

Az egészségturizmus perspektívái, - magyarországi konzekvenciák¹.

Alaptendenciák a világ egészség-turisztikai piacán

A XXI. század egészségügyi tendenciái mind a gyógyturizmus fejlődésének irányába hatnak. A fő okok az alábbiakban foglalhatók össze.

A szükségletek növekedése, amit nem követnek a közforrások és a kapacitások

Ma már közhely számba megy, hogy a gazdaság növekedése a demográfiai folyamatok mellett egyetlen államban sem tud lépést tartani a technológiai fejlődéssel, így az egészségügyi szükségletek – és az ebből fakadó igények – folyamatosan növekednek, de a közfinanszírozási rendszerek (állami egészségügyi szolgálatok, társadalombiztosítások) ezt forrásoldalról nem tudják teljes egészében követni. A közforrások hiányához egyes országokban a humánerőforrás-hiány (orvos és szakápoló hiány) is társul, ami tovább fokozza egyes térségekben a mennyiségi és minőségi ellátási hiányt. Lényeges, hogy mindkét hiány (úgy a pénzsűke, mint az orvoshiány) tartós, a rendszerben kódolt, tehát nem átmeneti problémáról van szó.

Mindebből két dolog következik:

- a szolgáltatásoknak egyre nagyobb hányada kerül át a magánfinanszírozásba, ahol a betegek költségérzékenysége szabja meg az ellátás igénybevételének módját, helyét,
- egyes területeken nőni fognak a mennyiségi és minőségi ellátási hiányok a közszolgáltatások területén, ami a betegek mozgását vonja maga után.

A költségérzékenység erősödése a közfinanszírozásban

A betegmobilitás fő mozgatója ma az egyén választása (költségérzékenység vagy hiánypótlás miatt), de a költségérzékenység a közösségi rendszerekben is egyre meghatározóbb attitűd. Ez a folyamat az USA magánbiztosításaiban már elkezdődött, ahol a költségek (és ezen keresztül a biztosítási díj) leszorítása érdekében már sok esetben az olcsóbb külföldi szolgáltatók felé irányítják a betegeket. Ez a tendencia megjelent a közfinanszírozású rendszerekben is, mert a budgetek tarthatósága, és a jó ár/érték arány a köz vásárlásaiban is egyre inkább meghatározó követelmény. A korszerű egészség-biztosítások fontos célja, hogy a rendelkezésre álló forrásból a legtöbb egészség-nyereséget eredményező szolgáltatásokat és termékeket vásárolják a biztosítottaknak. Mindez a közszolgáltatások esetében is a külpiacról vásárolt szolgáltatások arányának növekedését vetíti elő.

A közfinanszírozású rendszerekben ugyanakkor ez a kérdés összetettebb. Mert a költséghatékonyság ebbe az irányba hat, de a makrogazdasági szempontok miatt a költségkontroll (a kassa tarthatósága) szintén meghatározó szempont. Az egészségügyi költség-kontroll egyik leghatékonyabb eszköze a kapacitáskontroll (bővebben lásd még: kórházbezárások), és az ebből fakadó sorolási kényszer, a várólisták bevezetése. A külpiacok bekapcsolása megtakarítást jelent a szolgáltatások vásárlásánál az olcsóbb ár miatt, de egyúttal kinyitja a kapacitásokat (nő a megvásárolható szolgáltatások tömege), azaz a költségkontroll egyik leghatékonyabb eszközét gyengíti. (Nem véletlen, hogy a betegmobilitással kapcsolatos új direktíva, amelyik a szolgáltatások szabad áramlása elvén támogatja a határon átnyúló közszolgáltatások terjedését, csak a járóbeteg-ellátásban nyitja fel a sorompókat...).

Ezért itt a hatás nem jósolható meg egyértelműen, de bizonyosan a közfinanszírozás területén is növekedni fog a gyógyturizmus szerepe, várhatóan elsősorban a jól definiálható indikációjú, nem halasztható/kiváltható szolgáltatások esetében a „ha már mindenképpen kell, akkor legalább olcsóbb legyen” elv alapján.

¹ Egy nagyobb tanulmány részeként készülő fejezet előzetes publikálása.

Az egészségügyi technológiák körének tágulása – az egészség és egészségmegőrzés felértékelődése.

Az orvostudomány és általában a technológiák (pl.: informatika, nano-technológiák, genomika, infobionika stb.) fejlődésének finanszírozási következményeiről már írtunk. Ugyanakkor az elmúlt fél évszázad jellemző tendenciája, hogy az egészség megőrzésének, helyreállításának eszköztára szemléletileg is kitért: a tradicionális európai orvoslás mellett megnőtt a nem orvosi eszközökkel történő prevenció és egészségmegőrzés (wellness, fitness, életmódprogramok stb.), valamint az „alternatív/komplementer” medicina iránti igény, a kínai orvoslástól a természetgyógyászat számtalan ágán át a különböző más kultúrákból átvett gyógyászati szolgáltatásokig.

Ezeknek az eljárásoknak a zöme bizonyosan a piaci szegmensre hagyatkozik, és – hagyományos turisztikai szolgáltatásokkal kiegészítve – az egészség/gyógyturizmus jelentős szegmensét adják a későbbiekben is. Ennek felfutása lehet, hogy mérséklődik – bár a válság utáni helyzet várhatóan újabb lökést ad a területnek –, de az nem vitatott, hogy ez a piac nem divat termék, hanem tartós része az egészségpiacnak. Márcsak azért is, mert a közfinanszírozású szolgáltatások drágulása felértékeli az öngondoskodást, egészségmegőrzést és az olcsóbb alternatív kezelési módokat.

Mindezek alapján összességében kimondhatjuk, hogy **az egészségturizmus – azon belül kiemelten a gyógyturizmus – egy tartósan fejlődő, folyamatosan bővülő piac lesz a világban, és Európában ennek a piacnak a további élénkülése várható.**

Az egészségturizmus perspektívái Magyarországon

Ezen a dinamikusan fejlődő piacon Magyarország jó startpozíciókkal rendelkezik. A kérdés az, hogy Magyarország számára is ilyen automatikus-e a piac növekedése a későbbiekben, és **milyen stratégiát kell választanunk ahhoz, hogy pozíciónkat őrizzük, illetve tovább javítsuk.**

Előjáróban le kell szögeznünk, hogy **a globális piacfejlődés – a magyar piac sajátosságai miatt – nem feltétlenül jelent automatikus, arányos fejlődést a magyar piacon is. Magyarország jelenlegi piaci előnyei ugyanis olyan tényezőkre alapozottak, amelyek önmagukban nem garantálják a piac további fejlődését.**

A magyar egészség/gyógyturizmus két ágának a perspektívái, problémái részben különbözők, így külön tárgyaljuk a hagyományos, a gyógytényezőkre (elsősorban gyógyvizre) épülő, és az abból kinövő „vízbázisú” egészségturizmus, valamint az orvosi szolgáltatásokra épülő gyógyturizmus kérdéseit.

A hagyományos, a természeti erőforrásokra, turisztikai létesítményekre alapozott gyógyturizmus jövője

A magyar gyógyturizmus klasszikus ága, deklarált zászlóshajója a gyógyvizre alapozott gyógyturizmus. Ebben régi, monarchista hagyományaink vannak, de egyes területek (Hajdúszoboszlótól Zalakarosig) a szocializmus alatt is népszerűek voltak és fejlődtek (a kor színvonalának és igényének megfelelően).

Ezen a területen – amikor a meleg vízű fürdő még a termálvízre épült – a kiemelkedő természeti és jó szakmai adottságok miatt Magyarország nagy ismertségre tett szert, és ebben az egész világon ismertek vagyunk, elsősorban pár, kiemelkedően gyönyörű budapesti gyógyfürdő révén. Sokan ezt tartják a gyógyturizmus, illetve általában a turizmus kitörési pontjának, hiszen természeti adottságaink valóban kiválóak. A világ ugyanakkor ma mást gondol erről.

Az utóbbi évtizedben ennek jó az adottságnak a kiaknázása veszélybe került, két okból is. Az első, hogy a világ sajnos más irányba indult: **a világ turisztikai piacán a barna medencék divatját kezdi kiszorítani a kék medence.** Régen fürdő általában ott volt, ahol termálvíz volt, és ezek közül szelektálódttak ki a gyógyhatású termálvizek (gyógyvizek), és erre épültek rá a gyógyászati szolgáltatások. Így a „vízbázisú” rehabilitációs és prevenciók ellátások a speciális természeti gyógytényezőhöz, a gyógyvízhez, gyógyiszaphoz, gyógyfürdőkhöz, és az ezekre épülő gyógy szállókhoz kötődtek. Ezek viszonylag unikálisak voltak, nevük volt, messziről felkeresték őket, mert viszonylag nagy földrajzi területek nem rendelkeznek ilyen adottsággal.

Világtendencia, hogy a természetes gyógytényezőkre alapozott gyógyfürdők klasszikus pozícióját kezdik kiszorítani az élményfürdők, a gyógy szállókét a wellness szállók². A térfoglalás egyszerű: a kékmedencés divat is egészségfejlesztő, sőt: miután nem természetes gyógytényező, hanem telepített eszközökön, berendezéseken alapul, valamint nemcsak betegeket, hanem egészségeseket is céloz, kevésbé szűk spektrumú, mint egy klasszikus gyógyfürdő, aminek terápiás spektrumát meghatározza a víz összetétele. Ma már a wellness ipar kliséjére a rehabilitációban is megjelentek a „kékmedencés” intézetek, azaz a gyógyfürdők, gyógy szállók vendégkörét megcélazzák gyógyvíz nélküli intézmények is.

A második probléma: a gyógyvíz alapú létesítmények – elsősorban az építés dátumából fakadóan – nem, vagy csak részben követték az idegenforgalmi infrastruktúra fejlődését. Különösen igaz ez a magas hozzáadott értékkel rendelkező gyógy-intézményekre.

Magyarország lehetőségei a külpiacon tekintetében a wellness/élményfürdők esetében korlátozottabbak, ez a terület inkább a belföldi keresletre épül. Azt az elemi hiányt, amit akár a szálláshelyek eladhatósága, akár a belföldi turizmusigény jelentett, már zömmel pótolták a Széchenyi-terv fejlesztései, illetve az azóta épült ilyen jellegű létesítmények.

A wellness szállók, élményfürdők piacán nehéz nemzetközi szinten is piacképesnek lenni: ehhez a természetes gyógytényező helyett másfajta természeti adottságok – pl. tenger, síközpont stb. közelsége – szükséges, emellett a tőkeerő a meghatározó. Így ezen a piacon Magyarországnak csak közepes adottságai vannak. A probléma tehát az, hogy amíg a gyógyvíz speciális természeti adottsághoz kötött és nem lehet akárhol, addig a kékmedencés turizmus bárhol lehet, ahol van megfelelő tőke, illetve elég turisztikai attraktivitás. Ezekben pedig – ellentétben a gyógyvízzel – nem vagyunk nagyhatalom.

A külpiacon lehetőséget korlátozza az a tény is, hogy a wellness szállók vendégei – ellentétben a gyógy szállókkal – a rövid tartózkodást preferálják, ami beszűkíti a potenciális vendégkört. A gyógy szállókkal ellentétben a wellness szállók kínálata ezért elsősorban a hazai vendégeket célozza, a külföldi viszonylatban levő remények kizárólag árelőnyre alapozottak. Ezért a kékmedencés egészségturizmus önmagában nem lehet tartós kitörési pont, *de az ilyen irányú fejlesztések fontosak az általános turisztikai infrastruktúra korszerűsége miatt, és a gyógyvíz alapú szolgáltatások sem árulhatók sikerrel akkor, ha a barna medence mellett nincs ott a kék is.*

Ezért a „vízbázisú” turizmusban a külpiacon tekintetében **a gyógyvíz alapú gyógyturizmus fejlesztése jelenti a reális jövőképet**, de a gyógyvíz hasznosításában a minél szélesebb spektrumú, szakmai tartalmában és a kiszolgáló létesítményekben magas színvonalú szolgáltatások fejlesztése a kulcs. Ez az a terület, amiben Magyarország unikális tud lenni, és ezért tartós piaci szereplő maradhat.

² A kor szellemére jellemző, hogy a gyógy- és termálvízben kiemelkedően gazdag Budapesten a legújabb és legnagyobb élményfürdővel együtt épülő szállodában sem termál, sem gyógyvíz nincs.

Ez stratégiailag a következőket igényli:

- a gyógyfürdőket, gyógyszállókat 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 gyógyvíz alapú szolgáltatásokban növelni kell a medikális szolgáltatások arányát, ahol lehet az adott probléma teljes vertikumát kell egy intézményben/térségben nyújtani (a mozgásszervi betegségek kezelésére alkalmas gyógytényezőkhöz a gyógyászati szolgáltatásokon kívül a medical wellness szolgáltatásai mellett reumatológia és ízület-sebészeti központ is társul),
- a marketingben erősen kell használni a szakmai elemeket, a víz unikális jellegét, terápiás spektrumát. Igaz ez akkor is, ha ez inkább marketing célú, és a konkrét betegeknél szélesebb közönséget céloz meg a tudományos megalapozottság hitelességével.

Ez a komplex megközelítés jelenthet reális jövőképet, ez adhatja vissza a barna medence tekintélyét, és ez is a hagyományos – gyógy-tényezőkre alapozott – és a modern, orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus szinergizmusát indokolja.

Összességében megállapítható, hogy a hagyományos gyógy- és egészségturisztikai terület jövőképe szempontjából a **wellness részlegek és élményfürdők fejlesztése a hagyományos turisztikai kapacitások pozícióőrésének feltétele**, ezek a beruházások ma már az elvárható turisztikai infrastruktúra részévé váltak, ami nélkül egy szálláshely már nehezen adható el, illetve egy térség turisztikailag nehezen promotálható. Mindebből következik, hogy *a külpiac számára önálló vonzerőként, kitérési pontként sajnos nem jelentős a szerepük.*

Az **unikális gyógyvízkincsünk** a kedvezőtlen nemzetközi tendenciák miatt jelentőségében leértékelődött, de komplex egészségfejlesztési infrastruktúrával, fejlett orvos-szakmai ráépülő szolgáltatásokkal a korszerű wellness igényeket is kielégítve megfelelő – elsősorban orvosi tudományos bizonyítékokra épített – marketinggel a gyógyvíz a **magyar egészségturizmus megkülönböztető emblémája lehet.**

Orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus jövőképe

Magyarország az orvosi szolgáltatások piacán egyes területeken ma igen jól pozicionált, egyes területeken (pl. fogászat, esztétikai sebészet) Európában a piacvezetők között vagyunk. Ugyanakkor ez a tény sem adhat okot a hátradólásra.

Mint azt a piacelemzési részben kifejtettük, egészségturizmus területén a vezető szolgáltató országok két nagy csoportba oszthatók:

- árelőny miatt preferált országok,
- minőségelőny miatt preferált országok.

Magyarország ma egyértelműen az árelőny típusú desztinációk csoportjába tartozik, azaz népszerűségünk – zömmel, vagy elsősorban – az olcsóságunkból fakad. A magyar gyógyturizmus ma az „*azonos minőség – olcsóbb ár*” szlogennel áruhátható, és azokon a területeken, ahol a piacvezetők között vagyunk, az olcsóbb ár vonzza a külföldi betegeket. Jó hír, hogy a szlogenből az „*azonos minőség*” is igaz, legalábbis a szolgáltatások szakmai tartalmára mindenképpen.

Ugyanakkor a **jelentős árelőny tartása** az európai integrációs folyamat kapcsán **nem lehet tartós cél**. Az árelőnyünk ma alapvetően a munkaerő olcsóságából fakad, mert az anyagokat, eszközöket a magyar egészségügy is a nemzetközi piacon vásárolja, nemzetközi áron. Ugyanakkor magától értetődik, hogy az európai integrációban nem lehet stratégiai célként kitűzni azt, hogy egy magyar orvos 20 év múlva is csak fele-harmadát keresse, mint egy német vagy angol kollegája. Így az olcsó munkaerőre alapozott árelőny őrzése sem lehet tartós cél.

Mindezek alapján a reális **stratégiai cél** az, hogy **Magyarország az árelőny típusú szolgáltatás-csoportból a minőségelőny/hiánypótló szolgáltatást nyújtó csoportba kerüljön át**.

Ez természetesen csak folyamatként értelmezhető, és az árelőnyünk elolvadásával párhuzamosan kell a piaci pozíciókat megfelelő fejlesztésekkel és marketinggel minőség-előnyre konvertálni. Amit fontos kiemelnünk: ez a folyamat szerencsére elkezdődött. A fogászatban az árelőny mellett a legkorszerűbb, a fejlett államokban még nem mindenütt rutinszerűen alkalmazott technológiákat megtalálhatók Magyarországon, az esztétikai sebészetben a térségből minket megelőző Csehek árelőnnyel és nem minőségelőnnyel állnak előttünk, tehát a magyar esztétikai sebészet jó pozíciója nem elsődlegesen árelőnyre alapozott.

Az alapok megvannak ehhez, mert a piacképes szolgáltatásaink szakmai tartalma ma is nemzetközi színvonalú, javulás elsősorban az egészségügyi kiszolgáló és kapcsolódó turisztikai szolgáltatásokban szükséges.

Szintén jók az esélyeink a hiánypótló szolgáltatásokban, ahol megfelelő minőség és minőségi garancia mellett az ellátások várakozás-mentes nyújtása jelenthet piaci előnyt. **A hiánypótló ellátások, és azok színvonalának egyenszilárdságú, ellenőrzött/tanúsított emelése** helyezheti el végleg Magyarországot az egészségturisztikai térképen: magas színvonalú, jó hozzáférésű, megbízható hiánypótló egészségügyi szolgáltatások, kedvező áron (de nem árelőnyre alapozott dömping áron). Ezt a jövőképet kell megcélozni, és ezért a marketingben már most a minőséget kell hangsúlyozni. Mindennek feltétele a minőség-management rendszerek fejlesztése, amelyek feltétele egy, a szolgáltatások minőségét, a betegbiztonságot és a panaszkezelési rendszert magába foglaló minőség-tanúsítási rendszer, és egy erre épülő védjegy kifejlesztése.

Mindez az általános turisztikai szempontok miatt is fontos: az árelőny miatt érkező beteg nem elég jó vendég, azaz nem sokat költ az általános turisztikai infrastruktúrára. Ugyanakkor a minőségelőny miatt érkező beteg, mint vendég is igényesebb, és többet költ az egészségügyi ágazaton kívül is.

Összegzés

Az egészségturizmus – annak mindkét ága – a világ dinamikusan fejlődő ágazata, és ez a piac a külső determinációk miatt garantáltan tartósan bővülni fog. Magyarország ezen a piacon igen jó startpozíciókkal rendelkezik, ugyanakkor a piaci pozíció őrzése fejlesztéseket és szemléletváltást igényel. A gyógyvízkincsünk kiaknázása a komplexitással, a ráépülő szolgáltatások minőségének fejlesztésével és az orvosi bizonyítékokat is magába foglaló marketinggel lehetséges, az orvosi szolgáltatások esetében az árelőny típusú piaci pozíciókat minőségelőnyre kell konvertálni.

Budapest, 2009. szeptember 3.

Kincses Gyula