

Clustererele, suport pentru competitivitatea destinațiilor turistice și a comunităților

Noiembrie 2016



1.

Clusterul Sănătate România





Sănătate

CLUSTERUL
MEDICAL

România

Clusterul Sanatate Romania

Reunește actori din sector (unități medicale și turistice reprezentative, autorități publice, furnizori de servicii medicale, alte organizații) dar și specialiști recunoscuți din domeniul medical, unități de cercetare etc.





Obiectiv

Afirmarea pe piata interna si
externa



Strategie intersectorială

Dă posibilitatea conceperii unei strategii intersectoriale pentru dezvoltare, la care să participe autorități publice, comunități locale, mediul academic și cel privat, antreprenorial.



Recunoaștere



În 2016, Clusterului Medical Sănătate România i-a fost acordat calificativul „Bronz”, pentru Excelența Managementului Clusterului. de către Secretariatul European pentru Analiza Clusterelor (ESCA).



Puncte forte



1/

Lipsa reputației negative pe piața europeană, situație cu care se confruntă numeroase state din Europa de Est, este considerat un avantaj major în cadrul României.



2/

Existența unor domenii competitive recunoscute la nivel internațional (stomatologie, chirurgie estetică, oftalmologie, balneologie, geriatrie și gerontologie) și a unor specialiști de renume.



3/

Dezvoltarea investițiilor private și existența unor branduri recunoscute la nivel internațional care pot fi folosite ca fundamente ale strategiei de promovare (ex. Ana Aslan).



4/

Existența în țara noastră a unor factori climatici și balnari unici în Europa care au dus la o bună tradiție a stațiunilor balneoturistice.



5/

Competitivitatea costurilor împreună cu
calitatea serviciilor medicale de nișă.



6/

Progresele pentru existența unui sistem de management al calității în domeniu și a unei strategii de acreditare și recunoaștere a serviciilor medicale aliniate la cerințele internaționale (ANMCS).



7/

Progresele pentru existența unui sistem de management al calității în domeniu și a unei strategii de acreditare și recunoaștere a serviciilor medicale aliniate la cerințele internaționale (ANMCS).



8/

Implicarea Autorității Naționale de Turism în promovarea și marketingului specific „România-destinație pentru turismul de sănătate”.

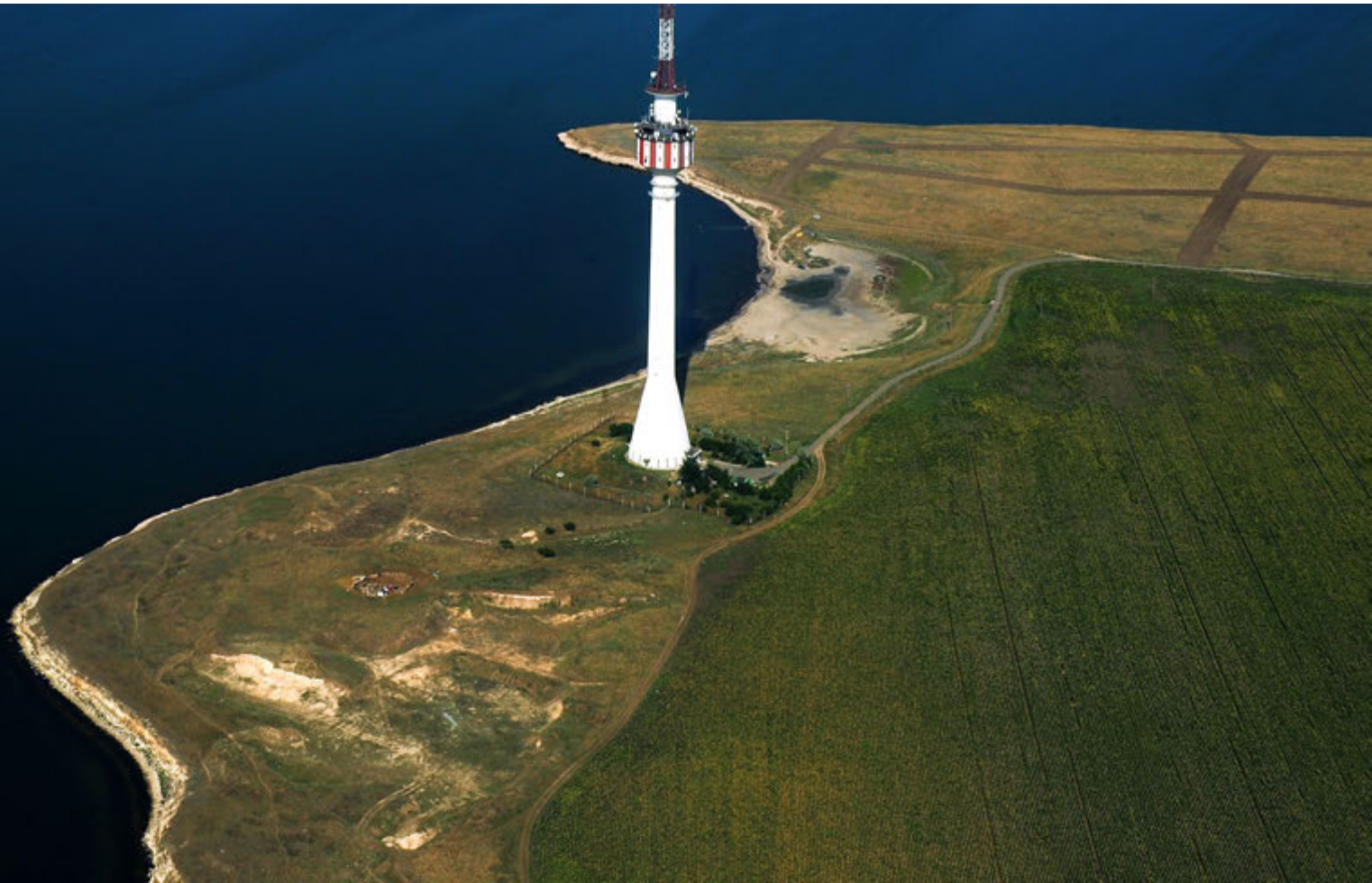


9/

Efectele Directivei 2001/24 UE privind asistența medicală transfrontalieră. Până în prezent efectele sunt în defavoarea României, sumele – din surse publice sau private – care pleacă din România fiind considerabile, iar la aceste sume se adaugă exodul specialiștilor.



Planuri imediate



1/

Recunoașterea și sprijinirea turismului de sănătate ca sector dinamic și competitiv prin intermediul unor programe active de promovare în țară și în străinătate.



2/

Am identificat domeniile competitive, sprijinite pe investițiile importante și calitatea profesioniștilor, care ar putea fi valorificate în strategia de construire a credibilității destinației de turism de sănătate din România.



3/

Dezvoltarea dialogului european și internațional, difuzarea bunelor practici și a rezultatelor performante. În continuare ne vom concentra pe prezența concretă în circuitul profesional-științific precum și în cel de marketing și promovare.



4/

Dezvoltare de pachete complexe ce integrează, pe lângă tratament și reabilitare, și serviciile auxiliare necesare actului de turism medical (transport, cazare, programe turistice opționale etc).



5/

Fondurile europene oferă multe oportunități în domeniul sănătății și balneologiei.



Configurarea și consolidarea identității: turismul de sănătate în România

Programe, produse, servicii pentru piața internă și externă

Activități de cercetare, dezvoltare, inovare

Marketingul clusterului

Colaborare internă

Internaționalizare

Consolidare/ extindere rețea

Educație și formare

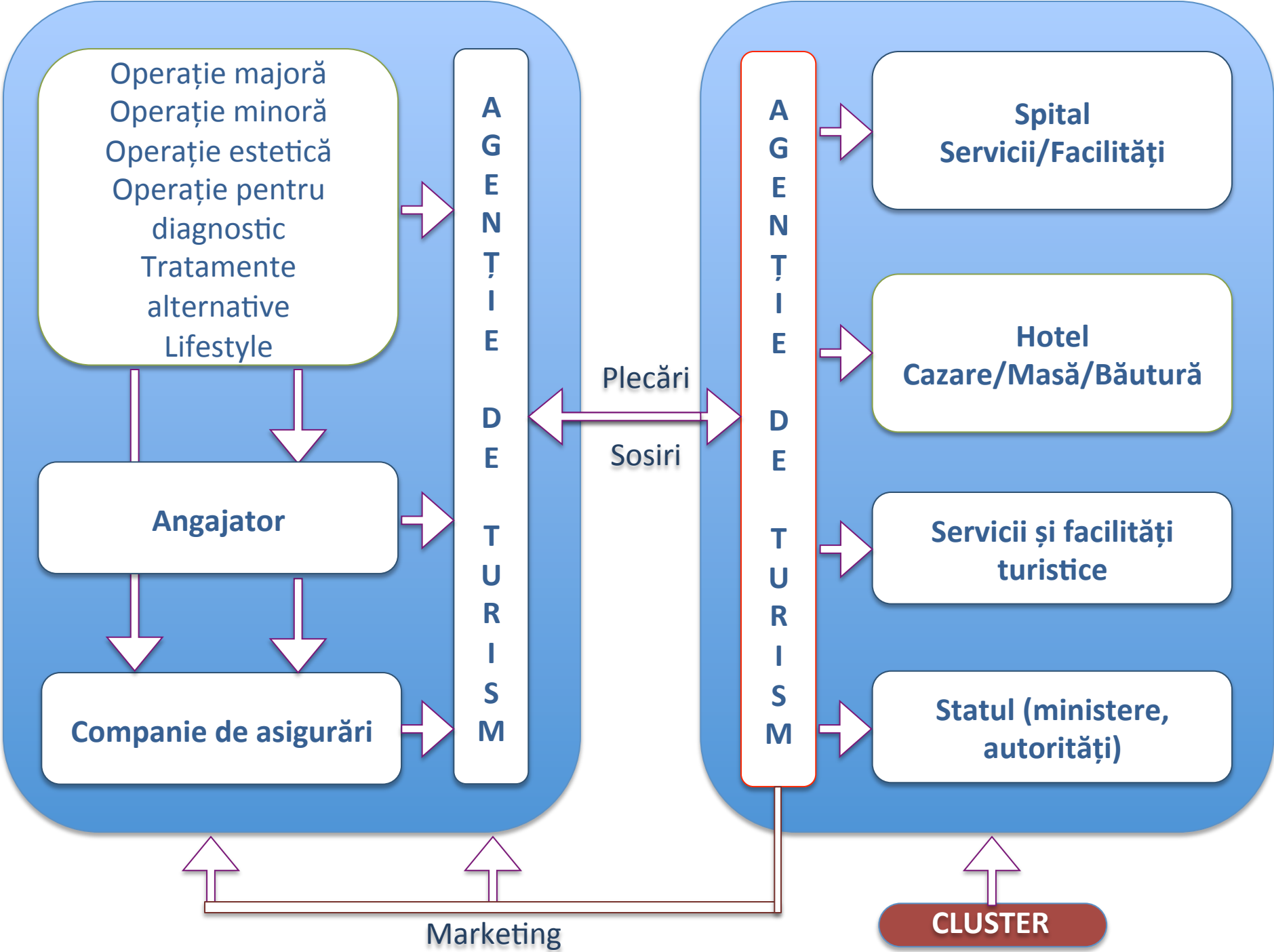
Surse de finanțare



2.

Destinația turistică de sănătate





Destinația turistică primează

Logica clientului este de a alege o țară, o localitate și apoi urmează restul un hotel, o pensiune, o pensiune completă etc.



Ce contează



Factori semnificativi

Cercetările au identificat câțiva factori semnificativi pentru atractivitatea destinației în turismul de sănătate, care determină opțiunea pacientului/ turistului.



1/

Proximitatea sau cât de ușor ajunge turistul la destinație: timpul de călătorie, comoditatea, acces la aeroport, drumuri, cale ferată bariere birocratice (vize, formalități, etc).



2/

Compatibilitatea culturală: limba, religia, obiceiurile și practicile, gastronomia (calitatea bucătăriei locale dar și posibilitățile de gătit ale turiștilor).



3/

Imaginea destinației – ceea ce oamenii știu sau cred că știu. Destinațiile trebuie să accepte ceea ce sunt și să se sprijine pe punctele lor forte. Mitul locului, percepția reală sau imaginară contează și sunt greu de schimbat.



4/

Starea mediului și a ambientului: clima, atracțiile turistice naturale și antropice, facilitățile de tot felul.



5/

Riscurile și avantajele medicale; garanția reușitei unui tratament (sub o formă sau alta) poate face diferența.

6/

Prețul complet: costul tratamentului, cheltuielile de deplasare și de ședere, costurile cu asigurările (medicală, de călătorie și pentru intervenții medicale).



Turismul de sănătate tinde spre familiar: am fost acolo în vacanță, astfel încât pot merge și la tratament. Pe de altă parte, în ceea ce privește turismul de sănătate, oamenii vor merge tot mai mult în țările din jur sau chiar în propria țară.



Întrebări/ răspunsuri

fundatia-amfiteatru.ro

sanatateromania.ro

aurelborsan.ro

