να συμμετάσχουν στις προσπάθειες



ανάπτυξης του τουρισμού υγείας, με το να επωφελούνται ποσοστιαία από την άφιξη ταξιδιωτών υγείας, συνδράμοντας παράλληλα στην όλη προσπάθεια με τη μείωση των αεροπορικών ναύλων που θα έχει αποτέλεσμα την ουσιαστική μείωση της τιμής των αεροπορικών εισιτηρίων.

### **Απλοποίηση και προσβασιμότητα σε διαδικασίες έκδοσης πολεοδομικών και άλλων συναφών αδειών**

Όπως προαναφέρθηκε και παραπάνω, η διαδικασία δημιουργίας της απαιτούμενης υποδομής αλλά και της δημιουργίας νέων ιατρικών κέντρων τα οποία θα συμβάλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, απαιτεί χρονοβόρες διαδικασίες έκδοσης πολεοδομικών αδειών, επίδειξης διαφόρων πιστοποιητικών σε διάφορους φορείς κ.α. Ως εκ τούτου, τίθεται επιτακτικά η ανάγκη δημιουργίας ενός γραφείου στο οποίο θα εκδίδονται όλες οι άδειες, έγγραφα και πιστοποιητικά που σχετίζονται με τον τουρισμό υγείας και την υποδομή. **Η συγκέντρωση όλων των υπηρεσιών σε ένα γραφείο (one stop shop) και διασύνδεση με το one-stop-shop του Υπουργείου Εμπορίου Βιομηχανίας και τουρισμού**, εκτός του ότι θα επιταχύνει σημαντικά και θα απλουστεύσει τις διαδικασίες έκδοσης αδειών, θα διευκολύνει και το έργο των εμπλεκόμενων, αφού θα αποτεινόνται μόνο σε ένα γραφείο για έκδοση αδειών και πιστοποιητικών για θέματα τουρισμού υγείας. Είναι βέβαιο πως η εφαρμογή του μέτρου αυτού θα λύσει το πρόβλημα της γραφειοκρατίας που δυσκολεύει τις προσπάθειες υλοποίησης.

Μέσα στα πλαίσια διευκόλυνσης των διαδικασιών έκδοσης αδειών πρέπει να περιλαμβάνεται η ευκολία αλλαγής χρήσης ενός υποστατικού το οποίο επιθυμεί να εμπλακεί στον τουρισμό υγείας. – θέμα χωροταξικού πλαισίου. – όπως έχει αναφερθεί στην συνάντηση με την πολεοδομία.

Είναι σημαντικό επίσης να αναφερθεί ότι μεγάλο μέρος υπηρεσιών τουρισμού υγείας προσφέρεται στην Ευρώπη (πχ Medical wellness) από τα boutique hotels τα οποία βρίσκονται συνήθως σε πλεονεκτικές συγκριτικά τοποθεσίες. Ανάλογο ενδιαφέρον αναμένεται να υπάρχει και από ενδιαφερόμενους στην Κύπρο με υποστατικά σε όλη την χώρα σε τουριστικές, παραθεριστικές, οικιστικές αλλά και αγροτικές ζώνες. Εισήγηση μας είναι η δημιουργία θεσμικού πλαισίου ώστε αυτές οι περιπτώσεις να εξετάζονται με προοπτική παραχώρησης άδειας αλλαγής χρήσης και αν επιβάλλεται επιπλέον συντελεστή δόμησης/πολεοδομικές χαλαρώσεις κάτω από συγκεκριμένα

κριτήρια που θα τεθούν από τους αρμόδιους φορείς ώστε να προσελκύσουν επενδυτές στον τομέα του τουρισμού υγείας.

### **2 Ζ. Έργα που δεν υλοποιήθηκαν**

Σε σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε (στο βαθμό που θα μπορούσε να εκπονηθεί λόγω έλλειψης στοιχείων), αριθμός ιατρικών κέντρων που προορίζονταν και θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν για τις ανάγκες του τουρισμού υγείας έχουν αναστείλει ή ακόμα και τερματίσει τη διαδικασία εργασιών τους για διάφορους λόγους. Στις πλείστες των περιπτώσεων οι παράγοντες που οδήγησαν στον τερματισμό των εργασιών ανέγερσής τους σχετίζονται με το οικονομικό, αφού το υψηλό κόστος αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα στη συνέχιση και αποπεράτωση των εργασιών ανέγερσης ιατρικών κέντρων. Είναι για αυτό το λόγο που το κράτος, οι κρατικοί δημόσιοι φορείς θα πρέπει να ενσκήψουν με προσοχή και να προνοήσουν για την παροχή σημαντικών κινήτρων σε επενδυτές ή εταιρείες οι οποίες επενδύουν σε έργα υποδομής που μπορούν να αξιοποιηθούν για τις ανάγκες του τουρισμού υγείας.

Συγκεκριμένα, μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε διαπιστώθηκε πως τέσσερα κέντρα που προγραμματίζονταν να ανεγερθούν σε διάφορες περιοχές της Κύπρου δεν προχώρησε η ολοκλήρωσή τους. Πρώτο έργο είναι το κέντρο αποκατάστασης στην περιοχή του Μέσα Ποταμού που ήταν προγραμματισμένο να ανεγερθεί από τη Μητρόπολη Κιτίου. Η εταιρεία Aqua Sol σε συνεργασία με την κλινική Λητώ στο Παραλίμνι σχεδίαζαν τη δημιουργία ενός κέντρου αποκατάστασης στην περιοχή της Αγίας Νάπας το οποίο και πάλι για οικονομικούς λόγους κυρίως δεν κατέστη δυνατή η υλοποίησή του. Επίσης η ανέγερση ενός ακόμα κέντρου αποκατάστασης αναστάληκε. Το τρίτο αυτό κέντρο θα ανεγειρόταν στην περιοχή του Πέρα Πεδί, όπου διάφοροι επιχειρηματίες ζήτησαν τα υποστατικά της ΚΕΟ για χρησιμοποίησή τους για τις ανάγκες του κέντρου. Πέραν των προαναφερθέντων, αξίζει να σημειωθεί πως εκκρεμεί πρόταση για ανέγερση κέντρου τεχνητής γονιμοποίησης IVF στο παραλιακό μέτωπο της Γεροσκήπου στην Πάφο από την κλινική Λήδρα. Αξίζει να σημειωθεί επίσης πως συγκεκριμένο κέντρο υγείας στον Πεδουλά (Health Farm – Health Habitat) υπολειτουργεί.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία και δεδομένα ιατρικών κέντρων που ανέστειλαν τις εργασίες ανέγερσής τους δεικνύουν πως για την ολοκλήρωση των εργασιών ενός

ιατρικού κέντρου, απαιτείται οικονομική συμβολή και κίνητρα τόσο από το κράτος αλλά και άλλους δημόσιους φορείς που μπορούν να παρέχουν οικονομική στήριξη και να συμβάλουν αποτελεσματικά στην ανέγερση ιατρικών κέντρων. Με τη δημιουργία της απαιτούμενης και ποιοτικής υποδομής, η Κύπρος θα μπορέσει να ενισχύσει τη θέση της ως ιατρικός προορισμός για ταξιδιώτες υγείας βελτιώνοντας παράλληλα και το επίπεδο και την ποιότητα των υπηρεσιών της.

### Βιβλιογραφία

- McCallum and Jacoby (2007), Medical Outsourcing: Reducing Clients' Health Care Risks, Philip F, *Journal of Financial Planning*; Oct 2007; 20, 10; ABI/INFORM Global
- American Medical Association medical tourism guidelines ) [www.ama-assn.org/ama1/pub/upload/mm/31/medicaltourism.pdf](http://www.ama-assn.org/ama1/pub/upload/mm/31/medicaltourism.pdf), (accessed November 2009)
- Keckley, P. and Underwood, H.(2008), *Medical Tourism-Consumers in search of value*. Deloitte Centre for Health Solutions
- Smith and Forgione (2007), Global Outsourcing of Healthcare: A Medical Tourism Decision Model, *Journal of Information Technology Case and Application Research*; 2007; 9, 3; ABI/INFORM Global, p. 19
- Schroth L and Khawaja R (2007) Globalization of Healthcare, *Frontiers of Health Services Management*; Winter 2007; 24, 2; ABI/INFORM Global, pg. 19
- Maimi A, Development Manager of Apollo Hospitals, Personal Interview 30 October 2009
- <http://www.bumrungrad.com/overseas-medical-care/faq>, accessed November 2009
- Shawn R (2008) *Medical migration* [Modern Healthcare](#). Chicago: [May 5, 2008](#). Vol. 38, Iss. 18; pg. 6, 3 pgs

## Παραδοτέο 3: Προβολή (μάρκετινγκ) τουρισμού υγείας

### 3 Α. Εργαλεία προβολής (έντυπα, ηλεκτρονικά, δημόσιες σχέσεις) βέλτιστων (για την περίπτωση της Κύπρου) πρακτικών του εξωτερικού και ανταγωνιστικών προορισμών

Είναι ξεκάθαρο πλέον ότι η ηλεκτρονική προβολή αποτελεί την πιο σημαντική μέθοδο προώθησης των ιατρικών υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού υγείας και ως εκ τούτου παρατίθενται πιο κάτω συγκεκριμένα εργαλεία προβολής:

#### Ιστοσελίδες νοσοκομείων

Η ιστοσελίδα του κάθε νοσοκομείου είναι από τις κύριες πηγές πληροφόρησης για τον εκάστοτε ενδιαφερόμενο είτε είναι ασθενής, medical coordinator, ερευνητής ή δημοσιογράφος. Αναμφισβήτητα, η ιστοσελίδα είναι ένα από τα κύρια μέσα προώθησης του κάθε οργανισμού που θέλει να προβληθεί διεθνώς αλλά και εγχώρια. Μπορεί να είναι δυναμική προσφέροντας έτσι την δυνατότητα ανανέωσης ειδήσεων και άλλων πληροφοριών που προσφέρονται από τον παροχέα υγείας. Είναι σημαντικό να υπάρχει διαχείριση και ανανέωση των πληροφοριών που προβάλλονται σε τακτή βάση και άμεση ανταπόκριση σε ενδιαφερόμενους που ζητούν επιπλέον πληροφορίες και διευκρινήσεις.

Οι ιστοσελίδες των νοσοκομείων να εμπλουτιστούν με τα εξής στοιχεία

- Ιατρικές υπηρεσίες που παρέχονται
- Βιογραφικά ιατρών του νοσοκομείου, εμπειρία
- Επαγγελματικό Φωτογραφικό υλικό από το νοσοκομείο που φαίνονται οι εγκαταστάσεις
- Επαγγελματικά οπτικό-ακουστικά φιλμάκια για το νοσοκομείο
- Γενική πληροφόρηση για ασθένειες και θεραπείες
- Εύκολος τρόπος αποστολής μηνύματος για εξασφάλιση προσφοράς
- Χάρτη με την τοποθεσία του νοσηλευτηρίου
- Καιρικές συνθήκες ανά εποχή του χρόνου
- Κατάλογο με τα πιθανά καταλύματα φιλοξενίας
- Κατάλογο με τα μέσα μαζικής μεταφοράς με τηλέφωνα και διευθύνσεις

- Κατάλογο με εταιρείες ενοικιάσεις αυτοκινήτων
- Κατάλογο με τις υπηρεσίες που περιβάλλουν το νοσηλευτήριο όπως τράπεζες, σουπερμάρκετ, κομμωτήρια/κουρέια, καταστήματα κ.α.
- Κατάλογο με τις πρεσβείες τις κάθε χώρας που βρίσκετε στην Κύπρο
- Αναφορά στις ενέργειες/πρακτικές του νοσηλευτηρίου για την ευαισθησία που δείχνει στις διάφορες κουλτούρες ασθενών
- Να διασφαλίζει την ασφάλεια του ασθενή και μετά την θεραπεία π.χ. αναφορά για διασφάλιση σύναψης επαγγελματικών σχέσεων με ιατρούς ή νοσηλευτήρια της χώρας προέλευσης τους.
- Να είναι φιλικές για χρήστες μεγάλης ηλικίας (επιλογή για μεγέθυνση γραμματοσειράς)
- Μετάφραση στις γλώσσες που υπολογίζουν να έχουν την μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα
- Εμπειρίες ασθενών - Testimonials

## Ιστοσελίδα κεντρικής προώθησης

Η ιστοσελίδα κεντρικής προώθησης των υπηρεσιών υγείας της Κύπρου που δημιούργησε ο Φορέας Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας [www.cyhealthservices.com](http://www.cyhealthservices.com) είναι προς τη σωστή κατεύθυνση και αποτελεί αξιόλογη προσπάθεια συντονισμού των προσπαθειών προβολής της Κύπρου σαν Ιατρικός Προορισμός. Η ιστοσελίδα αυτή περιλαμβάνει παραπομπές (links) στα νοσηλευτήρια και άλλους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού υγείας. Είναι σημαντικό ο επισκέπτης της ιστοσελίδας να νιώθει ασφάλεια για την εγκυρότητα των πληροφοριών αλλά και για τη φερεγγυότητα του κάθε επαγγελματία που βρίσκεται σε αυτή την ιστοσελίδα. Στην κεντρική ιστοσελίδα προώθησης ενθαρρύνεται η συμμετοχή όλων των επαγγελματιών που ασχολούνται με τον τομέα προώθησης και παροχής υπηρεσιών τουρισμού υγείας, έτσι ώστε να λειτουργεί και σαν εργαλείο αναζήτησης πιθανών συνεργατών.

## Εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες

Οι εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες τουρισμού υγείας είναι πλατφόρμες οι οποίες παρέχουν γενικές πληροφορίες στους ασθενείς και ενδιαφερόμενους για τις προσφερόμενες υπηρεσίες τουρισμού υγείας. Ακόμα, ο εκάστοτε ενδιαφερόμενος μπορεί να ζητήσει προσφορά για συγκεκριμένη ιατρική υπηρεσία που ενδιαφέρεται.

Αυτό δίνει την ευκαιρία στο διαχειριστή της πλατφόρμας να φέρει σε επαφή τον πελάτη του, δηλαδή τον προμηθευτή υγείας, με τον ενδιαφερόμενο. Οι πιο σύγχρονες διαδικτυακές πλατφόρμες παρέχουν και τη δυνατότητα δημιουργίας φόρουμ από τους ασθενείς, όπου μπορούν ανοιχτά να συζητήσουν το πρόβλημα τους με άλλους παθόντες. Επιπλέον, μερικές πλατφόρμες δίνουν την ευκαιρία στους ασθενείς να βαθμολογήσουν τα νοσηλευτήρια από τα οποία έλαβαν θεραπεία, λαμβάνοντας υπόψη διάφορες παραμέτρους όπως η ποιότητα εξυπηρέτησης, η καθαριότητα, οι εγκαταστάσεις κ.α.

Η καταχώρηση των προμηθευτών υγείας της Κύπρου σε διαδικτυακές πλατφόρμες (π.χ. [www.cyprus4health.com](http://www.cyprus4health.com)), δίνει την δυνατότητα προβολής των υπηρεσιών τους διεθνώς διότι οι διαδικτυακές πλατφόρμες επενδύουν στην προώθηση της πλατφόρμας τους στο διαδίκτυο με ισχυρά εργαλεία ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (web marketing) και βελτιστοποίησης μεθόδων αναζήτησης (optimization) έτσι ώστε να εμφανίζονται πιο συχνά από άλλες πλατφόρμες σε μηχανές αναζήτησης και ως εκ τούτου να λαμβάνουν περισσότερους επισκέπτες. Σε αξιόλογες πλατφόρμες, υπάρχει επίσης η δυνατότητα παρακολούθησης της κίνησης των επισκεπτών δίνοντας έτσι περισσότερη πληροφόρηση ως προς το προφίλ των ενδιαφερόμενων ασθενών και θεραπείες που ενδιαφέρουν περισσότερο.

## **Διαδικτυακά φόρουμ ασθενών**

Τα διαδικτυακά φόρουμ ασθενών είναι σελίδες στις οποίες οι ασθενείς με κοινές ασθένειες και ενδιαφέροντα συγκεντρώνονται και συζητούν εμπειρίες που απόκτησαν κατά τη διάρκεια επεμβάσεων ή άλλων θεραπειών σε διάφορους προμηθευτές υγείας στο εξωτερικό (π.χ. [www.cirujanosplasticos.info](http://www.cirujanosplasticos.info).) Σ' αυτά τα φόρουμ ο διαχειριστής απαγορεύει σε προμηθευτές υγείας να εγγραφούν. Οι ασθενείς προτείνουν αλλά και αποτρέπουν άλλους ασθενείς από το να προτιμήσουν διάφορους προμηθευτές υγείας στο εξωτερικό δημιουργώντας μια πιο «αντικειμενικά αποδεκτή» άποψη από τους ενδιαφερόμενους ασθενείς<sup>29</sup>.

Είναι σημαντικό όπως οι Κύπριοι προμηθευτές υγείας διατηρούν επαγγελματική σχέση με κάθε ασθενή τους και να στηρίζουν όλες τις ενέργειες τους.

---

<sup>29</sup> Herrick (2007), Medical Tourism: Global Competition in Health Care, National Center for Policy Analysis, available at [www.ncpa.org/pub/st/st304](http://www.ncpa.org/pub/st/st304)

## **Παρουσία σε διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα (social forums networks)**

Η παρουσία μεγάλων νοσηλευτηρίων σε social networks όπως το Facebook, Twitter και MySpace αποτελεί κοινή πρακτική στο εξωτερικό. Η δημιουργία προφίλ στα social networks προσφέρει μεγαλύτερη κινητικότητα στην ιστοσελίδα του νοσοκομείου καθώς υπάρχει link για αναζήτηση περισσότερων πληροφοριών. Ακόμα δίνει την ευκαιρία στους ασθενείς να κάνουν ερωτήσεις για ενδεχόμενες υπηρεσίες πιο εύκολα και άμεσα. Επίσης, δίνει την ευκαιρία να εκφράσουν απόψεις για τις προσφερόμενες υπηρεσίες άλλα και να παραθέσουν τυχόν παράπονα. Προτέρημα των social forums για τους προμηθευτές υγείας είναι το γεγονός ότι μπορούν να έχουν έλεγχο για το τι αναφέρεται στο social network τους. Η δημιουργία social forum συστήνεται στους προμηθευτές υγείας στην Κύπρο με την προϋπόθεση ότι θα έχουν τη σωστή και συχνή εποπτεία του.

## **Εξειδικευμένα περιοδικά**

Η καταχώρηση διαφημίσεων και άρθρων σε εξειδικευμένα περιοδικά γνωστοποιεί την ύπαρξη του προμηθευτή υγείας στην αγορά του τουρισμού υγείας παρά στο να προσελκύσει απευθείας ασθενείς. Η καταχώρηση του επαγγελματία υγείας σε εξειδικευμένα περιοδικά μπορεί να δημιουργήσει την αρχή σύναψης επαγγελματικής συνεργασίας με άλλους επαγγελματίες, όπως ειδικευμένους τουριστικούς πράκτορες, medical facilitators ή ιατρούς που επιθυμούν να παραπέμψουν ασθενείς τους για συγκεκριμένες θεραπείες.

Προτέρημα των ειδικευμένων έντυπων περιοδικών είναι ότι διατηρούν και ιστοσελίδα. Έτσι διασφαλίζουν στον επαγγελματία υγείας ότι με την καταχώρηση τους στο περιοδικό θα τυχάνουν και αναφορά στην ιστοσελίδα. Παράδειγμα ειδικευμένων περιοδικών είναι το medical tourism magazine (<http://www.medicaltourismmag.com>).

## **Τοποθέτηση έντυπου διαφημιστικού υλικού στα ξενοδοχεία**

Συστήνεται όπως, γνωστοποιηθεί στον τουρισμό που χρησιμοποιεί τα τουριστικά καταλύματα η δυνατότητα της Κύπρου για παροχή ιατρικών υπηρεσιών. Η γνωστοποίηση μπορεί να γίνει με τη δημιουργία έντυπου βιβλιαρίου στο οποίο οι επαγγελματίες θα μπορούν τα καταχωρίσουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Η



δημιουργία από τον ΚΟΤ του «**Treasure your health in Cyprus**» θα μπορούσε άμεσα να τοποθετηθεί στα τουριστικά καταλύματα.

## **Έντυπο υλικό στα αεροπλάνα**

Ενημερωτικό φυλλάδιο μπορεί να τοποθετηθεί και στα περιοδικά των αεροπλάνων όπου οι επαγγελματίες υγείας μπορούν να έχουν καταχώρηση. Για παράδειγμα, στο περιοδικό των Αυστριακών Αερογραμμών υπάρχει καταχώρηση από το ξενοδοχείο Lamm AlpenMedHotel το οποίο προσφέρει ιατρικό spa. Η ίδια καταχώρηση υπάρχει και στην ιστοσελίδα του Αυστριακού Οργανισμού Τουρισμού υπό τον τίτλο Escape From The Norm – Medical Spas(<http://www.austria.info/uk/wellbeing-spa/>). Το έντυπο υλικό μπορεί να αποτελείται από ενημερωτικά τύπου advertorial τα οποία βρίσκουμε σε όλα τα αεροπλάνα πολλών αεροπορικών εταιρειών.

## **Δημόσιες Σχέσεις**

Λόγω της ανθρωποκεντρικής μορφής του τουρισμού υγείας ο τομέας των δημοσίων σχέσεων είναι ιδιαίτερα σημαντικός και οποιοσδήποτε στοχευμένες ενέργειες σε συνδυασμό μέτρων (marketing mix) αδιαμφισβήτητα συμβάλλουν στη δημιουργία θετικής εικόνας του τουρισμού υγείας της Κύπρου και ασκούν επίδραση στο τουριστικό ρεύμα και γενικότερα στους επαγγελματίες του τομέα αλλά και σε όσους θα επιλέξουν την Κύπρο για θεραπεία. Συνοπτικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι οι δημόσιες σχέσεις θα πρέπει να στοχεύουν:

### **A) Διεθνείς Οργανισμούς (Διεθνείς Σχέσεις)**

Η παρουσία του Υπουργείου Υγείας, του ΚΟΤ και του Φορέα στα διεθνή όργανα, Συνέδρια, Φόρουμ κλπ συμβάλλει θετικά τόσο στην ανάπτυξη του Τουρισμού Υγείας, όσο και στην απόκτηση κοινής αντίληψης με όσους συμμετέχουν σε Διεθνείς Οργανισμούς και στη λήψη μέτρων που προωθούν τον Τουρισμό Υγείας. Εδώ επιβάλλεται ενεργός συμμετοχή των Κύπριων εκπροσώπων σε διοικητικά συμβούλια αλλά και ομάδες εργασίας.



## **B) Διμερείς Σχέσεις**

Στα πλαίσια των διμερών Σχέσεων της Κύπρου με άλλες χώρες που αποτελούν ένα καλό εργαλείο δημοσίων σχέσεων, ο τουρισμός υγείας θα πρέπει να συμπεριληφθεί στα διάφορα πρωτόκολλα οικονομικών και τουριστικών συμφερόντων για την ανάπτυξη της συνεργασίας και στον τομέα του τουρισμού υγείας. Τέτοια πρωτόκολλα συνεργασίας βοηθούν και στην ανταλλαγή απόψεων, στοιχείων, εμπειριών κλπ.

## **Γ) Δημόσιες Σχέσεις που στοχεύουν τα ΜΜΕ**

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) διαδραματίζουν σημαντικό και καταλυτικό ρόλο στη διαμόρφωση θετικής εικόνας ενός προορισμού λόγω της φύσεως του τουρισμού υγείας και της υπερευαισθησίας σε θέματα υγείας. Όλες οι ενέργειες που περιλαμβάνονται στα σχέδια δράσης απευθύνονται στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με έμφαση στα Fam Trips, μια σημαντική και ιδιαίτερα αποδοτική μορφή προβολής. Ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στην αξιοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων με ενίσχυση της ενημέρωσης και των συνεντεύξεων προς τον εξειδικευμένο ξένο τύπο, ραδιόφωνο και τηλεόραση στις χώρες – πηγές τουρισμού υγείας.

## **Δ) Lobbying και καθιέρωση του θεσμού των Πρεσβευτών Τουρισμού Υγείας.**

Γραφείο Δημοσίων Σχέσεων θα πρέπει να αναλάβει πολύ διακριτικά το θέμα του Lobbying, ενώ ο ιδιωτικός τομέας και ξένοι ασθενείς θα πρέπει να ενεργοποιηθούν και να γίνουν πρεσβευτές του τουρισμού υγείας στην Κύπρο.

## **3 Β. Προβολή (συμπεριλαμβανομένου e-marketing) - Αξιολόγηση υφιστάμενων μέσων προβολής, εντύπων, οπτικοακουστικών, ηλεκτρονικών μέσων προβολής και εισηγήσεις για βελτίωση με στόχο την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Κύπρου.**

Ο τομέας της προβολής του προϊόντος τουρισμού Υγείας αποτελεί σημαντική παράμετρο της όλης στρατηγικής, η ορθή εφαρμογή του οποίου θα κρίνει και το βαθμό επιτυχίας των ενεργειών που θα ακολουθηθούν. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς, αλλά και η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος που επιτελείται σε συνδυασμό με την αξιόλογη άνοδο του μορφωτικού επιπέδου των πολιτών θέτουν επιτακτικά την

ανάγκη για εξεύρεση σύγχρονων και αποτελεσματικών μέσων προβολής της χώρας μας στο εξωτερικό. Η παγκόσμια επικράτηση της διαδικτυακής διαφήμισης και της επιλογής ηλεκτρονικών μέσων προβολής, οδηγεί την εστίαση της στρατηγικής προβολής του τουρισμού υγείας στα μέσα εκείνα που θα κάνουν την προβολή πιο αποτελεσματική και ελκυστική.

Αξιολογώντας τα υφιστάμενα μέσα προβολής αξίζει να σημειωθεί πως η εκστρατεία προβολής της Κύπρου στο εξωτερικό βασίστηκε μέχρι στιγμής στην έκδοση έντυπου υλικού, δημιουργία οπτικοακουστικού υλικού, καθώς επίσης και στη συμμετοχή σε συνέδρια στην Κύπρο και στο εξωτερικό. Οι δράσεις προβολής επιχειρήθηκαν από τον ΚΟΤ και το Φορέα. Παρακάτω θα ακολουθήσει η παρουσίαση των υφιστάμενων μέσων προβολής και η αξιολόγησή τους. Θα ακολουθήσουν επίσης εισηγήσεις για βελτίωση της προβολής με στόχο την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Κύπρου.

Γενικά, η υφιστάμενη κατάσταση όσον αφορά στον τομέα της προβολής και διαφήμισης κρίνεται ικανοποιητική παρά το ότι περιορίστηκε στην έκδοση έντυπου και οπτικοακουστικού υλικού και συμμετοχές σε συνέδρια. Εντούτοις, είναι αναγκαία η ουσιαστική και αποτελεσματική ενίσχυση και με άλλα μέσα προβολής, όπως οι διαδικτυακοί χώροι, περιοδικά τουρισμού υγείας, μέσα από τα οποία θα αναδεικνύονται τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κύπρου.

### **Επαρκή και στοχευμένη ενημέρωση μέσω έντυπου υλικού:**

Η έντυπη ενημέρωση και προβολή παρά τον παραδοσιακό της χαρακτήρα συνεχίζει να είναι ένα σημαντικό μέσο ενημέρωσης των ταξιδιωτών υγείας και ένα στοιχείο επικοινωνίας και προβολής τόσο του ιατρικού τουριστικού προϊόντος αλλά και των ιατρικών υπηρεσιών που προσφέρουμε. Ο ΚΟΤ έχει ήδη δημιουργήσει το έντυπο “Treasure your Health in Cyprus” το οποίο αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο πληροφόρησης για τις υπηρεσίες που προσφέρει η Κύπρος στον ιατρικό τομέα και στον τομέα Ευεξίας. Το έντυπο αυτό διανέμεται σε ξενοδοχεία, τουριστικούς πράκτορες, στα γραφεία του ΚΟΤ στο εξωτερικό και στοχεύει στο να παρέχει στους τουρίστες και ταξιδιώτες υγείας μια γενική εικόνα για την Κύπρο ως ιατρικό προορισμό, μεταφέροντας τόσο τις θεραπείες που προσφέρονται, αλλά και τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα. Επίσης το έντυπο διανέμεται σε επιλεγμένα φαρμακεία της Κύπρου και σε εκθέσεις όπου συμμετέχει αποστολή της Κύπρου. Το έντυπο εκδόθηκε στα Αγγλικά, Γερμανικά, Αραβικά και Ρωσικά. Αξίζει να σημειωθεί

πως τροχοδρομείται η έκδοση του και στα Ιταλικά και Ελληνικά. Το έντυπο είναι προσβάσιμο και από την ιστοσελίδα του ΚΟΤ,

Πέραν από το συγκεκριμένο έντυπο, ο ΚΟΤ σε συνεργασία με τον Φορέα προέβηκε και στη δημιουργία DVD με οπτικοακουστικό υλικό το οποίο παρουσιάζει τις ιατρικές υπηρεσίες της Κύπρου προσπαθώντας να προβάλει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κύπρου. Όπως και το έντυπο έτσι και το DVD διανέμεται σε διάφορα συνέδρια για τον τουρισμό υγείας. Είναι προσβάσιμο τόσο στην ιστοσελίδα του ΚΟΤ όσο και του Φορέα.

Όπως γίνεται αντιληπτό, τα υφιστάμενα μέσα προβολής συμβάλλουν ουσιαστικά στην προώθηση και διαφήμιση του προϊόντος της Κύπρου. Χρειάζεται όμως τα εργαλεία αυτά να περιληφθούν και να αποτελέσουν μέρος μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής προβολής που θα συμπληρώνεται και με σύγχρονα μέσα προώθησης του προϊόντος ούτως ώστε να προβάλλονται αποτελεσματικά μέσα από την εκστρατεία διαφήμισης τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κύπρου. Αδιαμφισβήτητα η αποτελεσματικότητα όλων των μέσων προβολής στο σύνολο τους μέσα από ένα συγκροτημένο σχέδιο προώθησης των υπηρεσιών θα ενισχυθεί.

Βασική προτεραιότητα θα πρέπει να είναι η δημιουργία εικόνας που να συνδέει την Κύπρο με τον τουρισμό υγείας όπου εύκολα θα συνδέεται η επίσκεψη στη χώρα με τη λήψη κάποιας θεραπείας (π.χ. Ισραήλ). Η εικόνα αυτή θα δημιουργηθεί μέσα από σειρά ενεργειών και εργαλείων πληροφόρησης που θα ετοιμαστούν και θα απευθύνονται σε στοιχειώδεις ομάδες ως εξής:

## **1. Σχέδιο Μάρκετινγκ**

Δημιουργία πλάνου προώθησης της Κύπρου ως ιατρικός προορισμός (Marketing plan) με συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους συμπεριλαμβανομένης της παρακολούθησης και εφαρμογής του σχεδίου μάρκετινγκ, την εξακρίβωση των επικοινωνιακών αναγκών (π.χ. έρευνες αγοράς, κλπ) και ανάλυση των αποτελεσμάτων. Αναμένεται επίσης να περιλαμβάνει μηχανισμό αναπροσαρμογής του σχεδίου αναλόγως των εξελίξεων.

## 2. Έντυπα για στοχευμένες ομάδες (Target Groups)

Η δημιουργία συγκεκριμένων εντύπων τα οποία θα αναδεικνύουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Κύπρου σε συγκεκριμένες θεραπείες, θα ενισχύσει τη ενημέρωση και θα αυξήσει τις πιθανότητες επιτυχίας. Για παράδειγμα η δημιουργία εντύπου 'In Vitro Fertilisation' ανέδειξε το πλεονέκτημα της Κύπρου που πηγάζει μέσα από τη νομοθεσία σχετικά με την εξωσωματική γονιμοποίηση και απευθύνεται σε συγκεκριμένες αγορές όπως η Ιταλία. Αυτό μπορεί να γίνει και με άλλες ειδικότητες και θεραπείες. Τα έντυπα αυτά προωθούνται ηλεκτρονικά στο εξωτερικό αλλά και στο εσωτερικό, αξιοποιώντας τον τουρισμό αναψυχής που προσφέρει η Κύπρος κάθε χρόνο. Στο εξωτερικό, έντυπο υλικό διανέμεται μέσω των γραφείων του ΚΟΤ αλλά και μέσω συγκεκριμένων διευθύνσεων ασφαλιστικών και άλλων συνδέσμων.

## 3. Διεξαγωγή Συνεδρίων

Όπως θα παρουσιαστεί και σε επόμενο στάδιο της μελέτης πιο αναλυτικά, η συμμετοχή της Κύπρου σε συνέδρια τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό αποτελεί ισχυρό εργαλείο προβολής το οποίο πρέπει να αξιοποιηθεί, ούτως ώστε να επωφεληθούμε αφενός από τις εμπειρίες και τις πρακτικές άλλων χωρών στον τομέα του τουρισμού υγείας, και αφετέρου να προβάλουμε μέσα από τα συνέδρια τις προοπτικές της Κύπρου ως ιατρικός προορισμός. Τα συνέδρια αυτά θα πρέπει να έχουν θεματολογία τον τομέα Υγείας, τον τουρισμό υγείας και τις πολύπλευρες πτυχές του, ώστε η Κύπρος να εδραιωθεί σαν μια επιλογή προορισμού. Η πραγματοποίηση Διεθνών Συνεδρίων στην Κύπρο στα πρότυπα του 2nd Annual World Health Tourism Congress που πραγματοποιήθηκε το Μάρτιο 2007, αναδεικνύει την Κύπρο σαν ενεργό μέλος στο χάρτη του τουρισμού υγείας. Επίσης συνέδρια όπως το «Managing Cross Border Healthcare: new era, new opportunities» (Νοέμβριος 2009) με ομιλητές κυρίως από το εξωτερικό δίνει την δυνατότητα εισαγωγής τεχνογνωσίας στον τομέα της υγείας στην Κύπρο και αναδεικνύει τις προοπτικές του τομέα. Η θεματολογία των Συνεδρίων για διεξαγωγή στην Κύπρο μπορεί να αφορά

- i. τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα (με καλεσμένους από την Ευρωπαϊκή Ένωση). Π.χ το Cross Border Healthcare Directive, και τις επιπτώσεις σε χώρες της Μεσογείου σε σύγκριση με τις βόρειες χώρες της Ευρώπης.
- ii. αναγκαία υποδομή που πρέπει να διαθέτουν τα νοσηλευτήρια για προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας

- iii. εξειδικευμένα θέματα υγείας π.χ. κλιματοθεραπείες, IVF όπου έμμεσα θα προωθείται και η Κύπρος σαν πιθανός χώρος παροχής των συγκεκριμένων υπηρεσιών υγείας.

Τα συνέδρια αυτά θα δώσουν την δυνατότητα να προβληθεί η Κύπρος και τα πλεονεκτήματα που προσφέρονται μέσα από επιστημονικά άρθρα παγκόσμιου ενδιαφέροντος τα οποία θα εκδίδονται μετά τα συνέδρια και θα περιλαμβάνονται μέσα σε εξειδικευμένα έντυπα και περιοδικά τα οποία κυκλοφορούν, όπως το μηνιαίο περιοδικό *medical Tourism Journal* κλπ. Επιπλέον η συμμετοχή σε εκθέσεις κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική αφού όπως αναλύεται και στη συνέχεια, οι εκθέσεις και τα σεμινάρια τουρισμού υγείας παίζουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στον τομέα της προβολής.

#### 4. Δημιουργία Διαφημιστικών banners

Πέρα από τα παραπάνω μέσα προβολής και διαφήμισης του προϊόντος τουρισμού υγείας της Κύπρου, ο πιο σημαντικός τομέας διαφήμισης είναι τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης. Σημαντική κρίνεται και η δημιουργία διαφημιστικών banners σε ιστοσελίδες, αφίσες σε ξενοδοχεία, δημόσιους χώρους, και επιλεγμένα περιοδικά. Τα banners μπορούν να εξειδικευτούν ανάλογα με την αγορά στόχο. Διαφημιστικό Banner για περίθαλψη και μακρόχρονη διαμονή ηλικιωμένων σε ανάλογες ιστοσελίδες και περιοδικά στη Σουηδία για παράδειγμα, και Banner σε ανάλογες ιστοσελίδες για οδοντιατρικές υπηρεσίες στην Αγγλία.

#### 5. Video Clips

Σημαντικό στοιχείο που συμβάλλει στην ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Κύπρου είναι τα video clips των τριών λεπτών περίπου τα οποία εύκολα αποστέλλονται με e-mail ή/και με CD και περιλαμβάνουν:

- Προφίλ της Κύπρου σαν ιατρικός προορισμός
- Προφίλ κλινικών
- Υπηρεσίες που προσφέρονται-πλεονεκτήματα
- Εμπειρίες – απόψεις ασθενών

Η επιτυχία των προτεινόμενων μέσων προβολής στηρίζεται σε δύο σημαντικούς άξονες: στην **εγκυρότητα** των πληροφοριών και στη **συχνή και άμεση ενημέρωση** των δεδομένων που προβάλλονται.

### **3 Γ. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για συμμετοχή σε συγκεκριμένες διοργανώσεις, κόστος, προδιαγραφές, εισηγήσεις για βελτίωση της παρουσίας ΚΟΤ-Φορέα Υγείας σε συνέδρια, εργαστήρια, ΜΜΕ και καθορισμός συστήματος αξιολόγησης μετά από κάθε διοργάνωση κλπ.**

#### **Συμμετοχή σε εκθέσεις/εκδηλώσεις/workshops και προβολή προϊόντων τουρισμού υγείας**

Μέχρι τώρα αυτό που χαρακτηρίζει τον τουρισμό υγείας είναι η δημιουργία του Φορέα Προώθησης Ιατρικών Υπηρεσιών από το ΚΕΒΕ ο οποίος στοχεύει κυρίως α) στην προβολή της Κύπρου σαν ένα αξιόλογο προορισμό τουρισμού υγείας β) στην καλλιέργεια πνεύματος αλληλεγγύης και συνεργασίας μεταξύ των μελών και γ) στη δημιουργία πλατφόρμας στην οποία μπορούν να συνυπάρχουν και να συνεργάζονται όλοι οι εμπλεκόμενοι στον τουρισμό υγείας.

Ο Φορέας μαζί με τον ΚΟΤ θα πρέπει να έχουν συντονιστικό και καταλυτικό ρόλο με απώτερο σκοπό την ετοιμασία από τον ιδιωτικό τομέα και κυρίως από τους Medical Facilitators συγκεκριμένων πακέτων και τη διάθεση τους στην αγορά στόχο.

Οι μέχρι σήμερα παροχές υπηρεσιών τουρισμού υγείας ήταν μεμονωμένες και σποραδικές μετά από προσπάθεια ιδιωτών γιατρών και νοσηλευτηρίων οι οποίοι δεν φρόντισαν επαρκώς να διευκολύνουν την οργάνωση του ταξιδιού ενώ οι συνεργασίες με tour operators ήταν ανύπαρκτες.

Αυτό που προέχει τώρα είναι όπως όλοι οι εμπλεκόμενοι που ασχολούνται με τον τουρισμό υγείας να γνωρίσουν καλά το διεθνές επαγγελματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο θα λειτουργήσουν. Με τη βοήθεια του Φορέα και του ΚΟΤ πρέπει να ανιχνεύσουν τα δυνατά τους σημεία και να μπορούν να μετατρέψουν τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα σε βαθμό που να μπορέσουν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές. **Οι σποραδικές και ευκαιριακές κινήσεις θα πρέπει να αντικατασταθούν με την εφαρμογή της στρατηγικής που θα προκύψει από τη μελέτη.**

Μόνο η πακετοποίηση ιατρικών και τουριστικών υπηρεσιών από medical facilitators οι οποίοι θα κινηθούν μέσα σ' ένα ευρύτερο επαγγελματικό πλαίσιο θα μπορέσει να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

## Σαν παραδείγματα πακετοποίησης μπορούν να αναφερθούν:

1. Πρόταση για διαμονή στην Κύπρο μακράς διάρκειας τους χειμερινούς μήνες για ηλικιωμένους που έχουν ανάγκη ιατρικής φροντίδας κυρίως από Σουηδία, Φινλανδία, Νορβηγία.
2. Πρόταση για πλαστική χειρουργική σε συνεργασία με tour operator του εξωτερικού με ειδικό πρόγραμμα διαμονής, διακίνησης και αναψυχής. Ο facilitator σε συνεργασία με την κλινική και τον coordinator προσφέρει εξατομικευμένα προγράμματα που περιλαμβάνουν μεταφορά, ξενοδοχεία πολυτελείας στην Κύπρο κ.α.
3. Πρόταση για IVF σε συνδυασμό με διακοπές.
4. Πακέτο για προληπτική ιατρική συνεργασία με medical spa, όπου παρέχεται διαμονή σε SPA resorts, ιατρική παρακολούθηση, μεσογειακή διατροφή, παρακλινικές εξετάσεις, ενημέρωση θεράποντος ιατρού, συμβουλευτική υποστήριξη και μετά τη θεραπεία.
5. Επιπλέον το πακέτο μπορεί να περιλαμβάνει θαλασσοθεραπείες, Golf θεραπείες προσώπου, εκδρομές και ψυχαγωγία.

Τα πιο πάνω παραδείγματα αναφέρονται καθότι τότε μόνο η Κύπρος θα πρέπει να συμμετέχει σε εκθέσεις workshops κλπ. Εφόσον έχει να προσφέρει συγκεκριμένες προτάσεις/πακέτα τα οποία να στοχεύουν σε συγκεκριμένους πελάτες στις αγορές στόχους. Από τώρα και στο εξής οι ενέργειες, παρουσιάσεις κλπ, να είναι στοχευμένες με προτάσεις που θα φέρουν αποτελέσματα και όχι παρουσιάσεις γενικού περιεχομένου. Για το 2010 έχουν επιλεγεί μια σειρά από διοργανώσεις που επιβάλλεται η συμμετοχή της Κύπρου. Για το 2011 και 2012 ο προγραμματισμός μπορεί να γίνει στον βαθμό που έχουν ανακοινωθεί οι διοργανώσεις και workshops.

Σημειώνεται επίσης η τακτική άλλων χωρών (π.χ Τουρκία) όπου **ο αρμόδιος φορέας συμμετέχει στις εκθέσεις με μεγάλο περίπτερο και παρέχει χώρο μέσα στο περίπτερο σε παροχές υγείας όπου ο κάθε ένας προβάλλει τις δικές του εξειδικευμένες υπηρεσίες.**



Διοργάνωση	Ημερομηνία	Χώρα	Κόστος	Συμμετοχή	Βαθμός Προτεραιότητας
ITB	Μάρτιος 2011	Βερολίνο	€1.200	Φορέας στο περίπτερο του ΚΟΤ, Συμμετοχή στο περίπτερο ΚΟΤ και προώθηση προγραμμάτων Tour Operators για Medical Spa	2
The 2nd Moscow Medical & Health Tourism Congress	Μάρτιος 2011	Μόσχα	€2.000	Φορέας/ΚΟΤ Υπουργείο Υγείας	1
WORLD HEALTH TOURISM CONGRESS (Η συμμετοχή επιβάλλεται για πολιτικούς και επαγγελματικούς λόγους και networking)	Απρίλιος 2011	Αναμένεται	€2.000	Φορέας/ΚΟΤ Υπουργείο Υγείας	1
MANCHESTER ROADSHOW	Απρίλιος 2011	UK Manchester	€10.000	ΚΟΤ/Φορέας Facilitators Coordinators Ιατροί, Παροικία, Tour operators	1
DESTINATION HEALTH (UK Medical Tourism Exhibition) + Breakfast Presentation του Φορέα και ΚΟΤ	Απρίλιος 2011	UK Λονδίνο	€5.000 €20.000 Φιλοξενία 50 ατόμων	ΚΟΤ/Φορέας Facilitators Coordinators  Facilitators Παροικία Ιατροί Ασφαλιστές	1
DUBAI EXHIBITION AND ROADSHOW (Το roadshow/workshop θα γίνει στα πλαίσια της έκθεσης τουρισμού και θα το οργανώσει ο ΚΟΤ/Φορέας)	Μάιος 2011	Η.Α.Ε	€1.200 €5.000	Φορέας/ΚΟΤ στο περίπτερο του ΚΟΤ, Facilitators  Φορέας/ΚΟΤ Facilitators Coordinators	3
EUROPEAN MEDICAL TRAVEL CONFERENCE + EXHIBITION + Breakfast Presentation	5-8 Μαΐου 2010-11	Βενετία	€6.000 €5.000 (20 άτομα)	Φορέας/ΚΟΤ Facilitator	2



<b>EXHIBITION SENIOR</b> (Τρίτη Ηλικία)	<b>20-22</b> Οκτωβρίου 2011	<b>Σουηδία</b> Στοκχόλμη	<b>€2.000</b>	Φορέας/ΚΟΤ Facilitators Coordinators Περίπτερο ΚΟΤ	<b>2</b>
Παρουσίαση στις κοινωνικές ασφαλίσεις Σουηδίας	<b>19</b> Οκτωβρίου 2010	<b>Στοκχόλμη</b>	<b>€2.000</b>	Φορέας/ΚΟΤ Κοινωνικές Ασφαλίσεις	
<b>WTM</b>	<b>8-11</b> Νοεμβρίου 2010	<b>UK</b> Λονδίνο	<b>€1.200</b>	Φορέας στο περίπτερο του ΚΟΤ	<b>2</b>
<b>EXHIBITION SENIORITT</b> (Τρίτη Ηλικία) WorkShop/Παρουσίαση η Κοινωνικές Ασφαλίσεις	<b>20-21</b> Νοεμβρίου 2010 <b>19</b> Νοεμβρίου 2010	<b>Ελσίνκι</b> Φινλανδία	<b>€1.000</b> <b>€2.000</b>	Φορέας/ΚΟΤ Περίπτερο ΚΟΤ	<b>2</b>
<b>CYMEDITOUR</b> Workshop + Fam Trip Ετήσια εκδήλωση τουρισμού υγείας Κύπρου και οργάνωση ενημερωτικού ταξιδιού για δημοσιογράφους και επαγγελματίες από το εξωτερικό	<b>Νοέμβριος</b> 2010	<b>Κύπρος</b>	<b>€20.000</b>	ΚΟΤ/Φορέας Ιατρικά Κέντρα Facilitators, Hotel, Ιατροί από εξωτερικό, Ασφαλιστικές εταιρείες, Ιατροί, Δημοσιογράφοι	<b>1</b>

### **Μέτρα για αποτελεσματική συμμετοχή σε εκθέσεις, σεμινάρια, Workshops**

Οι πιο πάνω διοργανώσεις αποτελούν σημαντικά εργαλεία (direct marketing) ενώ μπορούν να ανοίξουν το δρόμο για μια πετυχημένη πορεία. Στην περίπτωση του τουρισμού υγείας, τόσο ο Φορέας όσο και ο ΚΟΤ θα πρέπει να ακολουθήσουν μια συνδυασμένη πελατοκεντρική και προιοντοκεντρική προσέγγιση ούτως ώστε οι προτεινόμενες διοργανώσεις να αποτελέσουν ένα αποτελεσματικό όχημα προώθησης της επικοινωνιακής πολιτικής που θα ακολουθήσουν. Το προϊόν τουρισμού υγείας της Κύπρου βρίσκεται στα σπάργανα και η άμεση επικοινωνία (direct marketing και clienting) θα ενισχύσει σημαντικά την οποιαδήποτε προβολή μέσω του Internet. Παρόλο που ο τουρισμός υγείας προβάλλεται μέσω του διαδικτύου σε 20.300.000 σελίδες του Google (σύμφωνα με το Intuition Communication Ltd) εν τούτοις οι εκθέσεις και τα workshops θα πρέπει να

αποτελέσουν για την Κύπρο ένα πολύ σημαντικό επικοινωνιακό εργαλείο για άμεση επαφή με τον επαγγελματία του τουρισμού υγείας και τον ασθενή.

Επίσης η συμμετοχή/διοργάνωση στα events που προβάλλουν τουρισμό υγείας είναι αποκλειστικότητα του ΚΟΤ και του Φορέα και απαιτείται συντονισμός. Προτείνουμε το πιο κάτω μοντέλο διαδικασίας αποτελεσματικής συμμετοχής και αξιολόγησης των επαφών . Ιδιαίτερα τονίζουμε την ανάγκη για ετοιμασία σχεδίου δράσης μετά την έκθεση, διοργάνωση, εργαστήριο.

## **Οδικός Χάρτης Συμμετοχής και οργάνωσης Διοργανώσεων**

### **1. Προ-εκθεσιακό στάδιο**

Εδώ είναι η φάση της απόφασης και της προετοιμασίας. Στη φάση αυτή εξετάζεται η σκοπιμότητα ή μη της συμμετοχής, καθορίζονται με λεπτομέρεια οι στόχοι, καταγράφονται οι ομάδες-στόχοι επισκεπτών π.χ. γιατροί, ασφαλιστικές εταιρείες, ασθενείς, ξένοι medical facilitators, tour operators κλπ. Αφού γίνει επιλογή της εκδήλωσης καταρτίζεται ο προϋπολογισμός.

Στη συνέχεια ακολουθεί η προετοιμασία η οποία έχει καθαρά εκτελεστικό χαρακτήρα. Ο εκπρόσωπος του ΚΟΤ υπεύθυνος για θέματα τουρισμού υγείας προεδρεύει και συντονίζει. Στη φάση αυτή: α) ορίζεται το προσωπικό που θα ασχοληθεί με την έκθεση και γίνεται η περιγραφή των καθηκόντων του. Αυτοί που συμμετέχουν στο stand, workshop κλπ θα πρέπει να είναι άριστα ενημερωμένοι για τον τουρισμό υγείας, εξωστρεφείς αλλά και σοβαροί καθ' ότι το αντικείμενο δεν είναι απλά τουριστικό αλλά υπάρχει έντονο θεραπευτικό στοιχείο στο προϊόν και θα πρέπει να πείσουν για το «γιατί στην Κύπρο». Η συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις-εκδηλώσεις κλπ απαιτεί την παρουσία έμπειρων ατόμων. Οι άλλες δραστηριότητες στη φάση προετοιμασίας είναι η κατάρτιση χρονοδιαγράμματος δράσης, η τήρηση των δεσμεύσεων που απορρέουν από τον κανονισμό συμμετοχής του οργανωτή, η ετοιμασία του stand, η προετοιμασία του υλικού και η μεταφορά και η προβολή της συμμετοχής με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών.

Ο σχεδιασμός του stand πρέπει να είναι τέτοιος ώστε τα βασικά selling points να είναι ξεκάθαρα και να ενισχύουν το brand. Το διαφημιστικό υλικό θα πρέπει να είναι

στη γλώσσα της χώρας και το περιεχόμενο ανάλογα με τις ιατρικές υπηρεσίες που θέλουμε να προβάλλουμε στη συγκεκριμένη αγορά. Ο ΚΟΤ θα πρέπει σε κάθε συμμετοχή να ετοιμάζει και Δελτίο Τύπου για τους δημοσιογράφους. Εάν κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης παρέχεται η δυνατότητα «κεράσματος» τότε αυτό θα πρέπει να είναι κυπριακά βιολογικά προϊόντα με έμφαση στην εναλλακτική θεραπεία.

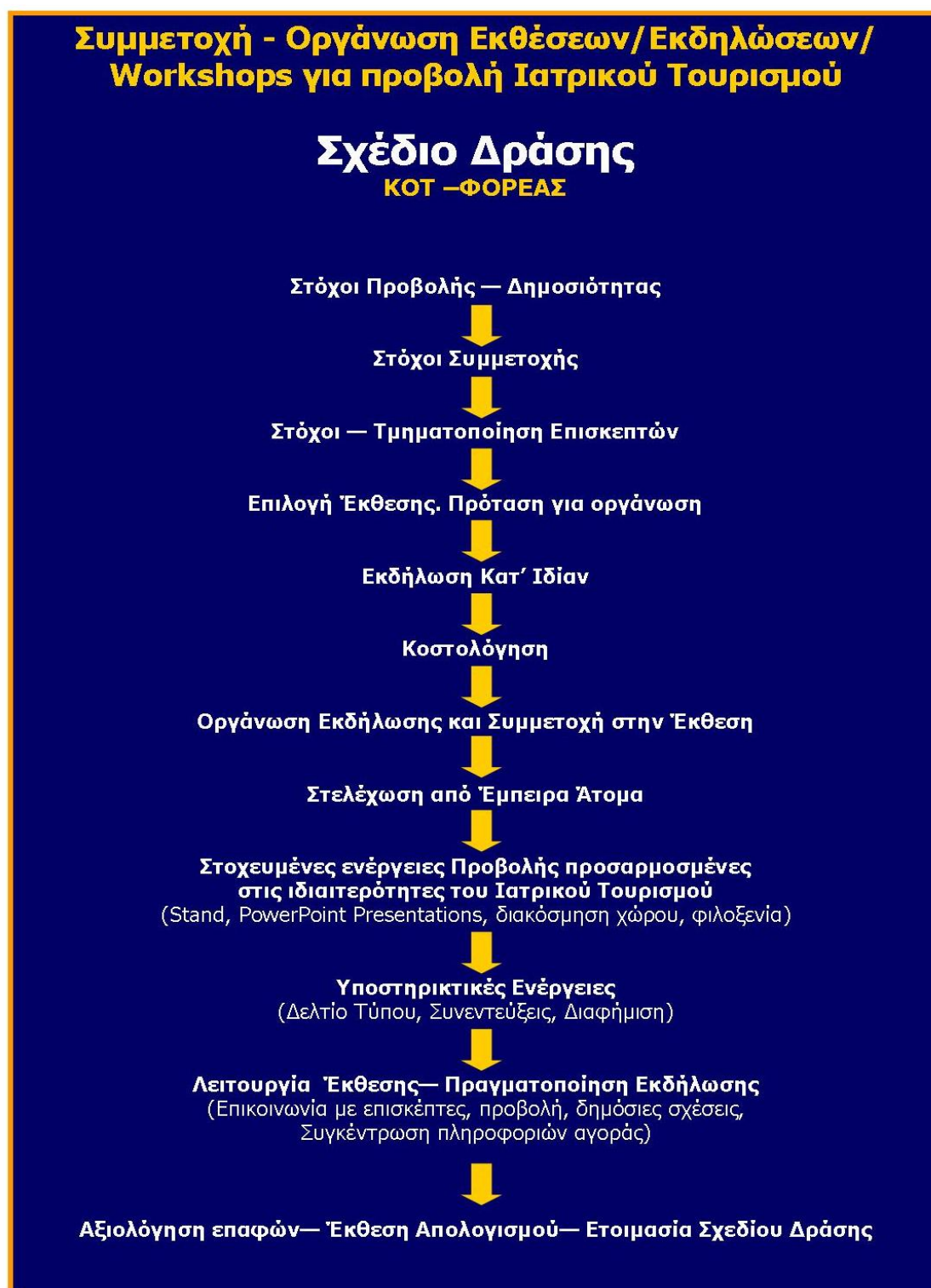
## **2. Λειτουργία της έκθεσης/εκδήλωσης**

Η επόμενη φάση είναι αυτή της λειτουργίας της έκθεσης/εκδήλωσης όπου βασικά επιδιώκεται η υλοποίηση των στόχων συμμετοχής δηλαδή η επικοινωνία με τους επισκέπτες π.χ. γιατρούς, ασφαλιστικές, tour operators, medical facilitators, medical coordinators ασθενείς κλπ. Επίσης πολύ σημαντική είναι και η συγκέντρωση πληροφοριών αγοράς και η καταχώρηση τους στην Data Bank που θα πρέπει να δημιουργηθεί στο Φορέα. Η αναβάθμιση των ενεργειών του ΚΟΤ και του Φορέα δεν περιορίζεται μόνο στη διακόσμηση του stand αλλά αυτό που προέχει είναι η στελέχωση και ποιότητα των υπηρεσιών/πληροφοριών/ενημέρωσης που παρέχονται κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.

## **3. Αποτέλεσμα μετά την εκδήλωση**

Επιπλέον πολύ σημαντικό είναι το αποτέλεσμα μετά την εκδήλωση. (Μετα-εκθεσιακό στάδιο) όπου γίνεται η επιμέλεια, αξιολόγηση των επαφών που πραγματοποιήθηκαν, ο έλεγχος του αποτελέσματος και συντάσσεται η έκθεση απολογισμού τόσο από το Φορέα όσο και από τον ΚΟΤ. Οι εκθέσεις θα πρέπει να είναι λεπτομερείς, ιδιαίτερα σ' ότι αφορά τις επαφές και σε καμιά περίπτωση να μην έχουν γενικό χαρακτήρα ότι δηλαδή «έγιναν επαφές με σημαντικούς παράγοντες του τουρισμού υγείας οι οποίοι έδειξαν μεγάλο ενδιαφέρον». Το περιεχόμενο των εκθέσεων απολογισμού θα πρέπει να αποτελεί σχέδιο δράσης (follow-up) για την περίοδο μετά την εκδήλωση/έκθεση/workshop και τα μέλη του Φορέα θα πρέπει να ενημερωθούν.

Περιληπτικά ο οδικός χάρτης που θα πρέπει να ακολουθηθεί από τους εμπλεκόμενους στο marketing του τουρισμού υγείας της Κύπρου είναι το ακόλουθο:



## Σύστημα Αξιολόγησης μετά από κάθε Διοργάνωση

Μετά από κάθε Διοργάνωση επιβάλλεται η αξιολόγηση. Κάθε αξιολόγηση μιας διοργάνωσης πρέπει να έχει το δικό της σύστημα για να έχει και καλύτερο αποτέλεσμα. Δεν υπάρχει συγκεκριμένος τρόπος αλλά κατευθυντήριες γραμμές. Σε κάθε αξιολόγηση υπάρχουν όμως κοινά στοιχεία και παράμετροι που πρέπει να περιληφθούν και ο βασικότερος παράγοντας είναι η μεθοδική σύγκριση μεταξύ στόχων (ποσοτικών, ποιοτικών) και αποτελέσματος. Για κάθε διοργάνωση θα πρέπει να υπάρχουν στόχοι και μάλιστα συγκεκριμένοι. Πχ: Αντί εξασφάλιση δημοσιογραφικής κάλυψης να υπάρχει στόχος για 6-8 άρθρα, αναφορές, συνεντεύξεις κλπ.

Το σύστημα αξιολόγησης μετά από κάθε διοργάνωση περιλαμβάνει τα πιο κάτω:

- A) Επιμέλεια των επαφών που έγιναν κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης/έκθεσης/workshop κλπ.
- B) Έλεγχος αποτελέσματος/ αξιολόγηση συμμετεχόντων. Διαπίστωση του βαθμού προσέγγισης των στόχων.
- Γ) Ετοιμασία έκθεσης απολογισμού.

Η έκθεση απολογισμού εκτός από γενικές πληροφορίες, παρατηρήσεις, περιγραφές, προσωπικά σχόλια κλπ. θα πρέπει να επικεντρωθεί στην α) αξιολόγηση της προβολής της συμμετοχής σε σχέση με την αποτελεσματικότητά της. β) σύγκριση της δαπάνης και της ελκυστικότητας του αντικειμένου της έκθεσης/εκδήλωσης σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς. γ) αξιολόγηση τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά όσων έλαβαν μέρος στην εκδήλωση. δ) αξιολόγηση όλων των πληροφοριών marketing που έχουν συγκεντρωθεί σε σχέση με την χρησιμότητα τους και τεχνική επεξεργασία αυτών των πληροφοριών. ε) ποιοτική αξιολόγηση των επαφών που έγιναν.

Η έκθεση απολογισμού δεν πρέπει να περιλαμβάνει στείρα και ατεκμηρίωτη κριτική αλλά και δημιουργικές προτάσεις χρήσιμες για την επόμενη συμμετοχή σε ένα συνέδριο, έκθεση, workshop κλπ. και θα πρέπει να καλύψει το ευρύτερο φάσμα της διοργάνωσης όπως: το προσωπικό που συμμετείχε, τη διαδικασία της οργάνωσης, τη χώρα που έγινε, τα εκθέματα ή παρουσιάσεις, την προβολή, τις εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων, τις επαφές που έγιναν, τον ανταγωνισμό, σύγκριση

προϋπολογισθέντος και τελικού κόστους. Πάνω απ' όλα όμως προέχει η σύγκριση και ανάλυση των στόχων και του αποτελέσματος.

### **3 Δ. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για φιλοξενία decision makers- ταξίδια εξοικείωσης (fam trips) – χώρες, συμμετέχοντες, κριτήρια επιλογής, πρόγραμμα και περίοδος φιλοξενίας.**

#### **Εισηγήσεις για Φιλοξενία Decision Makers**

##### **Fam – Trips (Ταξίδια Εξοικείωσης)**

Λόγω της φύσεως του τουριστικού προϊόντος η απευθείας και επί τόπου ενημέρωση των decision makers αλλά και των στοχευμένων τμημάτων της αγοράς Τουρισμού Υγείας μέσα από δημοσιογραφικά άρθρα είναι χωρίς καμιά αμφιβολία ένας αποτελεσματικός και οικονομικά σύμφωρος τρόπος προβολής και δημοσιότητας του κυπριακού τουρισμού υγείας. Το ταξίδι ενημέρωσης Fam-trip αποτελεί καταλυτική παράμετρο για πληροφόρηση αλλά και αύξηση της συνεργασίας μεταξύ των Κυπρίων που παρέχουν τουριστικές και ιατρικές υπηρεσίες και των medical facilitators, συντονιστών, εξειδικευμένων tour operators, ασφαλιστικών ιδρυμάτων, στελεχών κοινωνικών ασφαλίσεων, δημοσιογράφων στις αγορές που στοχεύει η Κύπρος. Ενδιαφερόμενοι επενδυτές θα πρέπει να προσκληθούν κατ' ιδιάν για να επισκεφθούν την Κύπρο διασφαλίζοντας την απαραίτητη εχεμύθεια σε προτεινόμενα έργα στον τομέα.

Με την οργάνωση των Fam-trips επιδιώκεται η εγκαθίδρυση και καθιέρωση καναλιών επικοινωνίας με όσους συμμετέχουν σ' αυτά, καθώς επίσης και με τους οργανισμούς, εταιρείες, έντυπα κλπ. που εκπροσωπούν. Επιπλέον, δημιουργούνται και άλλες προωθητικές δραστηριότητες όπως π.χ. συμμετοχή του ΚΟΤ ή του Φορέα και των Κύπριων facilitator και coordinator κλπ σε workshops, παρουσιάσεις και σεμινάρια των tour operator που προσφέρουν κυπριακά ιατρικά πακέτα στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με το Φορέα, μέχρι τώρα δεν έχουν πραγματοποιηθεί Fam-trips στην Κύπρο με αποκλειστικό στόχο τον τουρισμό υγείας. Η επιτυχία ενός fam-trip εξαρτάται κυρίως από 4 παράγοντες:

- 1) Την επιτυχημένη επιλογή των στελεχών (decision makers, αγοραστών, δημοσιογράφων). Αξιολόγηση του κάθε στελέχους βασισμένη στο ρόλο του. π.χ. προγραμματιστής, οργανωτικός, πωλητής κλπ.
- 2) Την οργανωτική δομή και περιεχόμενο του fam-trip.
- 3) Την αξιοποίηση μετά την επίσκεψη στην Κύπρο.
- 4) Την παροχή αεροπορικών θέσεων κατόπιν συμφωνίας με αεροπορικές εταιρείες οι οποίες ενδιαφέρονται να εμπλακούν στο marketing του προϊόντος τουρισμού υγείας.

## **Σε πρώτο στάδιο γίνεται εισήγηση για οργάνωση των πιο κάτω fam-trips:**

- 1) **Από το Ηνωμένο Βασίλειο.** 12 άτομα. Ιούνιος 2010. Κόστος: €4000

Συντονιστής θα είναι ο ΚΟΤ Λονδίνου

Medical Facilitators (2)

National Health (2)

Κύπριοι Tour Operators (2)

UK TV (2)

Δημοσιογράφοι (4)

Προβολή ευρύτερου φάσματος του τουρισμού υγείας.

- 2) **Από Σουηδία – Φινλανδία.** Νοέμβριος 2010. Κόστος €4000

Συντονιστής ΚΟΤ Στοκχόλμης.

Το Fam-Trip γίνεται σε συνεργασία με τους διοργανωτές των εκθέσεων SENIOR.

Συμμετέχουν 12 άτομα που εκπροσωπούν τους tour operators, τις κοινωνικές ασφαλίσεις καθώς και δημοσιογράφους από έντυπα που ασχολούνται με τον τουρισμό τρίτης ηλικίας. Προβολή τουρισμού ηλικιωμένων με ιατρική φροντίδα, προληπτικές και διαγνωστικές εξετάσεις, medical wellness.

- 3) **Από Γερμανία** (14 άτομα). Οκτώβριος 2010: Κόστος €4000

Συντονισμός ΚΟΤ Φραγκφούρτης.

Στο Fam-Trip συμμετέχουν αποκλειστικά εξειδικευμένοι tour operators οι οποίοι ασχολούνται με medical wellness. Επίσης να συμμετέχει και το τηλεοπτικό κανάλι SONNEN KLAR.



#### **4) Από Αραβικές χώρες.** (12 άτομα). Κόστος €4000. Οκτώβριος 2010

Συντονισμός ΚΟΤ Dubai

Θα προσκληθούν facilitators σε συνεργασία με το τμήμα marketing της EMIRATES καθώς και τα τοπικά ή δορυφορικά κανάλια τα οποία θα ετοιμάσουν ειδική παρουσίαση.

### **Τυπικό Πρόγραμμα ενός FAM-TRIP που διοργανώνει ο ΚΟΤ σε συνεργασία με το ΦΟΡΕΑ για προβολή του Τουρισμού Υγείας.**

**Βασικός Στόχος:** Δημιουργία γνώσης και θετικής αντίληψης για την Κύπρο ως κέντρο τουρισμού υγείας.

**1<sup>η</sup> ημέρα:** Άφιξη, τακτοποίηση στο ξενοδοχείο, welcome cocktail και δείπνο παρουσία εκπροσώπων ΚΟΤ και Φορέα σε διευθυντικό επίπεδο

#### **2<sup>η</sup> ημέρα:**

**09:00 – 11:00:** Αναλυτική παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος (ΚΟΤ) και των ιατρικών υπηρεσιών (Φορέας)

**11:00 – 13:00:** Πρώτη ενημέρωση – Επίσκεψη σε κέντρο υγείας

**13:00 – 15:00:** Γεύμα

**15:00 – 18:00:** Ξενάγηση τουριστικού περιεχομένου

**18:00 – 20:00:** Χρήση Υπηρεσιών SPA

**20:00:** Δείπνο

**3<sup>η</sup> & 4<sup>η</sup> ημέρα:** Ολοήμερη ξενάγηση χώρων τουριστικού και ιατρικού ενδιαφέροντος με παρουσιάσεις ιατρών και διευθυντών medical spa.



## 4<sup>η</sup> ημέρα:

**18:00:** Συνάντηση με εκπροσώπους του ΚΟΤ και Φορέα. Ανάλυση εντυπώσεων, συζήτηση, εισηγήσεις, κριτική από συμμετέχοντες.

**20:00:** Αποχαιρετιστήριο Δείπνο στο χώρο ενός medical spa με μεσογειακή κουζίνα και οικολογικό κρασί.

## 5<sup>η</sup> ημέρα: Αναχώρηση

Το αναλυτικό πρόγραμμα ενός fam-trip εξαρτάται από τους συμμετέχοντες. π.χ. ειδικά ενδιαφέροντα και τη χώρα προέλευσης και διαμορφώνεται ανάλογα με τις ειδικότητες που θα προωθηθούν στη συγκεκριμένη χώρα. Business to business meetings θα μπορούν να πραγματοποιηθούν σε περίπτωση που οι συμμετέχοντες δεν είναι ανταγωνιστές. Σημαντικό και απαραίτητο σε κάθε περίπτωση θα είναι:

- 1) Οι παρουσιάσεις του ΚΟΤ και του Φορέα την πρώτη ημέρα.
- 2) Η συζήτηση το τελευταίο βράδυ
- 3) Οι εξειδικευμένες παρουσιάσεις στα medical spa και τα ιατρικά κέντρα που θα περιληφθούν στο πρόγραμμα.
- 4) Η ομάδα να συνοδεύεται εκτός από ξεναγό και από έμπειρο λειτουργό του ΚΟΤ και του Φορέα οι οποίοι θα πρέπει να αναπτύξουν πολύ καλές επαγγελματικές και φιλικές σχέσεις με τους επισκέπτες.
- 5) Μετά την επίσκεψη ο εκπρόσωπος του Φορέα αναλαμβάνει να παρακολουθεί τις εξελίξεις και τα αποτελέσματα της επίσκεψης και να ενημερώνει τα μέλη.
- 6) Ο ΚΟΤ αναλαμβάνει τη συλλογή και αξιολόγηση των άρθρων των δημοσιογράφων και γενικά την προβολή των ΜΜΕ που δόθηκε σαν αποτέλεσμα της επίσκεψης.
- 7) Στα δείπνα συμμετέχουν και εκπρόσωποι της συγκεκριμένης ιατρικής εταιρείας. π.χ. οδοντιατρική, πλαστική χειρουργική κ.λ.π.

### **3 Ε. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εξειδικευμένα έντυπα μεγάλης απήχησης και υψηλής αναγνωσιμότητας καθώς και εισηγήσεις για καταχωρήσεις (άρθρων, e-banners κλπ) σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες**

#### **Εισηγήσεις για διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα και ιστοσελίδες**

Η Κύπρος θα πρέπει να αποκτήσει τη δική της ταυτότητα σαν προορισμός για τουρισμό υγείας δηλαδή να γίνει Branded και η μορφή αυτή τουρισμού να ταυτίζεται με ένα ξεχωριστό λογότυπο το οποίο να δημιουργεί οργανική ταυτότητα με την παρουσία του σε όλα τα έντυπα, διαφημίσεις, ιστοσελίδες κλπ. Το λογότυπο πρέπει να συμπληρώνει ένα σλόγκαν. Λογότυπο και σλόγκαν θα συνοδεύουν κάθε δραστηριότητα επικοινωνίας για τον τουρισμό υγείας. Για το branding θα πρέπει να γίνει ειδική μελέτη.

Λόγω του περιορισμένου προϋπολογισμού προβολής αλλά και την ιδιαιτερότητα του marketing του τουρισμού υγείας οι καταχωρήσεις στον έντυπο τύπο και τις ιστοσελίδες πρέπει να είναι πολύ στοχευμένες και να αξιοποιηθούν κατάλληλα για τη μεγιστοποίηση συνεργιών, ιδιαίτερα με εξειδικευμένες διοργανώσεις ταξιδιών και τουρισμού υγείας, medical facilitators, ασφαλιστικές εταιρείες, κοινωνικές ασφαλίσσεις και δημοτικές αρχές. Για να έχουμε καλύτερο αποτέλεσμα θα πρέπει οι διαφημιστικές καταχωρήσεις να αποτελούν επέκταση εκείνων των medical facilitators και tour operators.

Δηλαδή οι διαφημιστικές καταχωρήσεις να είναι σφήνα σ' εκείνες των tour operators. Σ' όλες τις περιπτώσεις θα πρέπει να προβάλλεται η ιστοσελίδα του κυπριακού Τουρισμού Υγείας. Σύμφωνα με το Intuition Communication Ltd 2009 το 68% των ασθενών επηρεάζονται από το internet. 24% από έντυπη διαφήμιση ,10,4% από τηλεόραση και ραδιόφωνο και 21.6% από συστάσεις.

Πολλοί μιλούν για Doctor Internet ενώ η Daily Telegraph 16.10.2009 αναφέρει ότι το 48% στο Η.Β αναζητεί στο Internet πληροφορίες για την ασθένεια του ενώ το 53% των γυναικών αναζητεί ιατρική συμβουλή στο internet.

Με βάση τα πιο πάνω στοιχεία γίνεται εισήγηση όπως 65% του προϋπολογισμού για προβολή του τουρισμού υγείας να αναλωθούν στο ηλεκτρονικό marketing ενώ το 35% σε διαφήμιση μέσω περιοδικών, εντύπων, τηλεόρασης και ραδιοφώνου. Οι πιο πάνω διαφημιστικές καταχωρήσεις μαζί με τις άλλες δράσεις προβολής και δημοσιότητας θα πρέπει να λειτουργήσουν συμπληρωματικά μεταξύ τους εξασφαλίζοντας το βέλτιστο αποτέλεσμα και ενισχύοντας και προστατεύοντας το brand του κυπριακού τουρισμού υγείας.

Όλες οι δραστηριότητες θα πρέπει να στοχεύουν στον προσδιορισμό της ταυτότητας και την πραγματική αξία των ιατρικών υπηρεσιών και γενικά του ιατρο-τουριστικού πακέτου που προσφέρει η Κύπρος. Επίσης μέσω internet η διαφήμιση θα πρέπει να επικοινωνεί στο κοινό τις δυνατότητες παροχής ιατρικών υπηρεσιών στην Κύπρο σε συνδυασμό με ευχάριστη και άνετη διαμονή.

### **Διαφημιστικές Καταχωρήσεις σε έντυπα, τηλεόραση και ραδιόφωνο**

Στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο η προβολή γίνεται μέσω barter agreements λόγω του υψηλού κόστους. Για παράδειγμα προσφέρουμε δώρα στους ακροατές π.χ. διαμονή σε spa-resort, ειδικές θεραπείες κλπ και σαν αντάλλαγμα προβάλλεται η Κύπρος στο ραδιόφωνο ή την τηλεόραση ως προορισμός τουρισμού υγείας. Σε πρώτο στάδιο γίνεται εισήγηση για διαφήμιση στις πιο κάτω χώρες.

### **A. Ηνωμένο Βασίλειο**

Έντυπη Διαφήμιση τύπου advertorials δύο σελίδων στο inflight περιοδικό της Cyprus Airways και British Airways και τακτικές παρουσιάσεις στον παροικιακό τύπο και το LGR Λονδίνου. Η κυπριακή παροικία μπορεί να αποτελέσει σημαντική αγορά, καθ' ότι στην Κύπρο θα αποφύγει λίστες αναμονής σε χειρουργικές επεμβάσεις που ισχύουν στην Αγγλία. Advertorials στο International Medical Travel Journal, τα περιοδικά Bazaar, Homes and Gardens, Men Health, Vogue, Shape, Woman που μπορούν να περιληφθούν σε μια διαφημιστική εκστρατεία. Εδώ απευθυνόμαστε κυρίως σε γυναίκες για πλαστική χειρουργική, medical spa, εμφυτεύματα και λεύκανση δοντιών.

## **B. Βόρειες Χώρες**

### **Σουηδία-Νορβηγία-Φινλανδία**

Η διαφήμιση εστιάζεται στον τουρισμό ηλικιωμένων με μακράς διάρκειας διαμονής. Εκτός από τα in-flight magazines των αεροπορικών εταιρειών που πετούν στην Κύπρο οι καταχωρήσεις στον τύπο και internet γίνονται σε συνεργασία με τις τουριστικές εκθέσεις SENIOR στη Στοκχόλμη και Ελσίνκι, στη Νορβηγία με τη VITAL TOURS, τις κοινωνικές ασφαλίσεις και τα δημαρχία της χώρας τα οποία προσφέρουν βοήθεια στους ηλικιωμένους. Οποιαδήποτε προγραμματισμένη διαφημιστική εκστρατεία θα πρέπει να γίνει σε συνεργασία με τους πιο πάνω φορείς.

## **Γ. Γερμανία**

Στη Γερμανία οι διαφημίσεις θα πρέπει να τοποθετηθούν στις ιστοσελίδες των tour operators που θα περιλάβουν την Κύπρο στα προγράμματα τους για medical spa θεραπείες, προληπτική ιατρική, πλαστική χειρουργική, ολιστική ιατρική κλπ. Από τα έντυπα μέσα επικοινωνίας θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στα: FVW, Travel Talk, BRIGITTE, SPA INSIDE, VITAL, APOTHEKER UMSCHAU καθώς και στα ειδικά ένθετα του FAZ και WELT.

## **Δ. Κύπρος**

Μια πολύ σημαντική ευκαιρία για προβολή του τουρισμού υγείας αποτελούν οι τουρίστες που βρίσκονται στην Κύπρο για διακοπές και οι οποίοι γνωρίζουν το κυπριακό τουριστικό προϊόν. Κάποιοι απ' αυτούς μπορεί να είχαν και κάποια επαφή με τα ιδιωτικά ιατρικά κέντρα και να έμειναν απόλυτα ευχαριστημένοι. Μέσα από καταχωρήσεις στα περιοδικά των ξενοδοχείων θα προβάλλεται η γκάμα των ιατρικών υπηρεσιών ούτως ώστε οι σημερινοί τουρίστες να αποτελέσουν κάποτε μελλοντικούς τουρίστες Υγείας στην Κύπρο.

Συγκεκριμένα, το DVD του Φορέα θα μπορούσε να προβάλλεται στο TV Channel του ξενοδοχείου ενώ το brochure να τοποθετείται στα δωμάτια των ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων. Επίσης καλή βάση για προώθηση του τουρισμού υγείας στη Ρωσία είναι οι ίδιοι οι Ρώσοι που ζουν ή κάνουν διακοπές στην Κύπρο. Οι δικές τους συστάσεις προς συγγενείς και φίλους μπορεί να αποτελέσουν την απαρχή μιας σταδιακής ανάπτυξης του τουρισμού υγείας από τη Ρωσία. Οι διαφημιστικές καταχωρήσεις θα πρέπει να συμπεριληφθούν και στα τοπικά ρωσόφωνα μέσα μαζικής επικοινωνίας καθώς επίσης και η δημοσίευση άρθρων.

## Διαφήμιση στο Internet

Το πιο σημαντικό εργαλείο για προβολή τουρισμού υγείας είναι το διαδίκτυο. Εδώ βρίσκονται οι medical facilitators, οι ηλεκτρονικοί tour operators του τουρισμού υγείας οι οποίοι απευθύνονται στην παγκόσμια αγορά. Η ενεργή παρουσία στο διαδίκτυο πρέπει να είναι προτεραιότητα όλων όσων εμπλέκονται στον τουρισμό υγείας της Κύπρου. Στο διαδίκτυο τα κυπριακά banners θα πρέπει να περιληφθούν σε ιστοσελίδες όπως:

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

[www.cyprus4health.eu](http://www.cyprus4health.eu)

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

[www.europe4health.eu](http://www.europe4health.eu)

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

[www.doctorinternet.co.uk](http://www.doctorinternet.co.uk)

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

[www.lindabriggs.co.uk](http://www.lindabriggs.co.uk) (ειδικά για πλαστική χειρουργική)

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

Άλλα παραδείγματα αποτελεσματικής διαφήμισης θα μπορούσε να είναι η τοποθέτηση banner ή κάποιου μηνύματος στην ιστοσελίδα Yahoo για τουρισμό υγείας γενικά.

Η παρουσία της Κύπρου στο διαδίκτυο είναι επιβεβλημένη καθ' ότι είναι νέος ιατρικός προορισμός και οι τουρίστες Υγείας αναζητούν στο διαδίκτυο πληροφορίες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες που προσφέρουν οι διάφοροι προορισμοί και καταλήγουν σε αγοραστική απόφαση. Σημαντικό ρόλο στην αποτελεσματικότητα της προβολής στο διαδίκτυο αποτελούν οι απόψεις και εμπειρίες άλλων ασθενών που έτυχαν θεραπείας στην Κύπρο γι' αυτό και η παρουσία τέτοιων απόψεων θα πρέπει αν περιλαμβάνεται στις διάφορες ιστοσελίδες και να αποτελεί αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης.

Μια πετυχημένη εκστρατεία στο διαδίκτυο για τον τουρισμό υγείας ο οποίος βασίζεται στο packaging για να αναπτυχθεί και να επιτύχει η προώθηση του θα πρέπει να περιλαμβάνει τα πιο κάτω:

[polisgeo@qualevita.eu](mailto:polisgeo@qualevita.eu)

[www.qualevita.eu](http://www.qualevita.eu)

[www.cyprus4health.com](http://www.cyprus4health.com)

**A) Search Engine Optimization:** Οι ιστοσελίδες της Κύπρου να παρουσιάζονται στα αποτελέσματα μηχανών αναζήτησης καθώς και τα directories. Σημαντικό είναι το αποτέλεσμα μιας αναζήτησης να συνδέεται με τις σωστές λέξεις κλειδιά που αντιπροσωπεύουν όσο το δυνατό καλύτερα το περιεχόμενό τους. Μόνο έτσι επιτυγχάνουμε την προβολή της Κύπρου στον τουρισμό υγείας. Για παράδειγμα μια αναζήτηση τώρα στο διαδίκτυο «medical tourism» σε παραπέμπει απευθείας στις Ινδίες, Φιλιππίνες, Μεξικό, Ταυλάνδη, Μαλαισία, Σιγκαπούρη, Costa Rica και Καναδά. Αξίζει να σημειωθεί πως η Κύπρος δεν αναφέρεται καθόλου. Η προβολή σε χώρες στόχους οι οποίες δεν αναφέρθηκαν πιο πάνω όπως π.χ. Αγγλία, Βόρειες Χώρες, Γερμανία, Κύπρο σε πρώτο στάδιο θα καλυφθούν μέσω της διαδικτυακής εκστρατείας.

### **3 Z. Ενδεικνυόμενες επαφές που πρέπει να γίνουν από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα στην Κύπρο και στο εξωτερικό με συγκεκριμένη agenda (π.χ. ασφαλιστικές εταιρείες, εξειδικευμένοι tour operators, νοσοκομεία του εξωτερικού κλπ)**

Η όλη διαδικασία προώθησης, προβολής αλλά και ενίσχυσης των υφιστάμενων δομών του τουρισμού υγείας απαιτεί τη δημιουργία δικτύου επαφών με διάφορους φορείς τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό. Η πραγματοποίηση των επαφών θα στοχεύει στην υλοποίηση δύο βασικών στόχων: αρχικά στην προβολή και προώθηση του προϊόντος τουρισμού υγείας της Κύπρου, στην υιοθέτηση εισηγήσεων και απόψεων ή ακόμα και βέλτιστων πρακτικών άλλων φορέων (κυρίως του εξωτερικού) που θα στοχεύουν στη βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών αλλά κυρίως στην παρουσίαση των υπηρεσιών (λεπτομερή και κοστολογημένα) και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων έναντι άλλων ανταγωνιστικών προορισμών.

Δεύτερο, με την ολοκλήρωση της παρούσας στρατηγικής, τα αρμόδια όργανα για την προώθηση και προβολή του τουρισμού υγείας, θα πρέπει να πραγματοποιήσουν σειρά επαφών με διάφορους φορείς για να διασφαλίσουν ότι η υλοποίηση της στρατηγικής γίνεται βάσει χρονοδιαγράμματος και με τον ενδεικνυόμενο τρόπο, με απώτερο σκοπό τη δημιουργία της απαραίτητης υποδομής ώστε η Κύπρος να είναι σε θέση να προσφέρει ελκυστικά πακέτα στον τομέα του τουρισμού υγείας. Οι φορείς

αυτοί καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Το Υπουργείο Υγείας, το Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και Τουρισμού, η Πολεοδομία, ο CIPA, ο ΠΑΣΥΞΕ, ο Σύνδεσμος ιδιωτικών νοσηλευτηρίων θα πρέπει να προσεγγιστούν και μέσα από τις επαφές να διασφαλίζεται η αποτελεσματική υλοποίηση των προνοιών της στρατηγικής που εμπíπτουν στο κάθε εμπλεκόμενο μέρος.

Σχετικά με το εξωτερικό, οι ενδεικνυόμενες επαφές αφορούν κυρίως τις χώρες όπου η Κύπρος μπορεί να αντλήσει ταξιδιώτες υγείας. Οι ανταγωνιστικές χώρες αποτελούν πηγή πληροφόρησης βέλτιστων πρακτικών και ως εκ τούτου επαφές με αρμόδιους φορείς θα συνεισφέρουν στην απόκτηση της απαιτούμενης τεχνογνωσίας στον τομέα του τουρισμού υγείας. Συγκεκριμένα, σε επαφές που έχουμε πραγματοποιήσει με τον Πρέσβη της Ουγγαρίας στην Κύπρο στα πλαίσια της μελέτης, μας έχουν εισηγηθεί την πραγματοποίηση επαφών με τον αρμόδιο φορέα τουρισμού στην Ουγγαρία και το Σύνδεσμο οδοντιάτρων για να πληροφορηθούμε τις πρακτικές που χρησιμοποιούνται και έχουν αναδείξει την Ουγγαρία πρώτη επιλογή στην Ευρώπη για οδοντιατρικές θεραπείες. Οι επαφές από χώρες όπου η Κύπρος μπορεί να αντλήσει ταξιδιώτες Υγείας διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες:

- i. Επαφές με αρμόδιους λειτουργούς συστημάτων Υγείας (π.χ NHS) με στόχο την αγορά υπηρεσιών από την Κύπρο
- ii. Επαφές με οργανισμούς παραπομπής ταξιδιωτών υγείας (π.χ.εξειδικευμένοι tour operators, ασφαλιστικές εταιρείες )
- iii. Επαφές με παροχείς υπηρεσιών Υγείας με στόχο την συνεργασία νοσηλευτηρίων στην Κύπρο με αντίστοιχα του εξωτερικού.
- iv. Επαφές με στόχο την προσέλκυση επενδύσεων στον τομέα τουρισμού υγείας ( Π.Χ Διεθνή Νοσοκομεία με προοπτική επέκτασης στην Κύπρο, Επενδυτικά κεφάλαια)
- v. Επαφές με στόχο την προβολή της Κύπρου σαν Ιατρικός προορισμός (εξειδικευμένα περιοδικά, δημοσιογράφοι που ειδικεύονται στον τομέα)

Ο πιο κάτω πίνακας είναι ενδεικτικός των επαφών που μπορούν να γίνουν από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα στην Κύπρο:

ΙΕΡΑΡΧΗΣΗ	ΦΟΡΕΑΣ	ΤΥΠΟΣ ΦΟΡΕΑ	ΧΩΡΑ	AGENDA
2	<b>CIPA</b> Cyprus Investment Promotion Agency	Οργανισμός Προώθησης Επενδύσεων στην Κύπρο	Κύπρος	Υλοποίηση Στρατηγικής, Προώθηση Κύπρου ως κέντρου επενδύσεων για τον τουρισμό υγείας
1	<b>ΠΑΣΥΞΕ</b> Παγκύπριος Σύνδεσμος Ξενοδόχων	Ξενοδοχειακή Βιομηχανία	Κύπρος	Υλοποίηση Στρατηγικής, Συντονισμός Προβολής τουρισμού υγείας, αναδιαμόρφωση ξενοδοχειακών μονάδων για σκοπούς τουρισμού υγείας
1	<b>Πολεοδομία</b>	Κυβερνητικός Φορέας	Κύπρος	Υλοποίηση Στρατηγικής,
1	<b>Σύνδεσμος Ιδιωτικών Νοσηλευτηρίων</b>	Ιδιωτικός τομέας	Κύπρος	Ενημέρωση, Συντονισμός ενεργειών προβολής και αναβάθμισης υπηρεσιών υγείας
1	<b>ΚΟΤ Γραφεία Εξωτερικού</b>	Ημικρατικός Οργανισμός	Χώρες με αγορές προτεραιότητας	Συντονισμός προβολής και διαφήμισης της Κύπρου ως ιατρικός προορισμός και άντλησης πληροφοριών από τις αγορές προτεραιότητας
2	<b>Οργανισμός Κοινωνικών ασφαλίσεων και</b>	Δημόσιοι φορείς	Σουηδία	Συνεργασία για προώθηση πακέτων για seniors long term



	<b>Δήμοι</b>			stay στην Κύπρο
<b>2</b>	<b>Vital Tours</b>	Tour Operator	Σουηδία	Θέματα Προβολής, Συνεργασία για προώθηση πακέτων για medical wellness
<b>1</b>	<b>TUI</b>	Tour Operator	Γερμανία	Προβολή πακέτων τουρισμού υγείας και προώθηση στην αγορά της Γερμανίας
<b>1</b>	<b>NECKERMANN</b>	Tour Operator	Γερμανία	Προβολή πακέτων τουρισμού υγείας και προώθηση στην αγορά της Γερμανίας
<b>1</b>	<b>F.I.T Reisen</b>	Tour Operator	Γερμανία	Προβολή πακέτων τουρισμού υγείας και προώθηση στην αγορά της Γερμανίας
<b>1</b>	<b>DERTOUR</b>	Tour Operator	Γερμανία	Προβολή πακέτων τουρισμού υγείας και προώθηση στην αγορά της Γερμανίας
<b>3</b>	<b>NHS</b>	Εθνικό Σύστημα Υγείας	H.B	Προοπτική συνεργασίας με σκοπό την αποστολή Βρετανών ασθενών στην Κύπρο.
<b>1</b>	<b>Thomas Cook</b>	Tour Operator	H.B	Προβολή πακέτων τουρισμού υγείας και προώθηση στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου
<b>3</b>	<b>Ε.Λ.Ο.Τ</b>	Δημόσιος Οργανισμός	ΕΛΛΑΔΑ	Συζήτηση και πληροφόρηση για

		Τουρισμού		τις ενέργειες του οργανισμού να νομοθετήσει την παροχή υπηρεσιών τουρισμού υγείας και για την νομοθεσία για παροχή Υπηρεσιών Ευεξίας.
3	<b>Medical tourism Journal</b>	Εξειδικευμέν ο Περιοδικό	Αμερική	Συζήτηση με δημοσιογράφους για συνεργασία με περιοδικά μέσα από τα οποία θα μπορεί να προβληθεί η Κύπρος ως ιατρικός προορισμός
3	<b>Apollo Group</b>	Ιατρικό Κέντρο	Ινδία	Διερεύνηση δυνατοτήτων επέκτασης των εργασιών στην Κύπρο με στόχο την Ευρωπαϊκή αγορά
3	<b>Υπουργεία Υγείας</b>	Κυβέρνηση	Gulf Cooperation Council Countries (U.A.E., Kuwait, S.A)	Προοπτική συνεργασίας με σκοπό την αποστολή ασθενών στην Κύπρο

Κλίμακα: 1- Μέγιστη Προτεραιότητα

### **3 Η. Τεκμηριωμένες εισηγήσεις για διατήρηση relationship marketing καθώς και διοργάνωση άλλων προωθητικών εκδηλώσεων δημοσίων σχέσεων**

#### **CRM – Customer Relationship Marketing**

Η επιτυχία του Relationship Marketing εξαρτάται από το πόσο καλά ενημερωμένο θα είναι το Marketing Data Bank που θα δημιουργηθεί από το Φορέα και τον ΚΟΤ ούτως ώστε το follow up που θα γίνεται να είναι αποτελεσματικό. Όσοι εμπλακούν στο Relationship Marketing και επιδιώξουν τη διατήρηση και συνέχιση σχέσεων θα πρέπει α) να λαμβάνουν υπόψη με προσοχή τις ανάγκες του συνομιλητή τους. Είτε αυτός είναι tour operator, facilitator, coordinator κλπ είτε ακόμα ασθενής. β) να κάνει τον συνομιλητή να αισθάνεται άνετα και να του εμπνέει εμπιστοσύνη και σοβαρότητα. γ) Να βοηθήσει το συνομιλητή του να καταλάβει τι ακριβώς προσφέρει η Κύπρος σαν ιατρικός προορισμός. δ) να μπορεί να απολογηθεί σε περίπτωση που κάτι πάει στραβά στο σχεδιασμό ή την εκτέλεση μιας πράξης. ( όχι σε περίπτωση ιατρικού λάθους, αυτό αφορά τους γιατρούς.) ε) να διεκδικεί feed back με κριτική, σχόλια και εισηγήσεις από επαγγελματίες του τουρισμού υγείας.

Λόγω της σημασίας του internet στον Τουρισμό Υγείας επιβάλλεται και το relationship marketing που σε κρατά σε τακτική επαφή με τα πρόσωπα που σε ενδιαφέρουν και απαιτείται follow up. Με τα σημερινά δεδομένα το Customer Relationship Marketing αποτελεί μέσο για internet marketing για να αποκτήσουν οι medical facilitators online business.

Τα πιο πετυχημένα web sites στον τουρισμό υγείας θα πρέπει να είναι εκείνα που είναι relationship-oriented και που προσφέρουν συνεχή διάλογο μεταξύ επισκέπτη και ιστοσελίδας. Ο διάλογος είναι το κύριο χαρακτηριστικό της ιστοσελίδας ενός medical facilitator ο οποίος θα πρέπει να καθοδηγήσει τον υποψήφιο ιατρικό ταξιδιώτη της Κύπρου και με επαγγελματισμό να απαντά στα ερωτήματά του.

## **Ιατροί σαν πρεσβευτές (ambassadors) της Κύπρου**

Ο όρος Conference ambassador program χρησιμοποιείται από χώρες, πόλεις ή δήμους που καθορίζουν διακεκριμένους πολίτες, επιχειρηματίες, εκπαιδευτικούς κ.α. για να προσελκύσουν συνέδρια στον τόπο διαμονής τους. Ο ρόλος των «πρεσβευτών» είναι να δημιουργήσουν την πρώτη επαφή με τον υπεύθυνο λειτουργό για τους πρεσβευτές και ο λειτουργός αναλαμβάνει να διοργανώσει το συνέδριο. ([www.dublinconventionbureau.com/.../ambassador\\_programme.aspx](http://www.dublinconventionbureau.com/.../ambassador_programme.aspx)).

Οι ιατροί λόγω των πολλών και συχνών συνεδρίων και εκπαιδεύσεων που λαμβάνουν στο εξωτερικό μπορούν να αποτελέσουν πρεσβευτές των υπηρεσιών υγείας στο εξωτερικό. Αυτό μπορεί να οργανωθεί και να επιτευχθεί με την παροχή της ανάλογης εκπαίδευσης από έμπειρους marketers στον κατάλληλο χώρο και τόπο, όπως π.χ. σε μη εργάσιμη μέρα σε πολυτελές ξενοδοχείο όπου θα είναι ελκυστικό για αυτούς να παραβρεθούν.

Οι ιατροί μέσα από τη συναναστροφή τους με άλλους ιατρούς ξένων χωρών μπορούν να συνάψουν επαγγελματικές σχέσεις έτσι ώστε να παραπέμπονται ασθενείς στην Κύπρο για να λάβουν υπηρεσίες υγείας. Ο λειτουργός του προγράμματος μπορεί να αναλαμβάνει όλα τα σχετικά, έτσι ώστε ο ασθενής να προσπελάσει με ευκολία όλα τα προβλήματα και ανησυχίες που μπορεί να προκύψουν.

## **Διοργάνωση συναντήσεων δικτύωσης με επαγγελματίες υγείας της Κύπρου**

Προτείνεται όπως, διοργανώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα συναντήσεις δικτύωσης με επαγγελματίες του χώρου όπου μπορούν να αναπτυχθούν συνεργασίες που θα αποσκοπούν στην προσέλκυση τουρισμού υγείας π.χ. συναντήσεις με νοσοκομεία και τουριστικά καταλύματα.

## **Πρώθηση υπηρεσιών υγείας σε συνέδρια εταιρειών**

Μεγάλες εταιρείες στο εξωτερικό βρίσκουν πιο οικονομική τη λύση να παραπέμψουν το προσωπικό τους ή τα υψηλόβαθμα στελέχη τους για θεραπείες και διαγνωστικά τεστ σε άλλη χώρα από τη χώρα διαμονής τους<sup>30</sup>. Οι επαγγελματίες υγείας μπορούν να δημιουργήσουν πακέτα συνάπτοντας συνεργασίες, τα οποία μπορούν να προβάλουν και να προωθήσουν σε μεγάλα επαγγελματικά συνέδρια.

## **Δημιουργία εξειδικευμένου γραφείου για τουρισμό υγείας σε χώρες όπου πιθανό να υπάρξει ενδιαφέρον**

Η πρόσβαση των ασθενών σε γραφεία νοσοκομείων ή οδοντιατρείων τα οποία εδρεύουν στη χώρα τους, παρέχει εμπιστοσύνη στους ασθενείς με αποτέλεσμα να παίρνουν πιο εύκολα την απόφαση να ταξιδέψουν σε άλλη χώρα για να λάβουν τη θεραπεία τους. Για παράδειγμα ένα ουγγρικό οδοντιατρείο διατηρεί γραφείο στο Λονδίνο και δέχεται ασθενείς για προκαταρκτικές απόψεις και αυτό σημειώνει τεράστια επιτυχία για τον επαγγελματία υγείας<sup>31</sup>.

Παρόμοια πρακτική προτείνουμε και για τους επαγγελματίες υγείας της Κύπρου.

## **3 Θ. Εισηγήσεις για πιθανές εγγραφές/συνδρομές του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα της Κύπρου σε διεθνή σώματα ή forum που θα αναδείξουν την Κύπρο ως προορισμό τουρισμού υγείας**

### **Εγγραφή στον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού Υγείας (Medical Tourism Association)**

Ο Διεθνής Οργανισμός Ιατρικού Τουρισμού είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός και ιδρύθηκε με σκοπό να προωθήσει και να ενημερώσει τους ασθενείς και τους επαγγελματίες υγείας για τον τουρισμό υγείας αλλά και να διασφαλίσει την αειφόρο ανάπτυξη του τουρισμού υγείας (<http://www.medicaltourismassociation.com>). Μέλη του οργανισμού είναι νοσοκομεία, οργανωμένα σύνολα και οργανισμοί τουρισμού. Η

---

<sup>30</sup> Bergstrand J. (2008) *Operating Profit*, The Economist, New York

<sup>31</sup> <http://www.treatmentabroad.com> accessed on December 2009

Κύπρος συστήνεται να έχει παρουσία στον Οργανισμό διότι είναι ο μόνος μη κερδοσκοπικός οργανισμός για τουρισμό υγείας.

## **Διοργάνωση FORUM δικτύωσης με Κύπριους ιατρούς και ιατρούς του εξωτερικού**

Η παρακολούθηση του ασθενή μετά από μια θεραπεία ή διαγνωστικό τεστ είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην επιλογή του ασθενή. Πολύ πιο σημαντική είναι η παρακολούθηση του ασθενή μετά από μεγάλες επεμβάσεις όπως εγχείρηση καρδιάς, και ορθοπεδικά περιστατικά. Προτείνετε όπως διενεργούνται συναντήσεις με ιατρούς του εξωτερικού έτσι ώστε να δίνετε η ευκαιρία στους Κύπριους ιατρούς να τους γνωρίσουν. Οι συναντήσεις αυτές αποσκοπούν στην ανάπτυξη σχέσεων για παραπομπές ασθενών από τη χώρα προέλευσης αλλά και για μετεγχειρητικές παρακολουθήσεις.

## **Εγγραφή σε εξειδικευμένα περιοδικά (journals)**

Η εγγραφή σε journals τουρισμού υγείας προσφέρει τη συνεχή ενημέρωση σε εξελίξεις που συμβαίνουν στον τομέα του τουρισμού υγείας. Το περιοδικό International Medical Tourism Journal (<http://www.imtjonline.com/>) είναι διαδικτυακό και ανήκει στην εταιρεία Intuition Communication Ltd. Παραδείγματα αποτελούν το περιοδικό International Medical Tourism Journal και το Medical Tourism.

## **Βιβλιογραφία**

1. Herrick (2007) *Medical Tourism: Global Competition in Health Care*, National Center for Policy Analysis, available at [www.ncpa.org/pub/st/st304](http://www.ncpa.org/pub/st/st304)
2. <http://www.medicaltourismassociation.com/> accessed on December 2009
3. <http://www.austria.info/uk/wellbeing-spa/>. accessed on December 2009
4. <http://www.treatmentabroad.com/> accessed on December 2009
5. [www.imtjonline.com](http://www.imtjonline.com) accessed on December 2009
6. [www.dublinconventionbureau.com/.../ambassador\\_programme.aspx](http://www.dublinconventionbureau.com/.../ambassador_programme.aspx) accessed on December 2009
7. Bergstrand J. (2008) *Operating Profit*, The Economist, New York

## Παραδοτέο 4: Συνεργασία Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα

### 4 A. Εισηγήσεις για σύστημα επικοινωνίας, αλληλοενημέρωσης ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στην Κύπρο και στο εξωτερικό σχετικά με τα θέματα προσέλκυσης τουρισμού υγείας στην Κύπρο.

Είναι καθολικά αποδεκτό πως για να είναι αποτελεσματική η προσπάθεια προσέλκυσης ταξιδιωτών υγείας στην Κύπρο θα πρέπει να εφαρμοστεί ένα μεθοδικό και λειτουργικό σύστημα επικοινωνίας, αλληλοενημέρωσης ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στην Κύπρο και στο εξωτερικό. Μέσα από το σύστημα αυτό, αλλά και μέσα από τη συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα θα μπορούν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς να έχουν πρόσβαση σε έγκυρες, ουσιαστικές αλλά και άμεσα ενημερωμένες (up to date) πληροφορίες δίνοντας τους την δυνατότητα ανταπόκρισης στις δυναμικές και πολλές φορές ραγδαίες εξελίξεις στον τομέα τουρισμού υγείας.

Εισήγηση μας είναι να υπάρχει συντονιστικός φορέας, ρόλο που ίσως να μπορεί να εκπληρώσει ο Φορέας Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας, ο οποίος θα αναλάβει την παρακολούθηση και συντονισμό κατά αρχήν συναντήσεων όλων των εμπλεκόμενων φορέων δύο φορές τον χρόνο. Στις συναντήσεις αναμένεται να καταχωρούνται όλες οι απόψεις και γνώμες στα τρέχοντα ζητήματα με βάση συγκεκριμένα ατζέντα αλλά και να συντονίζεται η υλοποίηση των στρατηγικών στόχων. Ωστόσο, **με την ολοκλήρωση της στρατηγικής μελέτης ο τελικός ρόλος και οι ακριβείς αρμοδιότητες του Φορέα θα πρέπει να συζητηθούν μεταξύ των μελών της καθοδηγητικής επιτροπής και εμπλεκόμενων Υπουργείων και των κοινωνικών εταίρων.**

Η αποτελεσματικότητα της όλης προσπάθειας επικοινωνίας και αλληλοενημέρωσης μεταξύ των φορέων ανατίρρητα εξαρτάται από την ευχέρεια όλων των εμπλεκόμενων φορέων να είναι πλήρως ενημερωμένοι για τα τεκταινόμενα στον τομέα και τις τελευταίες εξελίξεις στην υλοποίηση των στρατηγικών σχεδιασμών.

Συγκεκριμένα, για το σκοπό αυτό επιβάλλεται να δημιουργηθεί ηλεκτρονική πύλη στην οποία θα έχουν ελεγχόμενη πρόσβαση οι εμπλεκόμενοι φορείς ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στην Κύπρο και το εξωτερικό (γραφεία ΚΟΤ εξωτερικού). Θα διασφαλίζει την άμεση και επαρκή ενημέρωση των εμπλεκόμενων για τις ενέργειες

που γίνονται, τα έργα, ο βαθμός υλοποίησης τους, τα σχέδια για το μέλλον και άλλες πληροφορίες που θα είναι απαραίτητες ώστε να υπάρχει *αποτελεσματικός συντονισμός όλων των προσπαθειών προσέλκυσης ταξιδιωτών υγείας στην Κύπρο*. Η δημιουργία της διαδικτυακής πύλης κρίνεται πολύ σημαντική αφού η ηλεκτρονική ενημέρωση θα προσδώσει την απαραίτητη αμεσότητα στην πληροφόρηση στις οποιοσδήποτε εξελίξεις και άμεσης ενημέρωσης όλων των φορέων με σχετικά «e-mail alerts».

Στον τομέα της ενημέρωσης πρέπει να συμβάλουν φορείς που έχουν άμεση σχέση με τον τομέα όπως το Υπουργείο Υγείας, το Υπουργείο Εμπορίου Βιομηχανίας και Τουρισμού, το Υπουργείο Υγείας ο ΚΟΤ (συμπεριλαμβανομένου τα γραφεία εξωτερικού), ο οργανισμός Ασφάλισης Υγείας, Γραφείο Προγραμματισμού, Επιτροπή Προώθησης της Κύπρου ως Κέντρου Παροχής Υπηρεσιών Υγείας Κύπρου και ο Φορέας Προώθησης Υπηρεσιών Υγείας. Επίσης, σημαντική είναι και η ενημέρωση που θα πρέπει να παρέχει και ο ιδιωτικός τομέας μέσα από τους οργανισμούς που θα τους αντιπροσωπεύουν όπως ο Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος, Παγκύπριος Οδοντιατρικός Σύλλογος, Σύνδεσμος Ιδιωτικών Νοσηλευτηρίων και ΠΑΣΥΞΕ.

Με την προτεινόμενη μέθοδο, ο κάθε εμπλεκόμενος φορέας μέσα από τον ρόλο του, θα ενημερώνει σε θέματα πολιτικής, υποδομής, σχετικές νομοθεσίες, ή ακόμα και πληροφόρηση για τάσεις νέων θεραπειών που θα διοχετεύονται στην διαδικτυακή πύλη δίνοντας την δυνατότητα σε όλους τους φορείς να δράσουν αποτελεσματικά είτε είναι ενημέρωση των μελών τους ή συγκεκριμένη ενέργεια που θα υποστηρίξει την όλη προσπάθεια.

Η διαδικτυακή αυτή πύλη δίνει επίσης την ευχέρεια να λειτουργήσει σαν παρατηρητήριο καταχωρώντας όλα τα παράπονα, παρατηρήσεις που θα καταγράφονται μέσα από το σύστημα παρακολούθησης. Αυτομάτως, θα ολοκληρώνεται η εικόνα σχετικά με την απόδοση και αποτελεσματικότητα των δράσεων μέσα από την πρακτική και πραγματική εμπειρία που θα έχουν οι χρήστες των υπηρεσιών. Η διαδικτυακή πύλη θα ενημερώνεται από το Φορέα ο οποίος θα έχει και την ευθύνη συλλογής όλων των δεδομένων για να επιτυγχάνεται η αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των μερών.



#### **4 Β. Εισηγήσεις για στοχευμένη συμμετοχή σε ευρωπαϊκά προγράμματα για αξιοποίηση χρηματοδοτικών ευκαιριών (εταίροι, κόστος, τρόποι υλοποίησης) καθώς και τρόποι διαρκούς ενημέρωσης για σχετικές προκηρύξεις.**

Η συμμετοχή των εταιρών (βλέπε σχεδιάγραμμα *stakeholders*) που εμπλέκονται στον τομέα του τουρισμού υγείας σε ευρωπαϊκά και κυπριακά ερευνητικά προγράμματα μπορεί να συνεισφέρει έμπρακτα στην καινοτόμο ανάπτυξη του προϊόντος τουρισμού υγείας. Η διεθνής οικονομική κρίση ευαισθητοποίησε τους ανά το παγκόσμιο εταίρους που ασχολούνται με τις τουριστικές και ιατρικές υπηρεσίες να αναζητήσουν νέες ευκαιρίες και νέες αγορές για ανάπτυξη. Για αυτό το λόγο πιστεύουμε ότι το έδαφος είναι πρόσφορο για ανάπτυξη συνεργασιών, άντληση κονδυλίων και εμπλοκή σε ερευνητικά προγράμματα με εταίρους του εξωτερικού.

#### **Συμμετοχή και αξιοποίηση των διαρθρωτικών ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Κύπρο**

Την περίοδο 2007-2013 η Κύπρος έχει ενισχυθεί και θα ενισχυθεί με σημαντικούς πόρους από τα Διαρθρωτικά Ταμεία και το Ταμείο Συνοχής στα πλαίσια της Πολιτικής Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης (<http://www.structuralfunds.org.cy>). Υπεύθυνος για το εν λόγω ταμείο είναι το Γραφείο Προγραμματισμού. Τα ταμεία είναι διαθέσιμα τόσο για τον ιδιωτικό όσο και για τον δημόσιο τομέα ή και σε συνεργασία. Στόχος τους είναι να παροτρύνουν την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη στην Κύπρο και την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Συστήνεται όπως, οι εταίροι του τουρισμού υγείας επισκεφτούν την ιστοσελίδα των διαρθρωτικών ταμείων, έτσι ώστε να αξιολογήσουν τις ευκαιρίες χρηματοδότησης και άντλησης κονδυλίων. Παράλληλα θα πρέπει το Γραφείο Προγραμματισμού να φροντίσει ώστε να συμπεριληφθούν επιλέξιμες επενδύσεις τουρισμού υγείας μέσα στον προγραμματισμό του για τα προγράμματα που θα συγχρηματοδοτηθούν από τα διαρθρωτικά ταμεία.

## **Συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα μέσω του Ιδρύματος Προώθησης Έρευνας (ΙΠΕ)**

Το ΙΠΕ αποφάσισε στις 26 Ιανουαρίου 2009 την προκήρυξη του πλαισίου υποστήριξης της έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και καινοτομίας με τον τίτλο «ΔΕΣΜΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ 2009-2010 ΤΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ». Η ΔΕΣΜΗ 2009-2010 είναι συνέχεια της ΔΕΣΜΗΣ 2008 και αποτελεί ένα μεσοπρόθεσμο αναπτυξιακό μηχανισμό που εντάσσεται στο πλαίσιο της ευρύτερης στρατηγικής της Κύπρου για ανάπτυξη ([www.research.org.cy](http://www.research.org.cy)).

Τα προγράμματα του ΙΠΕ στοχεύουν στο να φέρουν σε επαφή επιχειρήσεις, κυβερνητικούς φορείς και ερευνητές και αποσκοπούν στο να αναπτύξουν ή και να δημιουργήσουν καινοτόμες πρακτικές, με στόχο την ευρύτερη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. Η συμμετοχή στο πρόγραμμα απαιτεί την τήρηση συγκεκριμένων διαδικασιών και χρηματοδοτείται αναλόγως με το είδος του προγράμματος.

Οι εταίροι του τουρισμού υγείας στην Κύπρο μπορούν να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία να εμπλακούν στα ερευνητικά προγράμματα του ΙΠΕ που εντάσσονται στα κυπριακά προγράμματα 2009-2010 κάτω από τον Άξονα ΙΙΙ «Ανάπτυξη Έρευνας και Καινοτομίας στις Επιχειρήσεις» στο Πρόγραμμα «Έρευνα για επιχειρήσεις» στην Δράση «Νέα Προϊόντα και Υπηρεσίες». Επίσης μπορούν να αξιοποιήσουν στα κυπριακά Προγράμματα στον Άξονα V «Ανάπτυξη Διεθνούς Δικτύωσης και Συνεργασίας» στην Δράση «Στοχευμένη Διεθνής Συνεργασία». Στα επισυναπτόμενα παραρτήματα επεξηγείται ενδελεχώς η διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί έτσι ώστε η κοινοπραξία των εταίρων να επωφεληθεί της επιχορήγησης. Να σημειωθεί ότι, το ΙΠΕ ανακοινώνει συνεχώς νέα προγράμματα και η διαδικασία υποβολής προτάσεων είναι πανομοιότυπη για όλες τις δράσεις.

## **Συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα μέσα από το Ευρωπαϊκό 7<sup>ο</sup> Πρόγραμμα Πλαίσιο - SMEs go Health**

Τα SMEs go Health είναι ευρωπαϊκό πρόγραμμα που υπάγεται κάτω από το 7<sup>ο</sup> Πρόγραμμα Πλαίσιο και το οποίο στηρίζει μικρομεσαίες επιχειρήσεις να ενταχθούν σε κοινοπραξίες με άλλους εταίρους για ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών σε θέματα δημόσιας υγείας. Η στήριξη γίνεται με διοργάνωση σεμιναρίων και εκδηλώσεων στις οποίες οι εταίροι ταυτίζονται με την πιθανότητα υποβολής πρότασης και μέσω της ιστοσελίδας τους.

Για παράδειγμα, οι Κύπριοι εταίροι που ενδιαφέρονται για τον τουρισμό υγείας μπορούν να εκφράσουν το ενδιαφέρον τους μέσω της ιστοσελίδας για αναζήτηση συνεργατών για τον άξονα «OPTIMISING THE DELIVERY OF HEALTHCARE TO EUROPEAN CITIZENS» στο πρόγραμμα INTERNATIONAL PUBLIC HEALTH & HEALTH SYSTEMS στη Δράση «HEALTH.2010.3.4-7: Financing models for accessible health care. - FP7-HEALTH-2010» Οι γραφειοκρατικές διαδικασίες για υποβολή προτάσεων στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Πλαίσιο είναι πιο περίπλοκες από ότι στο ΙΠΕ άλλα μπορεί να εξασφαλιστεί μεγαλύτερη χρηματοδότηση (<http://www.smesgohealth.org>)

## **Τρόποι συνεχούς ενημέρωσης**

Η ενημέρωση για προγράμματα έρευνας και χρηματοδοτήσεων γίνεται κυρίως μέσω της ιστοσελίδας των οργανισμών που δίνουν τη χρηματοδότηση. Η έγγραφη στις ιστοσελίδες γίνεται με το άνοιγμα του προφίλ του οργανισμού και η πληροφόρηση αποστέλλεται με email. Επίσης, αρκετές ιστοσελίδες δίνουν την επιλογή για εγγραφή στην υπηρεσία RSS Feed για λήψη άμεσης πληροφόρησης.

Συστήνεται όπως, διοργανωθούν εξειδικευμένες ενημερωτικές παρουσιάσεις με προσκεκλημένους από το Γραφείο Προγραμματισμού, το ΙΠΕ και το SMEs go health έτσι ώστε να ευαισθητοποιήσουν τους εταίρους στα θέματα έρευνας και χρηματοδότησης.

Οι ευκαιρίες αξιοποίησης ευρωπαϊκών και εθνικών πόρων χρηματοδότησης είναι πολλές και αλληλένδετες. Ως εκ τούτου, απαιτείται ανθρώπινο δυναμικό που να έχει τις γνώσεις, το χρόνο και τα κίνητρα, έτσι ώστε να ταυτίσει καινοτόμες ιδέες για

έρευνα ή/και δημιουργία υπηρεσιών με ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς που να έχουν τη διάθεση και τους πόρους να εμπλακούν σε κάποιο πρόγραμμα.

## Ηλεκτρονικές Πηγές

1. <http://www.structuralfunds.org.cy> accessed on the 29/12/2009
2. <http://www.research.org.cy> accessed on the 02/01/2010
3. <http://www.smesgohealth.org/common/home.asp> accessed on the 02/01/2010

## Παραδοτέο 5: Σχέδια Δράσης

Η μέχρι τώρα έρευνα και ανάλυση των δεδομένων αλλά και οι εισηγήσεις καταλήγουν πλέον σε συγκεκριμένα σχέδια δράσης η υλοποίηση των οποίων θα αναβαθμίσει και θα προωθήσει την Κύπρο σαν ιατρικό προορισμό.

Τα προτεινόμενα σχέδια δράσης στηρίζονται σε δύο σημαντικούς άξονες: Ο πρώτος είναι η προβολή της Κύπρου σαν Ιατρικός προορισμός μέσα από συγκεκριμένες ενέργειες. Ο δεύτερος άξονας αφορά την αναβάθμιση της υφιστάμενης υποδομής μέσα από εμπλουτισμό του προϊόντος, εκπαίδευσης των εμπλεκόμενων φορέων σε θέματα τουρισμού υγείας και ταξιδιωτών υγείας και εφαρμογής μεθόδων ενημέρωσης και ανταπόκρισης στις ανάγκες του τομέα.

Ο ρόλος όλων των εμπλεκόμενων είναι σημαντικός τόσο στον τομέα τουρισμού αλλά και στον τομέα Υγείας αφού το προϊόν που προσφέρεται απαιτεί τον συνδυασμό και των δύο αγορών.

Όλες οι δράσεις έχουν κοστολογηθεί και οι τιμές που αναφέρονται είναι ενδεικτικές αφού σε αυτό το στάδιο η οποιαδήποτε προσπάθεια λεπτομερής ανάλυσης τους θα ήταν παρακινδυνευμένη. Σε ότι αφορά την προτεινόμενη δαπάνη που αφορά την προβολή και δημοσιότητα του τουρισμού υγείας αυτή θα πρέπει να περιληφθεί στο σχέδιο marketing του ΚΟΤ το οποίο θα περιλαμβάνει και τον τουρισμό υγείας. Δαπάνες που αφορούν την αναβάθμιση της υποδομής, π.χ υλοποίηση της διαδικασίας διαπίστευσης, αναμένεται να χρηματοδοτηθούν από το Υπουργείο Υγείας. Όλες οι προτεινόμενες δράσεις είναι ρεαλιστικές και εφικτές, δοκιμασμένες και οικονομικά αποδοτικές καθότι αποτελούν συνηθισμένες πρακτικές στον τομέα της προβολής και δημοσιότητας του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων.

## Δράσεις: Προβολή και Δημοσιότητα 2010-2013

Το σχέδιο δράσης στον τομέα του *marketing* είναι ένα destination marketing plan με όλες τις γνωστές παραμέτρους που ακολουθεί τη στρατηγική εστίασης και όπου προέχει το market segmentation και είναι βασισμένο στην υφιστάμενη κατάσταση στον ιατρικό τομέα. Στόχος του σχεδίου δράσης είναι να αποτελέσει μέχρι το 2013 πρακτικό και υλοποιήσιμο εργαλείο για όλους όσους θα εμπλακούν στην κοινή προσπάθεια για προβολή του τουρισμού υγείας και την απόσπαση ενός σημαντικού μεριδίου της αγοράς.

Το σχέδιο θα πρέπει να αναθεωρείται κάθε χρόνο από το Φορέα κατόπιν συνεννόησης με τον ΚΟΤ. Ο ρόλος του Φορέα θα πρέπει να αναβαθμιστεί και ο αρμόδιος λειτουργός μαζί με ένα συμβασιούχο Διαχειριστή έργου (Project Manager) να αποτελέσουν μια αποτελεσματική ομάδα δράσης και follow up. Το ΚΕΒΕ θα μπορούσε να συνεχίσει να παρέχει στήριξη στο Φορέα. Ο Project Manager θα μπορούσε να προσληφθεί με βάση την πρόταση του ΚΟΤ για αγορά συμβουλευτικών υπηρεσιών. Σε συνεργασία με τον ΚΟΤ θα αναθεωρεί και κοστολογεί το σχέδιο δράσης και να προτείνει ξεκάθαρους στόχους για το που ακριβώς θέλει να φτάσει ο Φορέας και τα μέλη του και ταυτόχρονα να υλοποιούνται και οι στόχοι του ΚΟΤ και κατ' επέκταση και του Υπουργείου Υγείας. Επίσης με το στρατηγικό σχεδιασμό επιδιώκεται η καθοδήγηση και προώθηση των κινήσεων όλων των εμπλεκομένων στην προβολή του τουρισμού υγείας.

Το Σχέδιο Δράσης και οι προτεινόμενες δραστηριότητες είναι βασισμένες και λήφθηκε υπόψη:

1. Το swot analysis που ακολουθεί
2. Όλες οι αναφορές που σχετίζονται με τις αγορές, δραστηριότητες στον τομέα του marketing και που έχουν περιληφθεί σε προηγούμενα κεφάλαια της μελέτης.
3. Στον πίνακα που καθορίζει τις ιατρικές υπηρεσίες που μπορεί να παρέχει η Κύπρος και τις αγορές που μπορεί να προβληθεί ο Τουρισμός Υγείας και

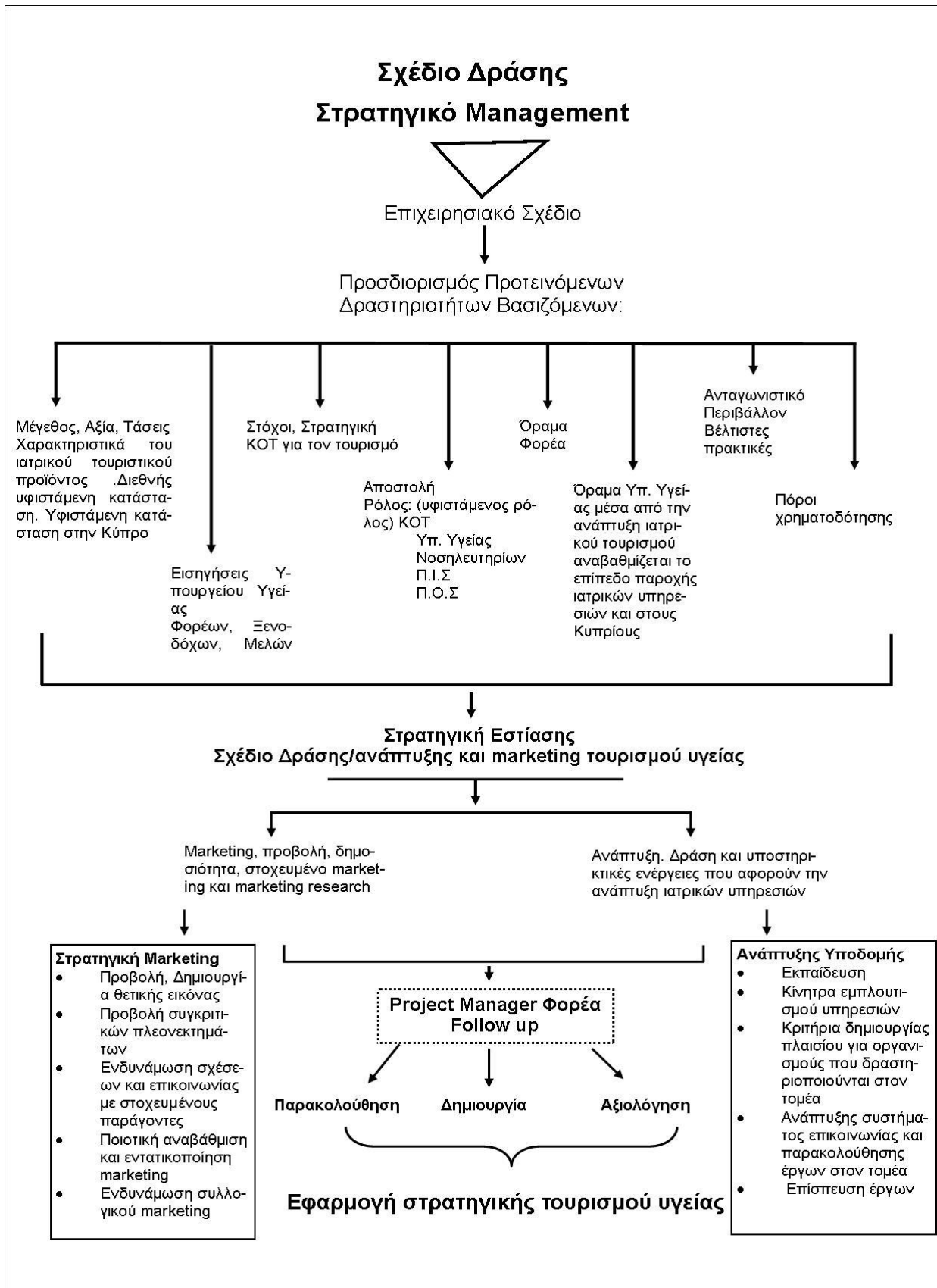
που παρατίθεται πιο κάτω. Τα κριτήρια επιλογής ιατρικών υπηρεσιών και χωρών είναι βασισμένα στις μελέτες, σεμινάρια που έγιναν μέχρι τώρα καθώς και τις απόψεις των γραφείων του ΚΟΤ, Φορέα, Ιατρικού Συλλόγου, tour operators, facilitators κλπ.

4. Στο σχεδιάγραμμα που ακολουθεί και παρουσιάζει τις διασυνδέσεις και δραστηριότητες όσων εμπλέκονται με μια εκστρατεία marketing για τον προορισμό μας. Στο επίκεντρο του σχεδιαγράμματος βρίσκονται οι medical facilitators της Κύπρου οι οποίοι αποτελούν καταλυτική παράμετρο και θα πρέπει να παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού υγείας καθ' ότι είναι αυτοί που συλλέγουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τις διανέμουν. Επιπλέον τροφοδοτούν τους παραδοσιακούς tour operators με εξειδικευμένες ιατρικές υπηρεσίες που και αυτοί με τη σειρά τους διοχετεύουν στον ασθενή ταξιδιώτη. Επίσης λαμβάνοντας υπόψη τη δύναμη επιρροής που έχουν οι medical facilitators και οι tour operators που προβάλλουν τουρισμό υγείας, πρέπει να βρίσκονται πάντοτε στις άμεσες ενέργειες προώθησης της Κύπρου ως προϊόντος τουρισμού υγείας.

## SWOT ANALYSIS

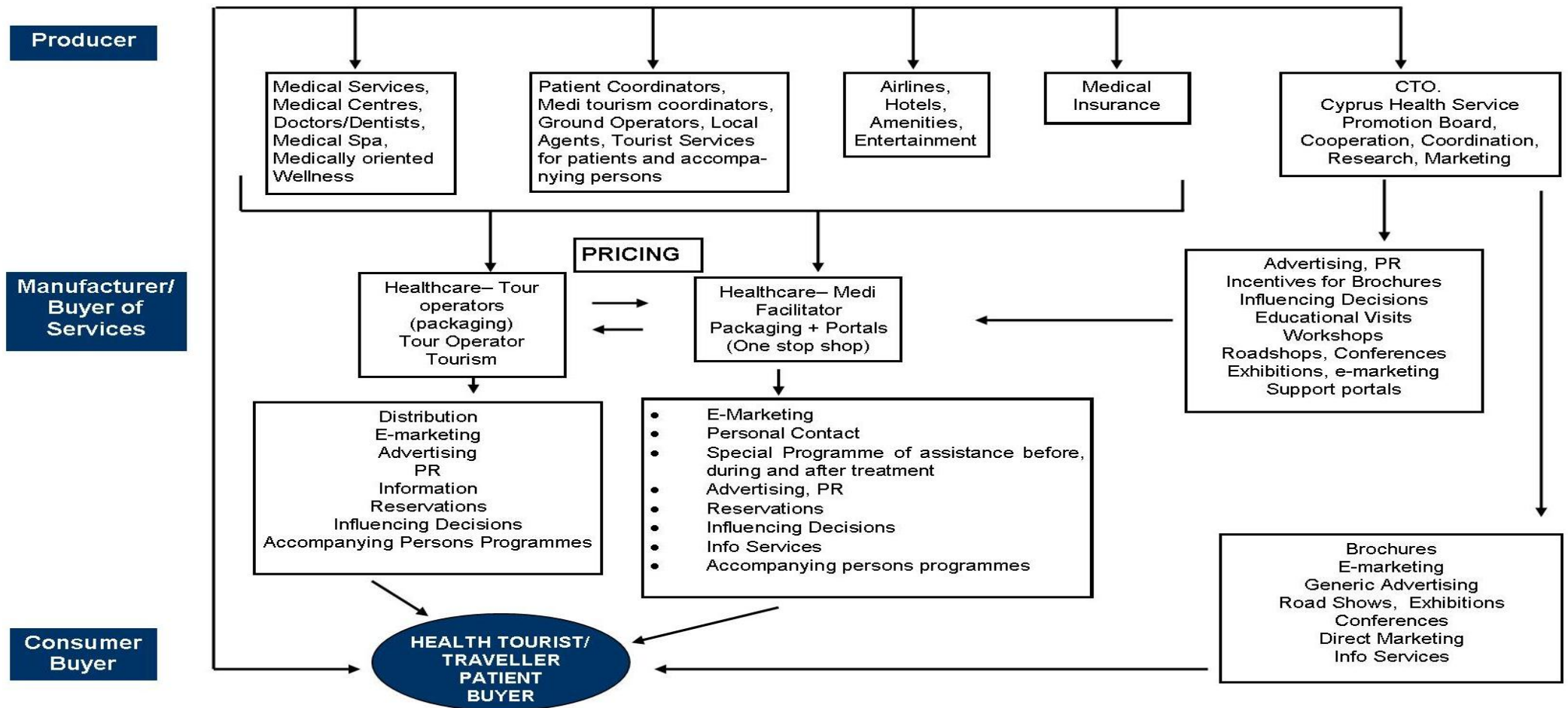
<p style="text-align: center;"><b>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αυξημένη ζήτηση σε επεμβατική ιατρική.</li> <li>• Κλίμα – Γεωγραφική Θέση</li> <li>• Γήρανση του πληθυσμού στην Ευρώπη.</li> <li>• Αύξηση του αριθμού συνταξιούχων διεθνώς.</li> <li>• Συνεργασίες με tour operators που ενεργοποιήθηκαν στον τουρισμό υγείας.</li> <li>• Ποσοστά ανασφάλιστων</li> <li>• Προσέλκυση τουρισμού ποιότητας, κερδοφορία.</li> <li>• Μεγάλοι χρόνοι αναμονής σε νοσοκομεία του εξωτερικού</li> <li>• Διαφοροποίηση τουριστικού προϊόντος</li> <li>• Θρησκευτικοί περιορισμοί</li> <li>• Αύξηση πλαστικών επεμβάσεων ανά το παγκόσμιο</li> <li>• Ζήτηση για υγιεινή διατροφή</li> <li>• Φροντίδα απόμων 3<sup>ης</sup> ηλικίας. (διαμονή μόνο το χειμώνα)</li> <li>• Τάση για βελτίωση εξωτερικής εμφάνισης</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ΑΠΕΙΛΕΣ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Έντονος ανταγωνισμός</li> <li>• Υψηλότερο κόστος μεταφοράς λόγω του ότι η Κύπρος είναι νησί</li> <li>• Ανάπτυξη κατεχομένων (IVF κλπ)</li> <li>• Συναλλαγματικές διακυμάνσεις του Ευρώ έναντι της Στερλίνας και του Δολαρίου</li> <li>• Ψηλότερες τιμές σε σχέση με την Ασία και ανατολική Ευρώπη</li> <li>• Οι tour operators και facilitators δεν έχουν ασχοληθεί με την Κύπρο</li> <li>• Άγνωστο το επίπεδο της ιατρικής της Κύπρου στο εξωτερικό</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Χαμηλές τιμές</li> <li>• Χρήση της Αγγλικής γλώσσας</li> <li>• Υψηλό επίπεδο κατάρτισης επιστημονικού προσωπικού</li> <li>• Υψηλό επίπεδο ιατρικών υπηρεσιών ιδιωτικού τομέα</li> <li>• Εκπαίδευση ιατρών στο εξωτερικό</li> <li>• Τουριστικός προορισμός – υποδομή</li> <li>• Καθόλου χρονοβόρες διαδικασίες για αποδοχή ασθενούς</li> <li>• Ύπαρξη φορέα προβολής και ενεργοποίηση ΚΕΒΕ</li> <li>• Ξενοδοχειακή υποδομή</li> <li>• Θετικές πρωτοβουλίες και νοοτροπία ΚΟΤ</li> <li>• Αεροπορικά Ναύλα</li> <li>• Μέσα από τον τουρισμό υγείας αναβαθμίζονται και οι ιατρικές υπηρεσίες του τοπικού πληθυσμού.</li> <li>• Σύναψη συνεργασίας με κλινικές εξωτερικού</li> <li>• Πιθανή παροχή κινήτρων για εγκαταστάσεις τουρισμού υγείας.</li> <li>• Κίνητρα για απόσυρση κλινών και αλλαγή χρήσης Π.χ rehab centres, vital hotels.</li> <li>• Εποχικότητα – δυνατότητα</li> <li>• Κλίμα – Γεωγραφική Θέση</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Έλλειψη Διαπίστευσης Νοσηλευτηρίων και medical SPA</li> <li>• Απουσία ολοκληρωμένου σχεδίου marketing</li> <li>• Έλλειψη παραϊατρικού προσωπικού.</li> <li>• Νοοτροπία ιατρών</li> <li>• Έλλειψη νοσηλευτικού προσωπικού</li> <li>• Visa από συγκεκριμένες χώρες</li> <li>• Περιορισμένη παρουσία του προορισμού στη διεθνή ανταγωνιστική αγορά τουρισμού υγείας</li> <li>• Έλλειψη συντονισμού ιδιωτικού και δημόσιου τομέα</li> <li>• Απουσία brand</li> <li>• Έλλειψη κέντρων αποκατάστασης</li> <li>• Μικρός αριθμός ξενοδοχείων και άλλων χώρων με διευκολύνσεις για χρήστες αναπηρικών οχημάτων</li> <li>• Απουσία συστήματος υγείας.</li> <li>• Απουσία ουσιαστικού ενδιαφέροντος από ιατρικά κέντρα.</li> <li>• Απουσία στρατηγικού σχεδίου δράσης</li> <li>• Γραφειοκρατία</li> <li>• Απουσία νομοθετικού πλαισίου και πιθανές ρυθμίσεις που να μειώνουν τη ζήτηση π.χ. IVF</li> <li>• Έλλειψη Project Manager</li> </ul>





## Marketing Campaign for Cyprus as a Health Tourism Destination

### Participants Links and Main Activities



	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>A. Έντυπη Προβολή</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ</b> <b>ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ</b> <b>ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Επανεκτύπωση ενημερωτικού οδηγού (Αγγλικά)	Κύπρος/ Η.Β	ΚΟΤ/Φορέας	1	€5000
2	Επανεκτύπωση DVD αναθεωρημένου	Κύπρος/Διεθνείς	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
3	Έκδοση ενημερωτικού υλικού ειδικά για τη γερμανική αγορά	Γερμανία	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
4	Έκδοση ενημερωτικού υλικού ειδικά για την αραβική αγορά	Αραβικές χώρες	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
5	Έκδοση ενημερωτικού υλικού ειδικά για τη Σκανδιναβία	Βόρειες Χώρες	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
6	Εκτύπωση αφισών, window displays	Αγορές Στόχοι		1	€8000
7	Εκτύπωση ειδικών φυλλαδίων σε συνεργασία με τις ιατρικές εταιρείες π.χ plastic surgery, dental therapy κλπ.	Αγορές Στόχοι	ΚΟΤ/Ιατρικές Εταιρείες	2	€5000
8	Εκτύπωση ειδικού φυλλαδίου για την παροικία Η.Β	Η.Β	ΚΟΤ/Φορέας	3	€2000
9	Εκτύπωση ειδικού φυλλαδίου για προβολή στους τουρίστες που είναι ήδη στην Κύπρο	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
10	Εκτύπωση ειδικού φυλλαδίου με αποδέκτες τον κατάλογο του ΚΟΤ Λονδίνου (Ασφαλιστικές εταιρίες κλπ) «Why to Cyprus for Health Tourism»	Η.Β	ΚΟΤ/Φορέας	2	€3000

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ B. Έντυπη Διαφήμιση</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε έντυπα του εξωτερικού, περιοδικά, εφημερίδες για άτομα τρίτης ηλικίας, γυναικεία, έντυπα δημαρχείων (Νορβηγία), Φαρμακείων (Γερμανία) κλπ. Όπως αναφέρεται στο παραδοτέο 3. Οι διαφημιστικές εταιρίες θα πρέπει να λάβουν υπόψη τις εισηγήσεις των tour operators και medical facilitators	Χώρες Στόχοι	KOT	2	€30000
2	In-Flight περιοδικά κυρίως των Κυπριακών Αερογραμμών καθώς και video clip στο in-flight entertainment. Επίσης στα in-flight magazines άλλων εταιριών Η.Β	Κύπρος/Η.Β		1	€15000
3	Καταχώρηση στα περιοδικά των ξενοδοχείων στην Κύπρο καθώς και στις αγγλόφωνες εφημερίδες στην Κύπρο. KOT (generic) Νοσηλευτήρια (services)	Κύπρος	KOT/Νοσηλευτήρια	1	€10000
4	Καταχώρηση στις κυπριακές εφημερίδες Η.Β για την παροιμία	Η/Β	KOT/Νοσηλευτήρια	1	€5000
5	Διαφήμιση στο ΡΙΚ στο πρόγραμμα αποδήμων	ΗΒ	KOT	1	€5000

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ Γ. Ηλεκτρονική Προβολή</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Διαφήμιση σε εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες τουρισμού υγείας	Η.Β/ Γερμανία/Σκανδιναβία	ΚΟΤ/Φορέας Υγείας/Νοσηλεύτρια	1	€20000
2	Ενημέρωση και συντήρηση της ηλεκτρονικής πύλης του Φορέα και αναβάθμιση με πληροφοριακό και φωτογραφικό υλικό	Κύπρος	Φορέας	1	€3000
3	Διαφημιστικά banners σε ηλεκτρονικά περιοδικά όπως <a href="http://www.cosmeticsurgeryanswers.co.uk">www.cosmeticsurgeryanswers.co.uk</a> και <a href="http://www.elixirnews.com">www.elixirnews.com</a> για θεραπείες anti-aging καθώς και άλλες ιστοσελίδες για τουρισμό υγείας.	Η.Β	ΚΟΤ/ιδιωτικά Νοσηλεύτρια και Medical Facilitators της Κύπρου	1	€40000
4	Αξιολόγηση όλων των ιστοσελίδων που ενδιαφέρουν την Κύπρο	Διεθνώς	Φορέας	1	
5	Δημιουργία καταλόγων ηλεκτρονικών συνδρομητών με συχνές ενημερώσεις	Αγορές Στόχοι	Φορέας	1	

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>Δ. Υποστηρικτικές Ενέργειες Μάρκετινγκ</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ</b> <b>ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ</b> <b>ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Δημιουργία Επιτροπής Marketing. Ετοιμασία marketing Plan	Κύπρος	Φορέας	1	
2	Δημιουργία Data Bank. Συλλογή και αξιολόγηση στοιχείων από το Φορέα	Κύπρος	ΚΟΤ-Φορέας	1	
3	Δημιουργία mailing list για direct marketing διεθνώς.	Όλες οι χώρες	ΚΟΤ	1	
4	Δέσμη κινήτρων για tour operators και facilitators όπως γίνεται και στις άλλες μορφές τουρισμού για σχεδιασμό και προβολή ιατρικών και τουριστικών πακέτων	Όλες οι χώρες	ΚΟΤ	1	€40000
5	Εκπαιδευτικό ετήσιο σεμινάριο για τα μέλη του Φορέα και λειτουργούς γραφείων ΚΟΤ εξωτερικού και εμπορικών αντιπροσώπων Πρεσβειών για ενημέρωση και προώθηση προβολής	Κύπρος και όλα τα γραφεία του ΚΟΤ εξωτερικού και εμπορικών αποστολών	ΚΟΤ/Φορέας/Υπ. Εμπορίου/Υπ. Υγείας, Επαγγελματικοί Σύνδεσμοι	2	€12000
6	Διοργάνωση workshop-προβολής στην Κύπρο με ξένες συμμετοχές	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	€20000
7	Direct Marketing - απευθείας επαφή και επικοινωνία με τους ενδιαφερόμενους για ενημέρωση και βοήθεια στη λήψη απόφασης. Μέσω internet, τηλεφωνικώς και direct mailing.	Στοχευμένες Αγορές	Facilitators/Μέλη του Φορέα	1	
8	Relationship Marketing μέσω εντύπων, διαφήμισης, (direct contact) των ξένων που κατοικούν στην Κύπρο ή έχουν δεύτερη κατοικία.	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	€5000
9	Συγκέντρωση στοιχείων και desk research για ενίσχυση του Data Bank από ΚΟΤ εξωτερικού.	Στοχευμένες Αγορές	ΚΟΤ	1	

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>Ε. Εκθέσεις, Σεμινάρια, Workshops,</b> <b>Συνέδρια, Fam trips</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ</b> <b>ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ</b> <b>ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Διοργάνωση του πρώτου ετήσιου workshop προβολής με ξένες συμμετοχές CYMEDITOUR (tour operators, facilitators, δημοσιογράφοι) Νοέμβριος 2010	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας/ Υπουργείο Υγείας	1	€8000
2	Central and Eastern europe Medical Tourism and Healthcare summit, <a href="http://www.globalengage.co.uk">www.globalengage.co.uk</a>	Zagreb Croatia	ΚΟΤ/Φορέας	1	€1000
3	Συμμετοχή στην έκθεση Destination Health – Απρίλιος-2011 (UK Medical Tourism Exhibition)	Λονδίνο	ΚΟΤ/Φορέας/Υπουργείο Υγείας	1	€5000
4	Manchester Roadshow Απρίλιος-2011	Manchester	ΚΟΤ/Φορέας/ Υπουργείο Υγείας/ Facilitators/Ασφαλιστικές/Tour operators/Παροικία	2	€10000
5	WTM – 8-11-11-2010	Η.Β	Φορέας/Περίπτερο ΚΟΤ	3	€750
6	ITB Berlin Μάρτιος-2011	Γερμανία	Φορέας/Περίπτερο ΚΟΤ	3	€750
7	2nd Moscow Medical and Health Tourism Congress Μάρτιος 2011	Μόσχα	Φορέας/ΚΟΤ/Υπ. Υγείας	1	€1000
8	Dubai Tourism Exhibition και Cyprus Road Show - Μάιος 2011	Εμιράτα	ΚΟΤ/Φορέας	3	€5000
9	World Health Tourism Congress 2011	Αναμένεται	ΚΟΤ/Φορέας/Επίσημη Αποστολή/ Υπουργείο Υγείας	3	€2000
10	Έκθεση για άτομα τρίτης ηλικίας Senior – 20-22-10 2010 Στοκχόλμη	Στοκχόλμη	Φορέας/ΚΟΤ/Περίπτερο ΚΟΤ	1	€2000
11	Έκθεση για άτομα τρίτης ηλικίας Seniorit 20-21-11 2010 – Ελσίνκι	Φινλανδία	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000
12	Παρουσίαση στη Νορβηγία σε δημαρχεία, Κοινωνικές Ασφαλίσεις, Tour operators – Οκτώβριος 2010 (Best Agers)	Νορβηγία	ΚΟΤ/Φορέας	1	€2000



13	European Medical Travel Conference and Exhibition Breakfast Presentation – Βενετία 5-8-5-2010 (20 άτομα)	Ιταλία	ΚΟΤ/Φορέας/Medi Facilitators/ Υπουργείο Υγείας	1	€11000
----	--	--------	--	---	--------

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ</b> <b>Z. Δημόσιες Σχέσεις, Επικοινωνία, Ενημερωτικά ταξίδια δημοσιογράφων, Facilitators, ασφαλιστών, tour operators</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Έκδοση ενημερωτικού Δελτίου στα Αγγλικά, Γερμανικά και Σουηδικά και αποστολή στο εξωτερικό και τον κυπριακό αγγλόφωνο τύπο. Έντυπο και ηλεκτρονικό.	Κύπρος/Η.Β/Γερμανία/ Σκανδιναβία	ΚΟΤ	1	€2000
2	Ετήσια διοργάνωση fam trip για δημοσιογράφους από Αγγλία, παροικία, Γερμανία, Σκανδιναβία, Αραβικές χώρες σε συνδυασμό με το ετήσιο workshop τουρισμού υγείας στην Κύπρο	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας/ Υπουργείο Υγείας	1	€12000
3	Προβολή τουρισμού υγείας μέσα από εξειδικευμένα κανάλια (infomercials) σε θεματικά δορυφορικά κανάλια	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	2	€10000
4	Δημιουργία καταλόγων δημοσιογράφων , facilitators, ασφαλιστικών, tour operators για emailing με συχνές ενημερώσεις για τις εξελίξεις γύρω από τον τουρισμό υγείας.	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	



	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ H. Branding</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας (Branding τουρισμού υγείας)	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	2	€40000

## Στρατηγική Εστίασης (Χώρες Στόχοι)

Καθορισμός Ιατρικών Υπηρεσιών που μπορεί να παρέχει η Κύπρος  
και οι χώρες αγορές που μπορεί να αναπτυχθεί – προβληθεί ο τουρισμός υγείας

### Πλαίσιο Δραστηριοποίησης

Προτεινόμενες Ιατρικές Υπηρεσίες που μπορούν να αποτελέσουν μέρος πακέτου τουρισμού υγείας	Χώρα Δραστηριοποίησης (ΚΟΤ/Φορέα) και προέλευσης τουριστών υγείας	Στοχευμένοι αποδέκτες μέτρων προβολής και δημοσιότητας. Δυνητικοί συνεργάτες/αγοραστές υπηρεσιών τουρισμού υγείας
Προληπτικές/Διαγνωστικές εξετάσεις (Medical Spa/Wellness)	Γερμανία Ελβετία Αραβικές Χώρες Σκανδιναβία Αυστρία	Tour Operators Ασφαλιστικές Εταιρείες
Οδοντιατρικές Θεραπείες και Θεραπείες αισθητικής φύσης δοντιών	ΗΒ Βόρειες Χώρες Αραβικές Χώρες Ιταλία	Tour Operators, Facilitators
Αισθητική και Επανορθωτική Χειρουργική, Τριχολογία, θεραπείες αισθητικής φύσης ελαφριάς μορφής	Η.Β Αραβικές Χώρες Η.Β - Παροικία	Tour Operators, Facilitators Ασφαλιστικές εταιρείες
Μικροχειρουργικές επεμβάσεις μιας μέρας Π.χ: οφθαλμολογία, ουρολογία, κήλη, ωτορινολαρυγγολογικά	Σουηδία Η.Β Αραβικές Χώρες Η.Β - παροικία	Tour Operators Facilitators Ασφαλιστικές εταιρείες

Αιμοδιάλυση, αιμοκάθαρση	Όλες οι χώρες με νεφροπαθείς/παροικίες	Tour operators, travel agents, facilitators
Θεραπείες Γονιμότητας IVF	Βόρειες Χώρες Ιταλία Ισραήλ Αραβικές χώρες	Facilitators
Αποκατάσταση Φυσιοθεραπεία Θαλασσοθεραπεία Medical Spa	Η.Β Βόρειες Χώρες Γερμανία Αυστρία Ελβετία	Facilitators Tour Operators Ασφαλιστικές εταιρείες
Άσθμα Κλιματολογικές Θεραπείες	Βόρειες Χώρες Γερμανία Ελβετία Αυστρία Η.Β	Tour Operators Facilitators
Δερματολογικές Παθήσεις (Ψωρίαση)	Βόρειες Χώρες (Σουηδία, Νορβηγία, Δανία, Φινλανδία, Ισλανδία)	Tour Operators
Ολιστική Ιατρική Όλες οι ειδικότητες που έχουν σχέση με ολιστική ιατρική. Μεταβολικές διαταραχές, νόσοι και παθήσεις Διαβήτη, υπερλιπιδαιμία, μεταβολικό σύνδρομο	Γερμανία Βόρειες Χώρες Η.Β Όλες οι χώρες (50% του παγκόσμιου πληθυσμού είναι άνω των 40) <a href="http://www.med.uic.gr">www.med.uic.gr</a>	Tour operators Facilitators Δημαρχεία (Νορβηγία)

Φροντίδα Ηλικιωμένων	Σουηδία Νορβηγία Φινλανδία	Tour Operators, Δημαρχεία, Τράπεζα αναπτύξεως Νορβηγίας
Ρευματικές Παθήσεις	Σουηδία Νορβηγία, Φινλανδία Γερμανία	Tour Operators
Φωτο-θεραπεία Για κατάθλιψη (Sad syndrome)	Βόρειες Χώρες ιδιαίτερα Δανία	Tour operators, Ασφαλιστικές οργανώσεις

## Δράσεις ανάπτυξης υφιστάμενης υποδομής προώθησης υπηρεσιών και διαχείρισης ταξιδιωτών υγείας

	<b>ΔΡΑΣΕΙΣ Α. Ανάπτυξη Υποδομής</b>	<b>ΧΩΡΑ/ΠΕΡΙΟΧΗ</b>	<b>ΦΟΡΕΑΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ</b>	<b>ΒΑΘΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
1	Έρευνα και μελέτη για δημιουργία κινήτρων με σκοπό τη ίδρυση νοσοκομειακών μονάδων στα μεγέθη και πρότυπα του εξωτερικού. Τα κίνητρα έχουν στόχο κυρίως την συγχώνευση μικρών μονάδων, της τάξης των 20 με 40 και 50 κλίνες σε νοσοκομεία/κλινικές μεταξύ 100 και 200 κλινών.	Κύπρος	Υπουργείο Υγείας	2	20000
2	Roadshow – παρουσιάσεις έργων και επενδυτικών ευκαιριών στον τομέα της υγείας με σκοπό την προσέλκυση πιθανών επενδυτών και επενδυτικών ταμείων από Κύπρο και εξωτερικό.	Κύπρος/Ευρώπη	Υπ. Υγείας/Φορέας/CIPA	1	10000
3	Προώθηση σχεδίου κινήτρων για διεθνή διαπίστευση για τα ιδιωτικά νοσηλευτήρια. Εξαγγελία σχεδίου κινήτρων για επιβράβευση της διαπίστευσης. Προώθηση της σπουδαιότητας της διαπίστευσης στα ιδιωτικά νοσηλευτήρια.	Κύπρος	Υπ. Υγείας, ΚΟΤ, Φορέας, ΠΙΣ	1	3,000,000
4	Διακρατικές συμβάσεις με συστήματα υγείας άλλων χωρών	Χώρες στόχοι	Υπουργείο Υγείας	2	5000
5	Ετήσιος έλεγχος ικανοποίησης των ταξιδιωτών υγείας: κριτήρια αξιολόγησης, δημιουργία ερωτηματολογίου, ανάλυση αποτελεσμάτων και παρουσίαση/ενημέρωση στους ενδιαφερόμενους και εμπλεκόμενους φορείς. Η συλλογή στατιστικών στοιχείων του τουρισμού υγείας και η αξιολόγηση της αποδοτικότητας των ενεργειών προβολής.	Κύπρος	Φορέας	1	5000

6	Πρωώθηση της Κύπρου σαν Ιατρικός Προορισμός	Ευρώπη	CIPA/ΚΟΤ/Υπ.Υγείας		
7	Roadshow – Σκοπός είναι η προσέλκυση Διεθνών εταιρειών Διαχείρισης Νοσηλευτικών Μονάδων ώστε η Κύπρος να προωθηθεί ως πιθανός χώρος επέκτασης των δραστηριοτήτων τους.	Κύπρος	ΚΟΤ/Υπ. Υγείας	1	10000
8	Δημιουργία κινήτρων με σκοπό τη δημιουργία «Medical Facilitators» όπου θα δραστηριοποιούνται στον τομέα τουρισμού υγείας όπως γίνεται και στις άλλες μορφές τουρισμού για σχεδιασμό και προβολή πακέτων τουρισμού υγείας.	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας, Tour operators, Medical Facilitators-Coordiators	1	40000
9	Δημιουργία κριτηρίων για την αδειοδότηση εμπλεκόμενων φορέων από τουριστικό τομέα (ταξιδιωτικά γραφεία, ξενοδοχεία κλπ) στον τομέα τουρισμού υγείας.	Κύπρος	ΚΟΤ/Υπ. Υγείας/Φορέας	1	2000
10	Μελέτη ανάπτυξης πολεοδομικών κινήτρων (συντελεστή δόμησης, αλλαγή χρήσης) σε τουριστικά καταλύματα που επιθυμούν την αναβάθμιση των υπηρεσιών τους έτσι ώστε να προσελκύσουν τουρισμό υγείας.	Κύπρος	ΚΟΤ/Υπ. Εσωτερικών/Πολεοδομία	2	30000
11	Πρωώθηση νομοθεσίας ώστε τα οδοντιατρεία μεμονωμένα ή και συλλογικά να μπορούν να προβληθούν με σκοπό την προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας από το εξωτερικό.	Κύπρος	Υπ. Υγείας/ ΠΟΣ	1	
12	Δημιουργία κατηγορίας πολεοδομικής άδειας χώρων μακροχρόνιας φροντίδας ηλικιωμένων (assisted living) στα πλαίσια διεθνών προτύπων ούτως ώστε να δίνεται η ευκαιρία οι επενδυτές να δημιουργούν έργα με σκοπό προσέλκυση ταξιδιωτών υγείας τρίτης ηλικίας.	Κύπρος	ΚΟΤ/ Πολεοδομία	2	

13	Επίσπευση αναθεώρησης νομοθεσίας για δημιουργία κατηγορίας boutique hotels εξειδικευμένων για την προσφορά υπηρεσιών σε ταξιδιώτες υγείας βάσει των ευρωπαϊκών προτύπων	Κύπρος	ΚΟΤ/ΠΑΣΥΞΕ	1	
14	Ανάπτυξη διαλόγου μεταξύ Υπουργείου Υγείας και Γραφείου Προγραμματισμού για τη διασφάλιση Ευρωπαϊκών κονδυλίων για έργα στον τομέα της υγείας.	Κύπρος	Υπ. Υγείας/Γραφείο Προγραμματισμού	1	
15	Διμιουργία ομάδας παρακολούθησης υλοποίησης του Γενικού Σχεδίου Υγείας λόγω του ότι ασφαλιστικές εταιρείες του εξωτερικού επιθυμούν τη συνεργασία με ιδιωτικές νοσηλευτικές μονάδες οι οποίες είναι ελεγχόμενες κάτω από το σύστημα υγείας	Κύπρος	Υπ. Υγείας/ΚΟΤ	1	
16	Αξιολόγηση των Δημόσιων Νοσηλευτηρίων στις παραλιακές πόλεις για την δυνατότητα παροχής υπηρεσιών σε ταξιδιώτες υγείας ασφαλισμένους από Δημόσιους ασφαλιστικούς ευρωπαϊκούς οργανισμούς που επιθυμούν συνεργασία μόνο με Δημόσια ιδρύματα.	Κύπρος	Υπ. Υγείας	1	20000
17	Μελέτη εισαγωγής βέλτιστων πρακτικών (minimum standards) για τις νοσηλευτικές μονάδες στον ιδιωτικό τομέα που δεν έχουν Διαπίστευση για προσέλκυση ταξιδιωτών Υγείας.	Κύπρος	Υπ. Υγείας	1	30000
18	Δημιουργία ambassadors με στόχο την ευαισθητοποίηση παραγόντων του εξωτερικού (ασφαλιστικές εταιρείες, νοσοκομεία,)	Κύπρος	ΚΟΤ	1	5000
19	Σχέδιο εμπλοκής ξεναγών στα πακέτα τουρισμού υγείας σε συνεργασία με νοσηλευτικές μονάδες και medical facilitators.	Κύπρος	ΚΟΤ	1	5000
20	Δημιουργία διαδικτυακής πύλης ενημέρωσης και συντονισμού των εμπλεκόμενων φορέων με	Κύπρος	ΚΟΤ/Φορέας	1	5000

	δυνατότητα λειτουργίας σαν παρατηρητήριο.				
21	Παρουσιάσεις έργων και επενδυτικών ευκαιριών στον τομέα της υγείας	Κύπρος	Υπ.Υγείας, ΚΟΤ, Φορέας Προώθησης, Υπ.Εμπορίου, Σύνδεσμος Προώθησης Επενδύσεων (CIPA)	1	20000
22	Αξιοποίηση κλίματος για θεραπεία άσθματος (Αξιοποίηση Σανατορίου στην Κυπερούντα και άλλων προσεγγμένων επενδύσεων)	Κύπρος	ΚΟΤ, Υπ.Υγείας, Κοινοτικό Συμβούλιο Κυπερούντας, Εταιρεία 'Κύπερις'	2	
23	Ανάπτυξη υπηρεσιών εξειδικευμένων μεταφραστικών συστημάτων ή υπηρεσιών μετάφρασης για ταξιδιώτες υγείας και συνοδεύοντα άτομα	Κύπρος	ΡΙΟ, Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος, Φορέας Υγείας	2	
24	Ανάπτυξη, προώθηση φωτοθεραπευτικού τουρισμού	Κύπρος	ΠΑΣΥΞΕ, ΣΤΕΚ, ΚΟΤ, Υπ.Υγείας, ΕΒΕ Λευκωσίας, Μετεωρολογική Υπηρεσία	1	
25	Μετατροπή (μικρές τροποποιήσεις) ξενοδοχειακών καταλυμάτων για να είναι σε θέση να φιλοξενήσουν ταξιδιώτες υγείας για τις ιδιότητες του κυπριακού φωτός		ΠΑΣΥΞΕ, ΣΤΕΚ, ΚΟΤ, Υπ.Υγείας, ΕΒΕ, Λευκωσίας, Μετεωρολογική Υπηρεσία	2	
26	Επίσπευση των διαδικασιών στην εξασφάλιση των απαιτούμενων αδειών για επενδύσεις στον τομέα του		Πολεοδομία, Παγκύπριος Ιατρικός Σύλλογος, Σύνδεσμος Νοσηλευτών	1	



	Τουρισμού Υγείας.		και Μαιών Κύπρου		
27	Πιστοποίηση Κέντρων Ευεξίας με έμφαση την ανάπτυξη των medical spa	Κύπρος	KOT/Cyprus Spa Association	1	25000
28	Έκδοση (συμβουλευτικού/καθοδηγητικού) εγχειριδίου με ελάχιστα κριτήρια ανάπτυξης, λειτουργίας και προώθησης ενός medical spa στην Κύπρο	Κύπρος	Cyprus Spa Association, KOT	1	8000
29	Ανάπτυξη διαλόγου μεταξύ Υπουργείου Εμπορίου και Γραφείου Προγραμματισμού για τη διασφάλιση Ευρωπαϊκών κονδυλίων αλλά και χαμηλότοκων δανείων για έργα στον τομέα της υγείας και προβολής του τουρισμού υγείας .	Κύπρος	KOT/Υπ. Εμπορίου/Γρ. Προγραμματισμού	1	
30	<p>Συμπερίληψη της πολεοδομίας στις προσφερόμενες υπηρεσίες της «Μονοθυριδικής Πρόσβασης».</p> <p>Την συμπερίληψη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που ασχολούνται με έργα τουρισμού υγείας μέσα στις επιχειρήσεις που δικαιούνται να λαμβάνουν υποστήριξη από τις υπηρεσίες «μονοθυριδικής πρόσβασης»</p> <p>Επίσης το Υπουργείο Εμπορίου και βιομηχανίας μπορεί να προωθήσει τον τουρισμού υγείας δίνοντας τα απαραίτητα κίνητρα για συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις που αφορούν τον τουρισμό υγείας.</p>	Κύπρος	Υπουργείο Εμπορίου και βιομηχανίας	1	

