

Az egészségturisztikai piac sajátosságai Oroszországban

Szerző: Aranyossyné Szegedi Andrea¹

A gyógyszállodákban regisztrált vendégéjszakák száma alapján Oroszország hazánk második legfontosabb küldőpiaca a gyógyturizmusban. Az Oroszországból Magyarországra irányuló beutazó forgalom az elmúlt években dinamikus növekedést mutat, ám ahhoz, hogy ezt a trendet fenn tudjuk tartani, az orosz egészségturisztikai piac alapos ismeretére, a piaci sajátosságok bemutatására, az esetleges terminológiai különbségek feltárására feltétlenül szükség van.

A tanulmány célja az orosz egészségturisztikai piac történelmi hátterének és az orosz szanatóriumi rendszer sajátosságainak bemutatása. Ezt követi a jelenlegi piaci tendenciák, valamint a piacbővítés további lehetőségeinek áttekintése. A magyar gyógyszállodák és az orosz szanatóriumi rendszer különbségeinek megértése és a gyakorlatban történő megfelelő alkalmazása elősegítheti a magyar egészségturisztikai kínálat sikeres piaci értékesítését Oroszországban.

Kulcsszavak: küldőpiac, egészségturizmus, gyógyszálloda, gyógyturizmus, Oroszország.

Bevezetés

Az egészségturizmus iránti kereslet Oroszországban is dinamikusan nő. Egyre több orosz állampolgár vesz igénybe egészségturisztikai szolgáltatásokat külföldön, amiben szerepet játszik, hogy az oroszországi állami egészségügyi intézmények ellátási színvonalával nem mindenki elégedett. Egyre több biztosítótársaság, munkáltató és utazási iroda fordít kiemelt figyelmet a külföldi egészségturisztikai lehetőségekre.

Az orosz állampolgárok alapvetően két okból vesznek igénybe egészségturisztikai szolgáltatásokat külföldön. Egy részük a hazainál fejlettebb technológiával, gyorsabb kiszolgálással és jobb eredményekkel rendelkező szolgáltatót keres egészségproblémáinak megoldására. Mások egyszerűen csak a külföldi nyaralásuk idején szeretnének igénybe venni egészségturisztikai, elsősorban preventív szolgáltatásokat.

Oroszországban a külföldön igénybe vehető egészségturisztikai kínálat és ezzel párhuzamosan a kereslet egyre jobban bővül. A növekedési mutatók rendkívül biztatóak, és egyértelműen hatalmas, még messze nem kiaknázott potenciállal rendelkező piacról van szó. Az Orosz Állami Statisztikai Hivatal (ROSSTAT) külön nem gyűjt adatokat az egészségturisztikai céllal külföldre utazó turisták számáról, csak az Oroszországban működő Utazási Irodák Szövetségének (RSZT², ATOR³) felméréseire támaszkodhatunk. Mind a kis és közepes (RSZT), mind

a nagy tour operátorokat (ATOR) egyesítő szövetség a kereslet növekedését regisztrálta tagjai körében. A szövetségek adatai szerint a forgalom növekedése eléri az évi 20%-ot. Ezzel egyidejűleg emelkedik azoknak az irodáknak a száma, ahol az egészségturisztikai kínálat bővül.

Az orosz vendégéjszakák száma az elmúlt években a magyarországi gyógyszállodákban szintén dinamikus bővülést mutat, 2006 és 2012 között több mint hatszorosára nőtt a mutató, ennek eredményeként 2012-re elérte az évi 201 000 vendégéjszakát. Ez annak is köszönhető, hogy a Magyar Turizmus Zrt. marketingtevékenységében 2004 óta prioritást élvez Oroszország, illetve ekkortól számít az egészségturizmus kiemelt terméknek az orosz turisztikai piacon.

Jelen cikk célja az orosz egészségturisztikai rendszer sajátosságainak, a magyarországitól eltérő jellemzőinek a bemutatása. A tanulmány elkészítése során saját személyes tapasztalataimra, a rendelkezésre álló orosz nyelvű forrásokra, statisztikai adatokra és konferencia-előadásokra támaszkodtam.

1. Történelmi áttekintés, a belföldi kínálat kialakulása

A Szovjetunió szétesését követően az oroszországi turisztikai piacon a külföldi egészségturisztikai szolgáltatások viszonylag új terméknek számítanak, csak az elmúlt néhány évben figyelhető meg a kereslet és a kínálat dinamikus növekedése.

A külföldi és a belföldi gyógyhelyekre történő utazások az 1917-es októberi forradalom előtti Oroszországban komoly hagyományokkal rendelkeztek. Már Ibn Batuta, a nagy arab utazó a XIV. század közepén megemlíti feljegyzéseiben, hogy az Észak-Kaukázusban, a mai Pjatyigorszk területén számos meleg vizű ásványvízforrás található. Ezek feltárása azonban csak a XVIII. században

¹ Szenior termékmenedzser, 2004–2011 között a Magyar Turizmus Zrt. moszkvai külképviseletének vezetője, az Orosz Állami Turizmus Ügynökség külső szakértője, e-mail: szegedi@itthon.hu.

² Roszsijszkij Szozuz Turindustrii.

³ Assziciacii Turoeratorov Rossziji.

indult el I. Péter parancsára, aki bejárta az akkor már Oroszországban is nagy népszerűségnek örvendő külföldi gyógyhelyeket. Látva, hogy az orosz arisztokrácia milyen szép számban van jelen Baden-Badenben, Karlsbadban (Karlovy Vary) és Spában, úgy döntött, hogy hasonló gyógyhelyek kiépítésére Oroszországban is szükség van, hogy az orosz arisztokrácia ne külföldön költse el a jövedelmüket. I. Péter 1720-ban még a külföldi ásványvizek importját is betiltotta. Azonban meg kell jegyezni, hogy minden állami törekvés ellenére a már korábban is népszerű európai üdülőhelyek a mai napig rendkívül kedveltek Oroszországban, Baden-Baden és Karlovy Vary (Karlsbad) neve sokáig a gyógyturizmus szinonimái voltak.

Oroszországban az első szanatóriumok a Kaukázusban és a Krímben épültek fel. Bár az arisztokrácia továbbra is a külföldi gyógyhelyeket részesítette előnyben, megfigyelhető, hogy 1917-ig az oroszországi szanatóriumokban a társadalom tehetőse rétege megfordult.

A forradalmat követően a szovjet hatalom viszonylag gyorsan megalkotta azt a rendeletet, amely szabályozta a természetes gyógytényezők megőrzését és racionális hasznosítását. A Szovjetunióban a szanatóriumok nagy része a szakszervezetek, a kolhozok, illetve a minisztériumok birtokába került. Egészségügyi intézményként csak a gyermekek és a tuberkolózisban szenvedők számára fenntartott szanatóriumok maradtak meg. 1987-re a Szovjetunió területén 15 800 szanatórium működött, amelyek 2 400 000 vendéget fogadtak (DRACSEVA 2010). A szovjet állam komoly figyelmet és pénzüsszegeket fordított a szanatóriumi hálózat kiépítésére és fejlesztésére. A Szovjetunió felbomlását követően azonban e hálózatnak csak alig egyharmada maradt Oroszországban.

A ROSSTAT 2012-ben publikált adatai szerint 1273 működő állami szanatórium van Oroszország területén, amiből 550 gyerek-sanatóriumnak minősül. Ezenkívül 656 vállalati tulajdonban lévő szanatórium működik.

2. Az orosz szanatóriumi rendszer sajátosságai

Oroszországban az egészségturizmus fogalma azonos a szanatóriumi rendszerrel. A magyarországi gyógy- és wellness-szálloda fogalma itt még nem létezik. Vannak úgynevezett spa hotelek, amelyek biztosítanak egészségmegőrző szolgáltatásokat, de ezeket csak egy szűk, tehetőse réteg engedheti meg magának. A magyar fogalomrendszernek megfelelő gyógy- és wellness-szolgáltatásokat a szanatóriumok nyújtják. Ugyanakkor az orosz létesítmények meghatározó jellemzője, hogy rendkívül erős tudományos bázissal rendelkeznek, ahol nem csupán gyógyító munka, hanem komoly kutatói tevékenység is folyik. Az orosz szanatóriumok – ellentétben a magyar gyógy- és wellness-szállodákkal – nem kereskedelmi szálláshelynek minősülnek, hanem egészségügyi

intézménynek, amelyek az Egészségügyi Minisztérium felügyelete alá tartoznak. Besorolásuk sem a kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozó előírások szerint történik, hanem az adott gyógyhelyen található természetes gyógytényező alapján. Az oroszországi szanatóriumok alapja a természetes gyógytényezők (klíma, gyógyvíz, gyógyiszap) alkalmazása a gyógyításban, kiegészítve fizio- és fizioterápiával, illetve gyógyszeres kezeléssel. Ennek megfelelően vannak balneoterápiás, iszapterápiás és klímaterápiás szanatóriumok. Amennyiben a gyógyhely, ahol az adott szanatórium található, többtípusú természetes gyógytényezővel rendelkezik, akkor ezt a szanatórium besorolásában is jelezni kell (például klimatikus-balneoterápiás szanatórium).

Az orosz szanatóriumokban a leggyakrabban alkalmazott természetes gyógytényező az ásványvíz (az orosz szakmai terminológiában az ásványvíz már gyógyvíznek számít, nem különítik el a két fogalmat, ha ivókúráról, illetve a szanatóriumok besorolásáról van szó), ennek megfelelően a szanatóriumok több mint 50%-ában az emésztőrendszeri megbetegedések kezelése dominál.

Az orosz szanatóriumok nagyon felkészült egészségügyi személyzettel és diagnosztikai bázissal rendelkeznek. Minden egyes beteg esetében felmérik és végigkövetik a terápia hatékonyságát. Amíg a magyar gyógy-szállodák esetében hangsúlyozottan vendégekről, addig az orosz szanatóriumokban betegekről van szó. Külföldi utazásaik során éppen ezért az orosz vendégek, akik gyógyászati szolgáltatásokat vesznek igénybe, fokozottan igénylik az orvos közreműködését a terápia során.

A fent említett sajátosságok mellett vagy éppen azokból adódóan vannak hiányosságai is a szanatóriumi rendszernek:

- A szolgáltatások és a kiszolgálás alacsony színvonalú. Tekintettel arra, hogy a szanatóriumok első-sorban egészségügyi intézmények, ezért a kereskedelmi szálláshelyeken elvárható szolgáltatásokat és kiszolgálást többnyire nem tudják biztosítani.
- Az étkezések színvonala és rendszere is sokkal inkább az egészségügyi intézmények gyakorlatának felel meg, nem egy kereskedelmi szálláshelytől elvárható minőségnek.
- Az állam által biztosított szociális támogatás keretében beutalt vendégek kötelező tartózkodása meglehetősen hosszú (minimum 21–24 nap), amit többnyire a család nélkül kell eltöltenie a betegnek.
- Az állami támogatások csökkenésével az intézmények nagyon komoly likviditási zavarokkal küzdenek, nem áll rendelkezésükre megfelelő forrás a fejlesztésekre, modernizálásra. Márpedig a szociális alapon történő, államilag finanszírozott beutaltak száma drasztikusan csökken, tehát egyre inkább piaci alapon kell értékesíteni a szolgáltatásokat és a férőhelyeket.

- Az orosz szanatóriumok árpolitikája meglehetősen rugalmatlan, ezért árai sok esetben magasabbak, mint az európai gyógy- és wellness-szállodák árai, szolgáltatásaik színvonala pedig alacsonyabb (VETITNEV – KUSKOV 2010).

Mindemellett hangsúlyozni kell, hogy az oroszországi szanatóriumok az összes hiányosságuk ellenére komoly tradíciókkal rendelkeznek a természetes gyógytényezők használatán alapuló gyógyításban. Ezt számtalan tudományos publikáció is igazolja, például Nyikolaj Sztorozhenko professzor munkái, aki a balneológia legelismerettebb szakértője Oroszországban. Természetesen vannak olyan szanatóriumok, amelyek törekednek a szemléletváltásra, ugyanakkor igyekeznek megőrizni a hagyományos struktúra előnyeit. Egyre több helyen a gyógykezelések mellett megjelennek a wellness-szolgáltatások, de még az utóbbi esetében is fontos az orvos részvétele a folyamatban.

Az ismertetett problémáknak köszönhetően a nem szociális üdültetés keretében igénybe vett szanatóriumi üdülések száma az elmúlt években stagnál, illetve kissé mértékben csökken, és a vendégeknek mindössze 3%-a külföldi turista (ROSSTAT). A külföldi turisták a vállalati szanatóriumok kivételével elvileg bármely orosz szanatóriumban igényelhetnek gyógykúrát, de a magas árak, a szolgáltatások gyakran alacsony színvonala, a vízumkényszer, a belföldi közlekedés magas árai és a külföldi sajtóban megjelenő meglehetősen negatív kép sok esetben elrettenti őket az oroszországi egészségügyi utazástól.

Ezen sajátosságok ismeretében fontos feladat az orosz szakmai körök – akár orvosok, akár utazási irodák dolgozói – számára nyújtott tájékoztatás arról, hogy a magyarországi gyógyszállókban a szemlélet más, a hozzánk érkezőt vendégként, és nem betegként kezeljük, de mindemellett komoly gyógyítási tevékenység folyik komplex terápiák keretében. A tájékoztatás mellett alapvető a terápiák orvosi hatását bizonyító tudományos publikációk elérhetősége, hiszen ezekkel tudjuk igazolni, hogy alapvetően csak attitűdbeli különbségről van szó.

3. A külföldre utazó orosz egészségutazók keresleti sajátosságai

Oroszországban a kiutazó turizmus jelenlegi formája az 1990-es évek elején, a Szovjetunió szétesését követően kezdett el kialakulni. Akkor számos olyan tényező volt, ami lehetővé tette a változásokat:

- a külföldi utazásokra vonatkozó állami korlátozások megszüntetése és a nemzetközi útlevelek kiadásának megkönnyítése;
- a kereslet jelentős növekedése;
- a lakosság fogsasztási szokásainak változása;

- a belföldi kereskedelmi szálláshelyek és közlekedési eszközök árának emelkedése;
- az üzleti kapcsolatok és a nemzetközi tudományos, kulturális együttműködések kiszélesedése.

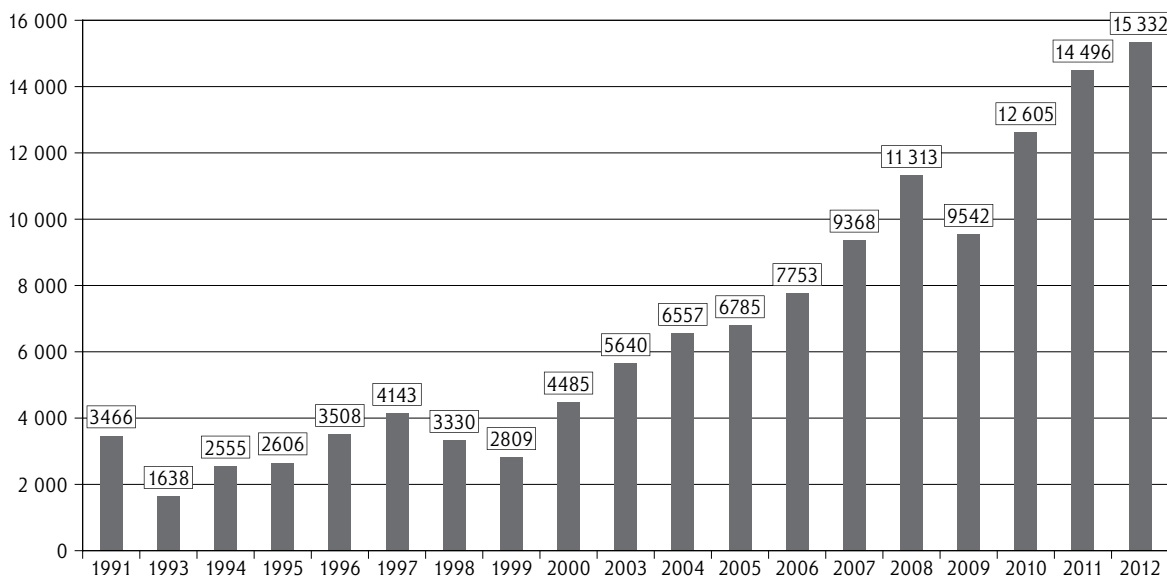
A '90-es évek elején a külföldi utazások nagy része a lakosság árubeszerzési gondjainak enyhítésére szolgált, azaz alapvetően bevásárlótúrák voltak. Ez a fajta kereslet a '90-es évek végére visszaszorult, és az orosz kiutazó turizmus a mennyiség irányából a minőség felé mozdulva fokozatosan átalakult, illetve az iránya is jelentős változásokon esett át. Oroszország az elmúlt években Európa és a világ egyik legdinamikusabban fejlődő küldőországává vált. A ROSSTAT adataiból is látszik, hogy 1993–2012 között gyakorlatilag megtízszereződött a kiutazó forgalom (1. ábra).

Az orosz turisztikai piacon továbbra is növekszik a kereslet, különösen a kelet-európai desztinációk iránt (ETC 2013). Az ETC (2013) adatai szerint a külföldre utazó orosz turisták 78,5%-a európai országot választ uti célként, ezek között is jelentős a közép- és kelet-európai desztinációk részaránya (58,8%). Az előrejelzések szerint 2017-ig további növekedés várható.

A szabadidős céllal utazó orosz turisták többsége (a klíma sajátosságai miatt) a tengerparti üdülést részesíti előnyben. Emellett egyre többen választanak valamilyen európai nagyvárost klasszikus hétvégi programként. Egyértelműen nő az egészségutazók iránti kereslet is. Bár pontos statisztikai adatok nem állnak a rendelkezésünkre, az Orosz Utazási Irodák Szövetsége (RSZT) által az utazási irodák körében végzett megkérdezés alapján a kiutazók 10–15%-a utazik külföldre egészségutazás céljából. Az RSZT közlése alapján ez évente 1,5–2 millió turistát jelent.

Az egészségutazók céllal külföldre utazó orosz turisták jellemzőiről eddig nem készült átfogó kutatás. A termék növekvő jelentőségét azonban a piac szereplői is érzik, ezért az RSZT Nadezhda Manysina szakértői közreműködésével vizsgálja a piacon zajló változásokat. A Quans Research által 2011-ben végzett kutatás szerint Oroszországban évente 20%-kal nő azok száma, akik nem az állam által finanszírozott egészségügyi szolgáltatásokat vesznek igénybe. Ezen (egészségügyi szolgáltatásokra fordított) kiadások 6%-át fordítják egészségutazásra (MANYSINA 2013). Manysina közlése szerint a MEDSI (Oroszország legnagyobb magánklinikai hálózata) 2004-ben széles körű felmérést végzett a betegek körében arra vonatkozóan, hogy igénybe vesznek-e egészségutazási szolgáltatásokat. (A MEDSI portfóliójában 15 moszkvai és 11 vidéki járóbeteg-szakrendelő, 3 gyermekklinika, 3 kórház, 89 vállalati rendelő, 3 szanatórium, 3 wellnessközpont és mentőszolgálat van, ezért mind földrajzilag, mind az ellátás tekintetében széles lefedettséggel és ügyfélkörrel rendelkeznek.) A MEDSI felmérése reprezentatív, a válaszadók iskolai végzettségük, koruk,

A külföldre utazó orosz turisták száma (ezer fő), 1991–2012



Megjegyzés: 1992-ről, 2001-ről és 2002-ről a ROSSTAT nem publikált adatokat.

Forrás: www.ratanews.ru, www.russiatourism.ru alapján saját szerkesztés

jövedelmi viszonyaik alapján megfelelnek a magyar turisztikai szolgáltatók által megcélzott egészségturisztikai célcsoportnak, így a felmérés eredménye számunkra is fontos információkkal szolgál. A válaszadók 40%-a rendszeresen igénybe vesz egészségturisztikai szolgáltatásokat. Ezen válaszadók 25–50 év közöttiek, felsőfokú iskolai végzettséggel rendelkeznek. Az ilyen jellegű szolgáltatást igénybe vevők 50%-a egészségturisztikai céllal külföldre utazott. (MANYSINA 2013). Manysina 2011-ben is elvégzett egy internetes megkérdezést az RSZT közreműködésével arra vonatkozóan, hogy mi befolyásolja az egészségturisztikai céllal utazó turisták döntését. A válaszadók legfontosabbnak az árat nevezték meg, illetve azt, hogy a gyógyhely milyen betegségek gyógyítására szakosodott. Érdekes és tanulságos eredménye a felmérésnek, hogy a nagyközönségi médiában megjelentetett hirdetések minimális szerepet játszanak a döntési folyamatban, sokkal lényegesebb a rokonok, ismerősök véleménye, illetve az orvos tanácsa (2. ábra).

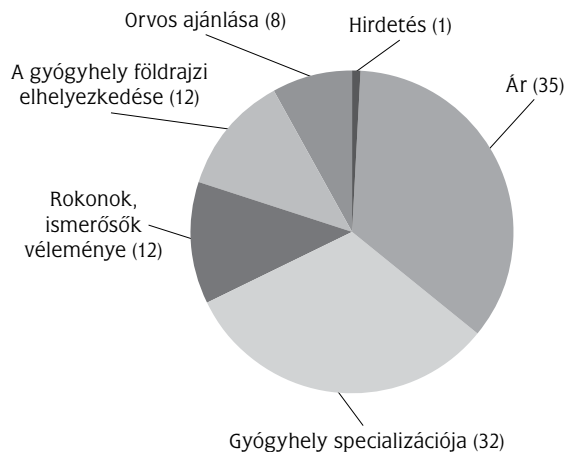
A fenti felmérés arra is törekedett, hogy „megrajzolja” a külföldön egészségturisztikai szolgáltatásokat igénybe vevő orosz turista profilját (MANYSINA 2013).

- Legfontosabb információforrása az internet és a rokonok, ismerősök véleménye.
- Igyekszik valamilyen olyan közösséghez kapcsolódni, amely hasonló betegséggel vagy problémával küzd.
- Gyakran jelenik meg internetes fórumokon, ahol megvitatja betegségét, problémáját, megosztja tapasztalatait.

- Ha elégedett egy gyógyhellyel, szolgáltatóval, akkor nagyon lojális ügyfél. Nagyon magas a visszatérő vendégek száma az egészségturisták között.
- A legfontosabb dolog a számára, hogy konkrét betegségére, problémájára megfelelő megoldást kínáló gyógyhelyet találjon.
- A szükségesnél sokkal kevesebb figyelmet fordít a prevencióra, otthon szinte csak abban az esetben jár szűrővizsgálatokra, ha ezt például a munkáltatója kötelezővé teszi. Ugyanakkor külföldön keresik

2. ábra

Az egészségturisztikai úti cél kiválasztását befolyásoló tényezők (%)



Forrás: Manysina 2013 alapján saját szerkesztés

az olyan egészségügyi szolgáltatókat, ahol szűrő-vizsgálatokat végeznek. Ennek oka feltehetően az orosz szolgáltatásokkal és orvosokkal szembeni bizalmatlanság.

4. Következtetések

A tanulmányban ismertetett kutatási eredmények alapján megállapítható, hogy az Oroszországból érkező egészségturisták elvárásai az átlagtól eltérőek. A magyarországi gyógy- és wellness-szállodákban sokszor hiányolják, hogy betegként kezeljék őket, az orosz turisták ugyanis minden esetben ragaszkodnak az orvosi vizsgálathoz, illetve az egészségügyi személyzet által biztosított folyamatos kontrollhoz. Ennek hiányában nem érzik megfelelő színvonalúnak az ellátást. Ugyanakkor igényt tartanak a szórakoztató és fakultatív programokra is.

Az orosz szanatóriumi rendszer sajátosságai visszatükröződnek az egészségturisztikai kínálattal kapcsolatos elvárásokban. Az egészségturizmusra szakosodott utazási irodák igen gyakran alkalmaznak orvost vagy állnak szerződéses kapcsolatban orvossal, aki az utazási iroda ügyfeleinek tanácsot ad arra vonatkozóan, hogy a meglévő betegsége alapján az ügyfél melyik gyógyhelyet válassza külföldön vagy belföldön. Éppen ezért az egészségturisztikai szolgáltatásait értékesíteni kívánó ország vagy gyógyhely tudományos publikációkkal kell hogy rendelkezzen, lehetőség szerint orosz nyelven is. Ezek, illetve az ezek alapján összeállított orosz nyelvű kiadványok, weboldalak nyújtanak alapot a szakembereknek és potenciális ügyfeleknek a választásban. Ezekben a felületeken pontosan meg kell adni, hogy az adott gyógyhely, intézmény milyen betegségekre kínál gyógykezelést, milyen módszerekkel, melyek a kezeléseket esetleges ellenjavallatai.

Azt sem szabad figyelmen kívül hagyni a kiadvány szerkesztésekor, illetve a weboldal kialakításakor, hogy bár a wellness-szolgáltatások igénybevétele nem jellemző utazási motiváció, a helyszínen tartózkodás alkalmával – a magyarországi szolgáltatók beszámolója alapján – számos szolgáltatást vesznek igénybe. Ezek egy része közérzetjavító (masszázsok, fürdők), de túlnyomó többségük szépségápolással kapcsolatos. Ez összefügg az orosz mentalitással, ahol a megjelenés, a fiatalos, ápoltság külső rendkívül fontos, másrészt éppen emiatt az oroszországi wellnesskezelések igen magas árfekvésűek.

A marketingkommunikációban kiemelt figyelmet kell fordítani az internetes oldalakra, ahol az egyes betegsége-

típusokkal foglalkoznak. A gyógyhely vagy gyógyszálloda saját weboldala kialakításakor feltétlenül javasolt egy olyan struktúra kialakítása, ahol az oldal látogatója a konkrét betegséget beírva a keresőbe megfelelő javallatokat és gyógycsomagokat talál az adott betegségre. Az oldal tartalmának kialakításakor és a nyelvezetében figyelembe kell venni, hogy a piac sajátosságai miatt nemcsak laikusok, hanem az utazási irodának dolgozó orvosok is innen merítenek információt. Jelenleg a vizumkényszer miatt a turistaérkezések döntő többsége utazási irodán keresztül történik. Nagyon fontos, hogy az irodák, de a velük szerződött orvosok is megfelelő mennyiségű és szakmai minőségű információs anyagot kapjanak a magyarországi egészségturisztikai lehetőségekről.

Az utazási irodák mellett fontos célcsoportja a marketingkommunikációnak az egyes betegségekben szenvedő embereket tömörítő egyesületek, illetve az egyes betegségekkel foglalkozó nagyközönségi és szakmai lapok (például diabéteszesek lapja).

Ezen piaci sajátosságok figyelembevételével lehet sikeresen egészségturisztikai szolgáltatásokat értékesíteni az orosz turisztikai piacon, illetve megfelelő módon kiszolgálni az orosz vendégeket.

Felhasznált irodalom

- DRACSEVA, E. L. (2010): *Szpecialnije vidy turizma lecsebnij turizm*. „Knorus” Moszkva.
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC) (2013): *European Tourism 2013 – Trends and Prospects Quarterly Report – Q2/2013* http://www.etc-corporate.org/images/reports/ETC_July_2013_Trends_and_Prospects.pdf, Letöltve: 2013. július 22.
- OROSZ ÁLLAMI STATISZTIKAI HIVATAL / FEDERALNAJA SZLUZSBA GOSZUDARSZTVENNOJ SZTATISZTIKI (ROSSTAT) (2012): *Rosszija 2012 Sztatiszticseszkiy szpravocsnyik*. http://www.gks.ru/free_doc/doc_2012/rus12.pdf, Letöltve: 2013. július 10.
- MANYSINA, N. (2013): *Lecsebnio-ozdorovityelnij turizm Rosszii: praktika, problemy, perspektivy*. V. Nemzetközi Wellness és Spa Fórumon elhangzott előadás. Moszkva, 2013. február 8.
- OROSZ UTAZÁSI IRODÁK SZÖVETSÉGE / ROSSZISZKIJ SZOJUJ TURINDRUSZTRIJJI STATISZTIKA <http://www.ratanews.ru>, Letöltve: 2013. július 11.
- VETITNEV, A. M. – KUSKOV, A. S. (2010): *Lecsebnij turizm*. „Forum” Moszkva.