

# Perspektive razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj

---

**Bežan, Sanja**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:900295>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-04**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija**  
**Diplomski sveučilišni studij**

**SANJA BEŽAN**

**Perspektive razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj**  
**Perspectives of health tourism development of Croatia**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija**  
**Diplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Perspektive razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj**  
**Perspectives of health tourism development of Croatia**

Diplomski rad

Kolegij: Turističko planiranje i razvoj

Mentor: Prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana

Student: Sanja Bežan

Matični broj: 3546

Smjer: Menadžment u turizmu

Opatija, srpanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

**SANJA BEŽAN**  
(ime i prezime studenta)

**3546**  
(matični broj studenta)

**Perspektive razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj**  
**Perspectives of health tourism development of Croatia**

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 25.07.2024.

\_\_\_\_\_  
Potpis studenta

## SAŽETAK

Izrazito visoka sezonalnost hrvatskog turizma otvoreno je pitanje i česta tema rasprave turističkih stručnjaka i resornog ministarstva, pogotovo nakon „potresa“ uzrokovanih pandemijom COVID-19, općim smanjenjem prirodnih resursa, utjecajem rata u Ukrajini, klimatskim promjenama i sve većom mogućnošću pojave ekoloških kriza. Kao rješenje razvoja cjelogodišnjeg turizma navode se oblici specifičnog turizma koji uz podršku lokalne zajednice i vezanih dionika mogu doprinijeti generiranju novih sadržaja tijekom perioda postsezone i predsezone. Zdravstveni turizam prepoznat je kao najbrže rastući oblik turizma na svjetskoj razini, predstavlja rezultat stalne potrage za inovativnošću, okretanju korisnika k prirodi, osobnoj sigurnosti i zdravlju. Iz navedenog razloga, hrvatski turizam mora prepoznati svoje snage i slabosti, te evaluirati dosadašnje napore kojima se pokušava utjecati na povećanje potražnje i produženje turističke sezone. Kvalitetna analiza međunarodnog okruženja, vlastite atrakcijske osnove, stanja turističke ponude kao i stanja resursa posebice ljudskih, ključni je alat u pozicioniranju Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma. Nedostatak radne snage u turizmu, uz manjak investicija i stručnih kadrova unutar zdravstvenog sustava, predstavlja snažnu prepreku razvoja ovog oblika turizma. U svrhu osiguranja kohezije zdravstvenog sustava i njegovog povezivanja sa turističkim resursima, ovaj rad daje prijedlog adekvatnih ciljeva, kao i provedive strategije.

Globalni rast osviještenosti čovjeka o očuvanju zdravlja kreira potražnju koja predstavlja temelj razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske. Iako ovaj oblik turizma može omogućiti jačanje konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta, njegovi potencijali nisu dovoljno iskorišteni. Daljnji razvoj otežava i činjenica da se ključni dionici zdravstvenog turizma, odnosno medicinsko osoblje osobno, ne smatra aktivnim čimbenicima razvoja zdravstvenog turizma.

**Ključne riječi:** resursi; zdravstveni turizam; održivi razvoj

# Sadržaj

<b>Uvod</b> .....	1
Problem i predmet istraživanja .....	2
Svrha i cilj rada.....	2
Metodologija rada.....	3
<b>1. Pojmovna obilježja i značaj zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj</b> .....	4
1.1. Definiranje pojma .....	5
1.2. Značajke i specifičnosti tržišta.....	7
1.3. Zakonska regulativa zdravstvenog turizma u Hrvatskoj .....	8
1.4. Motivi za korištenje zdravstvenog turizma .....	10
<b>2. Oblici zdravstvenog turizma</b> .....	11
2.1. Wellness turizam .....	11
2.2. Lječilišni turizam.....	15
2.3. Medicinski turizam .....	18
2.4. Ostali oblici neznanstvene medicinske prakse .....	21
<b>3. Suvremeni tržišni trendovi u zdravstvenom turizmu</b> .....	23
3.1. Vodeće destinacije zdravstvenog turizma.....	26
3.1.1. Strategija istraživanja i razvoja .....	27
3.1.2. Strategija marketinga.....	29
3.1.3. Strategija proizvodnje (ponude) .....	29
3.1.4. Strategija ljudskih potencijala .....	30
3.1.5. Financijska strategija .....	31
3.2. Socio-ekonomski učinci zdravstvenog turizma .....	32
<b>4. Analiza sadašnjeg stanja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj</b> .....	36
4.1. Atrakcijska osnova.....	37
4.2. Osnovni turistički pokazatelji .....	39
4.3. Buduće perspektive zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj .....	40
4.4. SWOT analiza.....	41
<b>5. Metodologija i rezultati istraživanja</b> .....	44
5.1. Opis uzorka.....	44
5.2. Strukturirani intervju .....	44
5.3. Socio-demografska obilježja uzorka.....	49
5.4. Ograničenja istraživanja .....	50
<b>6. Doprinos zdravstvenog turizma održivosti</b> .....	52
6.1. Utjecaj na usporenje ruralne depopulacije .....	52
6.2. Utjecaj na sezonalnost .....	53
6.3. Ključni faktori uspjeha.....	54
6.4. Upravljanje kvalitetom i ljudskim potencijalima.....	55
<b>Zaključak</b> .....	56

<b>Popis ilustracija .....</b>	<b>57</b>
<b>Bibliografija .....</b>	<b>58</b>

## Uvod

Sezonalnost predstavlja jedno od obilježja turizma na globalnoj razini. Međutim, stoji činjenica da je u Hrvatskoj sezonalnost turizma snažno izražena, te da postoji veliki broj neiskorištenih resursa koji mogu doprinijeti održivom razvoju turizma, posebice u vidu razvoja specifičnih oblika turizma. Zdravstveni turizam potiče interes turističke javnosti, uključuje široke segmente potrošača s ciljem održanja i revitalizacije psihofizičkih sposobnosti čovjeka. Detaljniji uvid u stanje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj danas i istraživanje mogućnosti njegovog daljnjeg razvoja predstavljaju poticaj u promišljanju i izradi ovog diplomskog rada. Tema obuhvaća analizu sadašnjeg stanja, kao i pitanja spore prilagodbe turizma hrvatske novonastalim zahtjevima na turističkom tržištu. Sam rad koncipiran je u šest međusobno povezanih tematskih cjelina, s ciljem uvida u trenutni položaj zdravstvenog turizma Hrvatske u međunarodnom okruženju, kao i s ciljem prijedloga mogućnosti daljnjeg razvoja u svrhu osnaživanja i pozicioniranja u odnosu na konkurente.

U prvom dijelu ovoga rada dan je teorijski prikaz obilježja i specifičnosti tržišta, te motiva koji potiču kretanje korisnika ove vrste turizma. Zdravstveni turizam pojavljuje se u više oblika stoga drugo poglavlje obrađuje njihove specifičnosti i razlike, te dodatno daje pregled zdravstvene kulture čovjeka kroz povijest sve do današnjeg modernog društva.

Imajući u vidu činjenicu da je komplementarna i alternativna medicina (KAM) usko povezana s zdravstvenim turizmom, kao i činjenicu da sve veći broj stanovnika zapadnih zemalja ima povjerenja te koristi usluge ove vrste medicine, opći dio rada u svom trećem osim osnovnih oblika zdravstvenog turizma razrađuje i neznanstvene medicinske prakse.

Novi trendovi turizma uvjetuju visoki stupanj fleksibilnosti i prilagodbe nositelja ponude. Upravo iz navedenog razloga potrebno je analizirati konkurenciju, zahtjeve i obilježja potrošača, kao i aktivnosti i strategije konkurenata u okruženju koje su obrađene u četvrtom poglavlju rada. Trenutno loše stanje hrvatskog zdravstvenog sustava ukazuje na neophodne aktivnosti koje će posljedično pokrenuti ulaganja u ljudski kapital i imovinu. Slijedom navedenog, četvrto poglavlje ovoga rada detaljno analizira sadašnje stanje i atrakcijsku osnovu na kojoj počiva turistička ponuda zdravstvenog turizma. Nadalje, četvrto poglavlje daje pregled kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja zdravstvenog turizma. Ovo poglavlje također vrši uvid u ostvarene rezultate, uz prikaz *SWOT* analize.

U petom poglavlju rada predstavljeni su metodologija, rezultati i ograničenja istraživanja. Glavni cilj istraživanja je ukazati na trenutno stanje razvoja turističke ponude zdravstvenog turizma. Rad pritom ukazuje na potrebu za izmjenama postojećeg zakonodavnog



okvira, jačem angažmanu promocijskih aktivnosti, te na potrebu unapređenja kvalitete i kvantitete pružatelja zdravstveno-turističkih usluga.

Velika očekivanja od turizma u Hrvatskoj doprinijela su stajalištu da turizam mora biti nositelj intenzivnog razvoja u državi. Upravo održivost tog razvoja, odnosno razmatranje kolika je realna mogućnost sinergije ekološkog i ekonomskog aspekta razvoja zdravstvenog turizma obrađena je unutar šestog poglavlja. Dodatno, u šestom poglavlju rada dan je i pregled prethodnih aktivnosti koje su imale za cilj postaviti temelje i definirati smjer danjeg razvoja ponude zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. U zaključku su prezentirani najvažniji rezultati i nove spoznaje provedenog znanstvenog istraživanja u okviru izrade diplomskog rada, te je donijeto konačno mišljenje o otvorenom pitanju koje je bilo i pokretač ovog istraživanja.

## **Problem i predmet istraživanja**

Predmet istraživanja ovog rada je razumjeti stanje i ulogu zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, te ispitati perspektive njegovog daljnjeg razvoja. Rad se temelji na unapređenju stupnja konkurentnosti Hrvatskog turizma uz smanjenje ovisnosti potražnje o glavnoj turističkoj sezoni. Predmetne ciljeve moguće je realizirati postavljanjem adekvatne strategije, anticipiranjem budućih događanja i zahtjeva na tržištu ponude i potražnje, kapitalnim ulaganjima u infrastrukturu, te kroz stimulaciju i motivaciju kadrova u turizmu, a sve u svrhu osiguranja dugoročnog rasta i održivog razvoja. Problem istraživanja počiva na činjenici da dio ispitanika nije svjestan svoje uloge u turizmu, odnosno ne prepoznaje korelaciju između turizma i zdravstva.

## **Svrha i cilj rada**

Svrha rada proizlazi iz mogućnosti osnaženja zdravstvenog turizma, te želje za brendiranjem Hrvatske kao zdrave, osviještene i održive destinacije. Turizam ima izrazitu sposobnost prilagođavanja stoga je tu sposobnost potrebno iskoristiti kao izvor jačanja konkurentnosti. Iz navedenog razloga, svrha ovog rada obuhvaća analizu sadašnjeg stanja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, kao i utvrđivanje osnovnih prednosti i prepreka njegovog daljnjeg razvoja.

Glavni cilj istraživanja je ukazati na trenutno stanje razvoja turističke ponude zdravstvenog turizma. Postavljena hipoteza glasi da zdravstveni turizam može značajno doprinijeti smanjenju sezonalnosti, odnosno dugoročnom razvoju i ekonomskoj stabilnosti turizma.

Navedeno upućuje na osnovne ciljeve rada koji osim istraživanja relevantne literature i znanstvenih spoznaja o zdravstvenom turizmu, obuhvaćaju i slijedeće:

1. istraživanje mogućnosti jačanja kohezije, odnosno potrebe strateškog povezivanja dionika zdravstvenog turizma u svrhu osnaživanja istog
2. istraživanje stupnja svjesnosti dionika u zdravstvenom turizmu o zahtjevima i željama konzumenata (gostiju, posjetitelja, pacijenata)
3. ukazivanje na potrebu razvoja diferenciranog turističkog proizvoda, odnosno različitih proizvoda prema podnebljima (destinacijama) Republike Hrvatske uz prijedlog potrebnih implementacijskih aktivnosti.

## **Metodologija rada**

U svrhu boljeg razumijevanja tematike prikupljeni su podaci iz stručne literature domaćih i stranih autora, kao i znanstveni članci usko vezani uz temu rada objavljeni na internet stranicama. Kako bi se točnije interpretirali prikupljeni podaci korištene su različite metode znanstveno-istraživačkog rada. Primarno je korištena empirijska metoda istraživanja kojom je istražena literatura i ostali izvori podataka. Deduktivnom i induktivnom metodom, kao i putem komparacijske metode pobliže su obrađeni prikupljeni podatci i relevantne informacije. Metodom analize raščlanjeni su resursi, snage i slabosti, komparativni elementi ponude i zahtjevi potražnje. U svrhu detaljnog razumijevanja tematike provedeno je i znanstveno istraživanje u obliku strukturiranog intervjua na uzorku od 11 nositelja zdravstveno turističke ponude prema oblicima zdravstvenog turizma (wellness, lječilišni, medicinski). Intervju je proveden u periodu od 01. prosinca 2023. godine do 07. lipnja 2024. godine.

Od ispitanika se tražilo da izraze vlastito mišljenje o razvojnim ograničenjima i razvojnim mogućnostima zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, elementima koje smatraju osnovnim za njegov daljnji razvoj, kao i da izraze mišljenje o zadovoljstvu trenutnim aktivnostima tijela nadležnih za razvoj zdravstvenog turizma (Ministarstvo turizma RH, Ministarstvo zdravstva RH i vezane institucije).

# 1. Pojmovna obilježja i značaj zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj

Predviđanje budućih zahtjeva turističke potražnje je neprekidan proces, ponekad vrlo izazovan. Međutim, potraga za unaprjeđenjem kvalitete života i zdravljem iskonska je potreba čovjeka. Brze promjene koje donosi globalizacija, digitalna transformacija, urban i stresan način života sve više motivira pojedinca na odmor u vidu zdravstvenog turizma. Zdravstveni turizam definira se kao „privremena promjena stalnog boravišta pojedinca u određeno povoljnije klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative i rehabilitacije“<sup>1</sup>. Hrvatska posjeduje izobilje preduvjeta za kvalitetan i stabilan razvoj ove vrste turizma. Umjerena kontinentalna, planinska i primorska klima, uz okoliš koji još uvijek nije značajno pod utjecajem čovjeka tvori obilne prirodne resurse i uvjetuje mogućnost razvoja specifičnih oblika turizma. U svrhu daljnjeg razvoja, neophodna je detaljna analiza svih unutarnjih i vanjskih čimbenika na turizam. Potrebno je kritički sagledati situaciju u turizmu Hrvatske, te prvenstveno dati odgovore na pitanja da li trenutna turistička ponuda stagnira, da li ostvaruje zadane ciljeve, koje je željena pozicija na tržištu, te postoji li mogućnost brendiranja zdravstvenog turizma. Prethodno navedena pitanja predstavljaju samo dio podloge prije odabira kvalitetne strategije. U svrhu očuvanja privlačnosti Hrvatska se mora distancirati od destinacije sunca i mora, osigurati dugoročnu održivost i konkurentsku prednost.

Terapeutski učinak mineralnih termalnih voda prepoznat je još u doba drevnih civilizacija. Značaj zdravstvenog turizma Hrvatske proizlazi i mnoštva prirodnih resursa, kao i bogatstva izvorima termalnih voda. Prvi kvalitativni opisi voda iz četiri izvora nastaju 1773., 1777. i 1782. godine kada su J.B. Lalangue, H. J. Crantz, M. Piller i L. Mitterpacher proveli prve analize voda Stubičkih, Sutinskih, Lipičkih i Tuheljskih toplica.<sup>2</sup> Iz navedenog razloga začetci lječilišnog turizma Hrvatske datiraju još sredinom 18. stoljeća.

Nadalje, 1889. godine Grad Opatija proglašen je prvim morskim klimatskim lječilištem na Jadranu, te je temeljem Zakona tada na snazi formirano i lječilišno povjerenstvo. U nadležnosti lječilišta bili su lječilišni fond i visina lječilišne takse, nadgledanje svih kupališta i lječilišnih ustanova, kao i davanje suglasnosti na izgradnju kupališta, šetališta, ulica i ostalih objekata. Dodatno, lječilišno povjerenstvo je obavljalo i poslove unaprjeđenja turističke propagande, te formiranja cijena za brodski prijevoz turista i prijevoz turista kočijom. Lječilišna

---

<sup>1</sup> Čavlek N., Vukonić B., (2001), Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, str. 454

<sup>2</sup> Toplice Lipik, Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju (2024). Preuzeto, srpanj 2024: <https://toplice-lipik.hr/hr/povijest-ljecilista/stranica/9>

sezona počinjala je 10. listopada tj. odmah nakon ljetne sezone, a završavala je 15. svibnja sljedeće godine.<sup>3</sup>

Karakteristika zdravstvenog turizma je činjenica da putnik odabire destinaciju ovisno o kvaliteti i dostupnosti medicinskih sadržaja, odnosno odredište putovanja uvjetovano je zdravstvenom potrebom putnika. Medicinsko-zdravstveni-wellness turizam može se svrstati u dvije osnovne kategorije prema izboru turista - obvezni ili izborni. Obavezno putovanje pojavljuje se kada su potrebni tretmani nedostupni ili nezakoniti u mjestu porijekla putnika, te je kao rezultat navedenog potrebno putovati drugdje kako bi se pristupilo tim uslugama. Izborno putovanje se javlja u trenutku koji je putniku najprikladniji za putovanje i kada su troškovi prihvatljivi, iako su tretmani dostupni i u matičnoj regiji putnika.<sup>4</sup>

Značaj zdravstvenog turizma proizlazi i iz činjenice sa da je rast medicinskog, zdravstvenog i wellness turizma uvelike povezan s nižim troškovima, kraćim listama čekanja pacijenata i boljom kvalitetom skrbi.<sup>5</sup> Korisnici se sve više okreću uslugama i proizvodima koji poboljšavaju njihovu kondiciju, prehranu, izgled i san, odnosno zdravlje općenito. Potražnja za prirodnim i "čistim" proizvodima kojima je moguće utvrditi porijeklo u stalnom je porastu. Društveni kanali postaju znatno utjecajni, korisnici više cijene personalizirani pristup u pružanju zdravstvenih usluga (*mHealth*) i personaliziranu ponudu proizvoda nego zaštitu osobnih podataka. Vidljiv je značajan porast svjesnosti o zdravom stilu života među svim generacijama. Slijedom navedenog, razvoj zdravstvenog turizma uvelike može utjecati i na kvalitetu života lokalnog stanovništva.

## 1.1. Definiranje pojma

Prilikom definiranja pojma zdravstveni turizam potrebno je uzeti u obzir činjenicu da je korisnik ove vrste turizma prvenstveno pacijent, te usputno i turist (s obzirom da zdravstvene i vezane usluge koristi u destinacijama izvan uobičajenog mjesta boravišta). Zdravstveni turizam definira se kao „organizirano putovanje izvan nečijeg lokalnog okruženja radi održavanja, poboljšanja ili obnavljanja blagostanja uma i tijela pojedinca.<sup>6</sup> Pojam zdravstvenog turizma

---

<sup>3</sup> Vukonić B., (2005), Povijest Hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, str.66.

<sup>4</sup> Zhon, L., Deng, B., Morrison, A. M., Coca-Stefaniak, J. A., Yang L., (2021), Medical, Health and Wellness Tourism Research - A Review of the Literature (1970–2020) and Research Agenda, Preuzeto, travanj, 2023 : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8536053/>

<sup>5</sup> Ibidem

<sup>6</sup> Carrera, P., Bridges, J. (2006) Globalization and Healthcare: Understanding Health and Medical Tourism. Expert Review Pharmacoeconomics Outcomes Research. Citrano prema: Lunt, N., Smith, R., Exworthy, M., Green, S., T., Horsfall D., Mannion, R. (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review, OECD, 7.

uključuje različite oblike poput kirurškog, dentalnog, medicinskog, *wellness* turizma. Često se preporuča korištenje termina „turizam u zdravlju i wellnessu“ koji je općenit i opsežniji. Naime, medicinski turizam bavi se medicinskim pitanjima, dok *wellness* uključuje putovanje zbog dobrobiti, kondicije i zdravlja. Medicinski turizam može se definirati kao putovanje u obližnja odredišta radi podvrgavanja medicinskim tretmanima kao što su operacije ili druge specijalističke intervencije.<sup>7</sup> Zdravstveni turizam često se koristi kao sinonim za medicinski, međutim radi se o puno širem pojmu. UNWTO naglašava da su zdravstveni, *wellness* i medicinski turizam posljednjih godina eksponencijalno porasli i postali sve relevantniji u mnogim destinacijama. Zdravstveni turizam, posebno u smislu zdravstvene zaštite, definiran je kao „pokušaj turističkog objekta (npr. hotela) ili destinacije (npr. Baden, Švicarska) da privuče turiste namjernim promoviranjem svojih zdravstvenih usluga i objekata, uz svoje redovne turističke sadržaje”<sup>8</sup>

Zdravstveni turizam obuhvaća one vrste turizma kojima je primarna motivacija doprinos tjelesnom, mentalnom i/ili duhovnom zdravlju kroz medicinske i *wellness* aktivnosti. Kao novi, globalni, složeni segment koji se brzo mijenja, odredišta koja su spremna iskoristiti prilike i odgovoriti na izazove trebaju bolje razumjeti zdravstveni turizam.<sup>9</sup> Pojam zdravstveni turizam podrazumijeva istovremenost pružanja turističkih sadržaja i konzumiranja zdravstvenih usluga. Stoga se može zaključiti da je zdravstveni turizam pružanje zdravstvenih usluga - dijagnostičkih i terapijskih postupaka, zdravstvene njege te postupaka medicinske rehabilitacije uz mogućnost korištenja prirodnih ljekovitih činitelja, i uz pružanje ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu.<sup>10</sup>

Primarni cilj pojedinca koji koristi usluge zdravstvenog turizma je ostvarenje ravnoteže ili pokretanje glavnih domena ljudskog života uključujući fizičko, mentalno, emocionalno, duhovno i intelektualno zdravlje. Zadovoljavanje prethodno navedenih potreba i funkcija čovjeka obavlja se kroz aktivnosti u medicinskim i *wellness* ustanovama tijekom putovanja. Iako su ovi trendovi odavno globalno prepoznati, u Hrvatskoj su slabo zastupljeni i slabo implementirani u turistički proizvod nositelja turističke ponude.

---

<sup>7</sup> Hopkins, Laura, et al. (2010). Medical tourism today: What is the state of existing knowledge & quest. *Journal of public health policy* 31 (2): 185–198. Citirano prema: Blazevic O. (2016). Health tourism and “smart specialisation”. *UTMS Journal of Economics* 7 (1): 85–95.

<sup>8</sup> Goodrich, J.N., Goodrich G.G., (1987). Health-care tourism: An exploratory study. *Tourism Management* 8 (3): 217–222. Citirano prema: Jolliffe, L. and J. Cave (2012) *Health and Wellness tourism. Tourism: The Key Concepts*. Robinson, P (Ed.) London: Routledge. pp 93-95

<sup>9</sup> World Tourism Organization, UNWTO, (2019). Preuzeto, veljača 2023: <https://www.unwto.org/high-level-forum-medical-and-health-tourism>

<sup>10</sup>Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske (2024). Preuzeto, srpanj 2024: <https://zdravlje.gov.hr/zdravstveni-turizam-5532/5532>

## 1.2. Značajke i specifičnosti tržišta

Moderan stil života koji je brz, naporan i nadasve dinamičan uvjetuje sve veće okretanje turista prema zdravoj prehrani, rekreaciji, meditaciji, povratku prirodi. Ovakav životni trend doveo je do stvaranja grupe potrošača naziva LOHAS koja održivo ponašanje ugrađuje u sve aspekte života (*Lifestyle of health & sustainability*). Pitanja poput zdravlja, sigurnosti, održivosti, ekologije i okoliša postaju sve važnija. Osim LOHAS potrošača, sportaša i osoba starije dobi, segment *Detox* turista predstavlja također ciljnu skupinu zdravstvenog turizma.

Konzumenti *wellness* turizma za razliku od konzumenata medicinskog nužno ne putuju preko granica, nego u velikoj mjeri konzumiraju usluge i u domicilnoj zemlji. Wellness turizam oslanja se na tržište „tjelesne aktivnosti“. Tjelesna aktivnost predstavlja sudjelovanje potrošača u tri vrste rekreacije: fitness, sport i aktivna rekreacija, te svjesno kretanje.<sup>11</sup> Prema *Global Wellness Institute*, wellness predstavlja individualnu težnju. Potrošač snosi odgovornost za vlastite izbore, ponašanja, i životni stil. Međutim, predmetni potrošač je značajno pod utjecajem fizičkih, društvenih i kulturnih činitelja okruženja u kojima živi.<sup>12</sup> Specifičnost wellnessa leži u njegovoj multidimenzionalnosti, odnosno u sinergiji 6 dimenzija koje obuhvaća:

- Fizička
- Mentalna
- Duhovna
- Društvena
- Emocionalna
- Okolina

Povijesno gledajući putnici su od davnina putovali u razvijenije krajeve u svrhu obnavljanja zdravlja. Danas se putnici koji čine potražnju zdravstvenog turizma okreću manje razvijenim zemljama u kojima su usluge povoljnije. Iz navedenog razloga grupa autora u svojoj recenziji za OECD kao ključne značajke novog stila medicinskog turizma navodi slijedeće<sup>13</sup>:

- Veliki broj pojedinaca koji putuju na liječenje;
- Pomak prema pacijentima iz bogatijih, razvijenijih zemalja koji putuju u manje razvijene zemlje radi pristupa zdravstvenim uslugama. Pacijenti su uglavnom vođeni jeftinim tretmanima i potpomognuti jeftinim letovima uz internetske izvore informacija;

---

<sup>11</sup> Global Wellness Institute (2023), Global Wellness Economy Monitor, Final report. Preuzeto, srpanj 2024: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023\\_FINAL.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023_FINAL.pdf)

<sup>12</sup> Ibidem

<sup>13</sup> OECD (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A OECD scoping review. Preuzeto, veljača 2023: <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>

- „Nova“ infrastruktura koja omogućuje pristupačna putovanja i lako dostupne informacije preko interneta;
- Razvoj industrije: privatnog poslovnog sektora i nacionalne vlade u razvijenim zemljama kao i u zemljama u razvoju; imale su ključnu ulogu u promicanju medicinskog turizma kao potencijalno unosnog izvora stranih prihoda

Glavni faktor koji pokreće medicinski turizam je nedostatak adekvatnih medicinskih usluga u zemlji porijekla, dok *wellness* turizam pokreće želja za poboljšanjem zdravlja i blagostanja. S druge strane privlačni faktori destinacija zdravstvenog turizma za medicinske turiste su pristupačne cijene i širina spektra medicinskih zahvata, dok privlačan faktor za *wellness* turiste predstavlja dostupnost prirodnih izvora i drugih infrastrukturnih objekata (zračne luke i drugi oblici prijevoza, smještajni i ugostiteljski objekti). Slijedom navedenog zdravstvena kretanja obuhvaćaju<sup>14</sup>.

- osobe koje putuju radi liječničkog pregleda i utvrđivanja dijagnoze
- osobe koje putuju radi kraćeg ili dužeg liječenja
- osobe koje predstavljaju pratnju bolesnika/pacijenata
- osobe koje putuju na kontrolni pregled
- osobe koje putuju radi medicinske rehabilitacije

Gledajući iz perspektive daljnjeg razvoja ovih oblika turizma u Hrvatskoj prvenstveno je potrebno odrediti svoju poziciju utvrđivanjem vlastite tržišne atraktivnosti i izdvajanjem profitabilnih trendova. Doprinos razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj reflektirat će se i putem benefita za domicilno stanovništvo (veća dostupnost zdravstvenih i vezanih ustanova, veća dostupnost sadržaja koji doprinose općoj kvaliteti života izvan glavne sezone, unapređenje okolišne, društvene, javne i komunalne infrastrukture).

### **1.3. Zakonska regulativa zdravstvenog turizma u Hrvatskoj**

Glavni faktori koji oblikuju zdravstveni turizam današnjice su urbanizacija, kronične bolesti, preopterećenost zdravstvenog sustava, prekogranična mobilnost pacijenta i zaštita osobnih i zdravstvenih podataka (EU), tehnološka dostignuća u medicini, digitalizacija i nosivi uređaji (*m-health, e-health*),

Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske prepoznalo je potencijal zdravstvenog turizma u produženju turističke sezone. Zakonom o zdravstvenoj zaštiti propisano je da je

---

<sup>14</sup> Rabotić, B., (2013), Specifični oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih izdanja, Beograd, str.99

zdravstveni turizam pružanje zdravstvenih usluga-dijagnostičkih i terapijskih postupaka, zdravstvene njege te postupaka medicinske rehabilitacije uz pružanje ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu.<sup>15</sup>

Pravilnikom o pojedinim oblicima zdravstvenih usluga koje se pružaju u djelatnosti zdravstvenog turizma, te standardima i normativima za njihovo obavljanje („Narodne novine“ broj 79/2019) utvrđeni oblici zdravstvenih usluga koje se pružaju u djelatnosti zdravstvenog turizma te su propisani standardi i normativi za njihovo obavljanje. Službena internet stranica Ministarstva zdravstva sadrži i dodatne upute i smjernice o načinu osnivanja ili proširenja djelatnosti u zdravstvenom turizmu.<sup>16</sup>

Imajući u vidu činjenicu da je trenutno u Hrvatskoj većina bolnica i bolnica za specijalnu medicinsku rehabilitaciju u javnom vlasništvu (osnivači su Županije), te da su u nadležnosti Zakona o ustanovama, navedene ustanove nisu u mogućnosti obavljati djelatnosti kojima bi osigurale kvalitetne dodatne sadržaje pacijentima. Temeljem članka 6. predmetnog Zakona, obavljanje djelatnosti poput komercijalnog smještaja, usluga hrane i pića, iznajmljivanje rekvizita, wellness usluga i drugih nisu dozvoljene.<sup>17</sup> Stoga je bolnički smještaj osiguran isključivo za pacijente osiguranike Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje, dok vezani sadržaji ne postoje.

Koordinacija javnih i privatnih razvojnih projekata na regionalnoj i državnoj razini, zajedničko definiranje prioriteta i prilagođavanje prostorno planske osnove rezultat će učinkovitijim stvaranjem uvjeta za daljnji razvoj investicijskog okruženja. Definiranje zajedničkih ciljeva u turizmu na svim razinama vlasti te posvećenost istima generira veće ekonomske i društvene učinke. Javno-privatno partnerstvo posjeduje razne rizike i vrlo je bitna podjela rizika na način da svaki od partnera preuzme one rizike kojima može najbolje upravljati.<sup>18</sup> Zdravstveni turizam predstavlja složen turistički proizvod koji obuhvaća sva četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske: cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam, turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu, konkurentan i inovativan turizam, otporan turizam.<sup>19</sup> Upravo iz navedenog razloga nužna je promjena zakonske regulative u vidu osiguranja konkurentnosti i daljnjeg razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske.

---

<sup>15</sup> Zakon o zdravstvenoj zaštiti, Narodne novine br. 100/18, 125/19, 147/20, 119/22, 156/22, 33/23, članak 39., stavak 1.

<sup>16</sup> Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske, Pravna regulativa i upute za registraciju. Preuzeto, veljača 2023: <https://zdravlje.gov.hr/zdravstveni-turizam-5532/pravna-regulativa-i-upute-za-registraciju/5534>

<sup>17</sup> Zakon o Ustanovama, Narodne novine broj 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19, 151/22, članak 6.

<sup>18</sup> Juričić, D., (2008). Ekonomija javno-privatnog partnerstva, str.462. Preuzeto, veljača 2023: <https://hrcak.srce.hr/25698>

<sup>19</sup>Narodne novine (2/2023), Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, članak 8. Preuzeto, veljača 2023: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html)



Neusklađenost zakona nije jedina prepreka kvalitetnom razvoju ove vrste turizma, potrebno je osnažiti veze resornih ministarstava i jedinica lokalne samouprave koje igraju veliku ulogu u razvojnom procesu. Često su razvojni projekti i planirani investicijski ciklusi usporeni ili zaustavljeni upravo na nižoj (lokalnoj) razini upravljanja. Strategija razvoja mora biti jasno koncipirana i sažimati interese različitih dionika (jedinica regionalne i lokalne samouprave, lokalnog stanovništva, turizma u širem smislu, zaštite prirode i kulturne baštine).

#### **1.4. Motivi za korištenje zdravstvenog turizma**

Nakon što pojedinac zadovolji svoje egzistencijalne potrebe i u trenutku kada dosegne određenu razinu materijalnog blagostanja, okreće se drugim vrijednostima u životu. Umijeće kako kvalitetnije živjeti biti će ispred životnog standarda shvaćenog kao materijalno bogatstvo.<sup>20</sup>

Upravo potraga za kvalitetom života generira motive za korištenje zdravstvenog turizma. Odabir destinacije predstavlja izazov, razlog navedenom je činjenica da često nije moguća procjena kvalitete pružatelja zdravstvenih usluga u našem okruženju, a pogotovo u ustanovama koje se nalaze u udaljenim destinacijama. Osim percepcije medicinske skrbi i kvalitete usluge, korisnike usluga u zdravstvenom turizmu motivira i odlazak u dosada neviđenu destinaciju. Generalno gledajući zadovoljstvo korisnika usko je vezano za njegova prethodna očekivanja. Evidentna je činjenica da je zadovoljstvo pacijenta najčešće njegov subjektivni (samo ponekad i objektivni) doživljaj o pruženoj mu zdravstvenoj usluzi.<sup>21</sup> Potrebe za osobnim postignućem, realizacijom i zadovoljstvom predstavljaju osnovne ljudske potrebe. Osim prethodno navedenih potreba sve češći pokretač putnika predstavlja i potraga za zdravljem. Ova potraga za zdravim životom u turizmu se sjedinjuje sa potrebom za istraživanjem (upoznavanjem novog) i putovanjem. Osim prethodno navedenih motivatora koji potiču pojedinca na korištenje usluga zdravstvenog turizma u ovom poglavlju, može se zaključiti da su ključni motivi prevencija bolesti, ozdravljenje te opća dobrobit čovjekova organizma.

---

<sup>20</sup> Vukonić, B., Keča, K., (2001), Turizam i razvoj, Ekonomski fakultet Zagreb, str. 259

<sup>21</sup> Gutić, D., (2015), Menadžment u zdravstvu, Grafika, Osijek, str.217

## 2. Oblici zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam je specifičan oblik turizma koji obuhvaća putovanje radi očuvanja fizičkog i mentalnog zdravlja, i to koristeći veliki spektar medicinskih i *wellness* usluga. Korisnik usluga zdravstvenog turizma osim nezaboravnog doživljaja i visoke vrijednosti sadržaja, očekuje i pomoć u njegovom osobnom zdravstvenom stanju. Zdravstveni turizam obuhvaća niz usluga koje se vezuju za tradicionalnu medicinu, modernu medicinu te opću brigu o duhu i tijelu. Čovjek oduvijek teži za promjenama, konstantno mijenja svoj okoliš te istovremeno teži za promjenama vlastitog fizičkog izgleda, očuvanju mladosti i besmrtnosti. Upravo iz navedenih razloga, kao i zbog današnjeg utjecaja društvenih mreža na život pojedinca, raste potražnja za kozmetičkim zahvatima.

Pacijenti koji putuju u određenu destinaciju u svrhu zdravstvenog turizma razvrstavaju se prema razlozima dolaska u zemlju ili načinu dolaska. Primjerice, osobe koje dolaze u zemlju u okviru bilateralnih sporazuma koje je sklopilo Ministarstvo zdravlja; osobe koje dolaze s ugovorima između ustanova socijalne sigurnosti; osobe koje dolaze na liječnički ili holistički tretman tj. medicinski turisti i kozmetički turisti; osobe koje moraju neplanirano koristiti zdravstvene usluge tijekom svojih putovanja (korisnici turističkih ambulanti).<sup>22</sup> Bez obzira koji su medicinski razlozi koji pokreću korisnike, nacionalna strategija razvoja zdravstva Republike Hrvatske za period 2012.-2020. godine, navodi tri oblika zdravstvenog turizma (*wellness*, lječilišni i medicinski turizam), stoga ovaj rad u nastavku detaljnije objašnjava podjelu prema ovim oblicima.

### 2.1. Wellness turizam

Geografski položaj, razvedena obala, umjerena klima, čisto more, obilje prirodnih ljepota, izvori geotermalnih i mineralnih, termalnih voda na sjevernom dijelu Hrvatske čine samo dio prirodnih resursa koje je potrebno značajnije angažirati u ponudi zdravstvenog turizma. Upravo ovi resursi predstavljaju privlačnu snagu osobama koje žele nastaviti sa zdravim načinom života i *wellness* rutinama i u odabranoj destinaciji za odmor. Prema Oxford English Dictionary, termin *wellness* ili *wellbeing*. porijeklo vuče od pojma *wealnesse* koji je u svojoj monografiji

---

<sup>22</sup>Dentevim Dental Clinic (2023), Types of Health Tourism. Preuzeto, ožujak 2023: <https://www.dentevim.com/en/types-of-health-tourism>

davne 1654. godine upotrijebio Sir A. Johnson.<sup>23</sup> U prijevodu sa engleskog jezika ovaj pojam označava dobrobit, blagostanje, pritom naglašavajući zadovoljno stanje, osjećaj sreće, svrhe, ispunjenosti i zdravlja. Postoji niz definicija *wellness-a* međutim zajedničkih elementi koji spajaju većinu različitih definicija su: **višedimenzionalnost** (fizička, mentalna, duhovna, socijalna, ekonomska, intelektualna dimenzija), **holizam** (wellness je širi koncept od fizičkog zdravlja ili fitnessa, usredotočuje se na dobrobit cijele osobe, naglašava sve aspekte osobe – tijelo, um i duh – radeći u skladu.), **promjenjivost** (wellness nije statično stanje, već predstavlja optimum razine dobrobiti koje pojedinac pokušava postići), **individualnost** (wellness je proces na individualnoj razini, svaki pojedinac preuzima odgovornost vlastitog zdravlja).<sup>24</sup> *Global Wellness Institute* definira wellness turizam kao putovanje povezano s težnjom za održavanjem ili poboljšanjem osobne dobrobiti. Uz toliko lošeg zdravlja ugrađenog u današnja putovanja, wellness turizam obećava borbu protiv tih negativnih svojstava i pretvara putovanje u priliku za održavanje i poboljšanje cjelovitog zdravlja. Wellness industrija procijenjena je na 4,9 bilijuna dolara 2019.godine a zatim je pala na 4,4 bilijuna dolara 2020. zbog široko rasprostranjenih utjecaja pandemije COVID-19 (predstavljala je 5,1 % globalne ekonomske proizvodnje u 2020. godini). Naravno ova industrija potiče potrošača na konzumaciju širokog spektra usluga i vezanih sadržaja koji se prema *Global Wellness Institute* sastoji se od jedanaest sektora<sup>25</sup>:

1. **Mentalno blagostanje:** Potrošnja potrošača na aktivnosti, proizvode i usluge čiji je primarni cilj pomoć na putu mentalnog blagostanja rasta i prehrane, odmora i pomlađivanja.
2. **Tjelesna aktivnost:** Potrošnja potrošača povezana s namjernim fizičkim aktivnostima koje se izvode tijekom slobodnog vremena i rekreacije i (sport i aktivna rekreacija, fitness i svjesno kretanje) i tri podsektora koji omogućuju te aktivnosti (tehnologija, oprema i zalihe te odjeća i odjeća).
3. **Wellness nekretnine:** Izdaci za izgradnju stambenih i komercijalnih/institucionalnih (uredskih, ugostiteljskih, mješovitih/stambenih, medicinskih, rekreacijskih, i drugih) nekretnina koje uključuju namjerne wellness elemente u svom dizajnu, materijalima u zgradi kao i svojim sadržajima, usluge i/ili programiranje.

---

<sup>23</sup> Global Spa Summit, Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities (2010), str 3. Preuzeto, ožujak 2023: <https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/Spas-and-the-Global-Wellness-Market-Final-4.25.2010.pdf>

<sup>24</sup> Ibidem, str. 7

<sup>25</sup>Global Wellness Institute (2023), Wellness Economy Statistics and Facts. Preuzeto, prosinac 2023: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>

4. **Dobrobit na radnom mjestu:** Uključuje izdatke poslodavaca za programe, usluge, aktivnosti i opremu s ciljem poboljšanja zdravlja i dobrobiti svojih zaposlenika. Ovi izdaci imaju za cilj podići svijest, omogućiti obrazovanje i ponuditi poticaje koji se odnose na specifične čimbenike rizika za zdravlje i ponašanja (npr. nedostatak tjelovježbe, loše prehrabene navike, stres, pretilost, pušenje) i potaknuti zaposlenike na usvajanje zdravijih stilova života.
5. **Wellness turizam:** Zbroj svih izdataka wellness turista — primarnih i sekundarnih, međunarodnih i domaćih — uključujući potrošnju na smještaj, hranu i piće, aktivnosti i izlete, kupovinu i prijevoz unutar zemlje.
6. **Ekonomija lječilišta:** uključuje prihode lječilišnih objekata i povezane skupine sektora koji podržavaju i omogućuju poslovanje lječilišta. Ekonomija lječilišta uključuje objekte lječilišta, edukaciju lječilišta (za terapeute i menadžere/direktore, početnu obuku i nastavak edukacije), savjetovanje o lječilištima, kapitalna ulaganja u lječilišta, udruge lječilišta te medije i događaje vezane uz lječilišta.
7. **Termalni/mineralni izvori:** Obuhvaća prihode poslovnih objekata povezanih s wellness, rekreacijskom i terapijskom upotrebom vode s posebnim svojstvima, uključujući termalnu vodu, mineralnu vodu i morsku vodu.
8. **Osobna njega i ljepota:** Uključuje izdatke potrošača za usluge ljepote i salona (isključujući toplice); usluge i proizvode za njegu kože, kose i noktiju; kozmetika, toaletni proizvodi i drugi proizvodi za osobnu njegu; dermatologija; lijekovi na recept za njegu kože; kao i proizvode i usluge koji se posebno bave problemima zdravlja i izgleda povezanimima sa starenjem, kao što su kozmetika za njegu kože/lica/tijela, njegu/rast kose i farmaceutski proizvodi/dodaci koji liječe zdravstvena stanja povezana sa starenjem.
9. **Preventivna i personalizirana medicina i javno zdravstvo:** Uključuje izdatke za medicinske usluge koje su usmjerene na liječenje "zdravih" ljudi, prevenciju bolesti ili otkrivanje čimbenika rizika - na primjer, rutinske fizičke preglede, dijagnostičke testove, genetsko testiranje itd.
10. **Tradicionalna i komplementarna medicina:** Obuhvaća izdatke za različite medicinske, zdravstvene, holističke i mentalne ili duhovno utemeljene sustave, usluge i proizvode koji se općenito ne smatraju dijelom konvencionalne medicine ili dominantnog sustava zdravstvene skrbi—uključujući homeopatsko, naturopatsko, kiropraktičko liječenje, tradicionalna kineska medicina, ayurveda, energetsko iscjeljivanje, tradicionalni/biljni lijekovi i dodaci, itd.

**11. Zdrava prehrana, prehrana i mršavljenje:** Uključuje izdatke potrošača za vitamine i dodatke prehrani, obogaćenu/funkcionalnu hranu i nutritivne, prirodnu i organsku hranu, zdravu hranu, sportsku prehranu, prehrambene i dijetetske usluge te proizvode i usluge za mršavljenje/kontrolu težine.

Imajući u vidu prethodno navedeno, wellness u današnje vrijeme sažima veliki broj sadržaja putem kojih se usluge pokušavaju čim detaljnije diversificirati, a sve u svrhu prilagođavanja specifičnim zahtjevima korisnika. Kada pojedinac/korisnik putuje zbog brige o zdravlju, on pristupa izboru destinacije na osnovu saznanja o prijašnjim iskustvima, vlastitim težnjama i željama i referencama nositelja ponude, stoga buduće putovanje temelji na pomnom istraživanju nositelja usluge. Putovanje u svrhu oporavka psihičkog i fizičkog stanja nije puka želja za promjenom boravišta nego pomno razrađena promjena boravka u svrhu opće dobrobiti vlastitog zdravlja.

Zakonska regulativa ograničava zapošljavanje medicinskog osoblja odnosno pružanje medicinskih usluga unutar wellness centara hotelskih kuća. Možemo konstatirati da ponuda u wellness centrima primorske Hrvatske pripada turističkom wellnessu (izvanpansionska ponuda), dok ponuda termalnih centara kopnene Hrvatske pripada medicinskom wellnessu. Konkretni službeni podatak o broju turističkih objekata koji nude wellness usluge, objavljen od strane Ministarstva turizma RH ili Hrvatske turističke zajednice trenutno ne postoji.

Osim wellness turizma često se spominje i termin SPA koji zapravo predstavlja uži pojam. Kako je prethodno navedeno ovim radom wellness predstavlja široku paletu usluga i proizvoda putem kojih se postiže veća kvaliteta života i osjećaj blagostanja. S druge strane, termin SPA označava akronim za latinski naziv „Salus/Sanum per aquam or Sanitas per aquam“ odnosno u prijevodu, zdravlje kroz vodu. SPA turizam uvriježen je naziv za termalni turizam. Može se reći da predstavlja spoj usluga wellness i lječilišnog turizma. Turističku potražnju ove vrste turizma karakteriziraju većinom osobe treće dobe, srednje klase koji dolaze iz urbanih područja, odnosno iz razvijenih zemalja opterećenih suvremenim i brzim načinom života. Kvaliteta termalnih voda kojima raspolaže kopnena Hrvatska predstavlja osnovu za daljnji razvoj SPA turizma.

Iako je SPA turizam uvriježen naziv na termalni turizam, on obuhvaća i wellness turizam. Kako je ranije navedeno wellness turizam u Hrvatskoj većinom je koncentriran unutar hotelske ponude, te je izrazito raširen na području Hrvatskog primorja. Wellness centri nude usluge parne kupelji, saune te sobe za relaksaciju i pretežno zatvorene (unutarnje) bazene, dok su vanjski bazeni hotelskih lanaca namijenjeni širokoj populaciji gostiju (nisu korisnici wellness usluga). Osim navedenih usluga wellness centri nude dodatne usluge u vidu masaža

tijela i fitness centara. Razina uređenja i opsega usluga wellness centara na visokoj je razini, te je ova ponuda međunarodno konkurentna.

Jedan od glavnih strateških ciljeva Hrvatskog turizma je regionalno uravnotežen i cjelogodišnji turizam. Ostvarenje ovog cilja isključivo je moguće uz općenito jačanje zdravstvenog turizma, uz usku povezanost sportskog i vezanih specifičnih oblika turizma. Zdravstveni turist u potražnji je za širim spektrom usluga, osim medicinske usluge ovaj tip turista teži ka wellness uslugama, upoznavanju lokalne kulture i običaja, atraktivnosti u destinaciji, specifičan doživljaj kao i duhovne i fizičke dobrobiti organizma na cjelogodišnjoj razini. Snaga za privlačenjem potražnje zdravstvenog turizma trenutno je vrlo slaba do nepostojeća. Stoga nije realno očekivati generalno smanjenje sezonalnosti na Hrvatskom priobalju. Međutim postoje turističke destinacije koje teže razvoju specifičnih oblika turizma, tj. destinacije na kojima je uz jaču koheziju lokalne samouprave i nositelja turističko zdravstvene ponude moguć brži razvoj. Kvalitetan razvoj zdravstvenog turizma je kompleksan i zahtjevan, međutim turist današnjice (a i budućnosti) traži trendovski turizam s visokim potencijalom kontinuiranog rasta.

## 2.2. Lječilišni turizam

Lječilišni turizam predstavlja oblik zdravstvenog turizma koji se odvija pretežito u specijalnim bolnicama i drugim vrstama lječilišta (toplice, terme...). Lječilišni turizam obuhvaća stvaranje ravnoteže organizma zdravom prehranom i oporavkom tijela lječilišnim kurama kao i korištenjem preparata na prirodnoj bazi. Destinacije lječilišnog turizma nude fizikalnu terapiju, liječenje kožnih i reumatskih bolesti primjenom mineralnog ulja naftalana, termalnom i sumpornom vodom visokih temperatura, krilosaune (izlaganje tijela niskim temperaturama do -190 °C), ljekovito blato fango te mnoge druge oblike liječenja.<sup>26</sup>

U Hrvatskoj su toplice većinom u privatnom vlasništvu dok se u njihovom neposrednom okruženju nalaze specijalne bolnice za rehabilitaciju koje čine dio javnog zdravstvenog sustava. Destinacije poput Bizovca (Valpovo), Daruvara, Krapine, Tuhelja predstavljaju destinacije termalnog turizma kopnene Hrvatske. S druge strane wellness centri većinom predstavljaju dio ponude hotelskih kuća više kategorije (4\* i 5\*), te su u većem broju locirane na području Istre i Dalmacije.

---

<sup>26</sup>Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Stubičke toplice, Cryosauna. Preuzeto, svibanj 2024: <https://sbst.hr/wellness-2/cryosauna/?lang=en#>

Ponuda SPA (termalnog) turizma kopnene Hrvatske većinom je prilagođena stacionarnim pacijentima HZZO, te trenutno ne posjeduje privlačnu snagu i razvojni aspekt u svrhu privlačenja stranih medicinskih turista.

Ljekovitost mineralnih kao i termalnih voda oduvijek je ljudima služila za oporavak i opuštanje. Termalna voda razlikuje se od ostalih voda po prirodi i stabilnosti minerala i elemenata u tragovima koji čine njezin sastav. Stari Rimljani su također u termalne bazene dodavali ljekovite tvari (ulja i bilje) kako bi osigurali opuštanje i antistres. Termalni centri u Hrvatskoj većinom su koncentrirani na sjevernom dijelu zemlje (u Zagorju i na području Panonske nizine). Najpoznatija termalna središta nalaze se u blizini Varaždina, Stubice, Krapine i Tuhelja. U Slavoniji, locirani su centri kod Daruvara, Lipika, Topuskog i Valpova. Ovaj oblik zdravstvenog turizma ima veliki utjecaj na razvoj ruralnih krajeva i stvaranje stabilnog i održivog okoliša. Kontinentalna Hrvatska pravovremeno je prepoznala važnost ovog resursa. Termalne vode (+65 °C) aktivno se koriste više od 30 godina u lječilišne i rekreacijske svrhe. Po kvaliteti termalne vode toplice u Topuskom te Krapinske toplice zauzimaju vrlo visoko mjesto među najboljima u Europi. Potrebno je poticati termalni turizam kao specifičan proizvod osmišljen na inovativnosti i diversifikaciji usluga, te prepoznati i istaknuti prednosti za sve uzraste.<sup>27</sup>

Istraživanja su pokazala da je termomineralna voda u Bizovcu sa temperaturom od 96 °C na izvoru najtoplija jodna hipertermalna voda slanjača u Europi. Bizovac trenutno posjeduje jedan unutarnji i jedan vanjski bazen s prosječnim temperaturama vode od 35 °C. Smještajni objekti kategorizirani sa 2\* nalaze se u sklopu zgrade s lječilištem, a pacijenti HZZO-a imaju povlaštenu cijenu korištenja usluga. Bitno je napomenuti da je odjel za fizikalnu medicinu KBC Osijek u neposrednoj blizini smještajnog dijela i termalnih bazena (udaljen samo 170 metara). Navedeno predstavlja idealnu predispoziciju kvalitetnije suradnje javnog i privatnog sektora u zdravstvenom turizmu.

Daruvarske toplice nude fizikalnu terapiju, te korištenje ljekovitih prirodnih činitelja. Prosječna temperatura vode je 46,6 °C, termalna voda je po svom sastavu i balneološkoj klasifikaciji akrotermna (s mineralizacijom ispod 1 g/l) te u njoj prevladavaju kalcij i magnezij od kationa i hidrokarbonati od aniona. Posebni naglasak stavljaju na ponudu zdravstvenog tretmana sportaša, programe mršavljenja i antistres programe. Hotel i depandansa koji predstavljaju smještajne kapacitete kategorizirani su sa 3\*.

---

<sup>27</sup> MDPI (2024), Motives for Thermal Tourism: An Application to North and Central Portugal. Paper number 12688. Preuzeto, svibanj 2024: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/22/12688>

Krapinske toplice posjeduju wellness, najveću privatnu ortopedsku bolnicu u Hrvatskoj, kliniku za kardiovaskularne bolesti kao i lječilište. Općina Krapinske toplice je u svom strateškom planu razvoja, a u svrhu jačanja prepoznatljivosti i konkurentnost prepoznala potrebu za jačim unapređenjem i diversifikacijom ponude, kao i potrebu za značajnijim povećanjem kvalitete i kvantitete smještajnih objekata. Prema pregledu osnovnih podataka specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju navedenom na Strateškom planu razvoja općine Krapinske toplice od 2020. - 2025. godine evidentno je da ove toplice posjećuju isključivo domaći gosti (99 % u 2018. godini), te da se samo 18 % ukupnih prihoda ove ustanove vezuje uz tržišni prihod, dok je 82 % prihoda u 2018. godini ostvareno isključivo od prihoda vezanih uz HZZO i decentraliziranih sredstva iz državnog proračuna.

**Tablica 1:** Usporedni pokazatelji kapaciteta i broja zaposlenih specijalnih bolnica za rehabilitaciju Krapinskih i Daruvarskih toplica 2017. godine

R.b.	POKAZATELJI 2017	Krapinske toplice Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju	Daruvarske toplice Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju
1	BROJ ZAPOSLENIH NA DAN 31.12.	745	232
	- zdravstveni djelatnici	477	94
	-administrativno-tehnički djelatnici	272	138
	BOLNIČKA ZDRAVSTVENA ZAŠTITA		
2	Ukupan broj postelja (instalirani)	580	302
3	Popunjenost-iskorištenost – bolničkih postelja %		
	- na ukupan (instaliran) broj postelja	73	42
4	Prosjeak bolničkih dana liječenja	21	19

Izvor: Izrada autora prema godišnjim financijskih izvještajima predmetnih ustanova objavljenih na:

<https://www.sbkt.hr/KT/planovi-i-izvjesca/izvjestaj-poslovanju-xii-2017/>; [https://www.daruvarske-toplice.hr/hrvatski/planovi-i-izvjestaji\\_21/\(01.06.2024.\)](https://www.daruvarske-toplice.hr/hrvatski/planovi-i-izvjestaji_21/(01.06.2024.))

Prethodno navedeni usporedni pokazatelji kapaciteta Daruvarskih i Krapinskih toplica ukazuju na činjenicu da obje specijalne bolnice za rehabilitaciju ostvaruju na godišnjoj razni sličan prosjeak bolničkih dana liječenja (-10% Daruvarske toplice u odnosu na Krapinske toplice). Specijalna bolnica u sklopu Krapinskih toplica raspolaže sa duplo većim kapacitetom smještajnih jedinica (+192 %), te zapošljava tri puta veći broj djelatnika (+320 %). Većina kapaciteta obje ustanove namijenjena je stacionarnim pacijentima (HZZO), udio ležajeva namijenjenih komercijalnih gostima je vrlo nizak, u 2017. godini ima udio ispod 20 % ukupnih kapaciteta u obje ustanove.

S druge strane, primorska Hrvatska također posjeduje značajne resurse u lječilišnom turizmu. Veli Lošinj profilirao se kao središte lječilišnog turizma, te svoju ponudu bazira na bogatstvu klimatskih činitelja (temperatura, tlak i vlažnost zraka, brzina vjetera, zračne fronte,



sunčeva zračenja i dr.) i morskih prirodnih ljekovitih činiteljima (morski peloid, alge, biljni pokrov, pijesak...). Navedeni činitelji sastavni su dio prirodnih oblika liječenja: helioterapija, klimatoterapija, algoterapija, aromaterapija, kineziterapija, peloidoterapija, aeroterapija, hidroterapija.

Na području primorske Hrvatske, a zahvaljujući povoljnim klimatskim i geografskim uvjetima centri Thalassoterapije razvili su se u respektabilne medicinske i znanstvene ustanove koje osim dijagnostičkih i kardioloških usluga, pružaju i usluge rehabilitacije reumatološko-fizijatrijskih bolesnika. Opatija i Crikvenica, Rovinj i Veli Lošinj trenutno predstavljaju centre u kojima ovaj oblik prirodne terapije ima stoljetnu tradiciju te i danas pružaju usluge specijalističkih pregleda, pratećih dijagnostičkih i terapijskih postupaka kao i rehabilitacijskih programa. Ovi medicinski centri nude usluge obloga i kupki s algama ili obloga od pijeska i blata, umatanje u morske trave, vruće ili hladne kupke u morskoj vodi, inhalacije morskog zraka, te hidromasaže morskom vodom. Navedeni tretmani prvenstveno utječu na poboljšanje cirkulacije i tonusa mišića, stimulaciju endokrinih funkcija, te pridonose opuštanju tijela i oporavku kod kože sklone dermatološkim problemima (psorijaza i ekcemi).

Imajući u vidu broj sunčanih sati, kvalitetu zraka te dužinu, razvedenost i čistoću jadranskog mora kao i činjenicu da je razina saliniteta i do 30% viša no u drugim morima, nadzire se velika mogućnost implementacije Thalassoterapije i u niz drugih središta diljem jadranske obale. Thalasso turizam kao terapija utemeljena na benefitima morske vode stimulira obrambene funkcije organizma i osnažuje metabolizam. Thalasso terapija ima različite oblike, uključuje kombinaciju kupanja, vježbanja i korištenja morskih proizvoda, poput morskog blata. Konkurentske destinacije Thalasso turizma su Francuska, Španjolska i Grčka, dok na svjetskoj razini potražnja raste za destinacijama poput Maldiva, Izraela i Japana.

### **2.3. Medicinski turizam**

Medicinski turizam karakterizira napuštanje prebivališta pacijenta u potrazi za zdravljem, odnosno liječenje u zdravstvenim ustanovama (medicinskim ordinacijama, klinikama i poliklinikama i specijalnim bolnicama) drugih zemalja. Glavni kriteriji izbora destinacije medicinskog turizma su kvaliteta pružene usluge tj. napredna tehnologija uređaja i opreme, stručno osoblje i ugled medicinske ustanove. Medicinski turizam vezan je uz uporabu lijekova te operativne zahvate. Razlikuju se dvije osnovne vrste medicinskog turizma. Prva vrsta naziva se slobodni promet pacijenata u kojem pacijenti samoinicijativno iz različitih motiva, zbog znatne razlike u cijeni biraju drugu zemlju za određeni medicinski zahvat. Druga vrsta djeluje

pod nazivom državni medicinski turizam a veže se za državne ili privatne zdravstvene blagajne koje svoje obveznike plaćanja doprinosa tj. pacijente upućuje na liječenje ili medicinski tretman u druge zemlje zbog uštede novca ili jedine mogućnosti određenih zahvata.<sup>28</sup>

Klasifikacija korisnika medicinskog turizma također razlikuje Inbound, Outbound, Intrabound korisnike. Outbound ili odlazni medicinski turisti predstavljaju pacijente koji putuju izvan svoje domicilne zemlje u inozemstvo kako bi se podvrgnuli liječenju. Inbound ili dolazni medicinski turisti su pacijenti koji putuju iz inozemstva u svoju domovinu radi liječenja (primjerice radnici angažirani na poslovima u inozemstvu). Intrabound ili domaći medicinski turisti su pacijenti koji isključivo putuju iz jednog dijela svoje zemlje u drugi kako bi potražili liječničku pomoć i koriste usluge različitih oblika zdravstvenog turizma.

Industrija medicinskog turizma dinamična je i nepostojana, a niz čimbenika poput ekonomske klime, promjene domaće politike, političke nestabilnosti, ograničenja putovanja, oglašivačke prakse, geopolitičke promjene, te inovativnih i pionirskih oblika liječenja mogu pridonijeti promjenama obrazaca potrošnje i proizvodnje domaćih i inozemnih zdravstvenih usluga.<sup>29</sup>

Povijesno gledajući međunarodna medicinska putovanja u prošlim vremenima karakterizirala su putovanja pacijenata iz ruralnih i nerazvijenih krajeva koji su putovali u razvijene zemlje tražeći usluge koje im nisu bile dostupne u matičnoj državi, Danas se situacija znatno promijenila, najveći udio čine turisti iz razvijenih zemalja koji putuju u ne razvijene države ili manje razvijene države. Medicinski turisti iz razvijenih zemalja često putuju u azijske zemlje zbog visokih troškova u vlastitim državama, snagu nacionalne valute i dugu listu čekanja na usluge.<sup>30</sup> Činjenica je da također pacijenti iz Sjedinjenih američkih država zbog prethodno navedenih razloga u velikom broju putuju u južnoameričke države, posebice u Meksiko. Putovanja potaknuta nižom cijenom često predstavljaju rizik zbog udjela nekvalitetne i nestručne ponude medicinskih usluga koje rezultiraju pogoršanjem općeg zdravstvenog stanja. Naglo širenje ponude medicinskog turizma često uz kvalitetnu ponudu uvjetuje i postojanje dijela nestručnih ustanova koje pokušavaju zauzeti svoj udio globalnog tržišta. Međutim,

---

<sup>28</sup> Croatia Medical Travel (2024), Što je zdravstveni turizam. Preuzeto, svibanj 2024: <http://www.croatia-medical-travel.com/Sto-je-zdravstveni-turizam>

<sup>29</sup> OECD (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A OECD scoping review, Preuzeto, veljača 2023: <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>

<sup>30</sup> Raoofi, S., Khodayari-Zarnaq, R., Vatankhah S., (2024). Healthcare provision for medical tourism: A comparative review, Researchgate, DOI: 10.4103/jehp.jehp\_1740\_22. Preuzeto, svibanj 2024: [https://www.researchgate.net/publication/378503334\\_Healthcare\\_provision\\_for\\_medical\\_tourism\\_A\\_comparative\\_review](https://www.researchgate.net/publication/378503334_Healthcare_provision_for_medical_tourism_A_comparative_review)

povjerenje u pružatelje zdravstvenih usluga također predstavlja jedan od glavnih pokretača medicinskih putnika.

Citirano prema izvješću *The Hastings centre*, u svom radu Lee and Taggart razlikuju podjelu medicinskih turista u 3 različite grupe temeljem etičkih i drugih pitanja:<sup>31</sup>

1. Usluge koje su nezakonite i u domovini pacijenta i u zemlji odredišta, kao što je prodaja organa
2. Usluge koje su nezakonite u domovini pacijenta, ali legalne u zemlji odredišta, kao što su neke terapije matičnim stanicama
3. Usluge koje su legalne i u domovini pacijenta i u zemlji odredišna zemlja, kao što je zamjena zgloba sa metalnom, plastičnom ili keramičkom protezom

Gledajući situaciju u našoj državi, medicinski turizam najviše privlači državljane susjednih zemalja i domaće turiste: Italija (56 %), domicilno stanovništvo (27 %), Bosna i Hercegovina (7 %), Slovenija (5 %).<sup>32</sup> Najčešće se koriste stomatološke usluge, te ove usluge gotovo u potpunosti koriste Talijani. Učešće Talijana u stomatološkim uslugama medicinskog turizma iznosi 95 %. Duljina boravka medicinskih turista je vrlo kratka (jedno do tri noćenja). Ipak, veliki utjecaj na kratkoću prosječnog boravka imaju korisnici stomatoloških usluga koji su pretežito jednodnevni posjetitelji.<sup>33</sup> Medicinski turizam u Hrvatskoj nije razvijen te predstavlja jedan od oblika zdravstvenog turizma kojem Hrvatska teži kako bi u budućnosti u potpunosti izgubila reputaciju masovnog turizma. Kvalitetniji segmenti turističke potražnje koje Hrvatska želi privući u većem broju svoje putovanje motiviraju na upoznavanju lokalnih običaja i kulture, ljepotama prirode i očuvanju okoliša, te zdravom načinu življenja. Navedeni motivi stvaraju predispoziciju za razvoj svih oblika zdravstvenog turizma pa tako i medicinskog turizma, koji je trenutno „u povojima“. Izuzev turističke potražnje za stomatološkim uslugama, ostale usluge ovog oblika turizma nisu značajno zastupljene. U zadnjih 10-ak godina u Hrvatskoj je značajno porastao broj privatnih medicinskih klinika, poliklinika i specijalnih bolnica. Međutim njihov nastanak nije motiviran jačanjem turističke potražnje nego činjenicom da domicilno stanovništvo zbog dugih lista čekanja te preopterećenosti sustava nije u mogućnosti koristiti usluge javnog zdravstvenog sustava.

Osim konvencionalne medicine, značajan udio turističkog tržišta čine i usluge alternativne medicine, koje su detaljnije opisane u nastavku rada.

---

<sup>31</sup> Lee, V., C., Taggart R.,L. (2013), *Travel Medicine (Third Edition)* 343-347, Medical Tourism. Preuzeto, svibanj 2024: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9781455710768000363>

<sup>32</sup> TOMAS zdravstveni turizam 2018. stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb 2019., str. 51

<sup>33</sup> Ibidem

## 2.4. Ostali oblici neznanstvene medicinske prakse

Pojmovi "komplementarna medicina" ili "alternativna medicina" odnose se na širok skup zdravstvenih praksi koje nisu dio vlastite tradicije ili konvencionalne medicine te zemlje i nisu u potpunosti integrirane u dominantni sustav zdravstvene skrbi. U nekim se zemljama koriste kao sinonimi s tradicionalnom medicinom.<sup>34</sup> Iz navedene definicije evidentno je da alternativna medicina obuhvaća djelatnosti koje se ne temelje na znanstvenom istraživanju, te koje ne proizlaze iz znanstvenog sustava obrazovanja. Alternativna medicina povezuje se s određenim kulturnim identitetom etničkih skupina te se danas koristi u kombinaciji sa konvencionalnom medicinom. Alternativna medicina i konvencionalna medicina se nadopunjavaju, te često koriste zajedno, iz navedenog razloga se alternativna medicina koristi naziv komplementarna. Odlikuju je terapije koje uključuju prirodne sastojke te neinvazivan pristup. Alternativne terapije koje se koriste u oporavku ili jačanju tijela su joga, aromaterapija, akupunktura, refleksologija (terapija zona).

Alternativna medicina razvrstava se u 5 kategorija:<sup>35</sup>

1. Energetska medicina (akupunktura, terapija magnetima, terapijski dodir, Reiki, Qi-gong i Tai chi-komponente (koriste određene pokrete i tehnike disanja u svrhu uravnoteženja pacijentove energije)
2. Manipulativne metode (kiropraktika, masaža, refleksologija, terapija vrućim čašama, liječenje struganjem ("scraping", npr. žlicom ili novčićem), liječenje toplinom ("moksibustija")
3. Medicina uma i tijela (biofeedback, katatimna imaginativna psihoterapija, hipnoterapija, meditacija- mindfulness, opuštanje)
4. Alternativni medicinski sustavi (ayurveda, homeopatija, naturopatija, tradicionalna kineska medicina)
5. Biološki utemeljene prakse (botanička medicina, terapije keliranjem i dijetom)

Alternativna medicina predstavlja holistički pristup. Holistički pristup podrazumijeva sagledavanje osobe/pacijenta u cijelosti, tj. njezinu prehranu, način života i mnoge druge faktore. Pritom ovaj pristup koristi prirodne mehanizme djelovanja poput vode, biljaka, zraka, zemlje i sličnih mehanizama.

---

<sup>34</sup> World Health Organisation (2024), Traditional, Complementary and Integrative Medicine. Preuzeto, lipanj 2024: [https://www.who.int/health-topics/traditional-complementary-and-integrative-medicine#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/traditional-complementary-and-integrative-medicine#tab=tab_1)

<sup>35</sup> Hrvatska elektronička medicinska edukacija (2024), Vrste alternativne medicine. Preuzeto, svibanj 2024: [https://www.hemed.hr/Default.aspx?sid=13861#v39504390\\_hr](https://www.hemed.hr/Default.aspx?sid=13861#v39504390_hr)

Osim alternativne medicine značajan podsektor turizma u destinacijama koje povijesno i društveno njeguju kulturu duhovnog turizma (Indonezija, Tajland), predstavlja meditacijski turizam. Osim navedenih destinacija ova vrsta ponude sadržaja karakteristična je i za turističke destinacije poput Portugala, Španjolske, Kanade i SAD-a.

Meditaciju možemo definirati kao čin usmjeravanja pažnje samo na jednu stvar, bilo kao vjerska aktivnost ili kao način da postanete mirni i opušteni.<sup>36</sup> Meditacija se promovira kao praksa zdravlja i dobrobiti pod samostalnim upravljanjem pojedinca. Imajući u vidu činjenicu da Hrvatska niti povijesno niti društveno ne njeguje kulturu meditacije, ponuda meditacijskog turizma je nezamijećena, te se ne očekuje njezino značajnije širenje i razvoj.

---

<sup>36</sup>Cambridge Dictionary (2024).  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/meditation>

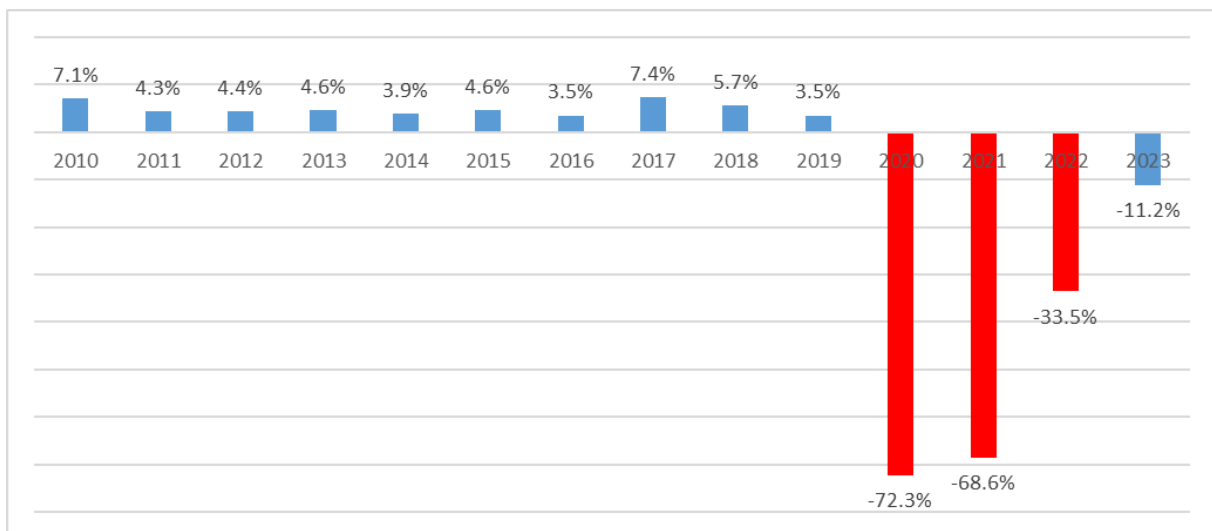
Preuzeto, lipanj 2024:

### 3. Suvremeni tržišni trendovi u zdravstvenom turizmu

Najznačajniji utjecaj na internacionalni turizam u ljudskoj povijesti ostavila je pandemija COVID-19. Međunarodna kretanja turista bila su praktički zaustavljena ili uz velike mjere zdravstvene predostrožnosti, što je u potpunosti promijenilo očekivanja od putovanja i dotadašnji osjećaj ugođe u turističkom objektu. Nakon proglašenja završetka pandemije došlo je do znatne promjene u ponašanju turista. Pandemija je postala dodatni poticaj za zdravstveni turizam. Također, do izražaja dolazi digitalna transformacija, povratak ekoturizmu, prioritet postaje zdravlje i sigurnost pojedinca.

Danas je međunarodno turističko tržište jedan od najvećih sektora svjetskog gospodarstva, generirajući 1,5 trilijuna dolara prihoda i zapošljavajući 323 milijuna ljudi tijekom 2019. godine.<sup>37</sup>

**Grafikon 1:** Dinamika dolazaka međunarodnih turista na svjetskoj razini u %



Izvor: obrada autora prema <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>, (01.06.2024.)

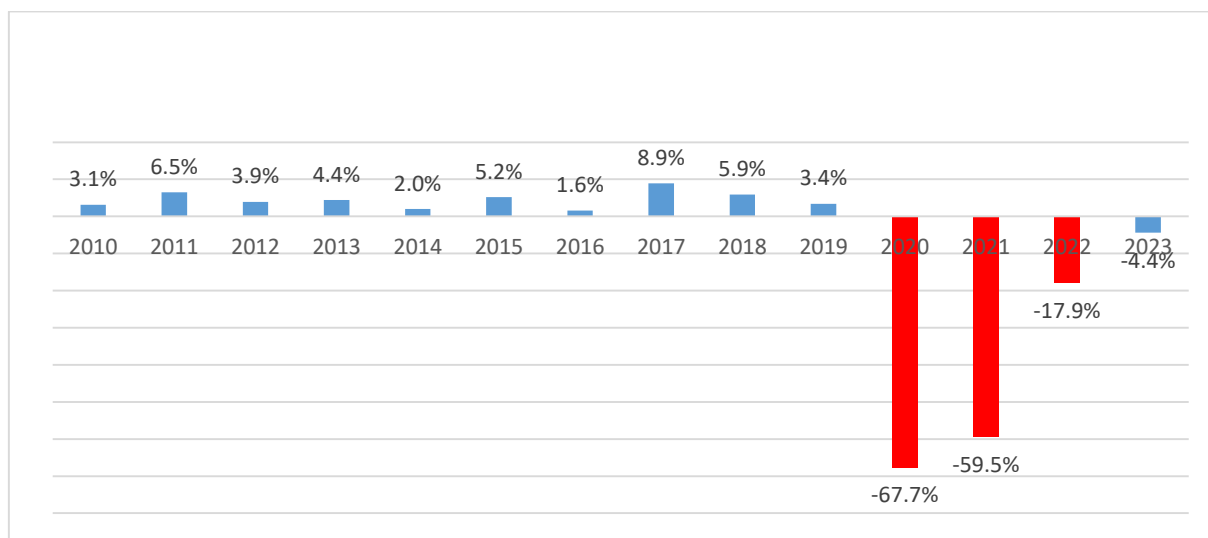
Dinamika internacionalnih dolazaka ukazivala je na tendenciju laganog rasta od 2010. do 2020. godine. Pandemija COVID 19 pridonijela je znatnom padu internacionalnog dolazaka u svim regijama svijeta.

Tijekom 2022. godine međunarodni dolasci turista i dalje su bili 34 % manji od ostvarenja u 2019. godini. Godinu dana kasnije oporavak je već znatniji, te je broj dolazaka na

<sup>37</sup> Zaika, S., Avriata, A. Analysis of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of the international tourism market, DOI: 10.46299/j.isjmf.20240302.06. Preuzeto, lipanj 2024: [https://www.researchgate.net/publication/379502327\\_Analysis\\_of\\_the\\_impact\\_of\\_the\\_COVID-19\\_pandemic\\_on\\_the\\_development\\_of\\_the\\_international\\_tourism\\_market](https://www.researchgate.net/publication/379502327_Analysis_of_the_impact_of_the_COVID-19_pandemic_on_the_development_of_the_international_tourism_market)

svjetskoj razini manji za 11,2 % u odnosu na 2019. godinu. Zbog popularnosti velikog broja destinacija, brzom prilagodbi ponude zdravstvenim zahtjevima te omogućavanja lakog prelaska međunarodnih granica Europa oporavila brže od ostalih destinacija. Potpuni oporavak očekuje se 2025. godine.

**Grafikon 2.** Dinamika dolazaka međunarodnih turista u Europi u %



Izvor: obrada autora prema <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>, (01.06.2024.)

Iz prethodnog grafikona vidljivo je da je Europa ostvarila manjak od -68% internacionalnih dolazaka u odnosu na predpandemijsku 2019. godinu, dok se već 2023. godine taj pad znatno smanjuje na minimalnih -4 % u odnosu na 2019. godinu.

Danas, dodatnoj nestabilnosti i nesigurnosti pridonosi rat u Ukrajini, kao i sankcije koje ograničavaju putovanja u Rusiju i izvan Rusije. Kao turističke destinacije, Rusija i Ukrajina čine 4 % međunarodnih turističkih dolazaka u Europu, ali samo 1 % europskih prihoda od međunarodnog turizma.<sup>38</sup> Važnost oba tržišta je značajna za susjedne zemlje, ali i za europske (Srbija, Crna Gora) te sunčane i morske destinacije (Šri Lanka, Sejšeli, Tajland, Kuba, Maldivi).

Ratni događaji na Bliskom Istoku trenutno nisu uzrokovali širi ekonomski efekt na svjetskoj razini. Ipak, turistička kretanja u Izraelu potpuno su stala, te je ekonomska šteta za Izrael-ove najbliže susjede - Egipat, Libanon i Jordan vrlo ozbiljna. Međunarodni turisti još uvijek lete u druge zemlje Bliskog istoka poput Saudijske Arabije, Ujedinjenih Arapskih Emirata i Katara. Turisti izbjegavaju odredišta povezana s rizikom terorizma. Terorizam usmjeren na turizam može se promatrati kao katastrofa za destinaciju, a događaji koji slijede

<sup>38</sup> UN Tourism (2024), Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>

moгу stvoriti ozbiljnu turističku krizu. Iako terorizam koji se učestalo dešava u Turskoj nije dugoročno utjecao niti na turizam te države niti na BDP.<sup>39</sup>

Uvođenje valute € i ulazak u Schengen posljedično će utjecati na turistički promet Hrvatske. Privlačnost Hrvatske turistima iz Europe će rasti, očekuje se i smanjenje prometnih gužvi na granicama prilikom ulaska u državu. Međutim neophodna su daljnja ulaganja u infrastrukturu posebice u prometnice i komunalnu infrastrukturu u svrhu jačanja međunarodne konkurentnosti.

Potražnja za zdravim i ispunjenim životom predstavlja vrlo bitnu odrednicu turizma današnjice. Čovjek današnjice orijentiran je ka očuvanju mladolikog izgleda, jače je okrenut k zdravom načinu života i ima želju za općenitim produženjem življenja. Iz navedenog proizlazi činjenica da suvremeni trendovi u zdravstvenom turizmu podrazumijevaju očuvan krajolik i impresivne prirodne atrakcije koje ujedno obuhvaćaju široku paletu zdravstvenih sadržaja (specijalizirana prehrana, sportski sadržaji, usluge relaksacije i oporavka organizma...) i medicinskih usluga. Pokretači korisnika usluga zdravstvenog turizma su čimbenici poput povećanja svijesti o zdravlju, očekivanja od zdravstvene skrbi, kao i jednostavnost putovanja omogućenog globalizacijom (sami planiraju i organiziraju svoje putovanje). Trend rasta zdravstvenog turizma nije popratna pojava, već posljedica sjedilačkog načina života ispunjenog stresom, nedostatkom slobodnog vremena i deficitom tjelesne aktivnosti.<sup>40</sup>

Sezonski karakter turističke potražnje kod korisnika zdravstvenog turizma relativno je nizak, radi se o kraćim putovanjima tijekom cijele godine. Značajan je porast putovanja starijeg stanovništva s fleksibilnijim radnim vremenom koje im omogućava češća i duža putovanja unutar kalendarske godine. Ukoliko gledamo trendove zdravstvenog turizma na lokalnoj razini, oni su slabo izraženi iz razloga trenutnog lošeg stanja odnosno niske ponude u Hrvatskoj. Na globalnoj razini promjene se odvijaju brzo, konkurencija motivira generiranje sve šire palete usluga i visoku kvalitetu smještaja prilagođenu i osobama sa posebnim potrebama (tijekom 2022. godine 27 % stanovništva EU-a starijeg od 16 godina imalo je neki oblik invaliditeta)<sup>41</sup>. Imajući u vidu prethodno navedeno, zdravstvena skrb za osobe s invaliditetom često je preskupa, udaljena i obilježena dugim čekanjima.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> Kaya, M., G., Onifade S., T, Akpınar A. (2022). Terrorism and Tourism: An Empirical Exemplification of Consequences of Terrorist Attacks on Tourism Revenues in Turkey. Preuzeto, lipanj 2024: <https://hrcak.srce.hr/file/389050>

<sup>40</sup> Gregorić, M., Čolig, T., Radoš, T., (2020), Health Tourism Trends and Development Potential of Northwestern Croatia, Journal of Economic and Social Development (JESD) - Vol. 7, No. 2, 2020

<sup>41</sup> Europsko vijeće, Vijeće europske unije (2024). Invaliditet u EU-u: činjenice i brojke. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.consilium.europa.eu/hr/infographics/disability-eu-facts-figures/>

<sup>42</sup> Ibidem



Jedini način jačanja konkurentnosti, odnosno opstanka destinacija na turističkoj karti svijeta je praćenje promjena u životu ljudi, prognoza motivacijskih faktora potražnje u budućnosti a sve u svrhu brze prilagodbe i inovacije ponude zdravstvenog turizma. Kako je prethodno navedeno ovim radom, većina zdravstvenih sadržaja u Hrvatskoj financira se od strane Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje, dok je ušće zdravstvenih objekata koji su tržišno orijentirani slabo, gotovo neprimjetno.

### **3.1. Vodeće destinacije zdravstvenog turizma**

Zdravstveni turizam se pozicionirao kao značajan sektor globalne turističke industrije, njegov rast potiču različiti faktori poput želje za pristupom specijaliziranim tretmanima, smanjenju osobnih zdravstvenih troškova kao i sve jači fokus na preventivnu zdravstvenu skrb.

Troškovi zdravstvene skrbi i troškovi polica zdravstvenog osiguranja u razvijenim destinacijama konstantno su u porastu. Navedeni visoki troškovi uz iskustvo putovanja i ostvarenje specifičnog doživljaja pokreću zdravstveni turizam. Stoga se odredišta medicinskih putovanja procjenjuju se kroz tri glavne dimenzije: <sup>43</sup>

1. Okruženje odredišta (daje pregled socioekonomskih i kulturnih čimbenika koji promiču dolazna putovanja);
2. Industrija medicinskog turizma (procjenjuje infrastrukturu medicinskog turizma, uključujući besprijekornu komunikaciju, učinkovito medicinsko olakšavanje putovanja i kulturno kompetentne programe);
3. Kvaliteta objekata i usluga (ocjenjuje kvalitetu pružene skrbi, kvalitetu zdravstvenih radnika, kao i prisutnost akreditacija trećih strana)

Osim prethodno navedenog, bitno je napomenuti da prilikom odabira odredišta zdravstvenog turizma potrošači često procjenjuju i značajke poput globalnog položaja, povijesnog i kulturnog značenja odredišta u medicini, ugled i reputaciju odredišta, te prednosti i eventualne rizike koje odredište može donijeti. Mnoge destinacije nude specijalne pakete zdravstvenih usluga u svojim bolnicama, uključujući i oporavak nakon tretmana u luksuznom smještaju. Pozicija lidera zdravstvenog turizma biti će osigurana onoj destinaciji koja je poznata po svom napretku i inovaciji zdravstvenih usluga i sadržaja. Značajan udio vrhunskih medicinskih ustanova koje nude široku lepezu zdravstvenih postupaka a koje izvode

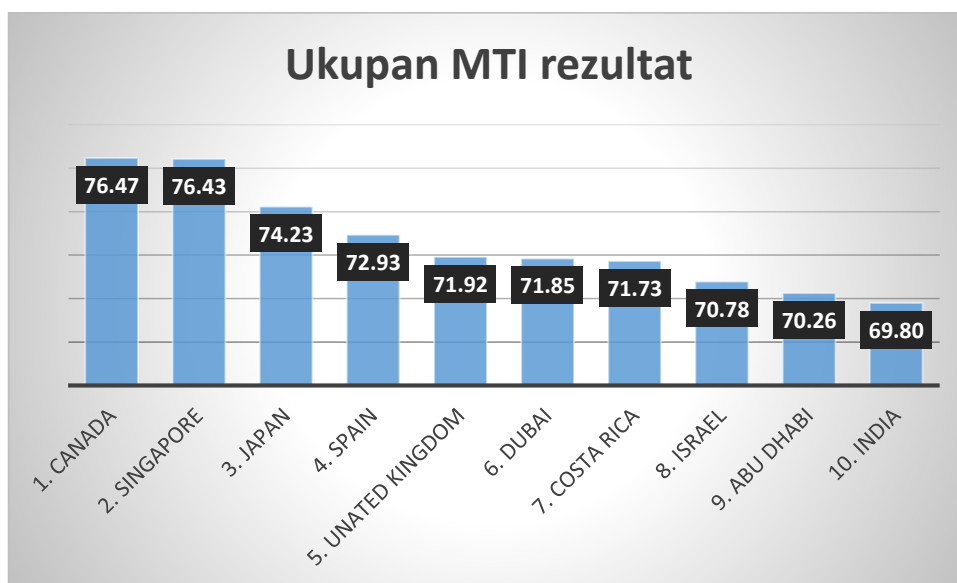
---

<sup>43</sup>Medical Tourism (2024). Top 10 Medical Tourism Destinations in the World. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-world>

visokokvalificirani liječnici (kombinirajući najnoviju tehnologiju s personaliziranim pristupom) osigurati će kvalitetu i konkurentnost destinacije.

Prema MTI (Medical Tourism Index) tri glavna faktora za prepoznavanje privlačnosti destinacija su: okoliš, industrija medicinskog turizma te kvaliteta usluga i sadržaja. Na grafikonu 3. rangirano je 10 top destinacija 2020. - 2021. svjetskog zdravstvenog turizma prema istraživanju koje je proveo MTI, a koji rangira ukupno 46 destinacija prema ovim faktorima.

**Grafikon 3:** Top 10 destinacija zdravstvenog turizma u svijetu



Izvor: obrada autora prema <https://www.medicaltourism.com/mti/home>, (04.06.2024.)

Istraživanje je provedeno na osnovu ankete u kojoj je sudjelovalo više od 3000 ispitanika svih dobi, etničkog porijekla i razine obrazovanja. Iako je zdravstveni turizam jedan od glavnih pokretača potražnje turizma danas te se nalazi u konstantnom porastu, Hrvatska nije pronašla svoje mjesto na ovoj listi.

### 3.1.1. Strategija istraživanja i razvoja

Strategije razvoja zdravstvenog turizma razlikuju se u turističkim industrijama konkurenata. Strategija istraživanja i razvoja počiva na specifičnosti svojih resursa i okruženja, te je nemoguće ostvariti daljnji razvoj bez strateškog planiranja. S obzirom na brze promjene u zahtjevima potražnje danas, kao i neočekivanim „turbulencijama“ poput ratova, terorizma, klimatskih promjena i zagađenjima okoliša, planiranja moraju biti kratkoročna i podložna brzim

promjenama. Strateško planiranje temeljeno na poslovanju ili okruženju turizma, ima važnu ulogu u razvoju turizma, koji je jedan od najvažnijih katalizatora gospodarskog razvoja.<sup>44</sup>

Strategija istraživanja i razvoja mora prvenstveno identificirati koja tržišta potražnje želi privući, te koje turističke proizvode zdravstvenog turizma želi poboljšati. Nadalje, neophodno je istaknuti razvoj proizvoda koji su specifični, te koji se razlikuju od konkurenata u okruženju. Diversifikacija proizvoda je neophodna. Ključno je identificirati i ostale vrste turizma koje će turistička ponuda obuhvatiti u svrhu slobodnog vremena korisnika zdravstvenog turizma (sportski, kulturni i ostale vrste specifičnog turizma). Promatrajući primjer Kanade kao jedne od vodećih zemalja zdravstvenog turizma, ona naglasak stavlja na razvoj projekata kojima se ostvaruje daljnji poslovni i gospodarski rast, te kojima se ostvaruju sljedeći ciljevi:<sup>45</sup>

- povećanje koristi od turizma za zajednice
- podizanje industrije autohtonog turizma
- podizanje ekonomske, ekološke i kulturne održivosti
- podržavanje aktivnih iskustva na otvorenom
- produženje turističke sezone (projekti koji promiču i/ili razvijaju proizvode, usluge ili iskustva, s ciljem povećanja turističke aktivnosti izvan tradicionalne sezone ili proširenja usluga tijekom cijele godine)

Vizija razvoja turizma u Hrvatskoj glasi : *Poštujući prirodno i kulturno naslijeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske.*<sup>46</sup> Možemo konstatirati da su zadani strateški ciljevi istraživanja i razvoja Kanade jednaki ciljevima Hrvatskog turizma.

Može se zaključiti da svaki oblik razvoja, pa tako i razvoj zdravstvenog turizma temelji svoju buduću uspješnost na prilagodbi svog trenutnog stanja putem pravilnog i pravovremenog istraživanja tržišta i svojih turističkih mogućnosti. Detaljno istraživanje percepcije i prilika Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma neophodan je korak njezinog pozicioniranja kao zdravstveno-turističke destinacije.

---

<sup>44</sup> Asadi R. (2011). European Journal of Social Sciences, Strategies for Development of Iran Health Tourism. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.researchgate.net/profile/Ramin-Asadi-5/publication/215897808>

<sup>45</sup>Government of Canada (2024) Tourism Growth Program. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.cannor.gc.ca/eng/1699987392840/1699987424998>

<sup>46</sup> Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma i sporta (2022.), Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2030.godine, Zagreb, str. 44

### 3.1.2. Strategija marketinga

Strategije turističkih industrija vezane su za marketinško komuniciranje, te načine promocije i alate promocije. Marketinške strategije mogu doći u svim oblicima, od e-marketinga, brendiranja i društvenih medija.<sup>47</sup> Singapore se primjerice brendirao kao „Singapore Medicine“ tj. kao globalno središte kliničke izvrsnosti.<sup>48</sup>

Društveni mediji su prepoznati kao učinkovit marketinški alat jer predstavlja promotivni kanal koji prikuplja podatke u odnosu na trendove, povratne informacije o ponašanju kupca (može omogućiti jači angažman i interakciju s kupcima/online korisnicima. Države poput Tajlanda, Koreje i Grčke koriste strategiju e-marketinga za promociju njihovog medicinskog turizma online, putem društvenih medija, brošura i web stranica.<sup>49</sup>

Hrvatska izuzev prethodno navedenih *online* kanala komunikacije definira potrebu jačeg angažmana i doradivanja trenutno postojećih *offline* kanala komunikacije (tiskani materijali, praksa udruženog oglašavanja, plasiranje članaka o Hrvatskoj kao zdravstveno-turističkoj destinaciji, sajmovi, te potreba da su predstavnici HTZ-a u inozemstvu snažnije posvećeni 'obradi' inozemnih facilitatora/agencija kroz izravan kontakt i predstavljanje ponude).<sup>50</sup>

### 3.1.3. Strategija proizvodnje (ponude)

Diversificirana, kvalitetna i brzo mijenjajuća turistička ponuda odlika je konkurentnosti danas. Turistički proizvod je kompleksan, s jedne strane mora biti specifičan, dok s druge strane mora biti privlačan za različite strukture konzumenata. Globalne smjernice turističke politike OECD zemalja indiciraju razvoj novih proizvoda koji bi produžili turističku sezonu, poticanje veće produktivnosti, boljeg korištenja resursa i kontinuiranog zapošljavanja. Cilj je implementirati digitalnu tehnologiju i provesti mjere održive turističke politike.

Strategija razvoja novih proizvoda zdravstvenog turizma u kopnenom dijelu Hrvatske predstavlja alat za smanjenje turističke sezonalnosti te istovremeno alat u prostornom rasterećenju turističkih centara na priobalju. Institut za turizam u svom konačnom izvještaju kojim istražuje percepciju Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika

---

<sup>47</sup> Manso Felix, V., S., (2021). Instituto Universitario de Lisboa, Medical Tourism Development - Adopted Strategies Across the Globe: A Systematic Review. Preuzeto, lipanj 2024: [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23888/1/master\\_vera\\_manso\\_felix.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23888/1/master_vera_manso_felix.pdf)

<sup>48</sup> Ibidem

<sup>49</sup> Ibidem

<sup>50</sup> Institut za turizam, Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika-kvalitativno istraživanje, (2018.), Zagreb, str. 11

navodi da intervjuirani dionici navode rehabilitaciju dišnih puteva kao uslugu koju bi Hrvatska trebala razvijati zbog svojih resursa, tradicije, ali i tržišnog potencijala (kao argumentacija, navedena je Njemačka u kojoj respiratorne probleme „ima svaka druga osoba“). Osim navedene usluge ovo istraživanje navodi i potrebu razvoja usluga liječenja reumatskih bolesti. Naime, ova usluga nedovoljno je dostupna u Švedskoj i Norveškoj, te je iz navedenog razloga njihove police osiguranja pokrivaju i u inozemstvu.<sup>51</sup> Hrvatska većinu usluga medicinskog turizma generira unutar javnog zdravstvenog sustava, strategija proizvodnje mora za cilj imati i generiranje novih proizvoda javno privatnog partnerstva.<sup>52</sup> Konkurenti, posebice Španjolska kao jedna od vodećih destinacija zdravstvenog turizma u zadnjih nekoliko godina ukazuje na povećanje privatnog sektora zdravstvenih usluga. Zdravstvene usluge privatnog sektora su neobavezne i dobrovoljne, za rezultat imaju široki spektar raznih prednosti i pogodnosti koje nude svojim korisnicima, a koje se mogu ukratko sažeti: smanjenje lista čekanja za određene posebnosti, kvalitetne tretmane i sadržaje, kao i pristup određenim tretmanima koji nisu obuhvaćeni javnozdravstvenim sektorom (stomatološki tretmani, tretmani vezani uz estetiku i dobrobit organizma, tretmani potpomognute oplodnje i drugi).<sup>53</sup>

Hrvatska mora osigurati jaču sinergiju lokalne zajednice i lokalne samouprave na razini određenih organizacija i regija, različitih sektora gospodarstva uz akcijski plan države i nadležnih resora kako bi povećala broj zdravstvenih usluga privatnog sektora.

#### 3.1.4. Strategija ljudskih potencijala

Zahtjevi zdravstvenog turizma pretpostavljaju visoku razinu stručnosti, znanja i iskustva struke ojačanu vrhunskom tehnologijom opreme i uređaja. *Globalna strategija o ljudskim resursima u zdravstvu-radna snaga 2030.*, kao glavni cilj navodi potrebu poboljšanja zdravstvenih, socijalnih i ekonomskih rezultata razvoja osiguravanjem univerzalne dostupnosti, pristupačnosti, prihvatljivosti, pokrivenosti i kvalitete zdravstvene radne snage kroz odgovarajuća ulaganja u jačanje zdravstvenih sustava, te provedbu učinkovitih politika na nacionalnoj, regionalnoj i globalnoj razini.<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup> Institut za turizam, Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika-kvalitativno istraživanje, (2018.), Zagreb, str. 28

<sup>52</sup> Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma i sporta (2022.), Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2030. godine, Zagreb, str. 124

<sup>53</sup> Gobierno de España, Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2024). Turismo de salud en España. Preuzeto, lipanj 2024: [https://turismo.gob.es/es-ES/Servicios/Documents/turismo\\_salud\\_espana.pdf](https://turismo.gob.es/es-ES/Servicios/Documents/turismo_salud_espana.pdf)

<sup>54</sup> World Health Organisation (2016). Global strategy on human resources for health: Workforce 2030 Preuzeto, lipanj 2024: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/250368/9789241511131-eng.pdf>

Primjetno je da vodeće destinacije zdravstvenog turizma nisu suočene sa masovnim odlaskom zdravstvenih stručnjaka iz zemlje što je trenutna slika Hrvatske. Imajući u vidu usku vezanost ove grane turizma uz specijalizirane i iskusne zdravstvene i medicinske radnike, te generalni problem sa nedostatkom domicilne radne snage, strategija ljudskih potencijala trenutno predstavlja glavnu odrednicu u razvoju zdravstvenog turizma Hrvatske. Slijedom navedenog, strategija ljudskih potencijala na nacionalnoj razini mora uskladiti ulaganja u ljudske resurse u zdravstvu sa sadašnjim i budućim potrebama stanovništva i zdravstvenih sustava, pritom vodeći računa o dinamici tržišta rada i obrazovne politike kojima će se posljedično osigurati upražnjenje otvorenih radnih mjesta i ekonomski rast.

### 3.1.5. Financijska strategija

Financijsko planiranje predstavlja procjenu resursa, budućih ulaganja kao i proračun budućih financijskih dobiti. Zdravstveni turizam danas čini oko 5 posto turističke industrije u EU28 i doprinosi s oko 0,3 posto gospodarstva EU-a. Također, generira 46,9 milijardi eura prihoda, što predstavlja 4,6 posto ukupnih prihoda od turizma i 0,33 posto BDP-a EU28.<sup>55</sup> Iz navedenog razloga destinacije poput Turske privlače veliki broj pacijenata raznim dodatnim paketima poput povlaštene cijene avio-karata za pacijente koji koriste *Turkish Airlines*. Turska također planira uvesti neoporezive zdravstvene zone za strane pacijente<sup>56</sup>.

Procjene su i da zdravstveni turizam Hrvatskoj donosi godišnje oko 500 milijuna eura, kao i da bi to moglo biti puno više, pa i nekoliko milijardi, jer Hrvatska ima i prirodne i stručne prednosti pred mnogim zemljama. Turisti zbog te ponude dulje ostaju u Hrvatskoj, oko 13 dana. Najviše stranih turista dolazi s tradicionalnih tržišta poput Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, a stručnost liječnika i reputacija ustanove najvažniji su za odabir destinacije.<sup>57</sup>

Financijska strategija mora obuhvaćati ciljeve koji će postupno razviti nove oblike ponude. Pomno planirane te dugoročno održive strategije (R&D, ljudski potencijali, marketing, proizvodnja i financije) imaju mogućnost ujednačiti trenutno nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta, revitalizirati određena područja (napušteni vojni objekti) te oplemeniti kvalitetu života lokalnog stanovništva (preopterećenost infrastrukture, problem održivog rasta) Hrvatske.

---

<sup>55</sup> Refiondo (2024). Health Tourism in the EU: Facts and Figures Preuzeto, lipanj 2024: <https://pro.regiondo.com/blog/health-tourism-eu/>

<sup>56</sup> Ibidem

<sup>57</sup> Vlada Republike Hrvatske (2019). Preuzeto, lipanj 2024: <https://vlada.gov.hr/vijesti/konferencija-health-spot-croatia-zdravstveni-turizam-donosi-500-milijuna-eura-godisnje/25258>

## 3.2. Socio-ekonomski učinci zdravstvenog turizma

Tehnološki napredak redefinirao je zdravstvena putovanja. Zdravstvene usluge su dostupnije, kvalitetnije i sigurnije. Iako su u većini razvijenih zemalja dostupne usluge *mHealth* i tele konzultacije s medicinskim osobljem, potrošač i dalje najveće povjerenje u osiguranju zdravstvenih usluga ima u osobnom pristupu. Potreba za putovanjem čini jednu od osnovnih ljudskih potreba, stoga je ključna konkurentna prednost ostvariti pakete sadržaja (zdravstvenih i ostalih) koji će privući i potom zadržati korisnike zdravstvenih usluga u destinaciji.

Kao snažnu destinaciju zdravstvenog turizma i konkurenta Hrvatskoj možemo izdvojiti Tursku koja pruža kvalitetnu medicinsku skrb, što je dokazano brojnim akreditacijama i specijalizacijama uključujući plastičnu kirurgiju, oftalmologiju, ginekologiju, internu medicinu, biokemiju, stomatologiju, opću kirurgiju, ortopediju, kirurgiju uha, grla, nosa i infektološke bolesti. Turska je 2019. godine liječila 701 046 pacijenta, ostvarivši prihod od 1 492 438 000 USD.<sup>58</sup>

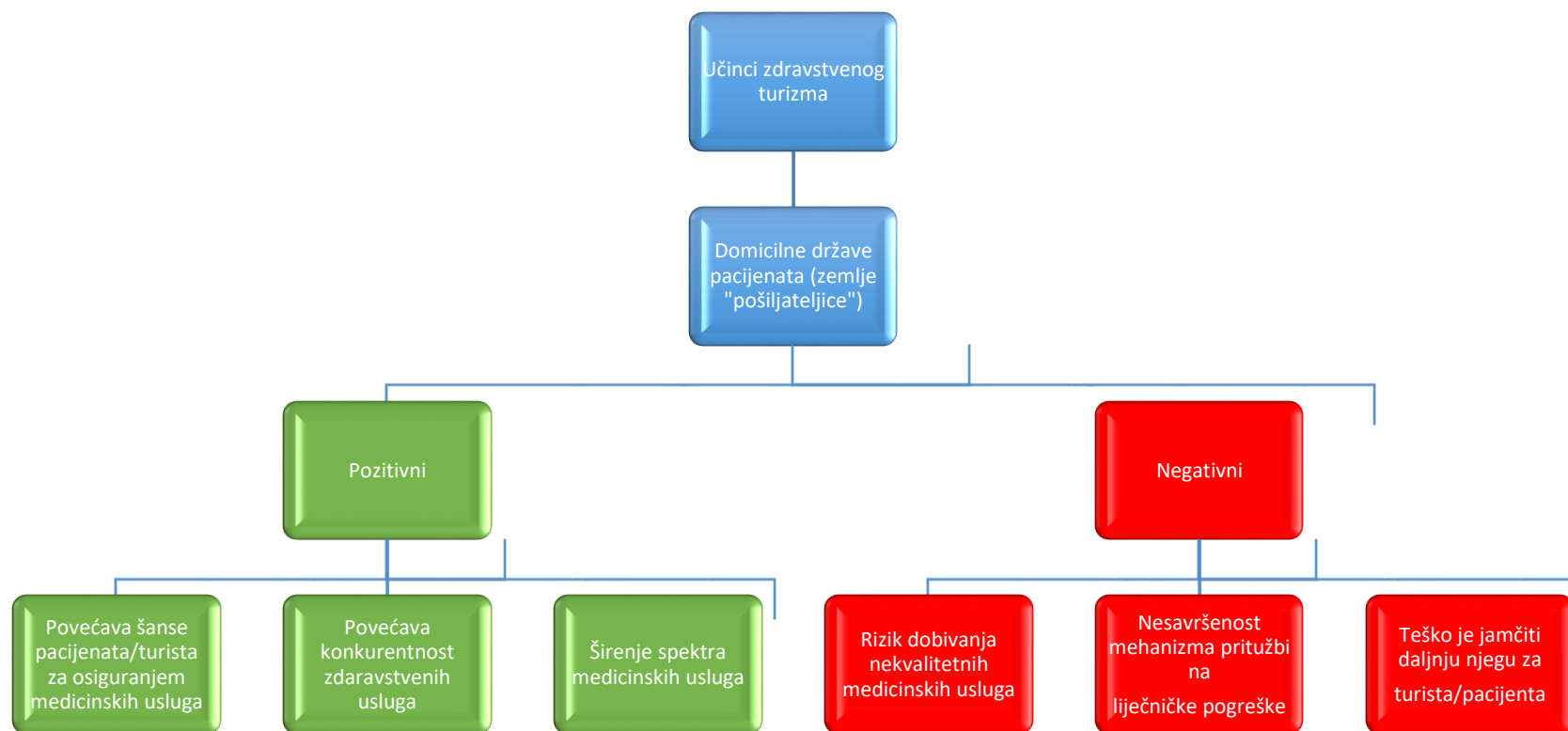
Ostali konkurenti poput Grčke (Kreta) i Španjolske pozicionirali su se kao *Detox* odredišta nudeći lijek za detoksikaciju organizma u svrhu prevencije potencijalnih zdravstvenih problema, poput nedostatka energije ili letargije. Ove destinacije nude personalizirane tretmane i lijekove uz osobne konzultacije s idravstvenim stručnjacima (duboke masaže tkiva, vodene terapije ili sesije koje promoviraju proces ispiranja nečistoća koje posljedično rezultiraju osjećajem relaksacije i pomlađivanja), joga te osobne konzultacije s osobnim fitness trenerom. Inovacija u uslugama te specifični sadržaji popust pristupa Krete u Grčkoj koji nude integraciju gastronomskog turizma s mediteranskom prehranom pod nazivom "prehrambeni i zdravstveni turizam" predstavljaju oblik inovativnog gostoprimstva. Turistički objekti nude sadržaje koji se vezuju uz prirodne dobrobiti, nude se dijetetske usluge kao i procjena uhranjenosti pojedinih osoba (intervencija u prehrabene navike i preferencije turističkih grupa, individualna prehrana, nutricionističko savjetovanje i konačno praćenje i intervencije u ponašanju zdravlja i vježbanja). S druge strane Izrael se okrenuo sasvim drugačijoj ciljnoj skupini, targetirajući pacijente željne najnovije medicinske tehnologije te usluga vrhunskih medicinskih stručnjaka. Izrael je poznat po *in vitro* oplodnji, kirurgiji i liječenju raka. Za transplantacije koštane srži Izrael se navodi kao jedno od najboljih mjesta za liječenje u svijetu. U 2012. prihod Izraela od zdravstvenog turizma iznosio je 140 milijuna USD.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Dergipark Organisation, Int Journal Of Health Manag. And Tourism 2024, Health Tourism in Mediterranean Region: North Cyprus, Turkey and Israel. Preuzeto, lipanj 2024: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3826244>

<sup>59</sup> Ibidem

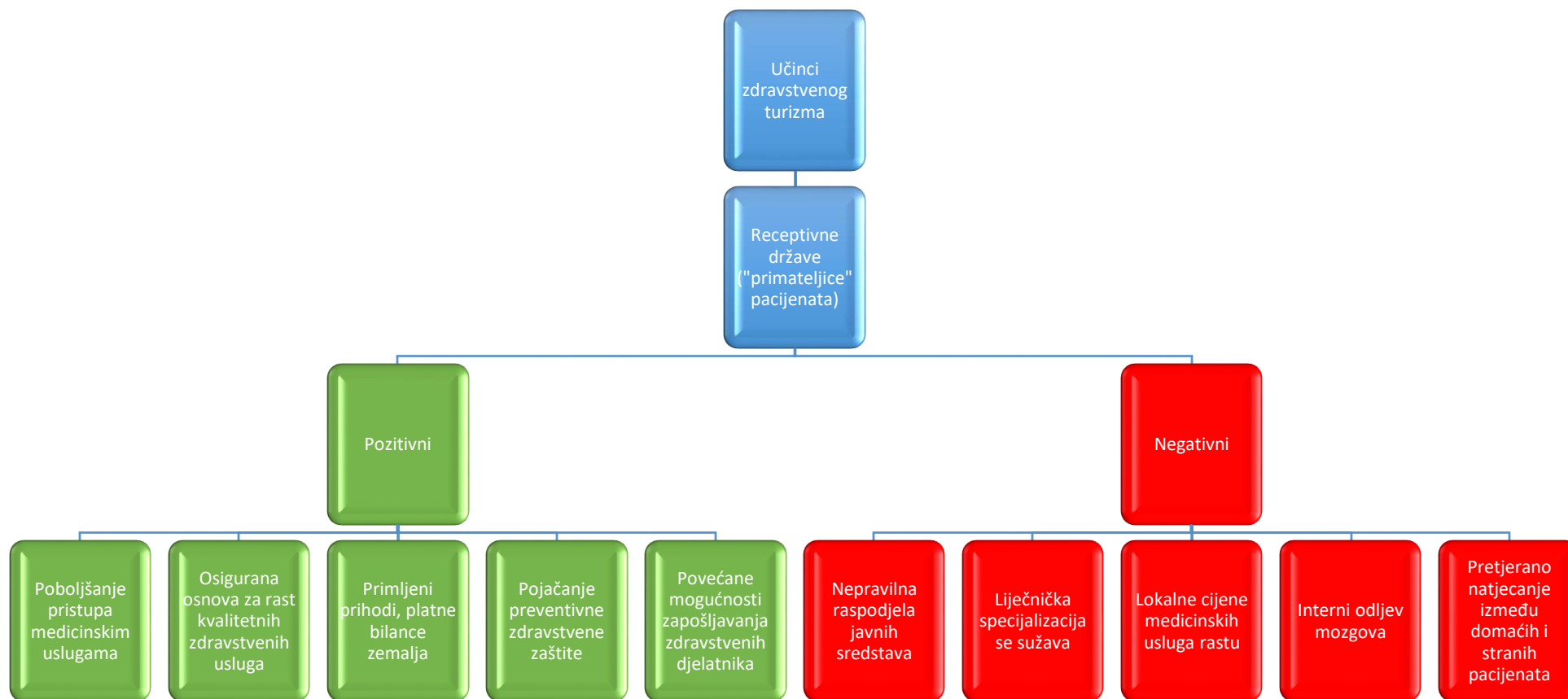
**Slika 1:** Socio-ekonomski utjecaj zdravstvenog turizma na domicilne zemlje pacijenata



Izvor: obrada autora prema [https://www.researchgate.net/publication/378303918\\_ASPECTS\\_OF\\_THE\\_SOCIO-ECONOMIC\\_IMPACT\\_OF\\_HEALTH\\_TOURISM](https://www.researchgate.net/publication/378303918_ASPECTS_OF_THE_SOCIO-ECONOMIC_IMPACT_OF_HEALTH_TOURISM), (17.07.2024.)



**Slika 2:** Socio-ekonomski utjecaj zdravstvenog turizma na receptivne zemlje



Izvor: obrada autora prema [https://www.researchgate.net/publication/378303918\\_ASPECTS\\_OF\\_THE\\_SOCIO-ECONOMIC\\_IMPACT\\_OF\\_HEALTH\\_TOURISM](https://www.researchgate.net/publication/378303918_ASPECTS_OF_THE_SOCIO-ECONOMIC_IMPACT_OF_HEALTH_TOURISM), (17.07.2024).

Evidentan je pozitivan utjecaj zdravstvenog turizma na platnu bilancu zemalja te utjecaj na jačanje kvalitete u zemljama sa razvijenim zdravstvenim turizmom. Međutim, uz pozitivne uvijek postoji i određeni stupanj negativnih učinaka na zemlje koje šalju zdravstvene turiste, kao i na zemlje koje turiste primaju.

Hrvatska se kvalitetno pozicionirala na turističkom tržištu, ipak neupitna je činjenica da kao receptivna turistička zemlja uz velike koristi od turizma Hrvatska *vodi bitku* i sa velikim brojem negativnih učinaka. Dobar položaj, prirodne ljepote, gastronomija i autentičnost uvelike utječu na privlačnost Hrvatske kao destinacije. Međutim, utjecaj velikog broja posjetitelja na prirodne resurse i ekologiju, nagli rast cijena usluga, neadekvatna apsorpcija velikog broja turista u određenim turističkim središtima, ograničenja u ponudi radne snage koja umanjuju osjećaj autentičnosti (strana radna snaga koja ne poznaje običaje, kulturu i jezik) negativne su posljedice hrvatskog turizma.

Neupitna je činjenica da razvoj zdravstvenog turizma ima mogućnost ublažavanja negativnih posljedica te predstavlja održivi način razvoja. Razvoj zdravstvenog turizma uz rast broja turista na kontinentu osigurava veći broj zdravstvenih usluga koje mogu znatno unaprijediti zdravstvenu skrb domicilnog stanovništva, posljedično uvelike može utjecati i na zapošljavanje odnosno ostanak zdravstvenih djelatnika u Hrvatskoj, te općenito na demografsku revitalizaciju Hrvatske.

## 4. Analiza sadašnjeg stanja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj

Stupanj potražnje i razina konkurentnosti predstavljaju privlačne snage destinacije. Povezanost dobavljača, vladine politike, uvjeti potražnje, tržišne i organizacijske strukture, nestabilnost okruženja čine čimbenike na koje ne možemo utjecati, međutim navedeni čimbenici snažno utječu na ostakle. Ostali čimbenici koju uvjetuju stupanj konkurentnosti su prirodni resursi (zrak, krajolik, vode, klima, geografski položaj), materijalni resursi (hoteli, ugostiteljski i zabavni sadržaji..), ljudski potencijal (kvaliteta, cijena, iskustvo količina), infrastruktura (pristupačnost, zračne luke, autoceste) i kapitalni resursi (postojanje rizičnog kapitala).<sup>60</sup>

Relativno očuvana priroda, geografski položaj, cestovna povezanost, mediteranska klima, tradicija bavljenja turizma činitelji su privlačnosti Hrvatske kao turističke destinacije. Zastarjela i neadekvatna infrastruktura u određenim turističkim središtima (nedovoljan kapacitet komunalne infrastrukture, prometna preopterećenost) i loše izvedeni prostorni planovi (prevelika urbanizacija) te relativno visok stupanj negativnog utjecaja na život lokalnog stanovništva u turističkim centrima otvorena su pitanja Hrvatskog turizma.

Hrvatski turizam pokazao je svoju snagu tijekom 2023. godine kada je američki časopis *Condé Nast Traveler* je prepoznao Hrvatsku kao odličnog domaćina svrstavši je među top 10. naj gostoljubivih zemalja Europe. Hrvatska je također po istom časopisu zauzela visoko 14. mjesto na popisu najboljih svjetskih turističkih destinacija.<sup>61</sup> Osim ovog priznanja, iste godine *Lonely Planet* svrstao je Hrvatsku među deset zemalja koje vrijedi posjetiti sljedeće godine, do dok je etablirani britanski medij specijaliziran za putovanja *Wanderlust* (jedan od najuglednijih i najdugovječnijih svjetskih turističkih časopisa) na svečanoj dodjeli nagrada *Wanderlust Reader Travel Awards* predstavio je Hrvatsku kao najpovoljnije odredište u Europi po izboru čitatelja.<sup>62</sup>

Bez obzira na silna priznanja, zdravstveni turizam u Hrvatskoj je u začetcima, nije prepoznatljiv te je nedovoljno razvijen. Pacijenti se češće odlučuju na medicinski zahvat ili

---

<sup>60</sup> Schalber, C., Peters, M., (2012), Determinants of health tourism competitiveness: An Alpine case study Preuzeto, lipanj 2024: <https://hrcak.srce.hr/file/136905>

<sup>61</sup> Conde Nast Traveler (2023). Top Countries in the World: Readers' Choice Awards 2023. Preuzeto, lipanj 2024 <https://www.cntraveler.com/story/top-countries-in-the-world>

<sup>62</sup> Hrvatska turistička zajednica (2023). Press Releases. Preuzeto, lipanj 2024: Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.htz.hr/en-GB/press/press-releases/croatia-proclaimed-most-desirable-european-destination>

korištenje zdravstvenih usluga u destinaciji koja im je poznata, destinaciji koja ima stručno i kvalitetno medicinsko osoblje, stabilan zdravstveni sustav i slobodne kapacitete.

Strategija razvoja turizma Hrvatske do 2030. godine naglasila je zdravstveni turizam kao jedan od oblika čiji razvoj može značajno unaprijediti Hrvatski turizam. Prema *stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj TOMAS istraživanja 2019.*, more i priroda su primarni motiv dolaska u Hrvatsku. More iznosi 86% motivacije turista, a priroda iznosi 58%. Motivi poput zdravstvenih razloga koji su vezani na posebne turističke proizvode veoma su slabo zastupljeni.<sup>63</sup>

Ključna problematika zdravstvenog turizma temelji se na nedostatku ponude odnosno nedostatku kvalitetne zdravstvene infrastrukture, problemima domaćeg zdravstvenog sustava i manjku investicija.<sup>64</sup> Njegov daljnji razvoj uvjetovan je usklađenošću svih ključnih dionika, a može znatno doprinijeli brendiranju Hrvatske kao kvalitetne destinacije (odmak od isključivog determiniranja Hrvatske kao destinacije sunca i mora) te utjecati na razvoj cjelokupnog gospodarstva.

Vlada Republike Hrvatske „*Nacionalnim planom oporavka i otpornosti za period 2021-2026.*“ predviđa investicije u turistički slabije razvijenim područjima, kojima se planiraju ulaganja i u javnu turističku infrastrukturu, izgradnju i prilagodbu.<sup>65</sup> Predmetni plan navodi da će navedene investicije pridonijeti povećanju atraktivnosti destinacija za kojima postoji slabija potražnja turista, posebno ruralnim područjima s potencijalom za razvoj specifičnih oblika turizma uključujući i zdravstveni.

#### **4.1. Atrakcijska osnova**

Sagledavanjem zdravstvenog turizma primjećuje se da atraktivnost nije relevantan motivacijski faktor za dolazak turista. Motivatori dolaska pacijenata su stručnost i kvaliteta kadra i opreme, iako atraktivnosti u okuženju mogu pridonijeti specifičnom doživljaju te osiguranju dužeg prosječnog boravka korisnika usluga zdravstvenog turizma u destinaciji. Lakoća putovanja do određene destinacije ključna je u zdravstvenom turizmu. Dobra zračna povezanost, procesi izdavanja viza i putna infrastruktura mogu značajno utjecati na izbor destinacije. Ovi čimbenici

---

<sup>63</sup> TOMAS zdravstveni turizam 2018. stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb 2019., str. 29

<sup>64</sup> Ministarstvo turizma i sporta RH, Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine (2020), str. 30

<sup>65</sup> Vlada Republike Hrvatske, Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021-2026. (2020), str. 430

u Hrvatskoj nisu adekvatno zastupljeni, te su potrebne aktivnosti u svrhu njihovog jačanja i prilagodbe.

Zdravstveni turizam se istaknuo kao značajan oblik unutar globalne turističke industrije. Potiču ga čimbenici poput uštede troškova, pristupa specijaliziranim tretmanima te pristupa preventivnoj zdravstvenoj skrbi. Evidentna su ulaganja sve većeg broja zemalja u svoju zdravstvenu infrastrukturu, pri čemu nude široki raspon medicinskih i wellness usluga. Korisnike zdravstvenog turizma iz europskih zemalja privlače otvorene granice, pristupačna privatna zdravstvena skrb i *all inclusive* paketi. Konkurenti u našem okruženju imaju izvrsnu reputaciju. Španjolska nudi široku paletu medicinskih usluga, kao i usluge složene neurokirurgije, S druge strane Turska nudi stomatološka usluge, estetsku kirurgiju, dok se Mađarska nastoji profilirati kao destinacija za dentalni turizam i regeneraciju kose.

Čimbenici koji utječu na privlačnost stranih zdravstvenih turista u bolnicama pridruženim Sveučilištu Mashhad (Iran) ukazale su na činjenice da su čimbenici osoblja, usluge i procesa dobili su najvišu ocjenu iz perspektive pacijenata; dok su cijena, sadržaji i promocija najniži među parametrima koji utječu na privlačnost medicinskih turista u bolnice u Mashhadu. U tom kontekstu čimbenici osoblja imali su najveći učinak na apsorpciju turista (96 %), dok je cijena usluga imala najmanji učinak na apsorpciju turista (66 %).<sup>66</sup>

Postojanje zdravstvenog osiguranja za međunarodne tretmane i postojanje bilateralnih sporazuma između zemalja mogu utjecati na privlačnost određene destinacije zdravstvenog turizma. Primjerice, u Hrvatskoj dentalnim pacijentima iz Austrije i Njemačke u pojedinim slučajevima osiguranje pokriva i do 70 % određenih troškova. U većini slučajeva pacijent može ma temelju ponude (koju je dobio na temelju ortopana ili nakon prvog pregled) unaprijed dobiti informaciju u kojem će postotku dobiti naknadu troškova. Činjenica da određeni zdravstveni troškovi mogu biti djelomično ili u potpunosti pokriveni u inozemstvu nudi sigurnost i pogodnost, čineći određena odredišta privlačnijim i pristupačnijim.

Slijedom navedenog može se konstatirati da atraktivnost Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma počiva na velikom broju prirodnih resursa poput klime, voda i termalnih izvora, zraka, čistog okruženja, ljepota i specifičnosti krajolika. Nažalost čimbenici kvalitete poput ugleda zdravstvenih stručnjaka i zdravstvenih ustanova, sadržaja i paketa usluga, stupnja implementacije tehnologije i inoviranja nisu dovoljno angažirani te na njima trenutno ne počiva privlačnost Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma. Na globalnoj razini povjerenje

---

<sup>66</sup> Azimi, R., Mahmoudi, G., Esmaeili H., A., (2017), Ranking Factors Affecting the Attraction of Foreign Medical Tourists in Hospitals Affiliated to Mashhad University of Medical Sciences Based on Marketing Mix Model Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6277722/pdf/IJPH-47-1593.pdf>

korisnika zdravstvenog turizma u napredne tehnologije je vrlo visoko. Naime, kvantiteta vrhunskih uređaja odraz je sposobnosti i stručnosti nositelja ponude u medicinskom turizmu. Nužan je jači angažman u implementaciji planiranih strategija i planova kako bi se dugoročno utjecalo na razvoj ovog oblika turizma.

## 4.2. Osnovni turistički pokazatelji

Broj putnika koji se bave zdravstvenim turizmom posljednjih je godina u stalnom porastu. Prema Udruzi medicinskog turizma, globalna industrija medicinskog turizma procijenjena je na 58,6 milijardi dolara u 2020. godini, s procijenjenim 14 milijuna pacijenata koji putuju na medicinske tretmane svake godine. Očekuje se da će ova brojka rasti po složenoj godišnjoj stopi rasta (CAGR) od 12 % do 2025., dosežući procijenjenu tržišnu vrijednost od 142,2 milijarde dolara.<sup>67</sup>

Stječe se dojam da Hrvatska u zdravstvenom turizmu nije odredila prioriteta tržišta. Unatoč trenutnim problemima, u Hrvatskom zdravstvu postoje kvalitetni segmenti zdravstva kojima možemo ostvariti konkurentnost ponajprije korištenjem prirodnih lijekova, ulaganjem u znanje i stručnost ljudskih resursa, kao i apliciranjem za EU sredstva koja nude nove mogućnosti financiranja potrebne infrastrukture.

Oснаživanju ovog oblika turizma na području Kvarnera pridonosi Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera (*Kvarner Health*) koji u ovom trenutku okuplja 39 članova. Članovi Kvarner Healtha trenutno zapošljavaju 9,500 djelatnika u turističkim, medicinskim i obrazovnim djelatnostima (TZ Kvarner, Liburnia Hoteli, Jadran hoteli, Rident, Terme Selce, Fakultet dentalne medicine u Rijeci, Thalassoterapija Opatija i mnogi drugi). Predmetna zajednica navodi da su najčešći motivi korisnika ove vrste turizam na Kvarner usluge dentalne medicine, te rehabilitacija i ortopedske operacije.

I Klaster zdravstvenog turizma Zagorje (Zdravlje na dlanu) okuplja veliki broj članica (trenutno 25 članova) iz javnih i privatnih ustanova (Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice i Stubičke toplice, Specijalna bolnica Akromion, Klinika Magdalena, Terme Tuhelj, Hotel Villa Magdalena, Bluesun hotel Kaj, Hotel Terme Jezerčica i mnoge druge). Cilj Klastera Zagorje je isti kao i na Kvarneru zajedničkim naporima i znanjima razviti prepoznatljiv i konkurentan zdravstveno-turistički proizvod (s naglaskom na potencijal termalnih voda).

---

<sup>67</sup>Global Healthcare Accreditation (2023), Health Tourism: Exploring the Industry, Types, and Top Destinations. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.globalhealthcareaccreditation.com/news/health-tourism-exploring-the-industry-types-and-top-destinations>

Predviđa se da će veličina tržišta medicinskog turizma na globalnoj razini ove godine dosegnuti 27,38 milijardi dolara do 2024.<sup>68</sup> Dodatno se procjenjuje da će segment liječenja raka imati najveće stope rasta u periodu od 2019-2024. godine. Ovo predviđanje bazirano je na porastu broja slučajeva raka kao i na činjenici da će visoki troškovi liječenja raka u određenim zemljama stvoriti poticaj na tržištu medicinskog turizma za liječenje raka. Značajne razlike u cijeni usluga između zemalja jedan su od glavnih pokretača korisnika zdravstvenog turizma.

### **4.3. Buduće perspektive zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj**

Kao što je prethodno navedeno u ovom radu, rast i razvoj zahtjeva dugoročno i višestrano planiranje uz aktivnu državnu potporu industriji zdravstvenog turizma. Zdravstveni turizam ima značajan budući potencijal s jasnim trendom rasta. Prema *strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine* razvojne potrebe su sljedeće:

1. Ublažiti sezonalnost turističkih aktivnosti
2. Osigurati ravnomjerniji regionalni turistički razvoj
3. Kreirati ponudu visoke dodane vrijednosti i ojačati lanac vrijednosti u turizmu i povezanim djelatnostima
4. Unaprijediti domaću i međunarodnu prometnu povezanost
5. Unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama
6. Osigurati kvalitetna i održiva radna mjesta lokalnom stanovništvu u cjelokupnom lancu vrijednosti turizma
7. Smanjiti opterećenja iz turizma na prostor, sastavnice okoliša i prirodu uz poticanje kružnog gospodarstva
8. Smanjiti međusobni negativan utjecaj turizma i klimatskih promjena
9. Osigurati kvalitetne ljudske potencijale u turizmu
10. Unaprijediti strukturu i kvalitetu smještajnih kapaciteta
11. Osigurati poticajno poslovno i investicijsko okruženje
12. Osigurati inovativnu i digitalnu transformaciju turizma
13. Unaprijediti model upravljanja razvoja održivog turizma
14. Uključivati lokalne zajednice u procese donošenja odluka o razvoju održivog turizma
15. Razviti sustav prikupljanja podataka i planiranja
16. Očuvati i unaprijediti poziciju Hrvatske kao sigurne turističke destinacije

---

<sup>68</sup> Industry Arc (2024), Medical Tourism Market – Forecast 2024 – 2030. Preuzeto, lipanj 2024: <https://www.industryarc.com/Research/Medical-Tourism-Market-Research-501972>

Nadalje navodeći viziju zdravstvenog turizma *strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine* razlikuje vizije ovisno o vrsti zdravstvenog turizma. Definira vizije zdravstvenog turizam ovisno o vrsti:

1. Vizija wellness turizma : doživljajno konkurentan, sadržajno bogat te međunarodno prepoznatljiv (posebice Thalassoterapija).
2. Vizija lječilišnog turizma: tehnološki konkurentan, specijaliziran i srednjeeuropski integriran.
3. Vizija medicinskog turizma: konkurentan prema vrsti medicinske usluge, vertikalno integriran, fokusiran na odabrane segmente potražnje.

Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma navodi određene programe koje je potrebno provesti za svaki od modaliteta zdravstvenog turizma: <sup>69</sup>

- Akreditacija hrvatskih zdravstvenih ustanova
- Međunarodno certificiranje hrvatskih zdravstvenih ustanova
- Edukacija zaposlenih u zdravstvenom turizmu
- Marketing i promocija zdravstvenog turizma

Turizam se u cijelom svijetu smatra važnim gospodarskim čimbenikom koji daje odlučujući doprinos rastu i zapošljavanju. Navedeni doprinos uključuje održavanje odnosa s inozemstvom, turističko oglašavanje HTZ-a, kao i ciljanu promociju učinka i konkurentnosti turističke industrije. Uz želju za opuštanjem, pri odabiru odredišta za odmor sve se više uzimaju u obzir i zdravstveni aspekti. Demografska kretanja i medicinsko-tehnički napredak značajno su promijenili zdravstvenu svijest ljudi. Zdravstveni turizam je jedan od područja turističke politike s ciljem pozicioniranja Hrvatske na međunarodnom tržištu kao jedne od najboljih destinacija za zdravstveni turizam. Početni korak je povezati zdravstvene dobrobiti s dobrobitima turizma.

#### **4.4. SWOT analiza**

Analizirajući mogućnosti zdravstvenog turizma vidljive se mnoge prilike osnaženja konkurentnosti Hrvatske. Međutim, trenutna otvorena pitanja javnog zdravstva, nedostatak radne snage kao i činjenica da su strateški dokumenti razvoja na regionalnim i državnim razinama često nerealizirani i nevažni razvojnim akterima, čine daljnji razvoj i konkurentnost upitnim. U svrhu daljnjeg razvoja i diversifikacije ponude neophodno je poboljšanje

---

<sup>69</sup> Institut za turizam (2014), Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb



koordinacije relevantnih nosioca ponude uz snažnu podršku državnih institucija na svim razinama. Postojeću ponudu nužno je dodatno obogatiti individualiziranim sadržajima usmjerenim različitim segmentima potencijalnih korisnika zdravstvenih, medicinskih i wellness usluga. Planiranje budućih razvojnih aktivnosti moguće je jedino uz kritičko i jasno sagledavanje vlastitih specifičnosti, povijesti, infrastrukture, imidža, strateških poteza konkurencije te proizvoda identificirajući istovremeno prilike kao i nedostatke.

Turizam u Hrvatskoj je vrlo senzibilan, s jedne strane predstavlja najvažniju gospodarsku granu a s druge strane ovisan je o ekološkim potresima i uvjetovan kretanjima ljudi. Istraživanje unutarnjeg i vanjskog okruženja važan je dio strateškog planiranja. Interni čimbenici mogu se klasificirati kao prednosti (S) ili slabosti (W), a vanjski čimbenici mogu se klasificirati kao prilike (O) ili prijetnje (T). SWOT analiza pruža informacije koje su korisne u usklađivanju resursa tvrtke i sposobnosti u konkurentskom okruženju.<sup>70</sup> SWOT analiza je pomaže u razvoju strategije za postizanje ciljeva, poboljšanje učinkovitosti, formiranje i održavanje brenda. Snage su interne kompetencije, resursi ili atributi koji organizacija može koristiti kao reakcija na prilike u vanjskom okruženju. Slabost je nedostatak ranije navedenih internih kompetencija. Prilika predstavlja vanjsku mogućnost koju organizacija može iskoristiti, dok prijetnja predstavlja vanjski čimbenik koji ima potencijal smanjiti izvedbu organizacije.<sup>71</sup>

Analizirajući sadašnje stanje kao i pokazatelje održivosti zdravstvenog turizma neupitna je činjenica potrebe za izradom razvojnih aktivnosti s svrhom unapređenja institucionalnog okvira i stvaranjem međunarodne prepoznatljivost zdravstvenog turizma Hrvatske. U svrhu minimiziranja slabosti zdravstvenog turizma potrebno je osigurati jači medicinski marketing kao i međunarodne akreditacijske licence za bolnice. U nastavku rada prikazana je SWOT analiza navodeći glavne prepreke i šanse zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

---

<sup>70</sup> Asadi R. (2011). European Journal of Social Sciences, Strategies for Development of Iran Health Tourism. Preuzeto, lipanj 2024: [https://www.researchgate.net/publication/215897808\\_](https://www.researchgate.net/publication/215897808_)

<sup>71</sup> Ibidem

**Slika 3:** SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske

<b>SNAGE</b>	<b>SLABOSTI</b>
<p>Postoji dobro razvijena mreža medicinskih fakulteta i zdravstvenih škola</p> <p>Razina zaštite okoliša i bioraznolikosti</p> <p>Čisto more i netaknuta priroda, visoka kvaliteta zraka</p> <p>Raznolikost prirodnih resursa</p> <p>Geografski položaj (blizina emitivnih tržišta)</p> <p>Mediterranska klima</p> <p>Autentična ponuda (polivalentna turistička destinacija)</p> <p>Raznovrsna i kvalitetna enogastrološka ponuda</p> <p>Pozitivan imidž</p> <p>Lojalnost gostiju</p> <p>Kvaliteta prirodnih ljekovitih činitelja</p> <p>Novi destinacijski proizvod</p> <p>Konkurentnost cijena</p> <p>Zdravstveni sustav u velikoj mjeri informatiziran</p> <p>Nepostojanje adekvatnih prijevoznih sredstava za hitne slučajeve brodovima u privatnom vlasništvu ili plovilima MUP-a.</p> <p>Tržište privatnih zdravstvenih osiguranja je nerazvijeno;</p> <p>Kvalitetni mineralni izvori</p> <p>Razvoj novih trendova (specijalni interesi, razvoj ekološke svijesti)</p> <p>Raspoloživ prostor za nove razvojne projekte (greenfield)</p>	<p>Nerazumijevanje strateškog upravljanja</p> <p>Sadržaji visoke sezonalnosti</p> <p>Slab marketing i promocija</p> <p>Nedostak sinergije zdravlja i turizma</p> <p>Neodgovarajuća kvantiteta radne snage u zdravstvu</p> <p>Nedovoljan broj i nepovoljna starosna struktura zdravstvenih djelatnika</p> <p>Informacijska povezanost unutar zdravstvenog sustava nije potpuna</p> <p>Nedostatno međunarodno licenciranje bolnica</p> <p>Iseljavanje mladih</p> <p>Nedostatak kvalitetnih smještajnih kapaciteta u kopnenoj Hrvatskoj</p> <p>Neadekvatna infrastruktura i sporo rješavanje infrastrukturnih projekata</p> <p>Zasatarnost objekata specijalnih bolnica i lječilišta</p> <p>Nedovoljna snaga klastera u zdravstvu</p> <p>Pogodnost posebne kartice zdravstvenog osiguranja (European Insurance Card)</p> <p>Slaba ili neujednačena dostupnost zdravstvene zaštite</p> <p>Nedovoljno razvijena praksa suradnje i umrežavanja dionika</p> <p>Slaba povezanost i manjkav kontinuitet u zdravstvu</p> <p>Opće loše stanje javnog zdravstvenog sustava</p> <p>Spora prilagodba globalnim trendovima</p> <p>Raspoloživost financijskih sredstava za pokretanje većih destinacijskih projekata</p>
<b>PRILIKE</b>	<b>PRETNJE</b>
<p>Porast popularnosti kraćih putovanja (vikend izleti)</p> <p>Tržišni trendovi</p> <p>Pluralizacija turističkih ukusa</p> <p>Proširenje sezone</p> <p>Jačanje kupovne moći u regiji</p> <p>Preferencija turista okolišno očivanim i održivim destinacijama</p> <p>Članstvo u EU</p>	<p>Gospodarska kriza</p> <p>Sve veća zahtjevnost korisnika</p> <p>Spora prilagodba globalnim trendovima</p> <p>Rastuća konkurencija u okruženju (porast destinacija sa specifičnom ponudom)</p> <p>Jačanje trenda multidestinacijskog modela putovanja</p> <p>Nedovoljno razvijen koncept zdravstvenog turizma u Hrvatskoj</p> <p>Slaba investicijska klima</p>

Izvor: Izrada autora

## 5. Metodologija i rezultati istraživanja

Prilikom pisanja ovog diplomskog rada korišteni su primarni i sekundarni izvori podataka. Primarni izvor podataka predstavlja intervju koji je proveden na uzorku od 11 ispitanika koji su osobno i usmeno anketirani. Anketno ispitivanje je provedeno u razdoblju od 01. prosinca 2023. godine do 7. lipnja 2024. godine. Teorijski okvir ovog rada obuhvatio je pretraživanje postojeće znanstvene i stručne literature stranih i domaćih autora. Sekundarni izvori podataka prikupljeni su pregledavanjem strane i domaće literature. U svrhu boljeg razumijevanja tematike prikupljeni su podaci iz stručne literature, te relevantnih znanstvenih članaka. Kako bi se točnije interpretirali prikupljeni podaci korištene su različite metode znanstveno-istraživačkog rada. Primarno je korištena empirijska metoda istraživanja kojom je istražena literatura i ostali izvori podataka. Deduktivnom i induktivnom metodom, kao i putem komparacijske metode pobliže su obrađeni prikupljeni podatci i relevantne informacije.

### 5.1. Opis uzorka

Uvažavajući prethodno navedeno, metoda ispitivanja koja se je koristila u ovom istraživanju osigurava relativno lak i brz proces prikupljanja podataka. Komuniciranje je vršeno osobno i direktno na području jadranske Hrvatske, izuzev ispitanika na području kontinentalne Hrvatske prilikom čijeg intervjuiranja je odabrano *online* komuniciranje (*Zoom aplikacija*). Termini intervjuja su unaprijed dogovoreni kako bi se osiguralo mirno okruženje za nesmetano provođenje intervjuja. Ovisno o poznavanju uvjeta i pojmova koji se istražuju prosječno vrijeme trajanja intervjuja iznosilo je između 15 i 25 minuta. Obrađivani ispitanici su informatički pismene osobe s dugogodišnjim iskustvom u dentalnoj medicini, wellness i termalnoj industriji, fizikalnoj medicini i fitness centrima. Ispitanici hijerarhijski pripadaju *middle management-u* (voditelji hotelskih wellnessa) i *executive management-u* (vlasnici privatnih stomatoloških ordinacija, fizioterapeutskih ordinacija i fitness centara) koji su involvirani u operativno poslovanje te u aktivnosti planiranja i upravljanja poslovanjem. Iz navedenog razloga ispitanici predstavljaju kompetentan i reprezentativan uzorak.

### 5.2. Strukturirani intervju

Strukturirani intervju je relativno kratkog sadržaja što je i preporučljivo. Pitanja su jednostavna i otvorena, te su koncipirana na način da zadržavaju interes ispitanika. Nadalje, pitanja su

koncipirana na način da traže odgovore, mišljenja i prijedloge o najvažnijim motivima i elementima poslovanja u zdravstvenom turizmu, ciljnoj skupini gostiju, kvaliteti poslovanja te sposobnosti detektiranja konkurencije.

### **Primjer pitanja:**

Zanimanje:

1. Vrsta objekta u kojem ste zaposleni?
2. U kojem podneblju unutar Republike Hrvatske posluje Vaš objekt?
3. Koja je Vaša ciljna skupina gostiju ?
4. Kako poimate zdravstveni turizam i koje aktivnosti po Vama on uključuje?
5. Prema Vašem mišljenju/iskustvu koji su primarni motivi korištenja usluga u objektima zdravstvenog turizma u Hrvatskoj?
6. Koje elemente smatrate osnovnim u svrhu razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj?
7. Smatrate li da postoji podrška resornih Ministarstava (Ministarstvo turizma, Ministarstvo zdravstva) nositeljima ponude zdravstvenog turizma u svrhu daljnjeg razvoja zdravstvenog turizma u HR? - *molim pojasnite*
8. Po Vašem mišljenju da li je Hrvatska u dovoljnoj mjeri promovirana kao destinacija zdravstvenog turizma ? - *molim pojasnite*
9. Koji oblik oglašavanja smatrate najadekvatnijim oblikom za Vašu djelatnost i zašto?
10. S kojom domaćom i stranom destinacijom biste se usporedili i zašto?
11. Što smatrate glavnim preprekama koje je potrebno ukloniti, odnosno što smatrate da je potrebno unaprijediti u svrhu daljnjeg razvoja zdravstvenih oblika turizma u Hrvatskoj?

Interna percepcija ispitanika, njihovo zadovoljstvo i očekivanja, poimanje problema, te stupanj osjećaja pripadnosti zdravstvenom turizmu ključni su pokazatelji mišljenja nositelja zdravstveno-turističke ponude o razvojnim ograničenjima i razvojnim mogućnostima zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Nadalje stoji činjenica da zbog prevelikog opsega posla, nedostatka radne snage, te uslijed stresa i preopterećenosti veliki broj ispitanika u turizmu izbjegava sudjelovati u istraživanjima.

Istraživanje je temeljeno na strukturiranim pitanjima otvorenog tipa manje složenosti, te na reprezentativnom uzorku ispitanika uz uključene statističke analize. Možemo zaključiti da su rezultati primjenjivi na ukupnu populaciju djelatnika u zdravstvenom turizmu. Uvidom u stručne radove i istraživanja drugih autora na ovu temu, generalno se ističu slični rezultati.

Istraživanje je provedeno na 11 ispitanika, od čega udio muškaraca iznosi 27.3 % a žena 72.7%. Dob ispitanika te njihova stručna sprema ne smatra se relevantnom varijablom istraživanja, imajući u vidu činjenicu da je glavni cilj istraživanja ukazati na trenutno stanje razvoja turističke ponude zdravstvenog turizma na temelju mišljenja dionika ovog oblika turizma bez obzira na godine života i razinu obrazovanja.

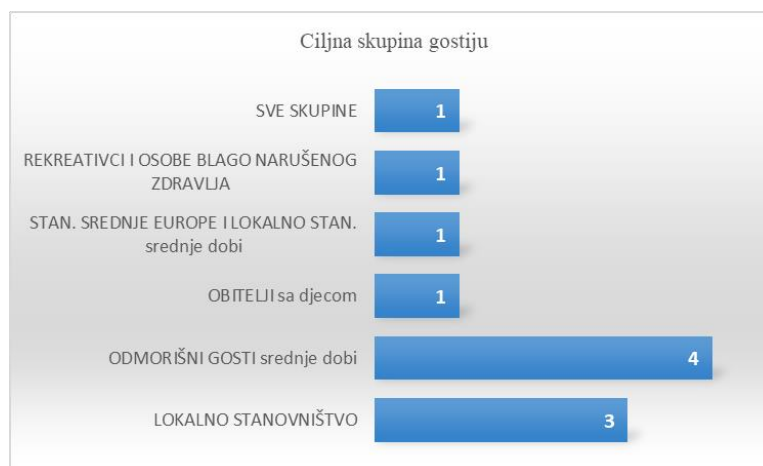
**Tablica 2:** Pregled strukture ispitanika po spolu i djelatnosti

DJELATNOST ISPITANIKA	BROJ ISPITANIKA	SPOL Ž	SPOL M
WELLNESS	6	5	1
FIZIOTERAPEUT	2	1	1
STOMATOLOG	2	1	1
KINEZILOG	1	1	0

Izvor: Izrada autora

Dodatni uvjet ispitanika bio je minimalno 3 godine radnog iskustva u ispitivanoj djelatnosti. Iz razloga različitih djelatnosti u istraživanju su sudjelovali ispitanici koji svoju djelatnost obavljaju većinom cjelogodišnje.

**Grafikon 4:** Prikaz ciljne skupine gostiju ispitanika



Izvor: Izrada autora

Bitno je napomenuti da od ukupnog broja ispitanika samo 2 ispitanika posluju isključivo sezonski, i to u djelatnosti wellness. Ostali ispitanici operativno djeluju na razini cijele godine, uz maksimalnu zatvorenost objekata od 0-30 dana (u siječnju u svrhu aktivnosti godišnjeg telećeg održavanja objekata).

Na pitanje „Koja je Vaša ciljna skupina gostiju?“ većina ispitanika (36 %) odgovorila je odmorišni gosti srednje dobi. Rezultati istraživanja pokazuju da su odmorišne goste kao

ciljnu skupinu naveli isključivo ispitanici iz djelatnosti *wellness*, i to 4 ispitanika od ukupno 6 iz ove djelatnosti. Navedeni rezultat je i očekivan s obzirom da djelatnici ove djelatnosti često ne vide svoju aktivnu ulogu u zdravstvenom turizmu nego smatraju da su dio dodatnog hotelskog sadržaja. Nastavno na prethodno navedeno rezultati istraživanja pokazali su da 18 % (2 ispitanika) uopće ne vide svoju pripadnost zdravstvenom turizmu, orijentirani su isključivo na lokalno stanovništvo i ne razmišljaju o ovom obliku turizma (1 ispitanik iz stomatološke djelatnosti i 1 ispitanik iz djelatnosti fizikalne medicine).

Na pitanje „Kako poimate zdravstveni turizam i koje usluge on uključuje?“ ispitanici su naveli sljedeće:

- oblik turizma koji uključuje sve postupke i procedure fizikalne terapije, zdravstvene njege, medicinske gimnastike uz usluge iz područja turizma: mora uključivati sve gore navedeno (pregled spec. liječnika, med.sestre, terapeuta i usluge iz sektora turizma (termalne vode, saune, Wellness, masaže, tretmani, ugostiteljske usluge..)
- dolazak gostiju u destinaciji koja ima sadržaje i aktivnosti sa ciljem uspostavljanje i/ili vraćanje psiho fizičku ravnotežu čovjeka
- standardne zdravstvene ustanove u koje zbog njihove izvrsnosti posjećuju pacijenti iz cijeloga svijeta
- intenziviranje pružanja medicinskih usluga u određenom periodu godine
- oblik turizma u okviru kojeg se stručno i kontrolirano koriste prirodni ljekoviti činitelji i određene terapije, uz usluge uravnotežene prehrane i relaksacije
- ponuda povoljnijih zdravstvenih usluga, uglavnom estetske kirurgije i dentalne medicine, ali i kroz fizioterapijske, wellness i fitness usluge
- eksploatacija prirodnih dobara koje naša sredina posjeduje u kombinaciji s visokom razinom znanja i kvalitete koju hrvatska medicina pokazuje. Uključuje svaki oblik rada na osobnoj dobrobiti (fizičkoj, psihičkoj, emocionalnoj i duhovnoj) kroz aktivni i pasivni angažman pojedinca
- spoj kvalitetnih usluga smještaja, prehrane ,medicinskih sadržaja i dodatnih turističko-sportskih aktivnosti
- kroz isključivo medicinske aktivnosti, wellness ne poistovjećujem sa terminom zdravstveni turizam.

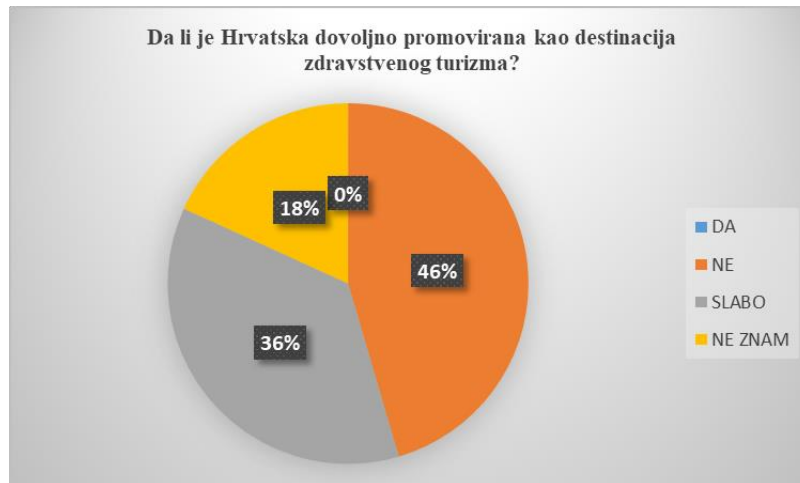
Kao primarne motive dolaska korištenja usluga ispitanici su većinom naveli relaksaciju i opuštanje, potom dostupnost, kvalitetu te cijene usluga, udaljavanje od posljedica užurbanog života, postojanje šireg spektra medicinskih usluga i ostalih sadržaja na jednom mjestu.

Dva ispitanika nisu navela osnovne elemente koje doprinose razvoju zdravstvenog turizma iz razloga što se osobno ne smatraju njegovim dionicima. Ostali ispitanici naveli su slijedeće:

- klima, šetnice, kvaliteta zraka i vode, termalne vode i ljekovita blata
- očuvan okoliš, kvaliteta gastronomske ponude
- osobna korist i dobrobit
- kvaliteta usluge, znanje i konkurentna cijena
- digitalizacija
- individualni pristup, stručnost, entuzijizam djelatnika
- kontrola kvaliteta usluga na tržištu
- kvalitetni stručnjaci raznih profila
- modernizacija objekata, optimalno korištenje prirodnih i ljekovitih resursa

Svi ispitanici usuglašeni su u mišljenju da je podrška od strane resornih ministarstava slaba do nepostojeća, te da je promocija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma također u povojima ili nepostojeća.

**Grafikon 5:** Ispitivanje o stupnju promocije Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma



Izvor: Izrada autora

Po pitanju konkurencije evidentno je da ispitanici ne razmišljaju o konkurentima u okruženju, niti provode *benchmarking*. Od 11 ispitanika 5 ispitanika (45 %) uopće ne razmišlja o konkurenciji. Preostali ispitanici (55 %) konkurenciju većinom vide u drugim državama. Stomatolozi kao konkurenciju navode destinacije poput Mađarske i BiH, konkurentnost ovih zemalja vide isključivo u cijeni njihovih zdravstvenih usluga, međutim konkurentnost ne vide i u stupnju kvalitete koju ove države pružaju. Ispitanici u wellness industriji kao konkurenciju

detektirali su slijedeće destinacije: Austriju, Italiju i Tursku. Djelatnost kineziologije konkurentnost primjećuje i u svim većim turističkim središtima Hrvatske koja obiluju većim i modernim centrima za vježbanje, razvojem sadržaja koji nude zdravu prehranu, usluge i programe mršavljenja i održavanje zdravlja.

### 5.3. Socio-demografska obilježja uzorka

Općenito, karakteristike kao što su dob, spol, etnička pripadnost, razina obrazovanja, prihod, vrsta klijenta, godine iskustva, lokacija i druge smatraju se socio-demografskim podacima te se postavljaju se u svim vrstama istraživanja. Prilikom provođenja istraživanja potrebno je pristupiti ovim socio-demografskim značajkama s velikom pažnjom.

**Grafikon 6:** Udio ispitanika po djelatnosti



Izvor: Izrada autora

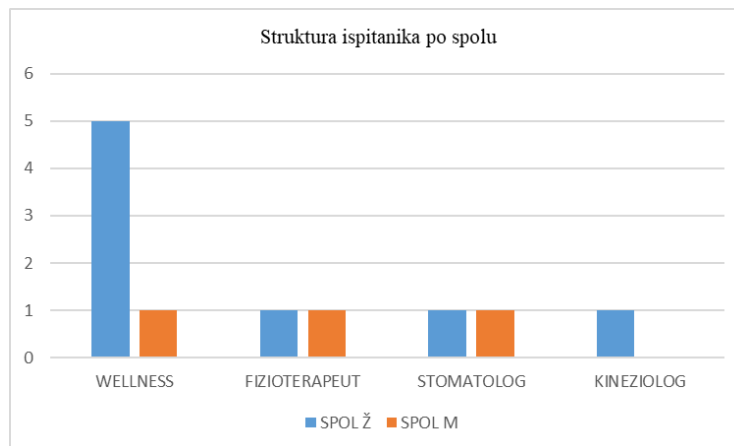
Njihovo prikupljanje ovisi o samoj svrsi istraživanja, te ih je ponekad značajno prikupiti u čim većem broju. Primjerice, ukoliko istraživanje cilja na reprezentativni uzorak populacije, poznavanje distribucije demografskih karakteristika ispitanika uvelike će pomoći u određivanju koliko blizu uzorak replicira populaciju. S druge strane prevelika količina socio-demografskih karakteristika u istraživanju može otežati prikupljanje uzorka i smanjiti planirani broj ispitanika. Naime, ispitanici često odbijaju vremenski duge intervjue i ankete, te previše socio-demografskih pitanja poneki ispitanici smatraju zadiranjem u privatnost.

Radno iskustvo ispitanika predstavlja relevantan pokazatelj, jer ukazuje na razinu svjesnosti ispitanika o stanju u zdravstvenom turizmu, o trenutnim kretanjima te otvorenim pitanjima turizma općenito. Dužina rada u navedenim djelatnostima utječe na formiranje



osobnih stavova ispitanika. Također, dužina rada u djelatnostima koje su dio zdravstvenog turizma utječe na stupanj spoznaje problematike djelatnosti, razinu angažiranosti na radnom mjestu, te posljedično na motivaciju za davanjem iskrenijih i opširnijih odgovora na upućena pitanja strukturiranog intervjua. U nastavku rada nalazi se tablica sa prikazom zastupljenosti ispitanika po spolu i djelatnosti rada unutar objekata zdravstvenog turizma.

**Grafikon 7:** Udio ispitanika po spolu



Izvor: Izrada autora

Kao što je ovaj rad prethodno naveo u istraživanju je sudjelovalo 11 ispitanika. Od navedenog ukupnog broja sudjelovalo je najviše ispitanika s iskustvom rada u djelatnosti hotelskog wellnesa, ukupno 6 ispitanika od čega 5 žena i 1 muškarac. Potom po zastupljenosti ispitanika slijede stomatolozi i fizioterapeuti sa 2 ispitanika po djelatnosti (1 muškarac i 1 žena). Najmanje je zastupljena djelatnost upravljanja procesom vježbanja i posljedice djelovanja tih procesa na ljudski organizam tj. kineziologije sa 1 muškim ispitanikom.

## 5.4. Ograničenja istraživanja

Od ukupnog broja ispitanika većina ispitanika (njih 9) posluje na području Istarske Županije (Rabac, Rovinj, Pula i okolica), dok 2 ispitanika posluje na području Krapinsko zagorske županije. Bez obzira na navedena ograničenja, Istra predstavlja jednu od najjačih i najrazvijenijih turističkih regija, dok su Pula i Rovinj duži niz godina pripadnici 10 neposjećenih gradova u Hrvatskoj (posebice se ističe Rovinj). Više od polovice ispitanika obavljaju djelatnosti wellnesa čime je ova djelatnost u provedenom istraživanju zastupljena u puno većoj mjeri (smanjen stupanj reprezentativnosti). Uzorak nije biran nasumično, nego se radi o prigodnom uzorku odnosno ispitanicima koji su bili dostupni ispitivaču.

Provedeni intervjui mogu zaključiti da je većina ispitanika svjesna svoje uloge u zdravstvenom turizmu, te da prepoznaje goruće probleme, temelje razvoja i trenutna otvorena pitanja daljnjeg razvoja. Evidentna je slaba promocija Hrvatske, kao i osjećaj neadekvatne podrške dionicima zdravstvenog turizma od strane resornih institucija i ministarstava.

## **6. Doprinos zdravstvenog turizma održivosti**

Potreba za upravljanjem turizmom utemeljenim na sustavnom pristupu danas je snažno prepoznata kao prioritetna razvojna aktivnost Hrvatske. Dugoročna održivost podrazumijeva smanjenje pritiska turističke potražnje s kojim se sada suočavaju mnoga odredišta u Hrvatskoj. Primjerice, u destinacijama poput Medulina i Vira opseg turističke potražnje tijekom glavne sezone prijetnja je vitalnosti lokalnih gospodarstava i kvaliteti života stanovnika. Promjene u gospodarskoj strukturi destinacije, utjecaj na povijesne i kulturne atrakcije, neadekvatna komunalna i ostala infrastruktura dovode do stvaranja negativne slike o turizmu. Upravo iz ovih razloga nužan je razvoj specifičnih oblika turizma. Evidentno je da veći stupanj osjetljivosti i osviještenosti o postojećim ograničenjima daljnjeg turističkog razvoja pogoduje svim akterima uključenim u turističku industriju. Razvoju održivog turizma prethodi nužno planiranje prikladnih politika koje bi u budućnosti trebale osigurati privlačenje većeg broja zdravstvenih turista čime bi se osigurao utjecaj na uravnoteženje sezonalnosti i razvoj novih turističkih središta unutar kopnenog dijela Hrvatske.

Održivost u turističkoj industriji Hrvatske postaje važnija nego ikad. Očuvanje prirode i turizam ne moraju biti kontradiktorni. Destinacije u budućnosti moraju osigurati da njihove turističke aktivnosti imaju što je moguće manji utjecaj na okoliš, te da istovremeno pružaju jedinstveno iskustvo za svoje goste. Na navedenim principima leže i temelji razvoja zdravstvenog turizma. Njegov daljnji razvoj osim na smanjenje sezonalnosti posljedično će rezultirati usporenjem ruralne depopulacije te proširenjem novih djelatnosti.

### **6.1. Utjecaj na usporenje ruralne depopulacije**

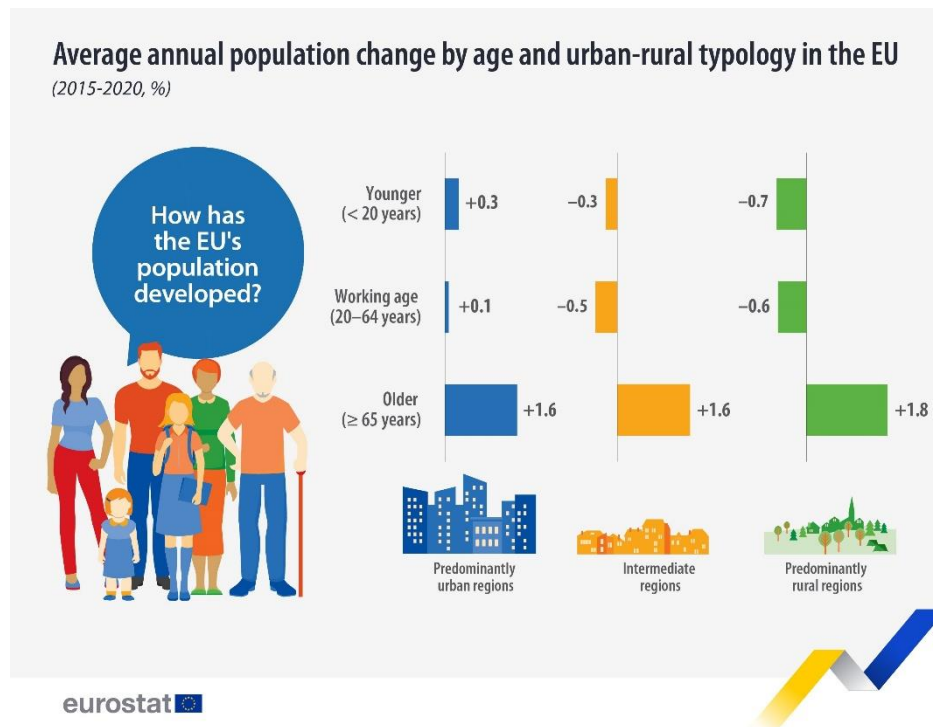
Turisti iz razvijenih zemalja fascinirani su odmorom u „zemljama u razvoju“. Egzotična i specifična iskustva, netaknuta priroda, upoznavanje tradicije drugih naroda, te generalno bijeg od svakodnevnice pokretači su ovog turističke ruralne depopulacije.

Prateći ruralnu depopulaciju u Hrvatskoj mlađe stanovništvo posebice iz ruralnih područja Slavonije i Dalmacije migriralo je u veće gradove i susjedne zemlje motivirani većom mogućnošću zapošljavanja te naposljetku osiguranjem boljeg životnog standarda. Turizam generira prihode, bori se protiv siromaštva i otvara radna mjesta. Međutim, tradicionalni gospodarski sektori često su zanemareni u razvoju turizma.

U EU u razdoblju od 2015. do 2020. godine broj starijih osoba ubrzano raste. Broj osoba u dobi od 65 ili više godina povećavao se svake godine za 1,6% u pretežno urbanim regijama i

u središnjim regijama. Ipak, najbrži rast među ovom skupinom zabilježen je kod onih koji žive u pretežno ruralnim regijama (1,8% svake godine). Nasuprot tome, broj radno sposobnih ljudi (20-64 godine) koji žive u pretežno ruralnim regijama smanjivao se u prosjeku za 0,6% svake godine. što sugerira da su ti ljudi napustili pretežno ruralna područja kako bi nastavili školovanje ili u potrazi za poslom.

**Slika 4:** Prosječna godišnja promjena populacije po dobi i urbano-ruralnoj tipologiji u EU



Izvor: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230117-2>, (21.06.2024.)

Razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj može se uvelike osloniti na ruralna područja koja obiluju prirodnim ljepotama, netaknutim okolišem i prirodnim ljekovitim činiteljima. Osim usporenja ruralne depopulacije razvoj ovog oblika turizma u ruralnim krajevima može utjecati na rasterećenje turističkih središta na Jadranu te posljedično i na smanjenje izražene sezonalnosti Hrvatskog turizma.

## 6.2. Utjecaj na sezonalnost

Kvalitetno i planirano upravljanje razvojem u prenapučenim destinacijama nužan je alat u smanjenju sezonalnosti. Pogodovanje građevinskom lobiju u nekim destinacijama dovelo je do prevelike izgradnje objekata koji vizualno iskaču iz okoline, te koje ne podražava infrastrukturni kapaciteti određenih destinacija. Preveliki opseg izgradnje bez planiranih zelenih

zona, te dodatnih sadržaja za lokalno stanovništvo opasnost je opstanku turizma u budućnosti.

Smanjenje sezonalnosti predstavlja dugoročan i kompleksan proces koji je bilo neophodno aktivno pokrenuti desetljećima prije. Na primjeru prenapučenih turističkih destinacija koja većinu turističkih noćenja ostvaruju u periodu od lipnja do srpnja, neminovna je suradnja relevantnih aktera na više razina. U periodu post sezone i pred sezone većina ugostiteljskih, trgovačkih, kulturnih i sličnih sadržaja je zatvorena ili radi skraćeno dok su ostala prigodna organizirana događanja svedena na minimum. Iz navedenog razloga potrebna je sinergija lokalne zajednice, lokalne samouprave te nositelja turističke ponude kako bi smanjili izrazitu sezonalnost hrvatskog turizma.

Kako je ovim radom prethodno navedeno, dodatno rješenje leži u razvoju specifičnih oblika turizma. *Brownfield* investicije mogu značajno pridonijeti razvoju zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Primjerice. Poluotok Muzil u Puli primjer je destinacije s površinom od 180 hektara koja uključuje veliki botanički park. Predmetni poluotok predstavlja napuštenu vojnu nekretninu koja je danas zelena oaza sa umjerenom mediteranskom klimom. Izgradnja smještajnih kapaciteta za oporavak pacijenata, lječilišta, klinika, zdravstveno-istraživačkih centara i vezanih sadržaja na ovoj lokaciji uvelike može osigurati održivi razvoj Pule i okolice. Zapuštene nekretnine ovog tipa u Hrvatskoj često prati atraktivan položaj u urbanom prostoru, velike zemljišne površine, prometna dostupnost te prisutnost određene infrastrukture (komunalne infrastrukture, električne energije, prometnica). Značajan broj napuštenih i neaktivnih građevina i nekretnina u vlasništvu je Republike Hrvatske, čime uz dobru volju države kao vlasnika, vraćanje života napuštenim objektima putem razvoja zdravstvenog turizma može znatno utjecati na smanjenje sezonalnosti u određenim turističkim središtima.

### **6.3. Ključni faktori uspjeha**

Ključni faktor uspjeha je razvoj kreativnih i specifičnih oblika turizma usmjerenih prema angažiranom i autentičnom iskustvu. Onuda temeljena na iskorištavanju opipljivih povijesnih i kulturnih dobara ima više negativnih nego pozitivnih učinaka. Stoga koncept turizma koji omogućuje turistima da razviju duboku emocionalnu povezanost ili iskustvo sa svojim odredištima predstavlja osnovu dugoročnog razvoja. Između ostalih specifičnih oblika turizma i zdravstveni turizam omogućuje turistima da prožive iskustvo koje je potpuno drugačije od njihovog dosadašnjeg života. Promatrajući ključne faktore uspjeha konkurenata i predviđanja zahtjeva turista budućnosti, vidljiva je potraga turista za iskustvom u kojem konzumacija nezaboravnih nematerijalnih elemenata ima glavnu ulogu.

## 6.4. Upravljanje kvalitetom i ljudskim potencijalima

Bez obzira na sve veći utjecaj umjetne inteligencije, modernizaciju i digitalizaciju neupitna je činjenica da je najvažniji resurs današnjice i dalje čovjek. Zdravstveni sustav ne može funkcionirati bez predanih stručnjaka. Hrvatska se duže vrijeme suočava sa sve većim nedostatkom medicinskih sestara i liječnika, dok zapošljavanje i zadržavanje kvalificiranih zaposlenika postaje sve veći izazov. Za pružatelje zdravstvenih usluga nedostatak kvalitete i odlazak osoblja izravno se odražava na sposobnost ustanove da pruži optimalnu skrb svojim korisnicima. Stručnjaci za upravljanje ljudskim resursima u zdravstvu mogu razviti strategije za razvoj karijere i zadržavanje zaposlenika, međutim bez kvalitetnih mjera i podrške nadležnog ministarstva provođenje navedenih strategija nije moguće. Prevelik broj pacijenata, duge liste čekanja, loši uvjeti rada, zastarjeli uređaji, veliki broj radnih sati koji su slabo plaćeni ili se plaćaju sa odgodom (nepostojanje održivog radnog vremena) otvorena su pitanja javnog zdravstvenog sustava. Temelj svakog zdravstvenog sustava su njegovi ljudi koji su izravno odgovorni za rezultate i razinu zadovoljstva pacijenata. Ministarstvo zdravstva uz menadžment bolnica odgovorno je za zapošljavanje zdravstvenih radnika, njegovanje pozitivne radne kulture, olakšavanje procesa unapređenja osobnih karijera. Ministarstvo zdravstva dužno je osigurati uvjete kako bi njegove organizacije (zdravstvene ustanove) i njihovi zaposlenici mogli poštovati niz sigurnosnih pravila, pravila privatnosti, kao i drugih zdravstvenih propisa. U cilju kvalitetnog odgovora na izazove uslijed ozbiljnog nedostatka osoblja, izazove visokih troškova rada bolnica, svi članovi zdravstvenog sustava moraju razviti promišljene i inovativne zdravstvene programe i politike.

Zdravstveni sustav mora konstantno osvježavati činjenicu da kvaliteta performansi ljudskih potencijala ovisi o mogućnosti stjecanja novih znanja i konstantnog stručnog usavršavanja radnika, mogućnosti napretka u karijeri, dobivenih priznanja za stručnost kao i financijskih nagrada za ostvareni rad. Uz navedeno, upravljanje kvalitetom uključuje i druge vidove promjena: tehnološke promjene, promjenu zakonodavstva i propisa, promjenu veličine i sektorskih karakteristika, promjenu strukture samih organizacija u zdravstvu, ali i promjenu strategije i prošlih praksi.

## Zaključak

Hrvatska trenutno nije konkurentna destinacija zdravstvenog turizma. Razloga ima više, poput nedostatnih financijskih ulaganja u infrastrukturu, neusklađenosti Zakona kojima se regulira rad zdravstvenih ustanova sa potrebama vezanim uz turističku djelatnost, te nerazvijene i uske ponude sadržaja. Generalno se javlja osjećaj da trenutno stanje zdravstvenog turizma Hrvatske nije dovoljno kritički razmatrano, te da se ne pridodaje dovoljno pažnje važnosti brendiranja destinacije kao i jačanju konkurentnosti.

Strateški dokumenti kojima se definiraju ciljevi i politike razvoja zdravstvenog turizma donose se pravovremeno, međutim nije dovoljno prepoznata njihova važnost, te se planirane aktivnosti ne implementiraju dostatnom brzinom i u dovoljno učinkovitom obimu. Upravo iz navedenih razloga stvara se generalni osjećaj nepostojanja podrške poduzetnicima (i drugim dionicima zdravstvenog turizma) od strane lokalnih, regionalnih pa i najviših resornih razina vlasti. Uz navedeno, trend masovnog odlaska kvalificiranog medicinskog osoblja dodatno utječe na sporiji razvoj zdravstvenog turizma od željenog i očekivanog.

Osim prethodno istaknutog, uz loše stanje i slabu ponudu broja zdravstvenih ustanova, nedostatak predstavlja i cjenovna nekonkurentnost Hrvatske, kao i slabe promidžbene aktivnosti u svrhu privlačenja konzumenata usluga u zdravstvenom turizmu.

Postojanje značajnog bogatstva prirodnih resursa i tradicije bavljenja turizmom čvrst je temelj na kojemu je moguće razvijati specifične oblike turizma, međutim nužno je i obogaćenje postojećih sadržaja uvođenjem specifičnih i kvalitetnih segmenata zdravstveno-turističke ponude.

Budućnost hrvatskog turizma leži u razvoju zdravstvenog turizma, ipak potrebno je pridonijeti veću pažnju na aktivnosti njegovog kvalitetnog planiranja i provođenja, odnosno neophodno je ubrzati aktivnosti razvoja zdravstvenog turizma dok se konkurenti nisu još jače pozicionirali u svojim nastojanjima osvajanja ovog tržišta.

## Popis ilustracija

<b>Grafikon 1:</b> Dinamika dolazaka međunarodnih turista na svjetskoj razini u % .....	23
<b>Grafikon 2:</b> Dinamika dolazaka međunarodnih turista u Europi u % .....	24
<b>Grafikon 3:</b> Top 10 destinacija zdravstvenog turizma u svijetu.....	27
<b>Grafikon 7:</b> Prikaz ciljne skupine gostiju ispitanika .....	46
<b>Grafikon 8:</b> Ispitivanje o stupnju promocije Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma.....	48
<b>Grafikon 9:</b> Udio ispitanika po djelatnosti.....	49
<b>Grafikon 10:</b> Udio ispitanika po spolu .....	50
<b>Slika 1:</b> Socio-ekonomski utjecaj zdravstvenog turizma na domicilne zemlje pacijenata.....	33
<b>Slika 2:</b> Socio-ekonomski utjecaj zdravstvenog turizma na receptivne zemlje .....	34
<b>Slika 4:</b> SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske.....	43
<b>Slika 5:</b> Prosječna godišnja promjena populacije po dobi i urbano-ruralnoj tipologiji u EU .....	53
<b>Tablica 1:</b> Usporedni pokazatelji kapaciteta i broja zaposlenih specijalnih bolnica za rehabilitaciju Krapinskih i Daruvarskih toplica 2017. godine.....	17
<b>Tablica 2:</b> Pregled strukture ispitanika po spolu i djelatnosti.....	46



## Bibliografija

Asadi R. (2011). *Strategies for Development of Iran Health Tourism*, European Journal of Social Sciences. Preuzeto 03. lipanj 2024: <https://www.researchgate.net/profile/Ramin-Asadi-5/publication/215897808>

Azimi, R., Mahmoudi, G., Esmaeili H., A., (2017), *Ranking Factors Affecting the Attraction of Foreign Medical Tourists in Hospitals Affiliated to Mashhad University of Medical Sciences Based on Marketing Mix Model* Preuzeto 03. lipanj 2024: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/>

Cambridge Dictionary (2024). Preuzeto: 01. lipanj 2024: <https://dictionary.cambridge.org/>

Carrera, P., Bridges, J. (2006) *Globalization and Healthcare: Understanding Health and Medical Tourism*. Expert Review Pharmacoeconomics Outcomes Research, Taylor and Francis, 447-454.

Condé Nast Traveler (2023). Top Countries in the World: Readers Choice Awards 2023. Preuzeti 07. lipanj 2024: <https://www.cntraveler.com/story/top-countries-in-the-world>,

Čavlek N., Vukonić B., (2001), *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb, str. 454

Dentevim Dental clinic (2023). Preuzeto 15. ožujak 2023: <https://www.dentevim.com/en/types-of-health-tourism>

DergiPark Organisation, Health Tourism in Mediterranean Region: North Cyprus, Turkey and Israel, Int. Journal of Health Manag. and Tourism 2024. Preuzeto 06. lipanj 2024: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3826244>

Europsko vijeće, Vijeće europske unije (2024). Invaliditet u EU: činjenice i brojke. Preuzeto 03. lipanj 2024: <https://www.consilium.europa.eu/hr/infographics/disability-eu-facts-figures/>

Global Healthcare Accreditation (2023). *Health Tourism: Exploring the Industry, Types and Top Destinations*. Preuzeto 10. lipanj 2024: <https://www.globalhealthcareaccreditation.com/news/health-tourism-exploring-the-industry-types-and-top-destinations>

Global Spa Summit, *Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities* (2010), str 3. Preuzeto, 17. ožujak 2023: <https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/Spas-and-the-Global-Wellness-Market-Final-4.25.2010.pdf>

Global Wellness Institute (2023), *Global Wellness Economy Monitor, Final report*. Preuzeto, 17. srpanj 2024: [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023\\_FINAL.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023_FINAL.pdf)

Global Wellness Institute (2023), *Wellness Economy Statistics and facts*. Preuzeto 16. ožujak 2023: <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>

Gobierno de España, Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2024). *Turismo de salud en España*. Preuzeto 03. lipanj 2024: <https://turismo.gob.es/es-ES/Servicios/>

Goodrich, J.N., Goodrich G.G., (1987). *Health-care tourism: An exploratory study*. Tourism Management 8 (3): 217–222

Government of Canada (2024) Tourism Growth Program. Preuzeto 05. lipanj 2024: <https://www.cannor.gc.ca/eng/1699987392840/1699987424998>

Gregorić, M., Čolig, T., Radoš, T., (2020), *Health Tourism Trends and Development Potential of Northwestern Croatia*, Journal of Economic and Social Development (JESD) - Vol. 7, No. 2, 2020

Gutić, D., (2015), *Menadžment u zdravstvu*, Grafika, Osijek, str.217

Hopkins, Laura, et al. 2010. *Medical tourism today: What is the state of existing knowledge & quest*. Journal of public health policy 31 (2): 185–198

Hrvatska elektronička medicinska edukacija (2024), *Vrste alternativne medicine*. Preuzeto 25. svibanj 2024: [https://www.hemed.hr/Default.aspx?sid=13861#v39504390\\_hr](https://www.hemed.hr/Default.aspx?sid=13861#v39504390_hr)

Hrvatska turistička zajednica (2023). Press Releases. Preuzeto, lipanj 2024: Preuzeto 05. lipanj 2024: <https://www.htz.hr/en-GB/press/press-releases/croatia-proclaimed-most-desirable-european-destination>

Industry Arc (2024), Medical Tourism Market – Forecast 2024 – 2030. Preuzeto 15. lipanj 2024: <https://www.industryarc.com/Research/Medical-Tourism-Market-Research-501972>

Institut za turizam, *Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika-kvalitativno istraživanje*, (2018.), Zagreb, str. 11, 28

Institut za turizam (2014), *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, Zagreb.

Juričić, D., (2008), *Ekonomija javno-privatnog partnerstva*, str. 462. Preuzeto 12. veljače 2023: <https://hrcak.srce.hr/25698>

Kaya, M., G., Onifade S., T, Akpınar A. (2022). *Terrorism and Tourism: An Empirical Exemplification of Consequences of Terrorist Attacks on Tourism Revenues in Turkey*. Preuzeto 01. lipanj 2024: <https://hrcak.srce.hr/file/389050>

Lee, V., C., Taggart R.,L. (2013), *Travel Medicine (Third Edition) 343-347, Medical Tourism*. Preuzeto, svibanj 2024: <https://www.sciencedirect.com/science/article/>

Manso Felix, V., S., (2021). Instituto Universitario de Lisboa, *Medical Tourism Development - Adopted Strategies Across the Globe: A Systematic Review*. Preuzeto 03. lipanj 2024: [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23888/1/master\\_vera\\_manso\\_felix.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23888/1/master_vera_manso_felix.pdf)

MDPI (2024), *Motives for Thermal Tourism: An Application to North and Central Portugal*, Paper number 12688. Preuzeto 25. svibanj 2024: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/22/12688>

Medical Tourism magazine (2024), *Top 10 Medical Tourism Destination in the World*. Preuzeto 03. lipanj 2024: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-world>

Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske, Pravna regulativa i upute za registraciju. Preuzeto, 10. veljače 2023: <https://zdravlje.gov.hr/zdravstveni-turizam-5532/pravna-regulativa-i-upute-za-registraciju/5534>

Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, (2022.), *Strategija razvoja Hrvatskog turizma do 2030.godine*, Zagreb, str. 30, 44, 124

Narodne novine broj: 79/2019, Pravilnik o pojedinim oblicima zdravstvenih usluga koje se pružaju u djelatnosti zdravstvenog turizma te standardima i normativima za njihovo obavljanje.

Narodne novine broj: 02/2023, *Strategija razvoja održivog turizma RH do 2030. godine*, čl. 8. Preuzeto 07. veljače 2023: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html)

Narodne novine broj :76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19, 151/22, *Zakon o Ustanovama*, čl. 6.

Narodne novine broj: 100/18, 125/19, 147/20, 119/22, 156/22, 33/23. *Zakon o zdravstvenoj zaštiti*, članak 39. stavak 1.

OECD (2011). *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A OECD scoping review*. Preuzeto 10. veljače 2023: <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>

Rabotić, B., (2013), *Specifični oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih izdanja, Beograd, str.99

Raofi, S., Khodayari-Zarnaq, R., Vatankhah S., (2024). *Healthcare provision for medical tourism: A comparative review*, *Researchgate*, Preuzeto 25. svibanj 2024: [https://www.researchgate.net/publication/378503334\\_Healthcare\\_provision\\_for\\_medical\\_tourism\\_A\\_comparative\\_review](https://www.researchgate.net/publication/378503334_Healthcare_provision_for_medical_tourism_A_comparative_review)

Refiondo (2024). *Health Tourism in the EU: Facts and Figures*. Preuzeto 06. lipanj 2024: <https://pro.regiondo.com/blog/health-tourism-eu/>

Schalber, C., Peters, M., (2012), *Determinants of health tourism competitiveness: An Alpine case study*. Preuzeto 03. lipanj 2024: <https://hrcak.srce.hr/file/136905>

Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Stubičke toplice. Preuzeto 25. svibanj 2024: <https://sbst.hr/wellness-2/cryosauna/?lang=en#>

TOMAS zdravstveni turizam 2018. *stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb 2019., str. 29, 51

UNWTO (2024). *Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism*. Preuzeto 01. lipanj 2024: <https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism>

Vlada Republike Hrvatske, *Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021-2026*. (2020), str. 430

Vlada Republike Hrvatske (2019). Preuzeto 06. lipanj 2024: <https://vlada.gov.hr/vijesti/konferencija-health-spot-croatia-zdravstveni-turizam-donosi-500-milijuna-eura-godisnje/25258>

World Health Organisation (2016). *Global strategy on human resources for health: Workforce 2030*. Preuzeto 06. lipanj 2024: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/250368/9789241511131-eng.pdf>

World Health Organisation (2024), *Traditional, Complementary and Integrative Medicine*. Preuzeto 06. lipanj 2024: [https://www.who.int/health-topics/traditional-complementary-and-integrative-medicine#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/traditional-complementary-and-integrative-medicine#tab=tab_1)

World Tourism Organization, UNWTO (2019). Preuzeto 10. veljače 2023. <https://www.unwto.org/high-level-forum-medical-and-health-tourism>

Vukonić B., (2005), *Povijest Hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, str.66.

Vukonić, B., Keča, K., (2001), *Turizam i razvoj*, Ekonomski fakultet Zagreb, str. 259

Toplice Lipik (2024), Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju. Preuzeto 17. srpanj 2024: <https://toplice-lipik.hr/hr/povijest-ljecilista/stranica/9>

Zaika, S., Avriata, A. *Analysis of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of the international tourism market*, DOI: 10.46299/j.isjmef.20240302.06. Preuzeto 01. lipanj 2024: [https://www.researchgate.net/publication/379502327\\_Analysis\\_of\\_the\\_impact\\_of\\_the\\_COVID-19\\_pandemic\\_on\\_the\\_development\\_of\\_the\\_international\\_tourism\\_market](https://www.researchgate.net/publication/379502327_Analysis_of_the_impact_of_the_COVID-19_pandemic_on_the_development_of_the_international_tourism_market)

Zhon, L, Deng, B., Morrison , A. M, Coca-Stefaniak, J. A.,Yang L., *Medical, Health and Wellness Tourism Research - A Review of the Literature (1970–2020) and Research Agenda*, Preuzeto 13. travanj 2024: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8536053/>