

Az egészségturizmusra való felkészültség néhány aspektusa

Dr. Mayer Ákos, Egészségügyi Minőségfejlesztési és Kórháztechnikai Intézet

Az egészségturizmus fejlesztése szempontjából nélkülözhetetlen annak ismerete, hogy az egészségügyi szolgáltatóhálózat felkészültsége milyen mértékű, illetve megfelelő irányultságú-e. Ehhez elengedhetetlen fontosságú a fogyasztói szükségletek, igények pontos feltérképezése és ismerete. Jelen közlemény célja, hogy az egészségturisztikai trendek és döntési tényezők alapján bemutassa az internet jelentőségét és szerepét ebben a folyamatban, valamint röviden értékelje a hazai kórházak honlapjait ennek tükrében.

In the development of health tourism it is indispensable to know about the extent and orientation of the preparedness of healthcare providers. It is crucial to map and to be informed about the customer's needs to achieve this goal. The aim of this article is to present the importance and role of the internet in this procedure on the basis of health tourism trends and decisional factors, and to evaluate briefly the websites of Hungarian hospitals related to this topic.

BEVEZETÉS

Az Új Széchenyi Terv egyik sarkalatos pontja a hazai egészségipar, azon belül az egészségturizmus fejlesztése [1], amelyhez Magyarország kedvező földrajzi és természeti adottságokkal, valamint komoly szakmai hagyományokkal rendelkezik. Az egészségturizmus, mint stratégiai és innovatív ágazati terület fejlesztése szempontjából nélkülözhetetlen annak ismerete, hogy a piacképes szolgáltatások rendszerszintű nyújtásához a hazai egészségügyi szolgáltatóhálózat felkészültsége milyen mértékű, illetve megfelelő irányultságú-e, hiszen az operatív fejlesztési lépésekről szóló döntések és a konkrét fejlesztések irányának meghatározása szempontjából ezek mindenképpen figyelembe veendőek.

Értelemszerűen a fejlesztési irányok és tényszerű operatív lépések meghatározásához és sikeres megtételéhez, valamint a szolgáltatói felkészültség minőségének értékeléséhez elengedhetetlen fontosságú a fogyasztói szükségletek, igények pontos feltérképezése és értékelése is, illetve annak ismerete, hogy a potenciális egészségturisták milyen szempontok figyelembevételével és információforrások alapján hozzák meg döntéseiket. Ugyancsak alapvető szempont a továbblépések meghatározásához annak felülvizsgálata, hogy Magyarország potenciális egészségturisztikai szolgáltatói mennyire képesek megfelelni az elvárásoknak, és a jelenlegi helyzet milyen mértékben igazodik mindezekhez.

A TURIZMUS ÉS AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS TRENDJEI

A világ turizmusa – a közelmúlt világgazdasági és aktuális világpolitikai eseményei ellenére is – alapvetően és általánosságban fejlődik. Egy friss közlemény szerint 2010 első hat hónapjában 7%-os globális növekedést mutatott; igaz Európa részesedése ebben a növekedésben elenyésző a mindössze 2%-nyi részesedésével [2]. Számunkra, európaiak számára vigaszt és reményt adhat, hogy a felmérés szerint a 10 legkeresettebb és így leglátogatottabb turisztikai célország közül öt Európában van (Franciaország, Spanyolország, Olaszország, Egyesült Királyság, Németország).

Az orvosi ellátás céljából történő utazások egyre népszerűbb, növekvő trendet képviselnek a turizmus területén belül. Ez az egyik legdinamikusabban fejlődő ágazat, éves növekedése 9-10% [3], bár a növekedés üteme az utóbbi években valamelyest mérséklődött [4]. Az akár interkontinentális utazásokra és azzal kapcsolatos költségekre illetve kockázatokra is vállalkozó páciensekre már nem mint egyszerű betegek, hanem egyre inkább, mint egészségügyi szolgáltatások vásárlóira, fogyasztóira kell tekintünk, akik (legalábbis saját preferenciáik szerint) jól megalapozott és komplex döntésekre építve rendelkeznek komoly elvárásokkal. Egy, a 2010 májusában rendezett Európai Egészségturisztikai Konferencián ismertetett felmérés szerint az egészségturisztikai szektorra napjainkban bizonyos fragmentáltság jellemző: az egészségturisztikai szolgáltatók több mint egyharmada éves szinten ötvennél kevesebb egészségturistát kezel, ugyanakkor 22%-uk több mint 500 turistát lát el évente [5]. Egészségturisztikai szempontból a legnépszerűbb célországok Távol-Keleten vannak (Thaiföld, India, Szingapúr), ahol az egészségturizmus és az azzal összefüggő szolgáltatási szektor szinte önálló iparágá fejlődött. Az egészségturisztikai „küldő” országok között első helyen az Egyesült Államok szerepel, ahonnan 2010-ben egyes előrejelzések szerint csaknem 6 millió állampolgár utazott vagy fog utazni külföldre orvosi szolgáltatásért [6]. A képzeletbeli dobogó további fokain két, hazánkhoz földrajzilag közeli ország áll: Nagy-Britannia és Oroszország, ami a hazai egészségturisztika stratégiája szempontjából fontos. Az egészségturizmus jövőjére vonatkozóan sokat ígérő adat, hogy a szektor szereplőinek (egészségügyi szolgáltatók, ellátásszervezők) több mint háromnegyede további növekedést prognosztizál az elkövetkező évekre [5].

DÖNTÉSI SZEMPONTOK AZ EGÉSZSÉGTURIZMUSBAN

Az egészségturizmus növekedése, fejlődése azonban nemcsak a számokban és az egészségturisztikai iparban végzett felmérések mutatóiban érhető tetten, hanem az egészségturisztikai szokások változásában is. Az egészségturisták egyre tudatosabbak és informáltabbak, keresési illetve választási attitűdjeik hasonlóak más fogyasztói csoportokéhoz. Egyre kevésbé hajlamosak fizetni nem kellően ismert és igazolt szolgáltatásokért és egyre több időt szakítanak arra, hogy a legjobb lehetőségeket és a legtöbb hasznos információt megkeressék [7].

Az egészségügyi turizmussal kapcsolatos fogyasztói döntés kétségtelenül egy kihívásokkal teli, összetett feladat, amely kellő kritikai érzéket, szervezési képességet, tűrőképességet, kulturális és szociális érzékenységet, ugyanakkor kalandvágyat, nyitottságot is igényel. Egy nemrég lezárult, globális egészségturisztikai felmérés szerint a döntési szempontok között első helyen szerepel a megfizethetőség (88%), vagyis az az előny, amelyet az anyaországi szolgáltatásoknál lényegesen kedvezőbb árak jelentenek [8]. A megkérdezettek 66%-ának fontos döntési szempont a hozzáférhetőség, 57%-nak a minőségi szolgáltatás, amely alapvetően a high-tech eszközpark, a megalapozott szakmai reputáció és a kimagasló sikerességi ráta meglétére vonatkozik. Maga a döntési folyamat is összetett, hiszen az egészségturizmus iránt nyitott betegek először arról döntenek, hogy egyáltalán utazzanak-e és csak második lépésben arról, hogy hova, ráadásul mindezt a szükséges orvosi szolgáltatás jellege, a célország eléréséhez kapcsolódó útiterv és a pénztárcájuk vastagsága is befolyásolja.

AZ INTERNET SZEREPE ÉS JELENTŐSÉGE

A döntési folyamatokhoz kapcsolódó információkeresés és -gyűjtés egyik legkedveltebb forrása az internet, az egészségturizmussal kapcsolatosan érdeklődők 73%-a a világhálón keres adatokat és információkat [9]. Az interneten való keresési magatartás nagyon fontos és jellemző lenyomata a fogyasztói szokásoknak és értékes betekintést nyújt az emberek gondolkodásába. A jelek szerint, más fogyasztói csoportokhoz hasonlóan, az egészségturizmus iránt érdeklődők is kerülnek az unalmas, nagyon áttekinthetetlen, vagy nagyon lassú weboldalakat. Az interneten való gyors és lényegyet megragadó információszerezés igénye a potenciális egészségturistáknál is megfigyelhető, így nem csoda, hogy az internet felhasználók 57%-a három másodpercen belül elhagyja a számára nem vonzó, nem attraktív weboldalakat [2].

A világháló és az azon keresztül elérhető tartalmak fejlődése az elmúlt évtizedben is töretlen fejlődést mutatott. A legfrissebb statisztikák szerint 2010-re a rendszeres internet-használók száma világ szinten csaknem elérte a kétmilliárd főt, ami közel négy és félszeres növekedést jelent az ezredforduló óta [10]. Az Európai Unió országaiban az inter-

net penetráció (a rendszeres internet használók aránya a lakosságon belül) 67% fölött van, ez több mint kétszerese a világlátlagnak. A világháló használóinak száma Magyarországon is folyamatosan növekszik, napjainkban a magyar lakosság 55%-a tekinthető rendszeres internet használónak [11].

Mindezek alapján érthető, hogy az egészségturizmus iránt nyitott, potenciális páciensek az adott célországról (amelyben általában még soha nem jártak) és annak egészségügyi szolgáltatásairól a legtöbb és legjobb információt az interneten keresztül tudják hatékonyan beszerezni, hiszen jelenleg már több mint 3,7 millió weboldal tartalmaz egészségturizmushoz, egészségügyi utazáshoz (health travel) kapcsolódó tartalmakat [12]. Az ezeken az oldalakon böngésző látogatók, az egészségturisztikai információk gyűjtése, értékelése során az adott szolgáltató (orvos/fogorvos) szakértelme és szakmai jártassága mellett nagyon nagy jelentőséget tulajdonítanak a korábbi egészségturisták javaslatainak, értékeléseiknek. A „people like me” effektus itt is érvényesül: az egészségturizmus lehetőségét mérlegelők előszeretettel fogadják a hasonló problémákkal küzdő, az adott szolgáltatást már igénybe vett emberek véleményét, tapasztalatait, melyeket különböző internetes fórumokon, egészségügyi szolgáltatók weboldalain osztanak meg [7].

Nemzetközi szinten már sok egészségturisztikai szolgáltató rájött arra, hogy nem érdemes ignorálni a korábbi páciensek (ügyfelek) véleményét, tapasztalatait, hiszen számukra nem pusztán az adott beteg elégedettsége a fontos, hanem az is, hogy egyfajta „utazó nagykövetként” ajánlja másoknak is a szolgáltatásokat. Ennek érdekében, az internet adta lehetőségeket kihasználva kifejezetten biztatják korábbi betegeiket, hogy hiteles – megtörtént és sikeres – el látásuk történetét sűrűn látogatott online fórumokon és/vagy a szolgáltató weboldalán megosszák. Emellett a korábbi pácienseket rendszeresen elektronikus hírlevélben tájékoztatják a bővülő egészségügyi szolgáltatások lehetőségeiről, továbbá rokonok és barátok számára adható (árkedvezményrel járó) utalványokat küldenek e-mailben [13].

MI A HELYZET MAGYARORSZÁGON?

Az internet jelentőségének fényében érdemes röviden áttekinteni a magyar egészségügyi szolgáltatók (alapvetően a kórházak) online jelenlétét, hiszen a hazai egészségturizmus fejlesztése érdekében fontos, hogy miképpen tudnak bekerülni a fejlődés fő sodrásába, miképpen tudnak fizetős külföldi betegeket toborozni az intézmények, miképpen tudják ezzel kapcsolatos szolgáltatásaikat kellő attraktivitással bemutatni a világhálón. Az egészségügyi intézmények honlapjainak témájával kevés hazai közlemény foglalkozik, ezek is döntően a honlapok általános tartalmi, funkcionális és grafikai szempontjait értékelik. Általános megállapításuk, hogy a fekvőbeteg ellátó intézmények az internet, mint információforrás adta előnyöket nem használják ki sem a betegekkel, sem a szakmai szervezetekkel, társintézményekkel való kapcsolattartásban. Egy, a megyei kórházakra kiterjedő

elemzés szerint, az intézmények alig 10%-ában biztosított a fogyatékkal élők számára elérhető internetes információ és a honlapok kevesebb, mint fele tartalmazott megfelelő keresőfunkciót [14].

A szerző által végzett, 113 hazai fekvőbeteg ellátó intézmény weboldalaira kiterjedő elemzés alapján keresőfunkciót a kórházi weboldaloknak jelenleg már csaknem 60%-a tartalmaz, és az intézmények közel 75%-a feltünteteti weboldalán a fizetős szolgáltatásokat, azonban további, egészségügyi szempontból jelentős funkciók és tartalmak még mindig elenyésző mértékben fordulnak elő a közfinanszírozott intézmények honlapjain. A vizsgált weboldalak alig 6%-ában találhatóak idegen nyelvű menüpontok és/vagy tartalom, ezek döntően a nyugati határ menti megyék kórházainak német nyelvű oldalaira korlátozódnak. Az egészségügyi szempontból érdeklődők számára oly informatív, betegelégedettségi eredményekről szóló beszámolók, illetve korábbi betegek által írt vélemények, tapasztalatok (testimonials) a hazai kórházi weboldalakon nem kerülnek megjelenítésre, pedig az „online szájhagyomány” szerepe igen jelentős az egészségügyben. Ugyancsak ritka az olyan weboldal (alig 7%) amely a kórház környékének látványával, „vendégcsalogató” nevezetességeivel kapcsolatos információkat szolgáltat. Utóbbi azért lenne fontos, mert a felmérések szerint, az egészségügyi turisták 83%-a kíséreléssel (többnyire családtag) utazik, akiknek 95%-a részt is vesz valamilyen kapcsolódó turisztikai programban (városnézés, kirándulás stb.) [9] Betegeknek szóló hírlevél egyetlen egy kórházi weboldalon sem található, feltételezhető, hogy az intézmények a korábbi, fizetős külföldi betegekkel a kapcsolattartást más módon, vagy egyáltalán nem kezelik.

ÖSSZEFOGLALÁS

Az egészségügy trendjei alapján a jövőben fejlődés prognosztizálható a világ turisztikai piacán. Az is nyilvánvaló, hogy az internet nemcsak az egészségügy potenciális betegeinek információs forrásaként, de az őket ellátó egészségügyi intézmények számára is (jelenleg többnyire kiaknázatlan) lehetőségeket nyújt a betegekkel való kapcsolattartás, további betegek elérése, megszólítása területén. Magyarország jelenleg jónak mondott egészségügyi turisztikai piaci pozíciója hamar kedvezőtlen irányban alakulhat, ha az egészségügyi turisztikai döntési folyamatok megismerésének szükségességét és az internet, mint elsődleges információforrás jelentőségét alábecsüljük.

Kétségtelen, hogy a hazai közfinanszírozott egészségügy jelenleg anyagi és humán erőforrás tekintetében is komoly forráshiánnyal küzd és a mindennapi, üzemszerű működésben a weboldalak fejlesztésénél, az egészségügyi turistákkal való kapcsolattartásnál nagyobb prioritású feladatok is vannak. Mindazonáltal a jövő egészségügyi turisztikai célkitűzéseinek érdekében fontos, hogy az ágazati szereplők a piacszerzési problémák megoldása és a kiegészítő szolgáltatások bővítése (pl. idegen nyelvtudás fejlesztése) mellett az egészségügyi turisztikai szempontból potenciális ügyfélkör számára hasznosuló infrastrukturális fejlesztésekre is kellő figyelmet fordítsanak. Ez különösen igaz az intézmények „karakataira”: a honlapokra és azok tartalmára, funkcionalitására. A nemzetközi trendek alapján, ha az egészségügyben nem is az online jelenlét önmagában a siker záloga, de bizonyos, hogy annak hiánya vagy fejletlensége a sikertelenség egyik alapvető oka lehet.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] Új Széchenyi Terv, <http://szechenyiterv.gov.hu/data/cms2083969/Egeszsegugy.pdf>
- [2] How trends in global travel will change medical tourism, <http://www.imtj.com/articles/2010/trends-in-global-travel-30079/>
- [3] Kincses Gyula: Az egészségügyi turizmus helyzete, jövőképe, szükséges fejlesztési irányai, IME -Az egészségügyi vezetők szaklapja IX. évfolyam 6. szám, 2010. július-augusztus
- [4] National Center for Policy Analysis: Medical tourism: global competition in health care, <http://www.ncpa.org/pdfs/st304.pdf>
- [5] Keith Pollard: Results of the Medical Tourism Climate Survey 2010, <http://www.imtj.com/articles/2010/medical-tourism-climate-survey-30055/>
- [6] Medical Tourism – one answer to rising health care costs?, <http://www.examiner.com/health-care-in-miami/medical-tourism-one-answer-to-rising-health-care-costs>
- [7] Keith Pollard: Patient choice in medical tourism, Let's hear the patient's voice, <http://treatmentabroad.blogspot.com/2010/05/patient-choice-in-medical-tourism.html>
- [8] Prem Jagyasi: Medical Tourism Research and Survey Report, http://www.drprem.com/Medical_Tourism_Research_and_Survey_Report_by_Dr_Prem_Jagyasi.pdf
- [9] Medical Tourism Association: MTA Releases First Patient Surveys on Medical Tourism, <http://www.medicaltourismmag.com/issue-article/mta-releases.html>
- [10] <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- [11] N.R.C Internet Marketing Tanácsadó és Piackutató Kft.: TNS-NRC InterBus Kutatás – 2009/I., http://nrc.hu/kutatas/internet_penetracio?page=details&oldal=1&news_id=465&parentID=924

[12] Keith Pollard: Let's abandon medical tourism,
<http://www.imtj.com/articles/2010/lets-abandon-medical-tourism-30074/>

[13] Keith Pollard: Past experience and patient choice in medical tourism,
<http://www.imtjonline.com/articles/2009/past-experience-and-patient-choice-in-medical-tourism-30011/>

[14] Precess Public relations and Marketing: Miről árulkodnak a kórházak honlapjai?
<http://precess.hu/2008/04/22/mirol-arulkodnak-a-korhazak-honlapjai/>

A SZERZŐ BEMUTATÁSA



Dr. Mayer Ákos Budapesten született, egyetemi tanulmányait a berlini Humboldt Egyetemen és a budapesti Semmelweis Orvostudományi Egyetemen végezte. Szakmai pályafutását a B. A. Z. Megyei Kórház sebészeti osztályán kezdte, majd az Uzsoki utcai Kórház intenzív terápiás osztályán töltött két év után a Szent Imre Kórházban sebész

szakorvosként dolgozott és részt vett az intézmény minőségügyi munkacsoportjának, illetve surveillance bizottságának munkájában. 1999 óta foglalkozik minőségirányítással,

minőségfejlesztéssel az egészségügy különböző területein. 2004-ben nemzetközi egészségügyi minőségmenedzser, 2007-ben pedig egészségügyi szakmenedzser diplomát szerzett. 2000-ben közreműködött az OTP Egészségprogram kialakításában, majd több magán-egészségügyi szolgáltatónál töltött be orvos-igazgatói, illetve minőségügyi vezetői pozíciót. 2008 óta az Egészségügyi Minőségfejlesztési és Kórháztechnikai Intézet Uniós Pályázatok Igazgatóságának vezetője, melynek keretében projektek minőségbiztosítását koordinálja, továbbá az ágazat infrastrukturális fejlesztésével kapcsolatos minőségügyi feladatokat lát el.

Beszámoló az MFKI konferenciájáról „Az egészség, mint gazdasági érték” címmel

Két éve annak, hogy a Magyar-Francia Kereskedelmi és Iparkamara, az MFKI kibocsátotta az Egészség Chartát, mellyel az aláíró tagvállalatok kifejezik társadalmi szerepvállalásukat munkavállalók munkakörülményeinek egészségesebbé tételében azáltal, hogy kötelezettséget vállalnak a szűrési programokon alapuló egészségmegőrzés előmozdítására a munkavállalók egészségesebb életmódra való orientálására.

A Magyar-Francia Kereskedelmi és Iparkamara tagvállalatai elő kívánják segíteni az egészségtudatos gondolkodás széles körben történő elterjesztését azáltal, hogy támogatják munkavállalók sportolását, a munkaügyi étkeztetésben pedig előnyben részesítik az egészséges táplálkozást. Vállalják, hogy sikeres programjaikat egymással megismertetik, a megvalósításhoz szükséges szakmai ismereteket egymásnak átadják.

A Charta céljainak megvalósításában vezető szerepet vállalt a két vezető gyógyszeripari tagvállalat a Servier és a sanofi-aventis/Chinoin, amelynek elsődlegesen is az egészségfejlesztés és megőrzés a szakterülete.

Az Egészség Charta égisze alatt az MFKI idén október 29-én rendezte meg konferenciáját „Az egészség, mint gazdasági érték” címmel, melynek célja felhívni a figyelmet a francia gyógyszergyártó cégek jelentős hozzájárulására a magyar gazdaság fejlődéséhez, valamint megismertetni az ország versenyképességét meghatározó kutatás-fejlesztési tevékenységekben történő szerepvállalásukat. A konferencia előadások során a résztvevők betekintést nyerhettek a tagvállalatok sokrétű tevékenységébe, mellyel közreműködnek az egészségvédelemben és a megelőzésben, úgymint a szűrővizsgálatok megszervezése, a dolgozók influenza elleni védőoltásának biztosítása, a sportolás vagy az egészséges táplálkozás biztosítása a munkavállalók számára.

Folytatás a 23. oldalon