

Zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj

Učkar, Miran

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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:137:105395>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-03**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

MIRAN UČKAR

ZDRAVSTVENI TURIZAM HRVATSKE

Diplomski rad

Pula, ožujak 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

MIRAN UČKAR

ZDRAVSTVENI TURIZAM HRVATSKE

Diplomski rad

JMBAG: 0081064026, izvanredni student

Studijski smjer: Poslovna ekonomija, Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, ožujak 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Miran Učkar, kandidat za magistra 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.

Miran Učkar

U Puli, 12. ožujka 2020. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Miran Učkar dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „*Zdravstveni turizam Hrvatske*“ 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, 12. ožujka 2020. godine

Miran Učkar

SADRŽAJ

1. UVOD.....	7
1.1. Predmet istraživanja	8
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja.....	9
1.3. Metode istraživanja.....	10
1.4. Struktura rada.....	10
2. ZDRAVSTVENI TURIZAM – TEORIJSKE ODREDNICE I KONCEPTUALNI OKVIR	12
2.1. Pojmovne odrednice zdravstvenog turizma	14
2.2. Odrednice zdravstvenog turizma u terminologiji.....	19
2.3. Zakonski okviri i regulativa zdravstvenog turizma.....	23
2.4. Trendovi u zdravstvenom turizmu.....	28
2.5. Konkurentnost turističke destinacije u zdravstvenom turizmu	30
2.6. Prirodni ljekoviti činitelji u zdravstvenom turizmu.....	32
2.7. Komercijalni oblici ponude zdravstvenog turizma uvjetovani aktualnim trendovima	34
2.8. Uloge dionika u zdravstvenom turizmu.....	35
3. KONKURENTNOST ZDRAVSTVENOG TURIZMA U EUROPI I SVIJETU	39
3.1. Zdravstveni turizam u svijetu i aktualni trendovi razvoja.....	41
3.1.1. Rizici zdravstvenog turizma u svijetu	44
3.1.2. Standardi kvalitete svjetskog zdravstvenog turizma.....	45
3.2. Zdravstveni turizam u Europi.....	45
3.2.1. Dosadašnji trendovi razvoja u Europi i motivi putovanja	48
3.2.2. Usluge zdravstvenog turizma u Europi.....	49
3.2.3. Konkurentne destinacije zdravstvenog turizma	50
4. KONKURENTNOST HRVATSKOG ZDRAVSTVENOG TURIZMA.....	60
4.1. Razvojne odrednice zdravstvenog turizma u Hrvatskoj	61
4.2. Trendovi razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske.....	66
4.3. SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske	68
4.4. Mogućnosti financiranja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	71
5. APLIKATIVNI PRIMJERI ZDRAVSTVENOG TURIZMA U HRVATSKOJ I PERSPEKTIVE RAZVOJA	75
5.1. Odabrani primjeri dobre prakse razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj....	75
5.2. Istarske toplice – analitika uspjeha zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	78
5.3. Perspektive razvoja konkurentnosti zdravstvenog turizma Hrvatske.....	83

6. ZAKLJUČAK	86
LITERATURA	90
POPIS TABLICA.....	95
POPIS SLIKA	96
SAŽETAK	97
SUMMARY	98

1. UVOD

Zdravstveni turizam danas sve više postaje selektivni oblik turizma koji je jedan od potencijalno vodećih proizvodnih grupa globalnog turističkog tržišta, a naročito u regiji Europe. Radi se o proizvodu koji danas na globalnoj razini iskazuje iznadprosječne godišnje stope rasta, a trendovi starenja populacije i orijentacija na zdravi život ukazuju da zdravstveni turizam ima potencijal postati jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. U okviru značajnih komparativnih prednosti Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma, a koje prije svega podrazumijevaju kvalificiran kadar i općenito dobru reputaciju zdravstvenih usluga, ali i konkurentne cijene, blizinu velikim emitivnim tržištima, prirodne ljepote i povoljnu klimu, sigurnost zemlje kao i dugu tradiciju u turizmu, moguće je ustvrditi da se radi o proizvodu s visokim potencijalom rasta i u našoj zemlji.

Konkurentnost svake destinacije, a naročito u pogledu zdravstvenog turizma, očituje se njezinom raznovrsnom ponudom turističkih usluga. Kontinentalne turističke destinacije imaju potencijal za stvaranje i jačanje prepoznatljivosti turizma kroz različite selektivne oblike turizma, a naročito zdravstvenog, jer se u Hrvatskoj i drugim zemljama preferiraju lječilišta i wellness turizam, koji se pretežito odvijaju u kontinentalnim dijelovima zemalja zbog termalnih izvora. Polazeći od aktualnog razvojnog trenutka tržišne pozicije zdravstvenog turizma, kroz rad se nastoji ukazati na potrebu unapređenja konkurentnosti zdravstvenog turizma općenito kao selektivnog oblika turizma, 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 unapređenje sustava promocije.

Europsko turističko tržište snažno je razvijeno po pitanju zdravstvenog turizma te turistima nudi različite oblike zdravstvenih usluga, od dentalnog turizma, preko lječilišta i wellnesa do najsuvremenije in vitro potpomognute oplodnje, čija je kvaliteta puno snažnija nego u domicilnoj državi.

Hrvatska je zemlja s veoma pristupačnim cijenama zdravstvenih usluga te je vrlo atraktivna turistička destinacija s prirodnim ljepotama i prirodnim ljekovitim

čimbenicima koji datiraju već tisućljećima. U implementaciji zdravstvenog turizma nerazlikovanje pojmova zdravstvenog i lječilišnog turizma vrlo je česta pojava iako su to dva različita pojma. Lječilišni turizam je jedna od grana zdravstvenog turizma.

Korisnici zdravstvenog turizma osobe su obično dobrog zdravlja te koriste njegove usluge više u svrhu relaksacije, obrane od stresa, ali i preventivno, dok su korisnici lječilišnog turizma osobe koje su bolesne i odlaze na liječenje i terapije u specijalne bolnice, lječilišta ili toplice ali pod stručnim nadzorom. Lječilišni aspekt ima sve važniju ulogu u zdravstvenom turizmu što je prepoznato i od samih stručnjaka, ali zahtjeva velika ulaganja u postojeću infrastrukturu za što je teško naći investitore.

Za razliku od zdravstvenog, lječilišni turizam je njegova komponenta koja ima vrlo važnu ulogu kroz cijelu godinu i nije vezana uz samu sezonalnost te je bitan faktor uključivanja samih stručnjaka kako bi se na moderan i kvalitetan način napravio iskorak u tom obliku turizma. Stoga cjelokupni zdravstveni turizam kao selektivni oblik turizma zaslužuje posebno mjesto u hrvatskom turizmu jer na našim prostorima postoji veliko bogatstvo prirodnih činitelja, kao i duge tradicije nekih lječilišnih centara kao što su oni u Opatiji, Crikvenici, Varaždinskim Toplicama, Daruvarskim toplicama, Stubičkim toplicama i ostalim lječilišnim mjestima.

Ulaganjem u kvalitetu zdravstvene usluge, u kvalitetno zdravstveno i turističko obrazovanje i u samu obnovu i infrastrukturu kako bi se usluga i ponuda podigle na viši nivo, a zadržavajući relativno niske cijene, za razliku od cijena zdravstvenih usluga u Europskoj Uniji, postali bismo konkurentni na turističkom tržištu, kako na međunarodnom tako i na domaćem.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je konkurentnost zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, gdje će se kroz teorijsku problematiku i aplikativne primjere prikazati aktualno stanje konkurentnosti zdravstvenog turizma Hrvatske i njezinih vodećih turističkih destinacija zdravstvenog turizma.

Diplomski rad bavi se tematikom razvoja zdravstvenog turizma. Rad je fokusiran na razvoj zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj. Budući da je Hrvatska destinacija koja slijedi trendove zdravstvenog turizam Europe i njezinih najsnažnijih

zdravstvenih emitivnih turističkih tržišta, mnogi autori turizma obradili su ovu problematiku koja predstavlja perspektivu ovog selektivnog oblika za Hrvatsku. Autori poput Geića, Hitreca, Kušena, Bartolucia i drugih postavili su snažne teorijske temelje zdravstvenog turizma i njegova razvoja, dok su se hrvatske nacionalne turističke institucije potrudile izraditi publikacije i strateške smjernice razvoja s aktualnim stanjem i vizijom zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Stoga je opravdano istražiti zdravstveni turizam u Hrvatskoj sa svim njezinim destinacijama zdravstvenog turizma i turističkom ponudom koju objedinjuju jer se na taj način dobiva jedinstveni uvid u aktualnu problematiku zdravstvenog turizma u Hrvatskoj te se ostvaruje znanstveni doprinos razvoju ovog selektivnog oblika turizma.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha diplomskog rada jest ukazati na značaj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, njegov povijesni razvoj, konceptualni okvir, zakonsku regulativu, konkurentnost njegovih vodećih destinacija, kao i na konkurentnost u međunarodnom okruženju te njegove nedostatke, kao i prijedloge za poboljšanje istoga. Konačno, svrha ovog diplomskog rada je saznati što je potrebno za razvoj zdravstvenog turizma te ima li Republika Hrvatska te potencijale za bolji razvoj zdravstvenog turizma.

Cilj rada je istražiti i pobliže objasniti konkurentnost i značaj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj kao turističke destinacije ovog selektivnog oblika turističke destinacije zdravstvenog turizma u Europi s posebnim osvrtom na njihov razvoj i oblike. Osim toga, cilj rada jest i definirati odrednice zdravstvenog turizma u Hrvatskoj sa svim njegovim komponentama, što može biti od pomoći daljnjim istraživanjima na ovom području.

U okviru ovako determiniranog predmeta istraživanja može se izvesti temeljna hipoteza rada:

H0: Konkurentnost i razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj je determiniran značajnošću hrvatskih destinacija i njihovim kapacitetima zdravstvenog turizma koji se prvenstveno očituju bogatstvom prirodnih resursa.

Nakon definiranja temeljne hipoteze, uz postojeću je moguće izvesti dvije pomoćne:

H1: Zdravstveni turizam u Hrvatskoj je u posljednjih dvadeset godina postao najperspektivniji selektivni oblik turizma.

H2: Napredak zdravstvenog turizma Hrvatskoj temelji se na konkurentnosti destinacija koje moraju razviti perspektivne razvojne trendove da bi postigle konkurentne pozicije na tržištu.

1.3. Metode istraživanja

U znanstvenom istraživanju, formuliranju i prezentiranju rezultata istraživanja u ovom magistarskom radu koristit će se u odgovarajućim kombinacijama brojne znanstvene metode, a od kojih se navode one najvažnije: metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, komparativna metoda, metoda apstrakcije i konkretizacije, metode specijalizacije i generalizacije, metoda klasifikacije i deskripcije, te metoda ukazivanja prednosti i nedostataka.

1.4. Struktura rada

Struktura rada podijeljena je na šest međusobno povezanih i zasebnih cjelina koje se međusobno nadopunjuju. U uvodnom dijelu data je uvodna riječ koja objašnjava problematiku teme, detaljno i precizno su opisani predmet, cilj i svrha istraživanja, determinirane su tri znanstveno – istraživačke hipoteze, prezentirane su znanstvene metode koje će biti implementirane u radu te je opisana struktura rada. U drugom dijelu opisane su teorijske odrednice i konceptualni okvir zdravstvenog turizma koje uključuju pojmovne odrednice istoga, zakonsku regulativu, trendove, konkurentnost turističkih zdravstvenih destinacija, prirodne ljekovite činitelje i komercijalne oblike ponude istoga koji su uvjetovani aktualnim trendovima. U trećem dijelu opisana je konkurentnost zdravstvenog turizma u Europi i svijetu koja uključuje povijesni razvoj i aktualne trendove razvoja, rizike i standarde kvalitete u svijetu te prikaz zdravstvenog turizma u Europi sa dosadašnjim razvojem, konkurentnim

destinacijama i uslugama koje nudi. U četvrtom dijelu opisan je zdravstveni turizam u Hrvatskoj koji uključuje razvojne odrednice, trendove razvoja, SWOT analizu i mogućnosti financiranja istoga. U petom dijelu dati su aplikativni primjeri zdravstvenog turizma u Hrvatskoj koji uključuju odabrane destinacije s naglaskom na Istarske toplice kao perspektivom uspjeha zdravstvenog turizma te perspektive razvoja budućnosti zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. U zaključku su iznesene objedinjene misli i zaključci autora nakon opsežnog i iscrpnog istraživanja zadane problematike koji predstavljaju znanstveni doprinos ovoj temi.

2. ZDRAVSTVENI TURIZAM – TEORIJSKE ODREDNICE I KONCEPTUALNI OKVIR

Turizam je kao gospodarska djelatnost važan i snažan društveni, ekonomski i gospodarski čimbenik neke zemlje 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 (Madžar, 2016.). Turizam i dalje značajno pridonosi globalnoj ekonomiji i zaposlenosti, a broj međunarodnih putovanja konstantno raste što je vidljivo iz podataka Svjetske turističke organizacije (UNWTO, 2019.).

Zbog suvremenog stresnog i užurbanog načina života javila se potreba za bijegom i ispunjenjem vlastitih želja na drugom području života, potreba za različitosti, uživanja u hobijima, želja za novim i posebnim iskustvima te potreba za osobnim razvitkom i napretkom. Turisti koji putuju potaknuti navedenim željama zovu se turisti specijalnog interesa, a njihove želje ispunjavaju selektivni oblici turizma. U praksi se sve učestalije osim termina selektivni oblici turizma koristi još i turizam specijalnih interesa. Pod pojmom turizam specijalnih interesa (selektivni oblici turizma, specifični oblici turizma, selektivne turističke vrste) podrazumijevaju se oni oblici turizma koji su usmjereni na aktivnosti koje privlače manji broj pasioniranih posjetitelja, a to mogu biti različiti hobiji ili aktivnosti u kojima uživa malo broj učesnika (Dujmović, 2013: 103).

Selektivni turizam omogućava upoznavanje drugih životnih sredina, sudjelovanje u običajima i zbivanjima, stjecanje novih znanja i iskustava, usvajanje raznih kulturnih vrijednosti, upoznavanje istomišljenika te ispunjavanje želja. Takav oblik turizma omogućuje korisnicima da se bave željenim hobijima i pomaže čovjeku da zauzme određeni stav prema sebi i drugima (Dujmović, 2014: 103). Turist specijalnog interesa odlazi na odmor kako bi uživao u proizvodu ili usluzi koja zadovoljava njegove posebne interese i potrebe. Takav je turist u potrazi za neeksploatacijskim i autentičnim iskustvima (Dujmović, 2014: 103) Takvim načinom putovanja turisti specijalnih interesa uvećavaju svoj tzv. „kulturni kapital“ (Dujmović, 2014: 103), što im je i cilj. Takva vrsta putovanja nije povezana s potrebom za bijegom kao kod masovnog turizma, već je potaknuta samorazvojem i željom za novim iskustvima, uz to turist može uživati u terapijskim aktivnostima ili u drugim aktivnostima koje uključuju edukacijski i

samorazvojni aspekt (poticanje zdravog tijela, zdrava prehrana, održavanje kondicije i slično). U ovu kategoriju turista spadaju samo oni čija je primarna i glavna motivacija za putovanjem neki specifični interes. Za razliku od masovnog turizma koji se odvija u poznatom i predvidljivom okruženju, turizam specijalnih interesa zasniva se na novim destinacijama ili aktivnostima koje udovoljavaju potrebama promjenjivog tržišta (Dujmović, 2014: 104). Ova vrsta turizma je skuplja od masovnog, putuju većinom turisti srednje dobi, a putuju bez djece pošto specifičan interes zbog kojega putuju većinom djeci nije zanimljiv ili za njih nije pogodan. Putuju pojedinačno, smještaj, izlete organiziraju i rezerviraju sami jer je za takva putovanja teško pronaći istomišljenike. Selektivni turizam može se podijeliti na makro niše kojih se onda može podijeliti na podvrste ili mikro niše; kulturni turizam (turizam nasljeđa, plemenski turizam, vjerski turizam, kreativni turizam), turizam prirodnog okoliša (priroda i divljina, ekoturizam, pustolovni turizam, planinski turizam, zdravstveni turizam, geoturizam, obalni turizam), ruralni turizam (farme, vino i gastronomija, sport, festivali i događaji, kampiranje, umjetnost i zanati) i ostalo (fotografiranje, manja krstarenja, mračni turizam, transport, volonterski turizam) (Dujmović, 2014: 104). Selektivni turizam dovodi turizam u nova, udaljenija i manje razvijena mjesta, te potiče putovanje izvan sezone. Time potiče razvijanje manje razvijenih mjesta i produživanje sezone. Kada govorimo o karakteristikama proizvoda i turističke motivacije, turizam specijalnih interesa mogao bi se opisati kao pasivan (predstave i gledanje sportskih događaja), aktivan (avanturistički sportovi, ronjenje), doživljajni (tematski parkovi, svemirski turizam), pustolovni (trekking, posjete afričkim plemenima), kreativni (ples, slikarstvo, fotografiranje), intelektualan (učenje stranih jezika, turizam nasljeđa) ili relaksirajući (wellness turizam, promatranje ptica) (Dujmović, 2014: 105).

Zdravstveni turizam predstavlja složeni turistički proizvod koji obuhvaća velik broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. Polazeći od demografskih trendovima i promjena društvenih vrijednosti uvjetovanog kontinuiranog rasta potražnje za proizvodima zdravlja te od komparativnih prednosti destinacija Europe, uključujući blizinu velikih emitivnih tržišta, očuvane prirodne ljekovite činitelje, konkurentne cijene, dugu tradiciju i dobru reputaciju zdravstvenih usluga, razvijaju se tri oblika zdravstvenog turizma: medicinski, lječilišni i wellness turizam (Hitrec, 1996.). Time je obuhvaćen širok spektar usluga liječenja, rehabilitacije, prevencije i

unapređenja psiho-fizičkih sposobnosti koje uključuju liječnike i drugo stručno osoblje (npr. fizioterapeuti, kineziolozi, nutricionisti, kozmetičari) te se odvijaju u medicinskim i ne-medicinskim ustanovama (npr. bolnice i klinike, lječilišta i toplice, wellness centri i hoteli).

Ovo su proizvodi zdravstvenog turizma s kojima destinacije Europe konkuriraju na međunarodnom tržištu zdravstvenog turizma obraćajući se domaćim i stranim kupcima primarno motiviranim na putovanje nižim troškovima, kraćim vremenom čekanja na zahvat i/ili višom kvalitetom usluge u usporedbi s raspoloživim u mjestu stalnog boravka (Hitrec, 1996.). Europa ima krug snažnih europskih destinacija zdravstvenog turizma, uključujući tradicionalno prestižne Švicarsku, Njemačku i Austriju te nove 'zvijezde' poput Poljske, Mađarske, Češke i Turske, koje ciljaju kako najveća europska emitivna tržišta zdravstvenog turizma, i to prije svega Njemačku, Rusiju i Veliku Britaniju, tako i ona udaljena kao što su zemlje Srednjeg istoka, Indonezija i SAD.

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 (Zane.hr, 2019.)

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 unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života (Ministarstvo turizma, 2014.).

2.1. Pojmovne odrednice zdravstvenog turizma

Kako bi se uopće moglo govoriti o povijesti i razvoju zdravstvenog turizma, ponajprije treba objasniti pojam zdravstvenog turizma. Kada se govori o zdravstvenom turizmu, to je vrlo širok pojam i ima različito značenje u različitim mjestima svijeta. U Aziji se odnosi na povezanost i stanje između tijela, uma i duha (Špoljar, 1994: 62). Nastoji se postići unutarnji mir i ravnoteža pa su zbog toga razvijene aktivnosti kao joga, meditacije i masaže. U Skandinaviji je popularno kupanje u ledenoj vodi, dok se

u Finskoj i Rusiji praktikiraju saune (Špoljar, 1994: 62). Afrika, dijelovi Australije i Azije te Sjeverna i Južna Amerika poznate su po liječenju biljem. Iako zdravstveni turizam ima mnoga različita značenja, razlog nastanka je svima isti (Špoljar, 1994: 62). Zdravstveni turizam nastaje zbog užurbanog i stresnog načina života spajanjem užitka i odmora od svakodnevice koje pružaju putovanje i turizam i korištenje prirodnih ljekovitih činitelja da bi se usput i povoljno djelovalo na zdravlje onoga tko putuje. Kod zdravstvenog turizma najvažniju ulogu imaju prirodni resursi pa se stoga on najviše razvija u područjima i zemljama koje imaju more i morsku obalu pa mogu nuditi razne tretmane morskom vodom (Hrvatski lječilišni zbor, 2014.). Kako bi se pojasnio pojam zdravstvenog turizma može se uzeti i definicija iz 1994. koja glasi: „zdravstveni turizam nastoji pomoću prirodnih faktora okoline, klime i drugih ekoloških činitelja unaprijediti ili liječiti već narušeno zdravlje“ (Špoljar, 1994: 63). U zdravstvenom turizmu koriste se povoljna djelovanja klime, sunca, termomineralnih voda, jezera, mora, algi, morskih i slatkovodnih peloida, ljekoviti činitelji biljaka, pijeska i naftalana. Korisnik je bilo koji turist (hotelski, u privatnom smještaju ili kampu) koji živi određenim načinom života i u skladu s time odvajava dio dana kako bi primijenio neke od spomenutih činitelja. Korisnik može biti zdrava osoba koja nastoji ojačati organizam i zadržati dobro zdravlje ili bolesna i kronično bolesna osoba kojoj spomenuti činitelji pružaju povoljne učinke na njihovo tjelesno, duhovno i duševno zdravlje. Korisnici su uz to i najčešće iznadprosječno obrazovani i dobro financijski situirani, putuju učestalo i redovito, na putovanju troše više od prosjeka, vode računa o zdravoj prehrani i zdravom načinu života, traže načine na koje će umanjiti stres i njegove posljedice te se žele osjećati dobro i biti zadovoljni svojim izgledom (Dujmović, 2014: 162).

Različiti turistički potencijali utječu na stvaranje specifičnosti ponude pojedinih turističkih destinacija, odnosno na mogućnost razvoja pojedinih posebnih, alternativnih, specifičnih ili selektivnih oblika turizma u njima (Alfieri, 1994.). Na taj način se razvija zdravstveni turizam, sa svojim specifičnim oblicima ponude koja se odlikuje dualnim karakterom: turističkim putovanjem i korištenjem zdravstvenih usluga. Uočavajući prve znakove negativnosti masovnog turizma, javila se potreba za pronalaženjem modela koji vodi ka održivom razvoju turizma.

Turistička kretanja se dijele na vrste i specifične oblike turizma. Dok su vrste turizma definirane određenim kriterijem, npr. prema trajanju boravka turista (boravišni, vikend i izletnički turizam), specifični oblici turizma obilježeni su specifičnim turističkim

motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije (Alfier, 1994.). Specifični oblici turizma orijentirani su na manje (definirane) segmente turističke potražnje u cilju povećanja konkurentnosti turističke destinacije i postizanja održivog razvoja, a nastali su kao suprotnost masovnom turizmu (Hitrec, 1996.) Primjer specifičnog oblika turizma je upravo zdravstveni turizam koji je kompleksan turistički proizvod te jedan od najjačih trendova turističkih putovanja posljednjeg desetljeća. Može se reći da je među najistaknutijim turističkim proizvodima s dugom tradicijom i poviješću u Europi. Također, prepoznat je kao oblik turizma koji ima izrazito pozitivne demografske, socijalne i kulturne učinke kao i veliku ulogu u razvoju kontinentalnog turizma.

Imajući svoje temelje na vrlo diverzificiranoj resursnoj podlozi, tržište suvremenog zdravstvenog turizma iskazuje niz specifičnosti, koji uključuju razne segmente potrošača. Obuhvaća velik broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. Tome je pridonijela svijest ljudi o brizi za vlastito zdravlje, ali i promjene u načinu rada i života suvremenog čovjeka, povećanje slobodnog vremena i dohotka stanovništva (Alfier, 1994.).

Čovjek je ljekovite čimbenike upoznao još u davnoj prošlosti, što dokazuju materijalni ostaci grčko-rimske, pa i starijih civilizacija. Filozof Tales iz Mileta smatrao je vodu "prapočetkom svih stvari", a slavni Hipokrat - temeljem medicine. Sukladno tome, pioniri suvremene turističke znanstvene misli Hunziker i Krapf, prije više od pola stoljeća, navode: "Liječenje i turizam nisu doduše potpuni sinonimi, no s obzirom da se oni u većini slučajeva traže i nalaze izvan prebivališta, turizam se može smatrati najsnažnijim čimbenikom liječenja" (Alfier, 1994.). Povezanost zdravlja i turizma je ključno polazište koju je sažeto izrazio i Alfier tvrdeći da je "zdravlje zapravo jedan od najstarijih, trajnih i najjačih motiva turističkog gibanja te da turizam u svim svojim oblicima više-manje uvijek vrši i zdravstvenu funkciju" (Alfier, 1994.).

Prvi oblici zdravstvenog turizma u kojemu ljudi putuju kako bi dobili medicinsku njegu datiraju nekoliko tisuća godina prije našeg vremena kada su Grčki hodočasnici s cijelog Mediterana putovali na maleno područje u Saronskom zaljevu poznatijem kao Epidauria (Croatialink, 2019.). Ovo područje bilo je svetište posvećeno Asklepiosu, bogu ozdravljenja. U čast svoga boga, Grci su podigli Asclepia hramove, koji su postali neki od prvih svjetskih zdravstvenih centara. Ostali hramski sadržaji uključivali su Svetište Zeusa u Olympiji i Hram Delphi (Health Tourism, 2019.). Rimljani su već 39.

prije Krista počeli cijeniti ljekovitost prirodnih izvora i tada osmislili prve bazene s vrućom i hladnom vodom čime svjedoče i prva arheološka nalazišta koja su otkrivena još prije 180 godina. Brojne toplice u Hrvatskoj datiraju iz rimskih vremena, a slično je i u većini europskih država. Čak i u Srednjem vijeku nerijetko se održavala osobna higijena i tražilo zdravlje u kupeljima, pa i u zemljama islamske tradicije - "turska kupelj" (Health Tourism, 2019.). Primjerice, u Engleskoj 18. stoljeća ljudi su odlazili u toplice za koje se vjerovalo da se nalaze na izvorima vode bogate mineralima koji pogoduju ukupnom zdravlju ljudi, posebice izlječenju bolesti povezanih s gihtom, jetrom ili bronhitisom.

Slika 1. Japanski Onsen - izvor termalne vode



Izvor: Japan Rail Pass (2019): Travel Guide, How to use Onsen, dostupno na <https://www.jrailpass.com/blog/all-about-onsens-the-japanese-hot-springs>, pristupljeno 29.12.2019.

Ovaj izvor je specifičan u svome nastanku. Klanovi ratnika uskoro su primijetili ove izvore i počeli ih koristiti kako bi ublažili bol, izliječili rane i oporavili se od njihovih bitaka. Mnoge rane islamske kulture uspostavile su sustave zdravstvene skrbi koji su se također služili strancima. Godine 1248. godine, u Kairu je izgrađena bolnica Mansuri koja je postala najveća i najnaprednija bolnica u svijetu tog vremena (Japan Rail Pass, 2019.). S kapacitetom za smještaj 8000 ljudi, ova bolnica je postala zdravstveno odredište za strance bez obzira na rasu ili vjeru.

Renesansno razdoblje od 14. do 17. stoljeća, nije samo istaknulo preporod umjetnosti i kulture u Europi i Engleskoj, nego je bio i razdoblje u kojem je procvjetao medicinski turizam. Mjesto poznato kao Ville d'Eaux ili Town of Waters, postalo je poznato diljem Europe 1326. kada su u regiji otkrivena vruća vrela od željeza. Istaknuti posjetitelji poput Petra Velikog i Huga posjetili su ove wellness sadržaje (Health Tourism, 2019.). Tijekom 16. stoljeća, bogati i elita Europe otkrili su rimske kupke i pohrlili u turističkim mjestima s toplicama kao što su St. Moritz, Ville d'Eaux, Baden Baden, Aachen i Bath u Engleskoj. Kupka ili Aquae Sulis uživali su u kraljevskom pokroviteljstvu i bili su poznati diljem poznatog svijeta. Postao je centar modernog wellnessa i postao igralište za bogate i poznate (Health Tourism, 2019.). Godine 1720. Bath je postao prvi grad u Engleskoj koji je primio pokriven sustav kanalizacije i bio je ispred Londona već nekoliko godina. Grad je dobio tehnološke, financijske i društvene pogodnosti sve zbog medicinskog turizma (Health Tourism, 2019).

Najznačajniji putnik u povijesti medicinskog turizma bio je Michel Eyquem de Montaigne. Francuski izumitelj eseja koji je vjerovao da je otac luksuznog putovanja. Pomogao je napisati najstariji dokumentirani spa vodič u povijesti medicinskog turizma.

U složenom turističkom sustavu s brojnim elementima, kako na strani ponude tako i potražnje te posrednika na tržištu, zdravstveni je turizam tek djelić, segment tog šireg socijalnog i gospodarskog fenomena. Svi koji su istraživali zdravstveni turizam isticali su daje to "granično područje medicine i turizma", ili pak "zajedničko suradno područje zdravstva i turizma", što ukazuje na stalnu dihotomiju. Izražava se to i "dvostrukom perspektivom turizma i javnog zdravstva", ili pak pitanjem: "gdje počinje zdravstveni, a gdje turistički dio ovog dijela gospodarstva?" (Hitrec, 1996.).

Zdravstveni se turizam kao selektivni oblik turizma u svakodnevnoj turističkoj praksi locira u širokoj lepezi rekreativnih vidova wellness turizma do bolničkog turizma u organizaciji ugostiteljskih poduzeća, odnosno zdravstvenih ustanova koje pružaju zdravstveno turističke usluge. Mnogi tretiraju zdravstveni turizam kao granično područje medicine i turizma, u kojem gospodarski subjekti iz područja turizma i zdravstvene ustanove organiziraju boravak turista u klimatskim i lječilišnim mjestima, prvenstveno radi prevencije oboljelih, rehabilitacije, ali i liječenja uz pomoć prirodnih činitelja (Geić, 2011.). Promatrajući zdravstveni turizam kao turistički proizvod, može se reći da isti obuhvaća širok spektar sadržaja i usluga, te ljudi putuju motiviranom potrebom za unaprjeđenjem zdravlja, odnosno poboljšanjem kvalitete života. Među

najvažnijim funkcijama turizma je njegova zdravstvena funkcija koja izravno utječe na zdravlje ljudi i njihovu tjelesnu kondiciju. Zdravstveni se turizam temeljem toga može definirati kao privremena promjena stalnog boravka ljudi i odlazak u povoljno klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative i rehabilitacije (Čavlek i Vukonić, 2001.). Rekreacija i odmor u povoljnim klimatskim uvjetima jako povoljno utječu na zdravlje ljudi.

Svjetska zdravstvena organizacija (WTO) pojam zdravlja je definirala još 1948. godine prema kojoj „zdravlje nije samo prisutnost bolesti i iznemoglosti nego je isto tako opće fizičko i mentalno, ali i socijalno blagostanje“ (Čavlek i Vukonić, 2001.). Postoje brojne definicije zdravstvenog turizma, no za potrebe ovoga rada bit će korištena „pročišćena“ definicija koju je odredila Svjetska turistička organizacija (WTO). Definicijom navode da je zdravstveni turizam, službenim riječima rečeno, „složena gospodarska aktivnost u kojoj bitno mjesto zauzima stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, postupaka fizikalne medicine i programiranih fizičkih aktivnosti u svrhu održavanja i unapređenja fizičkog, mentalnog i duhovnog zdravlja turista, te poboljšanja kvalitete njihovog života (Čavlek i Vukonić, 2001.).

2.2. Odrednice zdravstvenog turizma u terminologiji

Zdravstveni turizam je „kompleksan turistički proizvod koji obuhvaća veliki broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života“ (Geić, 2011.). Također, zdravstveni turizam predstavlja meta-kategoriju turizma koja može biti medicinska (kirurgija, dijagnostika) i nemedicinska (spa terapije, holistička njega) zdravstvena njega izvan granica vlastite države. Jedan od načina detaljnog terminološkog razjašnjenja je precizno pozicioniranje zdravstvenog turizma unutar sličnih aktivnosti wellness turizma, lječilišnog te bolničkog / medicinskog turizma. Svaki od ovih proizvoda karakteriziraju pripadajuće specifične usluge, ali i usluge koje karakteriziraju druge srodne proizvode (Kunst i Tomljenović, 2011.).

Slika 2. Oblici zdravstvenog turizma i pružatelji zdravstveno-turističkih usluga

OBJEKTI UGOSTITELJSKE PONUDE		ZDRAVSTVENE USTANOVE	
Wellness ponuda (hoteli, toplice, centri)	Prirodna lječilišta		Klinike/ Bolnice
	Lječilišta	Specijalne bolnice	
Holistički wellness Medicinski wellness	Holistički wellness Medicinski wellness Lječilišni turizam	Medicinski wellness Lječilišni turizam	Medicinski turizam
Wellness usluge			
Lječilišne usluge			
			Medicinske usluge

Izvor: Institut za turizam, Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Republika Hrvatska Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str. 8.

Pojam „wellness“ susreće se sve češće, a podrazumijeva univerzalnu ponudu uvjeta i postupaka za postizanje optimalne duhovne i tjelesne dobrobiti za pojedinaca (Bartoluci i Čavlek, 2007.). Danas igra značajnu ulogu u turizmu, kroz različite sadržaje dolazi do obogaćivanja turističke ponude. Razvojna dinamika wellnessa rezultat je načina života koji je zaprijetio integritetu čovjeka izloženog brojnim negativnim utjecajima. Ubrzani životni tempo, ekološko zagađenje, nedovoljno kretanje, ali i posebno izloženost sve više stresu ugrozilo je psihičko i fizičko zdravlje. Izlaz iz svega toga se upravo traži u sadržajima slobodnog vremena, pri čemu je wellness „odgovor“ na aktualne potrebe modernog turista. U suvremenom turizmu razvio se pojam wellness turizam koji se definira kao “putovanja s intencijom ostvarivanja ravnoteže i harmonije mentalnih, emocionalnih, fizičkih i duhovnih vrijednosti čovjeka“ (Bartoluci i Čavlek, 2007.) Wellness turizam se odvija pretežito u hotelima i lječilištima, ali i wellness centrima koje karakterizira visoka razina uređenja, visoka kvaliteta usluga, vrhunska oprema te sadržaji poput masaže, tretmana ljepote, saune, bazena i fitnessa.

Lječilišni turizam definira se kao vrsta složene zdravstvene i turističke aktivnosti koja se provodi u prirodnim lječilištima, u kojima ključno mjesto zauzima liječenje i rehabilitacija različitih bolesti i bolesnih stanja, oporavka i sprečavanja bolesti uz stručnu primjenu prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne medicine i rehabilitacije (Kunast i Tomljenović, 2011.). Ovaj oblik liječenja ima tradiciju od 16. stoljeća u svijetu (Bath u Engleskoj), a u Hrvatskoj već u antičko vrijeme Varaždinske

Toplice bile su poznate kao termalno kupalište Aquae Iasae (Kunst i Tomljenović 2011.), a o njihovom značaju govori i podatak da ih je u 4. stoljeću obnovio rimski car Konstantin. Može se ustvrditi da upravo lječilišni turizam predstavlja temelj vjerodostojnosti hrvatske zdravstveno-turističke ponude.

Medicinski turizam se odvija u medicinskim ordinacijama, klinikama/poliklinikama i specijalnim bolnicama te podrazumijeva putovanja u druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite. Uključuje primjerice, parcijalne kirurške zahvate, ali i stomatološke, kozmetičke, psihijatrijske i alternativne tretmane/zahvate, sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka. Danas je brzorastući segment zdravstvenog turizma od čak 15 % godišnje te se kretanja uravnoteženo odvijaju tijekom cijele godine (Institut za turizam, 2014.). Primarna motivacija putovanja pojedinca na upravo ovakve medicinske tretmane moguće je svrstati u nekoliko glavnih kategorija (Institut za turizam, 2014.):

- cjenovna prednost - opći rast dohotka stanovništva koji omogućava potrošnju na dodatne usluge te mnoge vodeće receptivne destinacije medicinskog turizma u krugu su zemalja s relativno visokim cijenama zdravstvenih usluga.
- veća kvalitete usluga – nepovoljan odnos plaćenog i dobivenog u javnim zdravstvenim sustavima, i vrhunske zdravstvene usluge u odnosu na one koje su dostupne u domicilnoj zemlji. Kao što su stručnost medicinskog i pomoćnog osoblja, opremljenost zdravstvenih objekata te stupanj razvoja komplementarnih usluga (npr. smještaja, prehrane, prijevoza itd.).
- kraći rok dobivanja medicinske usluge - u većini slučajeva zbog duge liste čekanja na tretman, ali i nemogućnost da se pojedini zahvati/tretmani realiziraju u vlastitoj zemlji.

Nacionalna strategija razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj prepoznaje tri terminologije zdravstveno turizma (Ministarstvo turizma, 2014.):

1. 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.

2. 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 slično.
3. Wellness turizam (odvija se pretežito u hotelima i lječilištima) - podrazumijeva postizanje tjelesne i duhovne ravnoteže, pri čemu treba razlikovati medicinski od holističkog wellnessa.

Danas je izučavanje zdravstvenog turizma u znanstvenoj literaturi zahtjevno i kompleksno, ali i dosta dojmljivo područje. Ta je činjenica vidljiva 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 (Mažar, 2016.) Za većinu autora tako medicinski turizam predstavlja 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 (Mažar, 2016.) Zdravstveni turizam kroz holistički pristup uključuje brigu o zdravlju, tretmane ljepote, dijete, detoksikaciju, talasoterapiju i kinetičku terapiju, odnosno različite wellness tretmane (Mažar, 2016.).

Zdravstveni turizam temeljen je na smještajnim kapacitetima, prirodnim lječilištima, medicinskom nadzoru i uvjetima za provođenje zdravstvenih programa praćenih brojnim pomoćnim uslugama (Mažar, 2016.). Vidljivo je da je ovom definicijom obuhvaćena i ponuda medicinskog, lječilišnog i wellness turizma.

2.3. Zakonski okviri i regulativa zdravstvenog turizma

Uspješan razvoj turizma pretpostavlja kvalitetan razvojni plan ili strategiju koja je fleksibilna i temeljita (Cooper, 2008: 249). 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 (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 56). U Hrvatskoj još uvijek nema raspoloživih i dovoljno vjerodostojnih podataka o temeljnim značajkama poslovanja i zadovoljstva korisnika uslugama pružatelja usluga zdravstvenog turizma (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 56). Takvo stanje bitno otežava donošenje razvojnih odluka, a time i upravljanje razvojnim procesom (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 56).

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 (Sabor.hr, 2016.). 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 (Sabor.hr, 2016.).

Za razvoj zdravstvenog turizma i obavljanje djelatnosti koje ovaj oblik turizma podrazumijeva prvenstveno je nužna suradnja Ministarstva zdravlja i 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 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 su procesom (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 56) : Zakon o pružanju usluga u turizmu, Zakon o

ugostiteljskoj djelatnosti i Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“:

a) **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) 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.

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

c) **Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine „hoteli“ (NN 56/16), čl. 27, st. 1** - 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 vrste (NN 56/16), čl. 27, st. 1): 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“ (NN 56/16), čl. 27, st. 1) . Vrste lječilišni hotel i lječilišni aparthotel mogu imati depandanse (NN 56/16), čl. 27, st. 1.) 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. Pravilnik razlikuje i hotele posebnog standarda, a vezano uz pružanje usluga u zdravstvenom turizmu, to su (NN 56/16), čl. 27, st. 1) : 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. Kategoriziranom objektu koji ima dodatne sadržaje, uređenje, opremu, uređaje i usluge prilagođene posebnim zahtjevima gosta mogu se utvrditi posebni standardi. Posebni standard može se utvrditi za vrste 171: hotel baština (heritage), difuzni hotel, hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartmani i integralni hotel (udruženi). Posebni standard za objekt utvrđuje se na zahtjev ugostitelja. Jedan objekt može imati najviše četiri vrste posebnih standarda. Objekt mora ispunjavati uvjete propisane ovim Pravilnikom za svaku vrstu posebnog standarda osim u uvjetima koji su istovjetni za više posebnih standarda. Hoteli posebnog standarda iz domene zdravstvenog turizma mogu imati depandansu i ona mora ispuniti uvjete za kategoriju objekta.

Ministarstvo zdravstva 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 zdravstva 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 (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9). Referentni centar za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor Ministarstva zdravstva nalazi se u sklopu SB Thalassotherapie Opatija, a predstavlja mjesto stručnog, znanstveno-istraživačkog i nastavnog rada vezanog uz razvoj zdravstvenog turizma (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9). Ministarstvo zdravstva donijelo je sljedeće zakone i pravilnike koji su važni za obavljanje djelatnosti iz sfere zdravstvenog turizma (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 10): 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.

- a) **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) Zakon regulira pružanje zdravstvenih usluga u turizmu, pri čemu zdravstvena usluga u turizmu ne uključuje usluge ugostiteljstva i smještaja. U Zakonu o zdravstvenoj zaštiti piše da specijalne bolnice i lječilišta mogu pružati usluge u turizmu u skladu s posebnim propisima. 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. 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 (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. 5). 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 (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. 6). Zdravstvene

usluge u turizmu mogu pružati samo izvan punog radnog vremena ugovorenog sa Zavodom.

- b) **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) (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9). 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 (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08), čl. 30, st. 2). 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) (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9). Zakon o fizioterapeutskoj djelatnosti utvrđuje da fizioterapeuti, fizioterapeutski tehničari, radni terapeuti i maseri mogu svoju djelatnost provoditi i izvan sustava zdravstvene zaštite u okviru prevencije i promocije zdravlja (privatna djelatnost) (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9) Zakon o liječništvu uređuje pojam, ustrojstvo i uvjete za obavljanje liječničkog zvanja te utvrđuje uvjete otvaranja privatnih ordinacija i klinika (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9). 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) (Akcijski plan razvoj zdravstvenog turizma, 2014: 9)

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 liječilišta. 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 Nacionalni *plan razvoja kliničkih bolničkih centara, kliničkih bolnica, klinika i općih bolnica u Republici Hrvatskoj 2015.-2016.*, 2015). U dugoročnom razdoblju planiranja do 2020. godine, nakon što promjene koje navodi ovaj Nacionalni plan postanu operativne, bit će potrebno procijeniti i sve ostale

zdravstvene ustanove (*Nacionalni plan razvoja kliničkih bolničkih centara, kliničkih bolnica, klinika i općih bolnica u Republici Hrvatskoj 2015.-2016.*, 2015.). 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. Razvoj svih bolničkih ustanova u Hrvatskoj koje nisu obuhvaćene Nacionalnim planom definira se zasebnim planskim i operativnim dokumentima na razini Ministarstva zdravstva.

2.4. Trendovi u zdravstvenom turizmu

Ljudi su kao potrebiti za zdravstvenim uslugama su oduvijek bili povezani s prirodom i njezinim ljekovitim činiteljima koje su koristili u zdravstvene svrhe (Ivanišević, 2014.). U razvijenom turističkom svijetu zdravlje se danas shvaća holistički, kao fizičko, mentalno i duhovno blagostanje koje sa sve većim protokom vremena ima sve snažniju i diferenciranu cijenu. Održavanje i unaprjeđenje svake komponente ljudskog zdravlja putem oporavka, odmora i postizanja vrhunske forme, osobito uz primjenu prirodnih ljekovitih činitelja, posebnih postupaka i liječničkog nadzora, pruža mogućnost turističkom gospodarstvu da na turističko tržište, ali i na tržište zdravlja stavi odgovarajuće turističke proizvode. Značajke tih proizvoda iskazuju se sintagmom „zdravstveni turizam“ (Kušen, 2006.) Turistički se putuje u potrazi za zdravljem, preventivno i kurativno, unutar vlastite zemlje i u inozemstvo (Kušen, 2006.).

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 (Ministarstvo turizma, 2014.).

Sljedeći ove glavne trendove u budućnosti će kroz narednih 30 godina na zdravstveni turizam utjecat će i sljedeći trendovi (Ministarstvo turizma, 2014.):

- 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.
- 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.

2.5. Konkurentnost turističke destinacije u zdravstvenom turizmu

Konkurentnost turističke destinacije u zdravstvenom turizmu je vrlo važna za njezin opstanak. Turizam kao sustav sastavljen je od tržišta, putovanja, turističke destinacije i marketinga pri čemu se pod turističkom destinacijom misli na splet objekata i atrakcija koje žele različite skupine posjetitelja, kao i na formuliranje politike i marketinško planiranje usmjereno k zadovoljenju tih želja (Cooper, 1998.) Turistička destinacija jedan je od elemenata turističkog sustava i to onaj koji potiče djelovanje cjelokupnog sustava, privlačenjem turista i motiviranjem njihova dolaska te povezuje sve njegove dijelove (Cooper, 1998.). Karakterizira je njezina dinamičnost prilagođavanjem preferencijama turista, odnosno zahtjevima tržišta te predstavlja konkurentnu jedinicu u turizmu.

Turisti današnjice su iskusniji i zahtjevniji pa turističko tržište svojom dinamikom čini da se ponuda i potražnja međusobno uvjetuju i sukladno tome mijenjaju. S jedne strane, ponuda prati promjene u preferencijama potražnje; dok s druge strane, potražnji rastu očekivanja i sve ju je teže zadovoljiti. Turisti usmjereni na zdravstvene usluge često očekuju ispunjenje svojih zahtjeva i interesa. U tom pravcu konkurentna atraktivnost turističke destinacije zdravstvenog turizma može se stvoriti afirmacijom vlastite kulturne baštine, (poput koncerata, izložbi itd.), povezivanjem turističke ponude s kulturnim identitetom, (povijesne tradicije, prirodne ljepote i lokalni običaji), događajima i manifestacijama, zabavnim programima, ali i s prirodnim činiteljima destinacije, kao i ponudom zdravstvenih usluga.

Turističke destinacije zdravstvenog turizma širom Europe natječu se za svoj tržišni segment paralelno s drugim destinacijama više nego ikad prije. Destinacije koje nude usluge zdravstvenog turizma su često smještene u kontinentalnom dijelu jer se tamo često razvijaju prirodni izvori koji su pogodni za razvoj zdravstvenih usluga turistima. Povećanje globalne pokretljivosti turista znači da novi konkurenti nastaju globalno, a ne samo lokalno, pa se samim time povećava i konkurentnost zdravstvenih destinacija u Europi. Prema tome, turističke se destinacije moraju suočiti s

konkurentskim izazovima svjetskog turističkog tržišta današnjice u pogledu zdravstvenog turizma.

Tijekom prošlosti konkurentnost turističke destinacije odražavala je uspješnost marketinške strategije. Razvojem zdravstvenog turizma, kao i sve većim bojem turističkih sudionika u zdravstvenom turizmu, ali i njihove interakcije, poimanje konkurentnosti kao nacionalne inačice, prošireno je na područje njezine ukupne uspješnosti u odnosu na konkurentne destinacije.

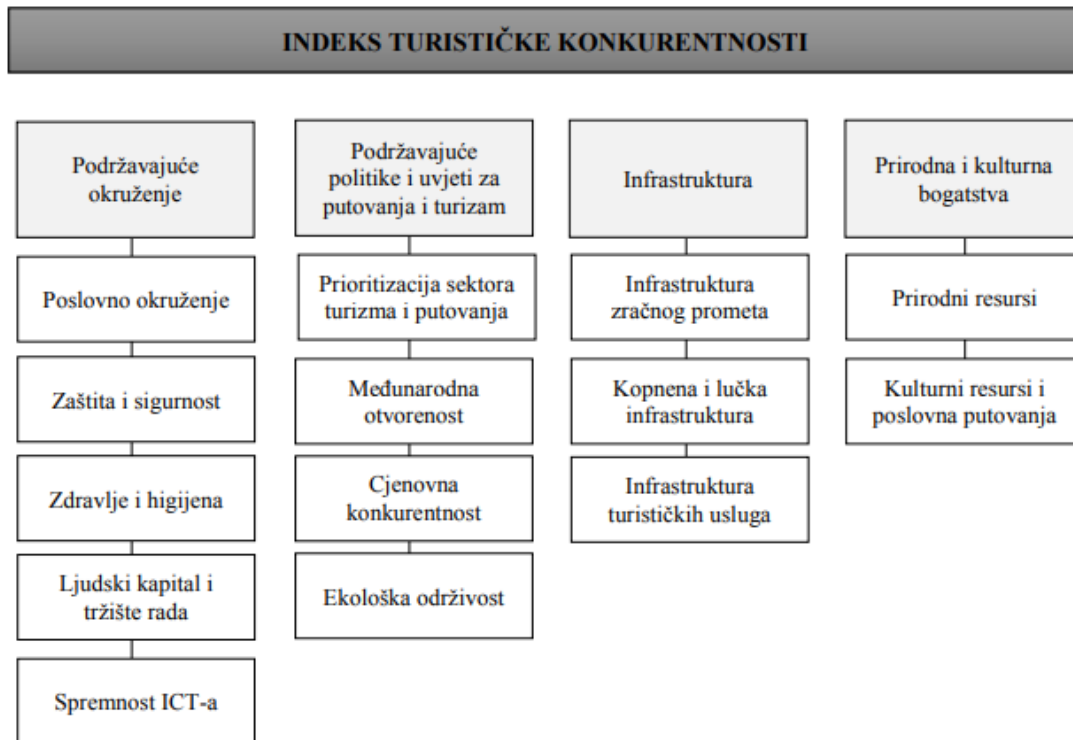
Prema definiciji OECD-a, konkurentnost je sposobnosti zemlje da u slobodnim i ravnopravnim tržišnim uvjetima proizvede robe i usluge koje prolaze test međunarodnog tržišta, uz istovremeno zadržavanje i dugoročno povećanje realnog dohotka stanovništva (Nacionalno vijeće za konkurentnost, 2019.). Dok turističku konkurentnost definiraju kao: „sposobnost destinacije da optimizira svoje atraktivnosti za rezidente i nerezidentne, dostavi kvalitetne, inovativne i atraktivne turističke proizvode potrošačima, te da stekne tržišni udio, kako na domaćem tako i na globalnom tržištu, pritom osiguravajući da se dostupni resursi na kojima počiva turizam koriste na efikasan i održiv način“ (Nacionalno vijeće za konkurentnost, 2019.).

Suvremeni pojam konkurentnosti turističke destinacije, uz određene dopune i prilagodbe turističkim specifičnostima, temelji se na Porterovom modelu konkurentnosti. Turističke specifičnosti se u ovom smislu odnose na agregatnu kategoriju s obzirom na to da je turistički proizvod rezultat ukupnosti djelovanja svih gospodarskih subjekata jedne destinacije, odnosno lancem vrijednosti, i na lokalitet koji ukazuje da se konkurentnost mjeri isključivo za pojedinačno geografsko područje obuhvaćeno granicama destinacije.

Sveobuhvatan okvir, koji uključuje indikatore za koje su se brojni teoretičari složili da su važni za destinacijsku konkurentnost, razvio je forum (engl. World Economic Forum – WEF) i Svjetski savjet za turizam i putovanja (World Travel and Tourism Council - WTTC), pod nazivom TTCI Indeks, te je rezultat jedanaestogodišnjeg rada. TTCI Indeks (engl. Travel and Tourism Competitiveness Index), odnosno indeks turističke konkurentnosti, mjeri set faktora i politika koje omogućavaju održivi razvoj sektora turizma i putovanja, koje doprinosi konkurentnosti ekonomije (WEF, 2017). Ovaj indeks sastoji se od ukupno 14 stupova koji su grupirani

u ukupno četiri kategorije kojima se mjeri uspješnost pojedine zemlje u sektoru putovanja i turizma.

Slika 3. Indeks turističke konkurentnosti 2017 (TTCI Indeks)



Izvor: WEF, dostupno na http://konkurentnost.hr/wp-content/uploads/2018/01/WEF_TTCR_2017_web_0.01-1-1.pdf, 07.03.2020.

Cilj ovih istraživanja i izvještaja je mjeriti konkurentnost zemalja svijeta, pratiti njihov napredak u tom kontekstu te davati smjernice za unapređenje trenutne pozicije. U današnjem globaliziranom svijetu informacije više nisu problem. Potrebno ih je prikupiti i usmjeriti potrebna sredstva u smjeru ostvarivanja raznih politika, projekata i ostaloga, što će doprinijeti rastu i razvoju pojedine zemlje.

2.6. Prirodni ljekoviti činitelji u zdravstvenom turizmu

Zdravstveni turizam temeljen je na smještajnim kapacitetima, prirodnim lječilištima, medicinskom nadzoru i uvjetima za provođenje zdravstvenih programa praćenih

brojnim pomoćnim uslugama (Mažar, 2016.). Vidljivo je da je ovom definicijom obuhvaćena i ponuda medicinskog, lječilišnog i wellness turizma.

Tablica 1. Prirodni ljekoviti činitelji zdravstvenog turizma

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

Kod razmatranja zdravstvenog turizma najvažniju ulogu u njegovu razvoju imaju prirodni resursi pa se stoga on najviše razvija u područjima i zemljama koje imaju more i morsku obalu pa mogu nuditi razne tretmane morskom vodom. Kako bi se pojasnio pojam zdravstvenog turizma može se uzeti i definicija iz 1994. koja glasi: „zdravstveni turizam nastoji pomoću prirodnih faktora okoline, klime i drugih ekoloških činilaca unaprijediti ili liječiti već narušeno zdravlje“ (Hrvatski lječilišni zbor, 2014.).

U zdravstvenom turizmu se danas na turističkom tržištu uvelike koriste povoljna djelovanja klime, sunca, termomineralnih voda, jezera, mora, algi, morskih i slatkovodnih peloida, ljekoviti činitelji biljaka, pijeska i naftalana. Korisnik je bilo koji turist (hotelski, u privatnom smještaju ili kampu) koji živi određenim načinom života i u skladu s time odvaja dio dana kako bi primijenio neke od spomenutih činitelja (Ivanišević, 2015.). Korisnik može biti zdrava osoba koja nastoji ojačati organizam i zadržati dobro zdravlje ili bolesna i kronično bolesna osoba kojoj spomenuti činitelji pružaju povoljne učinke na njihovo tjelesno, duhovno i duševno zdravlje. Korisnici su

uz to i najčešće iznad-prosječno obrazovani i dobro financijski situirani, putuju učestalo i redovito, na putovanju troše više od prosjeka, vode računa o zdravoj prehrani i zdravom načinu života, traže načine na koje će umanjiti stres i njegove posljedice te se žele osjećati dobro i biti zadovoljni svojim izgledom (Dujmović, 2014: 132).

2.7. Komercijalni oblici ponude zdravstvenog turizma uvjetovani aktualnim 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 *Zdravstveno - lječilišne turističke destinacije u Hrvatskoj*, 2011: 54). Prednosti zdravstvenog turizma mogu se kapitalizirati u turizmu i kroz jasnu suvremenu selektivnu ponudu zdravstvenih programa (Šipić, Zegnal i Knok, 2012: 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 način (*Zdravstveno - lječilišne turističke destinacije u Hrvatskoj*, 2011: 54):

- 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.

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 „*Zdravstveno - lječilišne turističke destinacije u Hrvatskoj*“.

2.8. Uloge dionika u zdravstvenom turizmu

Osnovna je zadaća dionika, odnosno subjekata zdravstvenog turizma da pruži korisniku željenu uslugu uz ispunjenje njegova slobodnoga vremena na najkvalitetniji mogući način. U ovom selektivnom obliku sezona nije presudna komponenta pružanja usluga zdravstvenog turizma pa je potrebno razvijati komplementarne ponude prema korisnicima usluga i izvan sezone. Za razvoj takvog turizma je potrebno je imati precizne informacije o subjektima koji djeluju u zdravstvenom turizmu određene destinacije.

Da bi se mogla pružiti cjelokupna turistička usluga destinacije, istu je potrebno poznavati. Tada specijalizirani posrednici mogu odigrati značajnu ulogu jer zdravstvo i turizam trebaju biti partneri u razvoju tržišta. Marketing ima ulogu detektiranja grupa ili dijelova tržišta kojima se može ponuditi zdravstvena usluga (Laws, 1996: 199). Turističke agencije su važan dio zdravstvenog turizma jer omogućavaju pacijentima da sudjeluju i koriste takvu vrstu turizma (International Medical Travel, 2020.). U slučaju zdravstvenoga turizma agencije mogu posredovati u pronalasku i organiziranju i to turizma (International Medical Travel, 2020.):

- pacijenata,
- smještaja za korisnika usluge,
- prijevoza za korisnika usluge,

- dodatnih sadržaja.

Da bi se dobile kvalitetne informacije o ponudi i korisnicima usluga zdravstvenog turizma u određenoj destinaciji, važno je prikupljanje podataka o turističkoj destinaciji. Upravo iz tog razloga zdravstveni turizam ne uključuje samo zdravstvenu uslugu nego i niz drugih usluga koje se nalaze na turističkoj destinaciji. Kako bi se identificiralo subjekte ponude, prvo se treba znati što se želi uključiti u proizvod koji se nudi korisnicima u zdravstvenome turizmu. Važno je dobiti odgovore na sljedeća pitanja (Rizvanović, 2016.):

- Tko su naši korisnici?
- Odakle dolaze?
- Što im je potrebno osigurati?
- Kako ispuniti njihovo slobodno vrijeme?
- Može li se još nešto uključiti u ponudu što bi izazvalo njihovo zadovoljstvo?

Na gore navedena pitanja potrebno je prepoznati precizne odgovore od strane specijaliziranih turističkih dionika zdravstvenog turizma, pa se može započeti s identifikacijom subjekata koje je potrebno uključiti u ponudu zdravstvenoga turizma. Najvažniji elementi ponude usluga zdravstvenog turizma su paleta proizvoda i usluga, lokacija, kategorizacija, certifikati, opremljenost, urednost, prvi dojam, stručnost, fleksibilnost, brzina, kvaliteta, profesionalnost, priznanja i drugi.

Kada se u zdravstvenom turizmu biraju subjekti za suradnju, potrebno je sastavljanje anketnog upitnika koji će dati odgovore na neke od osnovnih pitanja bitnih za pitanja selekcije. Isti mora biti kratak, jasan i jednostavan kako bi ga anketirani subjekti mogli brzo i lako ispuniti jer u suprotnome može doći do zamora onoga tko ispunjava anketu i neistinitih, nepotpunih ili nikakvih odgovora. Nakon prikupljanja ispunjenih anketnih listića važno je odabrati one koji će se detaljnije analizirati.

Svaki poslovni sustav ima pretpostavke što očekivati od zdravstvenih turista, a što bi trebalo izbjeći kod poslovnih suradnika pa će tako anketnim listićima izvršiti „brzu selekciju“ i radi uštede vremena i korištenja toga istog vremena na analizu potencijalnih suradnika. Tako će anketni listići izdvojiti samo potencijalne subjekte koji

zadovoljavaju željene kriterije. Sve prikupljene anketne upitnike treba arhivirati u slučaju da se ukaže želja ili potreba za suradnjom s nekim od analiziranih subjekata.

Analiza pojedinačnoga subjekta uglavnom ovisi o preferencijama poslovnoga sustava koji želi ostvariti suradnju. Ovisno o tome odabrat će suradnika za kojega misli da u najvećoj mjeri zadovoljava njegove želje i potrebe. Prilikom osobnoga odlaska i pregleda objekta moguće je uočiti (Rizvanović, 2016: 14):

- čistoću objekta,
- susretljivost osoblja,
- organizaciju rada,
- odnose među zaposlenicima,
- profesionalnost,
- pozitivan ili negativan prvi dojam,
- ugodnu ili neugodnu atmosferu,
- razinu stresa.

Nakon provedbe anketa i analize potreba, u zdravstvenom turizmu su vrlo bitni animacijski programi. Isti su u ponudi zdravstvenoga turizma, posebice u vrijeme kada zdravstveni turizam jača kao selektivni oblik turizma. Budući da su suvremeni zdravstveni turisti svestrani i zahtjevni, animacijski programi upotpunjuju turističku ponudu pa ju je potrebno razvijati i prilagođavati korisnicima. U šarolikosti ponude zdravstvenih usluga korisnik usluga u zdravstvenome turizmu treba pomoć, odnosno treba ga uputiti na ponudu koja sadržava fizičko i psihičko opuštanje ili razonodu.

U doba suvremenog turizma destinacije koriste animacijske programe i putem animacijskih programa stvaraju niz jedinstvenih vrijednosti, odnosno niz doživljaja vrijednih pamćenja koji će korisnicima usluga ostati u sjećanju nakon što završe zahvate i napuste destinaciju. Svaki će animacijski događaj nudi jedinstveni doživljaj, a sustav doživljaja kategorizira se prema tome je li korisnik usluge prilikom animacijskoga programa bio aktivan, pasivan ili fizički angažiran doživljajem.

Sustav doživljaja dijeli se na (Rizvanović, 2016: 16):

- zabavu: *show* program, koncerti, pjevanje,
- edukaciju: izlaganja, radionice, seminari,
- estetizam: izleti, kušanje vina, posjet gradu,
- eskapizam: razne igre, natjecanja, olimpijade.

Postoje određeni primjeri sustava doživljaja prilikom pružanja zdravstvene usluge, a oni obuhvaćaju:

1. zabava: prisustvovanje predstavi lokalnog folklornog društva
2. edukacija: tečaj svladavanja stresa, tečaj prehrane, radionica relaksacije
3. estetizam: *wellness day*, razne masaže, razne saune
4. bijeg: joga, aerobik, tai-chi.

Tablica 2. Animacijski programi koji se nude korisnicima

Animacija (trajanje)	Vremenski obuhvat	Razine participacije (klijenti)	Razine animacije
Dnevno	Jednom dnevno u nekome određenom periodu (jutro, popodne, navečer)	Dobro fizičko i psihičko stanje korisnika usluge	Aerobik u vodi, joga, karaoke, društvene igre, sportovi i radionice i sl.
Učestalo	Svakodnevno ili povremeno	Više slobodnoga vremena Bolje fizičko i psihičko stanje	Posjet gradu, izleti, (obilazak vinskih cesta, odlazak u restoran i sl.)
Kontinuirano	Periodično	Puno slobodnoga vremena korisnika usluga Odlično fizičko i psihičko stanje	Putovanja do nacionalnog parka, povijesnoga lokaliteta, atraktivne udaljene destinacije i sl.

Izvor: Izrada autora

Svaku organizaciju animacijskih programa potrebno je prilagoditi zahvatima kojima će se korisnik usluga podvrgnuti u zdravstvenom turizmu. Svaki korisnik zdravstvenih usluga ima drugačiju reakciju na zahvat, što ovisi o fizičkome i psihičkome

stanju pojedinca, imunološkom sustavu i o brojim drugim čimbenicima. Programi trebaju biti koncipirani tako da se korisnik može i želi uključiti. Stoga je priprema plana ispunjenja slobodnoga vremena korisnika animacijskim programima gotovo najvažnija aktivnost.

3. KONKURENTNOST ZDRAVSTVENOG TURIZMA U EUROPI I SVIJETU

Zdravstveni turizam je jedan od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma u svijetu. Ovaj oblik turizma bilježi godišnji rast od 15 do 20% (Ministarstvo turizma, 2016.). 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 (Ministarstvo turizma, 2016.)

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 (Madžar, Lazibat i Mikulić, 2016: 192). Pacijenti iz bogatijih i razvijenih zemalja putuju u manje razvijene zemlje radi dostupnosti zdravstvenih usluga (Madžar, Lazibat i Mikulić, 2016: 192). 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 (Madžar, Lazibat i Mikulić, 2016: 192). Tome pridonose pristupačni tretmani, jeftini letovi i velika širina dostupnih informacija (Madžar, Lazibat i Mikulić, 2016: 192). Ipsos je u anketi provedenoj 2012. godine na 18 713 ispitanika iz 24 zemalja svijeta provjerio interes i stajališta o zdravstvenom turizmu (Medicinski turizam, 2016: 5). 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 (Medicinski turizam, 2016: 5.) 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 (Medicinski turizam, 2016: 5.)

Najmanje zainteresiranih bilo je u Japanu (20% ukupno, s tim da je samo 3% bilo sigurno), Južnoj Koreji, Španjolskoj, Francuskoj i Švedskoj (Medicinski turizam, 2016: 5.)

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 (Medicinski turizam, 2016: 5.)

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%) (Flesh Eurobarometar, 2015.).

Kao glavne motive putovanja navedeno istraživanje je označilo wellness, spa i zdravstvene tretmane, i to decidirano 13% ispitanika. 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 s 9% za navedene motive (Flesh Eurobarometar, 2015.)

Kada se u obzir uzme godišnji prosjek starosti turista koji prakticiraju zdravstveni turizam, 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%).

Tablica 3. 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 autora prema: *UNWTO Tourism Highlights 2016. Edition*, UNWTO, Madrid, 2016., str. 3, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, pristupljeno: 08.03.2020.

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 (Medicinski turizam, 2016: 5.) 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 (Medicinski turizam, 2016: 5.)

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 specijalizirale za zdravstveni turizam. One su posrednici koji povezuju posjetitelje i klinike u kojima se obavljaju zdravstveni zahvati (Krajnović et. al, 2015: 65).

3.1. Zdravstveni turizam u svijetu i aktualni trendovi 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 uvećati (Medicinski turizam 2015: 9): 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 slično.

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) (Medicinski turizam 2015: 9). 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) (Medicinski turizam 2015: 10).

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 edukaciju (npr. program „Health & Wellness Destination Guides“), certifikacije i druge aktivnosti za razvoj ovog oblika turizma (Medicinski turizam 2015: 1). 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 (Medicinski turizam 2015: 10) Prema očekivanjima rast će se nastaviti i to 25% godišnje do 2025. godine (Medicinski turizam 2015: 10).

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 (Medicinski turizam 2015: 10).

U MTJ-u se nisu slagali ni s 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 (Medicinski turizam 2015: 10). Njihov stručnjak koji proučava ovo tržište već 10 godina predviđa rast između 5 i 7 milijardi američkih dolara godišnje. 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.

Svjetska wellness industrija bilježi sve veće prihode. Razlozi se kriju u rastućoj srednjoj klasi i promjeni stavova potrošača o zdravlju, prehrani, gubitku težine te komplementarnoj i alternativnoj medicini. 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. 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 (4seasonscroatia.com., 2020.)

Wellness turizam u svijetu bilježi zaradu od 439 milijardi američkih dolara i očekuje se rast do 678,5 milijardi do 2017. godine (The Case for Responsible Travel, 2020). Wellness na svjetskoj razini zapošljava oko 11,7 milijuna ljudi, a u ukupnoj svjetskoj ekonomiji generira zaradu od 1 300 milijardi američkih dolara. Wellness turisti troše 130% više od prosječnog turista (The Case for Responsible Travel, 2020). 71% turističkih agenata iz Sjeverne Amerike i Europe tvrdi da su turisti sve više upoznati s wellness turizmom, a čak 83% njih je spremno platiti više za wellness. U 2015. godini su se u wellness turizmu istaknule Kostarika i Tajland (The Case for Responsible Travel, 2020).

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 (Globalwellnessinstitute, 2020.).

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 održao se od 17. do 19. listopada u Austriji pod nazivom „Back to the Future“ (Globalwellnessinstitute, 2020.).

Prema istraživanju Global Spa & Wellness Economy Monitoru koje je za Global Wellness Institut izradila međunarodna istraživačka tvrtka SRI International 2014. godine, vrijednost wellness industrije u 2013. godini dosegla je 3 400 milijardi

američkih dolara (Globalwellnessinstitute, 2020.). Broj turista koji su putovali unutar države i u inozemstvo zbog wellnessa iznosio je 586,5 milijuna i narastao je za 12% u odnosu na 2012. godinu pokazalo je navedeno istraživanje (Globalwellnessinstitute, 2020.). To predstavlja rast 36% brži od rasta broja ukupnih turističkih putovanja koje je procijenjeno na 9%. Izdaci na putovanjima iznosili su 494,1 milijardu američkih dolara, što je za 13% više u odnosu na 2012. godinu.

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.

3.1.1. Rizici zdravstvenog turizma u svijetu

Prilikom izbora neke inozemne zdravstvene institucije u kojoj se namjerava obaviti neki liječnički zahvat, osim same cijene, prije svega vodi se računa o stručnoj akreditaciji te ustanove, iskustvu liječnika i postotku uspješnih izlječenja ili provedenih zahvata, ali i osiguranju liječnika u matičnoj zemlji za eventualne postoperativne komplikacije (Krajnović et. al., 2016: 22). Najveća prijetnja korištenja medicinskih usluga u drugoj zemlji za korisnika je moguća nesigurnost, odnosno mogućnost dobivanja neadekvatne zdravstvene usluge u odnosu na očekivanu (Krajnović et. al., 2016: 22). 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 (Krajnović et. al., 2016: 22). 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 (Krajnović et. al., 2016: 22).

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 svjetskog zdravstvenog turizma

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 Commission International (JCI) koja je akreditirala preko 300 klinika u svijetu (Krajnović et. al., 2016: 22).

Svjetska zdravstvena organizacija također sudjeluje u procesu akreditiranja i certificiranja zdravstvenih ustanova (Krajnović et. al., 2016: 22). 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). Tu je i MTQA (Medical Travel Quality Alliance) (Krajnović et. al., 2016: 22).

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). 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 (Krajnović et. al., 2016: 22). 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 (Krajnović et. al., 2016: 22).

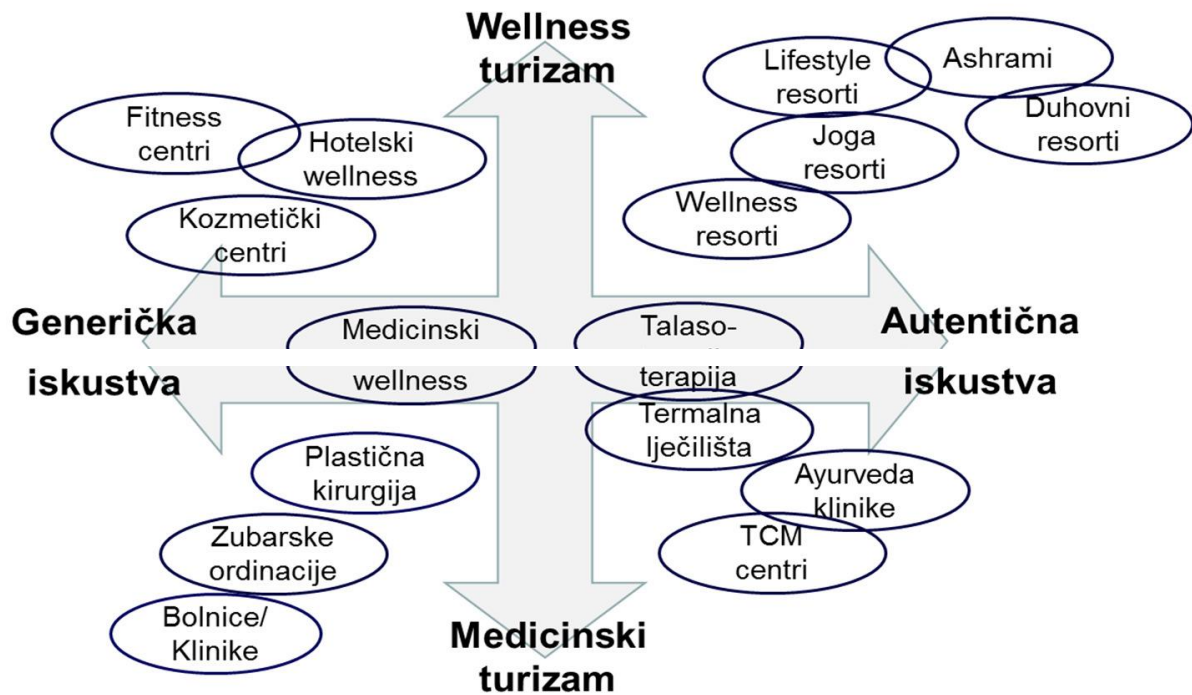
3.2. Zdravstveni turizam u Europi

Europa je najjača svjetska regija zdravstvenog turizma s tradicijom koja seže od doba antike, preko nastanka 'spa gradova' kao što su Bath, Karlovy Vary ili Baden

Baden tijekom 16. i 17. stoljeća, razvoja velikog broja lječilišnih mjesta u 19. stoljeću, do današnjeg vremena u kojem zdravstveno-turističko putovanje postaje sve masovniji i uobičajeniji oblik odmora posvećenog regeneraciji. Cijeli je ni razloga, što proizlaze iz obilježja suvremenih razvijenih društava, koji potiču danas očitu 'eksploziju industrije zdravlja, uključujući i zdravstveni turizam. Svakako su to (Geić, 2011.):

- Demografske promjene, odnosno sve duži životni vijek stanovništva i nikada u povijesti razvijenih zemalja toliko velik udio starije populacije. U Europi je danas oko 18% stanovništva starije od 65 godina, prognozira se porast njihovog udjela na 28% u 2020., odnosno na oko 1/3 populacije do 2060.
- Ekonomske promjene, odnosno razvoj 'društva blagostanja' s rastućom srednjom klasom koja raspolaže dovoljnim prihodom i slobodnim vremenom za zdravljem motiviranim putovanjima.
- Mentalni sklop 'baby boom' generacije, kao danas najveće i ekonomski najpotentnije demografske skupine, koja želi ostati 'vječno mlada' te je izrazito orijentirana na vlastito zdravlje i zdravstvenu prevenciju.
- Nezdravi životni stilovi, odnosno manjak slobodnog vremena, izloženost stresu, tehnologija koja nas 'ne pušta na miru' te loše prehrambene navike koje zajedno pridonose nizu 'novih' bolesti poput pretilosti, dijabetesa B, nesаницe i psiholoških problema.

Slika 4. Kompleksnost europskog tržišta zdravstvenog turizma



Izvor: Global Spa and Wellness Summit: European market of health tourism, dostupno na www.globalspaandwellnesssummit.org, pristupljeno 08.03.2020.

Iako je uslijed međunarodne neusklađenosti terminologije i statistike teško pouzdano govoriti o veličini zdravstvenog turizma u Europi, određeni raspoloživi izvori koji prate turizam 'zdravlja i wellnesa' ukazuju da se radi o oko 200 milijuna (domaćih i inozemnih) putovanja godišnje i ukupnoj potrošnji od oko 115 milijardi Eura, s projekcijom godišnjeg rasta od 7% do 2017. godine (Institut za turizam, 2014.). Pri tome, najveća europska emitivna tržišta uključuju Njemačku, koja generira gotovo polovicu ukupnih putovanja i trećinu potrošnje, a zatim Francusku, Veliku Britaniju, Austriju, Švicarsku i Rusiju. Prosječan europski zdravstveni turist je dobrostojeći, obrazovan pojedinac srednjih godina. Orijentiran je na zdravstveno-turističku ponudu u vlastitoj zemlji ili u drugim europskim zemljama i spreman je potrošiti i do 130% više po putovanju od prosječnog odmorišnog gosta. Činjenica je, međutim, da su putovanja motivirana zdravljem danas izražena među svim generacijskim skupinama iako se njihove potrebe ipak razlikuju.

3.2.1. Dosadašnji trendovi razvoja u Europi i motivi putovanja

Danas je na turističkom tržištu prisutno mnogo razloga zbog kojih se zdravstveni turizam sve više razvija u modernoj Europi. Demografske promjene su najvažniji takav razlog. Danas se u Europi produžio se životni vijek stanovništva i nikada u povijesti europskih razvijenih zemalja nije bilo tako velikog udjela starije populacije kao danas. 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 (Ministarstvo turizma, 2014.). 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 (Ministarstvo turizma, 2014.)

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 (Ministarstvo turizma, 2014.) 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 drugi (Ministarstvo turizma, 2014.).

Danas su svi turisti sve snažnije orijentirani na zdravi način života, pa dolazi do značajne proaktivnosti u svrhu održavanja fizičkog i mentalnog zdravlja što postaje nova društvena vrijednost i životni stil.

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 (Ministarstvo turizma, 2018.). 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. 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 (Ministarstvo turizma, 2018.).

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%) (Flesh Eurobarometar, 2015.).

Kao glavne motive putovanja navedeno istraživanje je označilo wellness, spa i zdravstvene tretmane, i to decidirano 13% ispitanika. 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 s 9% za navedene motive (Flesh Eurobarometar, 2015.)

Kada se u obzir uzme godišnji prosjek starosti turista koji prakticiraju zdravstveni turizam, 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%).

3.2.2. Usluge zdravstvenog turizma u Europi

Zdravstveni turizam nudi izrazito povoljne usluge unutar domicilne zemlje, ali van mjesta prebivališta, ali i isto tako povoljne zdravstvene usluge u inozemnim zemljama. Na taj način turisti posežu za određenim zdravstvenim uslugama van svoga mjesta jer su ocijenili kako postoji kvalitetnija zdravstvena usluga po pristupačnijoj cijeni od one što se nudi u njihovom mjestu, a na istu ne moraju čekati. Potražnja za uslugama zdravstvenog turizma u Europi koncentrirana je na nekoliko specijalnosti iako podaci o značaju pojedinih usluga variraju ovisno o izvoru. Stomatologija i estetska kirurgija najtraženije su medicinske usluge, a tretmani tijela i fitness najpopularniji su segmenti wellnesa, kako je vidljivo u tablici 4.

Tablica 4. 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. trijatlون, cross-fit i sl.)

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

Čimbenici koji kod turista utječu na njihovu 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. Isto tako, 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.

3.2.3. Konkurentne destinacije zdravstvenog turizma

Hrvatska je dio jedne od najrazvijenijih regija zdravstvenog turizma u Europi. Istovremeno to znači da je okružena vrlo jakim konkurentima, uključujući prije svega susjedne Sloveniju i Mađarsku, a zatim i Austriju, koje, uz dugogodišnju tradiciju zdravstvenog turizma, također značajno ulažu u ovaj sektor tijekom proteklih dvadesetak godina. Uz njih, zdravstveni, a posebice medicinski turizam, postaje fokus

i u širem okruženju, odnosno u zemljama poput Poljske, Češke, ali i Rumunjske, Bugarske te, naročito, Turske.

1) Slovenija

Zdravstveni turizam najbrže je rastući segment slovenskog turizma. Nakon osamostaljenja, Slovenija je prošla dva ciklusa u razvoju ponude. Sredinu 1990.-tih obilježila je privatizacija i prvi val investicija, a sredinu 2000.-tih, nakon ulaska u EU, slijedio je drugi investicijski ciklus. Danas se 85% noćenja u topličkim kompleksima realizira iz komercijalnih kanala (umjesto državnog zdravstvenog osiguranja). U Sloveniji su najpoznatije brojne destinacije zdravstvenog turizma (Institut za turizam, 2014.):

- Lječilišta/Terme: 15 'naravnih zdravilišča' ili velikih topličkih kompleksa s objedinjenom ponudom zdravstvenih, wellness, rekreacijskih i smještajnih sadržaja
- Wellness/Spa: Oko 90 wellness centara pretežito u hotelima i u sklopu lječilišta
- Medicinski turizam: Slovenija se pozicionira kao nova destinacija medicinskog turizma, ističući specijalizaciju u stomatologiji, ortopediji i sportskoj medicini te u oftalmologiji. U tijeku su značajna nova ulaganja u objekte i u opremu.

2) Mađarska

Tradicionalno orijentirana na termalnu lječilišnu ponudu, Mađarska od 1990.-tih kontinuirano ulaže u revitalizaciju i razvoj zdravstvenog turizma. U Mađarskoj su najpoznatije brojne destinacije zdravstvenog turizma (Institut za turizam, 2014.):

- Lječilišta/Terme: 12 'spa' gradova (uključujući Budimpeštu); tradicionalna lječilišna ponuda nadograđena je wellness sadržajima i rekreacijom baziranoj na vodi (npr. Aquapolis, Aquapark)
- Wellness/Spa: Ponuda je široko prisutna u hotelima
- Medicinski turizam: Intenzivan razvoj i promocija medicinskog turizma. Mađarska se pozicionira kao 'europsko središte stomatologije', uz koju se također ističu specijalizacije u plastičnoj kirurgiji, oftalmologiji, ortopediji i IVF tretmanima

3) Austrija

Austrija se ubraja među najrazvijenije destinacije zdravstvenog turizma ne samo u Europi, već i na te se njezini modeli razvoja ovog proizvoda koriste i u razvoju drugih zemalja.

- Lječilišta/Terme: 30 'bad' gradova s ponudom kombiniranih lječilišnih, wellness, rekreacijskih i zabavnih sadržaja
- Wellness/Spa: Vrlo široko prisutna ponuda u sklopu lječilišta i svih oblika smještaja (od visoko kategoriziranih hotela do obiteljskog smještaja)
- Medicinski turizam: Visoko cijenjena destinacija uz priznatu stručnost kadrova i suvremeno opremljene poliklinike i ordinacije. Ističu se kirurgija, onkologija, ortopedija i IVF. Ponudu predvodi privatni sektor (javno zdravstvo je usmjereno na domaću populaciju). Usmjerava se na potražnju iz CEE država i s Bliskog Istoka.

Svoju lidersku poziciju Austrija nastoji očuvati fokusom na besprijekornu kvalitetu i stalnom inovacijom proizvoda kao što je, primjerice, u ovo vrijeme prisutna tendencija nadopunjavanja klasičnih tretmana s edukacijom ili kulinarstvom kako bi se pridonijelo promjeni životnog stila i 'trajnijim' koristima zdravstveno-turističkog boravka. Medicinski turizam smatra se proizvodom s visokim potencijalom rasta i budućim važnim usmjerenjem.

Usmjerenost na medicinski turizam može se smatrati dominantnim obilježjem sadašnjih kretanja u zemljama poput Poljske, Češke i Turske koje u širem konkurentskom okruženju Hrvatske najagilnije razvijaju zdravstveni turizam. Koristeći EU fondove, Poljska i Češka značajno su podigle kvalitetu svojih medicinskih ustanova te se uz percipiranu dobru kvalitetu medicinskih usluga, uz 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 novi europski 'hubovi' za plastičnu kirurgiju, stomatologiju, ortopediju i IVF ciljajući pacijente iz SAD-a, Velike Britanije, Njemačke i Rusije. Turska se pokazuje kao jedan od najagresivnijih ponuđača medicinskog turizma koja jednako snažno ulaže u objekte, kvalitetu usluge i prepoznatljivost te danas raspolaže s najviše prestižnih JCI certifikata za bolnice u Europi (Mintel, 2014.). Temeljem njihove resursne osnove i tradicije, Rumunjska, Bugarska i Srbija mogu se ubrojiti u potencijalne buduće konkurente na tržištu zdravstvenog turizma. Naime, iako njihov potencijal za sada nije razvijen niti međunarodno prepoznat, Rumunjska raspolaže s oko 3000 termalnih i mineralnih izvora u 70-tak lječilišnih destinacija, Bugarska je zemlja s velikim brojem mineralnih izvora i izdašnosti ljekovitog blata, a Srbija također njeguje tradiciju termalizma.

4) Velika Britanija

Zemlja ima sljedeća obilježja tržišta zdravstvenog turizma (Mintel, 2014.):

- Potražnja za zdravstveno-turističkim uslugama u inozemstvu
- Struktura zdravstveno-turističkih usluga u inozemstvu u ponudi facilitatora/agencija
- Profil klijenata
- Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma
- Potražnja za zdravstveno-turističkim uslugama u inozemstvu
- Zdravstveno-turističke usluge koje Britanci kupuju u inozemstvu ovise prije svega o uslugama koje pokriva nacionalno zdravstveno osiguranje.
- Interes klijenta za obavljanjem medicinskih zahvata u inozemstvu mijenja se i s društvenim normama, ovisno o zakonima te promjenama u ponudi i dostupnosti inozemnih destinacija.
- Potražnja za zdravstveno-turističkim uslugama u inozemstvu i ponuda facilitatora/agencija vrlo su slične. U strukturi zdravstveno-turističkih usluga koje intervjuirani facilitatori/agencije nude u inozemstvu dominiraju plastična kirurgija, stomatologija i transplantacija kose (oko 80%). U manjem obujmu slijede ortopedija i lasersko skidanje dioptrije. Ovakav volumen potražnje reflektira se u strukturi prihoda facilitatora/agencije.
- Primjetan je rast ponude nekih novih zdravstvenih usluga u inozemstvu, pri čemu se naročito ističu IVF i surogatstvo.

Profil klijenata zdravstvenog turizma Velike Britanije je sljedeći (Mintel, 2014.):

- Dobni raspon klijenata vrlo je širok, obuhvaćajući pojedince između 18 i 65 godina. Općenito govoreći, mlađi klijenti su više zainteresirani za plastičnu kirurgiju, a stariji za rješavanje zdravstvenih tegoba. Raspon klijenata u odnosu na platežnu moć također je vrlo širok.
- Najvažniji motivi za kupnju usluga u inozemstvu su niže cijene te nedostupnost ili duge liste čekanja na zahvat u Velikoj Britaniji.

- Ključni kriteriji klijenata za odabir mjesta zahvata su iskustvo i kvaliteta liječnika, dostupnost destinacije, posebice raspoloživost izravnih letova iz Velike Britanije, visoka vrijednost za novac te dobro poznavanje engleskog jezika. Ukoliko je rizičnost zahvata niska, tada je glavni kriterij cijena, a što je rizik viši to je bitnija kvaliteta liječnika i klinike.

Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma za Britance su sljedeće (Intel, 2014.)

- Britanci preferiraju europske destinacije za obavljanje različitih zdravstvenih zahvata. To su, prije svega, destinacije udaljene do tri sata leta te dostupne izravnim avionskim vezama.

- Budimpešta je vodeća destinacija za stomatološke zahvate i transplantaciju kose kako zbog izravnih i povoljnih letova, tako i radi dobrog odnosa cijene i kvalitete.

- Pariz i Brisel vodeće su destinacije za dnevne kirurške zahvate, pri čemu liječnici registrirani u Velikoj Britaniji nerijetko odlaze tamo obavljati konzultacije s potencijalnim pacijentima.

5) Njemačka

Obilježja tržišta zdravstvenog turizma u Njemačkoj su sljedeća (Intel, 2014.):

- Potražnja za zdravstveno-turističkim uslugama u inozemstvu
- Struktura zdravstveno-turističkih usluga u inozemstvu u ponudi facilitatora/agencija
- Profil klijenata
- Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma

Profili klijenata u Njemačkoj kao destinaciji zdravstvenog turizma su sljedeći (Intel, 2014.):

- Dobni raspon klijenata u medicinskom turizmu vrlo je širok te, ovisno o vrsti zahvata, podjednako su zastupljeni muškarci i žene. Većinom su to pojedinci iz srednje klase, sa srednjim ka višim primanjima. Wellness potražnju, pak, pretežito sačinjavaju tzv. 'best agers' odnosno 50+ populacija (80%), iako udio skupine 30-40 godina sve više dobiva na važnosti uslijed njihove više izloženosti stresu i burnout-u. To je klijentela

više platežne moći (oko 60% ima mjesečni neto dohodak iznad 5.000 eura) i veći je udio žena.

- Najvažniji kriteriji za odabir zdravstvenih usluga u inozemstvu su niže cijene uz istu ili čak višu razinu usluga nego u Njemačkoj, visoka kompetencija liječnika, certifikatima dokazana kvaliteta zdravstvenih ustanova, uljudnost osoblja, poznavanje njemačkog jezika, uključujući prijevode cjelovite medicinske dokumentacije (potonje prema zahtjevima osiguravajućih kuća). Iako se lokacija ne smatra presudnim kriterijem, u slučaju ozbiljnih medicinskih zahvata preferiraju se destinacije bliže kući, odnosno u slučaju wellness-a mjesta s dobrom klimom, očuvanim okolišem i bez zagađivača imaju prednost.

Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma u Njemačkoj su sljedeće (Intel, 2014.):

- Vodeće inozemne destinacije u medicinskom turizmu su Mađarska (naročito stomatologija, programi mršavljenja), Poljska i Češka (naročito stomatologija) te Turska (naročito plastična kirurgija i kozmetika). U ovim su destinacijama dostupne i do 50% niže cijene, uz istu ili višu kvalitetu usluge nego u Njemačkoj.
- Vodeće inozemne destinacije za wellness programe su Mađarska, Češka, Italija, Španjolska i Grčka. Šri Lanka i Indija vodeće su destinacije za ayurveda tretmane.

6) Italija

Obilježja tržišta zdravstvenog turizma Italije su sljedeća (Intel, 2014.):

- Potražnja za zdravstveno-turističkim uslugama u inozemstvu
- Struktura zdravstveno-turističkih usluga u inozemstvu u ponudi facilitatora/agencija

Profil klijenata zdravstvenog turizma Italije su sljedeći (Intel, 2014.):

- Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma
- Talijani su zainteresirani za one zdravstveno-turističke usluge u inozemstvu koje su izvan sustava zdravstvenog osiguranja i podrazumijevaju plaćanje, a koje su značajno jeftinije drugdje, uz jednaku ili višu kvalitetu nego u Italiji. Radi se prije svega o stomatologiji, a zatim o plastičnoj kirurgiji i wellness-u. Talijani dolaze u Hrvatsku u najvećoj mjeri radi stomatoloških usluga.

- Talijani koji dolaze u Hrvatsku radi obavljanja stomatoloških zahvata pretežito su iz sjevernih dijelova zemlje, u rasponu od imućnih do pojedinaca s ispodprosječnim primanjima, većinom dolaze preko posrednika i organizirano te uglavnom uvijek putuju s pratnjom. Manji dio potražnje dolazi iz udaljenijih, južnih krajeva Italije, uključujući Sardiniju i Siciliju, i to uglavnom kao individualni klijenti. Svi su gotovo isključivo cjenovno motivirani.

7) Rusija

Obilježja tržišta zdravstvenog turizma u Rusiji su sljedeća (Mintel 2014.):

- Potražnja za zdravstveno-turističkim uslugama u inozemstvu
- Struktura zdravstveno-turističkih usluga u inozemstvu u ponudi facilitatora/agencija

Profil klijenata zdravstvenog turizma u Rusiji je sljedeći (Mintel, 2014.):

- Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma
- Rasprostranjeno je nepovjerenje u Rusiji (i ostatku ZNDa) prema zdravstvenim uslugama u vlastitoj zemlji. Ukazuju da se stoga Rusi preferiraju liječiti u inozemstvu ako im to financijske mogućnosti dozvoljavaju.
- U inozemstvo se putuje radi dijagnostike, liječenja teških bolesti i kompleksnih kirurških zahvata bez obzira na to što su oni pokriveni osiguranjem (npr. onkologija, kardiologija, ginekologija, ortopedija, neurokirurgija), ali i zbog manje nužnih, odnosno i 'ne-nužnih' zahvata koja osiguranja tipično ne pokrivaju ili pokrivaju samo djelomično (npr. stomatologija, rehabilitacija, plastična kirurgija).
- Posljednjih godina raste i potražnja za putovanjima u inozemstvo radi tretmana ljepote i pomlađivanja, programa za mršavljenje, raznih programa revitalizacije (npr. antiaging, antistress, ayurveda) kao i radi preventivnih programa (npr. endokrinološki pregledi, 'ljekovito gladovanje', tretmani vitaminima i sl.), a koje korisnici samostalno financiraju.

Profili klijenata zdravstvenog turizma Rusije je sljedeći (Mintel, 2014.):

- Klijenti su iz svih dobnih skupina, pri čemu je najveći segment onih 45+, podjednako su prisutna oba spola, iznadprosječnih su primanja i uglavnom dolaze iz velikih gradova.

- Najvažniji kriteriji prema kojima klijenti odabiru zdravstveno-turističke usluge u inozemstvu su kvaliteta i životopisom dokazane kompetencije liječnika, raspoloživost posebnih ili jedinstvenih tretmana i tehnologije, cijene, poznavanje ruskog jezika i preporuke drugih. U medicinskom turizmu najvažnija je reputacija, a ne cijena. Uz ove, za wellness-om motivirana inozemna putovanja također su važni ljepota prirodnog okruženja (npr. raznolikost pejzaža, lijepi vidici, zelenilo) i raspoloživost različitih aktivnih i edukativnih sadržaja.

Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma u Rusiji su sljedeće (Mintel, 2014.):

- Preferirane inozemne destinacije zdravstvenog turizma vrlo su 'regionalizirane'. Klijenti iz dijelova zemlje na dalekom istoku preferiraju Južnu Koreju, Kinu, Singapur, Japan, klijenti iz Sibira biraju Južnu Koreju i Kinu, klijenti iz zapadne Rusije orijentirani su na Njemačku, Austriju, Švicarsku i Izrael.

- Lideri za 'prosječnog' kupca medicinskih usluga su Njemačka i Izrael. Sve popularnije postaju Turska, Baltičke države, Finska i Gruzija.

- Lideri za (termalnu) rehabilitaciju i wellness su Austrija i Njemačka, a u popularnosti raste Slovenija.

8) Hrvatska

Svi aspekti složenih interakcija zdravlja i turizma u njihovoj povijesnoj evoluciji mogu se promatrati i kroz turističku percepciju hrvatskog, a posebice jadranskog prostora. Povijest zdravstvenog turizma u Hrvatskoj veže se uz kraj 19. i početak 20. stoljeća, kada dolazi do zapaženijeg razvoja odredišta s istaknutim ljekovitim čimbenicima. Odredišta s ljekovitim čimbenicima uključuju klimatska lječilišta ili odredišta s izrazito povoljnom klimom, odredišta s ljekovitom vodom ili kupališta, morska odredišta s talasoterapijom, odredišta bogata ljekovitim blatom i drugo.

Uspješan razvoj turizma pretpostavlja kvalitetan razvojni plan ili strategiju koja je fleksibilna i temeljita. 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. U Hrvatskoj još uvijek nema raspoloživih i dovoljno vjerodostojnih podataka o temeljnim značajkama poslovanja i zadovoljstva korisnika uslugama pružatelja usluga

zdravstvenog turizma. Takvo stanje bitno otežava donošenje razvojnih odluka, a time i upravljanje razvojnim procesom. Pretežito svi problemi koji egzistiraju rješavaju se na razini menadžmenta lječilišnih ustanova, te nadležnih ministarstava zdravstva odnosno turizma kao i Zajednice zdravstvenog turizma pri HGK, osnovane 1995. s ciljem poticanja zdravstvenog turizma (Geić, 2006.). No, interdisciplinarnost odnosa također stvara određene poteškoće u razvoju zdravstvenoga turizma. Trebalo bi jasnije razriješiti složenost odnosa i neusklađenost pripadajućih zakonskih i podzakonskih propisa između Ministarstva zdravlja i Ministarstva turizma, izravno nadležnih ovom segmentu turizma, ali i posredno povezanih Ministarstva kulture i Ministarstva regionalnog razvoja i EU fondova. 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 (Geić, 2006.).

Ponuda zdravstvenog turizma u Hrvatskoj danas obuhvaća kompleksan skup pružatelja usluga wellnessa, lječilišnog i medicinskog turizma kako u sferi privatnog, tako i u sferi javnog sektora. Gotovo cjelokupna ponuda wellnessa, manji broj toplica ili termi i značajan dio ponude medicinskog turizma pretežito je u privatnom vlasništvu, predstavljajući tržišno orijentirano, uglavnom vitalno malo i srednje poduzetništvo. Specijalne bolnice, lječilišta i veliki bolnički sustavi, koji kontroliraju najveći dio prirodnih ljekovitih činitelja koji se trenutno koriste (npr. termalne vode, naftalan) te koji su, svojom veličinom i koncentracijom stručnog znanja, ključni činitelji vjerodostojnosti i prepoznatljivosti zdravstveno turističke ponude Hrvatske, dio su sustava javnog zdravstva i maksimalno su usmjereni na korisnike državnog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO).

Zdravstveni turizam u Hrvatskoj ističe se kvalitetom svojih medicinskih, ali i sve većom ponudom i kvalitetom wellness usluga. U medicinskom segmentu vrlo je važan i stručan kadar te dobra reputacija zdravstvenih usluga koje se pružaju u moderno opremljenim prostorima i uz pristupačne i konkurentne cijene. Izuzetnu važnost za razvoj zdravstveno-turističke ponude u Hrvatskoj ima i činjenica da je sve više privatnih zdravstvenih ustanova zainteresirano za ovaj selektivni oblik turističke ponude i taj se privatni sektor počinje sve više organizirati unutar sebe. Snaga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj je i rast broja privatnih osiguravatelja koji su spremni snositi dio troškova korisnika. Uz pomoć njih lakše će se prevladati i jedna od većih slabosti – nedovoljna tržišna usmjerenost lječilišta i specijalnih bolnica, javnih ustanova koje su još uvijek

previše ovisne o HZZO-u kao glavnom kupcu njihovih usluga. Lječilišta i specijalne bolnice slaba su karika hrvatske zdravstveno-turističke ponude i zbog zastarjelih/potkapitaliziranih objekata i ograničenog razvojnog potencijala zbog postojeće vlasničke strukture. Njihove potencijale, ali i ostalih zdravstveno-turističkih subjekata, ograničava i neusklađenost zakona s područja zdravlja i turizma, kao i nedostatak razvojne vizije i razvojnog modela te manjkav destinacijski lanac vrijednosti i ograničena nacionalna promocija.

4. KONKURENTNOST HRVATSKOG ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Iako je zdravstveni turizam u Hrvatskoj prisutan već dugi niz godina, tek je u posljednjih nekoliko doživio eksponencijalni rast. Kroz ovo će se poglavlje zato dotaknuti ponuda i potražnja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj.

S obzirom na to da Hrvatska posjeduje mnogobrojne kompetitivne posebnosti, počevši od prirodnih ljepota, kulturno-povijesnih znamenitosti, gastronomije te zanimljivih manifestacija, trebala bi moći pronaći svoje mjesto s aspekta jedinstvenosti ponuda i unaprijediti razvoj regija. Hrvatski medicinski turizam uglavnom se temelji na dentalnome turizmu, a medicinski turizam kao vrlo važan dio zdravstvenoga turizma ima mnoštvo segmenata koji nisu dovoljno zastupljeni, a od iznimne su važnosti. Na domaćem teritoriju istaknule su se manje i veće stomatološke klinike u prihvaćanju inozemnih pacijenata. Unutar djelatnosti s obzirom na veličinu postoje 243 mala i jedno srednje veliko poduzeće. Uzmu li se za analizu konkurenata stomatološke i djelatnosti estetske kirurgije (s ili bez vlastitih agenata i prodajnih predstavnika na inozemnom tržištu) uočava se kako prvih deset subjekata u djelatnosti zauzima udio od 50,84%. Tvrтка *Stomatološka poliklinika za oralnu kirurgiju, ortodontiju, radiološku djelatnost - ortopan i zubotehnički laboratorij Rident* prema prihodima je najveća tvrтка.

Manje je inozemnih pacijenata koji dolaze na zahvate estetske i rekonstruktivne kirurgije, ortopedije, oftalmologije i sl. Motivi dolaska korisnika usluga zdravstvenoga turizam u Hrvatsku su: (Rizvanović, 2016: 11):

1. medicinski zahvati,
2. poboljšati vlastiti izgled,
3. poboljšati psihičko stanje,
4. poboljšati fizičko stanje,
5. bijeg od stresa svakodnevice,
6. učenje novih stvari o zdravome življenju,
7. provođenje vremena s obitelji i prijateljima,
8. cjenovna pristupačnost,
9. blizina emitivnih tržišta,
10. ljepota destinacije,
11. kvaliteta zahvata,

12.odmor,

13.zabava.

Hrvatska temeljeno na zdravstvenom turizmu može imati višestruke koristi za budući razvoj. Zdravstveni turizam je turistička vrsta koja se može razvijati tijekom cijele godine i nije ograničena samo na sezonu. U skladu s tim korisnici usluga zdravstvenog turizma nisu koncentrirani na pojedinim područjima u određenome vremenskom razdoblju. To omogućava očuvanje prirodnoga i društvenoga okruženja, prisniji kontakt s prirodom, ljudima i kulturom turističke destinacije, što doprinosi kvalitete doživljaja. Zdravstveni turizam se ne može razvijati u devastiranome okolišu, kao ni u nesigurnoj destinaciji. Stoga se Hrvatska profilira kao izuzetno pogodna destinacija za razvoj zdravstvenog turizma.

Destinacija se posebno istaknula u dentalnom turizmu. Potom slijedi wellness i lječilišni turizam, dok je potražnja za uslugama estetske kirurgije znatno manja. Primjerice, Turska je poznata po pružanju usluga estetske kirurgije inozemnim pacijentima, posebice transplantacije kose. Klinika u St. Petersburgu je postala ponuda destinacije liječenja inozemnih pacijenata u segmentu oftalmologije.

Ponuda zdravstvenoga turizma utječe na okoliš tako što stvara paletu proizvoda i usluga „zdravoga življenja“. Potrebno je urediti destinacije radi atraktivnosti, očuvati trajne vrijednosti prostora, kulturno-povijesnu baštinu lokalne zajednice, kontinuirano obrazovati stanovnike, zaposlenike i korisnike usluge zdravstvenoga turizma. Sve navedeno, uz primjenu sustava upravljanja kvalitetom i okolišem prema zahtjevima međunarodnih normi ISO 9001 i ISO 14001, osigurat će doprinos dodanim vrijednostima turističkog proizvoda.

4.1. Razvojne odrednice zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Turizam je u Hrvatskoj kao gospodarska djelatnost temeljni čimbenik razvoja hrvatskog gospodarstva. Pojam zdravstvenog turizma kao selektivnog oblika turizma u Hrvatskoj prisutan je još u dalekoj povijesti, odnosno prije 2.000 godina. Iako tada mala zemlja, već tada je Hrvatska imala velike prirodne potencijale koji su bili već tada značajni za razvoj zdravstvenog turizma, kao i danas.

Ministarstvo turizma je u Hrvatskoj nadležna institucija koja brine o vođenju i usmjeravanju turističkog proizvoda i donošenju zakonskih regulativa vezanih za turizam i ugostiteljstvo. Isto vrijedi i za zdravstveni turizam, pa je isto Ministarstvo donijelo Akcijski i strateški plan razvoja zdravstvenog turizma još 2014. godine. Ministarstvo je tako izradilo Strategiju razvoja turizma u Republici Hrvatskoj do 2020. godine. Strategija postavlja lječilišni turizam za glavnog nositelja ili „jezgru“ ponude zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj, uz pretpostavku bitnog podizanja kvalitete lječilišnih destinacija (Ministarstvo turizma, 2014.).

U Strategiji je definirano kako će razvoj zdravstvenog turizma proizlaziti iz pojačanih komunikacijskih i prodajnih napora te umrežavanju Hrvatske sa sustavima zdravstvenog osiguranja drugih država članica Europske unije.

Uspješan razvoj turizma pretpostavlja kvalitetan razvojni plan ili strategiju koja je fleksibilna i temeljita (Cooper, 2008.). 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 (Ministarstvo turizma, 2014.). U Hrvatskoj još uvijek nema raspoloživih i dovoljno vjerodostojnih podataka o temeljnim značajkama poslovanja i zadovoljstva korisnika uslugama pružatelja usluga zdravstvenog turizma (Ministarstvo turizma, 2014.). Takvo stanje bitno otežava donošenje razvojnih odluka, a time i upravljanje razvojnim procesom (Ministarstvo turizma, 2014.).

Interdisciplinarnost odnosa koji se susreću u zdravstvenom turizmu je jedan od njegovih nedostataka jer kreira poteškoće i probleme u razvoju ovog selektivnog oblika turizma. Stoga je potrebno donesene zakonske propise i regulativu koja definira zdravstveni turizam u Hrvatskoj preciznije definirati da bi se razriješila ta složenost odnosa u razvoju i napretku ovog oblika. To je prvenstveno potrebno definirati uskom suradnjom između Ministarstva zdravstva i Ministarstva turizma, izravno nadležnih ovom segmentu, ali i posredno povezanih Ministarstva kulture i Ministarstva regionalnog razvoja i EU fondova. 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

Turizam pripada onim aktivnostima koje izvodi čovjek u slobodno vrijeme i koje su po svojoj prirodi najsloženije (Vukonić i Keča, 2001.). Složenost fenomena proizlazi

upravo iz proturječnosti interesa radi kojih u ovo područje ulaze pojedini sudionici ili pak iz interesa što ih očekuju od turizma (Vukonić i Keča, 2001.).

Hrvatska ima povijesno bogatu tradiciju i prirodne resurse za razvoj zdravstvenog turizma zbog obilja prirodnih ljekovitih činitelja koji predstavljaju veliki kapital i potencijal za daljnji razvoj zdravstvenog turizma, ali i turizma općenito (Ivanišević, 2015.).

Hrvatska osim duge tradicije ima i snažne komparativne prednosti za razvoj najtraženijih oblika turističke ponude vezane uz unaprjeđenje zdravlja suvremenog urbanog čovjeka (Bartoluci i Čavek, 2007.). Stoga je i prikazana razvojna analiza i razvojne odrednice zdravstvenog turizma Hrvatsko u ovom poglavlju.

Suvremeno plansko ulaganje u lječilišni turizam Hrvatske započelo je u Opatiji, gdje je 1884. godine sagrađen najstariji hotel na hrvatskom Jadranu namjenski građen za turiste -Quarnero (današnji Kvarner) (Hihlik, 2010.). Godine 1889. austrijska vlada je Opatiju službeno proglasila prvim morskim klimatskim lječilištem na Jadranu (Hihlik 2010.). Korisnici lječilišnih odnosno turističkih usluga u to vrijeme su većinom bili stranci iz razvijenijih europskih zemalja. Bili su to imućni ljudi koji su tako provodili svoje slobodno vrijeme (Hihik, 2010.)

Iza Prvog svjetskog rata uvedena je i implementirana demokratizacija korištenja blagodatni sudjelovanja u turističkim kretanjima, što je nakon Drugog svjetskog rata dovelo do omasovljavanja turizma te se polako uništavala prethodna značajka prirodnih lječilišta i lječilišnih mjesta (Kušen, 2006.). U Hrvatskoj su prirodna lječilišta nakon Drugog svjetskog rata sve više poprimala značajke čistih zdravstvenih ustanova-bolnica, namijenjenih liječenju bolesnih i to samo njihove fizičke komponente (Kušen, 2006.). Promišljanja o korištenju bivših prirodnih lječilišta prepuštena su institucijama koje financiraju liječenje (zdravstveno osiguranje) i pragmatičnoj medicinskoj struci (Kušen, 2006.). 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 (Kušen, 2006.).

Danas cjelokupna ponuda zdravstvenog turizma u Hrvatskoj čini kompleksan skup pružatelja usluga zdravstvenog turizma u sferi privatnog i javnog sektora. Glavnina ponude temelji se na zdravstvenim lječilištima i wellnessu, a značajan dio ponude medicinskog turizma te manji broj toplica ili termi u privatnom je vlasništvu i predstavlja tržišno orijentirano malo i srednje poduzetništvo (Ministarstvo turizma, 2014.).

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. Oni su dio sustava javnog zdravstva i maksimalno su usmjereni na korisnike Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) (Ministarstvo turizma, 2014.).

Današnji korisnici usluga zdravstvenog turizma, odnosno turisti koji većinom koriste zdravstvene usluge van svog prebivališta, većinom su osobe upućene na oporavak ili liječenje od strane Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje. Određeni turisti se odlučuju na korištenje takvih usluga u vlastitom aranžmanu, ali moraju za to izdvojiti znatan dio vlastitih novčanih sredstava. Službeni statistički podaci koje je provelo Ministarstvo turizma 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 milijuna eura prihoda od zdravstvenih usluga (Ministarstvo turizma, 2018.).

S navedenim prihodom Hrvatska u zdravstvenom turizmu 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 (Ministarstvo turizma, 2018.).

Medicinski turizam u Hrvatskoj moguće je u ovom trenutku poistovjetiti najviše s ponudom rastućeg broja specijaliziranih privatnih zdravstvenih ustanova (Ministarstvo turizma, 2014.). 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 (Ministarstvo turizma, 2014.).

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 (Ministarstvo turizma, 2014.). 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) (Ministarstvo turizma, 2014.) Vrlo mali broj pružatelja usluga među njima je međunarodno certificiran, a to su upravo ove tri medicinske ustanove koje su dane kao primjer.

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 (Ministarstvo turizma, 2014.).

Zato što nadležne institucije nisu u adekvatno vrijeme provele nikakvo statističko praćenje i istraživanje u pogledu ovog zdravstvenog turističkog proizvoda, nije moguće donijeti ni efikasne zaključke o trenutnom broju turističkih zdravstvenih 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 (Ministarstvo turizma, 2014.).

Ponuda medicinskog turizma u Hrvatskoj je još uvijek sporadična, nedovoljno diverzificirana, relativno neorganizirana i slabo prepoznatljiva (Ministarstvo turizma, 2014.). Nedostatak predstavlja i to što ne postoji sustavna nacionalna promocija i snažna prodajna mreža incoming agencija i specijaliziranih facilitatora (Ministarstvo turizma, 2014.).

Zbog svega navedenoga Hrvatska još uvijek nema status međunarodno prepoznatljive destinacije medicinskog turizma iako ima mnogo potencijala i prirodnih resursa za razvoj ovog oblika turizma.

4.2. Trendovi razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske

U pružanju potpunog doživljaja zdravstvenog turizma i njegove ponude u nekoj destinaciji, a pogotovo u Hrvatskoj, potrebno je uključiti više subjekata turističkoga tržišta, a ne samo pružatelje zdravstvenih usluga. Turistička ponuda u zdravstvenome turizmu je usluga plasirana u određenome vremenu po određenoj cijeni u destinaciji koju je korisnik usluge posjetio radi korištenja usluge zdravstvenoga turizma. Turistička se ponuda usklađuje i kontrolira tijekom cijele provedbe u cilju maksimiziranja zadovoljstva korisnika usluge. Tako sve češće nastaju spajanja sljedećih dionika (Rizvanović, 2016: 21):

- raznih poliklinika i smještajnih objekata,
- dviju različitih poliklinika (npr. stomatološke poliklinike i poliklinike estetske kirurgije),
- specijalnih bolnica i prijevoznika,
- *wellness* centra i smještajnih objekata,
- lječilišta i smještajnih objekata,
- raznih poliklinika, *wellness* centara i lječilišta s prijevoznicima,
- raznih poliklinika, *wellness* centara i lječilišta s turističkim agencijama,
- druga spajanja.

U zdravstvenome turizmu ponuda uključuje više usluga, a glavna je usluga pružanja zdravstvene usluge (medicinske, lječilišne ili *wellness*). Sporedne, ali neophodne jesu usluge smještaja, prijevoza, ugostiteljskih usluga i organizacije slobodnoga vremena.

Ponuda zdravstvenog turizma zadnjih je godina snažno intenzivirana zbog nastale potražnje za istom. Potražnja za uslugama zdravstvenog turizma zapravo nastaje zato što će, primjerice, bračni par u ranim četrdesetima iz Londona dolazeći u posjet rodbini u Zagreb na dva tjedna.

Tablica 5. Tržišne niše u zdravstvenom turizmu – aktivnosti, koristi i rizici

Tržišne niše	Aktivnosti na odmoru	Benefiti dionika	Rizici
Klijenti posebnih interesa/potreba	interes za zdravlje, učenje, druženje	Edukacija o zdravlju, prehrani, lokalnoj kulturi, postanku	„Industrijalizacija ponude“
Milenijalci	Aktivni odmor, Turistička animacija	Uključivanje partnerskih usluga, Dodana vrijednost	Zadržavanje kvalitete, praćenje trendova
Konformisti	Ujednačenost i prihvaćanje općih savjeta o zdravlju	Rast standarda lokalnog stanovništva	Crno tržište, neselektivnost, neodrživost
Ljubitelji zdravog života	Upoznavanje „ <i>eco-friendly</i> “ ponude destinacije	Individualizirani pristup, razvoj specijalizacija	preduvjeti razvoja za lokalne dionike

Izvor: Izrada autora

Budući da je potražnja inozemnih posjetitelja Hrvatske posljednjih godina rasla, tako su i pružatelji zdravstvenih usluga uvidjeli koliki je zapravo potencijal zdravstvenog turizma, te su djelovali sukladno tome, a sve u cilju privlačenja čim većeg broja inozemnih pacijenata. Danas zdravstveni turizam poprima tolike razmjere da se treba obratiti i veliku pažnju na njegove moguće rizike. Rizici su ovisni o tržišnoj niši pa su određene organizacije koje pružaju usluge zdravstvenog turizma došle do stupnja kada su gotovo „industrijalizirale“ ponudu usluga koje nude. Osim toga mogući su rizici vezani za teško zadržavanje kvalitete, razvitak crnog tržišta, lošije uvjete za lokalno stanovništvo i odstupanja ostvarenog od planiranog očekivanja. To je aspekt zdravstvenog turizma kojeg treba minimizirati, zato što je u fokusu svega, kada se govori o zdravstvenom turizmu, i dalje čovjek, pojedinac koji je došao po kvalitetnu zdravstvenu uslugu.

4.3. SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske

SWOT analiza zdravstvenog turizma pokazuje osnovne snage, slabosti, prilike i prijetnje koje utječu na razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Snage i slabosti su interne odrednice zdravstvenog turizma i na njih ovaj selektivni oblik turizma može utjecati jer upravo on može poboljšati svoje snage i umanjiti svoje nedostatke. Prilike i prijetnje su situacije koje dolaze iz vanjskog okruženja i kao takve utječu na zdravstveni turizam koji ne utječe na njih i ne može ih direktno mijenjati.

Slika 5. SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Strengths (SNAGE)	Weaknesses (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 nedostatno certificiranje• Nedostatak kontrole kvalitete usluge• Nedovoljna snaga klastera i udruga

Opportunities (PRILIKE)	Threats (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 medicine • 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

Prikazana SWOT analiza ukazala je na temeljne prednosti zdravstvenog turizma u Hrvatskoj koji prvenstveno obuhvaćaju dostupnost medicinskog kadra, konkurentne cijene i prirodne resurse kao primarne prednost zdravstvenog turizma u Hrvatskoj . Kao glavni nedostaci ističu se nedostatak razvojnog modela, vizije i postojeće infrastrukture zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, čime se automatski ukazuje na mogućnost kreiranja razvojnih strategija i smjerova unapređenja zdravstvenog turizma u budućnosti.

Prilike i prijetnje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj su čimbenici na koji isti ne može utjecati, ali im se može prilagoditi. Stoga je kao najvažnije prilike bitno istaknuti rastuća uloga medicine i dostupnost sredstava iz EU fondova kojima se može financirati napredak zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Glavna ograničenja kao prijetnje su neorganizacija zdravstvenog sustava u Hrvatskoj koji se nalazi pred kolapsom te sve veći zahtjevi međunarodnih turista za kvalitetom zdravstvene usluge koje Hrvatska trenutno, sukladno svojim mogućnostima, nije u mogućnosti pružiti.

Kada je riječ o prepoznatljivosti, Hrvatska je prepoznata turistička destinacija svojim smještajem u Srednjoj Europi, ponajviše kao obiteljska 'sunce i more' destinacija. Upravo time bi se trebalo iskoristiti za jaču promociju druge vrste turističke ponude, a to je da bude prepoznatljiva kao i zdravstveno-turistička destinacija, čime će se jačati razvoj i budućnost zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Kroz sve ove godine izgrađen je turistički identitet koji počiva samo na osnovnim blagodatima mora dok su svi ostali čimbenici zanemareni, a identitet kojem bi se trebalo težiti leži upravo u zdravstvenom turizmu. Trebalo bi jasno definirati ciljeve koji se žele postići, profilirati zdravstveni turizam kroz destinacijski menadžment i uložiti u kvalitetniju promociju koja bi Hrvatsku dovela u vodeće zemlje zdravstvenog turizma.

Različite organizacije i institucije trebale bi pridonijeti promicanju zdravstvenog turizma, npr. Ministarstvo turizma, Hrvatska gospodarska komora i Hrvatska turistička zajednica. Hrvatska još nije međunarodno priznata kao respektabilna destinacija zdravstvenog turizma. Veći dio zdravstvenih ustanova pretežno je orijentiran na domicilno stanovništvo, domicilnu potražnju i HZZO sustav.

Hrvatski zdravstveni turizam nema jasno razrađenu strategiju marketinga i promocije na inozemnom tržištu, te većina pružatelja usluga lječilišnog i medicinskog turizma prisiljena je na samostalnu ili udruženu promociju svojih usluga i proizvoda, putem interneta i sajмова. Tako da se promocija zdravstvenog turizma ponajviše svodi na samostalne napore pojedinih pružatelja usluga, dok je promocija s nacionalne razine relativno ograničena kao i razvijanje mreže agencija, suradnika i posrednika koji bi pomagali razvoju ovog specifičnog oblika turizma. Njegovo promoviranje svedeno je na pojedinačne kampanje koje nisu međusobno usklađene. Hrvatska turistička zajednica promociju zdravstvenog turizma integrirala je pod naslovom 'Wellness i zdravlje', te se nalazi unutar teme 'Hrvatska 365 – Doživi Hrvatsku tijekom cijele godine'. koja nedovoljno jasno i nazivom i vizualnim rješenjem ne ostvaruje krajnji cilj privlačenja turista zbog njegovanja vlastitog zdravlja. Od korisnika zahtijeva snalaženje u postavljenoj organizacijskoj strukturi portala i traganje za informacijama.

Sagledavajući sve navedene prednosti i nedostatke, kao i prilike i prijetnje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, može se zaključiti da Hrvatska ima niz prednosti u razvoju, kako sadašnjem, tako i budućem, zdravstvenog turizma i njegovim perspektivama, ali i suočavajući se s istaknutim problemima, potrebno je razviti strategije i smjerove razvoja koje će minimizirati sve postojeće razvojne probleme i od

zdravstvenog turizma u Hrvatskoj stvoriti perspektivan i napredan selektivni oblik koji će doprinijeti rastu nacionalnog gospodarstva.

4.4. Mogućnosti financiranja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

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).

Europska razvojna strategija do 2020. godine integralno je prezentirana u dokumentu „Europe 2020“. Europa 2020. desetogodišnja je strategija rasta Europske unije. Dokument „Europe 2020“ donesen je 2010. godine, a naglasak stavlja na pametan, održiv i uključiv rast (Europska komisija, 2020.) Zemljama članicama EU trebao bi osigurati visok stupanj zaposlenosti, produktivnosti i socijalne kohezije. Program iz tog razloga definira 5 ključnih ciljeva/područja djelovanja (Europska komisija, 2020.): 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 (Europska komisija, 2010: 6).

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 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 poluge (Europska komisija, 2010) :

- 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.
- a) **European Social Fund** - Područje djelovanja ovog fonda je socijalna politika (Europska komisija, 2010). Svrha je korištenja sredstava poboljšanje mogućnosti zapošljavanja, obrazovanja i cjeloživotnog učenja, unaprjeđenje društvene uključenosti te smanjivanje siromaštva, ali i razvoj/jaćanje tzv. institucionalnog kapaciteta u sferi javne administracije (Europska komisija, 2010). Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti (Europska komisija, 2010.).
- b) **European Regional Development Fund** - Područje djelovanja ovog fonda je politika regionalnog razvoja (Europska komisija, 2010). Svrha korištenja sredstava je jačanje ekonomske, društvene i teritorijalne povezanosti članica EU kroz smanjivanje razlika između europskih regija (Europska komisija, 2010). Prioritetna područja potpore uključuju: 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 (Europska komisija, 2010).
- c) **European Agriculture Fund for Rural Development** - Područje djelovanja ovog fonda je politika ruralnog razvoja (Europska komisija, 2010). 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 (Europska komisija, 2010). Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti (Europska komisija, 2010).

d) **HORIZON 2020 - Framework Programme for Research and Innovation -**

Područje djelovanja ovog programa je politika poticanja znanstvenih istraživanja, inventivnosti i konkurentnosti (Europska komisija, 2010). 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 društva koja koje osigurava uključenost (Europska komisija, 2010). Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti (Europska komisija, 2010).

e) **COSME - Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs -**

Područje djelovanja ovog programa je politika razvoja malog i srednjeg poduzetništva (Europska komisija, 2010). 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 (Europska komisija, 2010). Mogući korisnici su pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti (Europska komisija, 2010).

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 potrebe (Europska komisija, 2010).:

- 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 slično
 - 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 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.

5. APLIKATIVNI PRIMJERI ZDRAVSTVENOG TURIZMA U HRVATSKOJ I PERSPEKTIVE RAZVOJA

Republika Hrvatska ima šaroliku i bogatu ponudu destinacija zdravstvenog turizma koje oblikuju pogodnim prirodnim resursima za njegov nastanak i razvoj. Tako Hrvatska ima 80 specijaliziranih hotela s wellness sadržajima i 4 toplica sa smještajem (Terme Tuhelj, Terme Jezerčica, Terme Sveti Martin i Toplice Lešće). U sklopu prirodnih lječilišta, ista se dijele na sama lječilišta kao takva i specijalne bolnice. Od lječilišta su najpoznatiji u Hrvatskoj Lječilište Topusko, Top Terme-Topusko, Bizovačke Toplice, Veli Lošinj i Istarske Toplice. Specijalne bolnice koje su orijentirane na usluge zdravstvenog turizma su sljedeće: Varaždinske Toplice, Stubičke Toplice, Krapinske Toplice, Daruvarske Toplice, Lipik, Naftalan, Ivanić Grad, Thalassotherapie, Opatija, Thalassotherapie Crikvenica, Kalos- Vela Luka, Biokovka- Makarska. Hrvatska također obiluje specijaliziranim zdravstvenim ustanovama, a one su sljedeće: 5 kliničkih bolničkih centara, 3 kliničke bolnice, 5 klinika, 20 općih bolnica i poliklinika, i privatne zdravstvene ustanove kojih ima oko 800. Neke od većih privatnih zdravstvenih ustanova koje se bave uslugama zdravstvenog turizma su sljedeće: SB Sv. Katarina, SB Akromion, SB Dr. Nemeč, Klinika Magdalena i Poliklinika Medico.

5.1. Odabrani primjeri dobre prakse razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Najpoznatiji aplikativni primjeri ustanova zdravstvenog turizma u Hrvatskoj su sljedeći:

1. **Terme Topusko** - Topusko je mjesto koje se nalazi nedaleko od Zagreba na južnoj strani te između Karlovca i Siska u Sisačko-moslavačkoj županiji. Ovom lječilištu i toplicama veliku prednost daje blizina grada Zagreba kao i prirodna ljepota, termalna voda te unutarnji i vanjski bazeni. Lječilište je opskrbljeno termalnom vodom iz tri većih i nekoliko manjih izvora, a voda je ocijenjena kao jedna od najkvalitetnijih u Europi. Prikladno je za sve dobne skupine. Dobiveni su izvrsni rezultati u liječenju ozljeda i bolesti lokomotornoga, živčanoga i mišićnoga sustava. U termama Topusko liječe (Topterme.hr, 2019.): upalne bolesti sustava za kretanje u fazi remisije, degenerativna oboljenja sustava za kretanje (artroze kukova, koljena i dr.), zglobni reumatizam, metaboličke bolesti

i bolesti lokomotornoga sustava te pomažu pri rehabilitaciji nakon operacija na lokomotornom sustavu i nakon traumatskih ozljeda sustava za kretanje, pri rehabilitaciji vertebralnih-vertebrogenih sindroma kralježnice, pri rehabilitaciji neuroloških bolesnika, rehabilitaciji lezija perifernoga motornoga neurona, prirodne luksacije kukova, tortikolisa i dr., kao i pri rehabilitaciji nakon športskih ozljeda.

2. **Istarske toplice** - Istarske Toplice su kao toplice po kvaliteti ponude zdravstvenih usluga treće u Europi. Iznad samih Toplica uzdiže se 85 metara visoka karakteristična stijena Gorostas, ispod koje se nalazi izvor ljekovite vode Sv. Stjepan. U Istarskim toplicama prisutna je termalna voda Istarskih toplica karakteristična je po visoko sumpornoj i prirodno radioaktivnoj i toploj vodi. Temperatura te vode je 32 - 34 C. Ta je voda bogata velikom količinom natrija, kalcija, klora i drugih minerala. Prisutnost sumpora i prirodne radioaktivnosti u vodi djeluje protuupalno, smanjuje bol, povećava cirkulaciju i ubrzava metabolizam. Zbog njezine jačine djelovanja preporučuje se samo jedno kupanje do ne više od pola sata dnevno. Istarske Toplice nude i mnoge dodatne sadržaje kao što su izleti, sport i zabava. U sklopu Istarskih toplica organiziraju se izleti u okolicu uz degustacije istarskih vina, rakija te proizvoda od tartufa. Ponuda sportsko rekreacijskih aktivnosti je također vrlo bogata, Istarske Toplice nude: mini golf, stolni tenis, rukomet, veliki i mali nogomet, boćanje, vožnje biciklom ili šetnje prirodom.
3. **Bizovačke toplice** – Ove toplice su smještene u mjestu Bizovac koje je 20 kilometara udaljeno od Osijeka u Osječko-baranjskoj županiji. U njima je termalna voda otkrivena 1970. godine, kada je tijekom bušenja nafte umjesto nafte potekla slana voda. Njezina je temperatura tada dosegla 96,8 C. Dokazano je i istraženo kako je ista prepuna ljekovitih minerala koji su ostatci Panonskoga mora na dubini od oko 2000 metara. Termalna voda Bizovačkih toplica jedina je i najtoplija jodna hipertermalna voda u Europi, a sastavom jedinstvena u svijetu (Glas Koncila, 2018.). Bizovačka voda pogodno i ljekovito djeluje na (Glas Koncila, 2018.): bolesti i oštećenja lokomotornoga sustava, oštećenja središnjega i perifernoga živčanoga sustava i ginekoloških bolesti te u oporavku od ozljeda. Povoljan učinak bizovačke vode zapažen je kod liječenja psorijaze i još nekih kožnih oboljenja.

4. **Daruvarske toplice** – ove toplice se nalaze u Daruvaru u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji. Park toplica je prepun egzotičnog bilja, cvijeća i drveća, što još više poboljšava ugodnu atmosferu Daruvarskih toplica. Toplice imaju dugu tradiciju liječenja ginekoloških bolesti i steriliteta. Liječenjem su postizani vrlo dobri rezultati pa su Daruvarske toplice postale jedna od vodećih ustanova u državi za ginekološku rehabilitaciju (Glas Koncila, 2018). Ljekovitost termalne vode i mineralnoga blata koristi se i u liječenju brojnih ginekoloških oboljenja zbog djelovanja na smanjenje upalnih otoka, uspostavljanje pravilne funkcije hormona, poboljšanje prohodnosti jajovoda te bolju funkciju jajnika i maternice (Glas Koncila, 2018.). Osim toga, provodi se i liječenje akutnih, kroničnih i degenerativnih bolesti, bolesti organa za kretanje i kralježnice.
5. **Naftalan u Ivanić-Gradu** - Ta specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju specifična je upravo po primjeni Naftalan ulja u liječenju kožnih i upalnih reumatskih bolesti. Lječilište se nalazi samo 20 minuta vožnje od Zagreba što mu također daje veliku prednost. Izgradnja specijalne bolnice je počela kada su tamo 1970 – tih godina otkriveni termalni izvori mineralne vode i posebne vrste nafte- naftalanske nafte (Glas Koncila, 2018.). Iz naftalanske nafte dobiva se Naftalan ulje koje se koristi za liječenje u tamošnjoj specijalnoj bolnici. Sadrži visok postotak naftenskih ugljikovodika, među kojima su sterani, spojevi koji su strukturom slični steroidnim hormonima te provitaminu D. Ljekovito djelovanje naftalana pripisuje se upravo steranima. Trenutačno su u svijetu poznata samo dva nalazišta naftenske nafte: u Azerbajdžanu i u Hrvatskoj.
6. **Varaždinske Toplice** - Varaždinske toplice ubrajaju se među najstarija lječilišta u Hrvatskoj. Ljekovita termalna voda Varaždinskih toplica pogodno djeluje na upalne reumatske bolesti, pomaže i u rehabilitaciji kod srčano-žilnih bolesti, moždanih udara, šećerne bolesti, multiple skleroze i još mnogo drugih. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju (Glas Koncila, 2018.). Varaždinske Toplice poznata je po rehabilitaciji osoba s ozljedama kralježničke moždine. Zbog toga su iste postale 2016. godine Referentni centar Ministarstva zdravstva za rehabilitaciju osoba s ozljedom kralježničke moždine. Ljekovita voda Varaždinskih toplica u svom izvorišnom mjestu ima temperaturu 58 Celzijevih stupnjeva.
7. **Thalassotherapie Opatija** - Osnivač specijalne bolnice za rehabilitaciju bolesti srca, pluća i reumatizma je Primorsko goranska županija. Thalassotherapie

Opatija zapošljava 233 djelatnika od čega su 37 specijaliziranih liječnika iz područja kardiologije, reumatologije, fizikalne medicine i neurologije. Ustanova se sastoji od glavne zgrade „Europa I“ i „Europa II“ zgrade Fizijatrija, Magnolija te hotela Villa Dubrava i luksuznog medical spa Thalasso Wellness Centra Opatija, čime zadovoljava potreba modernog čovjeka za zdravljem, odmorom i užitkom (Thalassotherapie Opatija 2019.). Godine 2010. rješenjem Ministarstva zdravstva i socijalne skrbi postaje sjedištem Klinike za liječenje, rehabilitaciju i prevenciju bolesti srca i krvnih žila Medicinskog fakulteta u Rijeci. Vizija Thalassoterapije Opatija je da postane glavni simbol i brend Opatije te da se centar prepozna i u široj okolici država kao centar koji se bavi rehabilitacijom unutar djelatnosti kardiologije, reumatologije i fizikalne medicine te rehabilitacije, sportske medicine i medicinskog wellnesa (Thalassotherapie Opatija, 2019.).

Navedeni aplikativni primjeri izvrstan su primjer dobre prakse medicinskog i lječilišnog turizma, gdje se iskorištavanjem prirodnih izvora usmjeravaju zdravstvene usluge na unapređenje zdravstva korisnika. Iz navedenih primjera može se zaključiti da se zdravstveni turizam Hrvatske primarno temelji na lječilištima, wellnesu i toplicama, dok druge segmente ovog turizma još uvijek ne uzima u obzir. Svoj razvoj temelji na prirodnim resursima termalnih voda koje je Hrvatska u potpunosti iskoristila kao svoj razvojni zdravstveni turistički potencijal, što je prilika za dodatni razvoj turizma u Hrvatskoj. Nedostatak je prisutnost dodatnih zdravstvenih usluga u Hrvatskoj koje se mogu ponuditi turistima, poput dentalnog turizma, specijalističkih medicinskih usluga privatnih bolnica s ciljanom medicinskom obradom koje imaju razvijene druge zemlje. Hrvatska se stoga treba usmjeriti na održavanje postojeće kvalitete zdravstvenih usluga i razvoj novih, ako želi biti konkurentna destinacija zdravstvenog turizma.

5.2. Istarske toplice – analitika uspjeha zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Istarske toplice su kao uspješna destinacija zdravstvenog turizma smještene su Hrvatskoj kao destinaciji, u sjeverozapadnom dijelu poluotoka Istre. Iste se nalaze u netaknutoj prirodi izvan gradskih naselja, gdje turisti mogu provoditi svoje vrijeme u miru i relaksaciji. Zelenilo, mir i tišina stvaraju poseban ugođaj za potpuni odmor. Poznate su po visoko sumpornoj optimalno radioaktivnoj i toploj vodi punoj minerala, kojih ima 13 vrsta za koju je znanstveno i u praksi dokazano da pospješuje liječenje

kroničnih reumatskih bolesti, dermatoloških bolesti, bolesti gornjih dišnih puteva, ginekoloških bolesti i post operativnu rehabilitaciju (Visitadriatic.eu, 2019.).

Istarske toplice smještene su u podnožju stijene Gorostas visoke 85 metara, u blizini Motovunske šume te u dolini rijeke Mirne. Nekad je tu bila stara crkva iz 19. stoljeća, na čijim je temeljima izgrađena crkvice Sv. Stjepana. U narodu Buzetskog kraja dobro je poznata legenda prema kojoj su ove toplice dobile ime. Legenda je na ćićkom dijalektu, karakterističnom za ovo područje, a glasi ovako: „Jen bot je jen mladi portolanski konte ša na lov blizu Svete Lucije i je kontra jenu lipu dikoj. Je pasla ovce i anka prela vunu, a zvala se je Marija. Konte se je namura u Mariju i prosija je i praša ku bi stila bit mu žena. Marija je bila šceta dikoj i je govorila: "Ja sam sirota kmetica, ca ce meni konte. Oženit cu se za suseda Jakoma ki je bravi kmet" (Janko, 1968.). U konta je bila napro namurana kci portulanskog podestata, pak je smiron i posud grdo špotala Mariju da je grišnica i nepoštena. Kad je to cuja Jakomo vaje je zapustija Mariju. Marija je za te cakule bila napro žalusna i smiron je plakala. Mati ju je taložila, ali ni vejalo. Jen dan se je Marija ranpigala na unu velu grotu poli crikve Svetog Stipana i zacela je kricat: "Sveti Stipan ja cu z te grote doli skocit. Ko san grišnica i nepoštena neka umren! Ko san poštena neka voda z grote tece i neka zdravi jude" anko, 1968.). Dikoj je za spravlja skocila z grote doli. Ostala je živa i zdrava parke ni bila grišnica. Oni bot je z grote takala vec tepla voda ki oš danas zdravi jude“ (Oprtalj.hr, 2019.).

Postoji stara tradicija vjerovanja da su Istarske toplice bile poznate i korištene za higijensko kupanje još u vrijeme starih Rimljana. Dokazi toj pretpostavci je pronađen rimski novac i spomen- ploče u neposrednoj blizini Istarskih toplica (Čargonja, 1967.). Također, za vrijeme vladavine Rimljana u Istri, dolina rijeke Mirne služila je kao strateško-trgovački put. Kako bi si osigurali taj put, Rimljani su gradili različite vojne i civilne objekte i na taj način širili svoju kulturu. Prema povjesničaru Moretaniju, dolinom rijeke Mirne prolazio je plovni kanal koji je bio sagrađen još prije dolaska Rimljana, što ukazuje na to da je pored trgovačkih i vojnih ciljeva, plovni put služio i tome da bi kupalište bilo pristupačnije i morskim prilazima (Čargonja, 1967.). Još i danas kruži legenda u narodu da je rijeka Mirna bila plovna sve do Kamenih vrata. Još jedan povjesničar spominje plovni kanal rijeke Mirne. Naime, Kandler, opisuje Istru te spominje plovni kanal Mirne s brojnim plovnim objektima i mnogim putnicima kojima za oko zapinju terme Sv. Stjepana koje su bile skromnije i manje očuvane od termi na Timavi – Monfalcone (Čargonja, 1967.).

Za vrijeme srednjeg vijeka vjeruje se da su se toplice koristile u svrhu liječenja reume i svraba od strane lokalnog stanovništva. O tome ne postoje materijalni dokazi, ali se zato 1600. godine ponovno javljaju spisi o Istarskim toplicama, Manzuolija, koji opisujući Istru navodi: „Na podnožju planine Zrenja izvire sumporovita voda koja liječi s uspjehom reumatizam, svrab i neke druge bolesti. Slično termalno kupalište u Monfalkoneu“ (Čargonja, 1967.).

Dolaskom Napoleonove vojske u Istru toplice ponovno oživljavaju. Tada se u bazenima liječe vojnici pod nadzorom vojnog liječnika. Godine 1817. podižu se dvije drvene barake i postoje zapisi da su tada liječene 42 osobe (Čargonja, 1967.). To je bilo vrijeme kada se očekivao procvat Istarskih toplica ali se iznenada pojavila konkurencija te omela planove.

Napokon se 1854. godine gradi prvi zidani objekt s 24 kreveta i 6 kada. Tijekom prošlosti provodile su se tri analize vode, od kojih za prve dvije ne postoje pisani rezultati, a za treću, koja je bila 1858. godine od strane Hauera iz Beča, ustanovljeno je da je termomineralna voda imala visoki udio ljekovitosti što je omogućilo sam razvoj toplica (Čargonja, 1967.). Tako se pred drugi svjetski rat smještajni kapacitet toplica popeo na dvije zgrade sa 106 kreveta, 11 kada i dva stalna liječnika. Lječilište je tada radilo sezonski od travnja do kraja studenoga.

Godine 1962. lječilište preuzima Medicinski centar Pula, kao svoj odjel za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju na čelu s dr. N. Reif kao ravnateljem (Čargonja, 1967.). Lječilište tada dobiva prvog stalnog specijalistu fizijatra-balneologa dr. Marića čija je zadaća bila da organizira zdravstvenu službu s ciljem da se dokaže ljekovitost vode na stručnoj opservaciji. Investira se u izgradnju novog smještajnog objekta sa 100 kreveta, renoviraju ambulante, kade te ostale prostorije. Bilo je to vrijeme naglog razvoja turizma, pa 1970. godine lječilište ulazi u sastav poduzeća Rivijera iz Poreča (Čargonja, 1967.). Gradi se suvremeni objekt od 200 ležajeva, povećava se terapijska ponuda te pojačano dolaze novi gosti iz Švicarske i Italije. Danas su Istarske toplice u privatnom vlasništvu Mirka Klimana, čije je prebivalište u Švedskoj.

Geografski smještaj Istarskih toplica je specifičan i značajan za zdravstven turizam Hrvatske. Naime, s jedne strane gorostasna stijena, a s druge dolina rijeke Mirne svojim posjetiocima pruža jedinstven ugođaj.

Blizina emitivnih zemalja poput Italije, Slovenije, Austrije velika je prednost za toplice. Cestovni promet razvijen je u potpunosti što toplice povezuje s emitivnim gradovima poput Rijeke, Kopra, Trsta, Pule, Poreča, Rovinja. Toplice su dobro povezane i željezničkim prometom i to preko grada Buzeta i Divače sa zaleđem, a zračnim prometom s Pulom, Trstom, Rijekom i Koprom (Jakovljević, 1976.).

Još jedna velika prednost Istarskih toplica je i blizina poznatih izletišnih mjesta poput Motovuna, Grožnjana, Oprtija i Završja koji privlače brojne posjetioce čitave godine. Naime, bitno je naglasiti da se u blizini nalazi Motovunska šuma poznata po tartufima koji iz godine u godinu postaju sve omiljenija delicija brojnim turistima, ali i po Motovunskom filmskom festivalu koji se održava tijekom srpnja.

U neposrednoj blizini je i grada Poreč gdje se nalaze dva aquaparka, *Istralandia* i *Aquacolors*, u kojima ne nedostaje zabave i adrenalina, a za ljubitelje šetnje i biciklizma *Parenzana* je odličan izbor. Stotine kilometara uređenih šetnjica i biciklističkih staza nadopunjuju turističku ponudu. Autohtoni proizvodi i bogata enogastro ponuda nikoga ne ostavljaju ravnodušnim.

Ono po čemu su Istarske toplice ipak najpoznatije jest njihova prirodna ljekovitost, a karakteristike prirodnih faktora su termomineralna voda, peloid i klima (Istarske toplice.hr, 2019.).

Termomineralna voda prema međunarodnoj klasifikaciji je sumporna, radioaktivna terma, karakterizirana sa natrijem, kalcijem i klorom (Jakovljević, 1976.). Osnovni ljekoviti faktor ove vode je visoka količina sumporovodika (po čemu je među prvima u Hrvatskoj), i radioaktivnost (po kojoj je prva u Hrvatskoj, a treća u Europi). Također, jedinstvena je u Europi i po tome što je zaista rijetkost da u isto vrijeme budu toliko visoke vrijednosti i sumporovodika i radioaktivnosti (Jakovljević, 1976.).

Klima je umjerena i blaga, veći broj mjeseci u godini je topao i blag sa rijetko povišenom relativnom vlagom. Klimatski uvjeti za liječenje i odmor su veoma povoljni i to upravo zahvaljujući visokoj insolaciji (do 2000 sunčanih sati godišnje), povoljnoj podjeli vjetrova te formiranom odnosu naoblake i oborina.

Još za vrijeme Rimljana na ovom su području bile poznate današnje Istarske toplice, jedini izvor termalne vode u Istri. No i more ima značajnu ulogu u zdravlju čovjeka pa je istarska obala oduvijek bila, ne samo izvor uživanja u morskim radostima, nego i pravo vrelo zdravlja.

Morska voda i zrak stoljećima privlače brojne posjetitelje, a danas ovaj zeleni poluotok nudi i široku ponudu zdravstvenog turizma.

Uz mnoštvo drugih sadržaja, ovdje će i najzahtjevniji gosti brzo ispuniti vrijeme dok čekaju svoj medicinski savjet ili tretman - od zanimljivih povijesnih gradića i bogatog kulturnog nasljeđa do šarmantnih konoba s lokalnom hranom i vinskih cesta, kao i manifestacija u cjelogodišnjem kalendaru zbivanja u kojem će svatko pronaći nešto za sebe (Istra.hr, 2019.).

Stijena Gorostas, ispod koje se nalazi izvor termalnih voda, poznat je po visoko sumpornoj optimalno radioaktivnoj i toploj vodi punoj minerala 14 vrsta za koju je znanstveno i u praksi dokazano da pospješuje liječenje kroničnih reumatskih bolesti, dermatoloških bolesti, bolesti gornjih dišnih puteva, ginekoloških bolesti i postoperativnu rehabilitaciju (Istarske toplice.hr, 2019.).

Prirodna ljekovitost vode izdvaja Istarske Toplice od ostalih europskih termalnih izvora i svrstava ih među prva tri mjesta u Europi po kvaliteti i ljekovitosti vode. Izvor se koristio još u antičko doba. U njegovoj blizini pronađeni su natpisi u kamenu, stari rimski novac i nakit. Danas, su Istarske Toplice u privatnom vlasništvu te imaju status lječilišta u kojem se osim primjene prirodnih ljekovitih činitelja, vode i fanga, provode i sve ostale procedure fizikalne terapije pod stručnim specijalističkim nadzorom (Istarske toplice.hr, 2019.). S mnoštvo domaćih i stranih gostiju iz cijele Europe i šire, koji dolaze na terapije i odmor, želeći maksimalno iskoristiti blagodatni ljekovite vode.

Danas je vizija Istarskih toplica kao suvremenog lječilišta i destinacije zdravstvenog turizma u Hrvatskoj postati vodeći zdravstveno, rehabilitacijski, rekreacijski i SPA resort na području Republike Hrvatske, s tendencijom kontinuiranog rasta i razvoja na područje Europe ali i ostatka svijet. Njezina je misija voditi poslovanje prema mjerama i standardima u Republici Hrvatskoj, na suvremen i odgovoran način. Pružiti najbolju kvalitetu usluge našim korisnicima, vođenu stručnim i obrazovanim kadrom te pratiti svjetske trendove u medicini, zdravstvenoj zaštiti i turizmu.

5.3. Perspektive razvoja konkurentnosti zdravstvenog turizma Hrvatske

Hrvatska je prepoznata kao perspektivna destinacija zdravstvenog turizma jer ima brojne ponude zdravstvenih usluga u turističke svrhe. Veliki se naponi ulažu u novu i kvalitetnu ponudu te unaprjeđenje kvalitete što je u konačnici rezultiralo širokom ponudom wellnessa, termalnih i talasoterapijskih centara. Poseban se fokus daje i na usluge stomatologije, estetske kirurgije, a postoji i trend potražnje za ortopedskim i fizioterapeutskim uslugama. Hrvatske ima prednost nad drugim destinacijama radi dostupnosti, kvalitete usluge, konkurentnih cijena i općenito boravka u turističkoj zemlji.

Sve je više prisutan trend rasta za ponudom zdravstvenog turizma, pa je u sklopu ovog selektivnog oblika potrebno na mikro i makro razini identificirati brojne prilike za razvoj i plasman usluga na inozemno tržištu. U slučaju kada destinacija, kao Hrvatska, želi biti valorizirana na tržištu važno je uzeti u obzir i etičke aspekte pružanja usluga zdravstvenog turizma. Zdravstveni turizam na taj način vrlo „osjetljiv“ te i najmanje pogreške mogu voditi ka negativnim posljedicama, međutim razvijene su mnoge strategije koje minimiziraju te učinke. Sukladno tome potrebno je kvalitetno upravljanje svim procesima unutar pružanja usluge. Osim mnogobrojnih pozitivnih efekata zdravstvenog turizma, postoje i oni negativni, koji su uglavnom nezadovoljstvo lokalnog stanovništva, eventualno nezadovoljstvo radnika u strukturama koje nude usluge inozemnim pacijentima. Također, javlja se nezadovoljstvo emitivnih zemalja u svezi s razinom pružene usluge.

Zdravstveni turizam u Hrvatskoj je deklariran kao lukrativan oblik turizma i veliku razvojnu perspektivu u budućnosti Hrvatske kao receptivnog tržišta. Sukladno tome Ministarstvo turizma i Ministarstvo zdravstva prepoznali su potencijale za razvoj zdravstvenog turizma kroz Strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine. Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012. - 2020. trebala je doprinijeti unaprjeđenju razvoja kvalitete „zdravstvenog outputa“. Međutim, samo djelomično i samo u pojedinim hrvatskim regijama, dok strategija razvoja turizma „poziva“ na podizanje kvalitete ponude, doživljava i elitni turizam.

Budući da su već u implementaciji strategije razvoja turizma i zdravstva kao i sredstva predviđena za aktivnosti zdravstvenog turizma potrebno je ostvarivati jače sinergije djelovanja. Takve sinergije je potrebno definirati na razini pojedinačnih organizacija, brojnih regija, sektora pa i cijelih država. Naime, Istra je već dugi niz

godina omiljena destinacija mnogih tržišta. Sukladno tome, potrebno im je pružiti, osim „klasičnih“ turističkih sadržaja i „zdravstveni“ dio ponude. Kada bi se poliklinike opremile boljim alatima i materijalima, dovoljnim brojem stručnog kadra, bilo bi moguće primati i pružati tretmane pacijentima iz inozemstva koji borave na destinaciji.

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 (AAZ.hr, 2020.). 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 (AAZ.hr, 2020.)

U Hrvatskoj još uvijek nije uspostavljen autonoman sustav certificiranja zdravstvenih ustanova. 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.

Postojeća struktura kadrova koji rade u zdravstvenom turizmu u Hrvatskoj nije zadovoljavajuća s obzirom na sadašnje i buduće potrebe sve zahtjevnijeg i sofisticiranijeg gosta (Bartoluci i Birkić, 2011: 54). 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.

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-

kupeljar. 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.

U vidu navedenih perspektiva vidljivo je da je zdravstveni turizam u Hrvatskoj razvijen u odnosu na druge jače europske destinacije, ali još uvijek nedovoljno. Perspektive njegova razvoja su pozitivne jer postoje brojne zakonske regulative, strategije razvoja te uvjeti financiranja ovog selektivnog oblika turizma. Kao takav, zdravstveni turizam u Hrvatskoj ima učinkovite perspektive rasta i razvoja.

6. ZAKLJUČAK

Zdravstveni turizam je jedan od selektivnih oblika turizma koji predstavlja sve popularniji oblik turizma na svjetskoj razini. Vrlo je perspektivan i profitabilan čiji značaj raste zbog demografskih promjena, ali i promjena odnosa ljudi prema vlastitom zdravlju i okretanju zdravom načinu života u stresnim i ubrzanim vremenima. Doprinosi obogaćivanju ukupne turističke ponude destinacije te povećanju stupanja iskorištenja kapaciteta.

Zdravstveni turizam je suvremeni oblik turizma koji svoje začetke ima u prirodnim resursima i dalekoj povijesti još dok su stari Rimljani otkrili i primjenjivali terme i lječilišta u zdravstvene i turističke svrhe. Intenzivan razvoj zdravstvenog turizma u svijetu počinje početkom 19. stoljeća, kada su se otkrile blagodatni prirodnih izvora termalnih voda i njihova ljekovitog učinka na ljudsko zdravlje.

Danas je zdravstveni turizam snažno razvijena turistička pojava u svijetu, Europi i Hrvatskoj. On objedinjuje termine medicinskog i lječilišnog turizma, gdje valja razdvojiti ove dvije teorijske odrednice jer imaju drukčiju namjenu, iako obje spadaju u okvir zdravstvenog turizma.

Trendovi u zdravstvenom turizmu su progresivni sa sve većim razvojem globalnog turističkog tržišta, rastom potražnje turista za zdravstvenim uslugama, kao i s porastom svijesti ljudi o vođenju brige o vlastitom zdravlju. Turisti su postali svjesni da mogu dobiti određene zdravstvene usluge po većoj kvaliteti i dostupnijoj cijeni, bez čekanja, u nekom drugom mjestu, van njihova prebivališta. Turisti tako putuju u potrazi za određenim zdravstvenim uslugama u druge zemlje i gradove unutar svoje zemlje. Najpoznatije usluge zdravstvenog turizma koje su najaktualnije i koje se najčešće koriste su lječilišta, wellness turizam, dentalni turizam te u novije vrijeme potpomognuta in vitro oplodnja, koja se pokazala učinkovitijom u drugim zemljama.

Uz izuzetne resurse i dugu tradiciju taj oblik turizma u Hrvatskoj još uvijek nije iskoristio svoje razvojne mogućnosti te nije konkurentan na međunarodnome, a posebno na inozemnom turističkom tržištu. Istraživanje je pokazalo da koristi koje Hrvatska može dugoročno imati od zdravstvenog turizma nisu još uvijek dovoljno dobro iskorištene unatoč dugoj tradiciji, konkurentskim i komparativnim prednostima. Razlozi tome je ponajviše nedovoljno kvalitetno promišljanje turističkog razvoja, ali i

neodgovarajuće provedbe zacrtanih strateških usmjerenja/ciljeva od nositelja turističke politike na nacionalnoj, regionalnoj i/ili lokalnoj razini. Rezultat takve prakse ogleda se u velikoj mjeri, ne samo u često nekontroliranoj „apartmanizaciji” i ubrzanom trošenju kvalitetnoga razvojnog prostora, već i u prevelikoj ovisnosti o ljetnom odmorišnom turizmu koju promičemo sezonskim odmorom, orijentirani na „sunce i more“ dok razvoj ostalih turističkih proizvoda, neovisno o potencijalu resursno atrakcijske osnove i tradicije, ne pridaje se dovoljna pažnja.

U suradnji turističke i zdravstvene gospodarske djelatnosti bitno je povećati broj profitnih zdravstvenih ustanova koje koriste prirodne ljekovite činitelje te postojeće ustanove orijentirati u većem omjeru na poslovanje po tržišnom principu. Hrvatska mora uvažavati sve promjene koje se zbivaju na međunarodnom turističkom tržištu, tj. mora se usmjeriti prema kvaliteti ako želi biti konkurentna jer novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Hrvatske moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na svjetskom turističkom tržištu.

Potencijal zdravstvenog turizma je neupitan, ali ipak, hrvatski zdravstveni turizam izložen je velikoj konkurenciji iz zemalja u okruženju, kao što su Austrija, Slovenija i Mađarska koje su lideri u toj vrsti turizma. Hrvatska je mala zemlja s malim tržištem pa je otvorenost prema svjetskom tržištu jedini put njenog gospodarskog razvoja. Ulaz stranog kapitala znači i transfer tehnologije, poduzetničkog ponašanja i modernog menadžmenta, što vodi gospodarstvo prema svjetskoj razini razvijenosti. Prepoznavanje važnosti postojanja privatnih investitora utjecalo bi na povećanje prepoznatljivost i konkurentnosti lječilišnog turizma na tom području, posebice u uvjetima rastuće potražnje za zdravstvenim turizmom na globalnoj razini.

Stanje zdravstvenog turizma u Europi je zadovoljavajuće i trendovi rasta su progresivan, kao i potražnja za zdravstvenim turizmom u budućnosti jer Europa nudi brojne destinacije i pogodnosti zdravstvenog turizma koje ne nude druge regije.

U Hrvatskoj zdravstveni turizam, iako ima bogate potencijale razvoja i Hrvatska posjeduje brojne prirodne resurse za njegov razvoj, u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno razvijen onoliko koliko bi trebao biti. Za sada se ponuda zdravstvenog turizma u Hrvatskoj temelji na lječilištima, toplicama i wellnessu, iako ni ta ponuda nije dostatna.

Potražnja za zdravstvenim turizmom u Hrvatskoj polako raste, ali je perspektiva njegova razvoja u Hrvatskoj još uvijek nedostatna.

Istarske toplice su jedne od vodećih lječilišta u Hrvatskoj i kao takve su jedne od najznačajnijih destinacija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Kao temelj razvoja Hrvatskog zdravstvenog turizma, iste imaju bogate prirodne resurse i veliki potencijal i prednosti budućeg razvoja zdravstvenog turizma i usluga po visokoj kvaliteti i povoljnim cijenama.

Najveća prednost Istarskih toplica jest u činjenici da su one jedine toplice u Istarskoj županiji, koja bilježi najveće uspjehe i prihode u turizmu. Blizina emitivnih zemalja, razvijeni cestovni i drugi promet, jedinstveni krajolik samo su neki od turističkih obilježja zbog kojih se izdvajaju od ostalih.

Istarske toplice imaju dugu tradiciju povijesnog razvoja kao lječilišta koje su prepoznali stari Rimljani, a za to postoje i službeni povijesni dokazi. Snažno su se kao lječilište razvili u 20. stoljeću zbog prepoznavanja termalne vode bogate mineralima koja se nalazi ispod stijene Gorostas, a koja ima iznimno ljekovit učinak na tegobe ljudskog zdravlja.

Istarske toplice imaju izuzetan turistički značaj i obilježja jer obiluju prirodnim resursima za razvoj zdravstvenog turizma, a i same su kao takve razvile dodatni niz zdravstveni usluga u ponudi po prihvatljivim cijenama koje su turisti prepoznali te masovno dolaze, čineći je tako jednom od vodećih turističkih lječilišta u Hrvatskoj.

Danas Istarske toplice imaju senzacionalan značaj kao vodeća destinacija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj i razvile su se u odredište koje privlači brojne turiste zbog bogate i kvalitetne ponude svojih usluga. Iste kao takve imaju svoju misiju i viziju, koje ih čine turistički i zdravstveno tržišno orijentiranom i konkurentnom. Sljedeći navedene ciljeve, u budućnosti će nastojati postići da postanu vodeća destinacija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Sukladno svemu navedenome, mogu se prihvatiti i temeljna i pomoćne hipoteze koje su determinirane i obrađene u radu te dokazive na način da je zdravstveni turizam suvremeni selektivni oblik turizma s perspektivnim trendovima jer objedinjuje dualni karakter koristi – putovanje i liječenje.

Republika Hrvatska je još uvijek nedovoljno istražena destinaciji kada se govori o zdravstvenom turizmu. Naravno, postoji nekoliko autora i poliklinika koje su se u tome istaknule te vrlo kvalitetno pružaju uslugu zdravstvenog turizma, no većina subjekata na tržištu o tome isto samo priželjkuje, bez konkretnih rezultata. Sam ulazak na tržišta Europe za pojedinog pružatelja zdravstvene usluge je izuzetno težak i skup proces. Kada u tome napokon uspije, može očekivati izuzetno visoke promete i u konačnici profite, no bilo bi lakše, a možda i poželjnije kada bi se pružatelji usluga u zdravstvenom turizmu povezali i tako nastupili na inozemnom tržištu (kao primjerice vinari).

LITERATURA

Knjige:

1. Alfier D. (1994): Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka, u knjizi Turizam, Zagreb.
2. Bartoluci, M., Čavlek, N. (2007): Zdravstveno-preventivni rekreacijski programi u turizmu: Turizam i sport – razvojni aspekti, Školska knjiga, Zagreb.
3. Cooper, C., et. al. (2008): Ekonomija turizma - Načela i praksa, Ekokon, Split.
4. Čavlek, N., Vukonić, B. (2001): Rječnik turizma, Zagreb, Masmedia.
5. Dujmović, M. (2014.): Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula,.
6. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split.
7. Hihlik, J., Lipik, M. (2010). „Od blatne kupke do wellnessa“ - Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, Hrvatski muzej turizma, Opatija.
8. Hrvatski lječilišni zbor (2014): Hrvatska - potencijali za zdravstveni i lječilišni turizam, Interprint, Zagreb.
9. Ivanišević, G. (2015): Zdravstveni i lječilišni turizam u Hrvatskoj, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinju 4.- 5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb, 2015.
10. Jadrešić, V. (2001): „Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni - zbornik istraživanja“, Školska knjiga, Zagreb.
11. Jakovljević, B. (1976): Buzetski zbornik, Izdavačka zajednica čakavskog sabora, Pula.
12. Janko, V. (1968): Motovun : Pazin, Beram, Oportalj, Grožnjan, Završje, Buzet, Istarske toplice, Centar za turističku propagandu, Rijeka.
13. Javorović, B., et al. (2004): Krizni menadžment, Zagreb: Defimi.
14. Kušen, E. (2006): Zdravstveni turizam, Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
15. Laws, E. (1996): Health tourism: a business opportunity approach“, u: Clift, S. Page,S, Health and International Tourist , London: Routledge, 1996., str. 199-214.
16. Rizvanović, L. (2016): „Turistička ponuda na destinaciji“, Učilište Ambitio, Zagreb, 2016.

17. Rizvanović, L. (2016): „Informacijske tehnologije u zdravstvenome turizmu“, Učilište Ambitio, Zagreb, 2016.
18. Senić R. (1996): Krizni menadžment, Beograd: BMG, 1996.

Znanstveni članci:

1. Čargonja, A. (1967): Istarske toplice kroz stoljeća, Istarski mozaik, br. 3, Pula.
2. Geić, S., Geić, J., Čmrlec, A. (2006): Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu, Pregledni rad, Sveučilište u Splitu, Split.
3. Hall, C. (2020): „Health and medical tourism: Kill or cure for global public health?“, Toursim review, 66 (2011) 1/2, 4-15, dostupno na: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/16605371111127198>, pristupljeno 08.03.2020.
4. Ivanišević, G. (2015): Zdravstveni i lječilišni turizam u Hrvatskoj, Hrvatska - zdravstveni i lječilišni turizam, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu na Velom Lošinju 4.-5.9.2015., Hrvatski liječnički zbor, Zagreb.
5. Kunst, I. Tomljenović R. (2011): Uloga zdravstvenog turizma u jačanju konkurentnosti ruralnih područja RH. Zagreb, Institut za turizam.
6. Madžar, T., Lazibat, T., Mikulić, J. (2016): Mjerenje kvalitete usluga u zdravstvenom turizmu, Poslovna izvrsnost, Zagreb, 2016., Vol. 1, br. 1, str. 187 - 201
7. Mrđa A., „Zdravstveni turizam hrvatskog zagorja-valorizacija trenutačnog stanja i definiranje kriterija budućeg razvoja“, Research Gate, Zagreb, 2010., dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/305995467_ZDRAVSTVENI_TURIZAM_HRVATSKOG_ZAGORJA - VALORIZACIJA_TRENUTACNOG_STANJA_I_DEFINIRANJE_KRITERIJA_BUDUCEG_RAZVOJA](https://www.researchgate.net/publication/305995467_ZDRAVSTVENI_TURIZAM_HRVATSKOG_ZAGORJA_-_VALORIZACIJA_TRENUTACNOG_STANJA_I_DEFINIRANJE_KRITERIJA_BUDUCEG_RAZVOJA) pristupljeno 09.03.2020.
8. Muzur, A., „Kako se kali(o) Kurort“, Zbornik Lovranščine, knjiga 1, 2010.
9. Osmanagić-Bedenik, N. (2010.), „Krizni menadžment: teorija i praksa“. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 8(1), str. 101-118, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/57783>, pristupljeno 09.03.2020.
10. Ramya M. Vijaya „Medical Tourism: Revenue Generation or International Transfer of Healthcare Problems?“, Journal of Economic Issues, 4 (2010) 1, 53.

Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2753/JEI0021-3624440103>

11. Šipić, Z., Zegnal, M., Knok, Ž. (2012): 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.
12. Špoljar, S. (1994.), Prilog promidžbi zdravstvenog turizma Republike Hrvatske, Acta Turistica, br.2., Zagreb

Publikacije:

1. Hitrec, T. (1996): Zdravstvarni turizam – pojmovni i konceptijski okvir, Zagreb, Institut za turizam.
2. Institut za turizam (2012): Glavni plan i strategija razvoja hrvatskog turizma – marketing koncepcija turističkog razvoja, dostupno na <http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/lzvjestaj-09-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>, pristupljeno 08.03.2020.
3. Institut za turizam (2014): Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Republika Hrvatska Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str. 8.
4. Institut za turizam (2018): TOMAS zdravstveni turizam 2018., dostupno na <https://hrturizam.hr/wp-content/uploads/2019/11/Tomas-ZDRAVSTVENI-TURIZAM-2018.pdf>, pristupljeno 08.03.2020.
5. Ministarstvo turizma (2014): Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Ministarstvo turizma, Zagreb, dostupno na https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf, pristupljeno 08.03.2020.
6. Ministarstvo turizma (2018): Zdravstveni turizam, dostupno na https://mint.gov.hr/UserDocsImages/150608_AP_zdravstveni.pdf, pristupljeno 09.03.2020.
7. Intel, Health and Wellness Tourism in Europe (2014) HTI Konferencija industrije zdravstvenog turizma, Split, listopad 2014.

8. UNWTO (2016): Tourism Highlights 2016 Edition, UNWTO, Madrid, dostupno na <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, pristupljeno 09.03.2020.

Internet izvori:

1. 4Croatialink.com (2019): Zdravstveni turizam: definicija, povijest i podjela, dostupno na www.croatialink.com/wiki/Zdravstveni_turizam:_definicija,_povijest_i_podjela, pristupljeno 08.03.2020.
2. Agencija za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi (2020): O nama, dostupno na www.aaz.hr, pristupljeno 10.03.2020.
3. Flash Eurobarometar 432 (2015): Preferences of European Towards Tourism, Europska komisija, Bruxelles, 2016., dostupno na <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2065>, pristupljeno 08.03.2020.
4. Glas Koncila (2018). TERMOMINERALNE VODE - Golemi potencijal koji vapi da ga se iskoristi, dostupno na: <https://www.glas-koncila.hr/termomineralne-vode-golemi-potencijal-vapi-da-ga-se-iskoristi/>, pristupljeno 08.03.2020.
5. Health Tourism (2019): The History of Medical Tourism, dostupno na www.health-tourism.com/medical-tourism/history/, pristupljeno 29.12.2019.
6. Istarske toplice.hr (2019): O nama, dostupno na <https://www.istarske-toplice.hr/o-nama/>, pristupljeno 09.03.2020.
7. Nacional.hr (2015): Zdravstveni turizam treba postati hrvatski prioritet, dostupno na <https://www.nacional.hr/nacional-je-istrazio-zdravstveni-turizam-treba-postati-hrvatski-prioritet/>, pristupljeno 09.03.2020.
8. Nacionalno vijeće za konkurentnost, dostupno na: www.konkurentnost.hr/Default.aspx?sec=77, pristupljeno 08.03.2020.
9. Oportalj.hr (2019): Zanimljivosti, dostupno na <http://www.oprtalj.hr/index.php/turisticka-ponuda/zanimljivosti#>, pristupljeno 09.03.2020.
10. Thalassotherapia Opatija (2020): O nama, dostupno na <https://www.thalassotherapia-opatija.hr/o-nama/>, pristupljeno 08.03.2020.
11. Topterme.hr (2020): O nama, dostupno na <http://www.topterme.hr/s-nama-a1>, pristupljeno 09.03.2020.

12. UNWTO (2016): Tourism Highlights 2016 Edition, UNWTO, Madrid, dostupno na <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, pristupljeno 09.03.2020.
13. Visitadriatic.eu (2019): Zdravstveni turizam, dostupno na <https://www.visitadriatic.eu/dozivate-hrvatsku/zdravstveni-turizam/>, pristupljeno 09.03.2020.
14. WEF (2019): Indeks turističke konkurentnosti 2017., dostupno na www.konkurentnost.hr/wp-content/uploads/2018/01/WEF_TTCR_2017_web_01-1-1.pdf, pristupljeno 08.03.2020.

POPIS TABLICA

Naziv	Broj stranice
Tablica 1. Prirodni ljekoviti činitelji zdravstvenog turizma	33
Tablica 2. Animacijski programi koji se nude korisnicima	38
Tablica 3. Motivi putovanja u međunarodnim receptivnim turističkim destinacijama u 2015. godini	40
Tablica 4. Najtraženije usluge zdravstvenog turizma u Europi	50
Tablica 5. Tržišne niše u zdravstvenom turizmu – aktivnosti, koristi i rizici	66

POPIS SLIKA

Naziv	Broj stranice
Slika 1. Japanski Onsen - izvor termalne vode	17
Slika 2. Oblici zdravstvenog turizma i pružatelji zdravstveno-turističkih usluga	20
Slika 3. Indeks turističke konkurentnosti 2017 (TTCI Indeks)	32
Slika 4. Kompleksnost europskog tržišta zdravstvenog turizma	47
Slika 5. SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj	67

SAŽETAK

Zdravstveni turizam danas sve više postaje selektivni oblik turizma koji je jedan od potencijalno vodećih proizvodnih grupa globalnog turističkog tržišta, a naročito u regiji Europe. Radi se o proizvodu koji danas na globalnoj razini iskazuje iznadprosječne godišnje stope rasta, a trendovi starenja populacije i orijentacije na zdravi život ukazuju da zdravstveni turizam ima potencijal postati jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. U okviru značajnih komparativnih prednosti Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma, a koje prije svega podrazumijevaju kvalificiran kadar i općenito dobru reputaciju zdravstvenih usluga, ali i konkurentne cijene, blizinu velikim emitivnim tržištima, prirodne ljepote i povoljnu klimu, sigurnost zemlje kao i dugu tradiciju u turizmu, moguće je ustvrditi da se radi o proizvodu s visokim potencijalom rasta i u našoj zemlji.

Hrvatska je zemlja s veoma pristupačnim cijenama zdravstvenih usluga te je vrlo atraktivna turistička destinacija s prirodnim ljepotama i prirodnim ljekovitim čimbenicima koji datiraju već tisućljećima. U implementaciji zdravstvenog turizma nerazlikovanje pojmova zdravstvenog i lječilišnog turizma vrlo je česta pojava iako su to dva različita pojma. Lječilišni turizam je jedna od grana zdravstvenog turizma.

Ključne riječi: zdravstveni turizam, Hrvatska, toplice, destinacija, konkurentnost

SUMMARY

Health tourism today is increasingly becoming a selective form of tourism, one of the potentially leading product groups of the global tourism market, especially in the region of Europe. It is a product that today shows above average annual growth rates globally, and trends in population aging and a healthy lifestyle orientation indicate that health tourism has the potential to become one of the main motives for travel in the future. Within the significant comparative advantages of Croatia for the development of health tourism, which primarily include qualified staff and generally good reputation of health services, but also competitive prices, proximity to large emitting markets, natural beauties and favorable climate, country safety and a long tradition in tourism. it is possible to state that it is a product with high growth potential in our country.

Croatia is a country with very affordable health care prices and is a very attractive tourist destination with its natural beauty and natural healing factors dating back millennia. In the implementation of health tourism, the distinction between health and health tourism is a very common occurrence, although they are quite different. Spa tourism is one of the branches of health tourism.

Keywords: health tourism, Croatia, spa, destination, competitiveness