

Az egészségturizmus magyarországi perspektívái – egy megújított stratégia ágazati szempontjai

Dr. Kincses Gyula
Főigazgató
ESKI

Egészségügyi
Stratégiai
Kutatóintézet

Tartalomjegyzék

Miért fontos Magyarországnak a gyógyturizmus?	3
Nemzet-stratégiai szempontok	3
Ágazati szempontok	3
Miért az egészségturizmus a kitörési pont?	4
1. A gyógyturizmus dinamikusan fejlődő piac, jelentős gazdasági potenciállal	4
2. Jó adottságokkal, alapokkal rendelkezünk	4
3. Tartós, kiszámíthatóan fejlődő piacról van szó	5
SWOT analízis	6
Az egészségturizmus perspektívái – a fejlesztés lehetséges új irányai	7
A komplex stratégia – a szinergista hatás	7
Az egészségturizmus jövőképe Magyarországon	8
Hogy működhet az egészségügy és a turizmus szélesebb együttműködése a gyakorlatban?	9
Új irányok	10
Egészségpolitikai megfontolások a fejlesztésekben	10
Feladatok a gyógyturizmus fejlesztésében	12
1. A gyógyturizmust a nemzetstratégia központjába kell állítani	12
2. A fejlesztési stratégia megújítása	12
3. A piaci szegmensek és szereplők beazonosítása	14
4. Az ÚMFT forrásfelhasználásában a fenti prioritások érvényesítése	15
A fejlesztési támogatások egyensúlyának helyreállítása	15
Javaslatok a fejlesztési források felhasználásához	15
5. A terület fejlesztéséhez központi marketinget kell biztosítani	16
6. A minőségi hitelesség érdekében komplex rendszert kell kialakítani	19
7. Innováció-barát fejlesztési- és szabályozási környezet kell kialakítani	19
Várható hatások	20
Várt eredmények az ország és a költségvetés szempontjából	20
Várt eredmények a turizmus ágazat szempontjából	20
Várt eredmények az egészségügyi ágazat szempontjából	20
A fenti javaslat összességében	21
Összegzés	21

Miért fontos Magyarországnak a gyógyturizmus?

Az egészségturizmus – ezen belül kiemelten a gyógyturizmus – fejlesztése, központi támogatása az ország alapvető érdeke. **Fontos az ország újrapozicionálása, jövőképeinek meghatározása szempontjából, de fontos önmagában úgy az egészségügyi, mint a turisztikai ágazat számára is.**

Nemzet-stratégiai szempontok

Ismert állítás, hogy a gazdasági válság várhatóan átrendezi a világgazdaságot, a fellendülés már egy új, átrendezett világgazdaságban következik be új prioritásokkal, és a szereplők egyensúlyának újraosztási lehetőségével. A válságkezelésben ezért *már a válság utáni időszakra is gondolni kell: Magyarországnak is újra kell pozicionálnia magát az átrendeződött világgazdaságban, és ehhez jól meghatározott ország-prioritások kellenek.*

Magyarország jövőképeiben egyrészt a geopolitikai helyzetünket kihasználva egyfajta hídfőállás szerepre kell törekedni (logisztikai központok, headquarter stb.), másrészt a **szolgáltatásokra alapozott ágazatoknak**, ezen belül **kiemelten az egészségügynek**, és az erre épülő/ezt megalapozó **egészségiparnak**, és ennek keretében az **egészségturizmusnak kell kiemelt prioritássá válnia.**

Ágazati szempontok

Az ország-jövőkép mellett az egészségturizmus szerepének újragondolását indokolja az is, hogy *elengedhetetlen az egészségügy és a turizmus újrapozicionálása is, mindkét ágazatban szemlélet és szerkezetváltásra van szükség.* Ez a folyamat mindkét ágazatban elkezdődött.

Az egészségügyet – a megkezdett folyamatok továbbvitelével – **közellátó szolgálatból modern közszolgáltatási rendszerre kell alakítani.** A válság nélkül is világossá vált, hogy *egy korszerű ellátórendszer kizárólag közfinanszírozásból nem tartható fent*, és fejlődése sem biztosítható a kiegészítő (külső) források befogadása nélkül. Az egészségügy fokozódó munkaerő gondjai is csak abban az esetben oldhatók, ha külső források becsatornázásával jobb jövedelmi viszonyokat tudunk teremteni. Leegyszerűsítve: ne az orvos menjen külföldre, a betegek jöjjenek ide! *Az egészségügyi rendszer közszolgáltatás jellegét természetesen meg kell tartani, de működését több lábon álló finanszírozási csatornáknak kell biztosítani.*

Ennek forrásai:

- ▶ kötelező egészségbiztosítás, mint fő szolgáltatásvásárló,
- ▶ a betegek és a kiegészítő biztosítójuk, a kiegészítő szolgáltatások finanszírozójaként,
- ▶ a gyógy-idegenforgalmon keresztül külföldi betegek és/vagy biztosítók,
- ▶ az egészségügyi ipar, mint K+F partner, megrendelő és finanszírozó.

Ha a szükséges többletforrásokat nem a magyar biztosítottaktól várjuk, azaz *ha nem a magyar lakosságra – magyar gazdaságra akarjuk terhelni a többlet-forrásigényt, akkor a gyógyturizmus az a reális terület, amely tartósan jelentős külső forrást hozhat az egészségügyi rendszerbe.* Az egészségügy fenntartható fejlődésének egyik kulcsa tehát a nyitottság, a külpiacok befogadása, annak minden finanszírozási és szakmai következményeivel.

A turizmus is folyamatos újrapozicionálási kényszerben van a megváltozó körülmények között. A hagyományos turisztikai értékek megtartása mellett a jövő a hozzáadott értéken, a szolgáltatásokon alapuló turizmusé, és ebben az egészségturizmus (annak összes ágával) kiemelt szerepet kell, hogy kapjon, mert a hozzáadott-érték alapú turizmus (esemény-turizmus, konferencia-turizmus és egészségturizmus) jelent perspektívát.

Miért az egészségturizmus a kitörési pont?

Az egészségturizmus központi prioritássá tételét három nagy csoportba foglalható érvek támogatják.

1. A gyógyturizmus dinamikusan fejlődő piac, jelentős gazdasági potenciállal

Az egészségturizmus egy tartósan növekvő szükségletre alapozott, dinamikusan fejlődő piac a világban, évi 60 milliárd USD feletti forgalommal. A jó adottságaink mellett kiemelendő, hogy ezen a területen **kiemelkedően magas az egy vendégre jutó fajlagos költség**. Ha elfogadjuk a *turizmus* definíciójának azt, hogy *a személyek olyan önkéntes helyválttatása, amely nem életvitelszerű tartózkodásra, és nem munkavállalásra irányul, akkor az ilyen személyek összes költségét a turizmus bevételének kell tekintenünk*. Egyes ágazatokban (pl.: konferenciaturizmus) ennek meghatározó része a klasszikus turisztikai infrastruktúrán keresztül realizálódik, más ágazatokban (gyógyturizmus, vadászat) a nagyobb rész a turisztikai létesítményeken kívül realizálódik. A turisztikai infrastruktúra jó kihasználása fontos, de a legfontosabb mutató mégiscsak az, hogy az egyes turisztikai ágazatok mennyivel járulnak hozzá a GDP-hez. Etekintetben a gyógyturizmus kiemelten fontos terület, még akkor is, ha tudjuk, hogy a beteg nem jó turista, de jó vendég: költsési szintjében elsődlegesen nem a hagyományos turisztikai szolgáltatások igénybevétele, hanem a hozzáadott medikális szolgáltatások szintje és mennyisége a meghatározó.

Az egészségturizmus gazdasági hatása Magyarországon is igen jelentős. A gyógyvíz alapú, illetve wellness jellegű turizmus regisztrált piaca – beleértve a belföldi és külföldi vendégek forgalmát – a KSH statisztikája alapján 2008-ban 40 milliárd Ft nagyságrendű összegre tehető, azaz ennyi volt a wellness- és gyógyszállók össz-árbevétele. Ugyanakkor a vezető szolgáltatóktól kapott információkra alapuló szakértői becslések szerint¹ **önmagában a fogászati turizmus is hasonló nagyságrendű pénzt hoz Magyarországra, azaz az orvosi szolgáltatásokra alapuló turizmus „csendben” már ma is több külső forrást hoz az országba, mint a hagyományos gyógyvízre, rekreációra alapuló egészségturizmus**. Ezért kiemelt érdekünk a fogászatban a pozíció őrzése, illetve a más orvosi szakterületek felzárkóztatása. Ezek alapján **az egészségturizmus – annak összes ágával – ma is 60-80 milliárdos nagyságrendű forrást hoz az országba**, és viszonylag kevés beruházással, – elsősorban kommunikációs – támogatással ez az összeg még növelhető.

2. Jó adottságokkal, alapokkal rendelkezünk

A jó pozíció elérésre/megőrzésére minden esélyünk megvan, hiszen Magyarország az egészségturizmus területén kiemelkedően jó adottságokkal, és hivatkozható, nemzetközileg ismert referenciákkal rendelkezik, amire könnyen ráépíthető egy komplex fejlesztési program és aktív kommunikációs kampány.

- ▶ Magyarország – többek között – eddig is az egészségügyi területen szerezte nemzetközi ismertségét, az országhoz pozitív asszociációk tartoznak ezen a területen. A *magyar orvostudomány nagy egyéniségei nemzetközileg*, a „laikusok” között is *ismertek*, elég akár Semmelweisre vagy Szentgyörgyire utalni.
- ▶ *A szakmai közvélemény ennél jóval több nevet ismer*: Politzertől, Fodor Józseftől a gyomorvarrógép felfedezőjén, Hüttl Hüméren át a két orvosi Nobel díjasig (Bárány és Békésy) lehet sorolni a neveket.

¹ A Treatment Abroad és a Vezető Magyar Fogászati Rendelők Egyesületének közlése szerint 2008-ban 50 mrd Ft.

- ▶ Általában jók a pozícióink az egészségiparban: gyógyszergyártásunk a térségben még mindig vezetőnek számít, és igen jó a kutatási háttér, alap, a genomikától az info-bionikáig.
- ▶ Az orvosképzés piacán ma Magyarország jelentős pozíciót foglal el, ez megalapozza a magyar egészségügy jó hírnevét, folyamatosan friss jó referenciát ad az egészségügy szakmai színvonaláról, teljesítményéről.
- ▶ Kiemelkedő, pontosabban egyedülálló a gyógyvízkészletünk, és a gyógyvízre alapozott gyógyidegenforgalomban, a gyógy-tényezőkre alapozott rehabilitációban komoly hírünk és hagyományaink vannak, és az ezzel kapcsolatos létesítményeink is ismertek a világban.
- ▶ A Pető Intézet, a *Pető-módszer a világon ismert és elismert módszer, ami hungarikum*, azaz az innovatív rehabilitáció területén is ismertek vagyunk, nem csak a gyógy-tényezőkre alapozott rehabilitáció az erősségünk.
- ▶ Magyarországon nő az orvosi szolgáltatásokra alapozott turizmus szerepe: a fogászati turizmusban kifejezetten jól pozícionáltak vagyunk, és feljövőben van az esztétikai sebészet is. Az NHS szakértői szerint Magyarország piacvezető Európa fogászati szolgáltatási piacán, és a plasztikai sebészetben is „pontoszerző helyen” vagyunk.
- ▶ A wellness turizmus dinamikusan fejlődő, már létező infrastruktúrájú ágazat Magyarországon, amely kezdi felismerni a hozzáadott egészségügyi szolgáltatások jelentőségét.

Miután mindezek mellett az egészségügy szolgáltatásai – az egyenetlen színvonal és körülmények ellenére – ma is korszerűek és jók, van mire építenünk, alapoznunk.

3. Tartós, kiszámíthatóan fejlődő piacról van szó

Az egészségügyi ellátás, rehabilitáció, az ápolás, az egészség-fejlesztés nem aktuális konjunktúra terméke, nem divatfüggő, mert az egészség tartós és folyamatosan bővülő szükséglet. Az egészségügyi ellátás, a technológiai-, gazdasági- és társadalmi folyamatok lényegéből fakad, hogy ez a **szükséglet folyamatosan bővülő lesz**, és az országok általában nem tudnak a saját közellátási rendszerükben minden igényt kielégíteni.

Ezért **az ellátásoknak egyre nagyobb szegmense fog tartósan a „piacra” hagyatkozni**, ezért felértékelődik a betegek választása, nő a betegek érzékenysége, és ráadásul az EU szabályok várhatóan a közfinanszírozású ellátások előtt is megnyitják a kaput – legalábbis egyes szegmensekben mindenképpen. A piac tehát garantált, a kérdés csupán az, hogy hogyan tudjuk pozícionálni magunkat ezen a piacon. A világ egyes területein (elsősorban Távol-Kelet) erre önálló iparágak alakultak, de Európában, – és különösen a térségben – ez a piac még nem „állt be”, nem telítődött, így a térségben ezen a területen MÉG van piaci rés. Fontos a „**még**” szócska kiemelése, mert a környező/közeli országok mindezek jelentőségét kezdik felismerni, és a rosszabb adottságok ellenére elindultak ezen a piacon, ráadásul a magyar versenytársakhoz képest kifejezetten jó állami kommunikációs támogatást kapnak (pl. Málta, Ciprus, Horvátország).

Magyarország esélyei jók. Egyrészt jó a **startpozíciónk** (egyes területeken piacvezetők vagyunk), másrészt **Magyarországnak behozhatatlan előnyt jelent az egyedülálló gyógyvízkincs, ami egyes betegségcsoportokban komplex (a teljes kezelési vertikumot lefedő) terápiás lehetőséget nyújt**. Ezért Magyarország akkor is megőrizheti az előnyét, ha a szakmai szolgáltatásokban felzárkóznak mellénk a konkurens országok.

SWOT analízis

Miután ez a tanulmány alapvetően a gyógyturizmus támogatása, lehetőségeinek jobb kiaknázása igényével íródott, értelemszerűen alapvetően a lehetőségek feltárásával foglalkozik. A korrekt stratégiának ugyanakkor része a gyengeségek, veszélyek számbavétele is, ezért elkészítettük az orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus SWOT analízisét is.

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Az egészség érték-szerepének folyamatos (fokozatos...) felértékelődése a világban és Magyarországon. ▶ A magyar orvostudomány nemzetközi ismertsége. ▶ A magyar egészségügy – még mindig – magas szakmai – technológiai színvonala. ▶ Az egyedülálló gyógyvíz-kincs miatt a gyógyturizmusban komoly hagyományaink vannak és magas az ismertség. ▶ Egyes orvosi szakterületen Magyarország jól pozicionált az orvosi szolgáltatások piacán (fogászat, esztétikai sebészet, rehabilitáció, ízület-sebészet). Az első kettőben Európában a piacvezetők között vagyunk. ▶ Erős a K+F alap, fejlett az egészségipar, a gyógyszergyártásban a régióban vezető szerepet töltünk be. ▶ Felfejlődőben van a rekreációs ipar, jó minőségű szűrési programok vannak. ▶ A víz alapú egészségturizmus megfelelő fejlesztési és marketing-támogatást kap. ▶ A tisztán orvosi területen az NHS listájára felkerült választható szolgáltatóként egy vezető magyar magánkórház, tehát megtörtént az áttörés a közfinanszírozású szolgáltatások esetén is. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Az ország megítélésének romlása, különösen a turizmust érintő bizalmi területeken: a stabilitás, kiszámíthatóság, biztonság romlása, a rasszizmus, a szélsőségek erősödése. Ez lényeges célországokat érint. ▶ Az egészségügy pozíciójának folyamatos gyengülése (reformviták és forrásszűkösség). ▶ Politikai viták miatti piacellenesség, a fizetős ellátás, piac-orientáltság diszpreferáltsága. ▶ Gyenge belső piac (vékony fizetőképes kereslet, fejletlen kiegészítő biztosítási rendszer). ▶ Korszerűtlen, kizárólag a gyógyvíz alapú turizmust támogató stratégia. ▶ A magas szakmai színvonalhoz alacsony minőségű kiegészítő szolgáltatások társulnak, nem megfelelő azok szolgáltatás jellege, paciens-központú attitűdje. ▶ Nyelvtudásbeli képességek gyengesége. ▶ A betegjogok érvényesíthetőségének egyenetlensége (a külföldiek számára). ▶ Nem megfelelő a szolgáltatások standardizáltsága, nem elterjedtek a külföldi betegek számára is garanciát jelentő minőségtanúsítási rendszerek. ▶ A szereplők alacsony együttműködési készsége. Még a professzionális, vezető szolgáltatók is egyéni stratégiákban gondolkodnak. ▶ A központi turizmus-marketing nem támogatja az orvosi területeket. ▶ Erős konkurencia harc az országok között, és a konkurensok nagyobb támogatást kapnak.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Komplexitás: erős és szervezett szinergizmus a turizmus és a gyógyturizmus között, illetve az egészség-turizmus ágai között. (új stratégia kidolgozása!) ▶ Egységes, az országhéphez kötött marketing megvalósítása. ▶ A szolgáltatók összefogása (a fogászatban elindult a szolgáltatók együttműködése). 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fejlesztések, támogatások és koordinált kommunikáció nélkül elveszthetjük a meglévő pozíciónkat, ez a közellátás pozícióit is veszélyezteti a külső források elmaradásával, a munkaerő megtartó képesség csökkenésével. ▶ Nem megfelelő fejlesztési koncepció esetén nő az egészségügy kettészakadásának veszélye.

Az egészségturizmus perspektívái – a fejlesztés lehetséges új irányjai

A komplex stratégia – a szinergista hatás

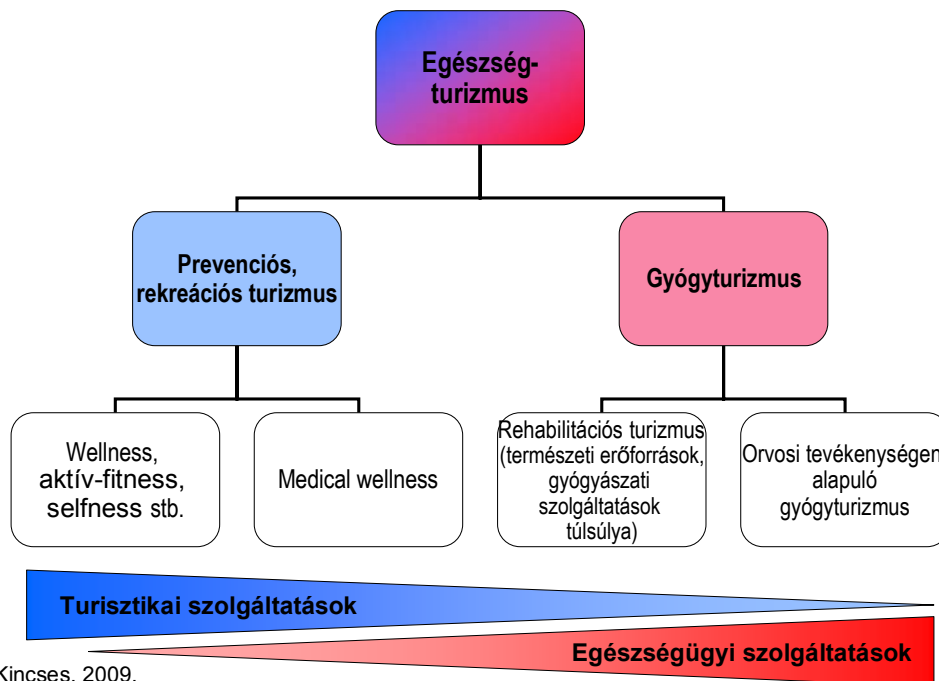
A gyógyturizmus csak akkor fejleszthető Magyarországon eredményesen, ha nem állítjuk szembe a három elkülönült szakmai érdekcsoport által képviselt területeket, a wellness/rekreációs turizmust, a gyógyvíz alapú, rehabilitáció jellegű turizmust, és a high-tech technológián/kvalifikált orvosi tudáson alapuló gyógyturizmust. Ezek a szakterületek egymással és a turizmussal nem konkurens, hanem szinergista viszonyban vannak. A két ágazat együttműködésének célja, hogy

- ▶ **növekedjen a külföldiek számára nyújtott egészségügyi ellátások mennyisége, bővüljön ennek spektruma**, ezen belül a **turisztikai szolgáltatások** – kiemelten a természetes gyógytényezőkre épülő szolgáltatások – **köré minél több és minél magasabb szakmai tartalmú egészségügyi szolgáltatás szerveződjön**, és így minél több, és minél magasabb szintű szolgáltatás, hozzáadott érték kerüljön eladásra a külpiacokon;
- ▶ **az egészségügyi szolgáltatások értékesítéséhez** (a gyógyulás céljából ideérkezőknél) **minél több turisztikai szolgáltatás kapcsolódjon**, tehát a megnövekedett beteg mobilitás a turisztikai szolgáltatások piacát is bővítse.

Ehhez **komplex szolgáltatási spektrumot kell kialakítani egységes marketing-támogatás mellett**, amely az alábbi területeket fedi le:

- ▶ az attraktív – de gyógyászati szolgáltatásokat is tartalmazó –, elsősorban *prevenációs-rekreációs és egészségmegőrző célú* „egészség-turizmus” (medical wellness, selfness + kapcsolódó programok a lovaglástól a golfon keresztül a terep-kerékpározásig);
- ▶ a rekreációs-turizmushoz kapcsolt *állapotfelmérés-célú egészségügyi szolgáltatások -szűrések* (akár közvetlen bevételi, akár helyi piac-generáló szándékkal),
- ▶ *a természeti gyógy-tényezők jobb hatásfokú* (minél több egészségügyi és turisztikai hozzáadott értékkel való) *értékesítése*;
- ▶ *a krónikus/rehabilitációs kapacitás piaci alapú* (nem a közfinanszírozás terhére történő) hasznosítása, illetve az orvosi rehabilitációs kapacitás/szolgáltatás összekapcsolása a természetes gyógy-tényezőkkel, és az ehhez kapcsolt turisztikai szolgáltatásokkal;
- ▶ *a minőségi (tudás alapú, high-tech bázisú) egészségügyi szolgáltatások* (szívkatéterezéstől a csípőprotézisen át az esztétikai sebészet és az implantátumra épített fogsor-felépítésig) *komprehenzív csomagban történő értékesítése*:
 - az adott betegség egész egészségügyi folyamatának komplex menedzselése (megszervezett elővizsgálat a beteg lakhelye közelében, az aktív kezelés és sz.e az aktív rehabilitáció megszervezése Magyarországon, az utógondozás megszervezése itthon és a partnereken keresztül a beteg lakhelyén),
 - a kapcsolódó turisztikai szolgáltatások beépítése: transzfer megoldása, hozzátartozók elhelyezése és programszervezése, a nem ágyhoz kötött betegek (pl. fogászati kezelés) számára programszervezés stb.

A különböző területek összefüggését a mellékelt ábra szemlélteti.



Kincses, 2009.

A preventív – rekreációs turizmus jellemző módon turisztikai - szabadidős – nem egészségügyi – létesítményre (élményfürdő, wellness szálló) épül, és csak befogadó jelleggel tartalmaz egészségügyi szolgáltatást, a gyógyturizmus kizárólag egészségügyi intézményben nyújtott szolgáltatásokat jelent, amelyhez természetesen turisztikai szolgáltatások is társulnak. A gyógyturizmus szolgáltatásait egészségügyi szolgáltatók nyújtják, melyek szintén kiegészülhetnek preventív - rekreációs szolgáltatásokkal.

Ez a tanulmány – a szinergizmus és a komplexitás folyamatos hangoztatása mellett – alapvetően a gyógyturizmus fejlesztési lehetőségeivel foglalkozik, nem alábecsülve a többi terület fontosságát.

Az egészségturizmus jövőképe Magyarországon

Az egészségturizmus a világ dinamikusan fejlődő ágazata, amelyben Magyarország jó startpozíciókkal rendelkezik. **A kérdés az, hogy hova kell pozícionálnunk magunkat ahhoz, hogy pozícionát őrizzük, illetve javítsuk.**

A „vízbázisú” turizmusban a gyógyvíz alapú gyógyturizmus fejlesztése jelenti a reális jövőképet, amelyben 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, mert a wellness szállók, élményfürdők piacán másfajta természeti adottságok – pl. tenger, síközpont stb. – és a tőkeerő a meghatározó, így ezen a piacon Magyarországnak csak közepes adottságai vannak. Ez a tény is a hagyományos – gyógy-tényezőkre alapozott – és a modern, orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus szinergizmusát indokolja.

Az orvosi szolgáltatások piacán ma Magyarország jól pozícionált, de **Magyarország ma az árelőny típusú desztinációk csoportjába tartozik,** azaz népszerűségünk – zömmel, vagy elsősorban – az olcsóságból fakad. A jelentős árelőny az európai integrációs folyamat kapcsán nem lehet tartós cél –

nem gondoljuk, hogy versenyelőnyünket 20 év múlva is arra fogjuk alapozni, hogy egy magyar orvos harmad annyit keres, mint egy német vagy angol orvos –, tehát a **stratégiai cél** az, hogy **Magyarország az árelőny típusú szolgáltatás-csoportból a minőségelőny/hiánypótló szolgáltatást nyújtó csoportba kerüljön át**. Ehhez egyenszilárdságú fejlesztések, minőségbiztosítás és innovációbarát politika szükséges.

Hogy működhet az egészségügy és a turizmus szélesebb együttműködése a gyakorlatban?

Pár példa és ötlet – a létező jó gyakorlatok felhasználásával – a két ágazat kölcsönös előnyöket kínáló együttműködésére.

- ▶ A wellness szállókban a szobákban el lehet helyezni egy önkitöltős kérdőívet, amely felméri a vendég egészségi állapotát, kockázatait. A kérdőív alapján a szakszemélyzet személyre szabott programot tud összeállítani a szálloda/gyógytértség wellness/szabadidősport és egészségfejlesztő programjaiból (megfelelő szauna-használat, aquafitness, pilates, gerinctorna stb.). Ugyanakkor a teszt alapján gyanújel esetében a szálloda ajánlani tudja a partner egészségügyi szolgáltatókat a további vizsgálatokra. Ez minőségi szolgáltatás a szálloda részéről, de szolgáltatási (jövedelemszerzési) lehetőség a helyi egészségügyi dolgozók, vállalkozások számára is.
- ▶ Hévíz jó példa arra, hogy egy gyógyvízre, hogyan lehet egy komplex turisztikai szolgáltatási rendszert ráépíteni, hogyan lehet egy térséget jól menedzselni, egy különleges természeti erőforrás (a tó) köré azon túlmutató szolgáltatási kört felépíteni. A komplexitás miatt ugyanakkor ez még kiegészíthető lenne egy magas színvonalú izületsebészeti központtal. Ezáltal egy egészségügyi problémakör teljes vertikumát nyújtaná a térség, kölcsönös piac-generálással. Az ott megforduló betegek egy része műtétre érett, ami páciens generál a sebészeti központnak, másrészt az ott műtöttek jó eséllyel térnek majd vissza a területre késői rehabilitációra.
- ▶ A wellness/gyógy szállókban célzott egészség-programokat kell kínálni (testsúlykontroll program, személyes edzőprogram, a bio-étkezéshez kapcsolt látványkonyhára alapozódó főzőtanfolyam stb.). A programszerűség további előnye, hogy növeli az eltöltött vendégéjszakák számát.
- ▶ Az egészséghez kapcsolható szabadidősportok (golf, lovaglás, tenisz stb.) területén ezek kiegészítő szolgáltatásaiként kell szűréseket, illetve szolgáltatásokat árulni (izületi szűrés, egyensúlyfejlesztés, masszázs stb.).
- ▶ A fogászati vagy egyéb kezelésre érkező betegeket általában utazásszervezők szervezik. Ezeket a szervezőket motiválni kell, hogy ne csupán egy szakszolgáltatást szervezzenek, melyhez megoldják a transzfer és a szállást, hanem a beteg és családja számára a kényes várákozást komplex program részeként üdüléssel kiegészítve csomagban ajánlják (az olcsó szolgáltatás megtakarításából egyszerre az üdülés is megoldva...).
- ▶ A hagyományos turisztikai értékeink is több esetben társíthatók az egészséghez:
 - ▶ a borturizmusba beilleszthető a borterápia,
 - ▶ a lovaglás elvihető a gyógy-lovaglás irányába.

Új irányok

A fenti hagyományos területeken kívül új irányok lehetősége is felmerül. **A gyógyturizmus számára további lökést adhat az Európai Parlament által első olvasatban elfogadott, a határon átnyúló ellátás igénybevehetőségét szabályozó új EU irányelv**, amely – elsősorban a járóbeteg-ellátásban – támogatja azt, hogy a betegek választásuk alapján más országban is igénybe vehessék az ellátást. Ez új perspektívát nyithat, hiszen **a gyógyturizmus fő területei eddig kívül estek a közfinanszírozású szolgáltatásokon** (a Magyarországon igénybevett szolgáltatások zömét nem a beteg állama vagy társadalombiztosítása, hanem a beteg fizette), **az új szabályozás szerint viszont a közszolgáltatások határon átnyúló igénybevehetősége is megnyílik**. Jelentős változás ez, még ha tudjuk is, hogy az első időben ez inkább csak a határmenti forgalomban fogja éreztetni a hatását, miután a fekvőbeteg-ellátás továbbra is engedélyköteles marad.

Az egészségturizmus középpontba helyezése ugyanakkor **más perspektívákat is nyit a turizmus számára**. A turizmus több új ágának is feltétele az egészségügyi szolgáltatási háttér, így új, eddig elzárt célcsoportok is bevonhatók a turizmusba. Ennek megfelelően egyre **nő a fogyatékkal, a krónikus megbetegedéssel élők turizmusának jelentősége**, de általában is, az egyre nagyobb jelentőségű **időskori turizmust** is befolyásolja az egészségügyi háttér biztosítása. A speciális betegséggel élők nyaraltatásában érdemi hagyományok vannak Magyarországon, elég a cukorbeteg gyerekek táboroztatására utalni, de igen fejlett a művesével élők turizmusának informatikai megalapozottsága is. Mindez nemcsak azért jelentős, mert új célcsoportokat von be, de alkalmas egy pozitív, egészségközpontú ország-kép kialakítására, de a turisztikai szezonok meghosszabbítására, új térségek bevonására is.

Egészségpolitikai megfontolások a fejlesztésekben

A gyógyturizmus szempontjai a külön e célra létrehozott, speciális, a piaci igényeknek megfelelő intézmények kialakítását preferálják. Ez az elv egészségpolitikai szempontból is megfelelő azokon a területeken, amely alapvetően kívül esik a közszolgáltatások területén (fogászat, esztétikai sebészet, wellness, illetve komplementer medicinális ellátásokon alapuló szolgáltatások).

Ugyanakkor „hagyományos”, a közszolgáltatás területeire jellemző szakterületeken (izület-sebészet, kardiológia, daganatterápia stb.) a szakmapolitikai, egészségpolitikai szempontok **a „partner kórház” elv támogatását indokolják**. Az egészségpolitika szemszögéből az a kedvezőbb megoldás, ha egy közszolgáltatást nyújtó szolgáltató hoz létre a külföldi betegek számára piacképes, elkülönített részleget. Ez az elv biztosítja a piacképességhez szükséges szeparáltságot, de ugyanakkor a közszolgáltatási szakmai infrastruktúra növeli az ellátás-biztonságot és a többletbevétel javítja a közszolgáltatások pozícióját.

A partnerkórházak elve:

- ▶ elkülönült hotel rész a fizetős betegellátás számára,
- ▶ közös szakmai infrastruktúra (műtők, diagnosztikai szolgáltatások, labor, képzés stb.),
- ▶ részben elkülönült személyzet (az ápolásban, technikai kiszolgálásban elkülönült, az orvosi szolgáltatásokban közös),
- ▶ közös technikai és műszaki-gazdasági kiszolgálás.

A partner kórház modell előnyei:

- ▶ a gyógyturizmusból származó bevétel közvetlenül a közszolgáltató intézményekhez kerül, így javítja azok finanszírozási pozícióját,
- ▶ a megnövekedett jövedelmek és a bővülő szakmai feladatok miatt javul a szolgáltatók munkaerő-megtartó képessége,
- ▶ a közfeladatokból származó üzemméret és komplexitás miatt a fizetős betegellátásban is nagyobb szakmai biztonsággal és gyakorlattal nyújthatók a szolgáltatások, azaz javul a piaci szolgáltatások biztonsága és hitelessége,
- ▶ a piaci szolgáltatások más kultúrát hoznak az intézménybe, ami általában is javítja az intézmény szolgáltatásait, azaz a magyar, közfinanszírozású betegek ellátásának minőségét, körülményeit.

A partner kórház modell hátrányai:

- ▶ nehezebb az egyenszilárdságú kultúra megteremtése, így alacsonyabb a kiegészítő szolgáltatások színvonala, rosszabb lehet a betegek megítélése,
- ▶ a kerítésen belüli első és másod osztály teret ad a politikai demagógiának.

Feladatok a gyógyturizmus fejlesztésében

A feladatok az alábbi csoportokba sorolhatók:

1. **A gyógy/egészségturizmust** általában az ország, a magyar gazdaság, a fejlesztéspolitika és az ország-image **központi prioritásává kell tenni**;
2. **Felül kell vizsgálni az Egészségturisztikai stratégiát**, ezen belül újra kell fogalmazni a prioritásokat, és a fejlesztések koncentrálása érdekében hivatalosan is **ki kell jelölni a gyógy-térségeket**;
3. **Be kell azonosítani a gyógyturizmus piaci szegmenseit**;
4. **Az ÚMFT forrásfelhasználásában érvényesíteni kell a stratégia prioritásait**;
5. A terület fejlesztéséhez **központi marketinget kell biztosítani**;
6. A minőség hitelessége érdekében ki kell alakítani azt a nemzetközi szinten is értelmezhető **minőségbiztosítási és akkreditációs rendszert**, amely piacra segíti a minőségi szolgáltatókat és kiszűri a nem megfelelő szakmaiságú vállalkozásokat.
7. **Innováció-barát fejlesztési és szabályozási környezet kell kialakítani.**

Részletesen az egyes feladatcsoportokról.

1. A gyógyturizmust a nemzetstratégia központjába kell állítani

A gyógyturizmus – a fent említett szinergista hatások miatt – csak akkor tud eredményesen fejlődni, – az egészségipar egyéb ágával együtt – az ország húzó ágazatává válni, ha nem két ágazat (ráadásul külön – külön) magánügyeként van kezelve, hanem **a kormányzat központi programja, az ország-profil meghatározó eleme**. Ezért *a minimum cél az, hogy kormányhatározat szülessen a gyógyturizmus fejlesztésének fontosságáról, a megújított gyógyturisztikai stratégia elfogadásáról és végrehajtásáról*².

A szereplők eredményes koordinálása érdekében ennek központi szervezeti formáját is meg kell találni (kormánybiztos, MEH keretben működő koordinációs iroda stb.). Megfelelő fejlődést, illetve egyes területeken a pozíció őrzését ezen a dinamikusan fejlődő piacon csak ebben az esetben lehet elérni, hiszen a versenytársak (pl.: Ciprus, Horvátország, Bulgária, Törökország) a marketingben és a fejlesztésben komoly állami támogatást kapnak.

2. A fejlesztési stratégia megújítása

A kormányzati támogatás, a kormányzati elszántság fontos, de természetesen ez is csak koherens stratégia, jól meghatározott program esetében lehet eredményes.

Magyarországnak ma *van egészségturisztikai stratégiája*³, de ez a stratégia „víz-nehéz”, azaz *még a „klasszikus”* – a készítés időpontjában általánosan elfogadott – *gyógyvíz-központú megközelítést tükrözi*. Az új stratégiában meg kell őrizni a jelen stratégia erősségeit, de az e tanulmányban leírt, szinergizmusra alapozott komplex megközelítést kell alkalmazni, azaz az egészségturizmus összes ágával kell foglalkozni, kiemelten ideértve a medikális szolgáltatásokra alapuló gyógyturizmust.

² A jelenleg létező Egészségturisztikai Stratégiát egy magáncég jegyzi, a minisztérium csak, mint megbízó van a fedlapon feltüntetve.

³ Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia, Budapest, 2007. május 30, Aquaprofit

A megújítás fő szempontjai:

- ▶ a komplexitás érvényesítése a stratégiában,
- ▶ a medikális szolgáltatások helyén kezelése a stratégiában,
- ▶ az ár-előnyre alapozott piaci részesedés helyett a tartós szolgáltatási előnyre alapozott területek (minőségi és mennyiségi hiányok, unikális természeti gyógytényezők) fejlesztése felé való átpozicionálás

Mindehhez a stratégia részeként, annak új szempontrendszere **szerint ki kell jelölni a gyógytérsegeket**, mert a fejlesztések csak megfelelő koncentráció esetén menedzselhetők, csupán ebben az esetben van reális esély a fenntartható fejlődésre (ellentétben az elszórt élményfürdők rendszerével).

A gyógytérsegek kijelölésénél az alábbi szempontokat kell érvényesíteni:

A **gyógytérség** lehet **olyan** – értelmezhető, létező – **földrajzi terület**, amely

- ▶ rendelkezik valamilyen természetes gyógy-tényezővel,
- ▶ van fejlett egészségügyi szolgáltatás a területén, amely az orvos-szakmai háttérszolgáltatásokat biztosítja (minimum: súlyponti kórház),
- ▶ fejlett vagy fejleszthető egészségturisztikai szolgáltatásai, turisztikai kapacitásai vannak,
- ▶ a térségnek van koherenciája, azaz erre egységes és sajátos arculat, marketing-stratégia építhető.

Potenciális gyógytérsegek

- ▶ **Budapest**
természeti erőforrás és bázis: Budapest gyógyvízkészlete és gyógyfürdői, a barlangok, szakmai központjai: SE, fogászati centrumok, Kardiológiai Intézet, OORI, ORFI, magánklinikák stb.
- ▶ **Hajdúság**
természeti erőforrás és bázis: hajdúszoboszlói és a debreceni gyógyvíz, szakmai központja: DOTE.
- ▶ **Mátra-Bükk**
természeti erőforrás és bázis: Egerszalók, Mátraderecske, Parád, Kékestető, szakmai központja: direkt nincs, de háttér lehet az egri kórház, és felfejleszhető: Parád, Mátrai Gyógyintézet, a háttér a DOTE.
- ▶ **Nyugat-Dunántúl**
természeti erőforrás és bázis: Balf, Bükk, Sárvár, szakmai központja: Sopron - Győr.
- ▶ **Zalai gyógytérség**
természeti erőforrás és bázis: Hévíz, Keszthely, Zalakaros, stb., szakmai központja: hévízi Szent András reumakórház, Zala Megyei Kórház.
- ▶ **Balaton gyógytérség**
természeti erőforrás és bázis: Füred, Hévíz, Tapolca stb.,

szakmai központja: Balatonfüredi Szívkórház, Veszprémi Megyei Kórház, hévízi Szent András Reumakórház.

▶ **Pécs környéke**

természeti erőforrás és bázis: Harkány stb.

szakmai központja: POTE.

▶ **Dél-Alföld**

természeti erőforrás és bázis: termálvizek

szakmai központja: Szeged

A fenti felsorolás természetesen csupán illusztratív jellegű, a gyógytérsegek kijelölését szakmai előkészítés után széles egyeztetés alapján lehet megtenni. **A gyógytérsegek kijelölése után a fejlesztéseket a különböző területeken ezekre a térségekre kell koncentrálni**, legyen szó szálloda/vendéglátás-szolgáltatásfejlesztésről; az egészségügyi intézmények komfortjának fejlesztéséről, vagy akár a megközelíthetőség vagy a kiegészítő szolgáltatások javításáról.

Ugyanilyen aránytalanság tapasztalható a központi forrásokból támogatott marketing területén is. A gyógyvíz alapú turizmus (nagyon helyesen) a magyar kommunikáció, ország image, az ország-marketing, a turisztikai marketing egyik központi eleme, ugyanakkor az orvosi szolgáltatásokra alapuló gyógyturizmus semmilyen ilyen jellegű támogatást nem kap. Ezen feltétlenül változtatni kell.

3. A piaci szegmensek és szereplők beazonosítása

Bármilyen fejlesztési vagy marketing-stratégiának feltétele a termékkör beazonosítása. Ez az egészségügyi szolgáltatások piacán kér dolgot jelent:

- ▶ be kell azonosítani azokat a szakmai területeket, amelyek a gyógyturizmus piacán tartósan piacképesek lehetnek, ezért a fejlesztésekben és a marketingben támogatást érdemelnek,
- ▶ fel kell térképezni a piacképes termékkel rendelkező szolgáltatókat, azok kiajánlható kapacitásait.

A mai ismereteink alapján az alábbi szakterületek azok, amelyek középtávon/tartósan piacképesek lehetnek, ezért támogatást érdemelnek:

- ▶ Fogászat;
- ▶ Rehabilitáció, elsősorban mozgásszervi (szolgáltatásra és gyógyvízre építve);
- ▶ Gerinc/izületi sebészet, ízületi protézis, kapcsolódó korai rehabilitáció);
- ▶ Szemészet;
- ▶ Esztétikai sebészet;
- ▶ IVF;
- ▶ Állapotfelmérő és szűrőprogramok rekreációs csomagba szervezve;
- ▶ Nagy (elsősorban határ-közel) kórházak emelt szintű általános szolgáltatásai.

Fel kell mérni a piacképes szolgáltatókat és kapacitásukat. Ennek a kataszternek a felállítását a később részletezendő minőségtanúsítási rendszerhez célszerű kötni.

4. Az ÚMFT forrásfelhasználásában a fenti prioritások érvényesítése

A fejlesztési támogatások egyensúlyának helyreállítása

A gazdaság (munkahelyteremtés, GDP növekedés, külső források bevonása) szempontjából az egészségturizmus mindkét ága („prevenációs” egészségturizmus és gyógyturizmus) egyformán jelentős, hiszen – mint írtuk –, egyes számítások szerint *ma már több pénzt hoz az országba az orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus, mint a gyógyvíz alapú és wellness jellegű turizmus együttvéve.* Ugyanakkor a fejlesztési források és egyéb támogatások az elmúlt években szinte kizárólag a víz alapú turizmusnak jutottak, és azon belül is domináltak a szabadidős – rekreációs fejlesztések.

A Széchenyi terv szinte kizárólag wellness/élményfürdő/gyógyvíz hasznosítás jellegű támogatásokat tartalmazott. A Regionális Operatív Programok forrásaiból 2001 és 2007 között 35 427 353 eFt. támogatás jutott a területre, és ebből csak 2 460 000 eFt (6,94%) került egészségügyi intézményekhez. Ez utóbbiból is csak 302 375 Ft támogatás (0,85%) az, *ami nem víz-hasznosításhoz kötött*, hanem egyéb egészségügyi szolgáltatás-fejlesztésnek tekinthető.

A 2007-2008-as akciótervi időszakban mindösszesen 26,58 milliárd Ft szolgált egészségturisztikai célokat, és ezek is alapvetően fürdő/wellness szálló fejlesztések voltak. A 2009-2010-es akciótervek egészségturisztikai támogatása 6-10 milliárd forintra tehető.

Ebből a közel 70 milliárdból csak igen kis hányad került egészségügyi intézményekhez, és ennek is a legnagyobb részét a gyógyvízre épített egészségügyi intézmények korszerűsítésére fordították. A piac-képes orvosi tudásra alapuló gyógyturizmus támogatására tehát a fejlesztési források elenyésző része jutott, ami méltatlan akkor, ha ismét felidézünk, hogy a külföldről származó bevétel több mint felét már ez a szféra termeli meg.

Még lehangolóbb a helyzet, ha figyelembe vesszük, hogy **a TIOP és a ROP egészségügyi ellátás infrastrukturális fejlesztésre fordítható forrásainál** – Uniós előírásokra hivatkozottan – **kizáró tényező volt a piaci bevételt fokozó felhasználás.**

Ez a diszkrimináció – a bevételtermelő-képesség ismeretében – semmiképpen nem tartható fenn, és a későbbi forrás-felhasználásban az egészségturizmus mindkét ágát egyenrangú fejlesztési célnak kell tekinteni. Ez nemcsak a piaci pozíciónk őrzése, erősítése miatt fontos, de a többlábon-állás kényszere miatt a közellátás biztonsága is ezt indokolja.

Javaslatok a fejlesztési források felhasználásához

A TIOP egészségügyi programjaiban a brüsszeli lobbival meg kell teremteni annak a lehetőségét, hogy a közszolgáltatást nyújtó intézmények ne csak a közvetlenül közfinanszírozású részlegek/szolgáltatások fejlesztésére pályázhassanak, hanem a működés stabilizálására is. A több lábon állás biztonsága, a kvalifikált szakemberek többlet-jövedelmének biztosíthatósága érdekében a piaci bevételt szolgáló fejlesztések is támogathatók legyenek az új technológiák megvalósításától a komfortosításon keresztül a privacy biztosításáig, beleértve a hitélttel kapcsolatos alapvető joggyakorlás lehetőségét a más kultúrkörből érkező betegek számára. Mindez természetesen alacsonyabb támogatási intenzitással valósítandó meg.

A GOP forrásokban prioritásnak kell tekinteni a gyógyturisztikai fejlesztéseket, de figyelembe kell venni, hogy a „kórház” a speciális működési körülmények (minimumfeltételek stb.) miatt általában nem lehet

kkv, és ezzel ki van zárva a támogatások zöméből. Ez mindenféle nyakatekert alvállalkozói, kiszervezési megoldásokra kényszeríti a kreatívabb szolgáltatókat, ami később számtalan szakmai és pénzügyi konfliktus forrása.

A ROP turisztikai forrásainál előnyben kell részesíteni a **gyógytérsegek komplex programjait**, ahol a **természeti gyógy-tényező valamint a ráépülő szakmai és turisztikai szolgáltatások** megfelelő komplexitást alkotnak.

A TÁMOP forrásokból a HR képzésnél ennek a szférának a speciális igényeit is figyelembe kell venni, beleértve a főbb küldő országokhoz igazodó **nyelvi képzéseket** is. Ez elsősorban a nővérek, a kiszolgáló személyzet képzését jelenti, mert ha nem egyenszilárdságú egy intézményben a kommunikációs készség, akkor a beteg már idegenül érzi magát.

5. A terület fejlesztéséhez központi marketinget kell biztosítani

Ahhoz, hogy Magyarország megfelelően pozícionálja magát ezen a piacon **központilag támogatott marketingre van szükség**. Más konkurens ország úgy a fejlesztésekben, mind a marketingben komoly központi forrásokat szán a gyógyturizmus külföldi népszerűsítésére (pl. külön, központi forrásból finanszírozott kiadvány a „medical tourism” szolgáltatások népszerűsítésére, CNN-en az ország-reklám részeként az egészség- és fogászati turizmus reklámja). Magyarországon a gyógyturizmus „vizes” ága – nagyon helyesen – megfelelő marketing támogatást kap a központi turizmus-marketing keretén belül, *de az orvosi szolgáltatásokra épülő gyógyturizmus ma semmilyen ilyen jellegű támogatásban nem részesül.*

Az alábbi komplex eszközökkel kell a magyar gyógyturisztikai szolgáltatások piacképességét javítani:

- a) **Az egészséget kell a fő kommunikációs irányná tenni a külső és belső ország-képben**, általában az ország image-ben is, nemcsak a turizmusban. Tehát általában az egészségről, egészségügyről, öngondoskodásról kell sokat beszélni Magyarországon kapcsán. Ez – az alulbecsült színvonalú – magyar egészségügyi szolgáltatások esetében anakronizmusnak tűnik, de a komoly gyógyturisztikai kapacitással és ambíciókkal rendelkező országok (pl.: Törökország, Ciprus, Bulgária, de akár Tájföld) semmivel nem rendelkeznek jobb egészségüggyel. Mindez a népegészségügyi program és az egészség-turisztikai program összekapcsolását is igényli, ami a belső piacon lehet fogyasztás-generáló. **Magyarország ország-képéhez azt kell asszociáltatni, hogy a térség egészségügyi központja** (beleértve a szolgáltatásokat, az orvosképzést, a K+F irányokat, háttérpar és egészségipar fejlesztését is).
- b) A Magyar Turizmus Zrt. koordinálásában – források hozzárendelésével együtt – az „Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia” részeként, de a turizmus-marketing stratégiába illesztetten **el kell készíteni és meg kell valósítani az egészség-turisztikai marketing stratégiát**.
- c) A stratégiában **azonosítani kell a célcsoportokat**, és az eltérő célcsoportok szerint kell részstratégiákat kidolgozni.

Fő pozicionálási csoportok:

- i. A biztosítással nem lefedett – részben – high-tech alapú orvosi szolgáltatások a gazdaságilag fejlett államok (elsősorban: EU 15-ök) felé: fogászat, esztétikai sebészet, IVF (ezt az „*azonos minőség, olcsóbb ár, sok szeretet és odafigyelés*” elvén kell felépíteni);

- ii. Hiánypótló minőségi szolgáltatások a várólistás területeken. (Csípőprotézis, szemlencse-műtét stb., szintén a fejlett államok felé. Ezen a területen a magyar egészségügy és az egészségturizmus sikereként áttörést hozott az, hogy a Telki kórház felkerült az NHS azon listájára, amelyen azokat a külföldi kórházakat ismerteti, amelyek választhatók túl hosszú várólista esetén.);
- iii. Minőségi high-tech (hiánypótló) szolgáltatások, elsősorban keleti célcsoport felé, ami szívsebészeti, illetve daganat-terápiás ellátásokkal bővíti a fenti terápiás spektrumot (célcsoport: elsősorban nem EU tag, volt szocialista államok, Ukrajna, Oroszország, Szerbia stb.);
- iv. Minőségileg garantált általános VIP szolgáltatások a környező országok fizetőképes kereslete felé (Ukrajna, Oroszország, Szerbia, Románia. A magyar felső tízezer/itt élő külföldiek egy része sem ellátási hiány miatt jár Bécsbe, hanem mert nagyobb a bizalma a szolgáltatások minőségében, + status-szimbólum);
- v. A hagyományos gyógyvízre alapozott, illetve turisztikai szolgáltatásokhoz kapcsolt szolgáltatások a külpiacon felé (célcsoportok: a régi, elsősorban német piacok megtartása mellett a keleti – orosz, ukrán – piacok fejlesztése);
- vi. Komplex, elsősorban gyógyvízre és wellnessre, valamint magas minőségű turisztikai szolgáltatásra alapozott szolgáltatás („gazdag” egészségturisták, elsősorban Keletről, ideértve Oroszországot és a Közel- és Távols-Keletet is, de természetesen az uniós polgárokat is);
- vii. A „tég az egészségédért, Rajtad is múlik” elv a belföldi egészség-turizmus fellendítéséért.

d) A kommunikáció koncentrációja, az ügy fókuszbba helyezése érdekében a következő lehetséges időpontot (2011 vagy 2012) az egészség-turizmus évének kell nyilvánítani⁴.

Ez a gesztus adhat megfelelő lökést, cselekvési keretet az egészség-turizmus világtérképre helyezéséhez.

e) A marketing-stratégia megvalósításában fontos szerepet kell kapnia az állami-diplomáciai szervezeteknek, testületeknek:

- i. A szakdiplomácia eszközeivel államközi megállapodásokra kell törekedni a közfinanszírozású szolgáltatások piacának kiterjesztéséért;
- ii. A külképviseleteket (nagykövetségek, kereskedelmi képviseletek, ITD Hungary, MT Zrt. külképviseletei) aktívan kell használni ezen a területen, és ehhez számukra megfelelő felkészítést és háttéranyagot kell biztosítani.

f) A magyar turizmus-marketingben

- i. **Az eddigiéknél is nagyobb súlyt kell adni az egészségturizmusnak** (kampányok + ez az egyik zászlóshajó);

⁴ 2009. július 24.-én megszületett a döntés, 2011 az Egészségturizmus Éve lesz.

- ii. **A turisztikai ország-image ikonjai között konzekvensen és folyamatosan kell használni a gyógyturizmus képeit, hivatkozását.** Tehát: *az ország képeknek, a kiadványokon szereplő montázsoknak, spotoknak, a reptéri üdvözlő plakátoknak ugyanolyan integráns és elhagyhatatlan eleme egy orvos portré, egy műtői kép, mint a Parlament, vagy az élményfürdőben frissülő hölgy.* Mindez (wellness+gyógyítás) az ország-kép elválaszthatatlan része.
- iii. **A marketinget általában gyógytértség központúvá kell tenni,** ahol a térség komplex szolgáltatásait együtt kell promotálni;
 - i. A minősített (erre a célra akkreditált szolgáltatókat) brandként kell promotálni;
 - ii. A finanszírozás szempontjából elkülönülten is kell kezelni a fogászatot és az esztétikai sebészetet: a közös marketing-stratégiát *a piaci szolgáltatókkal költségmegosztásban kell megvalósítani;*
 - iii. Kiemelt kapcsolatot kell tartani a **szakmai beutaztatókkal:** számukra megfelelő háttéranyagot, kedvezményes turisztikai csomagokat kell biztosítani, hogy a gyógykezelés céljából szervezeten érkezők esetében növekedjen a közvetlen turisztikai szolgáltatásokra fordított költés aránya.
- g) **A több ezer Magyarországon végzett orvost is be kell vonni a magyar egészségügy népszerűsítésébe,** a magyar egészségügy utazó nagyköveteként kell kezelni őket. Ehhez ki kell építeni egy – esetlegesen érdekeltségi elemeket is tartalmazó – kapcsolat-tartási rendszert.
- h) Az egészségügyi marketing emellett számos, **szakmai környezetbe ágyazott ágazat-specifikus megoldást igényel:**
 - iv. Az egészségturizmus ismertségét, a szolgáltatások minőségének hitelességét erősítő publikációk, előadások támogatása (konferenciák támogatására alap, az ilyen témájú publikációk pályadíja stb.);
 - v. A területet erősítő magyarországi rendezvények (konferenciák, képzések) támogatása;
 - vi. A határon kívüli továbbképzési rendszer (szakmai kapcsolatok) kialakítása (ha egy vezető intézmény – pl. klinika – képzéseket tart határon túl, akkor ezzel szakmai kapcsolatokat, bizalmat épít, és ezáltal a helyben nem megoldható eseteket magához fogja vonzani).
- i) **Az orvosi szolgáltatásokat népszerűsítő marketing forrásait meg kell teremteni.** A finanszírozás lehet vegyes: a központi marketinget célzottan igénybevevő szolgáltatók a külpiaconról származó árbevételük alapján fizetnek be egy összeget a marketing alapba, amit az MT Zrt. – a piaci befizetés arányában – kiegészít, és szakértelemmel költ el.
- j) A gyógyturisztikai szolgáltatások értékesítésénél az ágazat-specifikus eszközök mellett természetesen igénybe kell venni az általánosan használt piac-generáló elemeket, mint pl.: a betegek visszatérítés, ha új beteget hoz a rendszerbe, utazási irodák motiválása részesedéssel stb. A törzsvásárlói kedvezmény, szűréshez, karbantartó kezeléshez (pl. depurálás) kötött kedvezmény elsősorban a belföldi betegek felé, illetve a határmenti területeken használható eszköz.

6. A minőségi hitelesség érdekében komplex rendszert kell kialakítani

Az **egészségügyi szolgáltatás bizalmi szolgáltatás**, ahol az ár-érzékenység csak részleges szerepet játszik. Fontosabb (illetve előfeltétel) a bizalom, az ellátás minőségébe és biztonságosságba vetett hit. Különösen fontos ez külföldön, ahol a beteg mind az ismeretlen környezet, kultúra és a nyelvi korlátok miatt végképp magára hagyott.

Ezeket a korlátokat komplex eszközökkel lehet leküzdeni, melynek lehetséges elemei:

- ▶ Elismert, hivatkozható **minőségbiztosítási és akkreditációs rendszer**, amely piacra segíti a minőségi szolgáltatásokat és kiszűri a nem megfelelő szakmaiságú vállalkozásokat. Az ismert minőségtanúsítási rendszerek erre a célra csak részben alkalmasak. Olyan megoldásokat célszerű találni, amelyek az ellátás szakmai minőségének garantálása mellett a gyógyturizmusból fakadó speciális betegigényeket is lefedik. Ehhez a vezető külpiaci szolgáltatókkal együttműködve ki kell alakítani Magyarországon a gyógyturizmussal kapcsolatos minőségi standardokat és annak tanúsítási rendszerét. A tanúsítási szempontokat, az akkreditált intézmények listáját, ezen szervezetek teljesítmény- és minőségi mutatóit külön honlapon kell megjeleníteni. Ennek fő elemei:
 - a szolgáltató szakmai tevékenységének hiteles bemutatása,
 - a betegjogok egységesített érvényesíthetősége, garanciát nyújtó, nyilvános panaszkezelési rendszer kialakítása,
 - a kapcsolódó szolgáltatások komplexitása,
 - a betegek visszajelzésének publikálása.
- ▶ Marketing (goodwill) a szolgáltatások és környezetének hitelesítése érdekében
 - ▶ általában az ország-image javulása itt is emeli a bizalmat,
 - ▶ egészségügyi szolgáltatások biztonságának kommunikálása (lásd az előző fejezetben az itt végzeteknek networking-jétől a tudományos közleményekig terjedően).
- ▶ Betegjogok érvényesítésének határon átnyúló biztosítása, ennek intézményesített keretének megteremtése, ideértve a nyelvi akadályok leküzdésében nyújtott segítséget.

7. Innováció-barát fejlesztési- és szabályozási környezet kell kialakítani

A világ gyógyturizmus piacának egyik motivátora az eltérő jogi környezetből fakadó új technológiák alkalmazása. Ez előnyt ad fejletlen szabályozású államoknak (Kína, Ukrajna stb.), de a fejlett államok esetében is a részletszabályokban való eltérés piaci előnyt jelent (pl. Belgium).

Ezért Magyarországon általában *innováció-barát politikát kell folytatni*, és szigorúan az európai értékrend és szabályrend keretein belül *gyors engedélyezési döntésekkel is támogatni kell a piacképességet az innovatív területeken*. Ilyen terület lehet pl. a sejt-terápia, amelyben megalapozott és tudományos bizonyítékokon alapuló eredményei vannak a magyar tudománynak.

Az innováció alapú gyógyturizmus az egyik lehetősége annak, hogy a jelenlegi árelőny típusú pozíciókat minőség-előnyé alakítsuk.

Várható hatások

Várt eredmények az ország és a költségvetés szempontjából

Az egészségturizmus központi programja tétele általában az ország érdeke, úgy a gazdasági, mint a foglalkoztatási hatások tekintetében. A várható főbb hatások:

- ▶ *Az ország pozitív üzenettel van pozicionálva*, javul az ország külső megítélése;
- ▶ *Az egészség fókuszba kerülése*, ennek szakmai és politikai nyereségeivel, azaz a program hozzájárul a magyar lakosság egészségi állapotának javításához;
- ▶ A program alkalmas a *gazdasági válság hatásainak mérséklésére* a turisztikai ágazatban, ami igen jelentős a piaci pozíció és munkahely-megőrzés szempontjából;
- ▶ *Az egészségügyi ellátórendszer működésének stabilizálását* segíti a kiegészítő források jobb bevonásával;
- ▶ Az program az üzemszerű, átlátható működéssel, a legális források szerepének növelésével *csökkenti az egészségügy szürkegazdaság jellegét*:
 - ▶ a legális többszolgáltatások legális megvásárlásának támogatásával,
 - ▶ a tisztán piaci szféra kontroll alá helyezésével (a hivatalosan lekötött/kiajánlott kapacitások számlakötelesek).

Várt eredmények a turizmus ágazat szempontjából

A világ turizmusa erősen átrendeződött az elmúlt pár évtizedben. Ha a piaci pozíciókat tartósan őrizni akarjuk, akkor fel kell gyorsítani a turisztikai ágazatban a megkezdett átalakításokat, és ennek zászlóshajójává kell tenni a komplex megközelítésű, a víz alapú és az egészségügyi szolgáltatásokat egyenúlyban kezelő egészségturizmust. Ez a turisztikai ágazat számára az alábbi előnyöket hozza.

- ▶ A portfólió bővítésével *tartósan piacképes profillal helyezi el Magyarországot a világ turisztikai térképén*.
- ▶ *A létező turisztikai kapacitások jobb kihasználása*, az átpozicionálással a piaci pozíció tartós őrzése, esetleg erősítése a recessziós időszakban is.

Ez egyszerre jelenti a gyógyturisztikai szolgáltatások rentabilitásának javítását és a kiegészítő szolgáltatásokon keresztül általában a turizmus pozícióőrzését.

- ▶ *A természeti és épített erőforrások minél nagyobb hozzáadott értékkel történő értékesítése*.

Várt eredmények az egészségügyi ágazat szempontjából

A megújított egészségturisztikai stratégia megszüntetheti azt a mai helyzetet, amelyben a gyógyidegenforgalom gyakorlatilag az ellátórendszer egészét nem érinti, hiszen az egészségügyön belül vagy egy szűk szakma (balneológia), vagy a magánszféra egyes részeinek (fogászat és plasztikai sebészet) magánügye. Az új koncepció számtalan előnyt nyújt:

- ▶ *A piaci bevétel fokozása a meghatározó módon közszolgáltatást nyújtó intézményeknél*:
 - ▶ a közszolgáltatók kapacitásainak jobb kihasználása, a működés stabilizálása;
 - ▶ a társadalombiztosítás által finanszírozott szolgáltatások mellé kiegészítő bevételt jelentő, kiegészítő szolgáltatások árulása;

- ▶ *A romló munkaerő-helyzet javítása* (az egészségügyi dolgozók itthon tartása) a legális többletjövedelem biztosításával:
 - ▶ a közszolgáltatási kapacitásokon nyújtott piaci szolgáltatások terhére,
 - ▶ másodállás lehetőségével az elsődlegesen gyógy- és egészségturizmus intézményeiben;
- ▶ *A high-tech ellátások biztonságának, hatékonyságának javítása* a jobb kihasználás és nagyobb esetszám miatt;
- ▶ *A kiegészítő (magánfinanszírozású) szolgáltatási piac élénkítése és átláthatóvá tétele.*

A fenti javaslat összességében

- ▶ gazdaság-élénkítő és munkahelyteremtő,
- ▶ egyszerre javítja az egészségügyi és a turisztikai ágazat pozícióját, fenntartható fejlődését,
- ▶ általában javítja az egészségi állapotot, a lakosság attitűdjét és az egészségügyi szolgáltatások színvonalát,
- ▶ a több-lábon állással, új prioritással tartósan biztonságos jövőképet ad a turisztikai ágazatnak,
- ▶ azzal, hogy nem kizárólag az egészség-turizmusra, hanem a gyógyításra is alapoz, csökkenti a turizmus kitettségét a gazdasági környezet változásainak (a wellness turizmus sokkal élénkebben reagál az aktuális fizetőképes kereslet változásaira, a gyógyító szolgáltatások esetén a kereslet rugalmatlanabb),
- ▶ javítja az ÚMFT források hasznosulását,
- ▶ segíti az egészségügyi ellátás működési biztonságát, az ellátás minőségének, körülményeinek javulását,
- ▶ segít az egészségügy megítélésének újrapozicionálásban (pénznyelő közszolgáltatás helyett dinamikusán fejlődő szolgáltatási ágazat).

Összegzés

Főbb megállapítások

1. *Az egészségturizmus* a világ egészségügyi piacának dinamikusán fejlődő területe, *Magyarország perspektivikus ágazata*, de ehhez a két fő területét (gyógyvíz alapú rekreáció és rehabilitáció, valamint az orvosi szolgáltatásokra alapozott gyógyturizmus) egységben és egyenrangúan kell kezelni.
2. Ennek megvalósulása érdekében **meg kell újítani az Egészségturisztikai Stratégiát**, amely megújított formájában a két terület egyenrangúságára és szinergizmusára kell, hogy épüljön.
3. A turizmus-marketingben, **a kommunikált ország-képben meg kell jelennie az egészségturizmus mindkét területének** és aktív kampányt kell folytatni a jó pozíció megőrzése érdekében.
4. **A fejlesztési forrásokban** a gyógyturizmus minden területét **egyenrangúan támogatott területnek kell tekinteni.**
5. Az orvosi szolgáltatások marketingjének meg kell teremteni a sajátos eszközrendszerét és szervezeti formáját, ideértve **a szolgáltatások minőségének hiteles tanúsítását is.**