

Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Trbojević, Andrea

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:893220>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-01**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANDREA TRBOJEVIĆ

**RAZVOJ ZDRAVSTVENOG TURIZMA U
HRVATSKOJ**

Diplomski rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

ANDREA TRBOJEVIĆ

**RAZVOJ ZDRAVSTVENOG TURIZMA U
HRVATSKOJ**

Diplomski rad

JMBAG: 311-ED redovita studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Upravljanje razvojem turizma

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam i trgovina

Mentorica: doc. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, rujan 2016.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Andrea Trbojević, kandidatkinja za magistru poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Andrea Trbojević

U Puli, 23.09., 2016. godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Andrea Trbojević, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 23.09.2016.

Andrea Trbojević

Sažetak

Zdravstveni turizam predstavlja složeni turistički proizvod koji bilježi godišnji rast od 15 do 20% na svjetskoj razini, a očekuje se da će do 2030. godine postati najveći pokretač turističkih putovanja.

Zdravstveni turizam koristi prirodne ljekovite činitelje i postupke fizikalne i rehabilitacijske medicine radi očuvanja i poboljšanja zdravlja i kvalitete života.

Hrvatska ima bogatu tradiciju zdravstvenog turizma zbog mnogobrojnih prirodnih ljekovitih činitelja koji predstavljaju veliki kapital i potencijal za daljnji razvoj zdravstvenog turizma i njegovih oblika - medicinski, lječilišni i wellness turizam.

Zdravstveni turizam u Hrvatskoj ostvaruje oko 300 000 000 € prihoda na godišnjoj razini i zapošljava oko 10 000 osoba. S navedenim prihodom Hrvatska nije ni među prvih deset europskih destinacija.

Kako bi se u budućnosti pozicionirala kao zdravstveno-turistička destinacija s prepoznatljivom i kvalitetnom ponudom potrebno je posvetiti se integraciji ponude, raditi na podizanju kvalitete usluga, specijaliziranoj prodaji i promociji te kontinuiranom provođenju investicija.

Ključne riječi: *zdravstveni turizam, rast, prirodni ljekoviti činitelji, Hrvatska, potencijali, kvaliteta*

Summary

Health tourism is a complex tourism product with an annual growth of 15 to 20% on the world level and is expected to be the main purpose of travel in international tourism by 2030.

Health tourism is based on natural remedies and procedures of physical and rehabilitation medicine that are used to preserve and improve health and quality of life.

Croatia has a rich tradition in health tourism because of numerous natural remedies that are a big capital and potential for further development of health tourism and its types - medical tourism, spa tourism and wellness tourism.

Health tourism in Croatia is a 300 000 000 € market on year level and it is responsible for 10 000 jobs. With these results Croatia is not between the most 10 successful destination in Europe at the moment.

To improve its position on international health tourism market, in Croatia is needed to work on quality assurance, integration of tourism services, then on specialized sale and promotion and investment projects.

Keywords: *health tourism, growth, natural remedies, Croatia, potentials, quality*

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Zdravstveni turizam - najvažnije karakteristike	3
2.1. Oblici zdravstvenog turizma	5
2.2. Pojmovi i problematika vezana uz podjele.....	6
2.3. Zdravstveni turizam i prirodni ljekoviti činitelji	8
2.4. Suvremeni trendovi u zdravstvenom turizmu.....	10
2.5. „Komerrijalni“ oblici ponude uvjetovani trendovima.....	13
3. Zdravstveni turizam u svijetu	15
3.1. Medicinski turizam u svijetu i procjene razvoja.....	17
3.1.1. Rizici vezani uz medicinski turizam.....	19
3.1.2. Standardi kvalitete u medicinskom turizmu.....	20
3.2. Wellness turizam u svijetu i procjene razvoja	21
3.3. Zdravstveni turizam u Europi.....	25
3.3.1. Procjene dostignute razine razvoja.....	26
3.3.2. Zdravstveni turizam kao motiv putovanja.....	26
3.3.3. Najtraženije usluge zdravstvenog turizma	27
3.4. Etički aspekt razvoja zdravstvenog turizma	29
4. Upravljanje razvojem zdravstvenog turizma u Hrvatskoj	30
4.1. Institucionalna potpora i pravna regulativa	30
4.1.1. Nadležnost Ministarstva turizma	30
4.1.2. Nadležnost Ministarstva zdravlja.....	33
4.1.3. Problematika vezana uz zakonsku regulativu	36
4.2. Strateški planovi razvoja na nacionalnoj razini	37
4.2.1. Zdravstveni turizam u Strategiji razvoja turizma.....	38
4.2.2. Zdravstveni turizam u Strateškom marketinškom planu.....	39
4.2.3. Zdravstveni turizam u Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva	40

4.2.4. Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma.....	41
4.3. Udruženja s ciljem promicanja zdravstvenog turizma.....	43
4.4. Razvojne inicijative u Hrvatskoj.....	48
4.4.1. Health Tourism Industry Conference (HTI).....	49
4.4.2. Health Tourism Investment Forum.....	49
4.4.3. HTI EXPO.....	50
4.4.4. Balkan Spa Summit.....	50
5. Povijesni pregled i aktualno stanje razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	51
5.1. Razvoj zdravstvenog turizma kroz povijest.....	51
5.2. Trenutna pozicija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	54
5.2.1. Medicinski turizam u Hrvatskoj.....	57
5.2.2. Lječilišni turizam u Hrvatskoj.....	58
5.2.3. Wellness turizam u Hrvatskoj.....	64
5.3. Mogućnosti za financiranje projekata zdravstvenog turizma.....	67
5.3.1. EU i financiranje projekata zdravstvenog turizma.....	67
5.3.2. Problemi vezani uz EU fondove.....	72
5.3.3. Primjer natječaja MSP-a u turizmu.....	72
5.3.4. Financiranje projekata putem kredita HBOR-a.....	74
6. Primjer upravljanja razvojem - Toplice Lipik.....	76
6.1. Ciljevi Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju.....	76
6.2. Trenutna pozicija na tržištu zdravstvenog turizma.....	77
6.3. Vizija i strategija razvoja lječilišnog turizma.....	78
6.3.1. Infrastrukturni projekti.....	79
6.3.2. Podizanje kvalitete na svim razinama poslovanja.....	79
7. Kvaliteta kao temelj konkurentske prednosti u budućnosti.....	81
7.1. SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	82

7.2.	Akreditacija hrvatskih zdravstvenih ustanova	84
7.3.	Certifikacija hrvatskih zdravstvenih ustanova	85
7.4.	Kvaliteta ljudskih potencijala.....	86
7.5.	Promocija zdravstvenog turizma.....	88
7.6.	Programi podizanja konkurentnosti zdravstvenog turizma	89
7.6.1.	<i>Programi podizanja konkurentnosti medicinskog turizma</i>	<i>89</i>
7.6.2.	<i>Programi podizanja konkurentnosti lječilišnog turizma.....</i>	<i>91</i>
7.6.3.	<i>Programi podizanja konkurentnosti wellness turizma</i>	<i>95</i>
8.	Zaključak	98
9.	Literatura.....	100
10.	Popis tablica	104
11.	Popis slika.....	105

1. Uvod

Tema ovog diplomskog rada je Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Postavlja se sljedeća hipoteza: *Pozicioniranje na tržištu zdravstvenog turizma ovisi o kvaliteti na svim razinama zdravstveno-turističke ponude.*

Podhipoteza 1: *Hrvatska ne iskorištava potencijale za razvoj zdravstvenog turizma unatoč dugoj tradiciji, konkurentskim i komparativnim prednostima.*

Podhipoteza 2: *Naglasak na kvaliteti usluga i sustavna briga o ljudskim potencijalima odrednica je konkurentске pozicije Hrvatske u budućnosti.*

Svrha ovog rada je objasniti glavna obilježja zdravstvenog turizma, dati pregled suvremenih trendova i pokazati trenutnu poziciju Hrvatske na zdravstveno-turističkom tržištu.

Cilj ovog rada je ukazati na potrebu planskog razvijanja zdravstvenog turizma uzimajući u obzir pozitivne i negativne aspekte razvoja.

Metode korištene u radu su metoda deskripcije, metoda analize i sinteze te statistička metoda.

Tematika ovog rada će se prezentirati u jedanaest poglavlja.

Na početku rada nalazi se uvod.

U drugom poglavlju pod naslovom „*Zdravstveni turizam - glavne karakteristike*“ objašnjen je fenomen zdravstvenog turizma i navedeni su oblici u kojima se javlja. Objasnjena je problematika vezana uz vrste zdravstvenog turizma i dan je pregled prirodnih ljekovitih činitelja koji su ključni za razvoj ovog oblika turizma. Poglavlje je završeno pregledom suvremenih trendova zdravstveno-turističke ponude.

U trećem poglavlju pod naslovom „*Zdravstveni turizam u svijetu*“ opisano je stanje na području zdravstvenog turizma na razini svijeta. Navedena su najpoznatija svjetska udruženja zdravstvenog turizma i njihove procjene dosadašnjeg razvoja ovog oblika turizma. Nakon toga je prikazano na kojem se stupnju razvoja zdravstveni turizam nalazi u Europi. Poglavlje završava analizom zdravstvenog turizma s etičkog aspekta.

U četvrtom poglavlju pod naslovom „*Upravljanje razvojem zdravstvenog turizma u Hrvatskoj*“ piše se o institucionalnoj potpori i pravnoj regulativi

zdravstvenog turizma. Opisana je pozicija zdravstvenog turizma u strateškim planovima razvoja na nacionalnoj razini te dan pregled udruženja i inicijativa koje za cilj imaju razvoj ovog oblika turizma.

U petom poglavlju koji nosi naslov „*Povijesni pregled i aktualno stanje razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj*“ opisan je razvoj ove vrste turizma u Hrvatskoj kroz povijest te je dan pregled aktualnog stanja razvoja za sva tri segmenta zdravstvenog turizma - medicinski, lječilišni i wellness turizam. U poglavlju se pisalo i o mogućnostima financiranja projekata te problemima do kojih dolazi u praksi prilikom povlačenja sredstava.

U šestom poglavlju koji nosi naslov „*Primjer iz prakse - Toplice Lipik*“ dan je konkretan primjer upravljanja razvojem zdravstvenog turizma. Opisana su glavna obilježja ovih Toplica, ciljevi i strategija razvoja te je dan pregled nekih od projekata koji su u tijeku i onih koji se tek planiraju realizirati radi povećanja konkurentnosti.

U sedmom poglavlju pod nazivom „*Kvaliteta kao temelj konkurentne prednosti u budućnosti*“ piše se o konkurentnim turističkim destinacijama u užem i širem okruženju Hrvatske te o tome kako je kvaliteta na svim razinama poslovanja i planiranja temelj uspjeha Hrvatske u budućnosti. Na kraju poglavlja su navedeni programi za podizanje konkurentnosti zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Na kraju rada nalazi se zaključak, popis literature, popis tablica i slika.

Ovim istraživanjem se uvidjelo da će zbog suvremenog načina života i rasta svijesti pojedinaca o važnosti očuvanja zdravlja, rasti i motiviranost turista za putovanja u sferi zdravstvenog turizma. Istraživanje je pokazalo da je prepoznata važnost strateškog planiranja razvoja ovog oblika turizma u Hrvatskoj što dokazuje i donošenje Akcijskog plana razvoja na nacionalnoj razini.

2. Zdravstveni turizam - najvažnije karakteristike

Turizam je izuzetno važan društveni i ekonomski čimbenik i predstavlja jedan od temelja društvenog i ekonomskog razvitka mnogih zemalja u svijetu. Razvoj međunarodnog turizma pokazuje veliki stupanj stabilnosti i otpornosti unatoč usporenom gospodarskom rastu i geopolitičkim napetostima u svijetu.¹ Turizam i dalje značajno pridonosi globalnoj ekonomiji i zaposlenosti, a broj međunarodnih putovanja konstantno raste što je vidljivo iz podataka Svjetske turističke organizacije (UNWTO).

Broj međunarodnih turističkih dolazaka (s uključenim noćenjem) u 2015. godini narastao je za 4,6% te je dosegao brojku od 1 186 milijuna u svijetu, što je za 52 milijuna više u odnosu na 2014. godinu.² Prihodi od međunarodnog turizma narasli su za 4,4% s ukupnom zaradom od 1260 milijardi dolara tj. 1136 milijardi eura.³

Turističke regije Amerike i Azija i Pacifik zabilježile su rast od 6% u turističkim dolascima tijekom 2015. godine, dok je najposjećenija svjetska regija Europa zabilježila rast od 5%.⁴ Bliski Istok je zabilježio rast od 2%, a u Africi je zbog slabih rezultata u Sjevernoj Africi došlo do pada u broju dolazaka od 3%.⁵

Međunarodni turistički dolasci u Europi dosegli su brojku od 608 milijuna, što iznosi 51% turističkih dolazaka u svijetu. Europa je zabilježila najveći rast s 27 milijuna turista više u odnosu na 2014. godinu.⁶ Prihodi od međunarodnog turizma rasli su za 3% i iznosili 451 milijardu dolara tj. 406 milijardi eura, što predstavlja 36% prihoda od turizma u svijetu.⁷

Što se uspješnih turističkih zemalja u svijetu tiče, Francuska, Amerika, Španjolska i Kina su u 2015. godini ostvarile najbolje rezultate u međunarodnim dolascima i приходima od turizma.⁸

Prema prognozama Svjetske turističke organizacije iz siječnja 2016. godine očekuje se daljnji rast međunarodnih turističkih dolazaka od 3,5% do 4,5% u 2016.

¹ Madžar, T., Lazibat, T., Mikulić, J., *Mjerenje kvalitete usluga u zdravstvenom turizmu*, Poslovna izvrsnost, Zagreb, 2016., br. 1, str. 190

² *UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition*, UNWTO, Madrid, 2016., str. 3, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, (pristupljeno: 10.08.2016.)

³ Ibidem

⁴ Ibidem

⁵ Ibidem

⁶ Ibidem, str. 7

⁷ Ibidem

⁸ Ibidem, str. 6

godini, a 3,8% godišnje do 2020. godine u skladu s prognozama iz dokumenta Tourism Towards 2030.⁹

Zdravstveni turizam je u svijetu postao jedan od prepoznatljivijih oblika putovanja te se očekuje da bi u budućnosti mogao postati i jedan od glavnih razloga za odlazak na putovanje. To se događa zbog starenja svjetske populacije, ubrzanog i stresnog životnog ritma, nezdrave i neuravnotežene prehrane te ekološkog zagađenja. Sve to utječe na kvalitetu života pa ljudi postaju svjesniji važnosti očuvanja zdravlja i prevencije bolesti.¹⁰

Ovaj oblik turizma predstavlja kompleksan turistički proizvod koji na svjetskoj razini pokazuje iznadprosječne godišnje stope rasta i obuhvaća veliki broj specijaliziranih sadržaja i usluga koji se nude na putovanjima motiviranim potrebom za unaprjeđenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života.¹¹

Zdravstveni turizam putem svojih mnogobrojnih podvrsta i kombinacija te različitih stupnjeva i osnova liječenja nije vezan uz glavnu turističku sezonu ili usko područje turističke destinacije.¹² Navedena obilježja pokazuju da predstavlja polugu za ravnomjeran i uravnotežen razvoj područja na kojima se razvija.

Što se tiče motiva za odlazak na ovu vrstu putovanja, najčešće je to razlika u cijenama medicinskih usluga između emitivne i receptivne zemlje.¹³ Ljudi odlaze na putovanje i zbog kombinacije odmora i razonode i korištenja medicinskih usluga.¹⁴

Uz to, nekim osobama usluge u medicinskom turizmu predstavljaju jedinu mogućnost da dobiju adekvatnu medicinsku pomoć po prihvatljivoj cijeni.¹⁵ Motiv za korištenje zdravstvenih usluga u inozemstvu mogu biti i duge liste čekanja u emitivnoj zemlji, a i to što zdravstveno osiguranje najčešće pokriva samo osnovne zdravstvene usluge ili ne postoje uvjeti i kadrovi za pružanje složenijih usluga.

⁹ Ibidem, str. 3

¹⁰ <http://www.zane.hr/wps/wcm/connect/d6d9cab6-5855-4988-9d0d-f3a69b669364/ZANE+Bilten+0313.pdf?MOD=AJPERES> (pristupljeno:05.08.2016.)

¹¹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str. 3

¹² Jadrešić, V., *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni - zbornik istraživanja*, Školska knjiga, Zagreb, 2001., str. 143

¹³ Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., *Medicinski turizam - neki marketinški i etički aspekti*, Oeconomica Jadertina, Zadar, 2013., br. 1, str. 18

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Ibidem

2.1. Oblici zdravstvenog turizma

Kako je tema ovog diplomskog rada Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, ovdje će se navesti podjela zdravstvenog turizma koja je navedena u Strategiji razvoja turizma RH do 2020. i u Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva Hrvatske 2012. - 2020. (o kojima će više riječi biti u nastavku rada) te će se o zdravstvenom turizmu pisati uzimajući u obzir ovu podjelu. Navedene strategije prepoznaju¹⁶:

- Medicinski turizam (odvija se u medicinskim ordinacijama, klinikama/poliklinikama i specijalnim bolnicama) - podrazumijeva putovanja u druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite, što uključuje npr. parcijalne kirurške zahvate, ali i stomatološke, kozmetičke, psihijatrijske i alternativne tretmane/zahvate, sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka.
- Lječilišni turizam (odvija se u lječilištima i specijalnim bolnicama) - podrazumijeva stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne terapije radi očuvanja i unaprjeđenja zdravlja te poboljšanja kvalitete života. Naglasak je na revitalizaciji psihofizičkih sposobnosti u klimatskim, morskim i topličkim destinacijama/lječilištima kroz kure, posebne programe oporavka, uravnoteženu prehranu i sl.
- Wellness turizam (odvija se pretežito u hotelima i lječilištima) - podrazumijeva postizanje tjelesne i duhovne ravnoteže, pri čemu treba razlikovati medicinski od holističkog wellnessa.

Medicinski wellness organizirano je provođenje zdravstveno-preventivnih i kurativnih programa u svrhu prevencije bolesti te očuvanja i unaprjeđenja zdravlja uz multidisciplinarni tim koji nužno uključuje liječnika, ali i drugo stručno osoblje (npr. fizioterapeut, kineziolog, nutricionist). Metode i postupci medicinskog wellnessa uključuju metode konvencionalne, komplementarne i tradicionalne medicine.

Holistički wellness obuhvaća ostalu, vrlo šaroliku nemedicinsku wellness ponudu.

Zdravstveni, lječilišni i medicinski turizam najčešće se percipira kao sinonime, ali između njih postoje razlike, o kojima će više riječi biti u nastavku.

¹⁶ Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, op. cit., str. 8

2.2. Pojmovi i problematika vezana uz podjele

Proučavanje zdravstvenog turizma je kompleksno, ali i dosta konfuzno područje što je vidljivo iz problematike vezane uz pojmove, a i zbog toga što se zdravstvene usluge prožimaju kroz razne oblike turističke ponude te nije moguće uvijek precizno odijeliti jednu vrstu zdravstvenog turizma od druge.

S obzirom na komplementarnost zdravstveni i medicinski turizam su često u literaturi proučavani paralelno.¹⁷ Za većinu autora je medicinski turizam segment zdravstvenog turizma, ali se zbog velike povezanosti i sličnosti termini medicinskog i zdravstvenog turizma najčešće koriste naizmjenično te dolazi i do proturječnosti prilikom definiranja i objavljivanja ostvarenih učinaka. To doprinosi nemogućnosti vođenja precizne evidencije o turističkoj aktivnosti u zdravstvenom turizmu.

U literaturi se navodi da zdravstveni turizam podrazumijeva organizirana putovanja izvan vlastite lokalne sredine s ciljem održavanja, poboljšanja i obnove psihofizičkog stanja čovjeka.¹⁸ Zdravstveni turizam kroz holistički pristup uključuje brigu o zdravlju, tretmane ljepote, dijete, detoksikaciju, talasoterapiju i kinetičku terapiju, odnosno različite wellness tretmane.¹⁹

Zdravstveni turizam temeljen je na smještajnim kapacitetima, prirodnim lječilištima, medicinskom nadzoru i uvjetima za provođenje zdravstvenih programa praćenih brojnim pomoćnim uslugama.²⁰ Vidljivo je da je ovom definicijom obuhvaćena i ponuda medicinskog, lječilišnog i wellness turizma.

Medicinski turizam je usmjeren na konkretne medicinske zahvate i terapije, za koje mora postojati odgovarajuća infrastruktura (bolnice, klinike, profesionalci i oprema) uz uključivanje elemenata zdravstvenog turizma kao popratnih tretmana.²¹

Medicinski turizam se već duže vrijeme ne percipira samo kroz prizmu liječenja pacijenata, već je sve više usmjeren na prevenciju i općenitu brigu o zdravlju te jačanje vitalnosti.²²

Unatoč razlikama zdravstveni i medicinski turizam se najčešće zajedno proučavaju jer postoje brojni sinergijski efekti koji se pružanjem oba tipa usluga ostvaruju.²³

¹⁷ Madžar, T., Lazibat, T., Mikulić, J., op. cit., str. 191

¹⁸ Ibidem

¹⁹ Ibidem

²⁰ Ibidem

²¹ Ibidem

²² Ibidem

Lječilišni turizam je selektivni oblik turizma, unutar zdravstvenog turizma, koji koristi postupke lječilišne medicine, razvija se u lječilišnim mjestima, a služi za liječenje, oporavak i rehabilitaciju različitih bolesti.²⁴

Što se tiče pojma wellness, on je nastao kao odgovor na suvremeni način življenja pojedinca.²⁵ Wellness osvještava čovjeka da sve više bolesti nastaje kao posljedica stresa i okreće ljude prirodnom načinu života i prehrane.²⁶ Može se reći da je wellness kao pokret i filozofija praktičan odgovor na definiciju Svjetske zdravstvene organizacije koja je još 1948. godine deklarirala kako zdravlje nije samo odsutnost bolesti i iznemoglosti, već stanje potpune fizičke, mentalne i socijalne ravnoteže.²⁷

Wellness turizam sa svojim širokim spektrom ponude je turizam visoke kvalitete i približio se potrebama modernih gostiju.²⁸ U wellness centrima se s klijentima komunicira putem svih pet osjetila.²⁹

Mnogi ga poistovjećuju s kvalitetom života, a ima 7 dimenzija potrebnih za harmonično funkcioniranje organizma³⁰:

- fizičku (naglašava važnost fizičke aktivnosti, kretanja i vježbanja),
- socijalnu (naglašava važnost komunikacije i interakcije s drugim ljudima),
- profesionalnu (naglašava važnost zadovoljstva pojedinca u profesiji),
- ekološku (naglašava važnost zdravog okoliša za ljudsko zdravlje),
- intelektualnu (naglašava važnost učenja i upoznavanja novog),
- emocionalnu (naglašava važnost emocionalnog zdravlja),
- duhovnu (naglašava važnost duhovne snage i unutarnjeg mira).

Kod wellness turizma često se spominje i pojam „spa“ kao sinonim za wellness ponudu, no treba naglasiti da postoji razlika između ova dva pojma. Pojam spa doslovno znači „salus per aquam“, odnosno „vodom do zdravlja“, što predstavlja liječenje termalnim vodama.³¹ Iz toga proizlazi da je kod pojma wellness riječ o cijelom pokretu koji promiče zdrav život, dok spa označava korištenje termalnih voda.

²³ Ibidem

²⁴ Rendulić Slivar, S., *Toplice Lipik: Između lječilišne medicine i zdravstvenog turizma, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam*, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinju 4.- 5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015., str. 63

²⁵ Rašić, D., *Wellness turizam*, Neodoljiva Hrvatska, Lux, Zagreb, 2014., str. 150

²⁶ Ibidem

²⁷ Ibidem

²⁸ Ibidem, str. 161

²⁹ Ibidem

³⁰ Ibidem, str. 160

³¹ <http://relaxino.com/info/sto-znaci-pojam-wellness>, (pristupljeno: 15.08.2016.)

Pojam wellness ne isključuje iz svoje filozofije i spa kao bitan dio okretanja prema zdravom duhu i tijelu.

Problematika vezana uz wellness je to što se proučava kao vrsta zdravstvenog turizma, dopuna sadržaju u okviru zdravstvenog, medicinskog i lječilišnog turizma, ali i kao zasebno područje što opet dovodi do nemogućnosti točne procjene rezultata ostvarenih u ovom segmentu turizma u svijetu.

2.3. Zdravstveni turizam i prirodni ljekoviti činitelji

Zdravstveni turizam kao grana turističke djelatnosti, stručno i pod nadzorom koristi prirodne ljekovite činitelje i/ili postupke fizikalne i rehabilitacijske medicine s ciljem očuvanja i unaprjeđenja zdravlja i/ili poboljšanja vrsnoće života.³² U zdravstvenom se turizmu koriste povoljna djelovanja klime, sunčeva zračenja, termomineralnih voda, jezera, mora, algi, peloida (morskih i slatkovodnih), pijeska i naftalana.³³

Korisnik je turist koji živi odabranim načinom života, dok dio dana odvaja za primjenu spomenutih činitelja i postupaka. To su zdrave osobe ili osobe s kroničnim oštećenjima sustava za kretanje, s određenim bolestima dišnog, krvožilnog i drugih sustava te kože.³⁴ Putem raznovrsnih preventivskih programa, zdravstveni turizam pruža korisnicima povoljne učinke na njihovo tjelesno, duhovno i duševno zdravlje.³⁵

Prirodni ljekoviti činitelji su dijelovi prirode koji povoljno djeluju na očuvanje i unaprjeđenje zdravlja, poboljšanje vrsnoće života te sprječavanje, liječenje, produženo liječenje, oporavak i rehabilitaciju različitih bolesti.³⁶ Ljekoviti činitelji nalaze se u lječilišnim mjestima i drugdje, a dijele se u klimatske, morske i toplične (balneološke) ljekovite činitelje.³⁷

U lječilišnoj se medicini prirodni ljekoviti činitelji koriste kroz tri oblika prirodnog liječenja - klimatoterapija, talasoterapija i balneoterapija.³⁸ Uz prirodne načine liječenja razvijale su se i tri znanosti - klimatologija, talasologija i balneologija, koje

³² Ivanišević, G., *Zdravstveni i lječilišni turizam u Hrvatskoj*, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinj 4. - 5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015., str. 15

³³ Ibidem

³⁴ Ibidem

³⁵ Ibidem

³⁶ Ibidem, str. 13

³⁷ Ibidem

³⁸ Ibidem

proučavaju prirodne ljekovite činitelje kopna, mora i atmosfere te načine i rezultate njihove primjene na zdravi i bolesni ljudski organizam.³⁹ Sljedeća tablica prikazuje prirodne ljekovite činitelje.

Tablica 1: Prirodni ljekoviti činitelji

Klimatski	Morski	Toplični (balneološki)
<ul style="list-style-type: none"> • Promjena klimatskog mjesta • Klimatska počela i činitelji • Klimatski postupci • Čistoća zraka • Sunčevo zračenje • Morski činitelji • Kraške špilje • Rudnici soli 	<ul style="list-style-type: none"> • Klima • Čistoća zraka • Morska voda • Alge • Biljni pokrov • Šetnice i staze • Sunčevo zračenje • Pijesak • Solanski peloid • Morski peloid (liman) 	<ul style="list-style-type: none"> • Termomineralne vode • Peloidi • Naftalan • Klima • Čistoća zraka • Biljni pokrov • Šetnice i staze • Sunčevo zračenje

Izvor: Ivanišević, G., *Zdravstveni i lječilišni turizam u Hrvatskoj*, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinj 4.-5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015., str. 14

Primjena prirodnih ljekovitih činitelja može biti stručna i slobodna. Stručna se primjena provodi u određenim, posebnim, institucijama (prirodnim lječilištima, zavodima, bolnicama) pod stalnim nadzorom liječnika koji su upućeni u tehniku primjene i doziranje činitelja.⁴⁰

Slobodna primjena činitelja podrazumijeva boravak u mjestima primjene činitelja i njihovo korištenje u svrhu unaprjeđenja zdravlja. Činitelje korisnici sami primjenjuju, izvan zdravstvenih ustanova po slobodnom režimu, ali u skladu s preporukama liječnika.⁴¹

Za optimalne rezultate primjene prirodnih ljekovitih činitelja na njihovu nalazištu ili mjestu primjene u lječilištu i lječilišnom mjestu potrebno je zadovoljiti lječilišne uvjete primjene.⁴²

³⁹ Ibidem, str. 14

⁴⁰ Ibidem

⁴¹ Ibidem

⁴² Ibidem

Primjena prirodnih ljekovitih činitelja dovela je do razvitka različitih oblika liječenja ovisno o primijenjenom prirodnom ljekovitom činitelju.

Klimatoterapija prvenstveno koristi ljekovite klimatske činitelje i postupke, od kojih su se razvili sljedeći oblici liječenja⁴³: aeroterapija, helioterapija, talasoterapija i speleoterapija.

Talasoterapija (marinoterapija) prvenstveno koristi ljekovite morske činitelje i postupke, od kojih su se razvili sljedeći oblici liječenja⁴⁴: klimatoterapija, aeroterapija, hidroterapija, algoterapija, aromaterapija, kineziterapija, helioterapija, psamoterapija, peloidoterapija i limanoterapija.

Balneoterapija prvenstveno koristi termomineralne vode, peloide i naftalan kroz različite njihove postupke, od kojih su se razvili sljedeći oblici liječenja⁴⁵: hidroterapija, peloidoterapija i naftalanoterapija.

Nakon 3-12 dana upotrebe prirodnih ljekovitih činitelja može se kod korisnika javiti balneoreakcija (klimatoreakcija, talasoreakcija, prirodna lječilišna reakcija).⁴⁶ To je pojava različitih općih i mjesnih simptoma kao npr. umor, depresija, nesаница, gubitak teka, probavne smetnje, hunjavica, povišena tjelesna temperatura, osip i bol u bolesnim i dr. dijelovima tijela. Spomenuti se simptomi nakon nekoliko dana spontano izgube i ne treba ih liječiti, a ova reakcija je pokazatelj reaktivnosti organizma na primjenu prirodnih ljekovitih činitelja i znak je njihove jačine, što se treba uzeti u obzir prilikom njihovog doziranja.

2.4. Suvremeni trendovi u zdravstvenom turizmu

Ljudi su oduvijek bili povezani s prirodom i njezinim ljekovitim činiteljima koje su koristili u zdravstvene svrhe.⁴⁷ U razvijenom svijetu holistički shvaćeno zdravlje, kao fizičko, mentalno i duhovno blagostanje ima sve veću cijenu.⁴⁸ Održavanje i unaprjeđenje tako shvaćenog zdravlja putem oporavka, odmora i postizanja vrhunske forme, osobito uz primjenu prirodnih ljekovitih činitelja, posebnih postupaka

⁴³ Ibidem, str. 16

⁴⁴ Ibidem

⁴⁵ Ibidem

⁴⁶ Ivanišević, G., *Hrvatska - potencijali za zdravstveni i lječilišni turizam*, Hrvatska - potencijali za zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinju 5.- 6.9.2014., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2014., str. 10

⁴⁷ Ivanišević, G., *Zdravstveni turizam*, Neodoljiva Hrvatska, Lux, 2014., str. 138

⁴⁸ Kušen, E., *Zdravstveni turizam*, Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 235

i liječničkog nadzora, pruža mogućnost turističkom gospodarstvu da na turističko tržište, ali i na tržište zdravlja stavi odgovarajuće turističke proizvode.⁴⁹ Značajke tih proizvoda iskazuju se sintagmom „zdravstveni turizam“.⁵⁰ Turistički se putuje u potrazi za zdravljem, preventivno i kurativno, unutar vlastite zemlje i u inozemstvo.⁵¹

Megatrendovi koji danas karakteriziraju razvijene svjetske ekonomije pridonoseći i snažnom rastu zdravstvenog turizma su starenje populacije, rast životnog standarda i društvene vrijednosti koje pridaju veliki značaj zdravom stilu života.⁵²

Uz ove glavne trendove u idućih 10 do 20 godina na zdravstveni turizam utjecat će i sljedeći trendovi⁵³:

- Demokratizacija potražnje i diverzifikacija proizvoda - predviđa se, prije svega, daljnja „demokratizacija“ zdravstvenog turizma, odnosno ciljanje novih skupina potrošača s rastućim interesom i sklonostima za ovaj proizvod kao što su mlađi korisnici, obitelji, čak i poslovni subjekti. To su segmenti koji će poticati daljnju diverzifikaciju, u prvom redu, preventivne zdravstveno-turističke ponude u smjeru daljnjeg rasta proizvoda kao što su npr. „holistički programi“ za zdravlje duha i tijela, „lifestyle programi“ reprogramiranja životnih navika u cilju zdravijeg života, digitalni „detox programi“ i „budget lječilišni i wellness programi“.

- Podrška osiguravajućih društava za programe zdravstvene preventive - s obzirom da je prevencija jeftinija od liječenja, a u uvjetima rastućeg broja rizičnih osiguranika, zdravstvena osiguranja će ju sve više podržavati dodatno pridonoseći rastu preventivnih programa.

- Rastuća uloga i značaj medicine te daljnja specijalizacija, standardizacija i regulacija medicinskih usluga - rastuće cijene medicinske skrbi u zapadnim zemljama te rastuća potražnja za medicinskim zahvatima iz Rusije i niza istočnih zemalja vodit će prema većoj internacionalizaciji medicinskog turizma. Istovremeno, sve veća konkurencija preventivnih wellness programa vodit će većem oslanjanju na medicinu kao faktor diferencijacije. U tom se smislu predviđa da će medicina imati sve veću ulogu i značaj u zdravstvenom turizmu.

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ Ibidem

⁵¹ Vukonić, B., *Turizam - Budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola Utilus, Zagreb, 2010., str. 168

⁵² *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 26

⁵³ Ibidem

- Brendiranje - konkurencija će nametati potrebu brendiranja u funkciji veće prepoznatljivosti.

- Tehnološke inovacije - kontinuiran i brz razvoj zdravstvene tehnologije od npr. brže i jednostavnije dijagnostike, preko pametnih sustava za individualizirano kalibriranje tretmana, do smanjivanja potrebe za invazivnim kirurškim zahvatima, utjecat će i na brojne aspekte zdravstveno-turističke ponude, a prije svega na opremu, stručnost i kontinuiranu edukaciju osoblja te na „izvanbolnička“ mjesta odvijanja tretmana. Zdravstveni turizam prestaje biti samo „high touch“ te se razvija i u smjeru „high tech“ proizvoda.

- Autentičnost - u turizmu toliko bitan „osjećaj za mjesto“ sve će se više prenositi i u sferu zdravstveno-turističke ponude te će lokalni identitet, hrana, ljekoviti činitelji i znanje u njihovoj primjeni biti sve prisutniji u tretmanima i u uređenju objekata.

- Okolišna osjetljivost - ponuda zdravstvenog turizma, kao proizvoda motiviranog osobnim zdravljem, nužno će morati voditi brigu i o zdravlju okoliša te se, u tom kontekstu predviđa snažan zaokret prema sveobuhvatnoj zelenoj praksi, od korištenja prirodnih sastojaka u tretmanima i prehrani, preko korištenja prirodnih materijala, svijetla ili ventilacije u uređenju prostora do okolišno odgovornog upravljanja energijom, vodom i otpadom na razini objekata i cijelih destinacija.

Trendovi koji se odnose posebno na luksuzni wellness turizam su⁵⁴:

- Turisti žele doživjeti mjesto na koje putuju, žele osjetiti lokalnu atmosferu i povezati se sa destinacijom u kojoj borave,
- Turisti traže i odlaze u destinacije koje su orijentirane na zdrav i ugodan život te njeguju turističku ponudu u tom smjeru,
- Turisti traže egzotičnu, novu ponudu, nešto što će ih zainteresirati, a da nije uobičajeno i svakodnevno.

Tržišni trendovi govore u prilog daljnjeg rasta zdravstvenog turizma, ali ukazuju i na promjene njegovih obilježja u smjeru izraženije medicinske utemeljenosti i specijalizacije, okolišne osjetljivosti te veće povezanosti s autentičnim lokalnim ambijentom.

⁵⁴ *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2016*, Center for responsible travel, Washington, 2016., str. 11, http://www.responsibletravel.org/whatWeDo/The_Case_for_Responsible_Travel_2016_Final.pdf, (pristupljeno: 20.08.2016.)

2.5. „Komercijalni“ oblici ponude uvjetovani trendovima

Zahvaljujući suvremenim trendovima vezanim uz razvoj ponude zdravstvenog turizma, daljnje se proširenje zdravstveno-turističke ponude nastavlja ne samo u tradicionalnim turističkim destinacijama, nego i u novim brzorastućim turističkim destinacijama.⁵⁵ Prednosti zdravstvenog turizma mogu se kapitalizirati u turizmu i kroz jasnu suvremenu selektivnu ponudu zdravstvenih programa.⁵⁶ Očekuje se daljnja stagnacija i pad popularnosti klasičnih zdravstveno-turističkih proizvoda i destinacija te okretanje modernijim komercijalnim oblicima ponude.⁵⁷ Neke od njih je moguće sažeti na sljedeći način⁵⁸:

- Destinacijske/odmarališne toplice su zdravstveno-turistički kompleksi u kojima je spa dominantna i primarna funkcija. Prema periodu nastanka postoje one s dugom kupališnom tradicijom i nove turističke destinacije. Zajedničko im je upražnjavanje tradicionalnih lječilišnih metoda po osnovnim principima zdravstvenog turizma - korištenje prirodnih ljekovitih činitelja. Osim spa ponude kompleksi su također obogaćeni pratećim sadržajima i servisima (najčešće sportski, rekreacijski i društveni sadržaji) u službi ugodnijeg boravka turista. Zajednička karakteristika im je nužnost pozicioniranja uz navedene prirodne činitelje.
- Dnevne toplice su nezaobilazna ponuda velikih gradova, bazirana na jednostavnoj ponudi brzog oporavka. To su objekti u kojima je spa samo servis, sekundarna funkcionalna cjelina. Ovi se dnevni centri zdravlja i ljepote najčešće nalaze kao dodatak drugim primarno sportskim, rekreacijskim i društvenim sadržajima. Dnevne toplice tako postaju sporedna i usputna turistička atrakcija. Njihova pozicija ne ovisi o prirodnim činiteljima, a ponuda je primarno temeljena na tretmanima ljepote i zabave.
- Putujuće toplice su novi turistički trend ponude velikih putničkih brodova i preookeanskih letova. Spa je u ovakvom obliku ponude dodatna atrakcija u službi ugodnijeg i zdravije provedenog vremena u tranzitu.

⁵⁵ *Zdravstveno - lječilišne turističke destinacije u Hrvatskoj*, Knjiga izlaganja na zdravstvenom skupu na Velom Lošinj 2.- 4.9.2011., Akademija medicinskih znanosti Hrvatske, Zagreb, 2011., str. 34

⁵⁶ Šipić, Z., Zegnal, M., Knok, Ž., *Stanje i mogućnosti zdravstvenog i sportsko-rekreacijskog turizma*, Zbornik radova, Međimursko veleučilište u Čakovcu, Sv. Martin na Muri, 2012., str. 96

⁵⁷ *Zdravstveno - lječilišne turističke destinacije u Hrvatskoj*, loc. cit.

⁵⁸ Ibidem

Suvremeni koncept pojedinog zdravstveno-turističkog kompleksa u većem ili manjem opsegu također uključuje tri osnovne funkcionalne cjeline⁵⁹: zdravstveni trakt u kojem se pružaju liječnički nadgledane terapije, zatim wellness trakt gdje se odvijaju različiti tretmani usmjereni na zdravstvenu preventivu, tj. na poboljšanje fizičkog i mentalnog stanja te rekreacijski trakt s bogatom ponudom zatvorenih i otvorenih sadržaja na vodi koji su ponajprije namijenjeni zabavi.

⁵⁹ Ibidem

3. Zdravstveni turizam u svijetu

Zdravstveni turizam je jedan od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma u svijetu. Ovaj oblik turizma bilježi godišnji rast od 15 do 20%.⁶⁰ Svjetska zdravstvena organizacija predviđa da će zbog trenda starenja populacije i sve izraženije orijentacije društva na zdravi život, briga o zdravlju za 15 godina postati najjača svjetska industrija te će 2030. godine činiti čak 22% svjetskog BDP-a i biti najveći pokretač turističkih putovanja.⁶¹

Mnoge zemlje u svijetu su se odlučile na iskorištavanje potencijala razvoja ovog oblika turizma. Strateški su se odredile prema zdravstvenom turizmu, te su slijedom toga prilagodile sustav zdravstvene zaštite kako bi mogle primati inozemne pacijente. Među tim zemljama većina je zemalja u razvoju.⁶²

Pacijenti iz bogatijih i razvijenih zemalja putuju u manje razvijene zemlje radi dostupnosti zdravstvenih usluga.⁶³ Ranije se kretanje u zdravstvenom, a posebno u medicinskom turizmu, odnosilo na odlazak u najrazvijenije zemlje s najboljom tehnologijom dok je danas smjer kretanja pacijenata obrnut.⁶⁴ Tome pridonose pristupačni tretmani, jeftini letovi i velika širina dostupnih informacija.⁶⁵

Ipsos je u anketi provedenoj 2012. godine na 18 713 ispitanika iz 24 zemalja svijeta provjerio interes i stajališta o zdravstvenom turizmu.⁶⁶ Ispitanicima je postavljeno pitanje da li bi otišli u drugu državu radi medicinskih razloga ukoliko bi troškovi bili značajno niži u usporedbi s onima u njihovoj zemlji. 18% ispitanika je odgovorilo da je sigurno da bi otišli na putovanje, a 36% da bi se vjerojatno na to odlučili, što pokazuje da je 54% ispitanika pokazalo interes za ovim oblikom turizma.⁶⁷ Najviše zainteresiranih bilo je u Indiji (78% ukupno, a 35% je bilo sigurno da bi se odlučilo na ovaj oblik putovanja), Indoneziji, Rusiji, Meksiku i Poljskoj.⁶⁸

⁶⁰ <http://www.mint.hr/default.aspx?id=31818>, (pristupljeno: 02.08.2016.)

⁶¹ Ibidem

⁶² Madžar, T., Lazibat, T., Mikulić, J., op. cit., str. 192

⁶³ Ibidem

⁶⁴ Ibidem

⁶⁵ Ibidem

⁶⁶ *Medicinski turizam - Međunarodni trendovi i perspektive*, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb, 2015., str. 6, <http://business.croatia.hr/Documents/3726/Medicinski-turizam-Medunarodni-trendovi-i-perspektive.pdf>, (pristupljeno:15.08.2016.)

⁶⁷ Ibidem

⁶⁸ Ibidem

Najmanje zainteresiranih bilo je u Japanu (20% ukupno, s tim da je samo 3% bilo sigurno), Južnoj Koreji, Španjolskoj, Francuskoj i Švedskoj.⁶⁹

U ovom istraživanju je interes za korištenjem medicinskih usluga izvan vlastite države pokazao veliki broj ispitanika mlađe dobi do 35 godina (npr. Indija 86%) iako osobe mlađe životne dobi u pravilu manje trebaju i koriste medicinske usluge.⁷⁰

Sljedeća tablica prikazuje motive putovanja u međunarodnim receptivnim turističkim destinacijama u 2015. godini prema podacima Svjetske turističke organizacije koji su objavljeni u dokumentu „Tourism Highlights 2016. Edition“.

Tablica 2: Motivi putovanja u međunarodnim receptivnim turističkim destinacijama u 2015. godini

MOTIV PUTOVANJA	UDJEL
Slobodno vrijeme, rekreacija, godišnji odmor	53%
Posjet obitelji i prijateljima, zdravlje , religija i ostalo	27%
Posao i profesionalni razlozi	14%
Neodređeno	6%

Izvor: Obrada autorice prema: *UNWTO Tourism Highlights 2016. Edition*, UNWTO, Madrid, 2016., str. 3, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, (pristupljeno: 10.08.2016.)

Iz tablice je vidljivo da turisti na putovanje najčešće odlaze zbog provođenja slobodnog vremena, rekreacije i godišnjeg odmora (53%). Na drugom mjestu nalazi se posjet obitelji i prijateljima te zdravlje, religija i ostalo (27%). Nije vođena detaljnija statistika kako bi se vidjelo koliki postotak zauzima zdravlje kao zasebna kategorija u ukupnom udjelu. Prema dokumentu „Tourism Towards 2030.“ predviđa se daljnji rast zainteresiranosti za zdravlje kao motivom putovanja u međunarodnom turizmu.⁷¹

Svjetskim turističkim tržištem sve više dominiraju agencije i tvrtke koje nude posredništvo u organiziranju pružanja različitih zdravstvenih usluga, od dijagnostike i konzultacija do medicinskih tretmana, operativnih zahvata ili rehabilitacije.⁷²

Mnoge turističke agencije u sklopu svoje ponude nude osiguravanje smještaja turista prije i nakon određenog zahvata ili oporavka, a raste i broj onih koje su se

⁶⁹ Ibidem

⁷⁰ Ibidem, str. 7

⁷¹ *Tourism towards 2030 - Global overview*, UNWTO, Koreja, 2011., http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf, (pristupljeno: 12.08.2016.)

⁷² <http://hr.seebiz.eu/kolumne-i-komentari/hrvatska-jos-ne-koristi-potencijale-zdravstvenog-turizma/ar-71573/> (pristupljeno: 01.08.2016.)

specijalizirale za zdravstveni turizam.⁷³ One su posrednici koji povezuju posjetitelje i klinike u kojima se obavljaju zdravstveni zahvati.⁷⁴

3.1. Medicinski turizam u svijetu i procjene razvoja

Prilikom definiranja realnih pokazatelja ostvarenih u medicinskom turizmu u svijetu značajnu prepreku predstavlja to što službene nacionalne statistike uglavnom ne prate kategoriju medicinskih turista, već je moguće osloniti se isključivo na procjene različitih interesnih udruženja i grupacija, a za velik broj zemalja ne postoje nikakvi pokazatelji. Prilikom iskazivanja pokazatelja medicinskog turizma nisu rijetke niti različite metodološke nekonzistentnosti ili pogreške koje brojke mogu značajno uvećati⁷⁵: broje se posjete bolnicama, a ne individualni pacijenti; osobe koje samo kupuju ili nabavljaju lijekove u ljekarnama bolnica i klinika, a nisu pacijenti; broje se osobe koje borave u smještajnim objektima sa spa ponudom; zatim međunarodne izbjeglice; broje se strani studenti i diplomati; kao i strani vojnici smješteni na području pojedinih zemalja (npr. u međunarodnim kontingentima NATO-a); broje se turisti koji tijekom odmora dožive nesreću; radnici na privremenom radu u inozemstvu ili osobe koje se razbole ili dožive nesreću tijekom službenog puta u inozemstvo i sl.

Prema dostupnim pokazateljima (procjenama) tri vodeće svjetske receptivne destinacije medicinskog turizma u 2015. godini su Malezija (650 000 putnika), SAD (600 000 putnika) i Tajland (500 000 putnika).⁷⁶

Temeljem podataka različitih udruga i neformalnih nacionalnih izvora, najuspješnije emitivne destinacije medicinskog turizma u 2015. godini su: Indonezija (600 000 putnika), SAD (400 000 putnika), Kina i Njemačka (200 000 putnika).⁷⁷

Svjetska udruga za medicinski turizam (Medical Tourism Association - MTA) je prva i krovna svjetska neprofitna organizacija za medicinski turizam. Ova organizacija radi sa zdravstvenim djelatnicima, vladama, osiguravajućim kompanijama i drugim subjektima koji su povezani s medicinskim turizmom. Cilj je razvoj ovog oblika turizma i pružanje najkvalitetnije i najtransparentnije zdravstvene usluge. MTA nudi

⁷³ Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., op. cit., str. 22

⁷⁴ Ibidem

⁷⁵ *Medicinski turizam - Međunarodni trendovi i perspektive*, op. cit., str. 9, <http://business.croatia.hr/Documents/3726/Medicinski-turizam-Medunarodni-trendovi-i-perspektive.pdf>, (pristupljeno: 15.08.2016.)

⁷⁶ Ibidem

⁷⁷ Ibidem, str. 10

edukaciju (npr. program „Health & Wellness Destination Guides“), certifikacije i druge aktivnosti za razvoj ovog oblika turizma.⁷⁸ Razne informacije vezane uz medicinski turizam moguće je pronaći na njihovom blogu i časopisu na internetu.

Prema izvješću MTA iz srpnja 2016. godine koje je doneseno na temelju istraživanja Visa-e „Mapping the Future of Global Travel and Tourism“, prihodi od medicinskog turizma dosegli su 439 milijardi američkih dolara, s 11 milijuna turista koji putuju radi zdravstvenih usluga, s tim da od 3 do 4% ljudi u svijetu putuje radi tretmana u druge zemlje.⁷⁹ Prema očekivanjima rast će se nastaviti i to 25% godišnje do 2025. godine.⁸⁰

S navedenim prognozama se nije slagao najpoznatiji svjetski časopis na području pružanja usluga iz medicinskog turizma International Medical Travel Journal (IMTJ) koji je osnovan 2007. godine, a radi na razvoju i unaprjeđenju ovog oblika turizma u svijetu. Prema mišljenju njihovih stručnjaka podaci MTA ne prikazuju stvarno stanje medicinskog turizma zbog načina na koji su prikupljeni i zbog toga što preuveličavaju brojke te postoji opasnost da se vodeći tim podacima poduzetnici uključe na tržište i dožive neuspjeh. Na kraju se ispostavilo da su sumnje u brojke bile opravdane pa je uslijedio ispravak od Visa-e te je rečeno da je ukupni prihod od medicinskog turizma na razini 50 milijardi američkih dolara.⁸¹

U IMTJ-u se nisu slagali ni sa predviđanjima iz 8. mjeseca 2016. godine "World Medical Tourism Market-a" koja kažu da će svjetsko tržište medicinskog turizma ostvarivati prihode od 143,8 milijardi američkih dolara do 2022. godine, s godišnjim rastom od 15,7% od 2015. do 2022. godine.⁸² Njihov stručnjak koji proučava ovo tržište već 10 godina predviđa rast između 5 i 7 milijardi američkih dolara godišnje.⁸³

On kaže da zadnjih 5 godina medicinski turizam u svijetu stagnira i da putuje oko 7 milijuna ljudi motivirano zdravstvenim razlozima. Zapaža da je domaći medicinski turizam u porastu te da u ovoj sferi putuje oko 3 milijuna ljudi, a zdravstveni i wellness raste iz godine u godinu i doseže brojku od 50 milijuna ljudi.

⁷⁸ <http://www.medicaltourismassociation.com/en/index.html>, (pristupljeno:10.08.2016.)

⁷⁹ *Mapping the Future of Global Travel and Tourism*, Visa, Kalifornija, 2016., str. 5
<https://usa.visa.com/dam/VCOM/regional/na/us/partner-with-us/documents/mapping-the-future-of-global-travel.pdf>, (pristupljeno:15.08.2016.)

⁸⁰ Ibidem

⁸¹ <https://www.imtj.com/blog/medical-tourism-industry-nine-times-smaller/>, (pristupljeno: 24.08.2016.)

⁸² <https://www.imtj.com/blog/declining-interest-medical-tourism/>, (pristupljeno: 24.08.2016.)

⁸³ Ibidem

Pripremajući izvješće „Medical Tourism Facts and Figures 2016.“, iz časopisa zaključuju da je u 2016. godini medicinski turizam više lokalni i regionalni proizvod nego globalni i da na ovaj oblik turizma kao i na sve oblike utječe politika i strah od terorizma u svijetu. Zaključuju i da „turistička industrija“ ignorira medicinski turizam, a da ga ignorira i zdravstveni turizam čiji je on dio.⁸⁴

U 2016. godini dobre rezultate na području medicinskog turizma pokazuju Velika Britanija, SAD, Njemačka i Švicarska, kao i Južna Koreja, Dubai, Malezija i Iran.⁸⁵ Tajland, Turska, Egipat, Finska i Tunis bilježe lošije rezultate, a to se događa i sa Singapurom, Izraelom, Jordanom i Brazilom.⁸⁶

Izrael i Južna Afrika pokazuju najviše otpora prema turističkim dolascima u sferi medicinskog turizma, dok Nigerija i Kenija predvode afričke države u nastojanju da smanje odlaske iz zemlje motivirane zdravstvenim razlozima. Indija, Velika Britanija i SAD su svjesne da je medicinski turizam na nacionalnoj razini jednako ili čak i više važan od međunarodnog.⁸⁷

IMTJ je veoma utjecajna karika u razvoju ovog oblika turizma te se zapažanjima i prognozama njihovih stručnjaka može vjerovati. Dokaz tome je i to što organiziraju važna i sve posjećenija događanja koja okupljaju stručnjake iz cijelog svijeta, a to su⁸⁸: IMTJ Medical Travel Summit, IMTJ Medical Travel Awards i The Private Healthcare Summit. Njihovu nagradu u kategoriji najbolje turističke destinacije na svijetu u 2016. godini dobila je Malezija.

IMTJ Medical Travel Summit održao se od 24. do 26. svibnja 2016. godine u Madridu, a okupio je 350 sudionika iz više od 45 zemalja, dok je godinu ranije u Londonu okupio 130 sudionika iz 40 zemalja. Sljedeći se IMTJ Medical Travel Summit organizira u Opatiji od 24. do 27. travnja 2017. godine i očekuje se daljnji porast broja sudionika.⁸⁹

3.1.1. Rizici vezani uz medicinski turizam

Prilikom izbora neke inozemne zdravstvene institucije u kojoj se namjerava obaviti neki liječnički zahvat, osim same cijene, prije svega vodi se računa o stručnoj

⁸⁴ <https://www.imtj.com/articles/medical-tourism-2016-what-has-changed/>, (pristupljeno: 24.08.2016.)

⁸⁵ Ibidem

⁸⁶ Ibidem

⁸⁷ Ibidem

⁸⁸ <https://www.imtj.com/what-we-do/>, (pristupljeno: 24.08.2016.)

⁸⁹ <https://summit.imtj.com/>, (pristupljeno: 24.08.2016.)

akreditaciji te ustanove, iskustvu liječnika i postotku uspješnih izlječenja ili provedenih zahvata, ali i osiguranju liječnika u matičnoj zemlji za eventualne postoperativne komplikacije.⁹⁰

Najveća prijetnja korištenja medicinskih usluga u drugoj zemlji za korisnika je moguća nesigurnost, odnosno mogućnost dobivanja neadekvatne zdravstvene usluge u odnosu na očekivanu.⁹¹ Istraživanja pokazuju da taj čimbenik ne uzrokuje pad ni stagnaciju medicinskog turizma zbog toga što je prisutan trend sve veće standardizacije kvalitete medicinskih usluga na svjetskoj razini, uz korištenje najnovijih znanja iz područja medicine, kao i najsuvremenije tehnologije.⁹² Uz navedeno, brojni liječnici koji su zaposleni u klinikama u manje razvijenim zemljama, proveli su dio svog obrazovanja ili dio radnog iskustva u razvijenim zemljama.⁹³

Sve to ne umanjuje potrebu za preciznim definiranjem standarda kvalitete u medicinskom turizmu na međunarodnoj razini, koja se pojavljuje kao nužnost, o čemu će više biti riječi u nastavku rada.

Unatoč standardima, treba istaknuti da se rizici ne mogu u potpunosti isključiti iz ove vrste turizma zbog toga što pacijenti snose određeni rizik od komplikacija nakon međunarodnih tretmana budući da ubrzo nakon operacije kreću na put, a i postoje opasnosti od infektivnih bolesti u nekim zemljama, npr. u Indiji.

3.1.2. Standardi kvalitete u medicinskom turizmu

Kako ne slijede sve medicinske ustanove iste standarde kvalitete, a dolazi i do pružanja usluga niže kvalitete zbog niskih cijena, javlja se sve veća potreba u svijetu za standardizacijom kvalitete pružanja medicinskih usluga. Najpoznatija i najznačajnija svjetska organizacija koja se bavi praćenjem kvalitete i akreditacijom klinika koje pružaju usluge medicinskog turizma je Joint Commision International (JCI) koja je akreditirala preko 300 klinika u svijetu.⁹⁴

⁹⁰ <http://hr.seebiz.eu/kolumne-i-komentari/hrvatska-jos-ne-koristi-potencijale-zdravstvenog-turizma/ar-71573/>, (pristupljeno: 01.08.2016.)

⁹¹ Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., op. cit., str. 22

⁹² Ibidem

⁹³ Ibidem

⁹⁴ Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., op. cit., str. 25

Svjetska zdravstvena organizacija također sudjeluje u procesu akreditiranja i certificiranja zdravstvenih ustanova.⁹⁵ Ovakve institucije bave se reguliranjem i nadzorom kvalitete pružanja medicinskih usluga na međunarodnoj razini.

Ostale najvažnije svjetske institucije koje se bave reguliranjem djelatnosti pružanja međunarodne zdravstvene usluge, a s ciljem osiguravanja sigurnosti i zadovoljstva korisnika medicinskog turizma pruženom uslugom su i ISQUA (The International Society for Quality in Health Care) i NCQA (National Committee for Quality Assurance).⁹⁶ Tu je također i MTQA (Medical Travel Quality Alliance).⁹⁷

U ovom području važna je i inicijativa OECD-a (Organization for Economic Cooperation and Development) koja se odnosi se na definiranje tzv. HCQI (Healthcare Quality).⁹⁸ Ima za cilj definiranje međunarodnih standarda kvalitete koji će uzeti u obzir potrebe korisnika medicinskih usluga, učinkovitost pružene medicinske usluge, sigurnost korisnika i stupanj zadovoljavanja potreba korisnika usluga u medicinskom turizmu. S tim ciljem osnovano je povjerenstvo kojeg čine predstavnici 23 zemlje. Ova inicijativa je uvedena zbog nedovoljno definiranih i neujednačenih standarda medicinskih usluga na međunarodnoj razini i ima za cilj uvođenje sustava kvalitete u medicinski turizam.⁹⁹

S istim ciljem pokrenuta je i inicijativa Svjetske zdravstvene organizacije koja brine o sigurnosti korisnika medicinskih usluga na međunarodnoj razini, ali i osigurava „monitoring“ pružanja usluga u međunarodnom turizmu.¹⁰⁰

Neke zemlje su osnovale vlastite institucije koje su zadužene za osiguranje kvalitete (npr. Njemačka - TEMOS¹⁰¹, Kanada - Accreditation Canada International¹⁰²).

3.2. Wellness turizam u svijetu i procjene razvoja

Svjetska wellness industrija bilježi sve veće prihode. Razlozi se kriju u rastućoj srednjoj klasi i promjeni stavova potrošača o zdravlju, prehrani, gubitku težine te

⁹⁵ Ibidem

⁹⁶ Ibidem

⁹⁷ <https://www.mtqa.org/>, (pristupljeno: 08.08.2016.)

⁹⁸ Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., op. cit., str. 25

⁹⁹ Ibidem, str. 26

¹⁰⁰ Ibidem

¹⁰¹ https://www.temos-worldwide.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1&Itemid=5, (pristupljeno: 08.08.2016.)

¹⁰² <http://www.internationalaccreditation.ca/>, (pristupljeno: 08.08.2016.)

komplementarnoj i alternativnoj medicini.¹⁰³ Vidljiva je promjena odnosa ljudi prema zdravlju i zdravom načinu života zbog čega ih sve više svjesno razmišlja o zdravoj prehrani i vježbanju te potrazi za prirodnim i alternativnim načinima poboljšanja zdravlja i izgleda.¹⁰⁴ Kod srednje klase sve popularniji postaju spa tretmani, odlasci na masaže i u saune kao vid brige o tijelu i zdravlju te wellness sadržaji usmjereni na razvijanje zdravih navika vezanih uz prehranu i stil života.¹⁰⁵

Wellness turizam u svijetu bilježi zaradu od 439 milijardi američkih dolara i očekuje se rast do 678,5 milijardi do 2017. godine.¹⁰⁶ Wellness na svjetskoj razini zapošljava oko 11,7 milijuna ljudi, a u ukupnoj svjetskoj ekonomiji generira zaradu od 1 300 milijardi američkih dolara.¹⁰⁷ Wellness turisti troše 130% više od prosječnog turista.¹⁰⁸

71% turističkih agenata iz Sjeverne Amerike i Europe tvrdi da su turisti sve više upoznati sa wellness turizmom, a čak 83% njih je spremno platiti više za wellness.¹⁰⁹ U 2015. godini su se u wellness turizmu istaknule Kostarika i Tajland.¹¹⁰

Svjetski wellness institut (The Global Wellness Institute (GWI)) je svjetska neprofitna organizacija čiji je cilj razvijati wellness edukacijom javnog i privatnog sektora o zdravstvenoj prevenciji i koristima wellnessa. To čini putem različitih aktivnosti kao što su razna događanja, inicijative i istraživanja. Organizator je Global Spa & Wellness Summit-a i Global Wellness Tourism Congress-a.¹¹¹

Global Spa & Wellness Summit je međunarodni događaj na kojem se okupljaju stručnjaci iz cijelog svijeta i razmjenjuju iskustva i dolaze do novih zaključaka vezanih uz wellness industriju u svijetu. U 2016. godini održat će se od 17. do 19. listopada u Austriji pod nazivom „Back to the Future.”¹¹²

Prema istraživanju Global Spa & Wellness Economy Monitoru koje je za Global Wellness Institut izradila međunarodna istraživačka tvrtka SRI International

¹⁰³ <http://www.4seasonscroatia.com/globalni-rast-spa-i-wellness-industrije/17/>, (pristupljeno: 12.08.2016.)

¹⁰⁴ Ibidem

¹⁰⁵ Ibidem

¹⁰⁶ *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2016*, Center for Responsible Travel, Washington, 2016, str. 10, http://www.responsibletravel.org/whatWeDo/The_Case_for_Responsible_Travel_2016_Final_UPDAT ED.pdf, (pristupljeno: 08.08.2016.)

¹⁰⁷ Ibidem

¹⁰⁸ Ibidem

¹⁰⁹ Ibidem, str.11

¹¹⁰ Ibidem

¹¹¹ <http://www.globalwellnessinstitute.org/>, (pristupljeno: 09.08.2016.)

¹¹² <http://www.globalwellnesssummit.com/>, (pristupljeno: 09.08.2016.)

2014. godine, vrijednost wellness industrije u 2013. godini dosegla je 3 400 milijardi američkih dolara.¹¹³ Broj turista koji su putovali unutar države i u inozemstvo zbog wellnesa iznosio je 586,5 milijuna i narastao je za 12% u odnosu na 2012. godinu pokazalo je navedeno istraživanje.¹¹⁴ To predstavlja rast 36% brži od rasta broja ukupnih turističkih putovanja koje je procijenjeno na 9%.¹¹⁵ Izdaci na putovanjima iznosili su 494,1 milijardu američkih dolara, što je za 13% više u odnosu na 2012. godinu.¹¹⁶

U svjetskoj raspodjeli prihoda ove industrije prednjači Europa s 32 000 spa odredišta i prihodom od gotovo 30 milijardi dolara, pri čemu najveći postotak zarade dolazi iz istočne Europe, Rusije i baltičkih zemalja. Zatim slijedi azijsko-pacifička regija, posebno Kina i Indija, s prihodom od 19 milijardi američkih dolara te sjeverna Amerika s 18,3 milijardi dolara.¹¹⁷

Još jedna organizacija važna u pogledu razvoja wellnesa u svijetu je i Međunarodno spa udruženje (International SPA Association - ISPA), koje je od 1991. godine prepoznato kao profesionalna organizacija i glas spa industrije koja promiče zdravlje i wellness u više od 70 zemalja svijeta.¹¹⁸ Misija ove organizacije je raditi na razvoju i prepoznatljivosti ove industrije u svijetu. Dodjeljuje nagrade ISPA Innovate award, ISPA Alex Szekely Humanitarian Award, ISPA Dedicated Contributor Award i ISPA Visionary Award.¹¹⁹

Godišnja ISPA Konferencija i Expo spaja na jednom mjestu stručnjake iz spa i wellness industrije iz cijelog svijeta. 2015. godine okupila je preko 220 kompanija koje su predstavile i ponudile svoje proizvode. U 2016. godini Konferencija će se održati u Las Vegasu od 13. do 15. rujna.¹²⁰

Treba spomenuti i Spafinder Wellness 365 koji predstavlja najveću svjetsku marketinško-medijsku tvrtku koja se bavi spa i wellness industrijom više od 30

¹¹³ *Global Spa and Wellness Economy Monitor*, Global Wellness Institut, Florida, 2014., http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/gsws2014/pdf/GWI_Global_Spa_and_Wellness_Economy_Monitor_Full_Report_Final.pdf, (pristupljeno: 15.08.2016.)

¹¹⁴ Ibidem

¹¹⁵ Ibidem

¹¹⁶ Ibidem

¹¹⁷ <http://www.4seasonscroatia.com/globalni-rast-spa-i-wellness-industrije/17/>, (pristupljeno:12.08.2016.)

¹¹⁸ <http://experienceispa.com/>, (pristupljeno:14.08.2016.)

¹¹⁹ <http://experienceispa.com/about/awards>, (pristupljeno:14.08.2016.)

¹²⁰ <http://attendispa.com/>, (pristupljeno:14.08.2016.)

godina.¹²¹ Radi se o tvrtki koja je proglašena najboljom za pronalazak spa i wellness putovanja od strane uglednih svjetskih medija kao što su New York Times, Forbes ili USA Today. Tvrtka dodjeljuje nagradu Global Wellness Travel Awards na temelju glasova korisnika. Wellness App od Spafinder Wellness 365 proglašen je pobjednikom ISPA Innovate Award za "Experiences" za 2016. godinu.¹²² To je prva aplikacija ove vrste pomoću koje korisnici mogu putem svojih mobilnih telefona pronaći, rezervirati smještaj, davati recenzije i plaćati spa i wellness usluge diljem svijeta.

Top 10 trendova u 2016. godini prepoznatih od strane ove tvrtke o kojima se više informacija može pronaći na njihovoj internetskoj stranici su¹²³: „Surf's Up! New Waves in Wellness“, „Sexual Wellbeing: Taboo No More“, „Temazcal (temas'kal)“, „Parenting Well: Serious Spa & Wellness for Kids“, „The Adrenaline and Zen Cocktail: Resetting the Mind & Body“, „Well-Fests: Festivals Shift from Wasted to Wellness“, „On Demand: Uber-izing Spa & Wellness“, „Skin Care Gets Seoul-ful: The Korean Beauty Explosion 2.0“, „Healthy Cruising: The Ship of Excess Has Set Sail“ i „Workplace Wellness Wakes Up“.

Wellness Travel Awards koju dodjeljuje Spafinder Wellness u 2015. godini dobile su destinacije na šest kontinenata, iz 43 zemalja/regija i u 20 kategorija. 33 stručnjaka iz područja wellnessa nominiralo je 509 ponuđača usluga od kojih je 273 proglašeno finalistima. Preko 10 000 ljudi glasalo je za pobjednike.¹²⁴ Oni koji su glasali imali su priliku osvojiti 1 000 dolara koje su mogli iskoristiti za wellness usluge.

Crystal Awards dodijeljene su za kvalitetnu wellness ponudu na šest kontinenata.¹²⁵ Country/Region Awards dodijeljene su za kvalitetnu wellness ponudu u 43 zemalja/regija.¹²⁶ Category Awards dodijeljene su za kvalitetnu wellness ponudu u 20 kategorija.¹²⁷ Trenutno traje glasanje za najbolje destinacije u 2016. godini.

Treba spomenuti i Wellness Evidence kojem se može pristupiti i preko stranice Svjetskog instituta za wellness, a predstavlja prvi internetski portal u svijetu napravljen kako bi pomogao ljudima pronaći wellness terapije koje su medicinski

¹²¹ <http://www.spafinder.co.uk/>, (pristupljeno:12.08.2016.)

¹²² <http://experienceispa.com/about/awards>, (pristupljeno:14.08.2016.)

¹²³ <http://www.spafinder.com/blog/trends/2016-report/>, (pristupljeno: 12.08.2016.)

¹²⁴ <http://www.wellnesstravelawards.com/wellnesstravelawards2016/2015-winners>, (pristupljeno 12.08.2016.)

¹²⁵ Ibidem

¹²⁶ Ibidem

¹²⁷ Ibidem

dokazane kao provjerene i učinkovite. Cilj je informiranje korisnika o najboljoj wellness praksi i alternativnim načinima očuvanja zdravlja.¹²⁸

3.3. Zdravstveni turizam u Europi

Europa je najjača svjetska regija zdravstvenog turizma s tradicijom koja seže od doba antike. Tijekom 16. i 17. stoljeća nastali su poznati „spa gradovi“ kao što su Bath, Karlovy Vary ili Baden Baden, a veliki broj lječilišnih mjesta nastao je tijekom 19. stoljeća.¹²⁹

Mnogo je razloga zbog kojih se zdravstveni turizam sve više razvija u modernoj Europi. Demografske promjene jedan su od tih razloga. Produžio se životni vijek stanovništva i nikada u povijesti razvijenih zemalja nije bilo tako velikog udjela starije populacije. U Europi je danas oko 18% stanovništva starije od 65 godina, a prognozira se porast ovog udjela na 28% u 2020. odnosno na oko 1/3 populacije do 2060.¹³⁰ Ekonomske promjene u vidu razvoja „društva blagostanja“ s rastućom srednjom klasom koja raspolaže dovoljnim prihodom i slobodnim vremenom za poduzimanje putovanja čiji je motiv zdravlje također pridonose popularizaciji ovog oblika turizma.¹³¹

Treba istaknuti i obilježja „baby boom“ generacije koja je najveća i ekonomski najpotentnija demografska skupina, a izrazito je orijentirana na vlastito zdravlje i zdravstvenu prevenciju.¹³² Uz navedeno, razlozi za okretanje zdravstvenom turizmu su i nezdravi životni stilovi (manjak slobodnog vremena, izloženost stresu, tehnologija, nezdrava prehrana i dr.) koji pridonose razvoju raznih bolesti (pretilost, dijabetes, psihološki problemi i dr).¹³³

Zbog toga dolazi do izraženije orijentacije na „zdrav život“ i do proaktivnosti na održavanju fizičkog i mentalnog zdravlja što postaje nova društvena vrijednost i životni stil.¹³⁴

¹²⁸ <http://www.wellnessevidence.com/wellnessevidence>, (pristupljeno: 14.08.2016.)

¹²⁹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 17

¹³⁰ Ibidem

¹³¹ Ibidem

¹³² Ibidem

¹³³ Ibidem

¹³⁴ Ibidem

Zdravstveni turizam u Europi razvio se u izrazito kompleksan proizvod s velikim brojem „modaliteta“ između medicinskog (liječenje kao reakcija na bolest) i wellness (proaktivna prevencija bolesti kao stil života) turizma.¹³⁵

3.3.1. Procjene dostignute razine razvoja

Zbog međunarodne neusklađenosti terminologije i statistike teško je pouzdano govoriti o veličini zdravstvenog turizma u Europi. Određeni raspoloživi izvori koji prate turizam „zdravlja i wellnessa“ ukazuju da se radi o oko 203 milijuna (domaćih i inozemnih) putovanja godišnje i ukupnoj potrošnji od oko 115 milijardi eura, a očekuje se daljnji godišnji rast od 7% do 2017. godine.¹³⁶ Zdravstveni turizam predstavlja unosan oblik turizma zbog toga što turisti troše i po 4 puta više od klasičnih turista i to dnevno između 220 i 270 eura.¹³⁷

Prema podacima Svjetskog udruženja medicinskog turizma u 2015. godini je najbolja europska destinacija medicinskog turizma bila Velika Britanija, a slijede Njemačka, Francuska, Italija, Španjolska, Poljska, Malta i Turska, koja bilježi i najbrži rast u ovom segmentu turizma.¹³⁸

3.3.2. Zdravstveni turizam kao motiv putovanja

Istraživanje Flash Eurobarometra o Preferencijama vezanim uz turizam među stanovnicima EU pokazalo je da se najviše ispitanika u 2015. godini za putovanje odlučilo zbog „sunca i mora“ (39%), zatim zbog posjeta obitelji, prijateljima i rođacima (38%) te zbog prirodnih ljepota (31%).¹³⁹

Wellness, spa i zdravstvene tretmane kao glavni motiv putovanja odabralo je 13% ispitanika.¹⁴⁰ Sljedeća slika prikazuje kako su se ispitanici izjasnili vezano uz ove, ali i ostale motive putovanja s tim da treba napomenuti da je svaki ispitanik mogao odabrati maksimalno četiri odgovora.

¹³⁵ Ibidem

¹³⁶ <http://www.poslovni.hr>, HGK_potencijali za razvoj zdravstvenog turizma.pptx, (pristupljeno: 17.08.2016.)

¹³⁷ <http://izbori.slobodnadalmacija.hr/od-medicinskog-turizma-2-milijarde-e/>, (pristupljeno: 01.08.2016.)

¹³⁸ <http://www.mint.hr/default.aspx?id=31818>, (pristupljeno: 02.08.2016.)

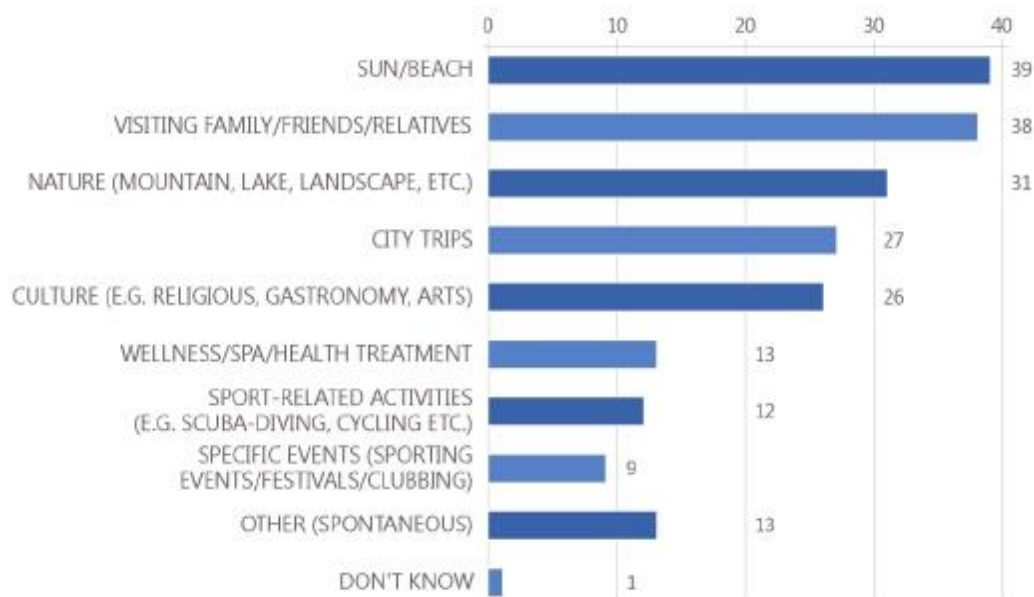
¹³⁹ *Flash Eurobarometar 432, Preferences of European Towards Tourism*, Europska komisija, Bruxelles, 2016., str. 6,

<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2065>, (pristupljeno: 05.08.2016.)

¹⁴⁰ Ibidem

Slika 1: Motivi stanovnika EU za odlazak na putovanje u 2015. godini

Q5T What were your main reasons for going on holiday in 2015? Firstly? And then? (MAX. 4 ANSWERS)
(% - EU)



(Respondents who travelled at least once for a minimum of one night for personal reasons during 2015)

Izvor: Flash Eurobarometar 432, *Preferences of European Towards Tourism*, Europska komisija, Bruxelles, 2016., str. 6, <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2065>, (pristupljeno: 05.08.2016.)

Kao motiv putovanja wellness, spa i zdravstvene tretmane izabralo je najviše ispitanika iz Makedonije (51%), zatim Islanda (35%) i Švedske (29%). Za ove motive najmanje se odlučilo ispitanika iz Danske, Cipra, Irske i Velike Britanije (7%), Španjolske (6%) i Nizozemske (3%). Ispitanici iz Hrvatske odlučili su se sa 9% za navedene motive.¹⁴¹

S obzirom na godine, najviše ispitanika koji su odabrali ove motive putovanja spadaju u skupinu 55+ (15%), dok je najmanje onih u skupini između 15 i 24 godina (8%).¹⁴²

3.3.3. Najtraženije usluge zdravstvenog turizma

Potražnja za uslugama zdravstvenog turizma u Europi koncentrirana je na nekoliko specijalnosti iako podaci o značaju pojedinih usluga variraju ovisno o izvoru.

¹⁴¹ Ibidem, str. 7

¹⁴² Ibidem, str. 9

Stomatologija i estetska kirurgija najtraženije su medicinske usluge, a tretmani tijela i fitness najpopularniji su segmenti wellnessa.¹⁴³

Tablica 3: Najtraženije usluge zdravstvenog turizma u Europi

MEDICINSKI TURIZAM	WELLNESS TURIZAM
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Stomatologija 30%-50% ✓ Estetska kirurgija 25%-34% ✓ Ortopedska kirurgija 7% ✓ Tretmani pretilosti 7% ✓ IVF tretmani 3%-6% ✓ Oftamološka kirurgija 3% 	<p>Najpopularniji tradicionalni programi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tretmani tijela ✓ Sport i fitness ✓ Saune ✓ Joga i meditacija ✓ Nutricionizam i detoks <p>Popularni programi „nove generacije“:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Holistički „tijelo-um-duh“ programi ✓ Programi učenja o zdravoj prehrani, osobnom rastu, kvaliteti života i sl. ✓ Fizički izazov (npr. trijatlón, cross-fit i sl.)

Izvor: *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str. 18

Faktori koji utječu na odluku o putovanju u drugu zemlju radi liječenja najčešće uključuju bitno niže cijene zahvata, dugačke liste čekanja u zemlji podrijetla te rizik od niske kvalitete medicinske usluge ili nedostatak kvalitetnih zdravstvenih institucija u zemlji domicila.¹⁴⁴

Potražnja za wellnessom motivirana je sustavom vrijednosti u kojem je izrazito važna briga o zdravlju, kao i održavanje fizičke i psihičke sposobnosti, učenje o unaprjeđenju i promjeni stila života.¹⁴⁵

¹⁴³ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 18

¹⁴⁴ Ibidem

¹⁴⁵ Ibidem

3.4. Etički aspekt razvoja zdravstvenog turizma

Razvoj međunarodnog medicinskog turizma izaziva široke implikacije na svjetsko javno zdravlje, što ima za posljedicu snažne socijalne implikacije.¹⁴⁶ Javljuju se mnoga pitanja vezana uz granice do kojih se ide u pružanju usluga zdravstvenog turizma. Dobar primjer za to je Indija u kojoj vlasti podupiru tzv. „pružanje usluga pacijentima stranog podrijetla" kroz porezne olakšice i druge povlastice, kako bi time pospješili ovaj rastući oblik turizma koji pruža medicinske usluge.¹⁴⁷

Etičko pitanje koje se ovdje postavlja odnosi se na opravdanost pružanja sofisticirane medicinske usluge strancima, dok stanovnici Indije, zemlje koja na javno zdravlje troši samo 1% svog BDP-a, nemaju pristup ni najosnovnijim medicinskim uslugama.¹⁴⁸ Svega nešto manje od polovice indijske djece je cijepljeno, a milijun Indijaca umire svake godine od izlječivih bolesti ili bolesti koje je lako prevenirati.¹⁴⁹ Računi za zdravstvene usluge svake godine otjeraju 40 milijuna Indijaca u siromaštvo.¹⁵⁰ U Indiji se iz tog razloga budi i neprijateljski stav prema medicinskim turistima jer dobijaju kvalitetniju liječničku uslugu od lokalnog stanovništva.¹⁵¹

Zagovornici postojećeg modela razvoja tvrde da medicinski turisti omogućuju bolnicama pružanje bolje usluge i domicilnom stanovništvu, no činjenica je da kontradikcije medicinskog turizma nisu tako jasne osim npr. u slučaju širenja bakterija otpornih na lijekove („njudelhijska metalo-beta-laktamaza"), koja se po svemu sudeći pojavila upravo u Indiji i proširila i među korisnicima medicinskog turizma iz drugih zemalja koji su se ondje liječili.¹⁵² Značajno etičko i bioetičko pitanje u području medicinskog turizma koje traži odgovore odnosi se i na određene medicinske usluge koje nisu dopuštene u domicilnim zemljama, npr. eksperimentalni lijekovi, zatim različita zakonska regulativa vezana uz postupke medicinski potpomognute oplodnje (MPO). Jedno od najkontroverznijih područja medicinskog turizma koje izaziva brojne polemike je i pitanje eutanazije. Vidljivo je da je potrebno dobro promišljati razvoj ovog oblika turizma zbog mogućih neželjenih posljedica do kojih može dovesti.

¹⁴⁶ Gržinić, J., *Međunarodni turizam*, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 280

¹⁴⁷ Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., op. cit., str. 26

¹⁴⁸ Ibidem

¹⁴⁹ Ibidem

¹⁵⁰ Ibidem

¹⁵¹ Morgan, N., et. al., *Destinacija kao brend*, Upravljanje reputacijom mjesta, Clio, Beograd, 2015., str. 256

¹⁵² Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., loc. cit.

4. Upravljanje razvojem zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Uspješan razvoj turizma pretpostavlja kvalitetan razvojni plan ili strategiju koja je fleksibilna i temeljita.¹⁵³ Statističko praćenje poslovanja i zadovoljstva korisnika predstavljaju ključni preduvjet za efikasno vođenje politike u sferi zdravstvenog turizma i za međunarodne usporedbe dostignute razine konkurentnosti proizvoda.¹⁵⁴ U Hrvatskoj još uvijek nema raspoloživih i dovoljno vjerodostojnih podataka o temeljnim značajkama poslovanja i zadovoljstva korisnika uslugama pružatelja usluga zdravstvenog turizma.¹⁵⁵ Takvo stanje bitno otežava donošenje razvojnih odluka, a time i upravljanje razvojnim procesom.¹⁵⁶

Interdisciplinarnost odnosa u zdravstvenom turizmu često stvara određene poteškoće u razvoju ovog sektora. Zbog toga bi trebalo jasnije razriješiti složenost odnosa i neusklađenost pripadajućih zakonskih i podzakonskih propisa između Ministarstva zdravlja i Ministarstva turizma, izravno nadležnih ovom segmentu, ali i posredno povezanih Ministarstva kulture i Ministarstva regionalnog razvoja i EU fondova.¹⁵⁷ Ministarstvo kulture također ima važnu ulogu u razvoju zdravstvenog turizma jer se veliki broj lječilišta i specijalnih bolnica nalazi na atraktivnim prirodnim lokacijama koje su većim dijelom i zaštićena kulturna dobra.¹⁵⁸

4.1. Institucionalna potpora i pravna regulativa

Za razvoj zdravstvenog turizma i obavljanje djelatnosti koje ovaj oblik turizma podrazumijeva prvenstveno je nužna suradnja Ministarstva zdravlja i Ministarstva turizma.

4.1.1. Nadležnost Ministarstva turizma

Ministarstvo turizma donositelj je zakonske regulative u domeni turizma i ugostiteljstva te prati, usmjerava i potiče razvoj turističkih proizvoda. Ministarstvo je izradilo Strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine u kojoj je zdravstveni turizam identificiran kao jedan od prioriternih turističkih proizvoda Hrvatske. Kako bi se što

¹⁵³ Cooper, C., et. al., *Ekonomija turizma - Načela i praksa*, Ekokon, Split, 2008., str. 249

¹⁵⁴ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 56

¹⁵⁵ Ibidem

¹⁵⁶ Ibidem

¹⁵⁷ <http://www.sabor.hr/lgs.axd?t=16&id=26278>, (pristupljeno:10.08.2016.)

¹⁵⁸ Ibidem

kvalitetnije proveli planovi iz Strategije, Ministarstvo je kao i za druge oblike turizma čija je važnost identificirana, iniciralo izradu Akcijskog plana.

Ključni pravni propisi od interesa za razvoj i funkcioniranje zdravstvenog turizma doneseni od strane Ministarstva turizma su¹⁵⁹: Zakon o pružanju usluga u turizmu, Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti i Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“.

4.1.1.1. Zakon o pružanju usluga u turizmu

Prema ovom zakonu turističke usluge mogu se pružati i u posebnim oblicima turističke ponude među kojima je naveden zdravstveni turizam. Usluge mogu pružati pravne i fizičke osobe i to specijalne bolnice i lječilišta.¹⁶⁰ Ministar može pravilnikom propisati, uz suglasnost ministra nadležnog za područja obuhvaćena pojedinim oblikom turističke ponude, minimalne uvjete za izvođenje pojedinih turističkih usluga.

Za pružanje turističkih usluga pravna ili fizička osoba dužna je ishoditi rješenje o odobrenju za pružanje tih usluga nadležnog ureda prema mjestu pružanja usluga. Prema zakonu samo turistička agencija može prodati složeni proizvod/paket aranžman zdravstvenog turizma.¹⁶¹

4.1.1.2. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pravne i fizičke osobe koje mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost (pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka, pružanje usluga smještaja), odnosno pružati ugostiteljske usluge, su zdravstvene ustanove - specijalne bolnice i lječilišta.¹⁶² Ovaj Zakon uređuje način i uvjete pod kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost i uređuje bavljenje ugostiteljstvom u lječilištima i specijalnim bolnicama.

¹⁵⁹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 10

¹⁶⁰ Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07; NN 88/10; NN 30/14; NN 89/14; NN 152/14), čl. 3, st. 3

¹⁶¹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, loc. cit.

¹⁶² Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15), čl. 5, st. 2

4.1.1.3. Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“

Ministarstvo turizma donijelo je Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“ koji stupa na snagu 1. siječnja 2017. godine. Objekti iz skupine „hoteli“ koji su vezani uz pružanje usluga zdravstvenog turizma razvrstavaju se sukladno obveznim ugostiteljskim uslugama na sljedeće vrste¹⁶³: lječilišne vrste, lječilišni hotel baština, lječilišni hotel, lječilišni aparthotel, lječilišno turističko naselje, lječilišni turistički apartmani, lječilišni pansion, lječilišni difuzni hotel i lječilišni integralni hotel.

Lječilišna vrsta predstavlja funkcionalnu cjelinu u kojoj zdravstvena ustanova ili druga pravna ili fizička osoba koja se bavi zdravstvenom djelatnošću pruža ugostiteljske usluge u vrsti iz skupine „hoteli“.¹⁶⁴ Vrste lječilišni hotel i lječilišni aparthotel mogu imati depandanse.¹⁶⁵

Prema ovom Pravilniku kategorije imaju vrste¹⁶⁶: hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani, pansion i pojedine lječilišne vrste. Objekt može imati jednu kategoriju, a depandansa objekta može imati kategoriju objekta ili jednu kategoriju niže.¹⁶⁷

Pravilnik razlikuje i hotele posebnog standarda, a vezano uz pružanje usluga u zdravstvenom turizmu, to su¹⁶⁸: hotel health & fitness i hotel wellness. Hoteli posebnog standarda su funkcionalne cjeline u kojima se pružaju iste usluge kao u vrsti hotel kategorije 4 zvjezdice te dodatne usluge prema posebnim zahtjevima gosta.¹⁶⁹ Kategoriziranom objektu koji ima dodatne sadržaje, uređenje, opremu, uređaje i usluge prilagođene posebnim zahtjevima gosta mogu se utvrditi posebni standardi.¹⁷⁰ Posebni standard može se utvrditi za vrste¹⁷¹: hotel baština (heritage), difuzni hotel, hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani i integralni hotel (udruženi).

¹⁶³ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (NN 56/16), čl. 27, st. 1

¹⁶⁴ Ibidem, čl. 39, st. 2

¹⁶⁵ Ibidem, čl. 39, st. 3

¹⁶⁶ Ibidem, čl. 43, st. 1

¹⁶⁷ Ibidem, čl. 43, st. 1

¹⁶⁸ Ibidem, čl. 46, st. 3

¹⁶⁹ Ibidem, čl. 40, st. 1

¹⁷⁰ Ibidem, čl. 46, st. 1

¹⁷¹ Ibidem, čl. 46, st. 2

Posebni standard za objekt utvrđuje se na zahtjev ugostitelja.¹⁷² Jedan objekt može imati najviše četiri vrste posebnih standarda.¹⁷³ Objekt mora ispunjavati uvjete propisane ovim Pravilnikom za svaku vrstu posebnog standarda osim u uvjetima koji su istovjetni za više posebnih standarda.¹⁷⁴ Hoteli posebnog standarda iz domene zdravstvenog turizma mogu imati depandansu i ona mora ispuniti uvjete za kategoriju objekta.

4.1.2. Nadležnost Ministarstva zdravlja

Ministarstvo zdravlja donositelj je zakonske regulative iz domene zdravstvene zaštite, osiguranja i reguliranja zdravstvenih ustanova. Ministarstvo je izradilo Nacionalnu strategiju razvoja zdravstva 2012.-2020. godine koja također prepoznaje sve veću važnost zdravstvenog turizma u svijetu, a time i potencijal Hrvatske za njegov razvoj u budućnosti.

U sklopu Ministarstva zdravlja djeluje Zavod za zdravstvene usluge u turizmu, specijalizirani odjel za obavljanje širokog spektra stručnih poslova vezanih uz razvoj lječilišnog, medicinskog i wellness turizma te općenito za podizanje kvalitete zdravstvenih usluga u turizmu.¹⁷⁵ Referentni centar za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor Ministarstva zdravlja nalazi se u sklopu SB Thalassotherapie Opatija, a predstavlja mjesto stručnog, znanstveno-istraživačkog i nastavnog rada vezanog uz razvoj zdravstvenog turizma.¹⁷⁶

Ministarstvo zdravlja donijelo je sljedeće zakone i pravilnike koji su važni za obavljanje djelatnosti iz sfere zdravstvenog turizma¹⁷⁷: Zakon o zdravstvenoj zaštiti, Zakon o obveznom zdravstvenom osiguranju, Zakon o liječništvu, Pravilnik o uvjetima za unutarnji ustroj općih i specijalnih bolnica. Važno je spomenuti i Zakon o ustanovama, Zakon o stomatološkoj djelatnosti te Zakon o fizioterapeutskoj djelatnosti, kao i Nacionalni plan razvoja kliničkih bolničkih centara, kliničkih bolnica, klinika i općih bolnica u Republici Hrvatskoj 2015.-2016. godine.

¹⁷² Ibidem, čl. 47, st. 1

¹⁷³ Ibidem, čl. 47, st. 2

¹⁷⁴ Ibidem, čl. 47, st. 3

¹⁷⁵ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 9

¹⁷⁶ Ibidem

¹⁷⁷ Ibidem, str. 9,10

4.1.2.1. Zakon o zdravstvenoj zaštiti

Zakon regulira pružanje zdravstvenih usluga u turizmu, pri čemu zdravstvena usluga u turizmu ne uključuje usluge ugostiteljstva i smještaja.¹⁷⁸

U Zakonu o zdravstvenoj zaštiti piše da specijalne bolnice i lječilišta mogu pružati usluge u turizmu u skladu s posebnim propisima.¹⁷⁹ Zdravstveni radnici u privatnoj praksi, zdravstvene ustanove i trgovačka društva koja obavljaju zdravstvenu djelatnost mogu pružati zdravstvene usluge u turizmu sukladno posebnim propisima za djelatnosti za koje imaju odobrenje.¹⁸⁰

Ministarstvo rješenjem utvrđuje da zdravstvena ustanova ispunjava uvjete u pogledu prostora, radnika i medicinsko-tehničke opreme. Trgovačko društvo ne može početi s obavljanjem zdravstvene djelatnosti dok Ministarstvo rješenjem ne utvrdi da su ispunjeni uvjeti za obavljanje zdravstvene djelatnosti. Iznimno, trgovačko društvo za zdravstvene usluge u turizmu ne mora raspolagati prostorom prilikom podnošenja zahtjeva za izdavanjem rješenja.

Trgovačko društvo mora osigurati da zdravstvenu uslugu u turizmu pruža zdravstveni radnik odgovarajuće struke s važećim uvjerenjem za samostalni rad te mora osigurati da se zdravstvena usluga u turizmu pruža u prostoru i s medicinsko-tehnološkom opremom koja odgovara minimalnim uvjetima u pogledu prostora, opreme i radnika za obavljanje zdravstvene djelatnosti.

Zdravstveni radnik sa završenim sveučilišnim diplomskim studijem u privatnoj praksi može imati samo jednu ordinaciju, ljekarnu ili medicinsko biokemijski laboratorij, a zdravstveni radnik prvostupnik i srednje stručne spreme samo jednu privatnu praksu u svojoj struci.¹⁸¹ Oni poslove obavljaju osobno, a iznimno oni koji obavljaju poslove zdravstvene zaštite u mreži javne zdravstvene službe i izvan javne zdravstvene službe, a pružaju zdravstvene usluge u turizmu, sukladno posebnim propisima mogu zaposliti još jednu osobu iste struke za obavljanje zdravstvenih usluga u turizmu.¹⁸² Zdravstvene usluge u turizmu mogu pružati samo izvan punog radnog vremena ugovorenog sa Zavodom.¹⁸³

¹⁷⁸ Ibidem, str. 9

¹⁷⁹ Zakon o zdravstvenoj zaštiti (NN 150/08, 71/10, 139/10, 22/11, 84/11, 154/11, 12/12,35/12, 70/12, 144/12, 82/13, 159/13, 22/14, 154/14, 70/16), čl. 90, st. 3, čl. 91. st. 2

¹⁸⁰ Ibidem, čl.111. b

¹⁸¹ Ibidem, čl.150, st.1

¹⁸² Ibidem, st. 5

¹⁸³ Ibidem, st. 6

4.1.2.2. Ostali zakoni vezani uz zdravstveni turizam

Zakonom o obveznoj zdravstvenoj zaštiti se uređuje obvezno zdravstveno osiguranje u Hrvatskoj (sukladno Direktivi 2011/24/EU o primjeni prava pacijenata u prekograničnoj zdravstvenoj zaštiti).¹⁸⁴

Zakon o ustanovama kaže da ustanove mogu obavljati i druge djelatnosti koje služe obavljanju djelatnosti upisane u sudski registar ustanova ako se u manjem opsegu ili uobičajeno obavljaju uz upisanu djelatnost.¹⁸⁵

Zakon o stomatološkoj djelatnosti regulira obavljanje stomatološke djelatnosti u javnim (u skladu sa Zakonom o zdravstvenoj zaštiti i Zakonom o ustanovama) i privatnim zdravstvenim ustanovama (u skladu sa Zakonom o zdravstvenoj zaštiti i Zakonom o trgovačkim društvima).¹⁸⁶

Zakon o fizioterapeutskoj djelatnosti utvrđuje da fizioterapeuti, fizioterapeutske tehničari, radni terapeuti i maseri mogu svoju djelatnost provoditi i izvan sustava zdravstvene zaštite u okviru prevencije i promocije zdravlja (privatna djelatnost).¹⁸⁷

Zakon o liječništvu uređuje pojam, ustrojstvo i uvjete za obavljanje liječničkog zvanja te utvrđuje uvjete otvaranja privatnih ordinacija i klinika.¹⁸⁸

Pravilnik o uvjetima za unutarnji ustroj općih i specijalnih bolnica uređuje organizaciju i način poslovanja u općim i specijalnim bolnicama te utvrđuje da specijalne bolnice mogu imati samo bolničke krevete (minimalno 15 postelja).¹⁸⁹

Što se tiče Nacionalnog plana razvoja kliničkih bolničkih centara, kliničkih bolnica, klinika i općih bolnica u Republici Hrvatskoj 2015.-2016., u njemu nisu obuhvaćene specijalne bolnice i lječilišta.¹⁹⁰ Obuhvaćene su samo osnovne djelatnosti, ali ne i poddjelatnosti. Sve zdravstvene ustanove koje obavljaju bolničku zdravstvenu djelatnost, neovisno o osnivaču, bit će uključene u Nacionalni registar pružatelja zdravstvene zaštite.¹⁹¹

U dugoročnom razdoblju planiranja do 2020. godine, nakon što promjene koje navodi ovaj Nacionalni plan postanu operativne, bit će potrebno procijeniti i sve

¹⁸⁴ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 9

¹⁸⁵ Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08), čl. 30, st. 2

¹⁸⁶ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, loc. cit.

¹⁸⁷ Ibidem

¹⁸⁸ Ibidem

¹⁸⁹ Ibidem

¹⁹⁰ *Nacionalni plan razvoja kliničkih bolničkih centara, kliničkih bolnica, klinika i općih bolnica u Republici Hrvatskoj 2015.-2016.*, Ministarstvo zdravlja, Zagreb, 2015., http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_03_26_544.html, (pristupljeno: 10.08.2016.)

¹⁹¹ Ibidem

ostale zdravstvene ustanove.¹⁹² Tu se neće činiti razlika između ustanova čiji je osnivač država, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ili privatne fizičke odnosno pravne osobe. Uključit će se i specijalne bolnice i lječilišta jer će se do tada sve one već nalaziti u Nacionalnom registru, te kroz prilagodbe istih sustavu, ali i sustava njima, osigurati učinkovitiji zdravstveni sustav po mjeri pacijenata.¹⁹³

Razvoj svih bolničkih ustanova u Hrvatskoj koje nisu obuhvaćene Nacionalnim planom definira se zasebnim planskim i operativnim dokumentima na razini Ministarstva zdravlja.

4.1.3. Problematika vezana uz zakonsku regulativu

U trenutku izrade Nacionalne strategije razvoja zdravstva 2012.-2020. istaknuti su nedostaci vezani uz zakonodavni okvir. Ispravljani su neki nedostaci i manjkavosti (ranije je u Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pisalo da se samo lječilišta mogu baviti pružanjem ugostiteljskih usluga, a nisu se spominjale specijalne bolnice, dok su u Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“ bili izostavljeni svi objekti koji pružaju usluge zdravstvenog turizma (specijalne bolnice, lječilišta i wellness centri). Od 2013. godine specijalne bolnice mogu pružati ugostiteljske usluge, a od 2014. godine postoji mogućnost kategoriziranja „lječilišnom vrstom“.

Danas se kao najveći problem i glavna kočnica za razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj ističe Zakon o zdravstvenoj zaštiti koji onemogućava kategorizaciju bolničkih ustanova za turističku djelatnost.¹⁹⁴ Sukladno Zakonu o zdravstvenoj zaštiti specijalne bolnice i lječilišta mogu pružati zdravstvene usluge u turizmu u skladu s posebnim propisima.

Nameće se i potreba da se u Zakonu o pružanju usluga u turizmu specificira koje turističke usluge u zdravstvu mogu pružati specijalne bolnice i lječilišta u vidu posebnog podzakonskog akta.

¹⁹² Ibidem

¹⁹³ Ibidem

¹⁹⁴ <http://www.mint.hr/default.aspx?id=31818>, (pristupljeno: 02.08.2016.)

Manjkavost je i to što nije predviđena mogućnost da zdravstvene ustanove mogu djelovati kao turistički posrednici te samostalno formirati/prodavati složene zdravstveno-turističke proizvode.¹⁹⁵

Još jedan nedostatak vidljiv je postao stupanjem na snagu Direktive 2011/24/EU o primjeni prava pacijenata u prekograničnom korištenju zdravstvene zaštite, donesene 25. listopada 2013. godine.¹⁹⁶ Bez ranije uređenih domaćih propisa u Hrvatskoj su u neravnopravan položaj dovedene privatne zdravstvene ustanove koje nisu ugovorne ustanove HZZO-a. Hrvatskim pacijentima omogućuje se korištenje zdravstvene zaštite u određenim situacijama u drugim zemljama članicama EU u javnim i privatnim zdravstvenim ustanovama. Pacijenti imaju pravo na povrat sredstava za zdravstvene usluge prema cijenama HZZO-a. Ukoliko se ista ta zdravstvena usluga može obaviti u Hrvatskoj u privatnoj zdravstvenoj ustanovi pacijenti nemaju pravo povrata sredstava ako ta privatna ustanova nije ugovorna ustanova HZZO-a (što većina nije).¹⁹⁷ To znači da je HZZO spreman istu uslugu platiti stranim javnim i privatnim ustanovama, a domaćim privatnim ustanovama nije.¹⁹⁸

Na taj način se pacijente stimulira da troše sredstva državnog proračuna izvan Hrvatske i stvaraju im se dodatni troškovi putovanja (koje HZZO ne pokriva).¹⁹⁹ Ovakva diskriminacija tržišno orijentiranih zdravstvenih ustanova je višestruko štetna za građane koji preferiraju liječenje u poznatom okruženju, kao i za poduzetnike u zdravstvu.²⁰⁰ Sve to dovodi do odljeva deviznih sredstava te odlaska medicinskog kadra, kao i do propuštanja prilika za realizaciju ideja i projekata zdravstvenog turizma.²⁰¹

4.2. Strateški planovi razvoja na nacionalnoj razini

Zdravstveni turizam ulazi u skupinu potencijalno vodećih proizvodnih grupa Hrvatske ako se u obzir uzmu kriteriji atraktivnosti i konkurentnosti, kao i komparativne prednosti. Komparativne prednosti prije svega podrazumijevaju

¹⁹⁵ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 44

¹⁹⁶ <http://www.sabor.hr/lgs.axd?t=16&id=26278>, (pristupljeno:10.08.2016.)

¹⁹⁷ Ibidem

¹⁹⁸ Ibidem

¹⁹⁹ Ibidem

²⁰⁰ Ibidem

²⁰¹ Ibidem

sljedeće²⁰²: kvalificiran kadar i općenito dobru reputaciju zdravstvenih usluga, konkurentne cijene, blizinu velikim emitivnim tržištima, prirodne ljepote i povoljnu klimu, sigurnost zemlje kao i dugu tradiciju u turizmu. Razvoj se treba temeljiti na dobro strukturiranim, promišljenim planovima, analizi dostupnih resursa i prevenciji njihove potencijalne devastacije ili saturacije.²⁰³

Ministarstvo turizma i Ministarstvo zdravlja prepoznali su potencijale Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma te je stavljen naglasak na razvoj ovog turističkog proizvoda u Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine.

4.2.1. Zdravstveni turizam u Strategiji razvoja turizma

Strategija razvoja turizma RH do 2020. usvojena je od strane Hrvatskog sabora 26. travnja 2013. godine. Ona polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

U Strategiji se navodi da su dominantni turistički proizvodi u Hrvatskoj²⁰⁴: sunce i more, nautički turizam (jachting/cruising) i poslovni i kulturni turizam. Proizvodi koji su prepoznati kao oni s izrazitom perspektivom razvoja i čiji razvoj zbog potencijala rasta i razvoja koje imaju treba poticati su²⁰⁵: zdravstveni turizam, cikloturizam, gastronomija i enologija, ruralni i planinski turizam, pustolovni i sportski te ekoturizam. Vidljivo je da se ovom strategijom predviđa daljnji razvoj zdravstvenog turizma odnosno svih njegovih modaliteta.

Strategija navodi da ključni koncepti za koje se očekuje da će biti sve važniji u oblikovanju ponude zdravstvenog turizma uključuju „inovativno“, „autentično“, „zeleno“ i „holističko“.²⁰⁶ U tom smislu, specifični faktori uspjeha proizvoda zdravstvenog turizma odnose se, prije svega, na kvalitetu specijaliziranih

²⁰² *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 4

²⁰³ Krajinović, V., *Propitivanje ključnih izazova u mjerenju održivog razvoja turizma*, Acta Turistica, Vol. 27, br.1, 2015., str. 64

²⁰⁴ *Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine*, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2013., str. 8, <http://www.mint.hr/UserDocImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (pristupljeno: 14.08.2016.)

²⁰⁵ *Ibidem*, str. 8, 9

²⁰⁶ *Ibidem*, str. 26

zdravstvenih centara/institucija, kvalitetu prateće turističke ponude te kompatibilan razvoj destinacije.²⁰⁷

Prilikom izgradnje novih sadržaja zdravstvenog turizma posebna se pažnja posvećuje poštivanju okolišno odgovornog ponašanja i naglašavanja ambijentalnih značajki prostora.

Akcijски plan Strategije sastoji se od mjera čija je funkcija podizanje konkurentnosti integralnog hrvatskog turističkog proizvoda, a usmjerene su ponajviše na učinkovitost upravljanja destinacijskim turističkim proizvodom te na povećanje kvalitete usluživanja i profitabilnosti poslovanja pojedinačnih gospodarskih subjekata. Prepoznato je 26 prioriternih mjera turističke politike koje su podijeljene u dva razreda²⁰⁸: prvu kategoriju (najviši prioritet) čine mjere bez čije inicijacije i/ili provedbe nije moguće realizirati definirane strateške ciljeve. Drugu kategoriju (srednje visok prioritet) čine mjere koje su od ključne važnosti za ostvarenje pojedinačnih razvojnih ciljeva. Sve mjere najvišeg prioriteta predviđeno je provesti tijekom 2013. godine.

Mjera 14 je izrada Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma. Prioritet provedbe ove mjere okarakteriziran je kao srednje visok. Mjere srednje visokog prioriteta predviđeno je provesti najvećim dijelom u razdoblju od 2013. do 2015. godine, odnosno nastupe li neočekivane okonosti, u razdoblju od 2016. do 2020. godine. Može se zaključiti da je mjera provedena 2014. godine na planirani način.

4.2.2. Zdravstveni turizam u Strateškom marketinškom planu

Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020. donesen je u listopadu 2014. godine. Svrha ovog dokumenta je pomoći Hrvatskoj i turističkoj industriji da kroz turizam ostvari veći prihod i razvojno napreduje. Uzimajući u obzir navedenu svrhu, Plan predlaže strategije i inicijative za stvaranje dodane vrijednosti za tržište, osvajanje gostiju s tradicionalnih i novih tržišta (geozona), bolje upravljanje zadovoljstvom turista te (krajnji rezultat) kreiranje njihove odanosti.²⁰⁹

Planom predložena „marketinška vizija” sastoji se od tri elementa²¹⁰:

²⁰⁷ Ibidem, str. 26

²⁰⁸ Ibidem, str. 66

²⁰⁹ *Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020.*, Ministarstvo turizma, 2014., <http://www.mint.hr/UserDocslImages/SMPHT-2014-2020-Sazetak.pdf>, (pristupljeno: 14.08.2016.)

²¹⁰ Ibidem

1. Hrvatska želi igrati važnu ulogu na iskustvenim tržištima odmora, opuštanja i zabave te na tržištu turizma sastanaka;
2. Hrvatska želi postati destinacija s više kvalitetnih turističkih proizvoda;
3. Glavni ciljevi: niža sezonalnost, veća potrošnja po turistu i snažniji turistički brend.

Svi proizvodi definirani Strategijom razvoja turizma RH do 2020. uključeni su u portfelj proizvoda SMPHT-a, a među njima je i zdravstveni turizam.²¹¹ Plan preporučuje naglašavanje specifičnih kategorija i linija proizvoda. Unutar kategorije zdravlje i wellness ističe se važnost toplica i prirode, zdravstvenih i medicinskih tretmana te morski wellness i zdravstveni turizam (talaso).²¹²

4.2.3. Zdravstveni turizam u Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva

Značaj zdravstvenog turizma prepoznat je i od Ministarstva zdravlja te je fenomen zdravstvenog turizma zastupljen i u Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva 2012.-2020. godine koja je donesena 28. rujna 2012. godine. S obzirom na konstantno opadajuću kvalitetu suvremenog života uzrokovanu stresom i zagađenjem, zdravstveni turizam poprima sve značajniju ulogu u revitalizaciji psihofizičkih sposobnosti čovjeka te ga se ozbiljno shvaća i u okviru ovog Ministarstva.²¹³

Strategija navodi povijesni pregled razvoja zdravstvenog turizma, značenje i resurse za razvoj i probleme u unaprjeđenju ove vrste turizma u Hrvatskoj.

Strategijom razvoja turizma do 2020. i Nacionalnom strategijom razvoja zdravstva 2012.-2020. predviđena je izrada Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske kao mjere za unaprjeđenje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma predstavlja zajedničku međuresornu platformu za sustavno podizanje konkurentnosti zdravstveno-turističke ponude Hrvatske kroz učinkovitu provedbu aktivnosti u ingerenciji različitih relevantnih razvojnih dionika.

²¹¹ Ibidem

²¹² Ibidem

²¹³ *Nacionalna strategija razvoja zdravstva od 2012.-2020.*, Ministarstvo zdravlja, Zagreb, 2012., str. 128, <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/dodatni/423339.pdf>, (pristupljeno: 10.08.2016.)

4.2.4. Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske donesen je 2014. godine, a predstavljen 2015. godine. Ima za cilj usuglasiti i usustaviti djelovanje njegovih glavnih razvojnih dionika u javnom, privatnom i civilnom sektoru kroz kvalitetnu međuresornu suradnju posebice Ministarstva turizma i Ministarstva zdravlja, ali i drugih ministarstava nadležnih za reguliranje i/ili razvoj pojedinih aspekata poslovanja u zdravstvenom turizmu Hrvatske.²¹⁴

Polazeći od aktualnog razvojnog trenutka hrvatskog turizma i tržišne pozicije zdravstvenog turizma, dokumentom se posebno ukazuje na potrebu prilagodbe zakonodavnog okvira, na nužnost vlasničke transformacije u cilju privlačenja novog razvojnog kapitala, ali i na potrebu dodatnog obrazovanja pružatelja zdravstveno-turističkih usluga, akreditiranja i/ili certificiranja lječilišta/specijalnih bolnica, odnosno na potrebu poslovnog udruživanja i unaprjeđenja sustava promocije.²¹⁵

Ovim Akcijskim planom izneseni su vizija i ciljevi razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj do 2020. godine.

4.2.4.1. Vizija razvoja medicinskog turizma

Prema viziji, u 2020. godini medicinski turizam na području Hrvatske bit će vertikalno integriran, kvalitetom konkurentan i cijenom atraktivan turistički proizvod fokusiran ponajviše na odabrane segmente potražnje na globalnom tržištu.²¹⁶

Obvezna akreditacija, međunarodno certificiranje istaknutih hrvatskih medicinskih ustanova te zadovoljavajuća širina/dubina destinacijskog lanca vrijednosti, zajedno sa strateškim povezivanjem, osobito u sferi paketiranja i prodaje, pridonijet će jačanju tržišne usmjerenosti izabranih hrvatskih pružatelja usluga medicinskog turizma prema ne-proračunskoj i/ili inozemnoj potražnji.²¹⁷

4.2.4.2. Vizija razvoja lječilišnog turizma

Prema viziji, nakon izvršenog vlasničkog restrukturiranja, a kao rezultat osuvremenjivanja ponude osobito u kontinentalnom prostoru, lječilišni turizam

²¹⁴ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 4

²¹⁵ Ibidem

²¹⁶ Ibidem, str. 32

²¹⁷ Ibidem

Hrvatske bit će u 2020. godini tehnološki konkurentan turistički proizvod, prikladno stopljen sa srednjoeuropskim konkurentskim okruženjem.²¹⁸

Lječilišna specijalizacija, kvaliteta prirodnih ljekovitih činitelja, posebno onih vezanih uz more i klimu, u kombinaciji s vizualnom i ambijentalnom poželjnošću kako objekata ponude, tako i cjelokupnog okruženja, uz uspostavu destinacijskog lanca vrijednosti primjerene širine/dubine, predstavljat će ključne razlikovne elemente i dobru osnovu za učinkovito i održivo tržišno pozicioniranje.²¹⁹

4.2.4.3. Vizija razvoja medicinskog/holističkog wellnessa

Prema viziji, u 2020. godini, medicinski/holistički wellness turizam, a osobito programi vezani uz talasoterapiju, predstavljat će najvažniji segment hrvatske zdravstveno-turističke ponude i neizostavnu sastavnicu različitih, po mjeri krojenih i globalno konkurentnih turističkih doživljaja, osobito u pred i posezoni.²²⁰

Bogatstvo i raznolikost wellness programa/sadržaja, u kombinaciji s lakom cjelogodišnjom dostupnošću, visokom ambijentalnošću i ekološkom očuvanošću kao i širinom/dubinom destinacijskog lanca vrijednosti, predstavljat će ključne razlikovne elemente i dobru osnovu za uspostavu međunarodno prepoznatljivog i poželjnog turističkog brenda.²²¹

4.2.4.4. Integralna vizija razvoja zdravstvenog turizma

Prema integralnoj viziji, u 2020. godini zdravstveni turizam bit će međunarodno prepoznat ponajviše po poželjnosti svoje raznolike i visokokvalitetne wellness ponude, ali i po znatno unaprijeđenoj kvaliteti ponude lječilišnog turizma te stalno rastućoj globalnoj konkurentnosti za tržište spremnih medicinskih ustanova.²²²

Osim kontinuiranog podizanja standarda usluživanja, sustavno unaprjeđivanje tržišne pozicije zdravstvenog turizma Hrvatske bit će rezultat raznolikosti te dokazane djelotvornosti prirodnih ljekovitih činitelja, korištenja pozitivnog imidža Hrvatske kao

²¹⁸ Ibidem, str. 31

²¹⁹ Ibidem

²²⁰ Ibidem

²²¹ Ibidem

²²² Ibidem, str. 33

etablirane turističke zemlje, ambijentalnosti prostora, očuvanosti okoliša te širine/dubine cjelokupne destinacijske ponude.²²³

Imajući na umu različite razvojne vizije, što je posljedica različite tržišne spremnosti i/ili konkurentske sposobnosti pojedinih podvrsta zdravstvenog turizma Hrvatske, strateški ciljevi razvoja postavljaju se specifično za medicinski turizam, lječilišni turizam i medicinski/holistički wellness.²²⁴

U ovom Akcijskom planu navedeni su programi za razvoj svakog od tri oblika zdravstvenog turizma. Svaki od programa je razrađen prema devet kategorija²²⁵: područje djelovanja, cilj programa, svrha programa, operacionalizacija, odgovorna institucija, ostali dionici, izvor financiranja, provedbeni koraci te predvidiva vremenska dinamika. Više o programima nalazi se u nastavku rada.

4.3. Udruženja s ciljem promicanja zdravstvenog turizma

Udruživanje dionika za potrebe razvoja zdravstvenog turizma od velike je važnosti. Ovdje su navedena najistaknutija udruženja.

Zajednica zdravstvenog turizma pri HGK

Zajednica zdravstvenog turizma pri HGK je osnovana u listopadu 1995. godine.²²⁶ Članstvo u Zajednici je dobrovoljno, a Zajednici se pristupa ispunjavanjem on-line pristupnice. Članice Zajednice su specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju, lječilišta i ostale ustanove koje se bave zdravstvenim turizmom.²²⁷

Ciljevi zajednice su²²⁸: osmišljavanje, poticanje i koordiniranje razvoja i unaprjeđenje kvalitete pružanja usluga te rješavanje pitanja stručne problematike, profiliranje zdravstveno-turističkog proizvoda kao i oblikovanje njegove promocije na domaćem i stranom tržištu.

Aktivnosti Zajednice zdravstvenog turizma pri HGK su sljedeće²²⁹:

- unaprjeđivanje kvalitete organiziranja i razvijanja različitih oblika zdravstvenog turističkog proizvoda u cilju obogaćivanja ponude zdravstvenog turizma,

²²³ Ibidem

²²⁴ Ibidem

²²⁵ Ibidem, str. 35

²²⁶ <http://www.hgk.hr/category/zajednice/zajednica-zdravstvenog-turizma>, (pristupljeno: 05.08.2016)

²²⁷ Ibidem

²²⁸ Ibidem

²²⁹ Ibidem

- poduzimanje i koordinacija zajedničkih marketinških aktivnosti u cilju tržišnog pozicioniranja i promidžbe zdravstvenog turističkog proizvoda,
- aktivno sudjelovanje u rješavanju problematike članica Zajednice, iz djelatnosti zdravstvenog turizma, u cilju podizanja razine kvalitete pružanja usluga i razvoja istih,
- pronalaženje izvora sredstava za financiranje razvojnih programa zdravstvenog turizma Hrvatske,
- uspostavljanje suradnje s državnim organima i institucijama te zastupanje interesa članica Zajednice prilikom donošenja zakonskih propisa,
- aktivno sudjeluje u isticanju zahtjeva članica Zajednice, u javnim raspravama, prilikom donošenja regulativnih akata od bitne važnosti za članice Zajednice,
- osigurava članovima dobivanje usluga i konzultacija iz niza specijalističkih područja vezana uz turizam i zdravstveni turizam,
- dobavlja sve stručne materijale i relevantne publikacije iz područja turizma i zdravstvenog turizma,
- organizira stručna i studijska putovanja te različite oblike edukacija za članice Zajednice,
- unaprjeđuje promidžbene aktivnosti,
- izdaje brošure i kreira priloge za časopise i revije o zdravstvenom turizmu,
- vrši ciljane prezentacije zdravstvenog turizma zainteresiranim subjektima.

Zajednica je podijeljena u tri sekcije²³⁰: Sekciju medicinskog, Sekciju lječilišnog i Sekciju wellness turizma. Sekcije djeluju u pravcu okrupnjavanja cjelovite ponude zdravstvenog turizma.

Udruga poslodavaca u zdravstvu

Hrvatska udruga poslodavaca u zdravstvu je najznačajnija udruga u djelatnosti zdravstva sa dugogodišnjom tradicijom te je nastavak povijesnog slijeda udruživanja subjekata u zdravstvenoj djelatnosti čiji počeci sežu od 1952. godine.²³¹ U svojem članstvu okuplja gotovo sve javne zdravstvene ustanove, kao i znatan broj privatnih. Članice ove Udruge, osim u tijelima Udruge (Skupština, Predsjedništvo, Nadzorni

²³⁰ Ibidem

²³¹ <http://upuz.hr/o-nama/o-nama>, (pristup:08.08.2016.)

odbor) posebno djeluju unutar stručnih društava oblikovanih prema profilu zdravstvenih ustanova.

Udruga svojim članicama pruža svakodnevnu pravnu i ekonomsku podršku, zastupanje ustanova kroz radna tijela u Ministarstvu zdravlja i HZZO-u, lobiranje prema zdravstvenoj administraciji, mogućnost izrade usporedne analize kretanja ključnih pokazatelja poslovanja (prihoda, rashoda, financijskog rezultata, obveza, potraživanja i dr.) zdravstvenih ustanova s prosjekom pokazatelja usporedivih ustanova grupacije (KAIP).²³²

Udruga preko 40 godina održava savjetovanja i simpozije dva do tri puta godišnje koja okupljaju najznačajnije sudionike u sustavu zdravstva Hrvatske. Članice Udruge ostvaruju značajne popuste na sudjelovanje na svim savjetovanjima, simpozijima i seminarima u organizaciji i suorganizaciji Udruge.²³³

Udruga za razvoj medicinskog turizma

Udruga za razvoj medicinskog turizma osnovana je u želji za razvojem medicinskog turizma u Hrvatskoj i obogaćivanjem hrvatskog turističkog proizvoda. Udruga okuplja postojeće pružatelje usluga u medicinskom turizmu i one koji tek namjeravaju napraviti iskorak prema privlačenju stranih pacijenata u svoje zdravstvene ustanove i hotele.²³⁴

Udruga egzistira kao centar izvrsnosti medicinskog turizma u Hrvatskoj te okuplja medicinske i turističke stručnjake kako bi se olakšao prijenos znanja i iskustava te podigla razina turističke konkurentnosti Hrvatske. Udruga organizira i savjetovanja, konferencije, predavanja, seminare, kongrese, tribine i druge stručne skupove o medicinskom turizmu. Na taj način omogućuje se strukovno povezivanje i profesionalno usavršavanje članova te prikupljanje i prosljeđivanje stručnih informacija članovima Udruge za razvoj medicinskog turizma. Udruga organizira suradnju s drugim istovrsnim i sličnim udrugama i organizacijama u inozemstvu te svim organizacijama koje podupiru razvoj medicinskog turizma u Hrvatskoj.

Uz navedeno, ima aktivan utjecaj na donošenje zakonskih propisa koji reguliraju odnose u medicinskom turizmu, povezuje sve uključene u distribucijski

²³² Ibidem

²³³ Ibidem

²³⁴ <http://www.umt.hr/ciljevi.html>, (pristupljeno: 08.08.2016.)

lanac, od pružatelja usluga, preko agenata i hotelijera pa sve do avio prijevoznika i pruža pomoć u pristupu stranim pacijentima, kao i podizanju kvalitete usluga u medicinskom turizmu.²³⁵

Klaster medicinskog turizma

Klaster medicinskog turizma osnovan je 2010. godine. Klaster medicinskog turizma generator je razvoja medicinskog turizma u Hrvatskoj i posrednik prema inozemnim tržištima.²³⁶ Klaster služi i kao svojevrsan servis svojim članovima te time jača njihove kapacitete, pruža im potrebnu logistiku za razvoj kvalitete i medicinske usluge.²³⁷

Vizija ovog udruženja je učiniti Hrvatsku globalno poznatom destinacijom za zdravstveni i medicinski turizam, a misija pružanje usluga i unaprjeđenje poslovanja medicinskih i turističkih subjekata, njihovo povezivanje i formiranje proizvoda novih dodanih vrijednosti, kao i realizacija usluga ulaska na nova (domaća i strana) tržišta uz stvaranje poslovnih kontakata i pridobivanje novih klijenata.²³⁸

Klaster medicinskog turizma osnovan je s ciljem izgradnje i razvoja sustava medicinskog turizma u Hrvatskoj. Klaster okuplja vodeće stručnjake u području medicine, turizma i srodnih podržavajućih djelatnosti koji svojim aplikativnim iskustvima i znanjem žele znatno unaprijediti postojeće institucije i gospodarske subjekte te razviti projekte budućnosti bazirane na znanju i inovativnosti s ciljem poboljšanja kvalitete medicinskih i turističkih usluga te općenito poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva i gostiju.²³⁹

U suradnji sa svojim strateškim partnerima Klaster osigurava povoljnije uvjete nabave i usluga, organizira edukacije, promiče interese te promovira i prodaje usluge svojih članova na inozemnim tržištima.²⁴⁰

²³⁵ Ibidem

²³⁶ http://medicinskiturizam.org/O_klasteru/O_nama/, (pristupljeno: 08.08,2016.)

²³⁷ Ibidem

²³⁸ Ibidem

²³⁹ Ibidem

²⁴⁰ Ibidem

Udruga privatnih poliklinika, bolnica, lječilišta i ustanova za zdravstvenu skrb

Udruga privatnih poliklinika, bolnica, lječilišta i ustanova za zdravstvenu skrb dobrovoljna je i neovisna udruga poslodavaca koja djeluje od 2011. godine. Štiti i promiče prava i interese svojih članova, osobito u području uređivanja uvjeta poslovanja, odnosa s tijelima državne vlasti, sindikatima, radnog i socijalnog te gospodarskog zakonodavstva, kolektivnog pregovaranja i sklapanja kolektivnih ugovora, radnih sporova te drugih pitanja važnih za gospodarski i socijalni položaj poslodavaca.²⁴¹

Glavni ciljevi ove Udruge su²⁴²: poboljšanje imidža privatnih zdravstvenih ustanova u javnosti, integracija privatnog sektora u javno zdravstvo, poticanje razvoja privatnog zdravstvenog osiguranja i donošenje i njegovanje etičkog kodeksa privatnog sektora.

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera djeluje od 2014. godine kao prva regionalna sektorska udruga. Okuplja zdravstvene institucije, obrazovne ustanove, hotelske tvrtke, turističke agencije i TZ Kvarnera. Teži samofinanciranju.²⁴³

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera okuplja članstvo iz redova medicinskog, turističkog i sveučilišnog sektora te pratećih usluga sa ciljem stvaranja prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda na lokalnoj i međunarodnoj razini. Organizacijski objedinjuje pripreme i plasmane prepoznatljivog i konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda koji mora slijediti svjetske trendove, tradiciju, resursnu osnovicu i specifičnosti destinacije.²⁴⁴

Klaster sustavno i aktivno djeluje na poticanju sinergijskih procesa, usmjerenih na unaprjeđenje asortimana i kvalitete ukupne zdravstveno-turističke ponude Kvarnera kao „destinacije zdravlja“, kroz zajednički plasman usluga na tržište

²⁴¹ <http://www.hup.hr/hup-udruga-privatnih-poliklinika-bolnica-ljecilista-i-ustanova-za-zdravstvenu-skrb.aspx>, (pristupljeno: 08.08.2016.)

²⁴² *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 10

²⁴³ Ibidem

²⁴⁴ <http://www.kvarnerhealth.hr/o-nama>, (pristup: 08.08.2016.)

zdravstvenog turizma, a radi podizanja stupnja korištenja kapaciteta i podizanja ukupnog blagostanja turističke destinacije Kvarner kao cjeline.²⁴⁵

Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera dobitnik je prestižne nagrade u kategoriji Zdravstveni i medicinsko-turistički klaster godine za 2016. godinu koju dodjeljuje International Medical Travel Journal (IMJT).²⁴⁶ Klaster je pobijedio u jakoj konkurenciji klastera iz cijeloga svijeta, a odluku o najboljem donio je neovisni međunarodni žiri.

Klaster zdravlje

Klaster Zdravlje djeluje od 2013. godine povezujući domaće privatne klinike. Glavni ciljevi ovog Klastera važnog za razvoj zdravstvenog turizma su²⁴⁷: zajedničko pružanje usluga, povezivanje s drugim industrijama (osiguravatelji, zdravstvena tehnologija, turističke agencije i turoperator) i internacionalizacija poslovanja.

4.4. Razvojne inicijative u Hrvatskoj

Hrvatska je postala međunarodno prepoznatljiva prema inicijativama vezanim uz razmjenu iskustva na području zdravstvenog turizma, a one će biti navedene u nastavku.

²⁴⁵ Ibidem

²⁴⁶ <http://www.novilist.hr/Vijesti/Rijeka/Potvrda-za-kvalitetu-Zdravstveni-turizam-Kvarnera-proglasen-za-klaster-godine>, (pristupljeno: 08.08.2016.)

²⁴⁷ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 10

4.4.1. Health Tourism Industry Conference (HTI)

Health Tourism Industry Conference (HTI) predstavlja najveći skup vezan uz zdravstveni turizam u Europi. Skup je posvećen usponu tržišta zdravstvenog turizma u svijetu, a u 2016. godini održana je šesta po redu konferencija, prva izvan granice Hrvatske.²⁴⁸

Konferencija je održana od 3. do 5. ožujka u Beču u organizaciji Hrvatske gospodarske komore, hrvatske tvrtke Wellness Dalmacija i američkog MTA-a pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma, Ministarstva zdravlja, HTZ-a i TZ-a Zagreba i Malog Lošinja. Zlatni sponzor bila je Maistra. Sudjelovalo je oko 200 sudionika i predavača iz 40 zemalja svijeta. 94% sudionika vjeruje da će se njihov posao poboljšati zbog B2B sastanaka u okviru HTI konferencije, 88% smatra da su postigli ciljeve radi kojih su došli, a 74% ispitanika planira doći ponovno.²⁴⁹

Direktor HTI konferencije Zdeslav Radovčić je izjavio kako je vijest o konferenciji stigla do 8,4 milijuna ljudi, a u četiri mjeseca je web stranica konferencije imala više od 46 000 klikova. Promotivni video pogledalo je više od 29 000 ljudi, a istraživanje pokazuje da su i domaći izlagači vrlo zadovoljni takvom vrstom predstavljanja.

7. HTI konferencija će se održati u Rovinju u hotelu Lone od 28. veljače do 2. ožujka 2017. godine. Očekuje se oko 500 posjetitelja iz oko 60 zemalja što pokazuje rast važnosti i prepoznatljivosti ove konferencije u svijetu.²⁵⁰

U sklopu konferencije organizirat će se mnogobrojni događaji kao npr. Taste the Mediterranean Festival radionice i kulinarske prezentacije, European Historical Thermal Town Association Forum, VIP Events i dr.²⁵¹

4.4.2. Health Tourism Investment Forum

Health Tourism Investment Forum o investicijama u zdravstvenom turizmu održao se 23. listopada 2015. godine u Splitu. Organiziran je pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma, Ministarstva gospodarstva, Hrvatske gospodarske komore, TZ Splitsko-dalmatinske županije i TZ grada Splita. HTI Forum okupio je mnogobrojne investitore, konzultante i pružatelje usluga koji su raspravljali o izazovima vezanim uz

²⁴⁸ <http://www.hticonference.com/about-us>, (pristupljeno: 10.08.2016.)

²⁴⁹ Ibidem

²⁵⁰ Ibidem

²⁵¹ Ibidem

investicije u zdravstvenom turizmu i rješenjima za razvoj sektora.²⁵² Stručni sadržaj HTI Foruma započeo je panelom na temu „Investitorima u zdravstveni turizam važan je nacionalni brend!“. HTI Forum zaključen je drugim panelom pod naslovom „Investicije u hrvatski zdravstveni turizam - uspjeh ili promašaj?“.

4.4.3. HTI EXPO

HTI EXPO se održao od 24. do 26. listopada 2014. godine u Dioklecijanovim podrumima u Splitu pod pokroviteljstvom Hrvatske gospodarske komore. HTI EXPO Split 2014. je imao za cilj spojiti potencijalna tržišta (turističke agencije, investitore, krajnje kupce) sa toplicama i specijalnim bolnicama, privatnim klinikama, hotelskim wellnessima, obrazovnim ustanovama industrije zdravstvenog turizma, proizvođačima i trgovcima unutar industrije te pružateljima usluga smještaja kao i javnim sektorom zainteresiranim za razvoj zdravstvenog turizma.²⁵³ Na ovom skupu sudjelovalo je 30 najboljih i najvećih predstavnika turističkih agencija specijaliziranih za zdravstveni turizam.

4.4.4. Balkan Spa Summit

Balkan Spa Summit je najveći stručni skup jugoistočnog dijela Europe čiji je cilj međusobno povezivanje i suradnja na podizanju kvalitete spa i wellness ponude, zdravstvenog turizma i ljudskih potencijala.²⁵⁴ Organizira se već šest godina, a glavni organizatori su iz Turske, Srbije, Hrvatske i Slovenije.²⁵⁵ Organizator iz Hrvatske je Wellness i fitness udruga Hrvatske, koja je jedina u Hrvatskoj član Europskog udruženja za zdravlje i fitness (European Health and Fitness Association - EHFA).²⁵⁶

4. Balkan Spa Summit održao se u Termama Tuhelj od 9. do 12. listopada 2014. godine, a 6. Balkan Spa Summit će se održati u Banjoj Vrućici (BiH) od 13. do 16. listopada 2016. godine.²⁵⁷

²⁵² http://www.hgk.hr/djelatnost/gosp_turizamugostiteljstvo/pozivamo-vas-na-hti-forum-za-investicije-u-zdravstvenom-turizmu, (pristupljeno:11.08.2016.)

²⁵³ <http://www.hgk.hr/sektor-centar/sektor-turizam/hti-expo>, (pristupljeno: 11.08.2016.)

²⁵⁴ <http://www.balkanspainstitute.org/>, (pristupljeno: 11.08.2016.)

²⁵⁵ Ibidem

²⁵⁶ Ibidem

²⁵⁷ Ibidem

5. Povijesni pregled i aktualno stanje razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Turizam pripada onim aktivnostima koje izvodi čovjek u slobodno vrijeme i koje su po svojoj prirodi najsloženije.²⁵⁸ Složenost fenomena proizlazi upravo iz proturječnosti interesa radi kojih u ovo područje ulaze pojedini sudionici ili pak iz interesa što ih očekuju od turizma.²⁵⁹

Hrvatska ima bogatu tradiciju zdravstvenog turizma zbog obilja prirodnih ljekovitih činitelja koji predstavljaju veliki kapital i potencijal za daljnji razvoj zdravstvenog turizma, ali i turizma općenito.²⁶⁰ Zbog toga je u nastavku dan pregled razvoja ovog oblika turizma kroz povijest. Hrvatska uz dugu tradiciju ima i velike potencijale i komparativne prednosti za razvoj najtraženijih oblika turističke ponude vezane uz unaprjeđenje zdravlja suvremenog urbanog čovjeka.²⁶¹ Zbog toga se u nastavku ove cjeline, nakon povijesnog pregleda, analizira trenutna situacija na području razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

5.1. Razvoj zdravstvenog turizma kroz povijest

Rimske terme, građene prije otprilike 2000 godina u cijelom Rimskom carstvu pa tako i na području današnje Hrvatske, obuhvaćene su tri rimske provincije: Histria, Dalmatia i Panonia, preteča su današnjeg zdravstvenog i wellness turizma.²⁶² Postoji mnogo dokaza da su još u antičko doba na tlu Hrvatske poznavali i cijenili ljekovito bilje koje se koristilo za očuvanje zdravlja.²⁶³

U samim počecima svjetskih turističkih kretanja upoznavanje iznimnih klimatskih pogodnosti pomoglo je promicanju hvarskog turizma pa je 1868. godine utemeljeno prvo turističko društvo u Europi pod imenom Higijeničko društvo Hvar.²⁶⁴ Turističke destinacije iz 19. i 20. stoljeća najčešće su predstavljale prirodna lječilišta vezana uz današnji pojam zdravstvenog turizma, tj. uz pojam oporavka organizma,

²⁵⁸ Vukonić, B., Keča, K., *Turizam i razvoj - pojam, načela, postupci*, Mikrorad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2001, str. 148

²⁵⁹ Ibidem

²⁶⁰ Ivanišević, G., *Zdravstveni turizam*, op. cit., str. 138

²⁶¹ Bartoluci, M., Čavlek, N., et. al., *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 95

²⁶² Rašić, D., op. cit., str. 150

²⁶³ Ibidem, str. 159

²⁶⁴ *Nacionalna strategija razvoja zdravstva od 2012.-2020.*, op. cit., str. 128

odnosno liječenja. Osnivala su se Društva za poljepšanje mjesta, započinje sustavna izgradnja smještajnih i lječilišnih građevina te lječilišne infrastrukture.

Plansko ulaganje u lječilišni turizam započelo je u Opatiji, gdje je 1884. godine sagrađen najstariji hotel na hrvatskom Jadranu namjenski građen za turiste - Quarnero (današnji Kvarner)²⁶⁵. 1889. godine austrijska vlada je Opatiju službeno proglasila prvim morskim klimatskim lječilištem na Jadranu.²⁶⁶ Korisnici lječilišnih odnosno turističkih usluga u to vrijeme su većinom bili stranci iz razvijenijih europskih zemalja. Bili su to imućni ljudi koji su na taj način provodili svoje slobodno vrijeme.²⁶⁷

Demokratizacija korištenja blagodatni sudjelovanja u turističkim kretanjima iza Prvog svjetskog rata pa sve do omasovljavanja turizma nakon Drugog svjetskog rata polako je uništavala prethodne značajke prirodnih lječilišta i lječilišnih mjesta.²⁶⁸ U Hrvatskoj su prirodna lječilišta nakon Drugog svjetskog rata sve više poprimala značajke čistih zdravstvenih ustanova-bolnica, najmijenjenih liječenju bolesnih i to samo njihove fizičke komponente.²⁶⁹ Promišljanja o korištenju bivših prirodnih lječilišta prepuštena su institucijama koje financiraju liječenje (zdravstveno osiguranje) i pragmatičnoj medicinskoj struci.²⁷⁰ Dodatni udarac mogućnostima razvoja zdravstvenog turizma zadan je 1965. godine kad je korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, saveznim propisom bivše države stavljeno izvan zakona što je dovedeno do apsurdna kada se iz ljekovite termomineralne vode ekstrahirala toplina kojom se zagrijavala pitka voda iz komunalnog vodovoda za potrebe fizikalne terapije.²⁷¹

Za vrijeme Domovinskog rata ove su bolnice uglavnom proglašene specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju, a takve su ostale do danas.

Mnogi medicinski i drugi stručnjaci u takvim bolnicama nisu se mirili s napuštanjem njihovih prirodnih ljekovitih činitelja i pružanjem usluga zdravim građanima pa su na osnovi njih realizirali zanimljive projekte.²⁷² Tako je u okviru

²⁶⁵ Hihlik, J., *Lipik*, „Od blatne kupke do wellnessa“ - Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, Hrvatski muzej turizma, Opatija, 2010., str. 102

²⁶⁶ *Nacionalna strategija razvoja zdravstva od 2012.-2020.*, loc. cit.

²⁶⁷ Kušen, E., *op. cit.*, str. 217

²⁶⁸ Ibidem

²⁶⁹ Ibidem

²⁷⁰ Ibidem

²⁷¹ Ibidem

²⁷² Ibidem

zdravstvene ustanove u Varaždinskim toplicama u drugoj polovici 20. st. izgrađen hotel Minerva zasnovan između ostalog na načelima Medicinski programiranoga aktivnog odmora (MPAO) koji nije bio namijenjen medicinskoj rehabilitaciji iako je posjedovao kompletnu opremu koja se koristi za fizioterapiju i kineziterapiju nego je ona bila ondje u sasvim novoj funkciji.²⁷³ U takvim se hotelima pri specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju mogla dobiti prava usluga zdravstvenog turizma.

Pritom se javljalo niz problema za daljnji razvoj zdravstvenog turizma, poglavito zbog toga što je ukupni broj sljednika nekadašnjih prirodnih lječilišta bio premali u odnosu na potražnju, nalazio se u sustavu HZZO-a koji nije mogao poticati poduzetničku djelatnost te stoga što je bio pod isključivim patronatom medicinske struke.²⁷⁴ U turističkom sektoru nije bilo volje pa ni znanja da se grade specijalizirani ugostiteljski objekti koji bi pružali usluge zdravstvenog turizma.²⁷⁵

Spontana reakcija na takvo stanje bila je gotovo stihijska pojava surogata zdravstvenog turizma u obliku zabavnih vodenih parkova i wellness hotela.²⁷⁶

Thalasotherapia Opatija, specijalna bolnica za rehabilitaciju bolesti srca, pluća i reumatizma, osnovana je 1957. godine.²⁷⁷ Od 1993. godine kao Ustanova je u vlasništvu Primorsko-goranske županije. Rješenjem Ministarstva zdravstva 1998. godine Ustanova dobiva status nacionalnog Referentnog centra za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor, u čijem je programu rada na prvom mjestu stavljena aktivna uloga u donošenju propisa za reguliranje zdravstveno-turističke ponude kao i donošenje kriterija za kategorizaciju turističkih destinacija i poslovnih sustava za Hrvatsku.²⁷⁸

Osim Referentnog centra za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor, treba spomenuti i tijela poput Zajednice zdravstvenog turizma pri Hrvatskoj gospodarskoj komori te Odbor za zdravstveni turizam i prirodne ljekovite činitelje koji je kao nasljednik zagrebačkog Balneoklimatološkog zavoda iz 1949. godine osnovan pri Akademiji medicinskih znanosti 1994. godine.²⁷⁹ Svoj je najveći doprinos dao

²⁷³ Ibidem

²⁷⁴ Ibidem

²⁷⁵ Ibidem

²⁷⁶ Ibidem

²⁷⁷ *Nacionalna strategija razvoja zdravstva od 2012.-2020.*, loc. cit.

²⁷⁸ Ibidem

²⁷⁹ Ibidem

održavanjem skupova i škola na temu prirodnih ljekovitih činitelja, publikacijom čitave biblioteke zbornika i tematskih monografija, kao i registracijom lokacija u Hrvatskoj koje zadovoljavaju uvjete bavljenja prirodnim liječenjem.²⁸⁰

Što se wellnesa tiče, hotelski wellnesi u Hrvatskoj su moderna reinkarnacija rimskih termi.²⁸¹ Kao i rimske terme razvili su se uz morsku obalu ili izvore ljekovite termomineralne vode, ali i tamo gdje nema prirodnih ljekovitih resursa. Neki su po svojim luksuznim sadržajima te lokaciji uz morsku obalu prave maritimne vile modernog doba. Moderni pojedinci žele održati zdravlje, ljepotu, dugovječnost i vitalnost kao što su i Rimljani težili otiumu (ispunjenom odmoru tj. odmoru koji sadržava fizički i intelektualni odmor te uživanje).²⁸²

5.2. Trenutna pozicija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Ponuda zdravstvenog turizma u Hrvatskoj danas obuhvaća kompleksan skup pružatelja usluga zdravstvenog turizma u sferi privatnog i javnog sektora.

Gotovo cjelokupna ponuda wellnesa, značajan dio ponude medicinskog turizma te manji broj toplica ili termi u privatnom je vlasništvu i predstavlja tržišno orijentirano malo i srednje poduzetništvo.²⁸³

Specijalne bolnice, lječilišta i veliki bolnički sustavi kontroliraju najveći dio prirodnih ljekovitih činitelja te su svojom veličinom i koncentracijom stručnog znanja ključni činitelji vjerodostojnosti i prepoznatljivosti zdravstveno-turističke ponude Hrvatske.²⁸⁴ Oni su dio sustava javnog zdravstva i maksimalno su usmjereni na korisnike Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO).²⁸⁵

Današnji korisnici usluga zdravstvenog turizma većinom su osobe upućene na oporavak ili liječenje od strane Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje. Službeni statistički podaci ne pružaju cjelovit uvid u zdravstveni turizam, a dolazi i do pojave dvostrukog praćenja - i u turizmu i u zdravstvu.

Prema podacima Hrvatske gospodarske komore, zdravstveni turizam u Hrvatskoj na godišnjoj razini zapošljava oko 10 000 osoba i ostvaruje oko 300

²⁸⁰ Ibidem

²⁸¹ Rašić, D., op. cit., str. 161

²⁸² Ibidem

²⁸³ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 11

²⁸⁴ Ibidem, str. 11, 12

²⁸⁵ Ibidem, str. 12

milijuna eura prihoda od zdravstvenih usluga.²⁸⁶ S navedenim prihodom Hrvatska nije ni među prvih deset europskih destinacija, a kao glavnu kočnicu za razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj navodi se Zakon o zdravstvenoj zaštiti. Unatoč trenutnom stanju očekuje se da bi prihodi od ovog oblika turizma u budućnosti mogli dosegnuti milijardu eura godišnje.

Prema istraživanju TOMAS Ljeto 2014. najčešći motiv za dolazak u Hrvatsku je i dalje pasivni odmor i opuštanje, ali je u razdoblju od 2010. do 2014. godine vidljiva stagnacija pasivnog odmora i rast važnosti novih iskustava i gastronomije.²⁸⁷ Sljedeća tablica prikazuje kako je u 2014. godini zdravstvene razloge i wellness kao motiv putovanja odabralo 5% ispitanika.²⁸⁸

Tablica 4: Motivacija turista za dolazak u Hrvatsku

Motivacija	Udjel
Pasivni odmor, opuštanje	75%
Zabava	43%
Nova iskustva i doživljaji	30%
Gastronomija	26%
Upoznavanje prirodnih ljepota	20%
Sport, rekreacija	7%
Kulturne znamenitosti/događanja	7%
Posjeti obitelji i prijateljima	6%
Zdravstveni razlozi, wellness	5%

Izvor: *TOMAS Ljeto 2014.*, Institut za turizam, Zagreb, 2015., str. 5, <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/Tomas-ljeto-2014-Prezentacija.pdf>, (pristupljeno: 05.08.2016.)

Istraživanje je pokazalo kako se od 2010. do 2014. godine mijenja profil turista koji dolaze u Hrvatsku, a ove promjene pametnim planiranjem mogu se iskoristiti u razvoju zdravstvenog turizma. Dolaze novi gosti koji su obrazovaniji i imaju veću platežnu moć. Bilježi se manje obiteljskih dolazaka, više kraćih boravaka i što je

²⁸⁶ <http://www.mint.hr/default.aspx?id=31818>, (pristupljeno: 02.08.2016)

²⁸⁷ *TOMAS Ljeto 2014.*, Institut za turizam, Zagreb, 2015., str. 5, <http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/Tomas-ljeto-2014-Prezentacija.pdf>, (pristupljeno: 05.08.2016.)

²⁸⁸ Ibidem

važno raste broj dolazaka zbog sekundarnih motiva.²⁸⁹ Prosječan broj godina turista koji dolaze u Hrvatsku je 41 godina i to se nije mijenjalo, ali je smanjen udio turista srednje dobi za 4%.²⁹⁰

Kako je starija generacija najčešći korisnik usluga zdravstvenog turizma, Hrvatska bi trebala iskoristiti činjenicu da je više od ¼ turista koji dolaze starije od 50 godina.²⁹¹ Pozitivno je to što je uočen rast ponude zdravstveno-rekreacijskih sadržaja u odnosu na prijašnje razdoblje što pokazuje da je važnost ovog oblika ponude prepoznata.²⁹²

U godini provođenja ovog istraživanja Državni zavod za statistiku zabilježio je sljedeću turističku aktivnost vezanu uz putovanja motivirana wellnessom i zdravstvenim razlozima.²⁹³

Tablica 5: Broj putovanja u 2014. godini čiji je motiv wellness i zdravstveni turizam

	Putovanja s 1-3 noćenja	Putovanja s 4 i više noćenja
Hrvatska	59 615	50 955
Inozemstvo	11 846	22 806
Ukupno	71 461	73 761

Izvor: *Turistička aktivnost stanovništva Republike Hrvatske*, www.dzs.hr, (pristupljeno: 06.08.2016.)

Iz tablice je vidljivo da je najviše stanovnika Hrvatske u 2014. godini na putovanja motivirana zdravljem odlazila unutar države, a manje u inozemstvo. Najviše putovanja turista na ovom obliku putovanja uključivalo je 1-3 noćenja unutar Hrvatske, dok je kod putovanja u inozemstvo najviše putovanja uključivalo 4 i više noćenja.

Sljedeća tablica prikazuje postotak koji zauzimaju wellness i zdravstveni programi kao motivi privatnih višednevnih putovanja u 2015. godini prema glavnom odredištu putovanja u usporedbi sa 2014. godinom.²⁹⁴

²⁸⁹ Ibidem, str. 24

²⁹⁰ Ibidem, str. 2

²⁹¹ Ibidem

²⁹² Ibidem, str. 13

²⁹³ www.dzs.hr, (pristupljeno: 06.08.2016.)

²⁹⁴ *Priopćenje: Turistička aktivnost stanovništva Hrvatske u 2014. i Turistička aktivnost stanovništva Hrvatske u 2015.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2015., 2016.,

http://www.mint.hr/UserDocslImages/160630_dzs_turist-akt015.pdf, (pristupljeno: 02.08.2016.)

http://www.mint.hr/UserDocslImages/151126_DZS_turist-aktiv_014.pdf, (pristupljeno: 02.08.2016.)

Tablica 6: Udjel wellnessa i zdravstvenih programa kao motiva putovanja

Odredište	2014.	2015.
Hrvatska	2,4%	1,4%
Inozemstvo	1,7%	2,1%

Izvor: Priopćenje: *Turistička aktivnost stanovništva Hrvatske u 2014. i Turistička aktivnost stanovništva Hrvatske u 2015.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2015., 2016., http://www.mint.hr/UserDocsImages/160630_dzs_turist-akt015.pdf, (pristupljeno: 02.08.2016.)
http://www.mint.hr/UserDocsImages/151126_DZS_turist-aktiv_014.pdf, (pristupljeno: 02.08.2016.)

Podaci pokazuju da su u 2015. godini stanovnici Hrvatske radi wellnessa i zdravstvenih programa putovali više u inozemstvo nego li unutar Hrvatske, za razliku od 2014. godine. Podaci pokazuju i da je ukupan postotak turista s navedenim motivima putovanja bio manji u 2015. godini u odnosu na godinu ranije..

Hrvatska u definiranju odrednica daljnjeg razvoja zdravstvenog turizma treba pratiti trendove prisutne na svjetskom turističkom tržištu, uvažiti saznanja dobivena praćenjem statistike te iskoristiti prilike koje su uočene istraživanjem stanja na turističkom tržištu.

5.2.1. Medicinski turizam u Hrvatskoj

Medicinski turizam u Hrvatskoj moguće je u ovom trenutku poistovjetiti najviše s ponudom rastućeg broja specijaliziranih privatnih zdravstvenih ustanova.²⁹⁵ Velike javne medicinske ustanove poput kliničkih bolničkih centara, kliničkih i općih bolnica i poliklinika ili ne pokazuju zanimanje za uključivanje u ponudu ovog oblika turizma ili nalaze na prepreke koje se najviše odnose na zakonske propise i mogućnost financiranja projekata.²⁹⁶

U Hrvatskoj ponudu medicinskog turizma nude srednje i manje ordinacije specijalizirane u najvećoj mjeri za stomatologiju, plastičnu kirurgiju i dermatologiju, medicinski potpomognutu oplodnju, oftalmologiju, ortopediju i fizikalnu medicinu i/ili rehabilitaciju.²⁹⁷ U zadnje vrijeme na tržište medicinskog turizma uključuju se i veće privatne poliklinike sa širim spektrom djelatnosti (npr. Medico) te specijalizirane klinike (npr. klinika Magdalena) i specijalne bolnice (npr. Sv. Katarina).²⁹⁸ Vrlo mali

²⁹⁵ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 16

²⁹⁶ Ibidem

²⁹⁷ Ibidem

²⁹⁸ Ibidem

broj pružatelja usluga među njima je međunarodno certificiran, a to su upravo ove tri medicinske ustanove koje su dane kao primjer. O certifikatima koje posjeduju više će biti riječi u nastavku rada.

Iako su privatne ustanove koje se bave određenim segmentima medicinskog turizma rasprostranjene po cijeloj zemlji, može se ipak govoriti o njihovoj koncentraciji uglavnom na području Zagreba, Istre i Kvarnera.²⁹⁹

Usljed nedostatka statističkog praćenja ovog specifičnog turističkog proizvoda nije ni približno moguće utvrditi broj njegovih trenutnih korisnika.

Postojeća tržišna pozicija medicinskog turizma u Hrvatskoj određena je ponajviše pojedinačnim naporima privatnih ordinacija i klinika u probijanju tržišta, pristupačnim cijenama za međunarodno prihvatljivu kvalitetu u nekoliko područja medicinske ekspertize te vjerodostojnošću kadra i opremljenosti.³⁰⁰

Ponuda medicinskog turizma u Hrvatskoj je još uvijek sporadična, nedovoljno diverzificirana, relativno neorganizirana i slabo prepoznatljiva.³⁰¹ Nedostatak predstavlja i to što ne postoji sustavna nacionalna promocija i snažna prodajna mreža incoming agencija i specijaliziranih facilitatora.³⁰²

Zbog svega toga Hrvatska u ovom trenutku još uvijek nije međunarodno prepoznatljiva destinacija medicinskog turizma iako ima mnogo potencijala za razvoj ovog oblika turizma.

5.2.2. Lječilišni turizam u Hrvatskoj

Ponuda lječilišnog turizma u Hrvatskoj obuhvaća medicinsku rehabilitaciju baziranu na korištenju prirodnih ljekovitih činitelja te počiva na sadržajima i uslugama specijalnih bolnica i lječilišta.³⁰³ Ovaj oblik zdravstvenog turizma ima dugu tradiciju u Hrvatskoj zbog toga što Hrvatska raspolaže velikim brojem kvalitetnih i očuvanih prirodnih ljekovitih činitelja u rasponu od termalnih do talasoterapijskih. Sukladno podacima prikupljenim izravno od specijalnih bolnica i lječilišta ukupno je u njima registrirano 5 618 kreveta i zaposleno 3 559 medicinskih i nemedicinskih

²⁹⁹ Ibidem

³⁰⁰ Ibidem

³⁰¹ Ibidem

³⁰² Ibidem

³⁰³ Ibidem, str. 13

djelatnika.³⁰⁴ Specijalne bolnice i lječilišta imaju približno 2 213 kreveta ugovorenih s Hrvatskim zavodom za zdravstveno osiguranje.³⁰⁵

Većina specijalnih bolnica i lječilišta nalazi se u kontinentalnom dijelu zemlje te koristi termalne izvore i mineralna ulja u svojim tretmanima, dok oni smješteni na jadranskoj obali koriste blagodatni ljekovitog blata, mora, zraka i klime.³⁰⁶ Radi se o ustanovama specijaliziranim za rehabilitaciju nakon širokog spektra oboljenja (kardiovaskularne, respiratorne, ortopedske i dr. bolesti), za suzbijanje rizičnih činitelja (npr. pretilost, pušenje) i liječenje ozljeda sportaša.³⁰⁷ Uz izuzetak Istarskih i Bizovačkih Toplica, specijalne bolnice i lječilišta nalaze se u javnom tj. županijskom vlasništvu.³⁰⁸ Osim pružanja usluga posredstvom HZZO-a, sve su ustanove zainteresirane i za pružanje usluga zdravstvenog turizma na neproračunskom tržištu.

Udio kapaciteta u zakupu HZZO-a tijekom godina kontinuirano se smanjuje. Najveće specijalne bolnice u Hrvatskoj (posebno SB Krapinske Toplice i SB Varaždinske Toplice) većinu svojih kapaciteta popunjavaju putem HZZO-a.³⁰⁹ Lječilište Istarske Toplice i Top Terme Topusko u potpunosti su orijentirani na neproračunsko tržište.³¹⁰ U ostalim ustanovama oko 70% potražnje ili više vezano je u potpunosti ili djelomično uz HZZO.³¹¹ U uvjetima opadajuće potražnje HZZO-a za uslugama lječilišta i specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju, ove ustanove bit će prisiljene sve se više okretati tržištu. Budući da to podrazumijeva znatno višu kvalitetu, gotovo svi pružatelji ovih usluga morali bi osigurati značajna financijska sredstva za podizanje kvalitete postojeće ponude i/ili izgradnju novih sadržaja/kapaciteta.

Činjenica da su gotovo sva lječilišta i specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju u Hrvatskoj još uvijek u javnom vlasništvu (županije) bitno otežava mogućnost osiguranja novog razvojnog kapitala kako zbog njihove neprofitne orijentacije, tako i zbog nejasnog stava oko poželjnosti njihove moguće (potpune ili djelomične) privatizacije, odnosno ulaska u različite oblike javno-privatnih

³⁰⁴ <http://zdravlje.gov.hr/UserDocImages//dokumenti/Planovi,%20izvije%C5%A1%C4%87a%20i%20odluke//Katalog%20projekata%20zdravstvenog%20turizma.pdf>, (pristupljeno:17.08.2016.)

³⁰⁵ Ibidem

³⁰⁶ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 13

³⁰⁷ Ibidem

³⁰⁸ Ibidem

³⁰⁹ Ibidem

³¹⁰ Ibidem

³¹¹ Ibidem, str. 14

partnerstva. U takvim uvjetima, osim kreditnog zaduženja koje nosi značajne poslovne rizike, nije moguće očekivati njihovu dokapitalizaciju iz sredstava proračuna, kao ni ulaganja privatnih poduzetnika.

Sva lječilišta i specijalne bolnice ulažu značajan napor u prilagođavanje svoje ponude potrebama zdravstveno-turističkog tržišta u okviru svojih mogućnosti.³¹² Sve ustanove raspolažu visoko stručnim, specijalističkim medicinskim kadrom i uglavnom suvremenom medicinskom opremom, ali standard kvalitete osobito smještajnih te pratećih ugostiteljskih i rekreacijskih sadržaja, uz nekoliko iznimaka, uglavnom ne odgovara očekivanjima međunarodne turističke potražnje.³¹³

Uz to, sadržaji namijenjeni HZZO pacijentima i zdravstvenim turistima nisu razdvojeni (ili nisu odvojeni u dovoljnoj mjeri).³¹⁴ Ove ustanove raspolažu sa certifikatima kao što su ISO Standardi i zakonski obavezan HACCP koji reguliraju samo poslovne i higijenske procedure, ali im nedostaju tržišno relevantni certifikati iz područja zdravstvene i medicinske stručnosti.³¹⁵ Kao i kod medicinskog turizma nedostaje i interesno povezivanje subjekata na ovom tržištu.

Ovakvo stanje može se promijeniti samo pojačanim ulaganjima u osuvremenjivanje ponude većine hrvatskih specijalnih bolnica i lječilišta čega su svjesni njihovi rukovoditelji.³¹⁶ Većina ovih institucija iskazala je potrebu za značajnim ulaganjima u rekonstrukciju postojeće smještajne ponude, ali i u izgradnju novih zdravstvenih sadržaja i novih smještajnih kapaciteta.³¹⁷ Ukupna vrijednost poželjnih ulaganja u poboljšavanje zdravstveno-turističke ponude hrvatskih specijalnih bolnica i lječilišta procjenjuje se na oko 185 milijuna eura neovisno o fazama u kojima se projekti trenutno nalaze.³¹⁸

Na Health Tourism Investment (HTI) Forumu o investicijama u zdravstvenom turizmu dodijeljene su nagrade Hrvatske gospodarske komore „Turistički cvijet - kvaliteta za Hrvatsku 2015.” u kategoriji „Najbolje spa/lječilište godine”. Prvo mjesto na ovom prestižnom natjecanju pripalo je Termama Tuhelj, drugo SB Tahalssotherapy Opatija, a treće LifeClass Termama Sveti Martin.

³¹² Ibidem, str. 15

³¹³ Ibidem

³¹⁴ Ibidem

³¹⁵ Ibidem

³¹⁶ Ibidem

³¹⁷ Ibidem

³¹⁸ Ibidem

Turistička statistika Državnog zavoda za statistiku u 2015. godini pratila je statistiku noćenja i dolazaka turista u lječilišta, toplice i specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju. Podaci o turističkom prometu dobiveni su na temelju Mjesečnog izvještaja o dolascima i noćenjima turista koje su dostavile zdravstvene ustanove za sve objekte u kojima osobe borave radi medicinske rehabilitacije (osobe same snose naknadu za taj boravak) te druge ustanove koje se bave zdravstveno-rekreativnim turizmom.³¹⁹

Sljedeća tablica prikazuje dolaske i noćenja turista u lječilištima, toplicama i specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju u 2014. i 2015. godini.

³¹⁹ *Statističko izvješće - Turizam u 2015.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2016., str. 7, http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1564.pdf, (pristupljeno: 10.08.2016.)

Tablica 7: Dolasci i noćenja turista u lječilištima, toplicama i specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju u 2014. i 2015. godini

Mjesec	2014.		2015.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
1.	11 552	37 924	12 267	42 122
2.	9 567	30 597	9 859	32 111
3.	9 386	34 950	9 741	35 947
4.	12 074	37 574	13 534	39 303
5.	14 683	45 253	15 203	46 626
6.	11 696	43 837	13 496	46 680
7.	12 283	58 225	13 283	58 015
8.	18 372	78 313	20 072	78 510
9.	12 620	44 476	14 560	50 528
10.	12 788	40 410	15 398	46 763
11.	11 421	36 459	12 266	39 339
12.	11 267	33 661	11 721	32 165
Ukupno	147 709	521 679	161 400	548 109

Izvor: Obrada autorice prema: *Statističko izvješće: Turizam u 2015.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2016., http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1564.pdf, str. 26, (pristup:10.08.2016.)

Obuhvaćeni su smještajni objekti koji se bave zdravstvenim turizmom (lječilišta, toplice, specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju) bez obzira na vrstu i kategoriju u kojoj su klasificirani. U 2014. godini obuhvaćena su 22 smještajna objekta s 5 231 stalnom posteljom, a u 2015. godini obuhvaćeno je 24 smještajnih objekta s 5 393 stalne postelje.

Iz podataka je vidljivo da je u 2015. godini ostvareno više dolazaka i noćenja u navedenim objektima što predstavlja pozitivan trend rasta zainteresiranosti turista za ovaj oblik turizma.

Državni zavod za statistiku u 2015. godini pratio je smještajne kapacitete prema vrstama i kategorijama turističkih smještajnih objekata.³²⁰

Tablica 8: Smještajni kapaciteti prema vrstama i kategorijama turističkih smještajnih objekata u 2015. godini

	Objekti	Broj smještajnih jedinica			Postelje		
		Sobe	Apartmani	Mjesta za kampiranje	Stalne	Pomoćne	Ukupno
Lječilišni hotel	1	165	4	/	305	/	305
Lječilišni hotel s 2*	0	12	0	/	26	/	26
Lječilišni hotel s 3*	1	153	4	/	279	/	279
Lječilišta	11	1389	16	/	2515	78	2593
Kupališna lječilišta	7	800	9	/	1413	30	1443
Klimatska lječilišta	4	589	7	/	1102	48	1150

Izvor: Obrada autorice prema: *Statističko izvješće: Turizam u 2015.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2016., http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1564.pdf, str. 27,28, (pristup: 10.08.16.)

Vezano uz zdravstveni turizam prikazano je stanje na području lječilišnih hotela s dvije i s tri zvjezdice za koje se odvojena statistika ranije nije vodila, te stanje na području kupališnih i klimatskih lječilišta.

Sljedeća tablica prikazuje broj turista i noćenja u lječilištima u razdoblju od siječnja do lipnja 2016. godine.

Tablica 9: Turisti i noćenja u lječilištima: siječanj - lipanj 2015. i 2016. godine

Objekt	Turisti		Udjel turista	Noćenja		Udjel turista
	2015.	2016.		2015.	2016.	
Lječilišta	13520	8332	0,19	85405	57807	0,35

Izvor: Obrada autorice prema: *Turistički promet u lipnju 2016. godine*, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2016., http://www.mint.hr/UserDocImages/160810_stat_06.pdf, (pristupljeno: 10.08.2016.)

³²⁰ Ibidem

Vidljivo je da u razdoblju od siječnja do lipnja 2016. godine u lječilištima zabilježen manji broj turista i noćenja u odnosu na 2015. godinu. No za donošenje zaključaka treba pričekati sveukupne rezultate na kraju 2016. godine.

U ovom razdoblju najveći promet po vrstama smještajnih objekata ostvaren je u hotelima koji bilježe 2,3 milijuna dolazaka (rast 1,4%) i 6,4 milijuna noćenja, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine čini porast od 2,9%.³²¹

5.2.3. Wellness turizam u Hrvatskoj

Wellness ponuda u Hrvatskoj bazira se na ponudi već gotovo stotinjak hotela koji gostima nude wellness usluge, ali i dalje je riječ o hotelima s wellnessom, a ne wellness hotelima.³²² Ponuda proizvoda i usluga prilagođena je prosječnom, a ne zahtjevnom gostu koji se odlučuje na putovanje kako bi postigao harmoniju tijela, uma i duha kroz fizičke aktivnosti, njegu tijela, zdravu prehranu, relaksaciju i meditaciju što, prema suvremenim definicijama, obuhvaća ovaj specifičan oblik zdravstveno-turističke ponude.³²³ Wellness postaje neizostavan sadržaj hotela viših kategorija (4* i 5*).

Praćenje svjetskih trendova i udovoljavanje zahtjevima sve probirljivijih korisnika, između ostaloga i lansirajući vlastite trendove, osnovni su preduvjeti da bi se ostvario strateški cilj da upravo wellness 2020. godine postane „hrvatski brend broj 1“ u segmentu ponude zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.³²⁴

Na hrvatskom tržištu i dalje ima jako malo gostiju koji putuju isključivo motivirani wellnessom, a to su gosti koji ostaju puno dulje i troše prema nekim istraživanjima i do 50% više od prosjeka nego „obični“ gosti prema riječima Zdeslava Radovića koji je jedan od pokretača wellness industrije u Hrvatskoj.³²⁵ On je prije 15 godina osnovao Energy Clinic, a to je najveći hrvatski i jedan od većih europskih lanaca koji operativno vodi wellness i spa centre u više od deset hotela s pet zvjezdica u Hrvatskoj, Crnoj Gori i Njemačkoj. U Hrvatskoj u lancu Energy Clinica

³²¹ *Turistički promet u lipnju 2016. godine*, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2016., http://www.mint.hr/UserDocImages/160810_stat_06.pdf, (pristupljeno: 10.08.2016.)

³²² <http://novilist.hr/Zivot-i-stil/Zdravlje-ljepota/Zdravlje/Hrvatska-je-jak-brend-ali-mora-jos-puno-uciniti-da-privuce-wellness-goste>, (pristupljeno: 14.08.2016.)

³²³ Ibidem

³²⁴ Ibidem

³²⁵ Ibidem

najviše je dubrovačkih prestižnih hotela, centar imaju i na otoku Mljetu, a odnedavno i u Istri, u Golf&Spa resortu Kempinski.³²⁶

Energy Clinic pokrenuo je 2014. godine u Dubrovniku Wellness Akademiju kako bi usluga u ovom obliku turizma bila na nivou 5*.³²⁷

Najveći se dio hotelske wellness ponude nalazi na Jadranu. Njihova ponuda uključuje sadržaje poput masaža, tretmana ljepote, sauna, bazena i fitnesa.³²⁸ Ponuda raznih wellness paketa u kojima se kombiniraju usluge wellness centra s režimima prehrane, vježbanja, aromaterapije i sl. vrlo je uobičajena.³²⁹ Uz hotele, manji broj topličkih kompleksa također je u značajnoj mjeri orijentiran na ponudu wellness sadržaja. Riječ je o toplicama koje su izvan sustava HZZO-a i nalaze se u kontinentalnom dijelu zemlje.

Uz standardne usluge masaža, tretmana ljepote i sauna, u ovim se kompleksima velika pažnja pridaje i bazenskim sadržajima sa sustavima otvorenih i zatvorenih bazena te tzv. „water fun“ (npr. s valovima, toboganima, vodenim topovima i sl.) i/ili tematiziranim (npr. terapijski, relaksacijski i sl.) bazenima (npr. „Vodeni planet“ u Termama Tuhelj).³³⁰

Bazeni su punjeni morskom, termalnom ili ljekovitom vodom. Usluge se tipično kombiniraju i nude u sklopu brojnih tematskih paketa (npr. antistress, detox, programi mršavljenja i sl.).³³¹ Neki kompleksi surađuju s medicinskim ustanovama šireći svoju ponudu i na medicinske programe (npr. Terme Sv. Martin i Lumbalis centar s tretmanima za kralježnicu).³³²

Postojeća razina uređenja, kvalitete opreme, sadržajnost programa i kvaliteta usluge u wellnessima pretežito su na visokoj razini.³³³ U tom smislu se može reći da je hrvatska wellness ponuda međunarodno konkurentna.³³⁴

Postoje i nedostaci vezani uz ovaj oblik turizma koji ga na taj način čine manje konkurentnim. Riječ je o tome da izostaje regulativa koja se odnosi na medicinsku osposobljenost osoblja u wellnessu, a uslijed zakonskih ograničenja uvođenje

³²⁶ Ibidem

³²⁷ Ibidem

³²⁸ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 12

³²⁹ Ibidem

³³⁰ Ibidem

³³¹ Ibidem

³³² Ibidem

³³³ Ibidem, str. 13

³³⁴ Ibidem

medicinske komponente (u pretežito hotelske wellnesse) je ograničeno.³³⁵ Problem je i taj da stručni kadar koji izlazi iz postojećih fizioterapeutskih i kozmetičkih škola, iako ne u dovoljnom broju, postoji, ali je potrebno usavršavanje verbalne i neverbalne komunikacije i općenito pristupa zahtjevnom gostu u hotelima s 5*.³³⁶

Problem je i to što veliki dio wellness ponude predstavlja alternativna, odnosno komplementarna medicina, a ona je u Hrvatskoj i dalje u sivoj zoni.³³⁷

Hrvatska liječnička komora ima tečajeve akupunkture kojima mogu prisustvovati samo liječnici, koji su već prošli školovanje na medicinskim fakultetima, dok u Zapadnoj Europi tečajevima mogu pristupiti i oni koji su završili akupunkтуру u trogodišnjem ili četverogodišnjem studiju.³³⁸ Postoji inicijativa da se mogućnost dijagnosticiranja dozvoli i fizioterapeutima i njihova komora na tome radi s Ministarstvom zdravlja i Liječničkom komorom.³³⁹ Za razvoj wellnessa problem predstavlja i manjak hotelskih kapaciteta, a nedostaje i radna snaga npr. maseri sa specifičnim znanjima dalekoistočnih tehnika.³⁴⁰

Nadalje, samo se manji dio objekata rukovodi standardima brenda (npr. Energy Clinic, Five Elements, SPAeVITA, ESPA), a i ponuda je opterećena PDV-om od 25%. Sve to umanjuje razvojni potencijal hrvatske wellness ponude.³⁴¹

Današnji volumen wellness potražnje u Hrvatskoj izrazito je teško prosuđivati. Nijedan hotel u Hrvatskoj ne može dati kvalitetne podatke o postotku dominantno wellness motivirane potražnje u ukupnom broju ostvarenih noćenja.³⁴² Zbog toga je o potražnji za wellnessom moguće posredno prosuđivati samo na temelju kretanja popunjenosti hrvatskih hotela viših kategorija.³⁴³ Budući da je riječ o korištenju kapaciteta na razini od oko 50%, pri čemu je i dalje izrazita koncentracija na razdoblje od lipnja do rujna, realno je pretpostaviti da su zdravljem motivirani wellness gosti samo mali udio ukupne potražnje.³⁴⁴ To pokazuje da se wellness još

³³⁵ Ibidem

³³⁶ <http://novolist.hr/Zivot-i-stil/Zdravlje-ljepota/Zdravlje/Hrvatska-je-jak-brend-ali-mora-jos-puno-uciniti-da-privuce-wellness-goste>, (pristupljeno: 14.08.2016.)

³³⁷ Ibidem

³³⁸ Ibidem

³³⁹ Ibidem

³⁴⁰ Ibidem

³⁴¹ Ibidem

³⁴² *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 13

³⁴³ Ibidem

³⁴⁴ Ibidem

uvijek doživljava kao samo jedan od uobičajenih hotelskih sadržaja i prateća usluga u sklopu drugačije motiviranog boravka.³⁴⁵

5.3. Mogućnosti za financiranje projekata zdravstvenog turizma

Pružatelji usluga u zdravstvenom turizmu u Hrvatskoj imaju mogućnost koristiti sredstva iz fondova EU kao što to mogu i sve ostale države članice. Jedna od mogućnosti je i financiranje putem sredstava Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HABOR).

5.3.1. EU i financiranje projekata zdravstvenog turizma

Europska razvojna strategija do 2020. godine integralno je prezentirana u dokumentu „Europe 2020“. Europa 2020. desetogodišnja je strategija rasta Europske unije.³⁴⁶ Dokument „Europe 2020“ donesen je 2010. godine, a naglasak stavlja na pametan, održiv i uključiv rast.³⁴⁷ Zemljama članicama EU trebao bi osigurati visok stupanj zaposlenosti, produktivnosti i socijalne kohezije. Program iz tog razloga definira 5 ključnih ciljeva/područja djelovanja³⁴⁸: zaposlenost, inovacije, obrazovanje, socijalna uključenost i klima/energija, pri čemu svaka zemlja članica mora definirati vlastite nacionalne ciljeve prema svakom od ovih područja. Ostvarivanje zacrtanih ciljeva na nacionalnoj razini, a time i na razini cijele EU, podrazumijeva provođenje različitih aktivnosti u okviru 7 ključnih inicijativa.

Iako se u sedam inicijativa Europske unije turizam eksplicitno ne spominje, turistička politika i turistički razvoj itekako su važni za EU. Na to posebno upućuje Lisabonski sporazum iz 2009. godine kojim je utvrđeno da će EU provoditi aktivnosti kojima će podržavati, koordinirati ili nadopunjavati aktivnosti zemalja članica na području turizma i to prije svega u sferi poduzetničke aktivnosti, kohezijske politike te politika usmjerenih na korištenje suvremenih informatičko-komunikacijskih tehnologija.³⁴⁹

Europska komisija usvojila je u lipnju 2010. godine i novi strateški okvir za djelovanje na području turizma pod nazivom „Europe, the world's No 1 tourist

³⁴⁵ Ibidem

³⁴⁶ http://ec.europa.eu/europe2020/index_hr.htm, (pristup: 07.08.2016.)

³⁴⁷ *Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast*, Europska komisija, Bruxelles, 2010., str. 6

³⁴⁸ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 76

³⁴⁹ Ibidem, str. 77

destination - a new political framework for tourism in Europe“. Tim dokumentom uspostavljen je plan aktivnosti koji ima za cilj osigurati konkurentnost, suvremenost, održivost i odgovornost europskog turizma kroz sljedeće četiri ključne poluge³⁵⁰:

- Poticanje konkurentnosti turističkog sektora kroz diverzifikaciju ponude, inventivno korištenje ICT, unaprjeđenje znanja i vještina zaposlenih, produljenje sezone kao i kroz povećanje razumijevanja važnosti turizma za gospodarski i društveni razvoj,

- Promoviranje razvoja održivog, odgovornog i visoko kvalitetnog turizma,
- Učvršćivanje imidža Europe kao održive i visoko kvalitetne turističke destinacije,

- Maksimiziranje potencijala EU politika/financijskih instrumenata.

Financiranje razvoja zdravstvenog turizma u razdoblju od 2014. do 2020. godine moguće je putem korištenja brojnih programa i fondova u okviru nove financijske perspektive. Najvažniji programi i fondovi koji države članice mogu koristiti za financiranje razvoja turističke infrastrukture i suprastrukture su navedeni u nastavku.

European Social Fund

Područje djelovanja ovog fonda je socijalna politika.³⁵¹ Svrha je korištenja sredstava poboljšanje mogućnosti zapošljavanja, obrazovanja i cjeloživotnog učenja, unaprjeđenje društvene uključenosti te smanjivanje siromaštva, ali i razvoj/jačanje tzv. institucionalnog kapaciteta u sferi javne administracije.³⁵² Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.³⁵³

European Regional Development Fund

Područje djelovanja ovog fonda je politika regionalnog razvoja.³⁵⁴ Svrha korištenja sredstava je jačanje ekonomske, društvene i teritorijalne povezanosti članica EU kroz smanjivanje razlika između europskih regija.³⁵⁵ Prioritetna područja

³⁵⁰ Ibidem

³⁵¹ Ibidem

³⁵² Ibidem

³⁵³ Ibidem, str. 78

³⁵⁴ Ibidem

³⁵⁵ Ibidem

potpore uključuju³⁵⁶: istraživanje, razvoj i inovativnost, dostupnost informacijama i komunikacijskim tehnologijama, prijelaz prema gospodarstvu niske emisije ugljika/ugljičnog dioksida, razvoj malih i srednjih poduzeća, usluge od opće koristi za gospodarstvo, telekomunikacije, energetiku, prometnu infrastrukturu, jačanje institucionalnog kapaciteta za učinkovitu javnu administraciju, zdravlje, obrazovanje i društvenu infrastrukturu te održivi urbani razvoj. Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.³⁵⁷

European Agriculture Fund for Rural Development

Područje djelovanja ovog fonda je politika ruralnog razvoja.³⁵⁸ Svrha korištenja sredstava je financijska potpora unaprjeđenju transferu znanja i inovacijama, jačanju konkurentnosti, unaprjeđenju lanca opskrbe hranom i upravljanju s povezanim rizicima, obnavljanju, zaštiti i unaprjeđenju ekosustava, jačanju efikasnosti korištenja resursa i prijelazu prema gospodarstvu niske emisije ugljika/ugljičnog dioksida, jačanju društvene uključenosti, smanjivanju siromaštva i ekonomskom razvoju ruralnih područja.³⁵⁹ Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.³⁶⁰

HORIZON 2020 - Framework Programme for Research and Innovation

Područje djelovanja ovog programa je politika poticanja znanstvenih istraživanja, inventivnosti i konkurentnosti.³⁶¹ Svrha korištenja sredstava je financijska potpora projektima koji osiguravaju izvrsnost u znanosti, industrijsko vodstvo kroz investicije u ključne tehnologije, jednostavniji pristup kapitalu te potpora malim i srednjim poduzećima, pozitivne društvene promjene na području: zdravlja, demografske strukture i blagostanja, sigurnosti hrane, održive poljoprivrede i marikulture, sigurne, čiste i efikasne energetike, „pametnog“, ekološki čistog i integriranog prometa, efikasne upotrebe resursa i sirovina te inovativnog i sigurnog

³⁵⁶ Ibidem

³⁵⁷ Ibidem

³⁵⁸ Ibidem

³⁵⁹ Ibidem

³⁶⁰ Ibidem

³⁶¹ Ibidem

društva koja koje osigurava uključenost.³⁶² Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.³⁶³

COSME - Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs

Područje djelovanja ovog programa je politika razvoja malog i srednjeg poduzetništva.³⁶⁴ Svrha korištenja sredstava je dinamiziranje razvoja malih i srednjih poduzeća kroz jačanje pristupa financiranju na osnovi kreditiranja i/ili povećanja temeljnog kapitala, unaprjeđivanje pristupa globalnom tržištu i EU tržištu kroz tzv. Enterprise Europe Network te jačanje poduzetništva kroz unaprjeđenje poduzetničkih vještina i svjetonazora.³⁶⁵ Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.³⁶⁶

Erasmus +

Područje djelovanja ovog programa je obrazovna politika.³⁶⁷ Svrha korištenja sredstava je financiranje projekata u sferi obrazovanja, stjecanja stručnih vještina, edukacija mladih te razvoj sporta.³⁶⁸ Programom se podržavaju aktivnosti na području pojedinačnog stjecanja znanja kroz studiranje, stručno osposobljavanje, stručne prakse, podučavanje i profesionalni razvoj, ali i kroz volontiranje, institucionalnu suradnju između obrazovnih ustanova, udruga za mlade, poduzetničkog sektora, nositelja izvršne vlasti na lokalnoj i/ili regionalnoj razini te nevladinih udruga, kao i podrške u reformiranju obrazovnih sustava zemalja članica i suradnje s zemljama koje nisu članice EU.³⁶⁹ Mogući korisnici su obrazovne institucije i udruge mladih.³⁷⁰

³⁶² Ibidem

³⁶³ Ibidem

³⁶⁴ Ibidem

³⁶⁵ Ibidem, str. 78, 79

³⁶⁶ Ibidem, str. 79

³⁶⁷ Ibidem

³⁶⁸ Ibidem

³⁶⁹ Ibidem

³⁷⁰ Ibidem

Employment and Social Innovation

Područje djelovanja ovog programa je politika zapošljavanja.³⁷¹ Svrha korištenja sredstava je financiranje projekata u sferi koordiniranja nacionalnih politika, razmjene iskustava u sferi najbolje prakse, jačanja institucionalnog kapaciteta i jačanja razvoja društvenog poduzetništva, te testiranja inovativnih politika, pri čemu će se najuspješnije mjere dodatno poticati sredstvima iz Europskog socijalnog fonda. Posebno treba naglasiti da će se u sklopu ovog programa (nekadašnji EURES - European Employment Services) uspostaviti on-line servis fokusiran isključivo na ugostiteljske djelatnosti.³⁷² Taj će servis omogućiti poslodavcima lakšu provjeru stručnih kvalifikacija i osposobljenosti potencijalnih djelatnika iz svojih vlastitih, ali i drugih država EU. Time će se unaprijediti efikasnost zapošljavanja te pojačati radna mobilnost. Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, pružatelji usluga u turističkom posredovanju, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.³⁷³

³⁷¹ Ibidem

³⁷² Ibidem

³⁷³ Ibidem

5.3.2. Problemi vezani uz EU fondove

Problem koji se pojavio vezan je uz financiranje kapitalnih investicija bespovratnim sredstvima EU koje su trebale nositi razvoj medicinskog turizma u Hrvatskoj. Iako su godinama očekivali i planirali koristiti navedena sredstva, osnivači i uprave specijalnih bolnica saznali su da na novac iz EU nemaju pravo zbog toga što su javne ustanove. Umjesto ovih sredstava nude im se krediti Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR), što se ne uklapa u studije isplativosti većine projekata ukupne vrijednosti oko 500 milijuna eura, koji su tijekom 2015. godine postali upitni.³⁷⁴

Županije i uprave bolnica krive državu zbog toga što smatraju da ih je zaboravila u pregovorima o operativnim programima s EU. U Ministarstvu regionalnog razvoja tvrde da se drugačije nije moglo ispregovarati te da su s tim bili i ranije upoznati. Ističu da su kriteriji za definiranje malih i srednjih poduzetnika unaprijed propisani, kao i regulativa EU za korištenje EU fondova koja je propisala da sredstva za jačanje poduzetništva mogu ići samo malim i srednjim poduzećima. Iz tog razloga savjetovali su osnivačima da uđu u javno-privatna partnerstva kako bi se uklopili u programe, a u međuvremenu iz EU fondova mogu povući novac za energetske učinkovitost, ali to neće riješiti kroničan manjak kapaciteta, bez kojeg nemaju mogućnosti konkuriranja na tržištu zdravstvenog turizma.³⁷⁵

Iz tvrtke EU projekti smatraju da se rješenja za sufinanciranje iz EU fondova mogu pronaći bez izmjene vlasničke strukture, npr. kroz znanstvena istraživanja ili obnovu kulturne baštine.³⁷⁶ Svaka bolnica pritom mora pronaći vlastiti način savladavanja ovog problema.³⁷⁷

5.3.3. Primjer natječaja MSP-a u turizmu

U nastavku je naveden primjer natječaja na koji se mogu javiti i pružatelji usluga zdravstvenog turizma. Radi se o natječaju „Podrška razvoju MSP u turizmu povećanjem kvalitete i dodatne ponude hotela“.³⁷⁸

³⁷⁴ <http://www.poslovnih.hr/hrvatska/propali-projekti-medicinskog-turizma-od-500-milijuna-eura-299530>, (pristupljeno: 12.08.2016.)

³⁷⁵ Ibidem

³⁷⁶ Ibidem

³⁷⁷ Ibidem

³⁷⁸ <http://www.eu-projekti.info/natjecaji/podrška-razvoju-msp-u-turizmu-povećanjem-kvalitete-i-dodatne-ponude-hotela-kk-03-2-1-04>, (pristupljeno: 10.08.2016.)

Natječaj je otvoren 14. listopada 2015. godine, a rok za prijavu je započeo 16. studenog 2015. godine, a traje do 31. prosinca 2016. godine, odnosno do iskorištenja sredstava. Ukupni iznos bespovratnih sredstava je 39 797 071 € tj. 304 000 000 kn. Najniža vrijednost potpore, odnosno najniži iznos bespovratnih sredstava koji se može dodijeliti pojedinom projektu iznosi 1 000 000 kn. Ukupna državna potpora ne može prijeći prag od 10 000 000 kn.

Prihvatljivi prijavitelji su pravne ili fizičke osobe koje su mikro, malo ili srednje poduzeće sukladno definiciji malih i srednjih poduzeća iz sektora turizma i infrastrukture u Hrvatskoj.

Opći cilj je produljenje turističke sezone i podizanje konkurentnosti MSP u turizmu i razvoja turističke destinacije kroz povećanje kvalitete i dodatne ponude hotela.

Prihvatljive aktivnosti su³⁷⁹:

1. ulaganja u materijalnu i nematerijalnu imovinu koja se odnose na:
 - izgradnju i opremanje novih ili rekonstrukciju i opremanje postojećih građevina koje će po završetku investicije ispuniti minimalne uvjete i uvjete za kategoriju 3, 4 ili 5 zvjezdica jedne od sljedećih vrsta ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“: hotel, aparthotel, turističko naselje, hotel baština ili difuzni hotel (sukladno važećim propisima iz ugostiteljstva i turizma), uz uvjet obvezne izgradnje i/ili realizacije dodatnih sadržaja koji nisu propisani kao obvezni sukladno važećim propisima iz ugostiteljstva i turizma, a koji će doprinijeti produljenju turističke sezone i atraktivnosti ponude u destinaciji,
 - izgradnju i/ili realizaciju dodatnih sadržaja postojećih ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“ (vrste: hotel, aparthotel, turističko naselje, hotel baština ili difuzni hotel), kategorije 3, 4 ili 5 zvjezdica, koji nisu propisani kao obvezni sukladno važećim propisima iz ugostiteljstva i turizma, a koji će doprinijeti produljenju turističke sezone i atraktivnosti ponude u destinaciji, sa ili bez ulaganja u obnovu (održavanje) i opremanje predmetnih smještajnih objekata, uz uvjet podizanja postojeće kategorije za najmanje jednu zvjezdicu;
2. savjetodavne usluge koje pružaju vanjski konzultanti, pod uvjetom da su izravno povezane s projektom za koji je odobrena regionalna potpora i da nisu

³⁷⁹ Ibidem

- djelatnost niti povezane s uobičajenim troškovima poslovanja poduzetnika;
3. sudjelovanje na sajmovima i predstavljanje novog turističkog proizvoda, ako je izravno povezano s projektom za koji je odobrena regionalna potpora;
 4. usavršavanje i provođenje specijaliziranih treninga, ako su izravno povezani s projektom za koji je odobrena regionalna potpora.

5.3.4. *Financiranje projekata putem kredita HBOR-a*

Cilj Programa kreditiranja turističkog sektora je realizacija investicijskih projekata malih i srednjih te velikih poduzetnika u turističkoj djelatnosti, a kojima se stvaraju uvjeti za poticanje zapošljavanja, produženje turističke sezone te povećanje prihoda u turizmu s ciljem podizanja konkurentnosti turističkih destinacija.

Program uključuje ulaganja za potrebe³⁸⁰:

a) Unaprjeđenja smještajne ponude (hoteli, aparthoteli, pansioni, hosteli, turistička naselja, kampovi i sl.) u smislu:

- povećanja hotelskih i sličnih kapaciteta smještaja,
- razvoja difuznih hotela kao nove ponude smještaja,
- izgradnje ili uređenja energetski učinkovitih malih hotela („zeleni krediti“),
- izgradnje novih i obnove postojećih malih i tematiziranih kampova,
- povećanja kategorizacije smještajnih kapaciteta,
 - podizanja razine i raznovrsnosti usluge kroz dodatne sadržaje koji proširuju ponudu smještajnih objekata, kao bazen, teniski teren, dječje igralište, wellness centar i sl.

- ostalih vrsta smještaja ukoliko se radi o objektima sagrađenim u skladu s izvornom tradicijskom i ambijentalnom arhitekturom (prema uvjetima konzervatorske struke);

b) Povećanja flote malih obiteljskih „plovećih hotela“ u smislu:

- poticanja izgradnje novih i rekonstrukcija postojećih manjih turističkih brodova (sa i/ili bez kabina),
- poticanja tradicijskih obrta koji se bave gradnjom tradicijskih brodova (izgradnja, obnova i modernizacija funkcionalno opremljenih manjih brodova sa

³⁸⁰ Program kreditiranja turističkog sektora, Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HABOR), <http://www.hbor.hr/sec1393>, (pristupljeno: 15.08.2016.)

elementima tradicijske gradnje, u vlasništvu malih brodara, a namijenjenih cruisingu i izletima);

c) Zaštite i očuvanja kulturne baštine u funkciji turizma;

d) Obogaćivanja raznovrsnosti novih usluga i sadržaja uz smještajne objekte - sportski, zdravstveni, nautički i sl.;

e) Unaprjeđenja ostale destinacijske turističke ponude i sadržaja - tematski parkovi, golf vježbališta, akvariji, muzejsko-izložbeni prostori, luke nautičkog turizma i ostali sadržaji za povećanje konkurentnosti destinacije.

Korisnici kredita mogu biti trgovačka društva, obrtnici i ustanove.³⁸¹

Najviši iznos kredita nije ograničen, a ovisi o HBOR-ovim mogućnostima financiranja, konkretnom investicijskom projektu, kreditnoj sposobnosti korisnika kredita, te vrijednosti i kvaliteti ponuđenih instrumenata osiguranja.

Kredit se odobravaju u kunama uz valutnu klauzulu. Rok otplate je do 17 godina uključujući i poček.³⁸² Kredit se, u pravilu, otplaćuje u mjesečnim, tromjesečnim ili polugodišnjim ratama, ali je sukladno zahtjevu korisnika kredita i planiranim projekcijama poslovanja moguće razmatrati i odobriti drugačiju dinamiku otplate kredita.³⁸³ Rok korištenja je u pravilu 12 mjeseci.³⁸⁴

³⁸¹ Ibidem

³⁸² Ibidem

³⁸³ Ibidem

³⁸⁴ Ibidem

6. Primjer upravljanja razvojem - Toplice Lipik

Lipik je gradić u zapadnoj Slavoniji koji se u prvom redu razvio kao lječilište i poznato kupalište s ljekovitom termalnom vodom.³⁸⁵ Ljekovitost lipičke vode poznavali su još Rimljani, a kroz kasniju povijest povremeno se spominjala ljekovitost Toplica koje se nisu značajnije koristile.³⁸⁶ Pravi procvat Lipik je doživio kada ga je 1867. godine kupio vukovarski bačvar Antun Knoll koji je uložio značajna sredstva u uređenje kupki, perivoja i saniranje močvarnih područja.³⁸⁷ Lipik se u 19. st. zbog velike količine joda spominje kao prvo jodno kupalište u Europi.³⁸⁸

Najintenzivnije razdoblje razvoja je bilo na prijelazu iz 19. u 20. st. te 80-ih godina 20. st.³⁸⁹ Lipičko lječilište funkcioniralo je kao jedinstvena ustanova do 1966. godine kada je razdvojeno na dva dijela: zdravstveni i ugostiteljski dio.³⁹⁰ Zdravstveni dio postaje Bolnica za neurološke bolesti i medicinsku rehabilitaciju „Božidar Maslarić“.³⁹¹ Izrasta u uspješnu rehabilitacijsku ustanovu u koju su bili upućivani pacijenti iz svih država tadašnje Jugoslavije. 80-ih godina 20. st. doživljava uspješno i snažno djelovanje u području medicinske rehabilitacije.³⁹² Susjedni ugostiteljski i turistički dio TRC Lipik također proživljava uspjeh izgradnjom novog hotela Lipik u okviru kojeg je bio zatvoreni bazen te kompleks otvorenih bazena na rubu parka.³⁹³

U Domovinskom ratu pretrpio je velika razaranja nakon kojih je jedan dio lječilišta obnovljen i revitaliziran, a drugi još čeka obnovu. Unatoč svemu i danas je rado posjećeno lječilište.

6.1. Ciljevi Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju

U Specijalnoj bolnici za medicinsku rehabilitaciju Lipik (Toplice Lipik) rehabilitiraju se oboljeli od neuroloških bolesti i drugih bolesti lokomotornog sustava (LMS).³⁹⁴ Tradicionalna djelatnost je razvijena u okviru zdravstvenog sustava i

³⁸⁵ Hihlik, J., op. cit., str. 39

³⁸⁶ Ibidem

³⁸⁷ Ibidem, str. 40

³⁸⁸ Ibidem, str. 44

³⁸⁹ Kelemen, D., Kraml, O., *Lipik vas zove: Stvaranje pretpostavki za daljnji razvoj zdravstvenog turizma*, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu u Velom Lošinj 4.- 5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015., str. 69

³⁹⁰ Ibidem, str. 70

³⁹¹ Ibidem

³⁹² Ibidem

³⁹³ Ibidem

³⁹⁴ Rendulić Slivar, S., op. cit., str. 63

medicine, a orijentacija države prema razvoju i povećanju potencijala u zdravstvenom turizmu postavlja nove strateške ciljeve.

Toplice Lipik imaju cilj da se u okviru zdravstvenog turizma u Hrvatskoj profiliraju na tržištu, a ne samo pružanjem usluga osiguranicima temeljem ugovora s Hrvatskim zavodom za zdravstveno osiguranje.³⁹⁵ Perspektiva lječilišta je da se razvije kao centar za edukaciju, prevenciju bolesti starenja i suvremenog načina života, unaprjeđenja zdravlja, s naglaskom na kineziterapiju u prirodi i vježbe u vodi, pri čemu bi uz djelatnike u lječilištima, lokalnu i državnu upravu i javno zdravstvo moglo imati značajnu ulogu.³⁹⁶

6.2. Trenutna pozicija na tržištu zdravstvenog turizma

Toplice Lipik jedne su od 8 specijalnih bolnica kontinentalnog dijela Hrvatske. Termomineralna voda je glavni balneološki (toplički) prirodni ljekoviti činitelj Lipika. Klasificirana je kao mineralna, fluorna, natrij-hidrogenkarbonatna-kloridna hiperterma.³⁹⁷ Prema podacima iz 1870. godine temperatura vode na prvom izbušenom izvoru je bila 64°C, a danas je 62°C.³⁹⁸ Osim za kupanje voda služi i za pijeње.

Toplice Lipik imaju komparativne specifičnosti unutar toplica kontinentalne Hrvatske³⁹⁹: iskustvo u rehabilitaciji osobito oboljelih nakon moždanog udara i multiple skleroze, kvalificirani medicinski kadar, konkurentne cijene, položaj u središnjem dijelu Hrvatske, relativnu blizinu i dostupnost zapadnih i istočnih emitivnih tržišta, opću turističku atraktivnost zahvaljujući prirodnom okruženju i obnovljenim smještajnim kapacitetima.

Posljednjih godina u Toplicama Lipik obnovljen je dio smještajnih kapaciteta, na raspolaganju je 260 postelja, postupno sve višeg standarda i bilježi se porast broja noćenja privatnih korisnika. U 2015. godini bilježi se rast od 3% noćenja privatnih korisnika u odnosu na prvih šest mjeseci 2014. godine.⁴⁰⁰

Stručnost pružene medicinske usluge garantira postojeći stručni zdravstveni kadar te prirodni ljekoviti činitelji. Problem predstavlja činjenica da je marketing

³⁹⁵ Ibidem

³⁹⁶ Ibidem, str. 63, 64

³⁹⁷ Ibidem, str. 64

³⁹⁸ Ibidem

³⁹⁹ Ibidem, str. 63

⁴⁰⁰ Ibidem

praktički nerazvijen, nema zaposlenog eksperta iz tog područja i unatoč naporima ostalih djelatnika u tom području nije dovoljno profesionalan.⁴⁰¹

Ministarstvo zdravlja je rigidno prema zahtjevima menadžmenta specijalnih bolnica za zapošljavanjem kadrova u zdravstvu za potrebe promocije i marketinga.⁴⁰² Stručnjaci medicinskog profila trebaju se maksimalno angažirati u okviru svojih kompetencija i ne trebaju se iscrpljivati na poslovima marketinga jer za to nisu kvalificirani pa stoga i ne mogu preuzeti taj stupanj odgovornosti u utjecaju na stopu rasta usluga u zdravstvenom turizmu osim ako se ne educiraju na stručnom poslijediplomskom interdisciplinarnom studiju iz područja menadžmenta i marketinga u zdravstvenom turizmu.⁴⁰³

Problem je u tome što iako stručnjaci zdravstvenog profila suvereno djeluju u okviru svoje domene, s obzirom na novonastale uvjete tržišnog poslovanja, toplice koje nemaju razvijen uspješan marketing bit će u zaostatku.⁴⁰⁴

6.3. Vizija i strategija razvoja lječilišnog turizma

U poticanju zdravstvenog turizma unutar bolnice otvorena su pitanja zakonske regulative, tržišta, konkurencije, vlasništva, ulagača, programa, ostvarivanja izvrsnosti i kompetencija.⁴⁰⁵

Potencijalne turističke proizvode i objekte koje kreiraju pokušavaju prilagoditi klijentu koji će dolaziti narednih godina.

U ustanovi je postavljena vizija i strategija lječilišnog turizma s naglascima na⁴⁰⁶:

- Infrastrukturne aktivnosti - prvenstveno poboljšanje smještajnih kapaciteta, izdvajanje ove djelatnosti u zaseban organizacijski dio;
- Podizanje kadrovske i stručne spreme;
- Suvremenu opremljenost i povećanje vodenih sadržaja;
- Izradu lječilišnih programa boravka;
- Marketinške aktivnosti i brendiranje;
- Suradnju s lokalnom zajednicom i ministarstvima;

⁴⁰¹ Ibidem, str. 64

⁴⁰² Ibidem

⁴⁰³ Ibidem, str. 65

⁴⁰⁴ Ibidem

⁴⁰⁵ Kelemen, D., Kraml, O., op. cit., str. 75

⁴⁰⁶ Ibidem

- Aktivnosti u bolnici koje su odrađene ili su u tijeku, a odnose se na obnovu ili razvoj lječilišnog turizma.

U ostvarenju planova uvažavaju⁴⁰⁷: korištenje prirodnih ljekovitih činitelja u tretmanima, zeleno i održivo, okolišno odgovorno upravljanje, autohtono i tradicionalno.

6.3.1. Infrastrukturni projekti

Što se infrastrukturnih projekata tiče, obnavlja se bolnica uz podizanje kvalitete smještajnog standarda (završeni su smještajni objekti Dependence, Kamene kupke, Ankin dvor i izvana je uređen Kurhotel).⁴⁰⁸ Izgrađen je suvremeni prostor za fizikalnu terapiju sa zatvorenim terapijskim bazenom posvećen dr. Ivanu Šreteru i obnovljene su Mramorne kupke. Uz to, povećava se standard i opremljenost za potrebe fizikalne terapije, a uređen je i terapijski bazen (tehnološka konkurentnost).

Obnovljen je najstariji objekt Quella u kojem je uređena konferencijska dvorana sa 80 mjesta i tehničkim pomagalicama za stručna predavanja.⁴⁰⁹ Obnovljeni su i osuvremenjeni i bolnička kuhinja i restoran. Uz to, uređuje se i park, restauriran je paviljon Izvor i završena je energetska učinkovita rasvjeta bolničkog dijela perivoja.

Pri završetku je idejni projekt zgrade Fontana s novim bazenom, radi se glavni projekt Narodnih kupki, u pripremi je glavni projekt sveobuhvatne revitalizacije perivoja, ishodovani su vodopravni uvjeti za zamjensku bušotinu termomineralne vode i u pripremi je glavni projekt kompletne rekonstrukcije u unutrašnjosti Kurhotela.⁴¹⁰

6.3.2. Podizanje kvalitete na svim razinama poslovanja

U SB Lipik je zaposleno 200 djelatnika od čega su nešto više od polovice zdravstveni djelatnici.⁴¹¹ Potiče se njihovo školovanje i daljnje usavršavanje.

Ustanova organizira simpozije (npr. neurološko-fizijatrijski simpozij o multiploj sklerozi), seminare za studente, sastanke fizioterapeuta i medicinskih sestara, a

⁴⁰⁷ Ibidem

⁴⁰⁸ Ibidem, str. 71

⁴⁰⁹ Ibidem

⁴¹⁰ Ibidem

⁴¹¹ Ibidem

potiče se sudjelovanje zaposlenika na kongresima, simpozijima i stručnim događajima koji su organizirani i izvan ustanove.⁴¹²

Radi se i na razvoju gastronomije (dijetalna prehrana, nutricionizam, zdrava hrana), naglasak se uvijek stavlja na ljubaznost osoblja, kao i na team building aktivnosti.⁴¹³ Moguća je i buduća suradnja i nadopunjavanje turističke ponude sa susjednom ustanovom - pravnim sljednikom nekadašnjeg ZRC Lipik (investicijske aktivnosti obnove i izgradnje su u tijeku).

Važno je naglasiti da se teži izvrsnosti u svim aktivnostima. Planira se poraditi na standardima kvalitete i certifikatima, kategorizaciji i akreditaciji. Uz to, radi se i na specijalizaciji i specifičnostima ustanove (tematsko profiliranje).⁴¹⁴ Oformljen je tim za marketing iz redova djelatnika koji svoje slobodno vrijeme posvećuju toj tematici (planovi, sredstva javnog priopćavanja, internet, programi, konkurentne cijene, akcije i dr.).

⁴¹² Ibidem

⁴¹³ Ibidem, str. 72

⁴¹⁴ Ibidem

7. Kvaliteta kao temelj konkurentske prednosti u budućnosti

Hrvatska je zemlja s bogatom turističkom tradicijom. Prema indeksu globalne konkurentnosti na području putovanja i turizma u 2015. godini nalazi se na 33. mjestu od 141 zemlje svijeta.⁴¹⁵ U 2015. godini zabilježeno je 14 343 323 dolazaka i 71 605 315 noćenja turista u turističkim smještajnim objektima u Hrvatskoj.⁴¹⁶ Ostvareno je 9,3% više dolazaka i 7,7% više noćenja u smještajnim objektima u odnosu na 2014. godinu.⁴¹⁷

Hrvatska je dio jedne od najrazvijenijih regija zdravstvenog turizma u Europi. Okružena je vrlo jakim konkurentima na području pružanja usluga zdravstvenog turizma.. Proučavajući načine na koje funkcioniraju destinacije koje su uspješne u pružanju usluga iz područja zdravstvenog turizma uočeno je da je velika pažnja posvećena integraciji ponude, naglasku na kvaliteti, specijaliziranoj prodaji i promociji te kontinuiranom provođenju investicija.⁴¹⁸

U užem okruženju konkurente Hrvatskoj predstavljaju Slovenija i Mađarska, a zatim i Austrija, koje uz dugogodišnju tradiciju zdravstvenog turizma značajno ulažu u ovaj oblik turizma već dvadesetak godina.⁴¹⁹ Zdravstveni, a posebno medicinski turizam, postaje fokus i u širem okruženju, a tu se kao konkurenti navode Turska, Poljska, Češka, Rumunjska i Bugarska.⁴²⁰ U najširem smislu konkurenti su i sve države koje njeguju i razvijaju ovaj oblik turizma u svijetu.

Što se tiče konkurenata u širem okruženju treba istaknuti da su Poljska i Češka značajno podigle kvalitetu svojih medicinskih ustanova koristeći fondove EU.⁴²¹ One se uz percipiranu dobru kvalitetu medicinskih usluga, bitno niže cijene od onih u Zapadnoj Europi (čak u rasponu od 50%-70%) i uz promociju vođenu s nacionalne razine (EU financiran Polish Medical Tourism Promotion Consortium, Češka - Medicaltourism.cz) pozicioniraju kao nova europska središta za plastičnu

⁴¹⁵ <http://www.konkurentnost.hr/Default.aspx?art=572&sec=2>, (pristupljeno: 10.08.2016.)

⁴¹⁶ Priopćenje Državnog Zavoda za statistiku „Dolasci i noćenja turista u 2015.“, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2016., http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-02_01_2015.htm, (pristupljeno:12.08.2016.)

⁴¹⁷ Ibidem

⁴¹⁸ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op.cit., str. 20

⁴¹⁹ Ibidem, str. 19

⁴²⁰ Ibidem

⁴²¹ Ibidem, str. 20

kirurgiju, stomatologiju, ortopediju i IVF, a ciljna tržišta su im pacijenti iz SAD-a, Velike Britanije, Njemačke i Rusije.⁴²²

Turska kao ponuđač medicinskog turizma predstavlja zemlju koja jednako snažno ulaže u objekte, kvalitetu usluge i prepoznatljivost te danas raspolaže s najviše prestižnih JCI certifikata za bolnice u Europi.⁴²³

Rumunjska, Bugarska i Srbija se temeljem njihove resursne osnove i tradicije mogu ubrojiti u potencijalne buduće konkurente na tržištu zdravstvenog turizma. Njihov potencijal za sada nije razvijen niti međunarodno prepoznat, ali se ističu po značajkama važnima za razvoj ovog oblika turizma.⁴²⁴ Rumunjska raspolaže s oko 3000 termalnih i mineralnih izvora u 70-tak lječilišnih destinacija, Bugarska je zemlja s velikim brojem mineralnih izvora i s mnogim vrstama ljekovitog bilja, a Srbija ima tradiciju termalizma.⁴²⁵

Sve jača konkurencija na europskom receptivnom tržištu pred hrvatski turizam postavlja zadatak formiranja ponude koja će privući potencijalne turiste iz konkurencije.⁴²⁶ Ponuda koja nije sposobna prilagođavati se promjenama po kvaliteti, prilagođava se potražnji uglavnom preko cijene usluga, što rezultira niskom efikasnošću angažiranih proizvodnih resursa i visokom ovisnošću o tržišnim kretanjima i gospodarskoj politici.⁴²⁷

7.1. SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Na temelju uvida u stanje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj u odnosu na situaciju u međunarodnom okruženju sastavljena je sljedeća SWOT analiza.

⁴²² Ibidem

⁴²³ Ibidem

⁴²⁴ Ibidem

⁴²⁵ Ibidem

⁴²⁶ Gržinić, J., Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., str. 176

⁴²⁷ Dulčić, A., Petrić, L., *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, 2001., str. 37

Tablica 10: SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Blizina velikim emitivnim tržištima i dostupnost Hrvatske • Atraktivnost i ekološka očuvanost Hrvatske • Raspoloživost, kvaliteta i tradicija korištenja prirodnih ljekovitih činitelja • Kvaliteta medicinskog kadra i dobra reputacija zdravstvenih usluga • Konkurentne cijene • Rastući broj hotela s kvalitetnom wellness ponudom • Rastući broj kvalitetnih privatnih zdravstvenih ustanova zainteresiranih za zdravstveni/medicinski turizam • Početak samoorganiziranja privatnog sektora • Rast broja privatnih zdravstvenih osiguravatelja 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak razvojne vizije • Nedostatak razvojnog modela • Neusklađenost zakona iz područja zdravlja i turizma • Zastarjeli/potkapitalizirani objekti lječilišta i specijalnih bolnica (SB) • Ograničen razvojni potencijal lječilišta i SB zbog postojeće vlasničke strukture • Nedostatak tržišne usmjerenosti lječilišta i SB (prevelika ovisnost o HZZO sustavu) • Nedovoljna snaga specijaliziranih posrednika • Manjkav destinacijski lanac vrijednosti • Nedovoljna multidisciplinarnost obrazovanja • Ograničena nacionalna promocija • Koncesijska politika za termalne izvore • Nepostojanje akreditacije i nedostatan certificiranje • Nedostatak kontrole kvalitete usluge • Nedovoljna snaga klastera i udruga
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Starenje populacije • Rizik profesionalnih bolesti • Svijest o potrebi očuvanja zdravlja • Komplementarnost EU sustava zdravstvenog osiguranja • Proširenje zdravstvenog osiguranja na usluge preventive u EU • Diversifikacija potrošačkih segmenata i proizvoda zdravstvenog turizma • Rastuća uloga kompetencija u medicini • Međunarodna prepoznatljivost Hrvatske kao turističke destinacije • Prepoznatljivost Srednje Europe kao zdravstveno-turističke destinacije • Razvoj specijaliziranih facilitatora • Raspoloživost EU fondova/programa 	<ul style="list-style-type: none"> • Urušavanje nacionalnih sustava zdravstvenog osiguranja • Sve veći broj konkurentskih destinacija • Brzi razvoj tehnologije koji nameće potrebu za stalnim visokim investicijama • Sve veći zahtjevi/očekivanja (međunarodnih) potrošača

Izvor: *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str. 28, 29

SWOT analiza pokazuje da su ključni pravci djelovanja u daljnjem razvoju zdravstvenog turizma u Hrvatskoj podizanje njegove kvalitete i prepoznatljivosti. To podrazumijeva repositioniranje zdravstveno-turističke ponude.

7.2. Akreditacija hrvatskih zdravstvenih ustanova

Akreditacijom hrvatskih zdravstvenih ustanova trebala bi se osigurati uspostava i zaštita minimalno prihvatljivog standarda kvalitete zdravstvene usluge u cilju povećanja sigurnosti i stupnja zadovoljstva korisnika.

Odgovorna institucija za akreditaciju zdravstvenih ustanova u Hrvatskoj je Agencija za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi. Agencija za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi je pravna osoba čija je nadležnost na području osiguranja i unaprjeđenja kvalitete zdravstvene zaštite, akreditacije u zdravstvu i procesa procjene zdravstvenih tehnologija te na području osiguranja i unaprjeđenja kvalitete socijalnih usluga i akreditacije nositelja djelatnosti socijalne skrbi utvrđena Zakonom o kvaliteti zdravstvene zaštite.⁴²⁸ Akreditacijska područja obuhvaćaju između ostalog, sustav osiguranja i poboljšanja kvalitete zdravstvene zaštite, pregled korištenja zdravstvenih usluga, prava pacijenata, zdravstvenu njegu, kontrolu infekcija te sustav upravljanja sigurnošću.⁴²⁹

Prema još uvijek važećem Pravilniku o akreditacijskim standardima za bolničke zdravstvene ustanove akreditacijski standardi su⁴³⁰: Sustav osiguranja i poboljšanja kvalitete zdravstvene zaštite, Uprava bolničke zdravstvene ustanove, Zaposlenici bolničke zdravstvene ustanove, Pregled korištenja zdravstvenih usluga, Prava pacijenata, Služba za medicinsku dokumentaciju, Zdravstvena njega, Planiranje otpusta, Kontrola infekcija i Sustav upravljanja sigurnošću.

Revidirana verzija hrvatskih standarda za bolničke zdravstvene ustanove (tzv. „CroS2“) je pri završetku izrade i sadrži nacionalne, generičke akreditacijske standarde prema kojima će se u suradnji između bolničkih zdravstvenih ustanova u Hrvatskoj i Agencije za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi provoditi akreditacijski postupak.⁴³¹ Agencija je otvorena za suradnju u izradi posebnih standarda i za druge pravne osobe u zdravstvu, uključujući i gospodarske entitete u sferi zdravstvenog turizma.

Postupak akreditacije još uvijek nije započeo zbog toga što nije donesen Pravilnik o akreditacijskom postupku. Akreditacijski postupak provodit će se u skladu

⁴²⁸ <http://aaz.hr/o-agenciji>, (pristupljeno:14.08.2016.)

⁴²⁹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, op. cit., str. 11

⁴³⁰ <http://aaz.hr/hr/akreditacija/standardi>, (pristupljeno: 14.08.2016.)

⁴³¹ Ibidem

sa Zakonom o kvaliteti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi te Pravilnikom o akreditacijskom postupku i davanju akreditacije nositeljima zdravstvene djelatnosti.⁴³²

Agencija će voditi registar danih akreditacija nositelja zdravstvene djelatnosti te će osigurati bazu podataka vezano uz akreditiranje. Također valja naglasiti da će sustav akreditacije zdravstvenih ustanova u Hrvatskoj biti dobrovoljan, a ne obvezujući.⁴³³

Ovakvo stanje vezano uz akreditaciju ne pomaže Hrvatskoj da se pozicionira na tržištu zdravstvenog turizma.

7.3. Certifikacija hrvatskih zdravstvenih ustanova

U Hrvatskoj još uvijek nije uspostavljen autonoman sustav certificiranja zdravstvenih ustanova.⁴³⁴ Manji broj zdravstvenih institucija raspolaže osnovnim međunarodnim certifikatima među kojima su najrašireniji ISO standardi, a najveći broj pružatelja usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj nije certificiran za potrebe zdravstveno-turističkih usluga. Međunarodnim certificiranjem hrvatskih zdravstvenih ustanova trebala bi se osigurati njihova veća međunarodna vjerodostojnost, a time i ubrzano stjecanje veće tržišne prepoznatljivosti.

U Hrvatskoj poliklinika Medico koristi certifikat TEMOS. Od 2001. godine poliklinika Medico je certificirana prema ISO 9001 standardu, a od 2013. godine posjeduje TEMOS certifikat Quality in International Patient Care.⁴³⁵ Tijekom posjeta recertifikacijskog TEMOS tima u srpnju 2016. godine, dva procjenitelja (iz Turske i Njemačke) bila su vrlo zadovoljna zatečenim stanjem. Posebno su pohvalili dobro održavane jedinice, upravljanje poliklinikom, ljubazno i iskusno osoblje, gostoljubivost, ohrabrujuću razinu kvalitete u liječenju te tehničku i biomedicinsku opremu.⁴³⁶

Klinika Magdalena je završila proces akreditacije od strane akreditacijske kuće „Accreditation Canada International“ u ožujku 2014. godine. Ovom akreditacijom klinika je postala nositelj platinastog standarda akreditacije.⁴³⁷

⁴³² Ibidem

⁴³³ Ibidem

⁴³⁴ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, loc. cit.

⁴³⁵ <http://www.medico.hr/novosti/vijesti/poliklinici-medico-produzen-temos-certifikat-za-pruzanje-kvalitetne-usluge-medunarodnim-pacijentima>, (pristupljeno:17.08.2016.)

⁴³⁶ Ibidem

⁴³⁷ <http://www.magdalena.hr/hr/content/1/novosti/>, (pristupljeno: 17.08.2016.)

Specijalna bolnica Sv. Katarina je od 2014. godine članica marketinške alijanse The Leading Hospitals of the World.⁴³⁸ Dokaz kvalitete pruženih usluga u ovoj specijalnoj bolnici je i to što je proglašena najboljom specijalnom bolnicom u Hrvatskoj u 2015./2016. godini (priznanje Quadal).⁴³⁹ Također, u kategoriji Medicina, Sv. Katarina je 2016. godine ostvarila uspjeh i nosi oznaku Superbrands 2016.⁴⁴⁰

7.4. Kvaliteta ljudskih potencijala

Ljudski resursi predstavljaju ljudski kapital koji svojim znanjem, vještinama i sposobnošću najviše pridonosi uspješnom ostvarivanju ciljeva organizacije.⁴⁴¹ Da bi se ljudski resursi koristili optimalno, potrebno je njima upravljati i koristiti saznanja za stvaranje dobrih međuljudskih odnosa i njihovo održavanje.⁴⁴² Kvalitetno upravljanje ljudskim resursima može pridonijeti konkurentskoj prednosti, podizanju produktivnosti i povećanju tržišne vrijednosti te opstanku na tržištu.⁴⁴³

Postojeća struktura kadrova koji rade u zdravstvenom turizmu u Hrvatskoj nije zadovoljavajuća s obzirom na sadašnje i buduće potrebe sve zahtjevnijeg i sofisticiranijeg gosta.⁴⁴⁴

U uvjetima globalne konkurencije na tržištu, zdravstveno-turistički centri u Hrvatskoj, koji su pretežno u državnom vlasništvu, ne mogu samo ponudom postojećih usluga, bez dodatnih kapitalnih ulaganja i investicija, postići konkurentsku prednost.⁴⁴⁵

Posebno je zabrinjavajuće za kvalitetu usluga u zdravstvenom turizmu to što dominantni udio u strukturi rukovodećih kadrova imaju ljudi sa srednjoškolskim

⁴³⁸ <http://www.vecernji.hr/hrvatska/hrvatskoj-bolnici-sv-katarina-dodijeljena-nagrada-the-leading-hospitals-of-the-world-923866>, (pristupljeno:17.08.2016.)

⁴³⁹ QUDAL je certifikacijski sustav koji na tržištu detektira i nagrađuje proizvode, usluge i druge subjekte temeljem znanstvenog tržišnog istraživanja koristeći inovativnu metodu DEEPMA (Deep Mind Awareness). Samo proizvodi i usluge koji su od strane potrošača ocijenjeni najvišim ocjenama u svojoj tržišnoj kategoriji mogu nositi prestižnu zlatnu medalju QUDAL - QUality meDAL, <http://www.qudal.hr>, (pristupljeno: 12.08.2016.)

⁴⁴⁰ Superbrand organizacija je osnovana 1995. godine, a danas djeluje u 88 zemalja svijeta i prepoznaje najbolje brendove dodjeljujući im Superbrands status, <http://superbrands.hr>, (pristupljeno: 12.08.2016.)

⁴⁴¹ Bartoluci, M., Birkić, D., *Upravljanje kvalitetom ljudskih resursa u zdravstvenom turizmu*, Acta Turistica Nova, Zagreb, 2011, Vol. 5, br. 1, str. 54

⁴⁴² Ibidem

⁴⁴³ Ibidem, str. 59

⁴⁴⁴ Ibidem, str. 53

⁴⁴⁵ Ibidem, str. 59

obrazovanjem.⁴⁴⁶ Taj je problem evidentan i negativno se odražava na sveukupnu kvalitetu zdravstveno-turističkog proizvoda.

Problem predstavlja i to što se pažnja menadžmenta uglavnom fokusira na zaradu i kontrolu troškova. Zaposlenici su ti koji svojim zadovoljstvom ili nezadovoljstvom, svojim znanjem, ugrađuju istinsku kvalitetu u svaki proizvod ili uslugu, a posebno je to važno u zdravstvenom turizmu, gdje se sve odvija „od ljudi za ljude” koji su ili bolesni ili žele unaprijediti svoje zdravstveno stanje.⁴⁴⁷

Sustav upravljanja kvalitetom temelji se na timskom radu i samo s potrebnim znanjem svi mogu biti kreativni i učinkoviti te pridonijeti povećanju kvalitete i rezultata rada.⁴⁴⁸

Što se tiče obrazovanja u Hrvatskoj, svi zdravstveni djelatnici u Hrvatskoj su obveznici polaganja državnog stručnog ispita. Izvan zdravstvenog sustava (npr. za rad u hotelima, spa/wellness centrima) ne postoji obveza polaganja stručnog ispita.⁴⁴⁹

Na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji ustrojen je 2012. godine interdisciplinarni poslijediplomski specijalistički studij „Zdravstveni turizam“ koji se izvodi zajedno s Medicinskim i Filozofskim fakultetima Sveučilišta u Rijeci.⁴⁵⁰ Studij se izvodi kao part-time studij koji traje dvije akademske godine (120 ECTS bodova), što uključuje praktični rad u institucijama koje nude različite oblike zdravstveno-turističkih usluga ili sudjelovanje u nastavnom procesu druge visokoškolske institucije u sklopu međunarodne razmjene. Po završetku studija, student dobije diplomu (te diplomu supplement) i stječe akademski naziv „sveučilišni specijalist / specijalistica zdravstvenog turizma”.

U Hrvatskoj se također nudi više programa (nemedicinskog) stručnog osposobljavanja za zanimanja u sferi spa/wellnessa u organizaciji tzv. wellness akademija i/ili učilišta u Lovranu, Novom Vinodolskom, Dubrovniku i Zagrebu. Polaznici stječu stručna znanja za wellness menadžera, spa wellness terapeuta te masera-kupeljara.⁴⁵¹

⁴⁴⁶ Ibidem, str. 62

⁴⁴⁷ Ibidem, str. 58

⁴⁴⁸ Ibidem, str. 62

⁴⁴⁹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, loc. cit.

⁴⁵⁰ <http://www.fthm.uniri.hr/files/PDS/ZT/Press/zdravstveni%20turizam%20misljenje%20studentata.pdf>, (pristupljeno: 09.08.2016.)

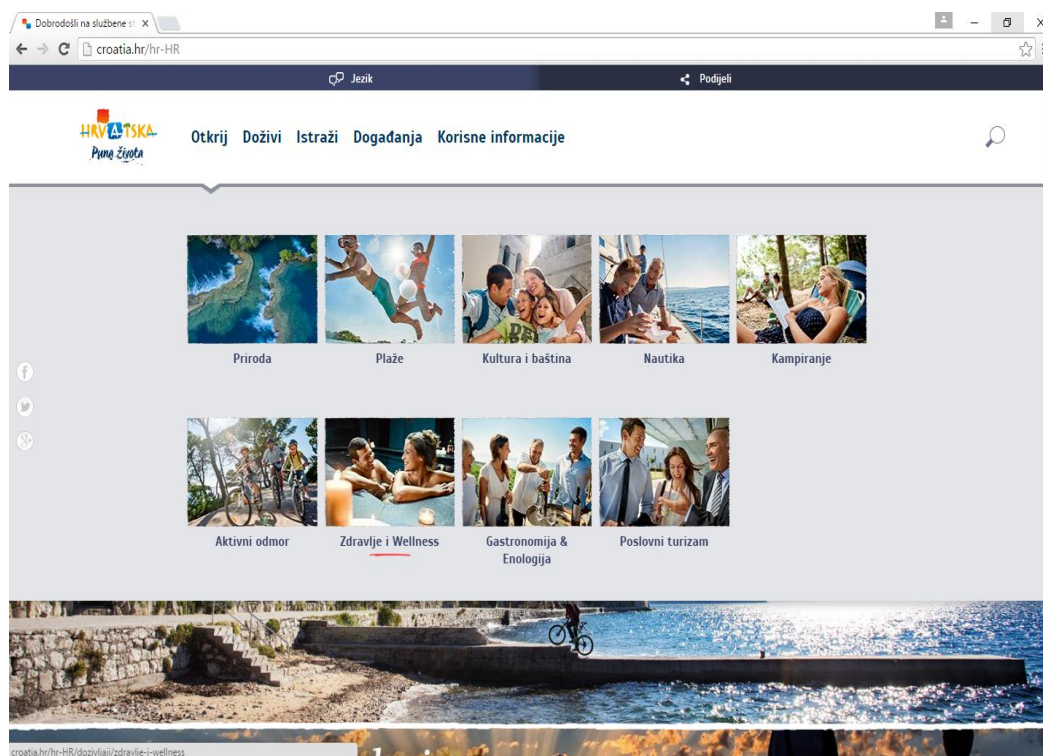
⁴⁵¹ *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, loc. cit.

7.5. Promocija zdravstvenog turizma

Promocija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj na nacionalnoj razini relativno je ograničena unatoč prepoznatom potencijalu i koristima razvoja ovog oblika turizma. Promocija se najviše svodi na samostalne napore pojedinih pružatelja usluga.

Na internetskoj stranici Hrvatske turističke zajednice (HTZ) zdravstveni turizam je prezentiran pod naslovom „Zdravlje i Wellness“ i nalazi se unutar kategorije „Otkrij“ „Croatia Full Of Life“.⁴⁵² Posjetitelji stranice imaju uvid u neke destinacije u Hrvatskoj te su ponuđeni linkovi pojedinih pružatelja usluga i popis odabranih wellness i spa centara, dok je medicinski turizam u potpunosti ignoriran. Ova internetska stranica nije najkvalitetnije rješenje. Izgled stranice prikazuje sljedeća slika.

Slika 2: Prikaz internetske stranice Hrvatske turističke zajednice



Izvor: <http://croatia.hr/hr-HR>, (pristupljeno: 20.08.2016.)

Brošura „Croatia full of life“ pod naslovom „Full of relaxation“ spominje dugu tradiciju zdravstvenog turizma u Hrvatskoj te niske cijene i prirodne preduvjete.

⁴⁵² <http://croatia.hr/hr-HR>, (pristupljeno: 20.08.2016.)

Kada je riječ o tiskanim promotivnim materijalima, oni su fokusirani isključivo na ponudu wellnessa u HTZ-ovoj tematskoj brošuri „Wellness Hrvatska“, a zadnji je publiciran 2012. godine.

Hrvatska gospodarska komora (HGK) u okviru svojih mogućnosti ulaže napore u prezentiranju nacionalne ponude zdravstvenog turizma na sajmovima, posebno se usmjeravajući na rusko tržište. Podržala je i novi projekt „4 Seasons Croatia“ tvrtke Nativa media, koji promovira zdravstveni turizam putem novih medijskih platformi i društvenih mreža te tiskanih izdanja, objavljenih, za početak, za englesko i rusko govorno područje. Zahvaljujući projektu moguće je pronaći mnogo toga vezanog uz zdravlje i zdravstveni turizam, wellness, ljepotu, luksuzni smještaj i vrhunsku gastronomiju u Hrvatskoj.

7.6. Programi podizanja konkurentnosti zdravstvenog turizma

U Akcijskom planu razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj navedeno je 8 operativnih programa podizanja konkurentnosti u sferi medicinskog turizma, 15 operativnih programa u sferi lječilišnog turizma i 7 operativnih programa koji se odnose na wellness turizam. Svaki od programa za wellness turizam odnosi se i na medicinski i na holistički wellness.

Slijede najvažnija obilježja programa.

7.6.1. Programi podizanja konkurentnosti medicinskog turizma

U nastavku su nabrojani i opisani programi koji su vezani uz podizanje konkurentnosti medicinskog turizma u Hrvatskoj.

Operacionalizacija hrvatskog sustava akreditacije svih zdravstvenih ustanova

Ovim programom se žele uspostaviti obvezni akreditacijski standardi za sve bolničke i slične ustanove zainteresirane za pružanje medicinskih usluga turistima čiji je osnovni motiv dolaska povezan s ostvarivanjem zdravstvene zaštite.⁴⁵³

⁴⁵³ Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, op. cit., str. 60

Međunarodno certificiranje

Svrha ovog programa je podići svijest o važnosti posjedovanja relevantne međunarodne certifikacije zbog toga što ona predstavlja važnu potvrdu kvalitete ponuđenih usluga i važan je činitelj uspješnog pozicioniranja na tržištu medicinskog turizma.⁴⁵⁴ Zbog toga što proces međunarodnog certificiranja pretpostavlja i uklanjanje potencijalnih tehničko-tehnoloških, prostornih, organizacijskih, uslužnih i kadrovskih ograničenja, ovaj program podrazumijeva i uvođenje efikasnog sustava poticanja.⁴⁵⁵

Unaprjeđenje kvalitete ponude javnog sektora u sferi medicinskog turizma

Svrha ovog programa je sustavno unaprjeđivanje tržišne pozicije te poticanje konkurentske sposobnosti hrvatskih bolnica i klinika u javnom sektoru kroz selektivna ulaganja najviše usmjerena na poboljšanje i proširenje integralne bolničke i medicinske usluge (najviše u pogledu tehničko-tehnološke opremljenosti, organizacije posla (procedure) te smještajnog standarda).⁴⁵⁶

Unaprjeđenje dubine i širine ponude privatnog sektora u sferi medicinskog turizma

Ovim programom se želi sustavno unaprjeđivati tržišnu poziciju te poticati konkurentske sposobnosti hrvatskih zdravstvenih ustanova u privatnom vlasništvu. To se nastoji postići kroz ulaganja najviše usmjerena na uspostavu vrhunski opremljenih privatnih klinika i ordinacija i to osobito u tržišno atraktivnim, a nedovoljno zastupljenim područjima.⁴⁵⁷

Tematsko/proizvodno udruživanje privatnih pružatelja usluga medicinskog turizma

Svrha ovog programa je poticanje i ubrzanje procesa podizanja kvalitete, tržišne prepoznatljivosti i ukupne ponude pružatelja usluga medicinskog turizma na

⁴⁵⁴ Ibidem, str. 61

⁴⁵⁵ Ibidem

⁴⁵⁶ Ibidem, str. 62

⁴⁵⁷ Ibidem, str. 63

način da se privatni pružatelji medicinskih usluga povežu u klastere na proizvodnoj i tematskoj osnovi.⁴⁵⁸ Na taj bi se način potaknula poduzetnička aktivnost i unaprijedili poslovni učinci, a došlo bi i do povezivanja sa sličnim udruženjima iz drugih zemalja.

Promocija i prodaja usluga medicinskog turizma u sferi javnog sektora

Ovim se programom želi osigurati jačanje međunarodne percepcije Hrvatske i pojedinih njenih istaknutih zdravstvenih institucija u javnom sektoru koje pružaju usluge medicinskog turizma, a što podrazumijeva i osiguranje primjerene kvalitete i raspoloživosti drugih turističkih sadržaja u mjestima njihovog djelovanja.⁴⁵⁹

Promocija i prodaja usluga medicinskog turizma u sferi privatnog sektora

Svrha ovog programa je osigurati jačanje međunarodne prepoznatljivosti privatnih pružatelja medicinskih usluga u Hrvatskoj na razini pojedinih specijalizacija (npr. dentalna medicina, oftalmologija, ortopedija, plastična kirurgija i sl.) i na razini pojedinačnih institucija.⁴⁶⁰

Povezivanje s međunarodnim facilitatorima medicinskog turizma

Ovim programom se želi potaknuti proces povezivanja hrvatskih pružatelja zdravstvenih usluga u sferi medicinskog turizma sa specijaliziranim posrednicima/facilitatorima na izabranim inozemnim tržištima.⁴⁶¹ Cijeli ovaj program podrazumijeva i osiguranje primjerene kvalitete i raspoloživosti drugih turističkih sadržaja odnosno uspostavu cjelovitog turističkog proizvoda na destinacijskoj razini.⁴⁶²

7.6.2. Programi podizanja konkurentnosti lječilišnog turizma

Programi podizanja konkurentnosti lječilišnog turizma koje je prepoznao Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma navedeni su u nastavku.

⁴⁵⁸ Ibidem, str. 64

⁴⁵⁹ Ibidem, str. 65

⁴⁶⁰ Ibidem, str. 66

⁴⁶¹ Ibidem, str. 67

⁴⁶² Ibidem

Proširenje djelatnosti specijalnih bolnica (registracija)

Svrha ovog programa je usklađivanje zakonskih odredbi u nadležnosti Ministarstva zdravlja s onima Ministarstva turizma kako bi se stvorili zakonski preduvjeti za pojačano okretanje specijalnih bolnica i lječilišta komercijalnim djelatnostima tj. za pružanje usluga zdravstvenog turizma.⁴⁶³

Vlasničko, organizacijsko i tržišno restrukturiranje lječilišta/specijalnih bolnica u javnom vlasništvu

Ovim programom se želi potaknuti proces tržišnog, vlasničkog i organizacijskog restrukturiranja hrvatskih lječilišta i specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju u javnom vlasništvu. Na taj način bi se one pripremile za očekivani i prijeko potrebni tržišni zaokret.⁴⁶⁴

Specijalizacija - tematsko profiliranje

Svrha programa je poticanje tematske (proizvodne) diferencijacije hrvatskih lječilišta i specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju, pri čemu bi trebalo poticati tzv. triple helix model.⁴⁶⁵ Na taj bi se način postupno tržišno profilirali kao referentni centri izvrsnosti te bi se bitno povećala i efektivnost novih kapitalnih ulaganja u unaprjeđenje ponude.

Unaprjeđenje postojeće ponude

Svrha ovog programa je sustavno unaprjeđivanje tržišne pozicije te poticanje konkurentne sposobnosti ponude kroz ulazak u novi razvojno-investicijski ciklus.⁴⁶⁶ Navedeno je važno zbog toga što će tržišni opstanak lječilišta i specijalnih bolnica u budućnosti najviše ovisiti o pojačanoj orijentaciji na izvanproračunske segmente potražnje kao i pojačano privlačenje međunarodne potražnje.⁴⁶⁷

⁴⁶³ Ibidem, str. 44

⁴⁶⁴ Ibidem, str. 45

⁴⁶⁵ Ibidem, str. 46

⁴⁶⁶ Ibidem, str. 47

⁴⁶⁷ Ibidem

Razvoj nove zdravstveno-lječilišne ponude

Svrha ovog programa je poticanje produblivanja i proširivanja destinacijskog lanca vrijednosti kako bi se povećala tržišna prepoznatljivost i konkurentnost hrvatskog lječilišnog turizma.⁴⁶⁸ Do toga bi mogli dovesti projekti koji pretpostavljaju mogućnost dobivanja vlastitih koncesija na korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, kao i različiti oblici poslovne suradnje između javnog i privatnog sektora, osobito onda kada nije moguće osigurati vlastitu koncesiju.⁴⁶⁹

Operacionalizacija hrvatskog sustava akreditacije zdravstvenih ustanova

Svrha ovog programa je, neovisno o ostalim akreditacijskim područjima, uspostaviti obvezne akreditacijske standarde za ustanove koje pružaju usluge lječilišnog turizma te osigurati njihovu učinkovitu implementaciju i kontrolu.⁴⁷⁰

Međunarodno certificiranje

Svrha ovog programa je podići svijest o važnosti posjedovanja relevantne međunarodne certifikacije koja predstavlja vjerodostojnu potvrdu kvalitete ponuđenih usluga.⁴⁷¹ Program upozorava i na niz tehničko-tehnoloških, prostornih, organizacijskih, uslužnih i kadrovskih ograničenja vezanih uz certifikaciju za koje bi trebalo pronaći odgovarajuće rješenje.⁴⁷²

Cjeloživotno obrazovanje djelatnika lječilišta i specijalnih bolnica

Ovim programom se razrađuje način učinkovite uspostave sustava cjeloživotnog obrazovanja te specificiraju institucije ovlaštene za pružanje potrebnih programa i usluga u tom procesu.⁴⁷³

⁴⁶⁸ Ibidem, str. 48

⁴⁶⁹ Ibidem

⁴⁷⁰ Ibidem, str. 49

⁴⁷¹ Ibidem, str. 50

⁴⁷² Ibidem

⁴⁷³ Ibidem, str. 51

Prilagodba obrazovnog sustava potrebama lječilišnog turizma

Svrha ovog programa je prilagodba postojećeg visokoškolskog obrazovnog sustava specifičnim potrebama lječilišnog turizma, ali i osposobljavanje stručnjaka u sferi tržišnog nastupa, menadžmenta, razvoja proizvoda, pripreme dokumentacije za povlačenje sredstava EU fondova i programa i sl. u skladu s rastom potreba za navedenim.⁴⁷⁴

Tematsko/proizvodno udruživanje

Ovim programom želi se potaknuti i ubrzati proces podizanja integralne lječilišne usluge kroz klastersko udruživanje i povezivanje srodnih hrvatskih lječilišta i specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju, kao i njihovo povezivanje sa sličnim udruženjima iz drugih zemalja.⁴⁷⁵ U cilju postizanja i naglašavanja kulture izvrsnosti u sferi lječilišnog turizma poželjno je pojačano klastersko udruživanje i povezivanje na proizvodnoj ili tematskoj i teritorijalnoj ili regionalnoj osnovi.⁴⁷⁶

Promocija i prodaja

Svrha ovog programa je osigurati jačanje međunarodne percepcije hrvatskih lječilišta i specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju kao međunarodno relevantnih, proizvodno, uslužno i sadržajno specijaliziranih i tematiziranih centara izvrsnosti u segmentu lječilišnog turizma.⁴⁷⁷ Kako bi se to postiglo treba shvatiti važnost „posjeta upoznavanja proizvoda“ (tzv. „fam trips“), provedbe imidž kampanja, izrade promotivnih materijala, odlazaka na specijalizirane sajmove i oglašavanje u specijaliziranim časopisima, a uz to i posebnu pažnju dati brojnim i sve inovativnijim alatima e-marketinga.⁴⁷⁸

Povezivanje s međunarodnim facilitatorima lječilišnog turizma

Ovim programom se želi potaknuti proces povezivanja hrvatskih lječilišta i specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju sa specijaliziranim

⁴⁷⁴ Ibidem, str. 52

⁴⁷⁵ Ibidem, str. 53

⁴⁷⁶ Ibidem

⁴⁷⁷ Ibidem, str. 54

⁴⁷⁸ Ibidem

posrednicima/facilitatorima lječilišno motiviranih putovanja na izabranim inozemnim tržištima.⁴⁷⁹ To se želi potaknuti zbog toga što zbog trenutnog stanja, lječilišta i specijalne bolnice teško mogu u vlastitom aranžmanu i vlastitim marketinškim aktivnostima privući veći broj turista iz inozemstva.

Statističko praćenje učinaka lječilišnog turizma

Svrha ovog programa je uspostavljanje sustava statističkog praćenja različitih aspekata poslovanja i zadovoljstva gostiju hrvatskim pružateljima usluga lječilišnog turizma kako bi se olakšalo donošenje razvojnih odluka i upravljanje razvojnim procesom.⁴⁸⁰

Nacionalni Zavod za balneologiju

Ovim programom se želi uspostaviti nacionalni Zavod za balneologiju kao središnje mjesto sustavnog i znanstvenog istraživanja i dokazivanja ljekovitih učinaka pojedinih prirodnih ljekovitih činitelja u cilju jačanja tržišne pozicije pojedinih pružatelja usluga lječilišnog turizma i hrvatskih lječilišnih destinacija.⁴⁸¹

Certificiranje hrvatskih lječilišnih destinacija

Svrha ovog programa je uspostava nacionalnog sustava certifikacije lječilišnih mjesta i destinacija koji počiva na jasnom i transparentnom skupu relevantnih kriterija primjerenim različitim „proizvodnim“ specijalizacijama kako bi se povećala konkurentnost hrvatske ponude lječilišnog turizma.⁴⁸²

7.6.3. Programi podizanja konkurentnosti wellness turizma

Programi koji su prepoznati u Akcijskom planu razvoja zdravstvenog turizma, a imaju za cilj podići konkurentnost ponude wellness turizma slijede u nastavku.

⁴⁷⁹ Ibidem, str. 55

⁴⁸⁰ Ibidem, str. 56

⁴⁸¹ Ibidem, str. 57

⁴⁸² Ibidem, str. 58

Reguliranje pružanja usluga holističkog i medicinskog wellnessa

Svrha ovog programa je osiguravanje minimalne kvalitete usluge i smanjivanje rizika za potencijalne korisnike.⁴⁸³ U skladu s tim je potrebno zakonski propisati tko i pod kojim uvjetima smije pružati usluge wellnessa, definirati sadržaj tih usluga i uvesti obveznu provjeru osposobljenosti različitih profila wellness djelatnika u hotelima kroz polaganje adekvatnog (stručnog) ispita.⁴⁸⁴

Međunarodno certificiranje

Kako bi se pojačala konkurentna pozicija, ali i veća tržišna prepoznatljivost pružatelja usluga wellnessa, potrebno je osigurati da što veći broj wellness hotela i lječilišta bude međunarodno certificirano i iskoristiti to kao pristupnicu u neku od međunarodnih marketinških alijansi za usluge holističkog ili medicinskog wellnessa.⁴⁸⁵

Unaprjeđenje postojeće ponude

Ovaj program predviđa sustavno poticanje unaprjeđenja zdravstveno-turističke ponude hrvatske hotelsko-turističke industrije.⁴⁸⁶ To zahtijeva povećane marketinške napore kako bi se povećala međunarodna potražnja, kao i daljnja ulaganja u postojeće ili nove objekte pružatelje usluga wellness turizma.⁴⁸⁷

Cjeloživotno obrazovanje zaposlenih

Svrha ovog programa je omogućiti kvalitetno sustavno i kontinuirano profesionalno usavršavanje zaposlenika koji pružaju usluge wellnessa.⁴⁸⁸ Jedan od načina provođenja ovog programa je i uvođenje obveznog polaganja stručnih ispita za zaposlene u wellness centrima.⁴⁸⁹

⁴⁸³ Ibidem, str. 36

⁴⁸⁴ Ibidem

⁴⁸⁵ Ibidem, str. 37

⁴⁸⁶ Ibidem, str. 38

⁴⁸⁷ Ibidem

⁴⁸⁸ Ibidem, str. 39

⁴⁸⁹ Ibidem

Prilagodba obrazovnog sustava potrebama wellness turizma

Ovim programom se želi omogućiti specijalističko obrazovanje različitim skupinama potencijalnih zaposlenika u sferi holističkog i medicinskog wellnessa, a osobito u sferi visokog obrazovanja za potrebe menadžmenta, marketinga i razvoja proizvoda.⁴⁹⁰

Promocija i prodaja

Svrha ovog programa je jačanje međunarodne percepcije Hrvatske kao kvalitetne destinacije za holistički i medicinski wellness.⁴⁹¹ Wellness turizam idealan je za privlačenje turista u pred i posezoni kada su hoteli s ponudom iz sfere wellnessa još uvijek relativno slabo popunjeni.

Tematsko/proizvodno udruživanje

Ovim programom se želi potaknuti i ubrzati proces klasterskog udruživanja i povezivanja hrvatskih pružatelja usluga medicinskog i holističkog wellnessa (npr. klaster holističkog wellnessa, klaster medicinskog wellnessa), kao i povezivanje hrvatskih klastera sa sličnim udruženjima iz drugih zemalja radi razmjene iskustava, unaprjeđivanja kvalitete proizvoda i usluga kroz standardizaciju, lakši tržišni nastup, povećanje tržišne prepoznatljivosti i dr.⁴⁹²

U cilju efikasne provedbe predloženih programa usmjerenih na podizanje konkurentne sposobnosti i tržišne prepoznatljivosti zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, potrebno je sustavno povezati sve potencijalne korisnike s predloženim aktivnostima, raspoloživim izvorima financiranja kao i odgovornim institucijama i provedbenim tijelima.⁴⁹³

⁴⁹⁰ Ibidem, str. 40

⁴⁹¹ Ibidem, str. 41

⁴⁹² Ibidem, str. 42

⁴⁹³ Ibidem, str. 69

8. Zaključak

Zdravstveni turizam predstavlja sve popularniji oblik turizma na svjetskoj razini. To je vrlo perspektivan i profitabilan oblik turizma čiji značaj raste zbog demografskih promjena, ali i promjena odnosa ljudi prema vlastitom zdravlju i okretanju zdravom načinu života u stresnim i ubrzanim vremenima. Kako raste potražnja za zdravstveno-turističkom ponudom potrebno je identificirati razvojne prilike te planski razvijati one oblike zdravstvenog turizma na tržištu kojih destinacija želi postati prepoznatljiva.

Upravljanju razvojem treba pristupiti na društveno-odgovoran način uzimajući u obzir etički aspekt. To je važno zbog toga što je zdravstveni turizam „osjetljivo područje“ i neodgovornim upravljanjem može dovesti do negativnih posljedica za turiste, ali i lokalno stanovništvo te narušiti imidž destinacije.

U ovom diplomskom radu nastojalo se prikazati stanje na području razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, a dao se i osvrt na stanje u svijetu i posebno na Europu s obzirom na njezinu ulogu u međunarodnom turizmu. Istraživanje je pokazalo da se osim pozitivnih efekata u praksi zdravstvenog turizma u svijetu javljaju i mnogi problemi, kao npr. širenje bolesti, nezadovoljstvo lokalnog stanovništva, rast razlike između bogatih i siromašnih i dr. Uz to, nije moguće precizno utvrditi dostignuti stupanj razvoja zbog manjkavosti u statističkom praćenju te se često ostvareni turistički rezultati baziraju na procjenama različitih organizacija i interesnih skupina.

Istraživanje je pokazalo da dosegnuti stupanj razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj u trenutku pisanja ovog rada još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini iako je Hrvatska bogata resursima koji su potrebni za razvoj. Kao najveću prepreku daljnjem razvoju ljudi iz prakse navode Zakon o zdravstvenoj zaštiti, ali ukoliko se sustavno ne poradi na cjelokupnoj kvaliteti ponude, promjene odredaba ovog zakona neće dovesti do očekivanih rezultata. Potrebno je mnogo truda i ulaganja kako bi se prednosti koje Hrvatska ima kapitalizirale.

Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma donesen je 2014. godine i sadržava smjernice vezane uz podizanje konkurentnosti do 2020. godine za sva tri oblika zdravstvenog turizma - medicinski, lječilišni i wellness turizam. Donošenje ovog dokumenta predstavlja tek početni korak zbog toga što se većinu aktivnosti podizanja razine kvalitete ponude tek treba provesti.

Nakon analiziranja teme diplomskog rada prihvaćaju se hipoteza i obje podhipoteze navedene u uvodu. Teoretski i praktični primjeri prikazuju istinitost tvrdnje da uspješno pozicioniranje na tržištu zdravstvenog turizma ovisi o kvaliteti na svim razinama zdravstveno-turističke ponude.

Istraživanje je potvrdilo i tvrdnju da unatoč dugoj tradiciji, konkurentskim i komparativnim prednostima Hrvatske, zdravstveni turizam u Hrvatskoj nije na nivou razvoja na kojem bi mogao biti s obzirom na potencijale. Ponuda je još uvijek sporadična, nedovoljno diverzificirana, relativno neorganizirana i slabo prepoznatljiva.

Uz navedeno, potvrđena je i tvrdnja da je naglasak na kvaliteti usluga i sustavna briga o ljudskim potencijalima odrednica konkurentske pozicije Hrvatske u budućnosti. Kvaliteta pruženih usluga i kvalitetan zdravstveno-turistički kadar ono je na čemu počiva sva filozofija zdravstvenog turizma zbog toga što bez navedenog razvoj nije održiv, a uspjeh ne može biti dugoročan.

Istraživanje je pokazalo i da će akreditacija i posjedovanje relevantnih međunarodnih certifikata u budućnosti postati neizbježni kako bi Hrvatska postala prepoznatljiva zdravstveno-turistička destinacija. Uz to, bit će važno da se dionici tematski i proizvodno udruže i surađuju s partnerima u inozemstvu, sve u cilju daljnjeg podizanja kvalitete pružanja usluga i poslovanja općenito. Važno je i ne zanemariti važnost promocije i iskoristiti prednosti novih tehnologija kako bi se došlo do što većeg broja turista. Na ovom području bi veću ulogu trebala preuzeti Hrvatska turistička zajednica s obzirom da u ovom trenutku ne čini mnogo u tom pogledu, ali i svi ostali dionici na tržištu zdravstvenog turizma u skladu sa svojim mogućnostima.

Iz svega navedenog vidljivo je da je razvoj zdravstvenog turizma kompleksan zadatak i da će samo sustavno, promišljeno i odgovorno djelovanje generirati mnoge pozitivne efekte za društvo i ekonomiju Hrvatske.

9. Literatura

Knjige:

1. Cooper, C., et. al., *Ekonomija turizma - Načela i praksa*, Ekokon, Split, 2008.
2. Bartoluci, M., Čavlek, N., et. al., *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, 2007.
3. Dulčić, A., Petrić, L., *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, 2001.
4. Gržinić, J., *Međunarodni turizam*, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
5. Gržinić, J., Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
6. Hihlik, J., *Lipik*, „Od blatne kupke do wellnessa“ - Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, Hrvatski muzej turizma, Opatija, 2010.
7. Ivanišević, G., *Hrvatska - potencijali za zdravstveni i lječilišni turizam*, Hrvatska - potencijali za zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinj 5.- 6.9.2014., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2014.
8. Ivanišević, G., *Zdravstveni i lječilišni turizam u Hrvatskoj*, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinj 4.- 5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015.
9. Ivanišević, G., *Zdravstveni turizam*, Neodoljiva Hrvatska, Lux, 2014.
10. Jadrešić, V., *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni - zbornik istraživanja*, Školska knjiga, Zagreb, 2001.
11. Kelemen, D., Kraml, O., *Lipik vas zove: Stvaranje pretpostavki za daljnji razvoj zdravstvenog turizma*, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinj 4.-5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015.
12. Kušen, E., *Zdravstveni turizam*, Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
13. Morgan, N., et. al., *Destinacija kao brend*, Upravljanje reputacijom mjesta, Clio, Beograd, 2015.
14. Rašić, D., *Wellness turizam*, Neodoljiva Hrvatska, Lux, Zagreb, 2014.
15. Rendulić Slivar, S., *Toplice Lipik: Između lječilišne medicine i zdravstvenog turizma*, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na

znanstvenom skupu na Velom Lošinju 4.- 5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015.

16. Šipić, Z., Zegnal, M., Knok, Ž., *Stanje i mogućnosti zdravstvenog i sportsko-rekreacijskog turizma*, Međunarodna konferencija o menadžmentu u turizmu i sportu - zbornik radova, Međimursko veleučilište u Čakovcu, Sv. Martin na Muri, 2012.
17. Vukonić, B., *Turizam - Budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola Utilus, Zagreb, 2010.
18. Vukonić, B., Keča, K., *Turizam i razvoj - pojam, načela, postupci*, Mikrorad, Ekonomski fakultet Zagreb, 200.
19. *Zdravstveno - lječilišne turističke destinacije u Hrvatskoj*, Knjiga izlaganja na zdravstvenom skupu na Velom Lošinju 2.- 4.9.2011., Akademija medicinskih znanosti Hrvatske, Zagreb, 2011.

Članci iz časopisa:

1. Bartoluci, M., Birkić, D., *Upravljanje kvalitetom ljudskih resursa u zdravstvenom turizmu*, Acta Turistica Nova, Zagreb, 2011., Vol. 5, br. 1, 53.-74. str.
2. Krajnović, V., *Propitivanje ključnih izazova u mjerenju održivog razvoja turizma*, Acta Turistica, 2015., Vol. 27, br. 1, 63.-91. str.
3. Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J., *Medicinski turizam - neki marketinški i etički aspekti*, Oeconomica Jadertina, Zadar, 2013., br. 1, 16.-30. str.
4. Madžar, T., Lazibat, T., Mikulić, J., *Mjerenje kvalitete usluga u zdravstvenom turizmu*, Poslovna izvrsnost, Zagreb, 2016., br. 1, 187.-202. str.

Pravni propisi:

1. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07; NN 88/10; NN 30/14; NN 89/14; NN 152/14)
2. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15)
3. Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (NN 56/16) - stupa na snagu 01. 01. 2017. godine

4. Zakon o zdravstvenoj zaštiti
(NN 150/08, 71/10, 139/10, 22/11, 84/11, 154/11, 12/12,35/12, 70/12, 144/12,
82/13, 159/13, 22/14 , 154/14, 70/16)
5. Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08)

Internetski izvori:

1. <http://media.unwto.org> (pristupljeno: 01.08.2016.)
2. <http://www.e-unwto.org> (pristupljeno: 10.08.2016.)
3. <http://www.zane.hr> (pristupljeno: 05.08.2016.)
4. <http://www.responsibletravel.org> (pristupljeno: 20.08.2016.)
5. <http://www.mint.hr> (pristupljeno: 02.08.2016.)
6. <http://business.croatia.hr> (pristupljeno:15.08.2016.)
7. <http://croatia.hr> (pristupljeno: 20.08.2016.)
8. <http://www.medicaltourismassociation.com> (pristupljeno:10.08.2016.)
9. <https://usa.visa.com> (pristupljeno:15.08.2016.)
10. <https://www.imtj.com> (pristupljeno: 24.08.2016.)
11. <https://summit.imtj.com> (pristupljeno: 24.08.2016.)
12. <http://hr.seebiz.eu> (pristupljeno: 01.08.2016.)
13. <http://www.responsibletravel.org> (pristupljeno: 08.08.2016.)
14. <http://www.globalwellnessinstitute.org> (pristupljeno: 09.08.2016.)
15. <http://www.globalwellnesssummit.com> (pristupljeno:09.08.2016.)
16. <http://www.4seasonscroatia.com> (pristupljeno:12.08.2016.)
17. <http://www.spafinder.co.uk> (pristupljeno: 12.08.2016.)
18. <http://www.spafinder.com> (pristupljeno: 12.08.2016.)
19. <http://experienceispa.com> (pristupljeno:14.08.2016.)
20. <http://attendispa.com> (pristupljeno:14.08.2016.)
21. <http://www.wellnesstravelawards.com> (pristupljeno 12.08.2016.)
22. <http://www.wellnessevidence.com> (pristupljeno: 14.08.2016.)
23. <http://www.poslovni.hr> (pristupljeno: 17.08.2016.)
24. <http://izbori.slobodnadalmacija.hr> (pristupljeno: 01.08.2016.)
25. <http://ec.europa.eu> (pristupljeno: 05.08.2016.)

26. <http://www.sabor.hr> (pristupljeno:10.08.2016.)
27. <http://narodne-novine.nn.hr> (pristupljeno: 10.08.2016.)
28. <http://www.hgk.hr> (pristupljeno: 05.08.2016)
29. <http://upuz.hr> (pristupljeno:08.08.2016.)
30. <http://www.umt.hr> (pristupljeno: 08.08.2016.)
31. <http://medicinskiturizam.org> (pristupljeno: 08.08.2016.)
32. <http://www.hup.hr> (pristupljeno: 08.08.2016.)
33. <http://www.kvarnerhealth.hr> (pristupljeno: 08.08.2016.)
34. <http://www.novilist.hr> (pristupljeno: 08.08.2016.)
35. <http://www.hticonference.com> (pristupljeno: 10.08.2016.)
36. <http://www.balkanspainstitute.org> (pristupljeno: 11.08.2016.)
37. <http://www.iztg.hr> (pristupljeno: 05.08.2016.)
38. <http://www.dzs.hr> (pristupljeno: 06.08.2016.)
39. <http://www.zdravlje.gov.hr> (17.08.2016.)
40. <http://novilist.hr> (pristupljeno: 14.08.2016.)
41. <http://www.eu-projekti.info> (pristupljeno:10.08.2016.)
42. <http://www.hbor.hr> (pristupljeno: 15.08.2016.)
43. <http://www.konkurentnost.hr> (pristupljeno: 10.08.2016.)
44. <http://aaz.hr> (pristupljeno:14.08.2016.)
45. <http://www.medico.hr> (pristupljeno: 17.08.2016.)
46. <http://www.magdalena.hr> (pristupljeno: 17.08.2016.)
47. <http://www.vecernji.hr> (pristupljeno: 17.08.2016.)
48. <http://www.ftm.uniri.hr> (pristupljeno: 09.08.2016.)
49. <http://superbrands.hr> (pristupljeno: 12.08.2016.)
50. <http://www.qudal.hr> (pristupljeno: 12.08.2016.)
51. <http://relaxino.com> (pristupljeno: 15.08.2016.)
52. <http://www.mtqua.org> (pristupljeno: 08.08.2016.)
53. <http://www.temos-worldwide.com> (pristupljeno: 08.08.2016.)
54. <http://www.internationalaccreditation.ca> (pristupljeno: 08.08.2016.)

10. Popis tablica

Tablica 1: Prirodni ljekoviti činitelji.....	9
Tablica 2: Motivi putovanja u međunarodnim receptivnim turističkim destinacijama u 2015. godini.....	16
Tablica 3: Najtraženije usluge zdravstvenog turizma u Europi.....	28
Tablica 4: Motivacija turista za dolazak u Hrvatsku.....	55
Tablica 5: Broj putovanja u 2014. godini čiji je motiv wellness i zdravstveni turizam.....	56
Tablica 6: Udjel wellnesa i zdravstvenih programa kao motiva putovanja.....	57
Tablica 7: Dolasci i noćenja turista u lječilištima, toplicama i specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju u 2014. i 2015. godini.....	62
Tablica 8: Smještajni kapaciteti prema vrstama i kategorijama turističkih smještajnih objekata u 2015. godini.....	63
Tablica 9: Turisti i noćenja u lječilištima: siječanj - lipanj 2015. i 2016. godine.....	63
Tablica 10: SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	83

11. Popis slika

Slika 1: Motivi stanovnika EU za odlazak na putovanje u 2015. godini.....27

Slika 2: Prikaz internetske stranice Hrvatske turističke zajednice.....88