

**TISZTELETKÖTET
DR. GÁL ANDRÁS GEOGRÁFUS
60. SZÜLETÉSNAPJÁRA**

Szerkesztette:

Dr. Kókai Sándor – Dr. Boros László

Nyíregyháza-Szerencs,
2015.

Tiszteletkötet
Dr. Gál András geográfus 60. születésnapjára

**Kiadó: a szerencsi Bocskai István Katolikus Gimnázium és a
Nyíregyházi Főiskola Turizmus- és Földrajztudományi Intézete**

Felelős kiadó:
Dr. habil Kókai Sándor egyetemi magántanár, intézetigazgató

Műszaki szerkesztő:
Tóth Zoltán intézeti informatikus

ISBN 978-615-5097-99-7

Készítette: Kapitális Nyomdaipari és Kereskedelmi Kft.
Felelős vezető: Ifj. Kapusi József ügyvezető igazgató

SZÖRTÚRA: AZ EGÉSZSÉG- ÉS A TURIZMUSIPAR BIZARR SZIMBIÓZISA TÖRÖKORSZÁGBAN¹

Mányai Bernadett – Dr. Michalkó Gábor

Bevezetés

A Google-t, a világ legnépszerűbb internetes keresőjét alkalmazva kevés olyan, értelmes magyar szóval találkozhatunk, amelyre semmilyen találatot sem kapunk. A szörtúra közöttük van². Természetesen, ha nincs szörtúra, akkor nincs szörturizmus és szörturista sem a kereső kínálta szavak között, mintha nem létező jelenség után kutakodnánk. Pedig a valóság szöges ellentétben áll a Google tükrözte információval. A világ egészségturizmusának van egy természetétől fogva bizarr szegmense, ez pedig a hajtat, szemöldököt, bajuszt, szakállat és minden egyéb helyen ritka vagy hiányzó testszőrzetet sebészeti eljárással pótló, úgynevezett orvosi turisztikai (medical tourism) kínálat (CONNELL 2006). Aki tehát dúsabb hajra, erősebb szemöldökre vagy éppen tömöttebb bajuszra vágyik, útra kelhet és igénybe veheti a törökországi magánklinikák plasztikai sebészeinek, bőrgyógyászainak szolgáltatásait (ALTIN et al. 2012). Törökország, amelynek turisztikai kereslete alapvetően a tengerparti üdülőhelyeken realizálódik, az isztambuli bazárba irányuló börturisták után most a szörturisták Mekkájává kíván válni, amely címre az egykori főváros igen jó eséllyel pályázik (Steering Committee of the Istanbul Summit 2008). Az Európát Ázsiától elválasztó Boszporusz-szoros két partján fekvő Isztambulban gombamód szaporodnak a hiányos szőrzetű páciensek panaszait orvosoló egészségügyi intézmények, amelyek szolgáltatásai a turizmusiparral szimbiózisban kerülnek meghirdetésre (ALTIN et al. 2012). A potenciális szörturisták a párnapos kezelést összeköthetik akár egy kiadós városnézéssel, akár egy családi nyaralással, így a jó megközelíthetőség, az igen kedvező ár/érték aránnyal elegyített magas színvonalú ellátás abszolúte versenyképesé teszi az egészségturizmus keretei között kínált terméket.

¹ A tanulmány Mányai Bernadett (Kodolányi János Főiskola) *Bajuszturizmus – egy új szegmens Törökország egészségturizmusában* című szakdolgozata (témavezető: Michalkó Gábor) eredményeinek felhasználásával készült. A munkával Gál András a szerencsi Bocskai István Katolikus Gimnázium igazgatóját 60. születésnapja alkalmából köszöntjük. Tekintettel arra, hogy az ünnepelt – fizimiskája alapján – nem sorolható a tárgyalt szörturák potenciális résztvevői közé, ezért tanulmányunk elkészítését kevésbé a termék promotálásának szándéka, sokkal inkább reménybeli olvasónk látókörbővülésének elősegítése vezérelte.

² A keresésre 2015. január 25-én került sor.

Tanulmányunkban a Törökországba irányuló szőrturizmust, vagyis a török orvosi turizmus egyik speciális szegmensének legfontosabb sajátosságait mutatjuk be. Többek között arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen tényezők együttes hatása eredményezte a szőrzet beültetést végző sebészet törökországi meghonosodását és ez a különleges egészségügyi kínálat miként valósítja meg sikeres szimbiózisát a turizmussal. A munka alapját a szakirodalom feldolgozása, a török Egészségügyi Minisztérium adatainak és dokumentumainak értékelése, a személyes terepbejárás, interjúzás, valamint az érintett klinikák honlapjainak tartalomelemzése jelentette.

Az egészségturizmus nemzetközi trendjei

A testi-lelki egészség megőrzése vagy helyreállítása évezredek óta az utazások motivációjául szolgál (SMITH–PUCZKÓ 2010). A turizmusipar kibontakozásának hajnalán a természetes gyógytényezők elérésének és igénybevételének biztosítása fontos szerepet játszott a turisztikai infra- és szuprastruktúra kiépítésében (MICHALKÓ 2012). Az orvos által nyújtott kezelések hosszú ideje a természet kínálta gyógyturisztikai attrakciók kiegészítő elemeit képezik (SZIVA 2010, MICHALKÓ–RÁTZ 2011). Napjaink egészségturizmusában az orvosi szaktudás önálló életre kelt, a legkülönbözőbb területek képviselői hirdetik szolgáltatásaikat a távol élő potenciális pácienseik számára (LUNT–Carrera 2010). Többek között a személyek államhatárokon és kontinenseken ÁTÍVELŐ szabad(abb) áramlásának, a közlekedési eszközök és hálózatok rohamos fejlődésének, az információ szinte korlátlan elérésének köszönhetően a szemünk előtt vagy a saját részvételünkkel zajlik a turizmus- és az egészségipar globális összekapcsolódása (CARRERA–BRIDGES 2006, CONNELL 2013)

Amíg korábban a páciensek jellemzően a fejlődő országokból utaztak a csúcstechnológiával rendelkező fejlett országokba orvosi kezelés céljából, addig napjainkban ez a tendencia megfordulni látszik (CONNELL 2006). A fejlett országok állampolgárai a saját lakókörnyezetükben elérhető egészségügyi kínálat helyett gyakran a felzárkózó régiókba utazva vásárolnak egészségügyi szolgáltatásokat (RÁTZ 2001). Ebben push-faktorként szerepe van az otthoni orvosi kezelések magas költségeinek, a hosszú várólistáknak, vagy éppen az egészségbiztosítás hiányának, pull-faktorként játszanak közre a profi műszerezettséggel rendelkező modern kórházak és a jól képzett szakemberek. Ugyancsak ezt a trendet erősítik a diszkont légitársaságok üzletpolitikájának köszönhetően csökkenő útiköltségek (ALDERIGHI et al. 2012) és az internet kínálta új marketingkommunikációs lehetőségek (KOZMA 2006, KAVOURA–STAVRIANEA 2014).

A tárgyalt témakör szempontjából az egészségturizmus nemzetközi trendjei között kell megemlíteni a kozmetikai sebészeti eljárások iránti kereslet növekedését (BIES–ZACHARIA 2007). Ezt a legújabb technológiák nyújtotta biztonság, fájdalommentesség és a beavatkozás utáni gyors felépülés ígérete is

generálja. Az értékesítést szolgáló olyan új vállalkozások bukkannak fel a piacon, amelyek egyfajta közvetítő szerepet töltenek be a nemzetközi páciensek és az egészségügyi intézmények között (MINTEL 2013).

Új irányvonal Törökország egészségutizmusában

Törökország egészségutizmususa alapvetően az iszlám tanításában gyökerezik (GLASENAPP 1987). Az iszlám világban hagyományosan magas színvonalú volt az orvostudomány és a betegellátás (KÉRI 2000). A muszlimok már a középkorban is nagy figyelmet fordítottak egészségük megőrzésére, betegség esetén pedig a gyors és maradandó gyógyulásra (KÉRI 2001). Jól felszerelt és kiválóan szervezett „kórházaikban”, magas szinten képzett orvosok dolgoztak, akik mindent megtettek a betegekért (KÉRI 2002). Az iszlám szerint az embereknek kötelességük gondoskodni az Allah által teremtett világról, amelynek saját testük is részét képezi. Részben ebből a hagyományból táplálkozik Törökország modern, nemzetközileg versenyképes egészségutizmususa.

A törökországi egészségügyi reformmal (Health Transformation Program) párhuzamosan az orvosi turizmus ugrásszerű fejlődésnek indult³. Első lépésként a Török Egészségügyi Minisztériumon (Republic of Turkey Ministry of Health) belül létrehozták az Általános Egészségügyi Szolgáltatások Igazgatóságát (Directorate General of Health Services), illetve az ennek alárendelt Egészségutizmus Főosztályt (Department of Health Tourism). A nemzetközi páciensek nyomán követése érdekében elindítottak egy web-alapú regisztrációs rendszert (Foreign Patient Tracking System) is, amelybe az összes kórház köteles adatokat szolgáltatni. A reform eredményeként az ágazat az utóbbi években gyorsan fejlődött, és sorra nyíltak a csúcstechnológiával rendelkező egészségügyi intézmények. Közülük közel ötvennek van nemzetközi (JCI) akkreditációja. A legtöbb kórházban a magas színvonalon nyújtott szolgáltatások mellé, jól képzett személyzet társul. A török kórházakban 2012-ban 262 ezer külföldi pácienszt kezeltek, akiket összefoglaló néven nemzetközi pácienseknek (International Patients) neveznek (Republic of Turkey Ministry of Health 2013:8). Ebbe a fogalomkörbe tartoznak a török és a külföldi kormányok közötti kétoldalú megállapodások (Bilateral Agreement: 544 fő), illetve a török és külföldi társadalombiztosítási intézmények közötti egyezmények (Social Security Institution: 21 530 fő) keretén belül érkező páciensek, továbbá akik sürgősségi vagy nem előretervezett egészségügyi ellátásra szorulnak (Tourist Health: 70 463 fő) és az úgynevezett orvosi turisták (Medical Tourism: 169 462 fő). Omay és Cengiz (2013) úgy ítéli meg, hogy Törökország versenyképes egészségutiztikai desztináció, amely alapvetően a szolgáltatások kiváló ár-érték arányán alapul,

³ <http://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar/TurkeySPDEng.pdf>

továbbá a várólista-mentesség és a török vízum beszerzésének megkönnyítése is közrejátszik a nemzetközi piaci pozíciójának erősödésében.

2012-ben az úgynevezett nemzetközi páciensek többsége (43 259 fő) Németországból érkezett Törökországba, amelynek hátterében az ott élő 4,5 millió török emigráns áll, akik az anyaországba történő haza látogatásuk során előszeretettel veszik igénybe a németországinál lényegesen olcsóbb egészségügyi szolgáltatásokat. A Líbiából érkezett páciensek (38 898 fő) magas száma azzal magyarázható, hogy a líbiai polgárháború kitörése idején – Törökország és Líbia közötti szoros kapcsolatnak köszönhetően – jelentős számú sérült líbiai állampolgárt kezeltek Törökországban ingyenesen. A polgárháború után az új líbiai kormány vállalta, hogy onnantól kezdve fedezi a Törökországba küldött líbiai páciensek költségeit. Az orosz állampolgárok (27 604 fő) is vezető pozíciót töltenek be a törökországi egészségügyi szolgáltatások igénybe vevői között, amely tény az általuk nagyon kedvelt és tömegesen látogatott török nyaralóhelyeken bekövetkező balesetek indokolják.

A külföldi turisták nagy része magánkézben lévő kórházak szolgáltatásait veszi igénybe (a privát szektor kínálja az egészségügyhez kötődő turizmus keretében nyújtott szolgáltatások 83 %-át). A Török Egészségügyi Minisztérium sokat tesz azért, hogy a szükséges infrastruktúra és a jogi szabályozások megfelelőek legyenek az ágazat számára, ennek érdekében rendszeresen ellenőrzi a külföldi pácienseknek nyújtott szolgáltatások minőségét. A minisztérium által közzétett adatokból kiderül, hogy kifejezetten az orvosi turizmus keretein belül érkező turisták többségét Isztambulban (61 309 fő), Antalyában (52 147 fő) és Ankarában (17 357 fő) fogadták az érintett intézmények.

Annak ellenére, hogy Törökország az elmúlt évtizedben a dúsabb hajkoronára vágyó egészségutisták zarándokhelyévé vált, egyre nagyobb népszerűségnek örvend az arcszörzet beültetés is. A szőrösödni vágyó férfiak rohamát az indokolja, hogy híres, bajszos török sorozatszárókra, vagy nagytekintélyű közel-keleti politikusokra akarnak hasonlítani. Az arcszörzet transzplantáció egy olyan eljárás mely a szakáll, a pajesz, vagy a bajusz helyreállítását szolgálja, a már meglévő szörzetet dúsítja, illetve új szörzetet teremt. A transzplantáció során az úgynevezett FUE⁴ technikát használják, melynek lényege, hogy a páciensek hajából ültetik át a növekedésben lévő hajszálakat az adott területre. Az eljárás során – a kívánt sűrűségtől és a terület nagyságától függően – 200–2000 graftot ültetnek be. A beültetett haj először kihullik, majd kb. három hónap után elkezdi visszanőni és ezután már egy életen át tovább növekszik. A hölgyek körében a szemöldök- és szempilla-transzplantációk a közkedveltek. Ezek elsősorban azoknak a női pácienseknek nyújtanak megoldást, akiknek a szemöldökük kihullott, vagy a sok szedéstől

⁴ Follicular Unit Extraction

túlságosan elvékonyodott, genetikailag deformálódott, vagy pedig műtéti és egyéb hegeket szeretnének álcázni vele.

Adalékok a szórturizmus kulturantropológiai hátteréhez

Meskó (2007, 2010) szerint a haj különböző életszakaszokon átívelő szimbolikája és a hajviseletek kulturális tradíciói azt mutatják, hogy az emberiség történetében mindig is fontos szerep jutott a frizurának. Baktay-Korsós (2001) az evolúciós pszichológia felől közelítve a témát úgy fogalmaz, hogy a haj jelzi tulajdonosa aktivitását, egészségességét, termékenységét. Az egészséges haj magas szaporodási képességet mutat, ezzel jelezve környezetének tulajdonosa evolúciós értékét. Meskó (2010) megfigyelései szerint a hajnak olyan erős hatása van az egyén fizikai megjelenésére, vonzerejének megtévesztésére, hogy amikor találkozunk valakivel, a haj az egyik legfontosabb jellegzetessége, amit megjegyzünk róla.

Míg a hajnak a mai napig szinte minden kultúrában jelentős szerep jut, addig az arcszőrzzettel már más a helyzet. Amíg a nyugati ember leginkább szabadulni igyekszik az általa feleslegesnek vélt szőrzettől, addig a közel-keleti férfiaknál éppen az arcszőrzzet hiánya a nemkívánatos jelenség (DELANEY 1994). Az arab világban a vaskos, sűrű bajusz még mindig a férfiaság, az erő, és a korral együtt járó bölcsesség szimbóluma (HOSSEIN 2006). A közel-keleti gondolkodásmód szerint a bajusz viselésétől lesz igazán karizmatikus egy férfi, tradicionálisan az arcszőrzzet jelzi az egyén társadalomban betöltött státuszát, a magas társadalmi rang és egyben a személyes becsület jelképe, olyannyira, hogy akár ígérek biztosítékaként vagy hitelek fedezeteként is szolgálhat (SALAMANDRA 1998).

Abban mind a keresztény, mind a muszlim hittudósok egyetértenek, hogy a szőrös arc az Isten által a férfiemberre ruházott férfiaság szimbóluma, mellyel megkülönbözteti a férfiakat a nőktől (NIDITCH 2008). A Korán, ugyan nem kötelezően, de javasolja a férfiaknak a SZAKÁLL viselését, azzal a feltétellel, hogy annak mindig tisztának és ápoltnak kell lennie. Mivel Mohamed és közvetlen követői is mind szakállt viseltek, ezért egyes muszlim teológusok szerint a borotválkozás *haraam*, azaz tiltott cselekedet, más vélemények szerint viszont, mindössze *makruh*, vagyis csak nemkívánatos tett, mivel a Koránban nincsen utalás arra, hogy Mohamed kifejezetten tiltaná az arcszőrzzet eltávolítását⁵.

Törökországban az arcszőrzzetnek nem csupán társadalmi jelentősége van (BARBER 2001), hanem annak formája viselőjének politikai, vallási hovatarozását is jelzi (DELANEY 1994). Fliche (2000) azt fejtegeti, hogy a különféle szakáll- és bajuszviseleteknek nem csak esztétikai szempontból van jelentősége, hanem világosan jelzi viselője politikai meggyőződését is. A szakáll fundamentalista muszlim csoportokhoz való tartozást is jelenthet, ezért a

⁵ <http://wellislam.org/shaving-beard-is-haraam>

vallási elkötelezettséget és az ezzel járó tekintélyt jelképezi. Míg a Közel-Kelet egyes részein például egy simára borotvált arc a Nyugattal való azonosulást, a nyugati értékek elfogadását jelenti, addig más területeken egyenesen a bűnös ember jelképe, mivel az arab világban a bajusz leborotválása bevett büntetési módszernek számít. A bajusz olyannyira központi szerepet tölt be a közel-keleti férfiak életében, hogy konfliktusok esetén nem is magát az ellenfelet, hanem az ellenfél bajszát szidalmazzák.

Bár egyes kutatók szerint a dús hajzattal rendelkező férfiakat csinosabbnak, okosabbnak, aktívabbnak és erősebbnek látják az emberek, mint a kopaszokat, ugyanakkor egy tar koponya lehet akár az érettség, a dominancia és férfiasság szimbóluma is. Mivel a kopasz férfiak nagyrészt idősebbnek látszanak koruknál, így – a bajuszt viselő férfiakhoz hasonlóan – intelligensebbnek, bölcsőbbnek tűnhetnek a környezetük számára (MESKÓ 2007, 2010). Tehát a bajuszhoz hasonlóan, a kopasz fejbőr is lehet a férfiasság, és az idősebb kor adta élettapasztalattal járó bölcsesség szimbóluma. Az idősek tisztelete a muszlim társadalmakban igen erősen jelen van. Ahogy egy öszülő halánték, úgy egy kopaszodó haj is tiszteletet válthat ki az emberekből. De a nyugati társadalmakhoz hasonlóan a Közel-Keleten is egyre inkább jellemző trend, hogy nem akarnak az emberek megöregedni, de semmi esetre sem szeretnének öregnek látszani (ILLÉS 2008). Mivel a kopaszság együtt járhat például a vonzerő vagy az önérvényesítés csökkenésével (MESKÓ 2007), így a fiatalabb férfiak megelégszenek azzal, hogy csak a bajusz adja a külvilág tudtára bölcsességüket, hajkoronájuk elvesztését személyes tragédiának élik meg és igyekeznek mielőbbi annak természetes pótlásáról gondoskodni.

A törökországi szőrturizmus kereslete

Az orvosi beavatkozás céljából Törökországba érkező nemzetközi páciensek száma – a közel-keleti politikai feszültségek és a számos európai országban tapasztalható gazdasági recesszió ellenére is – évről évre növekszik (Altin et al. 2012). Az UNWTO (2014) adatai szerint 2012-ben 35,7 millió turista utazott az országba, ezzel Törökország a nemzetközi turistaérkezések világranglistáján stabilan az első tíz legkeresettebb desztináció között található. A közel 36 millió turistából mintegy 262 ezren voltak az egészségügyi szolgáltatást igénybe vevők, ebből 169 462 fő kifejezetten az orvosi turizmus keretein belül érkezett Törökországba (Republic of Turkey Ministry of Health 2013). A török orvosi turizmusban rejlő potenciálra már a nemzetközi pénzpiac is felfigyelt, olyan külföldi intézetek látnak a török klinikákban jó hozammal kecsegtető

befektetési lehetőséget, mint például a Khazanah Nasional, a katari Első Befektetési Bank, vagy az IFC⁶.

A kutatás során általunk megkérdezett klinikák képviselői arról számoltak be, hogy amíg régebben a külföldi páciensek nagy részét szinte csak Európában élő törökök alkották, addig az utóbbi években a nyugat-európaiak mellett a közel-keleti ügyfelek száma is rohamosan növekszik. Több megkérdezett isztambuli klinika szerint továbbra is Európa a szőrturizmus első számú küldő területe, ezen belül pedig az Egyesült Királyságot, Németországot, valamint Belgiumot és Hollandiát emelték ki. Nyugat-Európa után legtöbbször az iszlám világ került említésre: Irak, Irán, Egyiptom, Katar, Kuvait, Szaúd-Arábia és az Egyesült Arab Emírátságok a szőrturisták hagyományos kibocsátó országai. A válaszadók szerint a hazai és a külföldi páciensek megoszlása szezonális, sőt akár hónapról-hónapra is változik, a hazai páciensek jobbra azt követően jelennek meg miután Nyugat-Európában véget értek a szabadságolások.

A kutatási téma szempontjából fontos kérdésnek tartottuk, hogy a szőrzetbeültetéseken belül vajon milyen arányt képviselnek az egyéb szőrzet (bajusz, szakáll, szemöldök) beültetések. A válaszokból kiderült, hogy a kórházak nagy többsége kizárólag hajbeültetéssel foglalkozik, egyéb szőrzet-transzplantációt nem végeznek. A válaszadó klinikák közül mindössze kettő foglalkozik bajuszbeültetéssel, de állításuk szerint ők is viszonylag ritkán végeznek ilyen beavatkozást. Egy isztambuli hajklinikai tulajdonosa például elmondta, hogy náluk 500 hajbeültetésre jut egy olyan páciens, aki bajuszt és/vagy szakállt szeretne beültetetni, ők azonban nem szívesen vesztegetik az idejüket ilyesmire, mert nem tartják kifizetődőnek. Szakértőnk alátámasztotta, hogy az eljárás bonyolultsága és a vele járó munka nincs arányban a műtétért elkérhető árral, ezért nem csoda, hogy a bajuszbeültetések hajbeültetésekhez viszonyított gyakoriságát a török klinikák is átlagosan 10%–90% körülire becsülték.

Az interjúk alapján megszerzett információkat összegezve a törökországi szőrturisták motivációi az alábbiak szerint csoportosítható:

- hiúság (a jelenleginél előnyösebb külső megszerzése)
- komplexusok (pszichés önértékelési problémák csökkentése)
- betegségek (genetikai eredetű állapot vagy balesetek következményeinek korrigálása)
- közelgő esküvő (társadalmi elvárásoknak, a násznépnek való megfelelés)
- rajongás (török szappanopera sztárok és bulvármagazinok celebjéire, illetve politikusokra hasonlítás vágya)

⁶ <http://www.hurriyetdailynews.com/turkey-becoming-key-player-in-medical-tourism--.aspx?pageID=238&nID=71000&NewsCatID=373>

A szőrturizmus kínálata Törökországban

Vizsgálatunk alapján megállapítható, hogy a törökországi szőrturizmus kínálatában a kedvező ár/érték arány igen jelentékeny tényező. A nyugati országok hasonló kínálatához viszonyított alacsonyabb árfekvés elsősorban a nyugati és a török cégeket terhelő költségek különbségével magyarázható, amelyek egyrészt az olcsó török munkaerőnek, másrészt az alacsony adóterheknek tudhatók be. Mindezt még előnyösebbé teszik a szállásként, irodaként vagy rendelőként hasznosított ingatlanok bérleti díjai. Amíg például Isztambulban már havi 500 fonttól kibérelhető egy három szobás lakás, addig Londonban egy hasonló adottságú ingatlan bérlete 1800 fontnál kezdődik. A nem lakáscélú ingatlanok esetében ez a szakadék még szélesebb. Ide tartozik még, az a nem elhanyagolható tény, hogy a mindennapi megélhetés költségei is olcsóbbak Törökországban. Végül, de nem utolsó sorban a nagy árkülönbség oka az is, hogy a plasztikai műtétek rendkívül túlárzottak Nyugat-Európában⁷.

A kezelések minősége és a sebészeti költségek (különösen az olyan speciális területeken, mint a plasztikai sebészet, melyeket csak különleges esetekben fizetnek a biztosítók) az ágazaton belül az európai országokhoz képest kiszámítható előnyhöz juttatják Törökországot. A Törökországba utazó orvosi turista akár fél áron juthat hozzá a nyugati országokhoz hasonló színvonalú ellátáshoz. A nyugat-európai színvonalú minőség garantálása a szektor összes résztvevőjének kulcsfontosságú érdeke. Amennyiben a török kormány tudomására jut, szigorúan fellép az engedéllyel nem rendelkező klinikák ellen, de egyelőre még nem rendelkezik kidolgozott stratégiával az ilyen esetek megelőzésére. A kóklerek elkerülésére azonban a különböző nemzetközi szervezetek által akkreditált kórházak garanciát jelentenek⁸.

Az egyik legnagyobb nemzetközi kórházi adatbázist tartalmazó oldal információit elemezve áttekintést kaphatunk a klinikák területi megoszlásáról. A több mint 122 ország 100 ezernél is több klinikájának részletes leírását közlő, és ezen országok egészségügyi intézményeinek összehasonlítását is lehetővé tevő adatbázis⁹ kifejezetten azzal a céllal jött létre, hogy megkönnyítse a nemzetközi páciensek számára legmegfelelőbb kórházak kiválasztását. A betegek döntését, a részletes leírások és árlisták mellett, a már tapasztalt páciensek értékelései és beszámolóí segítik. Az oldalon a vizsgálat elvégzésekor¹⁰ 378 plasztikai sebészettel foglalkozó török klinika szerepeltette magát, ebből a legtöbb (224) Isztambulban működött. Ha speciálisan a hajbeültetéssel foglalkozó intézményekre szűkítjük a kört, akkor a „Hair

⁷ <https://www.gethair.co.uk/>

⁸ <http://online.wsj.com/>

⁹ <http://www.whatclinic.com/>

¹⁰ 2014. október 10.

transplant Turkey” címszó alatt összesen 198 találatot kapunk, amely ezen eljárás törökországi elterjedtségére utal.

Mint azt Connell (2006) is említi, az egyik legnagyobb kihívás, amellyel az orvosi turizmusnak szembe kell néznie, a távol élő potenciális látogatók meggyőzése arról, hogy a relatíve szegény országok orvosi ellátása vetekszik az otthonival. Németországban például az emberek úgy gondolkodnak, hogy „olcsó húsnak híg a leve”, tehát az ár minden esetben utal a minőségre. Ebből kifolyólag a német piacon megjelenő egészségügyi hirdetésekben nagy hangsúlyt kell helyezni a csúcstechnológiára, a megbízható minőségre és a tengerentúlon szerzett orvosi képesítésekre. Tehát a potenciális páciensek meggyőzésében fontos szerepet játszik a szakmai hitelesség garantálása és a klinika iránti bizalom felkeltése.



1. ábra Az isztambuli Medicina klinika honlapja
(Forrás: <http://www.medicainternational.com/>)

Úgy tűnik, a török hajklinikák megfogadták Connell javaslatát. A honlapjaikon elhelyezett fényképeken, csillogó-villogó rendelőköt, a high-tech felszereltségű műtő helyiségeket és bizalmat gerjesztő, vakító fogsorú mosolygós doktorokat láthatunk (1. ábra). A magánklinikák weboldalain kiemelt szerep jut az adott intézmény által megszerzett bizonyítványok, minőségi védjegyek hangsúlyozásának is. A legtöbb honlapon találkozunk valamilyen tanúsítvány logójával, leggyakoribb a JCI akkreditációt jelző arany pecsét, a „The Gold Seal”, amely a biztonságos és minőségi betegellátást garantálja. A honlapok nagy része a kórház általános bemutatása mellett részletes leírást közöl a hajhullás és a kopaszság kialakulásának okairól, a

választható módszerekről és eljárásokról, képekkel, esetleg videóval illusztrált tájékoztatást nyújt a hajbeültetés menetéről, és különféle a hajápolással kapcsolatos praktikus tanácsokkal szolgál, ezen túlmenően megtalálható még az eljárást végző orvosok bemutatkozása és szakmai önéletrajza is.

A törökországi klinikák egészségügyi szolgáltatásai, a fájdalommentes és garantált eredményt nyújtó beavatkozások autentikus turisztikai élményekkel kombinálva kerülnek meghirdetésre. Mivel az átlagos műtéti idő az előkészületekkel és utógondozással együtt sem haladja meg a három napot, ezért egy egyhetes egészségturisztikai motivációjú utazásba kényelmesen belefér a tradicionális török attrakciók felkeresése. Mivel a páciens gyakran a családjával, vagy a barátaival kel útra, így a kísérők részesei lehetnek a vízparti nyaralásnak (a műtéten frissen átesetteknek nem ajánlott sem a sós tengervíz, sem az erős napfény), de a kulturális és gasztronómiai élményekben minden érintett utazó részesülhet. Az általunk megvizsgált 80 klinikai weboldal közel felénél (38) valamilyen turisztikai jellegű szolgáltatást is kínáltak a műtétek mellé. Ezek közül a legelterjedtebbnek a reptéri transzfer-szolgáltatás bizonyult, melyet az említett 38 klinika kivétel nélkül biztosított páciensei számára. A szálláshely és a kórház közötti utazások lebonyolítását viszont már csak 28 klinika tüntette fel. A szállásfoglalást 31 kórház vállalta, jellemzően a klinikához közeli 4-5 csillagos szállodákban, vagy luxus-apartmanokban helyezik el a pácienseket. A komplett utazás megszervezését, az oda-vissza útra szóló repülőjegy-foglalás lehetőségét már csak 10 weboldalon tüntették fel, ebből 5 esetben utazási ügynökség bonyolítja a tranzakciót. 12 klinikai honlapon kínáltak különböző turisztikai programokat, kirándulásokat, nyaralásokat, természetesen felár ellenében.

Összegzés és kitekintés

Törökország napjainkra a világ egyik vezető egészségturisztikai desztinációjává vált. Az ország egészségturizmusban elért sikerét elsősorban a török kormány reformjai és az általa támogatott jelentős beruházások és fejlesztések alapozták meg, melyek lehetővé tették, hogy magas minőségű és költséghatékony szolgáltatásokat kínáljanak a külföldről érkező páciensek számára. A kínálat többnyire nemzetközi akkreditációval rendelkező isztambuli és antalyai magánklinikák orvosi szolgáltatásain alapul. A klinikáknak a kifejezetten orvosi turizmusra szakosodott ügynökségekkel való együttműködése a szolgáltatók és a betegek számára egyaránt előnyös. Az ügynökségek nagyszámú pácienset toboroznak a törökországi klinikák részére, így a közvetítők dömping áron tudják megvásárolni mind az egészségügyi, mind pedig a kiegészítő turisztikai szolgáltatásokat. Ennek köszönhetően az árak még jutalékkal terhelve is igen kedvezőek. Van olyan ügynökség is, amely

élethosszig tartó garanciát nyújt betegeinek a kezeléseik után és egy esetleges probléma esetén képviseli őket a kórházakkal szemben.

Az alacsony költségeknek köszönhető olcsó árak mellett Törökország számos tapasztalt hajsebésszel rendelkezik, akik a legfejlettebb technológiákat és kezelési eljárásokat kínálják pácienseik számára. A török nagyvárosokba hajbeültetés céljából utazók többségéről általánosságban elmondható, hogy Nyugat-Európából és a Közel-Kelet térségéből érkeznek, jellemzően 3-4 napot töltenek az országban, és a lábadozás, vagy utókezelés idejét vásárlással, szórakozással és a látványosságok megtekintésével töltik. A török riviéra kórházait megcélzó páciensek nagy része a családi nyaralást egybeköti a műtéttel.

Az egészségturizmus területén lévő kiélezett versenyhelyzet miatt Törökországnak erős promóciós és marketing stratégiára van szüksége. Éppen ezért rendszeresen részt vesznek a nemzetközi turisztikai vásárokon, a közösségi médiát aktívan használják az ország promótálásában, az egészségügyi szolgáltatásokat pedig egyfajta brandként értékesítik. Az internet széleskörű elterjedésének köszönhetően a török klinikák és az orvosi turizmusra szakosodott ügynökségek honlapjaikon keresztül rendszeresen tájékoztatják ügyfeleiket speciális ajánlataikról, a klinikával kapcsolatos hírekről. A szolgáltatók ügyesen kihasználják a közösségi oldalak nyújtotta marketing-lehetőségeket is, így jelen vannak a Facebookon, Twitteren, Instagramon, több szolgáltató még saját You Tube csatornát is működtet. Az applikációk használatával pedig jelentősen megkönnyítik az országhatárokon átívelő, orvos-beteg közötti kommunikációt.

Törökország nem áll meg a kozmetikai sebészeti turizmus népszerűsítésénél arra törekszik, hogy a bonyolultabb műtéteket is minél nagyobb számban végeztessék el náluk a külföldiek. A török kormány arra számít, hogy tíz éven belül ezeknek a beavatkozásoknak a száma megduplázódik. Az orvosi turizmus jelentős szerepet játszik az ország fejlesztési tervében is, így az ágazat fejlesztése az egyik legfontosabb célkitűzésként jelenik meg a Török Egészségügyi Minisztérium 2013–2017 közötti időszakra vonatkozó stratégiai dokumentumában.

Irodalom

- ALDERIGHI, M.–CENTO, A.–NIJKAMP, P.–RIETVELD, P. (2012): Competition in the European aviation market: the entry of low-cost airlines. *Journal of Transport Geography*. 24. pp. 223–233.
- ALTIN, Ü.–BEKTAS, G.–ANTEP, Z.–IRBAN, A. (2012): The international patient's portfolio and marketing of Turkish health tourism. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*. 58. 12. pp. 1004–1007.
- BAKTAY-KORSÓS G. (2001): „A király is megköttenék fürteid által” A haj pszichológiai szerepének vizsgálata. Pécsi Tudományegyetem, Általános Orvostudományi Kar, Idegtudományok PhD program, Viselkedéstudományok alprogram. Doktori értekezés.

- http://aok.pte.hu/docs/phd/file/dolgozatok/2002/Baktay_Korsos_Gizella_PhD_dolgozat.pdf (letöltve: 2014. szeptember 08.)
- BARBER, N. (2001): Mustache fashion covaries with a good marriage market for women. *Journal of Nonverbal Behavior*. 25. 4. pp. 261–272.
- BIES, W.–ZACHARIA, L. (2007): Medical tourism: Outsourcing surgery. *Mathematical and Computer Modelling*. 46. pp. 1144–1159.
- CARRERA, M.–BRIDGES, B. (2006): Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research*. 6. 4. pp. 447–454.
- CONNELL, J. (2006): Medical tourism: sea, sun, sand, and ... surgery. *Tourism Management*. 27. 6. pp.1093–1100.
- CONNELL, J. (2013): Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management*. 34. pp. 1–13.
- DELANEY, C. (1994): Untangling of the meaning of the hair in turkish society. *Anthropological Quaterly*. 67. 4. pp. 159–172.
- FLICHE, B. (2000): Quand cela tient à un cheveu: Pilosité et identité chez les Turcs de Strasbourg. *Terrain*. 35. pp. 155–165.
- GLASENAPP, H. (1987): Az öt világvallás. Gondolat Kiadó, Budapest.
- HOSSEIN, A. (2006): Sociology of masculinity in the Middle East. In: *Proceedings Social change in the 21st Century Conference 2006*, Carseldine Campus, Queensland University of Technology. <http://eprints.qut.edu.au/6069/1/6069.pdf> (letöltve: 2015. január 25.)
- ILLÉS S. (2008): Szubjektív vélekedések a sikeres öregedésről. In: Grábics Á. (szerk.) *Aktív időskor: tanulmánykötet a 2008. április 3-án megrendezett Aktív öregedés konferencia előadásaiból*. Központi Statisztikai Hivatal; Szociális és Munkaügyi Minisztérium, Budapest. pp. 70–79.
- KAVOURA, A.–STAVRIANE, A. (2014): Economic and social aspects from social media's implementation as a strategic innovative marketing tool in the tourism industry. *Procedia – Economics and Finance*. 14. pp. 303–312.
- KÉRI K. (2000): „Édes szirupok, gyógyító balzsamok”. A középkori mozlim orvoslás története. *Valóság*. 6. pp. 58–69.
- KÉRI K. (2001): A földi Paradicsom: a muszlim fürdőkultúra szerepe az egészség és szépség megőrzésében. *Egészségnevelés*. 1. pp. 36–39.
- KÉRI K. (2002): Muszlim kórházak és népegészségügy a középkorban. *Egészségnevelés*. 3. pp. 120–125.
- KOZMA, G. (2006): Place marketing. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen.
- LUNT, N.–CARRERA, P. (2010): Medical tourism: Assessing the evidence on treatment abroad. *Maturitas*. 66. pp. 27–32.
- MESKÓ N. (2007): Miért csalunk a frizuránkkal? A hajviselet szerepe az arc vonzerejének megítélésében. *Természet Világa*. 138. 8. pp. 361–364.
- MESKÓ N. (2010): Női arc és hajviselet: a saját szépséggel összefüggő alternatív párválasztási taktika. *Magyar Pszichológiai Szemle*. 65. 1. pp. 131–145.
- MICHALKÓ G. (2012): Turizmológia–elméleti alapok. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- MICHALKÓ G.–RÁT T. (2011): Egészségturizmus és életminőség Magyarországon. Fejezetek az egészség, az utazás és a jó(l)lét magyarországi összefüggéseiről. *Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest*.

- NIDITCH, S. (2008): "My brother Esau is a hairy man": hair and identity in ancient Israel. Oxford University Press, New York.
- OMAY, E.–CENGİZ, E. (2013): Health Tourism in Turkey: Opportunities and Threats. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 4. 10. pp. 424–431.
- RÁTZ T. (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy új trendek az egészségturizmusban. *Turizmus Bulletin*. 5. 4. pp.7–16.
- SALAMANDRA, CH. (1998): Moustache hairs lost: Ramadan television serials and the construction of identity in Damascus, Syria. *Visual Anthropology*. 10. 2–4. pp. 227–246.
- SMITH, M.–PUCZKÓ L. (2010): *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika*. Akadémia Kiadó, Budapest.
- STEERING COMMITTEE OF THE ISTANBUL SUMMIT (2008): Organ trafficking and transplant tourism and commercialism: the Declaration of Istanbul. *The Lancet*. 372. 9632. pp. 5–6.
- SZIVA I. (2010): Öntsünk tiszta vizet... Az egészségturizmus fogalmi lehatárolása és trendjeinek válogatott bibliográfiája. *Turizmus Bulletin*. 4. pp. 73–76.
- UNWTO 2014: *Tourism Highlight 2013*. UNWTO, Madrid.

Internetes dokumentumok, statisztikák

- Euromonitor International (2014): *Travel and Tourism in Turkey*.
<http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-turkey/report>
(letöltve: 2014. 10.25)
- Mintel (2013): *Medical tourism in Asia 2013*.
<http://oxygen.mintel.com/display/671711/> (letöltve: 2014.03.20.)
- Republic of Turkey Ministry of Health Directorate General of Health Services
Department of Health Tourism (2012): *Definitions And Descriptions Regarding Health Tourism*.
<http://saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/dosya/1-78955/h/saglikturizmiingweb.pdf>
(letöltve: 2014.09.20.)
- Republic of Turkey Ministry of Health Directorate General of Health Services
Department of Health Tourism (2013): *Evaluation Report on Medical Tourism in Turkey 2013*.
<http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/dosya/1-91774/h/evaluaton-report-on-medicaltourism-in-turkey-2013.pdf>
(letöltve: 2014.09.08.)
- Patients beyond borders (2014): *Medical Tourism Statistics & Facts*.
<http://www.patientsbeyondborders.com/medical-tourism-statistics-facts>
(letöltve: 2014.11.08.)