

Az egészségügyi turizmus helyzete, jövőképe, szükséges fejlesztési irányai

Dr. Kincses Gyula, Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézet

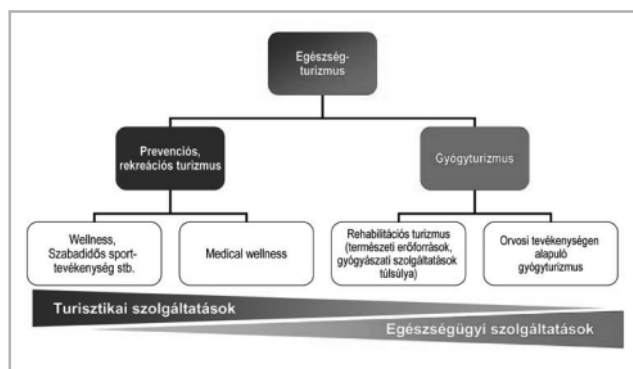
Az utóbbi évtizedben az egyik legdinamikusabban növekvő terület az orvosi szolgáltatásokra alapozott egészségügyi turizmus. Az egészségutizmus területén jó adottságokkal, nagy hagyományokkal és ismerettséggel rendelkezünk, de jó pozíciónk őrzéséhez, további javításához szemléletváltásra és komoly munkára van szükség. Ehhez elengedhetetlen a fokozott állami szerepvállalás, a piacképes szolgáltató-tömeg kialakítása, a szereplőket összefogó, evidenciákat használó integrált, aktív kommunikáció, ideértve a bizalomépítést. A szemléletváltásnak az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia megújításával kell kezdődnie, ez az alapja a fejlesztési források hatékony felhasználásának, a közszolgáltatókra is épülő piacképes szolgáltatás-tömeg kialakításának. A legfontosabb feladat az állami szerepvállalással támogatott és hitelesített kommunikáció, aminek része a beteget informáló minőségtanúsítási rendszerek kialakítása. A magyar egészségutizmusban a zászlóshajó, a „Hungarikum” továbbra is a gyógyvíz, de ehhez minél több hozzáadott szakmai szolgáltatást kell társítani, és az önálló orvosi szolgáltatások promócióját is támogatni kell.

The situation, prospect and necessary directions of development of health tourism. Medical tourism has been one of the most dynamically growing areas in the last decade. Hungary has good traditions and endowments in the area of health tourism, but in order to retain and improve its good position, a shift of approach and serious work is needed. To achieve this, it is indispensable for the state to take an increased role, to develop marketable services, to establish integrated, active communication – including the building of trust – that brings the actors together and makes use of evidence. The shift of approach should start with the renewal of the National Health Tourism Development Strategy, which is the foundation for the efficient use of developmental resources and for the establishment of marketable services that also build on public services. The most important task is communication supported and attested by state role-taking, part of which is the establishment of patient-informing quality assurance systems. The flagship of Hungarian health tourism continues to be medicinal water, but it must be associated with more added professional services, and the promotion of independent medical services must also be supported.

AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS MEGVÁLTOZOTT SZEREPE

A gyógyturizmus fogalma a XX. században erősen átalakult. Hagyományosan – elsősorban Európában – a természetes gyógytényezőkre épülő gyógyhelyek, és a gyógytényezőkre alapozott szolgáltatások (gyógyfürdők, szanatóriumok) felkeresését jelentette. Ez a fogalom két irányba is kiterjedt: egyrészt már nemcsak gyógyulás, hanem egészségmegőrzés, rekreáció céljából is felkeresnek „egészségközpontokat”, wellness-szállókat, másrészt a gyógyturizmus mai központi koncentrált egészségügyi technológiára és tudásra épülnek, így az orvosi szolgáltatások önállósulva egyre dinamikusabban fejlődő üzletággá váltak (medical tourism). Az átalakult turizmusfogalomba tartozó szolgáltatásrendszerek bevételeinek jelentős része már nem a hagyományos turisztikai infrastruktúrán keresztül realizálódik, hanem egészségügyi szolgáltatókon keresztül (pl. fogászati rendelők, fogtechnikai laborok). Ezért új mérőszámokra van szükség; már nem mérhető kizárólag vendégéjszakában, utaskilométerben és gulyás-hektoliterben, hanem GDP növekedésről, munkahelyteremtésről kell beszélni.

Az egészségutizmus fogalmait, ezek egymáshoz való viszonyát az 1. ábra mutatja [1].



1. ábra

Az egészségutizmus fogalmait, azok egymáshoz való viszonya

Az egészségutizmus középpontba helyezése ugyanakkor más perspektívákat is nyit a turizmus számára, azaz számtalan kapcsolódó, ráépülő, az országot, a magyar turizmust pozitívan pozícionáló határterületi turisztikai termékfejlesztést is lehetővé tesz. Ilyen területek: a betegséggel, fogyatékkal élők turizmusa, idősek turizmusa, szabadidő/tömegsport rendezvényekre épülő turizmus.

Az esélyegyenlőség felértékelődésével nő a fogyatékkal, a krónikus megbetegedéssel élők turizmusának jelentősége, és a növekvő időskori turizmust is befolyásolja az egész-

ségügyi háttér biztosítása. Mindez jelentős, mert új célcsoportokat von be a turizmusba; alkalmas egy pozitív, egészségközpontú országkép kialakítására, a turisztikai szezonok meghosszabbítására, új térségek bevonására is. Az egészséggel, gyógyítással, táplálkozással, életmóddal kapcsolatos képzések, konferenciák a hivatásturizmus lehetőségeit bővítik.

AZ EGÉSZSÉGÜGYI TURIZMUS JELLEGZETESSÉGEI

Az egészségügyi turizmus az utóbbi évek dinamikusan fejlődő piaca. Az éves növekedés 9-10% [2, 3]. A gyógyturizmusban motivátor az ár, a minőségi hiány pótlása (más technológia, komfort, megbízhatóság, „nagy név” garanciája), hozzáférés, mennyiségi hiány pótlása (várólista kerülése), szabályozási, jogi könnyítés (pl. mesterséges megtermekeenyítés, őssejt terápia). A szolgáltatási típusok ennek megfelelően: ár-előny típusú, minőség-előny típusú szolgáltatók/országok, valamint hiányt pótló szolgáltatásra alapozott szolgáltatók.

Magyarország jelentős gyógyturisztikai célország. Ez a piac is átrendeződött, az orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus bevételei ma már érdemben meghaladják a hagyományos területek külföldről realizált árbevételét, és becsléseink szerint évente 36-56 milliárd forint között mozognak. Ezt a növekményt alapvetően a magánszféra hozza. (1. táblázat)

NEMZETI ÉS ÁGAZATI ÉRDEKEK

Az egészségügyi turizmus fejlesztése nem egy szűk szakterület érdeke, hanem nemzetstratégiai jelentőségű: Magyarország számára az adottságok és a piacok stabilitása szempontjából az egészségipar jelent tartós és pozitív pozicionálási lehetőséget. Az egészségügyi turizmus két ágazat határterületén található. Nem konkuráló, hanem szinergista hatásról van szó, azaz az egészséguturizmus mindkét ágazat számára pozitív lehetőséget rejt.

Az egészséguturizmus fejlesztésének hatása az egészségügyre

Az egészséguturizmus nemcsak a turisztikai ágazat tartós jövőképeinek megalapozására alkalmas, de általában az egészségügyi ellátórendszer pozícióit is érdemben javítja:

- Külső (nem adó- vagy járulék alapú, és nem vizitdíj jellegű) forrást hoz az ágazatba, anélkül, hogy rontaná a gazdaság versenyképességét és növelné a lakosság terheit;
- Segíti a képzett munkaerő megtartását, javítja megélhetését, ezáltal csökkenti az orvosok, kvalifikált szakdolgozók kiáramlását;
- Pozitív hatású az innovációra;
- A piaci környezet kihívásai miatt az ágazatban a közszolgáltatásokba is penetrálva nő az ellátás színvonala, javul az ellátási kultúra, az ügyfél-orientáltság;
- A piaci szolgáltatások nyújtásának szabályozása, legalizálása általában is visszahat az egészségügyi ellátórendszerre, csökkenti az egészségügy szürkegazdaság jellegét;
- A legalisan megvásárolható szolgáltatásokat nyújtó szolgáltatói kör bővülése pozitívan hat a belső piacra is, és segíti az önkéntes egészségpénztárak, kiegészítő biztosítások terjedését;
- Az orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus központi menedzselése miatt javul a magánszféra tevékenységének megismerése, monitorozhatósága, szakmai felügyelete.

AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS PERSPEKTÍVÁI MAGYARORSZÁGON

Az egészséguturizmus – azon belül kiemelten az egészségügyi turizmus – egy tartósan fejlődő, folyamatosan bővülő piac, és Magyarország jó startpozíciókkal rendelkezik. A globális piacejlődés – a magyar sajátosságok miatt – nem feltétlenül jelent automatikus, arányos fejlődést a magyar pi-

2007-es adatok	Esetszám	Bevétel (mrd Ft)
Közfinanszírozású intézményekben államközi elszámolású ellátás ('E' térítési kategória)	624 fekvő 66 488 járó	0,15
Közfinanszírozású intézményekben jelentett térítésköteles ellátás ('4' térítési kategória)	2 929 jelentett fekvő 163 021 jelentett járó	0,6-1,2
Magánintézményekben térítésköteles ellátás		
<i>Fogászat</i>	Kb. 180 000	32- 50
<i>Plasztikai sebészet/szemészet/ szülészet-nőgyógyászat/IVF</i>	Nem ismert	3-5
Egészségügyi szolgáltatásokon alapuló turizmus összesen		36-56
<i>Gyógy- és wellness szállók magyar vendégei</i>	899 400 fő	16,2
<i>Gyógy- és wellness szállók külföldi vendégei</i>	444 600 fő	13,6

1. táblázat
A gyógyturizmus bevételei

acon. Magyarország piaci előnyei ugyanis olyan tényezőkre alapoztak, amelyek önmagukban nem garantálják a piac további arányos és automatikus fejlődését, illetve számos, a növekedést gátló tényezővel is meg kell küzdenünk.

Az egészségügyi turizmus ugyanis kívül esik a kormányzati struktúrák látókörén, a területnek (kiemelten az orvosi szolgáltatásokra alapozott részének) nincs kormányzati gazdája. A turizmusért felelős miniszter, illetve a területért felelős állami tükarság értelemszerűen nem foglalkozik az egészségügyi turizmus szakmai szabályozásával, és az orvosi szolgáltatásokra alapozott turizmus fejlesztését, támogatását, promócióját is csak annyiban tekinti feladatának, amennyiben ez a hagyományos turisztikai infrastruktúrákon (kereskedelmi szálláshely, vendéglátó egységek, turisztikai attrakciók) keresztül realizációt szolgálja. Az egészségügyi miniszterek érdeklődési köre nem terjedt ki az egészségügyi turizmusra, e terület az elmúlt években gazdátlan volt a fejlesztések, a támogató szabályozások és a marketing szempontjából is.

A gyógyvíz szerepének átértékelődése

A magyar „gyógyturizmus” tradicionálisan gyógyvízre alapozott, de az egészségügyi turizmus piaca kitágult és a világ jelentős részén a magyar gyógyvíz (mint fogalom/hiteles terápiás eszköz) nem elég erős hívószó. A gyógyvíz szerepe átértékelődött, a terápiás lehetőségek (akár gyógyszeres, akár műtéti irányba) kitágultak, átalakult a fürdő fogalma, célközönsége, így a gyógyvíz adta természetes monopóliumok megszűnnek. Ráadásul a fürdőkre, wellness szállókra épülő kiegészítő szolgáltatások struktúrája, célcsoport-orientáltsága, kommunikációja Magyarországon nem megfelelő, és elmarad az egyébként intenzíven fejlődő infrastruktúrától. Ez a világ átalakult: a wellness már nemcsak közpark, infrastruktúra, hanem filozófia/magatartásforma is. A magyar kínálat általában nélkülözi a szellemi, mentális spirituális tartalmakat, ami ma legalább olyan fontos, mint az instrumentális sokszínűség. Nem megfelelő a termékek pozicionálása és beágyazása: ma már nem általában, hanem célcsoportokra épített programok részeként kell árulni ezeket a termékeket, szakmai – mentális vagy egyéb egészségfejlesztő, vagy csoportképző programok részeként.

A magas szakmai tartalmú szolgáltatások többsége piacképtelen a kiegészítő szolgáltatások minősége és piacszervezési hiányosságok miatt. A fogászatot és az esztétikai sebészetet leszámítva – elsődlegesen a kiszolgáló létesítmények színvonala és a nyelvtudás hiánya miatt – nincs megfelelő mennyiségű (nagyobb piacra promócionálható) minőségi szolgáltatás-kínálat. A közszolgáltatók szabad szakmai kapacitásai a nem megfelelő hotel- és kommunikációs képességek, valamint az elköltöttség hiánya miatt tömegében nem eladhatók.

A nemzetközi szabályozás lemaradása az igényektől

Az egészségügyi turizmus területén sokan áttörést várnak a napirenden levő EU direktíva kapcsán, amely – a vá-

rakozások szerint – a határon átnyúló egészségügyi ellátás lehetőségeit a piaci betegáramlások után a közszolgáltatók piacán is kinyitja. A direktíva sorsa még nem ismert, de azt bizonyosan lehet tudni, hogy a kormányok közös problémája a közfinanszírozásban a költségkontroll biztosíthatósága, és általános érdek az ellátási biztonság garantálhatósága miatt a saját ellátó-hálózat preferálása. Így a piacnyitás várhatóan csak korlátozott lesz, elsősorban a járóbeteg-ellátásra – és a magyar szempontból igen lényeges – rehabilitációs ellátásokra, kiegészítő gyógymódokra terjed ki, és az új direktíva tervezet szerint alapvetően csak a közszolgáltatókat érinti a liberalizáció. Ezért – bár bizonyára érdemi és Magyarország számára pozitív lépések várhatók e területen – ezek a lehetőségek rövidtávon nem fogják elérni a turisztikai szakemberek várakozásait.

AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS FEJLESZTÉSI IRÁNYAI

A kínálati piac áttekintése után be kell azonosítani a létező és potenciális piaci szegmenseket, és ezek alapján kell jövőképet meghatározni; eléréséhez feladatokat, feladatcsoportokat rendelni. A magyar egészségügyi turizmus számára az alábbi piaci területek kínálkoznak:

- Természetes gyógytényezők (gyógyvíz) kihasználása gyógytérsegekben komplex szolgáltatási rendszerként menedzselve, a rekreációs turizmustól a gyógytényező terápiás spektrumára épített szakmai szolgáltatásokig integrálva (a gyógytényezők hasznosítása hozzáadott értékekkel);
- Az árelőny kihasználása a gazdagabb országok felé a fizetős szolgáltatásoknál (fogászat, esztétikai sebészet stb.);
- Ellátási hiányok pótlása a fejlett országok felé (várólistás területek megállapodásos vagy fizetős megoldása);
- Minőségi hiányok pótlása a déli és keleti szomszédok, valamint Oroszország és egyéb távolabbi célországok felé.

A fentiek (adottságaink, a piaci rések és a létező/potenciális kínálatunk) alapján rajzolódik ki az egészségügyi turizmus jövőképe. Az eltérő eszközrendszer és jelleg miatt a két fő területet (természetes gyógytényezőkre és orvosi szolgáltatásokra alapozott egészségügyi turizmus) külön tárgyaljuk, annak tudatában, hogy a cél a két terület szinergista erősítése, mert a hagyományos, gyógyvízre alapozott egészségügyi turizmus és az orvosi szolgáltatásokra alapozott egészségügyi turizmus együtt tudja Magyarországot markánsan feltenni a világ turisztikai térképére.

A gyógyvízre alapozott turizmus jövőképe

A magyar gyógyturizmus klasszikus ága a gyógyvízre alapozott gyógyturizmus. Ezek az adottságaink ma is turisztikai előnnyé konvertálhatók, ezért sokan a kiemelkedő gyógyvíz-készletünket tartják a gyógyturizmus, illetve általában a turizmus meghatározó területének, lehetséges kitöré-

si pontjának. A világ ma már mást gondol erről: a gyógyvízre épülő klasszikus termálfürdők helyét kezdi átvenni a „kék medencés” élmény/látványfürdők divatja. A gyógyvíz önmagában nem marad tartósan piacképes, hasznosításában a minél szélesebb spektrumú, szakmai tartalmában és a kiszolgáló létesítményekben a magas színvonalú komplex szolgáltatások fejlesztése a kulcs. A kiterjesztés kétirányú: egyrészt a gyógyvíz ma már csak a korszerű élményfürdő/szaunavilág rendszerébe ágyazva piacképes, másrészt a gyógyvíz nem általában, hanem a jól meghatározott terápiás hatásában népszerűsítendő. Ehhez szükség van a hatás tudományos bizonyítékokkal való alátámasztására, a gyógyhelynek az adott betegcsoport szerinti profilizálására, és az ennek megfelelő teljes terápiás spektrum (diagnosztika, ráépülő orvosi szolgáltatások és kiegészítő természetgyógyászati, a helyi gyógyhatásra épülő kozmetológia és wellness termékek: spa & natural products) biztosítására. Egyszerű példa: Hévizet az ízületi betegek Mekkájaként kell pozicionálni, és ehhez a meglévő szolgáltatás-rendszert ki kell egészíteni egy piaci alapon (is) működő ízület-sebészeti központtal és spa product termékcsaláddal.

A gyógyvízhasznosításban ez stratégiaileg összefoglalva a következőket igényli:

- a gyógyfürdők kezelő egységeit, gyógyszállókat, szakosodott egészségügyi intézményeket az infrastruktúra és a kiszolgálás minőségében a wellness- és élményfürdők színvonalára kell felhozni,
- a wellness- és élményfürdő fejlesztéseket gyógyvízre telepítve, azokkal komplex szolgáltatási rendszert képezve kell támogatni a jövőben, és itt is a programszerűsége, szelektív szolgáltatás-fejlesztésre kell koncentrálni,
- a gyógyvíz alapú szolgáltatásokban növelni kell a medikális szolgáltatások arányát; ahol lehet, az adott probléma teljes vertikumát kell egy intézményben/térségben megoldani,
- a marketingben erősebben kell használni a szakmai elemeket, az adott gyógyvíz unikális jellegét, terápiás spektrumát; azaz beteg-csoportokat kell célzottan megszólítani (nincs általában „gyógyvíz”, hanem különböző hatású gyógyvizek vannak, mint ahogy „gyógyszer” sincs általában).

Az unikális gyógyvízkinccsünk a kedvezőtlen nemzetközi tendenciák miatt jelentőségében – hozzáadott érték nélkül – leértékelődhet, de komplex egészségfejlesztési infrastruktúrával, fejlett, ráépülő orvos-szakmai szolgáltatásokkal, megfelelő – elsősorban orvosi tudományos bizonyítékokra épített marketinggel a gyógyvíz a magyar egészségturizmus egyik tartós megkülönböztető emblémája lehet. Bár önmagában korlátozott piaci növekedési lehetőséget jelent, de Magyarország számára a gyógyvízre alapozott egészségügyi turizmus az a láb, amit be tud tolni az ajtórsébe, és amin keresztül az egyéb szolgáltatásait is meg tudja ismertetni a világgal.

Orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus jövőképe

Magyarország az orvosi szolgáltatások piacának egyes területein ma igen jól pozicionált, de Magyarország ma összességében egyértelműen az árelőny típusú desztinációk csoportjába tartozik, azaz népszerűségünk – zömmel vagy elsősorban – az olcsóságunkból fakad. A magyar orvosi szolgáltatásokra épülő turizmus ma az „azonos minőség – olcsóbb ár” szlogennel áruható. A jelentős árelőny tartása az európai integrációs folyamat kapcsán ugyanakkor nem lehet tartós cél. Az árelőnyünk ma alapvetően a munkaerő olcsóságából és a szolgáltatások egy (szerencsére egyre kisebb) részének szürkegazdaság jellegéből fakad. Magától értetődik, hogy az európai integrációban nem lehet stratégiai célként kitűzni azt, hogy egy magyar orvos 20 év múlva is csak felét – harmadát keresse, mint egy német vagy angol kollégája.

Mindezek alapján a reális és szükséges stratégiai cél az, hogy Magyarország az árelőny típusú szolgáltatás-csoportból a minőségelőny/hiánypótló szolgáltatást nyújtó csoportba fejlődjön. A magyar orvosi turizmus piacképes területei ma alapvetően a magánszolgáltatók szolgáltatásaira alapozottak. Ez valószínűleg tartós determináció, de cél a közszolgáltatók versenyképességének javítása is [4]. Ehhez szükség van a közszolgáltatók minél nagyobb arányú bevonására, illetve a feltételek megteremtésére: az ellátás kultúrájának, körülményeinek a javítására, a nyelvi képességek fejlesztésére, mert az igazán magas szakmai színvonalú, tudás- és technológia-igényes szolgáltatásaink ma alapvetően a kiszolgáló létesítmények alacsony színvonala és a nyelvi képességek hiányosságai miatt nem piacképesek.

A FŐBB FEJLESZTÉSI FELADATOK

Az egészségügyi turizmusban az adottságok jók, de ahhoz, hogy az átalakuló, dinamizálódó piacon jól tudjunk magunkat pozicionálni, összehangolt fejlesztésre van szükség.

Az egészségügyi turizmus fejlesztésével kapcsolatos feladatok az alábbi három csoportba sorolhatók: piacképes szolgáltató-tömeg kialakítása, a szereplőket összefogó, evidenciákat használó integrált, aktív kommunikáció, és bizalomépítés.

A három szakmai terület mindegyikének nélkülözhetetlen eleme a fokozott állami szerepvállalás, így ezt külön fejezetként is tárgyaljuk.

Fokozott állami szerepvállalás

Az éleződő versenyben a konkurens országok zömében a terület komoly állami segítséget kap. A támogatások jelentős része kommunikációs, marketing, „hitelesítő” támogatás, és jellemző az ilyen célú fejlesztések támogatása is. Magyarországon is az állam fokozottabb szerepvállalására van szükség, ha nem kívánunk lemaradni az élesedő versenyben. Ennek fő területei összefoglalóan a következők: a terü-

let „értékén kezelése” a stratégia-alkotás, a szabályozás, az irányítási struktúra és a forrásallokáció szintjén; a megújított stratégia figyelembevétel a fejlesztéseknél; aktív, állami részvétellel nyomatékosított kommunikáció; az intézményi – szakmai háttér megteremtése. A fentiekből kiemelendő a stratégia megújításának és a szakmai megalapozottság megteremtésének kényszere.

A jelenleg hatályos Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia még a hagyományos „vízbázisú” szemléletet tükrözi, amely nem az egészségből, illetve az egészségügyi szolgáltatások fejleszthetőségéből indul ki, hanem egy termálfelhasználású megközelítést tükröz, amely kiemelt a wellness, a rekreációs infrastruktúra befogadásával. Ez a szemlélet meghaladott; ma egy, az egészségi állapot deficitjeinek korrekciós lehetőségéből kiinduló komplex stratégia lehet korszerű, amely egységben kezeli az egészségügyi turizmus hagyományos területeit az orvosi szolgáltatásokra alapozott egészségügyi turizmussal.

A stratégia megújítása akkor hatékony, ha ez megjelenik a szabályozási és forrásallokációs döntésekben. A gyógy- és élményfürdők, a wellness szállók piacán az elmúlt években érdemi fejlesztések történtek, ma inkább a kialakított kapacitások töltése jelent gondot. Így ezen a területen csak minőségi szolgáltatás-fejlesztés támogatása indokolt. A fejlesztési források elosztásában az egyensúly helyreállítása érdekében az egészségügyi szolgáltatások és a körjük szerveződő infrastruktúrák fejlesztésének támogatása indokolt.

A fejlesztési irányok pontos meghatározhatósága, a hiteles és hatékony kommunikáció érdekében létre kell hozni az egészségülturizmus szakmai, tudományos és adatgyűjtő háttérét is; szükség van ezen győgtényező győghatásának tudományos bizonyítékokkal való alátámasztására. Ennek érdekében létre kell hozni a Balneológiai Kutató Központot/Intézetet. A terület jobb megismerése, monitorozhatósága érdekében létre kell hozni – akár meglévő intézmény feladat-bővítésével, akár a Balneológiai Kutatóintézet Egészségturisztikai Kutató Központja fejlesztésével – az Egészségturisztikai Adatgyűjtő és Elemző Központot, amely felméri, monitorozza a piaci igényeket, a minőségi kínálatot, a szféra tevékenységét, és ellátja információkkal a stratégiai tervezést, a marketinget és a szolgáltatókat.

Állami szerepvállalásnak természetesen számtalan egyéb lehetősége van: megfontolandó például, hogy a szolgáltatókkal közös fenntartásban és osztott finanszírozásban kell kialakítani a fontosabb cél-országokban az egészségügyi turisztikai kirendeltségek rendszerét, amely egyszerre ellátja információs-kommunikációs, betegszervezési („toborzó”), előszűrési és utókezelési, valamint panaszkezelési feladatokat.

A piacképes szolgáltató-tömeg kialakítása

A terület perspektivikussága, a nagy hagyományaink és a jó szakmai adottságaink ellenére – mint azt az előző fejezetben tárgyaltuk – szembe kell nézni a ténnyel, hogy

Magyarországon a fogászatot, esztétikai sebészetet és egyes rehabilitációs intézményeket kivéve – nincs a korszerű igényeknek is megfelelő kiejánlható szolgáltatás-tömeg, amelyre iparágyszerűen építhető fel az egészségügyi turizmus. Ez a terület gyors és komplex fejlesztését igényli mind a fejlesztési prioritások átalakítását (lásd az előző pont), mind a korszerű kínálat kialakításához szükséges jogi-szabályozási alap megteremtését valamint a kiemelt célpiacokkal közös fejlesztések támogatását illetően.

A közszolgáltatók bevonása az egészségügyi turizmusba alapvető nemzeti érdek az innovatív technológiák gyors implementációja és megtérülése, a munkaerő-megtartás, a jobb kapacitáskihasználás, valamint a többletbevétel lehetősége miatt. A jelenlegi intézményi formák nem segítik ennek a piacnak a fejlődését, és a közszolgáltatók piaci tevékenységének erősödése számtalan minőségi, valamint belső munkaszervezési, motivációs, etikai és kommunikációs kérdést is felvet. Ezek a problémák a jelenlegi intézmény-szerkezetben nem kezelhetők hatékonyan, ezért új típusú intézmények megjelenésére is szükség van.

A PARTNER KÓRHÁZ

Számtalan példa bizonyítja, hogy a közszolgáltatásra kialakított infrastruktúrák a vegyes, többcélú hasznosításra alapvetően alkalmatlanok az egyenszilárdságú minőségi standardok érvényesíthetlensége miatt, ráadásul a közfinanszírozott és a nem OEP finanszírozású betegek egy rendszerben való ellátása etikai konfliktusokra, tisztázatlan helyzetekre, korrupcióra ad okot. Ezért az a szakmailag és politikailag elfogadhatóbb megoldás, ha egy közszolgáltatást nyújtó szolgáltatóra („közkórház”) épülve jön létre a külföldi és magyar fizető betegek számára egy önálló, elkülönített piacképes szervezet, a „partner kórház”. Ez az elv biztosítja a piacképesítéshez szükséges szeparáltságot, ugyanakkor a közszolgáltató szakmai infrastruktúrája növeli a piaci ellátás biztonságát, és az így realizálható többletbevétel javítja a közszolgáltatások pozícióját is.

A partner kórházak elve:

- a köz- és magán-szolgáltatások tekintetében elkülönült szervezet tiszta, áttekinthető felelőségi viszonyokkal és gazdálkodással,
- teljes egészében elkülönült hotel-rész a fizető betegellátás számára, közösen használt szakmai infrastruktúra mellett (műtők, diagnosztikai szolgáltatások, labor, képzés stb.), a partner kórház szolgáltatást/kapacitást vásárol az „anyakórháztól”),
- részben elkülönült személyzet (az ápolásban, technikai kiszolgálásban elkülönült, az orvosi szolgáltatásokban közös, de tisztázott és elkülönült jogviszonyban),
- részben vagy egészében közös technikai – műszaki – gazdasági kiszolgálás (opcionális, vásárolt szolgáltatás-ként).

A partner kórház modell előnyei:

- az elkülönített infrastruktúra tiszta felelősségi és gazdasági helyzetet teremt a köz- és magán feladatok ellátásában,
- a gyógyturizmusból származó bevétel a közszolgáltató intézmények finanszírozási pozícióját is javítja,
- a partner kórházban megszerzhető megnövekedett jövedelmek és a bővülő szakmai lehetőségek miatt javul a közszolgáltatók munkaerő-megtartó képessége,
- a közfeladatokból fakadó üzemméret és komplexitás miatt a fizetős betegellátásban is nagyobb szakmai biztonsággal nyújthatók a szolgáltatások, azaz javul a piaci szolgáltatások biztonsága és hitelessége,
- a köz- és magánellátás szeparált együttműködése segít az egészségügy szürkegazdaság jellegének csökkentésében [5], és pozitívan hat a legális belső piac, a kiegészítő biztosítások fejlődésére is,
- a piaci szolgáltatások más kultúrát hoznak az intézménybe, ami általában is javítja az intézmény szolgáltatásait, azaz a magyar, közfinanszírozású betegek ellátásának minőségét, körülményeit.

A fentiek alapján a partner kórház jogi keretei megteremtésének jelentősége túlmutat az egészségügyi turizmus határain.

A MEDIHOTEL

A technológiai fejlődés és a lakossági igények megváltozása új, életszerű funkciójú intézményi formákat is életre hív. Ma a gyógyulás alatti és körüli időben a betegek vagy kórházban, vagy szállodában (kereskedelmi szálláshelyen) helyezhetők el, és ezek szolgáltatásai nem átjárhatók. (Egy kórház nem tudja nyújtani egy szálloda komfortját és szabadságát, egy szállodában ugyanakkor nem lehet szakápolási feladatokat ellátni.) Ezért az egynapos sebészet és a rövid ápolási idejű ellátások, valamint a kúraszerű ellátások terjedése – elsősorban az egészségügyi turizmus növekvő minőségi igényei miatt – új ápolási/elhelyezési formák kialakítását követeli. Ennek lehetséges változata a „medihotel”, amely – a javaslat szerint – olyan, az egészségügyi előírásoknak megfelelő, kórházi ápolásra működési engedéllyel bíró, kórháztól elkülönített, önálló épület vagy elkülönült bejáratú épületrész, amely a kezelés-utókezelés idejére a szakápolásra, felügyeletre, speciális elhelyezésre szoruló betegek hotel-szerű elhelyezésére alkalmas. A medihotel a kapacitásait kizárólag piaci alapon értékesíti, ideértve a külföldi közfinanszírozásokat és a kiegészítő biztosítások/lakosság által finanszírozott többletszolgáltatásokat is. A medihotel lehet egészségügyi intézmény elkülönített része (a kizárólagosan piaci szolgáltatás-értékesítésre alapozott kórház elkülönített, erre felkészített ápolási részlege, vagy a közfinanszírozású szolgáltatásokra alapozott kórház köré szerveződött, azzal szakmailag együttműködő, de szervezetileg önálló kórházi hotelrész) illetve önálló, gyógyító szolgáltatástól szervezetileg független kereskedelmi szállás-

hely, amely egészében vagy elkülönített részlegén a medihotel definíciójának megfelelő szolgáltatásokat nyújt. A medihotel fogalmát mind a kórházi ellátások minimumfeltételeiről szóló egészségügyi jogszabályban, mind a kereskedelmi szálláshelyekről szóló jogszabályban meg kell jeleníteni. A speciális hotel (nem egészségügyi) elvárásokat a kereskedelmi szálláshelyek osztályba sorolásával kapcsolatban kialakítandó védjegy-szabályzatban kell meghatározni. A medihotel szerepel az engedélyezett kórházi ágyak nyilvántartásában, szerepel a kereskedelmi szálláshelyek nyilvántartásában, és a fenntartója idegenforgalmi adót fizet az ott ápoló személyek vendégéjszakája után, és éppen ezért részesülhet bármilyen kereskedelmi szálláshelyet megillető kedvezményben, támogatásban, illetve pályázati lehetőségben.

A KIEMELT CÉLPIACOKKAL KÖZÖS FEJLESZTÉSEK TÁMOGATÁSA

Az egészségügyi turizmusban sikeres országok iparszerűen álltak rá nagy piacok kielégítésére. Ebből következik, hogy Magyarországnak – ha sikeres akar lenni, – akkor új piacok (Közel- és Távolszék, Oroszország, USA stb.) meghódítására is szüksége van. Az új piacok megszerzésének egyik lehetséges módja, ha a célszág szakembereivel és befektetőivel közös vállalkozás jön létre. Ez a megoldás biztosítja a piacismeretet, a speciális igényeknek megfelelő szolgáltatás-struktúra kialakítását, a szolgáltatások igény szerinti minőségének biztosíthatóságát, a speciális kommunikációs lehetőségek jobb kihasználását, a hitelesség biztosítását. A piac iparszerű működéséhez hozzájárul az a megoldás, ha az egészségügyi turizmus területén sikeres (a piacra bevezetett) cégek Magyarországon vegyes vállalatot hoznak létre, és ezzel a saját piaci területük kínálatába bevonják Magyarországot. Tipikusan ilyen lehet egy „amerikai kórház” vagy „kínai kórház”, amely a térségben levő ilyen ellátási igényt helyben tudja tartani.

Kommunikáció

Az egészségügyi turizmus fejlesztésében a legfontosabb és leginkább költség-hatékony eszköz a központi kommunikációs támogatás. Államilag támogatott és ezzel hitestit/nyomatékosított kommunikációval kell bevezetni a külpiacokra Magyarország egészségügyi turisztikai lehetőségeit.

A megfelelő kommunikáció előfeltétele, hogy a gyógy/egészségturizmust általában az ország, a magyar gazdaság, a fejlesztéspolitika és az országimázs egyik központi prioritásává kell tenni, és a magyar turizmus-marketing egyik kötelező eleme kell legyen az egészséggel, gyógyulással kapcsolatos képek, üzenetek megjelenítése. Más országokhoz hasonlóan Magyarországnak is igényes tematikus kiadványokkal kell népszerűsíteni a területet, és a megfelelő minőség, valamint egységes arculat érdekében támogatni kell a vezető szolgáltatók promóciós tevékenységét is.

Megfontolandó egy közös promóciós alap létrehozása, amelybe a külpiazi és hazai magánszolgáltatók és a költségvetés közösen fizet be. A kommunikációban kiemelt szerepe van a webes alkalmazásoknak. Az MT Zrt. honlapján külön felületet kell erre a célra kialakítani, és a tanúsító védjegy eredményeit kommunikáló honlappal közös felületen kell a tartalomszolgáltatás elemeit fejleszteni. A központi kommunikációban igénybe kell venni a külképviseleteket, és számukra megfelelő promóciós anyagokat, háttérinformációt, felkészülési lehetőséget kell biztosítani.

Az egészségügyi turizmus speciális jellege miatt a marketingben szükség van a nem szokványos eszközök igénybevételére is. Kiemelendők a szakdiplomáciai eszközök és a szakmai kommunikációba ágyazott marketing. Az egészségügyi turizmus a jelen tendenciák alapján azon piaci szegmensekben erős, ahol a beteg érzékenysége és a minőségigény dönt, de a betegmobilitás átértékelődésével a külföldi biztosítókkal, társadalombiztosításokkal kötött megállapodások jelentősége is felértékelődhet. A déli és a keleti szomszédaink tekintetében esély van arra, hogy egyes ritka betegségek, kiemelt ellátások tekintetében államközi megállapodások alapján nyújtunk szolgáltatást ezen országok polgárainak. A hazánkban végzett, tízezres nagyságrendű külföldi hallgatót a magyar egészségügy utazó nagykövetének kell tekinteni, számukra alumni rendezvényeket kell támogatni, és az információ-ellátás mellett meg kell teremteni az érdekeltséget abban is, hogy külföldi betegeket hozzanak/küldjenek Magyarországra. A piac képes területeken központi alaptól kell támogatni a külpiazi szánt szolgáltatások szakmai hitelességét bizonyító publikációkat, kongresszusi előadásokat. A déli és keleti határmentén, a határon túli orvosok számára képzéseket, továbbképzéseket kell szervezni, amely olyan szakmai kapcsolatok kialakítására alkalmas, amelyek segítségével javul a határon túli országokban a diagnosztikai és kezelés, és a helyben nem megoldható problémák a szakmai kapcsolatok miatt Magyarországon kerülnek megoldásra. A fejlett országokban képességeinket, kapacitásainkat a szakmai kapcsolatokat erősítő workshopok keretében kell népszerűsíteni. A workshopok célcsoportjait ki kell terjeszteni a biztosítókra, ellátásszervezőkre is.

Bizalomépítés – minőségtanúsítás – garancia

Az egészségügyi szolgáltatás alapvetően bizalmi szolgáltatás. Idegenben (eltérő kulturális- és nyelvi közegben, egyedül) igénybevett szolgáltatás esetén hatványozottan felértékelődnek a bizalmerősítő, a szolgáltatás minőségét, megbízhatóságát hitelesítő eszközök, hiszen a beteg ilyen helyzetben többszörösen kiszolgáltatottnak érzi magát. Az egészségügyi szolgáltatások iránti bizalom nem választható el az ország általános megítélésétől. Ha az ország általában pozitív megítélésű, ha az ország értékei, attitűdje, biztonsága, kiszámíthatósága miatt általában kedvelt turisztikai célpont, akkor ez pozitívan hat az egészségügyi turizmusra is.

MINŐSÉGTANÚSÍTÁSI RENDSZEREK

A mai akkreditációs rendszerek folyamatszabályozáson, és nem összehasonlítható kimeneti indikátorokon alapulnak. Ez fontos garanciális elem a szolgáltatások általános minőségét tekintve, de nem tájékoztatják megfelelően a betegeket az őket érdeklő kérdésekről. Ezért ezek a rendszerek önmagukban nem alkalmasak a gyógyturisztikai szempontok érvényesítésére, a betegek megfelelő információkkal való ellátására. A turisztikai szolgáltatások esetében egyre nagyobb a regisztrált fogyasztói elégedettség alapjánuló tanúsítás/tájékozódás szerepe (lásd pl.: TripAdvisor). Ki kell alakítani azt a saját, nemzeti ügyfélorientált minőség-tanúsítási rendszert, mely a két szakterület (egészségügy és turizmus) jellegzetességeit egyaránt integrálja, és megfelelően széleskörű, összehasonlítható, külső, független szereplő által kontrolált információkat tartalmaz, figyelembe veszi a betegek véleményét, a kínálat szempontjából megfelelő mennyiségű, központilag promotálható minősített szereplőt eredményez. A vezető egészségügyi szolgáltatók és a szakmai intézetek (ESKI-EMKI) együttműködésében ez a munka elindult, és a HQHC (Hungarian Quality Health Care) megnevezésű tanúsító védjegy már bejegyzés alatt áll. Ennek a védjegynek a közös kommunikálása célszerű a Turizmus Zrt.-vel. Emellett pályázati alapon támogatni kell az ismertebb külföldi akkreditációk megszerzését. Ebben nem célszerű eldönteni, hogy melyik típusú akkreditáció támogatandó, mert az a célszerű, ha az adott szolgáltató az ellátási területén ismert akkreditációs rendszert választja.

A terület fejlesztése, a bizalomépítés fokozottabb szerepvállalást igényel ezen a területen is. Ma a magánszolgáltatások rendszere meglehetősen kívül esik az állam ellenőrzési/felügyeleti körén, és a garanciális szervezeti elemek – pl. betegjogi képviselői rendszer – alapvetően a közfinanszírozású szolgáltatásokra koncentrálnak. Ezért ezen a területen is szükség van felügyeleti, panaszkezelési, mediatori szerve, szervezetre, ahova a külföldi beteg is fordulhat. Ennek a megoldása többszintű és többszínű lehet: egy központilag fenntartott helpdesk jellegű panaszkezelési szolgáltatástól (mely mediatori feladatokat is bevállal) egészen az átalakított Egészségbiztosítási Felügyelet feladatainak ilyen irányú kiterjesztéséig terjedhet. A szektorsemleges piacfelügyelet megoldása eleve régi adóssága az egészségügyi rendszernek, és ez – a szakfőorvosi rendszer párhuzamos megerősítésével – az egészségügyi turizmus területén is érdemi előrelépést jelent.

A tematikus év és az EU elnökség előnyeinek kihasználása

Az egészséguturizmus fejlesztésében komoly esélyt jelent, hogy 2011. az egészséguturizmus éve, és ez egybeesik a magyar elnökséggel. Az alábbi célok tűzendők ki:

- a magyar turizmus arculatának átpozícionálása, az új arculatnak az egészséghez kötése (globális pozícionálás az egészség és egészségügyi turizmus irányába),

- a belföldi egészségturizmus élénkítése, népszerűsítése,
- a magyar egészségügyi szolgáltatók (beleértve a balneológiai és rehabilitációt is) külpiazi pozíciójának javítása.

Ezek a közvetlen célok fontos közvetett célokat szolgálnak. Ezek közül a két legfontosabb a lakosság egészségi állapotának javítása az egészségkultúra és a kiegészítő szolgáltatások népszerűsítésével, illetve a magyar turizmus pozíciójának erősítése; a szezonális és konjunkturális hatások csökkentése. Egyéb addicionális előny a turizmus diverzifikálásával (multi-fokálissá tételével) munkahelyek teremtése, egyes elmaradott térségek gazdasági fejlődésének elősegítése, valamint hozzájárulás egyes infrastruktúrák fenntarthatóságához (pl. vidéki repterek rentabilitásának növelése az egészségügyi turizmusra alapuló forgalomnöveléssel).

ÖSSZEGZÉS

A magyar hagyományok, adottságok és a piaci környezet miatt az egészségipar az egyik reális kitörési pont, amely alkalmas az ország újrapozicionálására. Az egészségturizmus az egészségipar egyik fontos szegmense, amely egyszerre alkalmas az ország pozitív arculatának kialakítására, a turizmus hosszú távon stabil piacra alapozott

megújítására, az egészségügyi szolgáltatások fenntarthatóságának erősítésére, és az egészségipar más eredményeinek realizálására.

Az egészségturizmus területén jó adottságokkal, nagy hagyományokkal és megfelelő ismertséggel rendelkezünk. A jó pozíciónk őrzéséhez, további javításához ugyanakkor szemléletváltásra és komoly munkára van szükség. A kormányzati attitűd várható változása, a téma felértékelődése, valamint a 2011-es EU elnökség és a turizmusban a tematikus év (2011 az egészségturizmus éve) jó esélyt teremt arra, hogy egy megújított egészségturisztikai koncepció megvalósítása egy aktív szakaszba forduljon. Ehhez az egészségturizmus nagy területeit – természetes gyógytényezőkre alapozott gyógyturizmus, egészségfejlesztés célú rekreációs turizmus és az orvosi szolgáltatásokra alapozott egészségügyi turizmus – szinergizmust adó egységben kell kezelni.

A magyar egészségturizmusban a zászlóshajó, a „Hungarikum” továbbra is a gyógyvíz, és ennek hasznosítása; de ehhez egyre több hozzáadott szakmai és turisztikai szolgáltatást kell társítani, és az önálló orvosi szolgáltatások promócióját is meg kell oldani. Ennek előfeltétele az orvosi szolgáltatások tanúsító védjegyének bevezetése és közös népszerűsítése.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Az orvosi szolgáltatásokra alapuló egészségturizmus tendenciái
ESKI, 2009., szerk.: Kincses Gyula,
http://www.eski.hu/new3/gyogyturizmus/zip_doc_2009/egeszezturizmus.pdf
- [2] Medical tourism: Global competition in health care.
National Center for Policy Analysis, Dallas, Texas, November 2007. <http://www.ncpa.org/pdfs/st304.pdf>
- [3] Tilman Ehrbeck, Ceani Guevara, Paul D. Mango:
Mapping the market for medical travel, The McKinsey Quarterly. May 2008
http://www.mckinseyquarterly.com/article_print.aspx?L2=12&L3=63&ar=2134
- [4] Jelentés a turizmus 2007. évi teljesítményéről, KSH. 2008
- [5] Kincses Gy. 2001: A „köz” és a „magán” új együttélése az egészségügyben; Praxis Server Egészségügyi Tanácsadó Kft., Budapest.

Dr. Kincses Gyula bemutatása lapunk IX. évfolyamának 5. számában olvasható.



XII. Országos Járóbeteg Szakellátási Konferencia VII. Országos Szakdolgozói Konferencia

2010. szeptember 9-11.

Balatonfüred, Flamingó Wellness Hotel

www.medicina2000.hu