

Turystyka medyczna w Polsce: praktyka lekarska

2012-10-22

Sektor polskiej turystyki medycznej wart jest obecnie kilkaset milionów złotych. Pacjenci zza granicy coraz chętniej przyjeżdżają do Polski nawet na poważniejsze zabiegi. Ministerstwo Gospodarki zauważa ten trend i chce promować polskie usługi medyczne.

Globalny rynek turystyki medycznej wciąż się rozwija. - Jak wynika z raportu The Rise of Medical Tourism (Grail Research, LLC), w tym roku jego wartość ma osiągnąć 100 mld dol. Na Polskę przypada kwota ok. 800 mln zł na różnego rodzaju usługi turystyczno-medyczne, którą zostawiają pacjenci z zagranicy. Bez wątpienia usługi te mają szansę stać się polskim produktem eksportowym - ocenia dr n. kf. Adrian P. Lubowiecki-Vikuk z Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Zapotrzebowania konsumentów-pacjentów: badania diagnostyczne i profilaktyczne, chirurgia plastyczna (modelowanie twarzy i ciała), chirurgia bariatryczna, medycyna i dermatologia estetyczna, ortopedia (diagnostyka, operacje narządów ruchu oraz uszkodzeń mięśni, nerwów i naczyń, endoprotezoplastyka), okulistyka (diagnostyka, zabiegi operacyjne / zabiegi laserowe wad wzroku), stomatologia, laryngologia, chirurgia szczękowa, chirurgia rekonstrukcyjna, ginekologia (diagnostyka, badania onkologiczne, zaburzenia menstruacyjne, leczenie wysiłkowego nietrzymania moczu, leczenie bezpłodności), położnictwo, kardiologia, chirurgia, urologia[1].

Profil klienta. Kim są turyści medyczni?

- Na podstawie moich autorskich badań sondażowych dotyczących poznańskiego rynku można przyjąć, że są to zarówno kobiety, jak i mężczyźni w różnym wieku, o różnym statusie ekonomicznym. Trzeba zauważyć, że w dalszym ciągu są to krajowi turyści - mówi ekspert z UMK w Toruniu, ale zastrzega, że dotychczas nikt dokładnie nie zbadał profilu społeczno- demograficznego tych osób. Klienci coraz częściej przybywają także spoza granic Polski. - Po różnego typu usługi medyczne najczęściej przybywają do nas Niemcy, Brytyjczycy, Skandynawowie - mówi Artur Gosk, prezes Polskiego Stowarzyszenia Turystyki Medycznej. Ich liczba oscyluje w granicach 250 - 300 tys. - Można jednak przypuszczać, iż takich osób jest zdecydowanie więcej, zważywszy na fakt, że często turyści medyczni podróżują do Polski w celach odwiedzin krewnych lub znajomych i przy okazji korzystają z tego typu usług - zaznacza dr Adrian Lubowiecki-Vikuk. Jakiej pomocy oczekują zagraniczni klienci? - Z zakresu stomatologii, chirurgii plastycznej i estetycznej, ortopedii, chirurgii oka, neurochirurgii, zabiegów rehabilitacyjnych i uzdrowiskowych. Cały czas wachlarz usług medycznych, z których korzystają pacjenci zagraniczni, rośnie - wylicza Artur Gosk z PSTM.

Jesteśmy konkurencyjni

Motywy wyjazdów związane są zazwyczaj z niższymi kosztami zabiegu niż w rodzimym kraju. Tajlandia, Indie, Węgry i Bułgaria, ale także Polska są postrzegane jako kraje, w których usługi medyczne są tanie i wykonywane w dobrym standardzie. - Ceny usług medycznych w krajach Europy Środkowo- Wschodniej często są nawet o 60-80 proc. niższe, niż na przykład w Wielkiej Brytanii czy Stanach Zjednoczonych - informuje ekspert z UMK w Toruniu. Potwierdzają to badania opracowane przez portal branżowy www.treatmentabroad.com (marzec 2012). Przeprowadzono je online wśród osób korzystających z leczenia za granicą za pośrednictwem tego portalu (najwięcej z UK i innych państw

Europy). Z tego raportu wynika, że najwięcej ankietowanych pojechało na leczenie do Węgier (12 proc.), na drugim miejscu znalazła się Belgia (11 proc.). Po 7 proc. zdecydowało się na wyjazd do Polski, Turcji, Hiszpanii, Czech i Indii. 83 proc. respondentów stwierdziło, że głównym powodem leczenia za granicą jest jego niższy koszt (71 proc. deklarowała, że zaoszczędziła więcej niż dwa tys. funtów brytyjskich, a kolejne 12,7 proc. - nawet 10 tys. funtów brytyjskich). Największe oszczędności można uzyskać na leczeniu stomatologicznym i zabiegach ortopedycznych. Sondaż mówi także, że 51 proc. przebadanych osób nigdy wcześniej nie było w kraju, do którego udali się na leczenie. Jednocześnie dziewięciu na dziesięciu respondentów deklarowało, że wyjechałoby na leczenie ponownie, tyle samo rekomendowałoby taki wyjazd przyjaciołom i krewnym. 84 proc. wróciłoby do tego samego lekarza czy kliniki, w której już się leczą.

Wykorzystanie potencjału

Oznacza to, że chętnych na uczestnictwo w turystyce medycznej nie brakuje. To szansa dla klinik, szpitali czy gabinetów dentystycznych na solidny zastrzyk dodatkowego dochodu. - Wartość rynku polskiej turystyki medycznej to obecnie 800 mln zł, a potencjał jest znacznie większy. Polska na tle rynku turystyki medycznej w Europie ma szansę stać się liderem. Kadra zarządzająca placówkami medycznymi także zaczyna dostrzegać ten potencjał. Także perspektywa otwarcia granic UE dla usług medycznych w roku 2013 (wówczas wchodzi w życie dyrektywa o transgranicznej opiece zdrowotnej, przyp. red.) powoduje, że wiele klinik widzi w tym zjawisku dodatkowe źródło przychodów - przypomina Artur Gosk. Jak wynika z szacunków Polskiego Stowarzyszenia Promocji Turystyki Medycznej, ok. 60 klinik w Polsce ma znaczące przychody z turystyki medycznej.

Pobudzić rynek

Wciąż jest jednak wiele barier, które hamują rozwój tej gałęzi gospodarki. Dużym problemem dla polskich świadczeniodawców jest konkurencja - głównie ze strony Węgier i Słowacji, gdzie oferowane są tańsze usługi równie wysokiej jakości. Zagrożenia wynikają też z faktu, iż poziom cen usług medycznych wyrównuje się. - Często ceny w Polsce są na wyższym poziomie, aniżeli na rynkach zachodnich, np. leczenie zaćmy jest tańsze w USA, niż w Polsce - zauważa dr Lubowiecki- Vikuk. Kolejne bariery to brak wykwalifikowanej kadry turystyczno-medycznej oraz przeszkody natury prawnej i organizacyjnej w SPZOZ-ach. Eksperti są też zgodni co do jednego: aby polska turystyka medyczna faktycznie miała szansę rozwoju, musi się promować na rynkach zagranicznych. Szansę zauważyło już Ministerstwo Gospodarki, które w marcu tego roku zawarło umowę na realizację branżowego programu promocji. Polska turystyka medyczna promowana będzie w krajach skandynawskich, Niemczech Rosji, Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych. Przedstawiciele polskich placówek medycznych, którzy zgłoszą swój akces do projektu, będą uczestniczyli w międzynarodowych konferencjach, targach i wystawach branżowych, szkoleniach, misjach gospodarczych. Przedsiębiorcy mogą liczyć na dofinansowanie udziału w imprezach promocyjnych nawet do 75 proc. kosztów kwalifikowalnych. Wykonawcą programu jest konsorcjum, w którego skład wchodzi m.in.: Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PALiIZ) i Europejskie Centrum Przedsiębiorczości (EuCP).

Dr Ada Kostrz Kostecka, project manager Branżowego Programu Promocji Turystyki Medycznej z EuCP, zwraca uwagę, że rozwój turystyki medycznej w naszym kraju zależy też w dużej mierze od pośredników, którzy przyciągną takiego turystę medycznego i zorganizują mu pobyt w Polsce. - Trzeba mieć pośrednika, który znajdzie klienta oraz personel, który porozumie się z obcojęzycznym pacjentem. O ile turnus w sanatorium w miarę łatwo zorganizować i nawet bezpośrednio sprzedać, o tyle bardziej skomplikowane zabiegi wymagają już dużej organizacji. Szpital sam się tym nie zajmie- ocenia specjalistka. - Celem tych pośredników powinno być nie tylko skupianie się na pozyskiwaniu turystów medycznych, ale także wymiana doświadczeń, udział we wspólnych projektach, szkoleniach i konferencjach, tworzenie jakości usług turystyczno-medycznych), stosowanie wszelkich innowacji oraz dbanie o interesy turysty

medycznego i zapewnienie mu komfortu oraz poczucia bezpieczeństwa. Ważne jest też, aby sama placówka oferująca usługi medyczne posiadała odpowiedni certyfikat, który potwierdza jej jakość. Certyfikacja przedsiębiorstw z zakresu turystyki medycznej w krótkim czasie powinna stać się obowiązkiem - podsumowuje dr Lubowiecki-Vikuk.

Lidia SulikowskaŹródło: Gazeta Lekarska 2012-10 - pismo izb lekarskich.Wydawca: Naczelna Rada Lekarska.
Dokument online: www.gazetalekarska.pl, data dostępu 02.10.2012

Zobacz również: Trends in the development of medical tourism in Poland / Adrian Lubowiecki-Vikuk, International Medical Travel Journal, document online: www.imtj.com/articles/2012/medical-tourism-poland-30145/, data dostępu 22.10.2012

[1] Dane: dr n kf. Adrian P. Lubowiecki-Vikuk, Uniwersytet im. Mikołaja Kopernika w Toruniu