

A HAZAI TURISZTIKAI RÉGIÓKBAN MEGVALÓSULÓ TERMÉKFEJLESZTÉS PROBLEMATIKÁJA AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS PÉLDÁJÁN

LŐRINCZ KATALIN

Bevezető

A turizmus gazdasági életben betöltött fontos szerepe megkérdőjelezhetetlen. Magyarországon 2002-ben a turizmus a közvetlen GDP bevételek 5,0%-át, míg a közvetett bevételek 10,4%-át adja. Az ágazat a munkaerő 6,3%-át foglalkoztatja, emellett – összevetve a világ vagy az európai unió hasonló paramétereivel - jelentős a kormányzati kiadási oldal is (World Travel Tourism Council).

Egyedül a befektetések terén jelentkezik negatív előjelű eltérés, valószínűsíthető, hogy a megfelelő projektek vagy a lehetőségek kevésbé hatékony kommunikációja miatt.

1. táblázat

A turizmus gazdasági szerepe a világon és Magyarországon, 2002

Részesedés az egyes gazdasági mutatókból	Világ	Európai Unió	Közép-Kelet-Európa	Magyarország
GDP (közvetlen)	3,6	3,8	1,8	5,0
GDP (közvetett)	10,0	10,8	7,2	10,4
Foglalkoztatottak (közvetlen)	2,8	4,2	2,9	6,3
Foglalkoztatottak (közvetett)	7,8	11,9	10,3	10,4
Befektetések	9,2	10,3	7,1	6,8
Kormányzati kiadások	3,8	3,2	2,4	5,1

A hazai turizmusirányítás az elmúlt évtizedben gyökeresen átalakult. E folyamat – elsősorban az államigazgatásban - jelenleg is tart, de úgy tűnik, hogy az ágazat területi szervezését már kevésbé érinti. A kilenc turisztikai régió létrejöttével a turizmusirányításban és turizmus-szervezésben létrejött az a középső szint¹, mely a központi, minisztériumi elképzelések és a helyi önkormányzatok között területfejlesztési feladatokat is ellát. A turisztikai apparátus kiépülése (Regionális Idegenforgalmi Bizottság és a feladatokat végrehajtó Regionális Marketing Igazgatóság) megtörtént, de e szervek a mai napig nem tudtak túllépni a központi irányítás „kinyúló csápjai” szerepkörén. A felülről megrajzolt, több esetben „mesterséges” turisztikai régiók (pl. Közép-Dunántúl, Tisza-tó, Észak- és Dél-Alföld) természeti, kulturális és gazdasági tekintetben csak elenyésző mértékben különböznek egymástól, ráadásul határaik eltérőek a tervezési-statisztikai régióktól. Ez a kettősség akadályozza a területfejlesztési célok összehangolását és a hozzá kapcsolódó finanszírozás megteremtését.

A turizmus területén kizárólag az egyes térségek – kistérségek, régiók - erősségeire, vonzerejére alapozott turisztikai termékfejlesztés szolgálhatja a turizmus bevételeinek növekedését, az adott földrajzi egység gazdaságának és népességének fejlődését. Munkámban

¹ A gyakorlat ettől több helyen eltér: vannak megyék (pl. Borsod-Abaúj-Zemplén vagy Veszprém megye), ahol a turizmus irányítása és területi marketingje egyenrangúnak, illetőleg hatékonyabbnak bizonyul, mint a „hivatalos” régió.

a termékfejlesztés egyik konkrétan megfogható elemét, az egészségturizmust emeltem ki. A tanulmány arra a kérdésre keresi a választ, hogy e turisztikai termék fejlesztése során hogyan lehet(ne) a feladatokat a különféle földrajzi szintekre – turisztikai szolgáltató (egy településen belül), település és kistérség – lebontani, és eredményesen megvalósítani.

Az egészségturizmus tartalma és jellemzői²

A turisztikai szervezetek és szakértők szerint az egészségturisztikai utazások mutatják az egyik legdinamikusabb fejlődést. A fejlett világban rendkívül erős motivációt jelent az egészség megőrzése, a szépségápolás, a test és lélek harmóniája. Emellett mind nagyobb hangsúlyt kap a betegségek, balesetek utáni rehabilitáció és a társadalombiztosítás által finanszírozott kezelések szélesedése.

A töretlen fejlődéshez kétségkívül hozzájárul, hogy a gyógyüdülések fő célcsoportja, az ötven év felettek egyre nagyobb utazási hajlandóságot mutatnak, s mellettük a fiatalabb korosztályok is érdeklődnek, főként az újabb irányzatok: a wellness, fitness és szépségkúrák iránt.

A turizmus egészén belül a természeti adottságokon túl számos egyéb kedvező tulajdonság is indokolja az egészségturizmus kiemelt kezelését, hiszen erre a területre jellemző:

A relatíve hosszú tartózkodási idő: a gyógyturizmusban a kúra-alapú szolgáltatások miatt a vendégek tartózkodási ideje jellemzően hosszabb, mint más termékek esetén.

A kisebb szezonalitás: az egészségturizmus szolgáltatásai általában függetlenek az időjárástól, ezért a látogatók főként a nem-nyári időszakban keresik fel a gyógyhelyeket (mindez korlátozottan érvényes a wellness-, azon belül is a sportprogramokra).

A magasabb fajlagos költség: a specializált szolgáltatások és eszközök, valamint az egészségturizmus magas élőlétszám-igénye miatt a fajlagos költség az átlagos költség feletti.

A szolgáltatók (gyógyfürdők, szállodák, wellness-központok) hatalmas versenyt folytatnak a vendégek „kegyeiért”. Az egészségturizmus támogatói közé felsorakoznak a települések és kistérségek is. Az előbbieken említett hosszabb tartózkodási idő és magas fajlagos költség, illetve kevésbé érvényesülő szezonalitás mellett az önkormányzatok részére komoly érv a magasabb adóbevételek lehetősége, valamint az ágazat munkaerő-igénye révén a foglalkoztatásban betöltött szerepe.

Az egészségturizmusban megkülönböztetünk hagyományos és új formákat egyaránt. A fürdőlátogatás, a termálforrások, gyógybarlangok és ásványi anyagokat tartalmazó iszapok alkalmazása mind-mind ősi formának számítanak. A '90-es évek elejétől fogva – köszönhetően az egészséges életmódnak és életformának – új egészségturisztikai szolgáltatások jelentek meg, melyek a gyógyászat helyett inkább a prevencióra, az egészség megőrzésére helyezik a hangsúlyt. Az új formák közül a wellness és a fitness mellett a lelki megújulásra koncentrálnak a kúrák, a méregtelenítő- és fogyókúrák, a szépségkúrák, a pihenést és kikapcsolódást szolgáló formák honosodtak meg.

Magyarország, a gyógyvizek országa³

Hazánk – akár az európai kontinens országaihoz, akár a tengerentúlhoz hasonlítjuk – rendkívül jó természeti adottságokkal rendelkezik. A természetes forrásokból és fúrt kutakból naponta mintegy 350 000 m³ termálvíz¹ tör a felszínre.

² KPMG Consulting cég kutatása és a Magyar Turizmus RT. által készített Egészségturizmus Nemzeti Marketingkonceptiójának prezentációja alapján.

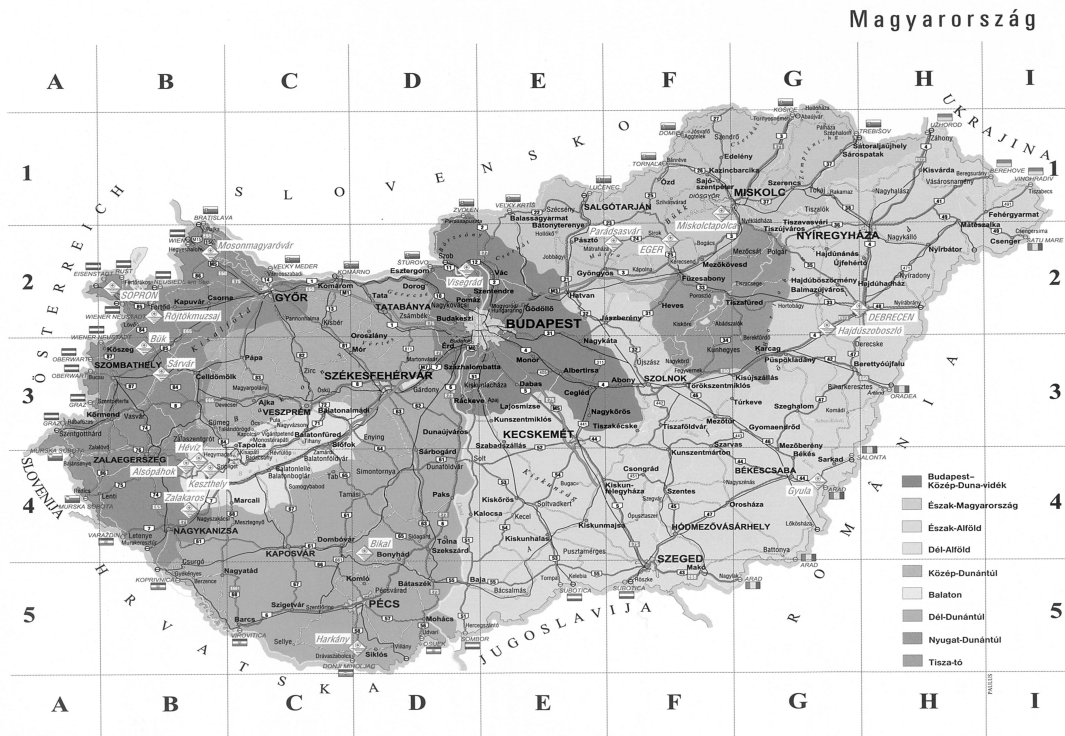
³ www.itthon.hu/gyogyturizmus

Magyarország ideális lehetőségeket kínál azok számára, akik szabadságukat fürdőhelyen kívánják eltölteni. Több mint 100 településen 400 termál létesítmény várja a vendégeket. A magyar gyógyvizeket elsősorban fürdőzésre használják, de van néhány kiváló hatású gyógyvíz, amelyeket ivókúrában alkalmaznak.

A hazai kínálat rövid összefoglalása

A hazai kínálatot elemezve kijelenthető, hogy a kereslet koncentrációjához hasonlóan a szálláshelyek is Budapesten és a Balaton körzetében (Keszthely, Hévíz, Alsópáhok) koncentrálódnak, hozzájuk képest szinte minden más régió turisztikailag kevésbé jelentős. E két térséget követi a Nyugat-Dunántúl (Zalakaros, Sárvár, Bük, Rőjtökmuzsaj, Sopron, Mosonmagyaróvár), illetőleg töretlen fejlődést mutat az Észak-Alföld „aranyháromszögébe” tartozó Debrecen és Hajdúszoboszló. A többi turisztikai régióból inkább egy-egy település emelhető ki, mint például a Dél-Dunántúlon Harkány, a Dél-Alföldön Gyula, valamint az észak-magyarországi régióban Eger, Miskolctapolca és Mezőkövesd.

A fejlesztések szempontjából a gyógyfürdőkön túl fontosak lehetnek az egyéb természetes gyógytényezővel rendelkező helyek; ilyen például Mátraderecske (mofetta), Hajdúszoboszló, Hévíz, Makó, Tiszasüly (gyógyiszap), Abaliget, Budapest, Jósvafő, Miskolc és Tapolca (gyógybarlang), és egyéb gyógyhelyek, mint Balatonfüred, Bük, Debrecen, Eger, Gyöngyös, Gyula, Hajdúszoboszló, Harkány, Hévíz, Miskolc, Parádsopron vagy Zalakaros. E szolgáltató helyek többsége azonban jelenleg csak helyi, regionális jelentőségű, és szolgáltatáskínálatuk sem felel meg a külföldi vendégek elvárásainak.



1. ábra. Gyógyfürdők és wellness-szállodák Magyarországon

Az egészségturizmus hazai fejlesztési irányjai

Az egészségturizmus fejlesztési irányainak és a hozzá kapcsolható marketing feladatok meghatározása érdekében, a Magyar Turizmus Rt. felkérésére 2002-ben⁴ a KPMG Consulting kutatásokat végzett. Az elkészült tanulmány – a nemzetközi trendeket figyelembe véve – a következő feladatokat jelölte ki:

A gyógy- és a termálvíz-használat megkülönböztetése: a gyógyvizek élménycélokra történő felhasználása egyrészt pazarló, másrészt – például gyerekek számára – akár veszélyes is lehet. Míg a termálvizek egyszerre nyújthatnak alapot balneológiai szolgáltatásokra és élményjellegű hasznosításra, addig a gyógyvizek esetében a szűken vett gyógyászati szolgáltatásokra kell koncentrálni.

Kínálat bővítése és specializáció: a jelenlegi kínálat szűkös, főként a wellness-szolgáltatások területén. Ezért mind a gyógy- mind a wellness turizmus területén bővíteni kell a szolgáltatások körét. Emellett, a piaci folyamatokat figyelembe véve, szükséges a szolgáltatók specializációja, illetve az egyedi arculat megteremtése és annak egyértelmű piaci kommunikációja.

Többgenerációs kínálat: a kínálat bővítésével figyelembe kell venni a kereslet szegmenseinek eltérő igényeit.

Regionális kereslet fejlesztése: az egészségügyi szolgáltatók a helyi és regionális keresletet növelhetik a célzott, hatékonyabb kommunikációval.

Komplex szolgáltatók: a nemzetközi trendnek megfelelően érdemes közvetlen fizikai kapcsolatot kialakítani az egészségügyi szolgáltatók és a szálláshelyek között. Ennek hiánya különösen a nyári szezonon kívül érinti kellemetlenül a vendégeket.

Éves működés: bár az egészségturizmus kevésbé szezonális, mint a turizmus más típusai, a gazdaságos működés érdekében az alapszolgáltatásokat minden évszakban használhatóvá kell tenni (például fedett élményfürdők).

A fentiekben kívül általános feladat a jelenlegi szolgáltatások minőségének emelése, ezt a célt szolgálja a Széchenyi Terv által támogatott fürdőfejlesztések döntő többsége is. Ismertebbé kell tenni a wellness-szolgáltatásokat, hogy a szakma a további fejlesztések során ezek alapján bővítsa a szolgáltatások körét. Segíteni kell az eddig kevésbé ellátott területeken – főként az Észak-Alföldön, a Dél-Alföldön és Észak-Magyarországon – a fürdőkre alapozott egészségügyi szolgáltatók megjelenését. A minősített gyógyvízzel rendelkező fürdők környezetében támogatni kell a szállásférőhelyek bővítését, ezen belül szükséges a középkeletű szálláshelyek bővítése is. A külföldi látogatók szempontjából alapvető az elérhetőség, ezért meghatározó a közlekedési infrastruktúra fejlesztése (autópályák, regionális repülőterek).

Mivel az egészségturizmus fokozottan munkaerő-igényes tevékenység, a fejlesztések önmagukban még nem oldják meg a – különösen a vidéki szolgáltatókat sújtó – problémát: az idegen nyelveket is beszélő szakemberek hiányát. Az egészségturizmus oktatási rendszerének felállításával és magának az oktatásnak a támogatásával és ösztönzésével biztosítható, hogy a szolgáltatásokat szakértő munkatársak nyújtsák. A fejlesztések, illetve a már meglévő szolgáltatók mennyisége miatt az ország több pontján is szükség van egészségturisztikai képzést nyújtó intézményekre, amelyek továbbképzések formájában, illetve felsőfokú és középfokú szinten egyaránt képesek javítani a szakember-ellátottságot.

⁴ A felmérésre elég későn, az egészségturizmussal kapcsolatos pályázatok elbírálása után (!) került sor.

Turisztikai termékfejlesztés módszerének rövid összefoglalása

A tanulmány a termékfejlesztés térbeli megjelenésére koncentrálnak, így elengedhetetlen, hogy röviden áttekintsük, milyen módszertan szerint is történik általában egy-egy turisztikai termék fejlesztése. A régiókra, kistérségekre adaptált termékfejlesztésnél a következő lépések tekinthetők elengedhetetlenül szükségesnek:

1/ Helyzelelemzés

- Kereslet-kínálat feltérképezése, kérdőíves vizsgálatokkal alátámasztva
- Várható trendek ismerete
- Távlati célok megfogalmazása

2/ Programok kidolgozása

- Konkrét, középtávú célok megfogalmazása
Területfejlesztési terv(ek)be való illeszkedés
Finanszírozás
Monitoring
Várható eredmények
- Intézménykorszerűsítés
- Fogyasztói érdekvédelem
- Környezetvédelem
- A turizmusban részt vevők felkészítése
- Projektmenedzsment
- Turizmus hatékonyságának növelése, térségmarketing
- Turisztikai szakmai képzés regionális rendszere
- Együttműködés fokozása

Konkrét eredmények a hazai egészségturizmusban⁵

A Széchenyi-terv keretében a TU-1, TU-2 és TU-21 és TU-23-as pályázatokban foglalt egészségturisztikai célú 67 projektre az elmúlt másfél évben összesen 29,3 milliárd Ft⁶ központi támogatást ítéltek meg. Egészségturizmus vagy kiemelt termék fejlesztése témában pályázni lehetett mind a kilenc turisztikai régióhoz, elviekben tehát az összes régió támogatta az egészségturizmust. Az alábbiakban a pályázati témákat tekintjük át.

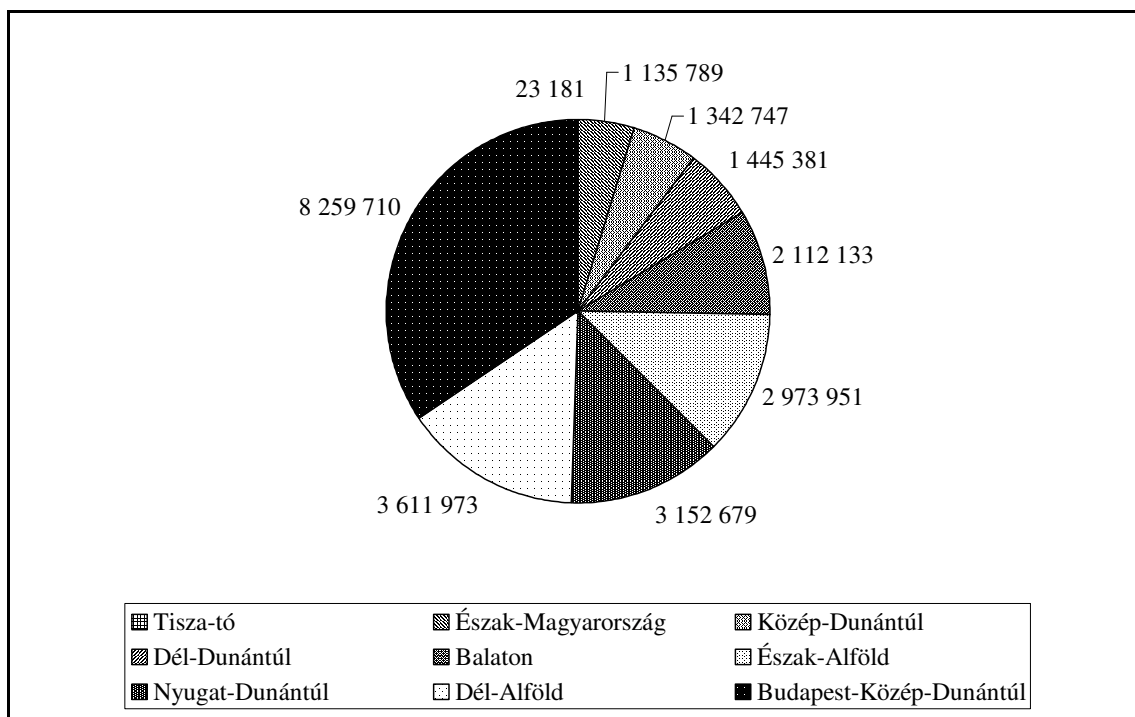
A Széchenyi-terv keretében támogatott gyógyfürdő fejlesztési projektek benyújtói döntően önkormányzati tulajdonban lévő gazdasági társaságok vagy önkormányzatok. Területfejlesztési szempontból kiemelhető, hogy a beruházások egyenlően oszlanak meg kelet (25)- és nyugat-Magyarország (16) között. Az ábrát látva azonban világosan kirajzolódik, hogy a Nyugat-Dunántúl (összes támogatás 35%-a), a Dél-Alföld (összes támogatás 15%-a), a Budapest-Közép-Dunavidék (összes támogatás 13%-a) és az Észak-Alföld (összes támogatás 12%-a) az állami finanszírozás kétharmadát szerezte meg.

⁵ Dr. Ruzinkó Á.: Az egészségturisztikai kínálat fejlesztése és a marketing összefüggése c. előadása alapján / SPA konferencia, Budapest.

⁶ A Széchenyi-terv turisztikai célú pályázatainak belül a gyógyturizmus „tarolt”: 2001-ben a források közel 70%-át szerezte meg.

Egészségturizmussal kapcsolatos központi pályázatok (Széchenyi-terv 2001-2002)⁷

2001	2002
A termálfürdők fejlesztése, illetve kialakítása, valamint a kapcsolódó infrastrukturális és környezeti fejlesztés (SZT-TU-1)	A termálfürdők fejlesztése, illetve kialakítása, valamint a hozzájuk kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése (SZT-2002-TU-1)
A termálfürdőkhez kapcsolódó szálláskapacitás fejlesztése (SZT-TU-2)	Az egészségturisztikai központokhoz kapcsolódó szálláskapacitás fejlesztése (SZT-2002-TU-2)
Az egészségturisztikai oktatás (SZT-TU-19)	A turisztikai oktatás (SZT-2002-TU-19)
-	A kistérségi jelentőségű termálvízi strandfürdők fejlesztése (SZT-2002-TU-21)
-	Egészségturisztikai központok, valamint a hozzájuk kapcsolódó infrastruktúra fejlesztésének támogatása (SZT-2002-TU-23)



2. ábra. Gyógyfürdő-fejlesztések a hazai turisztikai régiókban 2001-2002-ben (ezer Ft) (forrás: Gazdasági Minisztérium)

Az elbírált pályázatok beruházási értékét vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a fürdőfejlesztés-fürdőbővítés hatalmas anyagi ráfordítással járt; 32 beruházás értéke 500 millió forint feletti, míg 16 beruházásé ezen érték alatt maradt.

⁷ www.gm.hu

Oktatás, képzés⁸

Az oktatás még nincs kellően felkészülve az egészségturizmus nagyobb arányú szakember-igényére, bár több intézmény meghirdette képzési formáit. Egészségturizmus specializációval elsősorban az idegenforgalmi főiskolák foglalkoznak, a képzési kínálatból hiányzik a területfejlesztésben, közigazgatásban, önkormányzatoknál dolgozók számára összeállított ajánlat. Az egészségturizmusra szakosodott oktatási intézmények elhelyezkedése csak részben követi a jelenlegi gyógyfürdők és wellness-szállodák földrajzi megjelenését. Speciális szakemberek képzésére nagy szükség volna – Budapesten kívül - a Nyugat-Dunántúl, a Balaton és az Észak-Alföld turisztikai régióban. A megítélt támogatások földrajzi eloszlása ettől eltérő:

3. táblázat

Egészségoktatás témában megítélt pályázati támogatások 2001-ben Forrás: Gazdasági Minisztérium

Turisztikai régió	Összeg, Ft
Dél-Alföld	10 345 500
Budapest	6 610 100
Dél-Dunántúl	2 500 000

Az egészségturisztikai oktatás fejlesztése, mint konkrét cél 2002-ben elvesztette prioritását, pedig hozzáértő szakemberek híján kérdéses az anyagi ráfordítás hatékonysága. Megoldást jelenthet az egyes szolgáltatók – gyógyfürdők és szállodák – saját épületen belüli humánerőforrás-fejlesztése, ám a tapasztalatok alapján a beruházást illetve felújítást bonyolítóknak erre a célra már kevés energiája és pénze marad.

A hazai oktatás e szegmenség áttekintve beszámolhatunk biztató kezdeményezésekről. Wellness képzés témában elsőként a Semmelweis Egyetem Testnevelési és Sporttudományi Kara (Budapest) és az International Wellness Institute által közösen működtetett Fitness-Wellness Oktatási központ dolgozta ki programját. A Központban wellness-tanácsadó, wellness-menedzser, kurzusokat hirdettek, valamint szaknyelvi továbbképzéseket tartanak. E tanfolyamok államilag elismert, az Országos Képzési Jegyzékben szereplő képesítést adnak.

A Kodolányi János Főiskola (Székesfehérvár – Közép-Dunántúl) a Melissa Szabadegyetemmel közösen indított wellnessképzést, amely tematikájában, felépítésében követi a Magyar Wellness Társaság szakmai szempontjait. A képzés során a hallgatók a wellness alapismereteken túl különféle modulokat sajátíthatnak el (wellnessmasszázsok, alternatív mozgásterápia, alternatív fizioterápia, reflexológia, stb.), így az érdeklődési területnek és az adott szálloda/gyógyfürdő igényeinek megfelelő, speciális területeken is otthonosan mozgó szakemberek kerülnek ki.

A Heller Farkas Főiskola (Budapest) az idegenforgalmi szakon belül hirdette meg a wellness- és egészségturizmus specializációt. A nemzetközi trendek, illetve a fővárosi kereslet egyértelműen indokolták az oktatás ezirányú fejlesztését.

Új kezdeményezésnek számít a szolgáltatói oldal bekapcsolódása a képzésbe. A röjtökmuzsaji Szidónia Kastélyszálloda (Röjtökmuzsaj, Nyugat-Dunántúl) idén szeptembertől indította el intenzív és gyakorlatorientált, felsőfokú vendéglátó és idegenforgalmi képzését. Az itt végzettek kastély- illetve wellness-szállodában menedzseri munkakörök betöltésére lesznek alkalmasak.

⁸ Turizmus Panoráma, 2002 október 24, Wellness melléklet: Lépéshátrányban az oktatás.

Az egészségturizmus termék fejlesztésének térbeli szintjei és a hozzájuk rendelhető feladatok

Az egészségturizmus fejlesztésének nemcsak témakörökben (gyógyfürdők, szálláshely, oktatás, infrastruktúra), de térbeli szintekben (helyi szolgáltató/település/kistérség/régió) is eltérő feladatai vannak. Az alábbiakban ezeket tekintjük át:

4. táblázat

SZINT	FELADAT
Vállalat/ szolgáltató	Gyógyfürdők, szállodák komplex szolgáltatásainak kialakítása, fejlesztése. Fürdőközpont építése (mediterrán fürdő, gyermekparadicsom, gyógyászat, rekreációs szolgáltatások, stb.), fürdő korszerűsítés, termálhotel bővítése. Szálláshelyek bővítése. Humán erőforrás fejlesztése, saját munkaerő továbbképzése. Vállalati marketing. Kiemelt környezetvédelem, a gyógyvíz-források védelme.
Település	Alapinfrastruktúra kialakítása és a közlekedési lehetőségek (megközelíthetőség) megteremtése. Szolgáltatók letelepedésének ösztönzése, működésük támogatása (turisztikai alap létrehozása, turisztikai bizottság működtetése, rendezvények támogatása, Tourinform iroda működtetése)
Kistérség	Turizmus területi koncentrációjának csökkentése. Összehangolt pályázatok és marketingtevékenység. Programok, rendezvények koordinációja. A felszíni és felszín alatti vizek védelme.
Régió	Finanszírozás segítése pályázati kiírásokkal – EU-s pályázatok írására való felkészítés Marketingtevékenység – kampányévhez való csatlakozással Kutatás: geológiai, hidrológiai; vízbázis nagyságának felmérése. Oktatás, képzés, felnőttképzés elősegítése (nyelvi és szakmai)

Negatívum, hogy mind a pályázati kiírások, mind pedig a közgondolkodás megállt a szolgáltatók vagy a települések szintjén. A gyógyturizmusban leginkább érintett turisztikai régiók – szinte teljesen egységesen – csak általános témákat fogalmaztak meg. Az idegenforgalom eddigi történetében páratlanul nevezhető gyógyfürdő- és hozzá kapcsolható szálláshely-fejlesztés mellett például már nem támogatták a gyógyturizmus fundamentumát, a felszíni és felszín alatti vizek védelmét.

Már most egyértelmű, hogy stabil belföldi kereslet híján nem lesznek rentábilisak a felújított fürdők. Ahhoz viszont, hogy a belföldi turizmus megélénküljön nemcsak a diszkrecionális jövedelmek növekedésére, de nagyfokú motivációra is szükség van. Az érdeklődés felkeltésének feltétele a tájékoztatás, az egészséggel és szabadidővel kapcsolatos attitűdök változása, mely cél nem érhető el éves terminusban gondolkodó marketing felhívásokkal és akciókkal. Megkérdőjelezhető az országos és regionális marketing tevékenység finanszírozása és időzítése is; a külföld felé mindenképpen megkésettnek nevezhető. Az Európai Unióhoz való csatlakozás küszöbén nem elhanyagolható kérdés, hogy a szakmában dolgozók felkészítése – mind a gyógyturizmusban elvárt standardokat illetően, mind pedig a pályázatokon való részvétel szempontjából – hogyan zajlik, illetőleg erre lesz-e hajlandóság a területfejlesztés bármely szintjén.

Összefoglalás

A Gazdasági Minisztérium kezdeményezése az elmúlt két évben nagy összegeket mozgatott meg mind települési, mind pedig szolgáltatói szinten. A gyógyfürdőfejlesztések, egészség-és wellness-központok kialakítása, valamint a szálláshely-fejlesztések szükségesek voltak a piaci versenytársakhoz való felzárkózás érdekében. Magyarország egyik kiemelt turisztikai terméke, az egészségturizmus lendületet kapott. A létesítményfejlesztést azonban követnie kell

- A termálvíz/gyógyvíz védelmében tett beruházásoknak,
- a kistérségi és regionális szintű infrastruktúra fejlesztésnek (utak, repterek, közművek),
- az egészségturizmusban dolgozók továbbképzésének,
- a belföldi lakosság tájékoztatásának, egyfajta tudatformálásnak,
- az együttes (település és kistérség/régió) marketingmunka megszervezésének,
- és a kiegészítő termékek (rendezvények, konferenciák, ökoturizmus) – más néven a kínálat – bővítésének.

A feladatok elvégzésével az egészségturizmus ténylegesen hozzájárul a legfőbb célhoz: a területfejlesztéshez, azon belül pedig kiemelten a térségek bevételének növeléséhez és a munkahely-teremtéshez.

IRODALOM

- Dr. Behringer Zs.:** Egészségturisztikai trendek a világban – SPA Konferencia kötete, Budapest.
- Michalkó G.** 2001: A földrajzi típusalkotás és rangsorolás idegenforgalmi megközelítése. – Földrajzi Közlemények, 3-4.
- Dr. Puczkó L.:** Egészségturisztikai kutatás eredményei. – SPA Konferencia kötete, Budapest.
- Piskóti I.-Dankó L.-Schupler H.-Büdy L.** 1997: Régió és településmarketing. – Miskolc.
- Rechnitzer, J.** 1998: Területi stratégiák. – Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs.
- Dr. Ruszinkó Á.:** Az egészségturisztikai kínálat fejlesztése és a marketing összefüggése. – SPA Konferencia kötete, Budapest.

ⁱ A magyar jog szerint termálvíznek azt a természetben előforduló vizet nevezzük, amelynek hőmérséklete 30 C°-nál magasabb. Ásványvíz az a természetben előforduló víz, amelynek 1 literében 1000 mg-nál több oldott ásványi anyag van, vagy bizonyos biológiailag aktív anyagok egy meghatározott küszöbértéket meghaladó mennyiségben fordulnak elő benne.

A gyógyvíz olyan ásványvíz, amelynek orvosi kísérletekkel bizonyított gyógyhatása van. A gyógyvíz elnevezés engedélyezéséhez - mely az Egészségügyi Minisztérium joga - gyakran többéves vizsgálatokra és úgynevezett kettős-vak kísérletek elvégzésére van szükség.