

Mobilna tehnologija i medicinski turizam: Mogućnosti i izazovi

Kaltak, Majda Melani

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:191:961251>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-09**



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

Sveučilišni diplomski studij

MAJDA MELANI KALTAK

Mobilna tehnologija i medicinski turizam: Mogućnosti i izazovi

**Mobile technology and medical tourism: Opportunities and
challenges**

Diplomski rad

Zabok, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Sveučilišni diplomski studij

Održivi razvoj turizma

Mobilna tehnologija i medicinski turizam: Mogućnosti i izazovi

**Mobile technology and medical tourism: Opportunities and
challenges**

Diplomski rad

Kolegij: **Mobilna tehnologija** Student: **Majda Melani Kaltak**

Mentor: doc. dr. sc. **Tomislav Car** Matični broj: **4038/DS**

Zabok, 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

Majda Melani Kaltak

(ime i prezime studenta)

Ds4038

(matični broj studenta)

Mobilna tehnologija i medicinski turizam: Mogućnosti i izazovi

(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, 18.7.2024.

Majda Melani Kaltak

Potpis studenta

SAŽETAK

Mobilna tehnologija i medicinski turizam zajedno oblikuju budućnost zdravstvene industrije. Pacijenti s mobilnim uređajima imaju pristup o različitim medicinskim uslugama, brzim informacijama te kroz aplikacije mogu usporediti kvalitetu usluga i cijene prije donošenja odluke o putovanju u destinaciju u svrhu medicinskog tretmana. Mobilne aplikacije za praćenje zdravlja omogućuju pacijentima da prate svoje zdravstveno stanje te im se pruža komunikacija s medicinskim stručnjacima što im olakšava daljnju skrb i smanjuje potrebu za fizičkim posjetima.

Ključne riječi: mobilna tehnologija; turizam; medicinski turizam

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| Sažetak..... | II |
| 1. Uvod..... | 1 |
| 1.1. Problem i predmet istraživanja | 1 |
| 1.2. Svrha i ciljevi istraživanja..... | 1 |
| 1.3. Istraživačka pitanja | 2 |
| 1.4. Znanstvene metode | 2 |
| 1.5. Struktura rada..... | 3 |
| 2. Pojmovno određenje turizma | 4 |
| 2.1. Što je turizam? | 4 |
| 2.2. Vrste turizma..... | 5 |
| 2.3. Važnost turizma u Republici Hrvatskoj | 12 |
| 3. Mobilna tehnologija..... | 13 |
| 3.1. Razvoj mobilne tehnologije | 13 |
| 3.2. Prednosti i nedostaci | 14 |
| 3.3. Vrste mobilnih aplikacija u turizmu..... | 15 |
| 4. Medicinski turizam | 20 |
| 4.1. Pojam medicinskog turizma..... | 20 |
| 4.2. Standardi kvalitete | 21 |
| 4.3. Turistički motiv destinacije za medicinski turizam..... | 23 |
| 4.4. Medicinski turizam u Republici Hrvatskoj | 24 |
| 5. Utjecaj mobilnih tehnologija na medicinu, medicinski turizam i farmaceutsku industriju..... | 30 |
| 5.1. Kako mobilne aplikacije i tehnologije transformiraju zdravstvenu skrb, poboljšavaju pristup pacijentima i unapređuju medicinski turizam te farmaceutsku industriju | 30 |
| 5.2. Utjecaj mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu u svijetu i u Hrvatskoj | 39 |
| 6. Istraživanje primjene mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu | 42 |
| 6.1. Metodologija istraživanja..... | 42 |
| 6.2. Analiza rezultata | 43 |
| 6.3. Zaključak dobivenih rezultata | 56 |
| 6.4. Ograničenja i prijedlog za buduća istraživanja | 57 |
| Zaključak | 58 |
| Bibliografija | 60 |
| Popis ilustracija | 65 |
| Prilozi..... | 67 |

1. Uvod

Autor kroz uvod čitatelju približava koncept ovog rada. Kroz uvod će se objasniti: problem i predmet istraživanja, svrha i ciljevi istraživanja, metode istraživanja, istraživačka pitanja i struktura rada.

1.1. Problem i predmet istraživanja

Predmet ovog diplomskog rada je interakcija između medicinskog turizma i mobilne tehnologije te identifikacija izazova i mogućnosti koji proizlaze između njih. Medicinski turizam se odnosi na putovanje ljudi iz jedne zemlje u drugu radi određenih medicinskih usluga. To uključuje različite vrste tretmana, poput medicinskih zahvata, estetskih operacija, dentalne skrbi ili rehabilitacije. Glavni motivi za medicinski turizam uključuju pristupačnije troškove, kraće liste čekanja ili pristup specijaliziranim tretmanima koji možda nisu dostupni u matičnoj zemlji. Mobilna tehnologija obuhvaća širok spektar tehnoloških alata i aplikacija kojima se može pristupiti putem mobilnih uređaja, tableta, laptopa i slično. Mobilne aplikacije i internetski portali omogućuju pacijentima da istraže i planiraju svoje medicinsko putovanje. To uključuje pretragu klinika, pregledavanje recenzija, usporedbu troškova i rezervaciju termina. Također, omogućuju pacijentima da komuniciraju s medicinskim osobljem prije, tijekom i nakon putovanja.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha ovog istraživanja je istražiti utjecaj mobilne tehnologije na razvoj medicinskog turizma. Formirani ciljevi istraživanja ovog rada uključuju analizu trenutnog stanja mobilne tehnologije u medicinskom turizmu, prednosti i nedostatke, kao i identifikaciju strategija za unaprjeđenje iskustva pacijenata i kvalitete usluge. Istraživanje će se provesti kroz anketni upitnik koji će biti prosljeđen stanovnicima Republike Hrvatske.

1.3. Istraživačka pitanja

Sukladno odrednicama problema i predmeta istraživanja postavljaju se četiri istraživačka pitanja:

- 1. Kako mobilne tehnologije utječu na proces donošenja odluke pacijenata o korištenju usluga medicinskog turizma?**
- 2. Koriste li turisti mobilnu tehnologiju za informacije o medicinskim uslugama u destinaciji?**
- 3. Osjećaju li se turisti sigurno koristeći mobilne aplikacije za medicinske usluge u smislu zaštite osobnih podataka?**
- 4. Smatraju li turisti da će se u budućnosti sve više koristiti mobilna tehnologija za planiranje putovanja u destinacije radi medicinskih usluga?**

1.4. Znanstvene metode

U ovom diplomskom radu korištene su različite znanstvene metode kako bi se postigli ciljevi istraživanja. U teorijskom dijelu rada provedena je kritička analiza dostupne literature na temu mobilne tehnologije u medicinskom turizmu, njen utjecaj i značaj. Uz to, u radu su korištene i druge znanstvene metode poput deduktivne i induktivne, metode analize i sinteze, metode apstrakcije i konkretizacije, generalizacija i specijalizacija te metoda ispitivanja. Instrument istraživanja ovog rada bio je anketni upitnik u digitalnom obliku, koji se sastojao od 31 pitanja. Anketa je kreirana na Google obrascu i poslana je kao poveznica ispitanicima. Metoda ispitivanja omogućila je prikupljanje relevantnih podataka od ispitanika. Kombinacija ovih metoda omogućila je razumijevanje i analizu konceptualnih i teorijskih aspekata mobilne tehnologije, turizma i medicinskog turizma te za formuliranje relevantnih zaključaka na temelju provedenog istraživanja.

1.5. Struktura rada

Ovaj diplomski rad sastoji se od Uvoda u kojem su objašnjeni ciljevi, svrha, problem i predmet istraživanja. Također, objašnjene su koje metode su se koristile u radu te su postavljena četiri retorička pitanja. Nakon Uvoda slijedi prvo, drugo, treće, četvrto poglavlje i peto poglavlje. Nakon njih slijede zaključak, bibliografija, popis ilustracija i prilozi. U prvom poglavlju detaljnije će se objasniti pojam mobilne tehnologije, njen razvoj te koji su prednosti, nedostaci i vrste mobilnih aplikacija s naglaskom na turizam. U drugom poglavlju ukratko će se objasniti pojam turizam te koje vrste turizma postoje. U trećem poglavlju objasnit će se pojam medicinskog turizma kao oblik putovanja koji uključuje putovanje u destinacije radi medicinskih tretmana i zdravstvenih usluga, koji su standardi kvalitete, motivi te kakav je medicinski turizam u Republici Hrvatskoj. U četvrtom poglavlju opisane su različite vrste mobilnih tehnologija koje se koriste u medicinskom turizmu, uključujući aplikacije za upravljanje zdravljem, telemedicine i praćenje zdravstvenih podataka. Aplikacije koje će se spominjati u radu su: Booking Health, Medisafe, Healix, Doctoralia, Crotune, GoodRx, TripMedic, Kvarner Health. Također, analizirat će se kako se mobilne tehnologije koriste u praksi medicinskog turizma, kako u Hrvatskoj tako i u globalnom smislu. Razmotrit će se prednosti koje donose pacijentima i pružateljima usluga te kako te tehnologije mogu poboljšati iskustvo pacijenata i olakšati pružanje medicinskih usluga. U petom poglavlju predstavlja se praktični dio istraživanja koje će se provesti kako bi se što bolje razumjela primjena mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu. Nakon četvrtog poglavlja slijedi zaključak ovog istraživanja te je nakon njega prikazan popis literature i priloga korištenih u ovom diplomskom radu.

2. Pojmovno određenje turizma

U drugom poglavlju opisat će se pojam turizma te koje sve vrste turizma postoje. Turizam obuhvaća kretanje ljudi (posjetitelja) u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja iz osobnih ili poslovnih/profesionalnih razloga, a turizam se odnosi na njihove aktivnosti, neke od kojih uključuju troškove vezane uz turizam.

2.1. Što je turizam?

Turizam je danas vrlo važan ekonomski i društveni čimbenik te samim time predstavlja temelj društvenog i ekonomskog razvitka gospodarstva mnogih zemalja. (Mađar, Lazibat, Mikulić, 2016:190) Definicije turizma i turista su brojne i variraju među različitim autorima iz različitih znanstvenih disciplina. Turizam uključuje raznolike ekonomske i društvene funkcije koje se odnose na ljude i turiste. Povijesno gledano, prvo su se pojavili turisti, a njihova aktivnost na određenom mjestu dovela je do razvoja turizma. Kako bi netko postao turist, mora se zaputiti na putovanje. Svaka osoba koja se kreće od točke A do točke B je putnik, no nije svaki putnik turist, iako je svaki turist putnik. (Čorak, Mikačić, Trezner, Kožić, 2014:35)

Prema definiciji Svjetske turističke organizacije, putovanje mora biti izvan uobičajene okoline osobe. Švicarski teoretičari turizma K. Krapf i W. Hunziker smatraju da je turizam skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, pod uvjetom da boravak nije povezan s trajnim prebivalištem i da nije povezan s privrednom djelatnošću posjetitelja.

Osoba putuje na vlastitu inicijativu i dobrovoljno, koristeći svoje slobodno vrijeme, bez obavljanja lukrativnih aktivnosti tijekom putovanja ili na odredištu. Putovanje je uvijek povratno, što znači da se turist vraća na svoje stalno mjesto boravka. Osoba mora biti izvan svoje uobičajene okoline više od 24 sata, ali manje od godinu dana. Ako je izvan svoje uobičajene okoline manje od 24 sata, osoba se naziva izletnikom ili jednodnevnim posjetiteljem. Ljudi putuju iz različitih razloga poput odmora, kulture, rekreacije, sporta, zdravlja ili hodočašća. Obilježja turističkog putovanja su kada turist:

- putuje radi promjene okoline
- putuje bez prisile
- putuje zbog vlastitog zadovoljstva
- putuje dulje od 24 sata i kraće od 365 dana

Kao što je navedeno, ako se radi o putovanju koje traje kraće od 24 sata, odnosno ne uključuje noćenje, tada je riječ o izletu. Turističko putovanje se sastoji od boravka i prijevoza kao i od svih ostalih aktivnosti od trenutka polaska do trenutka povratka turista. Kriteriji koji moraju biti zadovoljeni kako bi se mogao definirati turizam su: obilježja i svrha putovanja, vremenska i prostorna komponenta. (Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Oliver, 2011:25)

Prema WTO-u (1993.), „Turizam obuhvaća aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoje uobičajene okoline ne duže od jedne uzastopne godine radi razonode, poslovanja i drugih svrha.“

Rimska konferencija o turizmu 1963. godine definirala je turizam kao 'posjet zemlji koja nije vlastita ili u kojoj osoba obično ne boravi i ne radi'. Ova definicija, međutim, nije uzela u obzir domaći turizam, koji je postao ključan izvor prihoda i radnih mjesta za ugostiteljsku industriju.

Svake godine 27. rujna slavi se svjetski dan turizma. Ovaj datum je odabran jer su na taj dan 1970. godine usvojeni Statuti UNWTO-a. Svrha ovog dana je podizanje svijesti o ulozi turizma unutar međunarodne zajednice.

2.2. Vrste turizma

Pod oblicima turizma smatraju se:

- Zdravstveni
- Kulturni
- Lovni
- Ribolovni
- Naturizam
- Nautički
- Ekoturizam
- Vjerski
- Poticajni
- Kongresni
- Športsko-rekreacijski
- Seoski
- Održivi
- Virtualni

Alternativni oblik turizma je zdravstveni turizam. Znatno se razlikuje od drugih vrsta turizma, posebno zabavnog. Njegov razvoj zahtijeva specifičnu infrastrukturu, osoblje, razumijevanje ciljne publike, specijalizirani marketing itd. Međunarodna turistička statistika pokazuje da je svrha putovanja zbog zdravlja među glavnim razlozima zbog kojih ljudi posjećuju druge regije i zemlje. Kada osoba putuje u inozemstvo u zemlju boravka radi medicinskih zahvata ili tretmana, tada postaje potrošač usluga medicinskog turizma. Ova vrsta usluge pripada području turizma jer se pretpostavlja da takvi klijenti često borave u zemlji liječenja prije i nakon operacije, zahvata, radi putovanja i rekreacije (Mohsen i sur., 2018). Također, mnoge zemlje imaju lječilišta koja pružaju rekreaciju u zdravoj regiji radi prevencije bolesti i produženja života. Stoga, s rastućom popularnošću koncepta zdravog života, koji će samo dobivati na zamahu nakon učinaka pandemije COVID-19 u svijetu, mnogi će korisnici putničkih usluga razmatrati "zdrave parametre" svojih putovanja u inozemstvo ili u domaćem turizmu. Pandemija je unijela svoje prilagodbe u motivaciju za putovanje radi liječenja. Prema istraživanjima, medicinski putnici će birati destinacije koje su bolje upravljale COVID-19 od drugih. Bit će više usmjereni na sigurnost zdravstvenog pružatelja u vezi s COVID-19 (Pollard, 2020). Stoga, ove značajke moraju uzeti u obzir tržišni operateri. (Letunovska, Kwilinski, Kaminska, 2020:9).

Kultura i turizam oduvijek su bili povezani. Kulturne znamenitosti, atrakcije i događaji pružaju važnu motivaciju za putovanja, a putovanja sama po sebi generiraju kulturu. No tek se posljednjih desetljeća veza između kulture i turizma eksplicitnije identificira kao specifičan oblik potrošnje; kulturni turizam. U Europi su putovanja pomogla povećati kulturno razumijevanje kao i obnovu razorene ekonomije. Kako su prihodi i potrošnja nastavili rasti 1960-ih i 1970-ih, tako su rasla i međunarodna putovanja te potrošnja kulture. Do 1980-ih, tok međunarodnih turista prema glavnim lokalitetima i atrakcijama počeo je privlačiti dovoljno pažnje da se za nastajuće tržište niša pridoda oznaka 'kulturni turizam'. Prve akademske studije o kulturnom turizmu također su se pojavile u to vrijeme, a Svjetska turistička organizacija izdala je svoju prvu definiciju tog fenomena. Početak 1990-ih označava razdoblje transformacije kulturnog turizma koji je, za razliku od prvotne orijentacije prema elitnoj klijenteli, pronašao novu priliku za razvoj u orijentaciji prema masovnom tržištu. Kulturni turizam postao je dobro uspostavljen fenomen u mnogim turističkim destinacijama i sve više je bio cilj akademskih istraživanja. Počeli su se pojavljivati prvi udžbenici o kulturnom turizmu (Ivanovic, 2008; Smith, 2003), a rasla je i brojnost istraživačkih radova povezanih s različitim teorijskim i metodološkim pristupima (Richards & Munsters, 2010; Smith & Richards, 2013).

Lovni turizam razvio se tako što su avanturisti napuštali Europu i razvijali modu trofeja kao dokaz posjećenih mjesta i manje ili više čudnih životinja koje su susreli na svom putu. Danas su trofeji u velikoj mjeri zamijenjeni fotografijama zbog aktivnosti organizacija za zaštitu životinja. Neki autori tvrde da lovni turizam predstavlja 8% ukupnog broja turističkih lokaliteta.

Lovni turizam samo je podkategorija prirodnog turizma, a unutar njega postoji još jedna podkategorija, lov na trofeje. Kao takav, kao i svaki drugi oblik turizma, lovni turizam također podrazumijeva:

- putovanje do određene destinacije i natrag
- postojanje industrije turističkih usluga (vodiči, farme divljači, itd.)
- razmjenu novca za pružene usluge
- noćenje na destinaciji koje u ovom slučaju može trajati i do nekoliko mjeseci
- industriju usluga (osim turističkih usluga)
- oblici aktivnosti za slobodno vrijeme i rekreaciju.

Sa socio-ekonomskog stajališta, razlikuju se dvije potkategorije lova:

1. Rezidentni lov - lovci iz vlastite zemlje, najčešće u području gdje žive i gdje imaju lovačka prava.
2. Nerezidentni lov - lovni turisti koji ponekad putuju na velike udaljenosti kako bi lovili.

Lov i ribolov, uključujući njihove turističke oblike, važni su oblici korištenja zemljišta i dio su bitne kulturne baštine mnogih društava U Europi lov ostaje od velike kulturne važnosti, kao i u mnogim drugim dijelovima svijeta (npr. Afrika i Sjeverna Amerika), osobito za autohtone narode. Lovni jezik u Njemačkoj i Skandinaviji čini bitan dio germanske kulturne baštine, čak i glazba ima svoju lovačku povijest. (Petroman, Marin, 2015:200)

Nautički turizam je specifičan oblik turizma koji karakteriziraju turisti koji putuju vodom, bilo morem ili rijekom, te njihov dolazak u marine i luke, posebno dizajnirane za prihvata ovakvog tipa turista, za odmor i rekreaciju. Povoljna klima, netaknuta priroda, atraktivna i razvedena obala glavne su prednosti za razvoj ove vrste turizma u Hrvatskoj, ali prirodne ljepote nisu dovoljne za njegov razvoj. Kvaliteta, opremljenost i sama infrastruktura hrvatskih luka i marina još uvijek značajno zaostaju za drugim zemljama koje kontinuiranim ulaganjima

svake godine podižu svoje luke i marine na višu razinu. Moguće je razlikovati dvije vrste čimbenika koji u velikoj mjeri određuju konkurentnost nautičkog turizma u odnosu na okruženje. (Gračan, Gregorić, Martinić 2016:67)

Ekoturizam predstavlja istovremeno proširenje i usavršavanje veze između turizma i očuvanja prirode. Temelji se na ideji da se turizam može koristiti za jačanje očuvanja prirodnih resursa i obrnuto, uz dublje uvažavanje kriterija održivosti. Pojavio se krajem 1980-ih, u doba održivog razvoja. Rani planeri su ga vidjeli kao oblik turizma koji se može i treba proaktivno dizajnirati i upravljati s ciljem usmjeravanja prihoda u korist očuvanja prirode i razvoja zajednice. Planirano je da se odvija u parkovima, usklađeno s tradicionalnim shvaćanjem turizma u nacionalnim parkovima, ali i da se proširi izvan parkova kako bi se poboljšali životni uvjeti lokalnih zajednica, te zaštitila ne samo mogućnost rekreacije i ljepota krajolika, već i suvremeniji prioriteti poput zaštite biološke raznolikosti i očuvanja integriteta ekosustava. Ekoturizam je osmišljen kako bi osigurao pozitivnu povratnu vezu između turizma i očuvanja prirode. Sve definicije ekoturizma pretpostavljaju da turizam, kada se dizajnira i prakticira kao ekoturizam, može koristiti divlji svijet i biološku raznolikost, stvarati poticaje za zaštitu krajolika i podržavati lokalne zajednice. Na taj način, ekoturizam je specifičan oblik turizma koji se razlikuje od prirodnog turizma i rekreativnih aktivnosti po svojim ciljevima očuvanja i razvoja. Iako postoji mnogo definicija ekoturizma, sve barem pridržavaju načela da turizam podržava niz društvenih i ekoloških ciljeva. (Stronza, Hunt, Fitzgerald, 2019:230)

Zbog svoje početne komponente, hodočašće, vjerski turizam često se smatra najstarijim oblikom turizma koji datira tisućama godina unatrag. Vjerski turizam predstavlja oblik turizma u kojem vjernici putuju pojedinačno ili u grupama iz razloga povezanih s vjerom ili duhovnošću u potrazi za smislom. Mnoga od danas najpopularnijih turističkih odredišta povezana su s drevnim mjestima štovanja. Hodočašće, kao dio vjerskog turizma, predstavlja kretanje s jednog mjesta na drugo, često kroz strane zemlje. To je ritualno putovanje s posvećenom svrhom. Temeljna sveta odredišta i mjesta hodočašća povezana su s glavnim vjerama: kršćanstvo, islam, hinduizam, budizam, judaizam i sikhizam. Danas posjeti najvažnijim svjetskim vjerskim mjestima svake godine privuku najmanje tri stotine milijuna hodočasnika.

Kongresni turizam je izrazito profitabilan segment turističke ponude, koji obično se odvija izvan turističke sezone. Razvoj kongresnog turizma zahtijeva postojanje visokokvalitetne ponude kongresnih usluga koja će zadovoljiti potrebe sudionika i organizatora konferencija.

Sport se razvio zajedno s razvojem i rastom ljudskog roda. Teško je precijeniti značaj sporta u ljudskim životima i svakodnevnim aktivnostima, jer njegova osnovna svrha jest odgojiti generaciju snažnih i zdravih ljudi. Sport čini ljudska tijela snažnima, ubrzava reakcije i oblikuje oštroumnost. Sportski turizam postao je predmet sve većeg interesa kako akademske zajednice tako i vlada. Smatra se važnim zbog svojeg ekonomskog doprinosa, ali i zbog drugih utjecaja poput utjecaja na dobrobit zajednice i osjećaj ponosa koje sportski turizam može izazvati.

Ruralni turizam se definira kao turistička aktivnost koja prikazuje umjetnost, kulturu, baštinu i ruralni život u ruralnim područjima. Nadalje, obuhvaća kretanje ljudi prema ruralnim područjima iz njihova redovnog mjesta boravka na period od dvadeset četiri sata do šest mjeseci radi zadovoljstva ili odmora. Postoje različiti oblici turizma koji su povezani s ruralnim turizmom, kao što su: agroturizam, eko-turizam, turizam na farmama, šumski turizam i zeleni turizam. Ruralni turizam uključuje više dionika, kao što su: vlada, općine, zajednica, turistički operatori, putnički agenti i turisti. Postoje četiri područja ruralnog turizma prema Ayazlaru i Ayazalaru (2015):

1. Ruralni život - obrti, lokalni događaji, hrana, glazba, agroturizam
2. Ruralne aktivnosti - promatranje ptica, biciklizam, ribolov, šetnje, vodeni sportovi
3. Ruralna baština - tradicionalna, arhitektonska i industrijska baština
4. Priroda - planine, jezera, rijeke i šume.

Zahvaljujući ruralnom turizmu može doći do poboljšanja standarda života lokalnog stanovništva, smanjenja migracija u urbana područja, prepoznavanja kulturne baštine, poticanja na ekološke i tradicionalne lokalne prakse te općeg održivog razvoja. (Gandhi, Rajul, Garg. 2023:40)

Razvoj turizma u današnjem svijetu usmjeren je prema održivim aspektima očuvanja kulturne baštine i zaštite prirodnog okoliša. Mnoga odredišta počela su minimizirati sociokulturne i ekološke utjecaje turizma. Razvoj turizma danas sve više teži prema razvoju turizma specijalnih interesa ili alternativnih oblika turizma, umjesto masovnog turizma. Faza razvoja ovog oblika turizma više je usmjerena na brigu o nosivosti prirodnog i kulturnog okoliša te dobrobiti lokalnih zajednica.

Od motivacije, svijesti i sve veće zrelosti među putnicima specijalnih interesa, destinacije su dužne procijeniti nosivost prirodnih i kulturnih okoliša kako bi udovoljile očekivanjima turista ne samo u smislu fizičkih proizvoda ponuđenih, već i kroz iskustva i razumijevanje (prava iskustva) te kvalitetne inovativne usluge. Svjetska turistička organizacija navodi da održivi razvoj treba obuhvatiti tri osnovna načela: ekološku održivost, društvenu i kulturnu održivost te ekonomsku održivost za sadašnje i buduće generacije koje dolaze. Osim održivosti prirodnih i ekonomskih resursa, kulturna održivost vrlo je važan resurs u razvoju turizma. Održivi turizam bit će ostvaren ako se kontinuirano koriste prirodni resursi, kulturni resursi i ljudski resursi uz ekonomsku održivost na pravičan i jednak način. (Amerta, Sara, Bagiada 2018:249)

Tema virtualnog iskustva nije nova u kontekstu turizma. Iako se virtualna stvarnost i virtualno iskustvo često koriste zamjenjivo u istraživanjima turizma i ugostiteljstva, postoji razlika između ovih pojmova. VR se tradicionalno definira kao računalno generirano okruženje u kojem korisnik ima priliku uroniti, gledati oko sebe i kontrolirati iskustvo. (Yung, Lattimore, 2019:22) Tehnologije koje se koriste u virtualnoj stvarnosti obuhvaćaju 360° videozapise, VR, AR, virtualne sastanke te digitalni svijet kao trajno virtualno okruženje, koje se može široko klasificirati na temelju razina uronjenosti, prisutnosti i kompleksnosti.

Za nastajanje svakog od gore navedenih oblika turizma potrebna je turistička potražnja. Turistička potražnja je bitna jer ona održava motive za dolazak turista. Turistička potražnja ovisi o nekoliko ključnih čimbenika, kao što su:

- Privlačnost destinacije:

Ljepota prirodnih krajolika, kulturne i povijesne znamenitosti, kvaliteta smještaja i infrastrukture.

- Pristupačnost:

Dobra povezanost destinacije s glavnim prometnim pravcima, zračnim lukama i javnim prijevozom.

- Promocija i marketing:

Učinkovita promocija turističkih atrakcija kroz različite komunikacijske kanale, uključujući društvene mreže, turističke sajmove i kampanje.

- Cijena:

Povoljne cijene smještaja, hrane, aktivnosti i prijevoza koje odgovaraju budžetima različitih turista.

- Sigurnost:

Stabilna politička i ekonomska situacija, kao i niska stopa kriminala koja osigurava sigurnost turista.

- Sezonalnost:

Vremenski uvjeti i sezonske atrakcije koje mogu privući turiste tijekom određenih razdoblja u godini.

- Kvaliteta usluge:

Ljubaznost i profesionalnost zaposlenih u turističkom sektoru, kao i kvaliteta ponuđenih usluga.

Održavanje i razvijanje svih navedenih oblika turizma zahtijeva prilagođavanje ponude kako bi se zadovoljila očekivanja i potrebe turista. Odnosno, kroz održavanje oblika turizma zahtijeva se kontinuirana analiza turističke potražnje.

Turizam se može klasificirati u šest različitih kategorija prema svrsi putovanja. To su sljedeće:¹

- Rekreativski
- Kulturni turizam
- Sportski/avanturistički
- Zdravstveni
- Konvencijski turizam
- Incentivni turizam

Vrste turizma su dinamične i mijenjaju se kroz vrijeme. Vrste koje su prisutne u određenom razdoblju proizlaze iz potreba ciljeva tog razdoblja, razine kulturnih i društvenih sadržaja te postojećih prijevoznih sredstava. U skladu sa svrhama, svaka vrsta turizma usmjerava se prema onim područjima gdje se svrha može postići ili kroz potencijalne sadržaje, bilo zbog klime ili specifičnih tradicija mjesta. (Tureac, Turtureanu, 2010:93) Naime, mogu se razlikovati šest vrsta turizma:

- Relaksacijski turizam
- Relaksacijski i zdravstveni turizam
- Turizam posjeta
- Tranzitni turizam
- Turizam na kraće udaljenosti
- Profesionalni turizam

Dok se prvih pet vrsta turizma prakticiraju tijekom praznika, profesionalni turizam je usko povezan s produktivnom djelatnošću. Neki autori, poput Hunzikera i Krampfa, isključuju profesionalni turizam iz vrsta turizma jer je vezan uz dohodovnu aktivnost, udaljavajući se od značenja klasičnih aktivnosti razonode ili zdravstvene njege.

¹ Tourism notes: <https://tourismnotes.com/travel-tourism/#1-types-of-tourism> (pristupljeno 18.6.2024.)

2.3. Važnost turizma u Republici Hrvatskoj

Hrvatska pripada popisu zemalja koje privlače posjetitelje više kvalitetom svog prirodnog okoliša i bogatstvom kulturne i povijesne baštine. More, iznimno izražena razvedenost obale i mnogobrojni otoci, zaštićene prirodne plaže te zelenilo i šume velikog dijela teritorija, glavne su prirodne atrakcije Hrvatske. Hrvatska ima veliki broj zaštićenih prirodnih područja i parkova, što je svrstava među vodeće zemlje Europe po biološkoj raznolikosti. Osim prirodnih atrakcija povezanih s morem, poput Nacionalnih parkova Brijuni, Kornati i Mljet, Hrvatska obiluje značajkama vezanim uz krški fenomen kao što su slapovi i barijere Plitvičkih jezera i rijeke Krke, stijene na planini Velebit, špilje, vrtače i druge krške atrakcije, kao i velik broj jedinstvenih Nacionalnih i Parkova prirode u kontinentalnom dijelu Hrvatske, među kojima su Risnjak, Žumberak, Lonjsko Polje, Papuk i Kopački rit.

Obilje kulturne baštine Hrvatske također predstavlja značajan dio njezinih resursa i atrakcijske osnove. To se očituje u velikom broju kulturnih spomenika koji su pod zaštitom UNESCO-a, poput povijesne jezgre Dubrovnika, Dioklecijanove palače u Splitu, katedrale sv. Jakova u Šibeniku, centra grada Trogira, Eufrazijeve bazilike u Poreču, Stare gradske jezgre u Starom Gradu na Hvaru, rimskog amfiteatra u Puli, gradskih zidina u Stonu te mnogih zgrada u povijesnoj jezgri Zagreba i drugih gradova i mjesta. Važno je napomenuti da u Hrvatskoj postoji više od tisuću dvoraca i utvrda, što predstavlja snažan potencijal za budući razvoj turizma u tim dijelovima. Još važnije, Hrvatska ima najveći broj spomenika pod zaštitom UNESCO-a u Europi, a u svijetu je na trećem mjestu, odmah iza Kine i Japana. Unatoč njihovoj iznimnoj vrijednosti i brojnosti, samo mali broj ovih prirodnih, povijesnih i kulturnih atrakcija uključen je u turističke ponude i destinacijske programe.²

² The Government of the Republic of Croatia, Proposal for Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020 (Zagreb: February 2013)

3. Mobilna tehnologija

U ovom poglavlju ovog diplomskog rada definirat će se pojam mobilne tehnologije. Nakon definiranja pojma mobilne tehnologije, istražiti će se njezin razvoj kroz godine i utjecaj na svakodnevni život. Zatim, analizirat će se kako su mobilne tehnologije promijenile način komunikacije, pristup informacijama, poslovanje i druge aspekte društva. Također, istražiti će se ključne karakteristike mobilnih tehnologija, poput njihove povezanosti, prilagodljivosti i raznolikosti aplikacija koje podržavaju.

Kroz promatranje različitih tipova mobilnih uređaja, operativnih sustava i tehnoloških inovacija, bit će sagledana dubina i širina mobilne tehnologije te njezin daljnji razvoj i potencijal za primjenu u mnogim područjima, uključujući medicinski turizam.

3.1. Razvoj mobilne tehnologije

Često se zasluga za "izum" revolucionarnog uređaja pripisuje jednoj osobi ili organizaciji. Iako je teško pratiti sve detalje takvog razvoja, nekoliko ključnih tehnologija i ljudi doprinijeli su nastanku modernog pametnog telefona:

- Manji i učinkovitiji računalni čipovi
- Razvoj mobilne mrežne infrastrukture
- Napredak u tehnologiji baterija
- Usavršavanje zaslona osjetljivih na dodir
- Vizija Stevea Jobsa u Appleu, koja je slijedila viziju Martina Coopera u Motoroli

Martin Cooper, kojeg mnogi smatraju ocem mobilnog telefona, obavio je svoj prvi poziv 3. travnja 1973. U to vrijeme pomisao da bi netko mogao nositi telefon, a kamoli računalo bila je poprilično neobična. Ipak, uz kapitalno ulaganje od 100 milijuna dolara od strane Motorole, Martin Cooper je uspio učiniti prvi ručni mobilni telefon i pripadajuću infrastrukturu dostupnu javnosti 1984. godine. Prvi mobilni telefon bio je Motorola DynaTAC 8000X i težio je 2,5 funte te je bio visok 9 inča. Omogućavao je samo 30 minuta razgovora nakon 10 sati punjenja. Cooper je rekao, "Vijek trajanja baterije bio je 20 minuta, ali to zapravo nije bio veliki problem jer niste mogli držati taj telefon toliko dugo."

Osnovna ideja komunikacije u pokretu je postojala i mogla se unaprijediti. IBM (International Business Machines Corporation) je deset godina kasnije, predstavio osobni komunikator pod nazivom Simon, a to je bio uređaj koji je mogao slati i primiti e-poštu i faksove, služio je kao dojavljivač i obavljao je druge funkcije koje su slične današnjim pametnim telefonima. Komunikator Simon bio je dostupan sredinom 1994. godine po cijeni od 1.099 dolara bez ugovora. Iako navedeni komunikator nije drastično promijenio svijet, prodavši samo 50.000 jedinica u manje od godinu dana, bio je važna demonstracija mogućnosti tehnologije. U godinama koje su uslijedile, došlo je do evolucije tehnologije, gdje su se osobni digitalni pomoćnici (PDA) pretvorili u niz uređaja koji su bili slični pametnim telefonima. Primjer tog razdoblja je HP OmniGo 700LX iz 1996., koji je imao priključnu stanicu za Nokia 2110 mobilni telefon, omogućujući mu da djeluje kao mobilni modem. Razne tvrtke i operativni sustavi nastojali su se natjecati u tom prostoru, ali neposredno nakon prelaska u novo tisućljeće, RIM je postao dominantan igrač na tržištu pametnih telefona. Ugrađeni mikrofoni prvi put se pojavio u RIM uređaju 2003. godine s lansiranjem BlackBerryja 7230, nakon što su njihovi uređaji evoluirali iz naprednih dojavljivača. Nekoliko godina kasnije, 2007., RIM je predstavio Curve 8300, koji se može smatrati vrhuncem pametnih telefona s fizičkom tipkovnicom. Godina 2007. također je donijela promjenu paradigme u svijetu pametnih telefona s uvođenjem iPhonea.

Razvoj mobilne tehnologije proteže se kroz nekoliko ključnih faza koje su oblikovale način na koji se danas koriste mobilni telefoni i aplikacije. Mobilna tehnologija započela je s bežičnim telefonskim uređajima koji su omogućavali osnovne telefonske pozive. U prošlosti mobilni telefoni bili su veliki, teški i ograničeni u funkcionalnosti.

3.2. Prednosti i nedostaci

Mobilna tehnologija izmijenila je pravila igre, prisiljavajući tvrtke da se fokusiraju na olakšavanje zadatka svojim zaposlenicima. Mobilna tehnologija donosi dodanu vrijednost u svakoj fazi poslovanja, pomažući tvrtkama da unaprijede svoje operacije i pretvore to u financijsku dobit ili strategijsku prednost. Mobilni telefoni su jedna od najnaprednijih i najpraktičnijih tehnologija koja štedi vrijeme, i koristi ih gotovo svaka osoba diljem svijeta. Danas su mobilni telefoni dostupni u različitim veličinama i oblicima te posjeduju različite tehničke značajke koje se koriste u različite svrhe, zbog čega su poznati i kao pametni telefoni. Kao i svaki tehnološki uređaj, imaju svoje prednosti i nedostatke.

Prednosti mobilne tehnologije na modernom radnom mjestu su raznolike i dinamične. Mobilni telefoni omogućuju laku i brzu komunikaciju s drugima, bilo putem glasovnih poziva, poruka ili internetskih aplikacija. Oni su posebno korisni u hitnim situacijama, omogućujući korisnicima da brzo kontaktiraju obitelj, prijatelje ili hitne službe. Također, mobilni telefoni su postali višenamjenski alati, omogućujući pristup internetu, slanje e-pošte, fotografiranje, pristup aplikacijama i društvenim medijima te obavljanje raznih drugih zadataka. (Jung-Tae, Jong-Hoon, Hoon-Ki, Eui-Hyun, 2010:119)

Unatoč svojim brojnim prednostima, mobilni telefoni imaju i neke nedostatke. Konstantna dostupnost komunikacije može dovesti do osjećaja stalne povezanosti i pritiska da osoba koja koristi uvijek bude dostupna. Također, prekomjerna upotreba mobilnih telefona može rezultirati ometanjem u svakodnevnim aktivnostima, poput sastanaka ili predavanja, te negativno utjecati na produktivnost i koncentraciju.

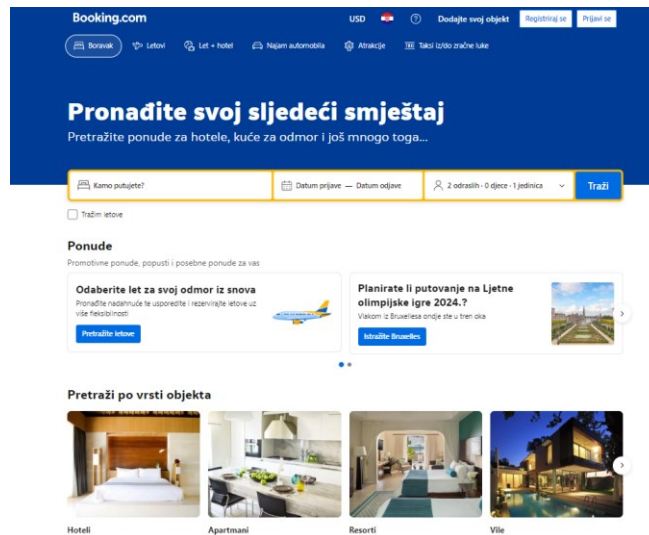
Mobilni uređaji su neosporno korisni alati koji olakšavaju komunikaciju i obavljanje raznih zadataka u današnjem svijetu. Međutim, važno je biti svjestan i njihovih nedostataka te koristiti ih odgovorno kako bismo izbjegli negativne posljedice prekomjerne upotrebe.

3.3. Vrste mobilnih aplikacija u turizmu

Aplikacije u turizmu se dijele na aplikacije za: *planiranje prijevoza, s informacijama o događajima, za planiranje putovanja, za rezervaciju smještaja, za satelitsku navigaciju, socijalne mreže bazirane na lokacijama, za muzeje i slično.* (Mišković, Holodkov, Radin, 2015:78) U nastavku će se navesti aplikacije koje turistima pomažu u planiranju putovanja, rezervaciji smještaja i prijevoza.

1996. godine u Amsterdamu nastao je Booking.com te je od tada izrastao iz male nizozemske startup tvrtke u jednog od vodećih igrača u svijetu online putovanja. Kao dio korporacije Booking Holdings Inc. (NASDAQ:BKNG), njegova misija je omogućiti svima da lakše istražuju svijet.³ On investira u tehnologiju kako bi putovanja učinio jednostavnijima, povezujući milijune putnika s nezaboravnim iskustvima, raznovrsnim prijevoznim opcijama i širokim rasponom smještajnih objekata, od kuća za odmor do hotela i drugih vrsta smještaja. Kao jedno od najvećih svjetskih tržišta, Booking.com pruža priliku i velikim brendovima i malim poduzetnicima da dosegnu putnike širom svijeta i prošire svoje poslovanje. Platforma je dostupna na 43 jezika i nudi više od 28 milijuna smještajnih jedinica, uključujući preko šest milijuna kuća za odmor, apartmana i drugih jedinstvenih smještaja.

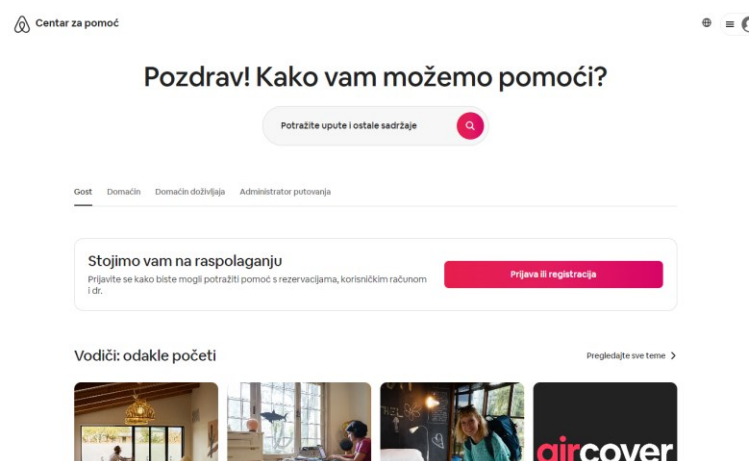
³ Booking.com, <https://www.booking.com/content/about.hr.html> (pristupljeno 7.6.2024.)



Slika 1. Booking.com

Izvor: https://www.booking.com/index.hr.html?aid=397594&label=gog235jc-1DCAEoggl46AdlM1gDaGWIAQGYARC4ARfIAQzYAQPoAQGIAgGoAgO4AsTWlrmGwAIB0gIkYmZkNTQ1ODQtMmQ4My00Nzk2LTlhOGQtMzI0YjhmNTVjZWU32AIE4AIB&sid=bde0ec54a1e20fdadc96581fa7600bb9&keep_landing=1&sb_price_type=total&
(pristupljeno 7.6.2024.)

2007. godine osnovan je Airbnb kada su dva domaćina ugostila tri gosta u svom domu u San Franciscu. Od tada je narastao na više od 5 milijuna domaćina koji su ugostili preko 1,5 milijardi dolazaka gostiju u gotovo svakoj zemlji svijeta. Svakoga dana domaćini nude jedinstvene boravke i iskustva koja omogućuju gostima da se povežu s lokalnim zajednicama na autentičniji način⁴.



Slika 2. Airbnb.com

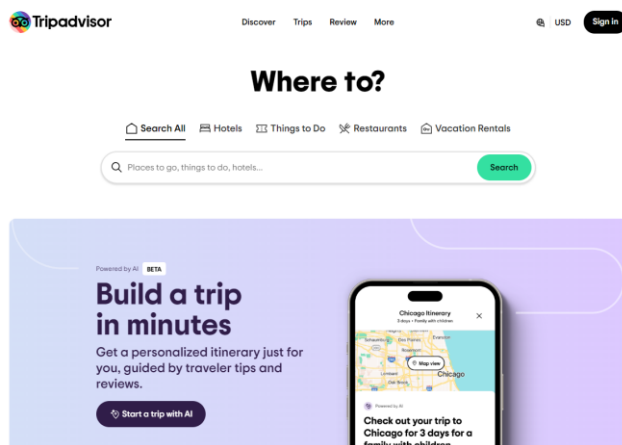
Izvor: <https://hr.airbnb.com/help/> (pristupljeno 7.6.2024.)

⁴ Airbnb, <https://news.airbnb.com/about-us/> (pristupljeno 7.6.2024.)

TripAdvisor, najveća svjetska platforma za putničke savjete, pomaže stotinama milijuna ljudi svakog mjeseca da postanu bolji putnici, od planiranja do rezervacije i putovanja. Putnici diljem svijeta koriste TripAdvisor web stranicu i aplikaciju kako bi otkrili gdje odsjesti, što raditi i gdje jesti, oslanjajući se na savjete onih koji su već bili tamo. S više od milijardu recenzija i mišljenja o gotovo 8 milijuna poslovnih subjekata, putnici se oslanjaju na TripAdvisor kako bi pronašli ponude za smještaj, rezervirali iskustva, rezervirali stolove u ukusnim restoranima i otkrili sjajna mjesta u blizini. Kao tvrtka za putničke savjete dostupna na 43 tržišta i na 22 jezika, TripAdvisor olakšava planiranje bez obzira na vrstu putovanja. Podružnice TripAdvisor, Inc. (Nasdaq: TRIP), posjeduju i upravljaju portfeljem brendova i poslovanja iz područja putničkih medija, koji djeluju putem različitih web stranica i aplikacija.⁵ TripAdvisor je omiljena aplikacija za provjeru najboljih mjesta za jelo i piće. Osim TripAdvisora postoje i druge aplikacije za putovanja s tematikom hrane, a to su:

- *Zomato* je aplikacija koja omogućuje pretraživanje i otkrivanje novih restorana za posjetu i naručivanje. Korisnik aplikacije može pregledati sve od jelovnika do recenzija kupaca, označiti omiljena mjesta i rezervirati unutar aplikacije..
- *TheFork* nudi ekskluzivne ponude i posebne jelovnike kako bi ostvarili popust od 20-50%. Aplikacija ima program vjernosti u kojem se dobije „Yums“ za svaku rezervaciju, koji se mogu pretvoriti u popust na sljedeći obrok.
- *Withlocals* služi za rezervaciju, za pronalaženje raznih gastronomskih tura, degustacija vina, domaćih večera s lokalnim stanovnicima do tečajeva kuhanja.
- Slično kao *Withlocals*, *Eatwith* povezuje putnike s strastvenim, ručno odabranim lokalnim domaćinima kako bi pružili personalizirano i nezaboravno kulinarsko iskustvo. Moguće je birati između niza jedinstvenih gastronomskih iskustava, tečajeva kuhanja i gastronomskih tura s lokalnim stanovnicima u preko 130 zemalja.

⁵ TripAdvisor, <https://tripadvisor.mediaroom.com/US-about-us> (pristupljeno 7.6.2024.)



Slika 3. TripAdvisor.com

Izvor: <https://www.tripadvisor.com/> (pristupljeno 7.6.2024.)

U nastavku će se navesti aplikacije za planiranje i rezerviranje putovanja:

- *Skyscanner* je aplikacija za usporedbu letova koja radi sav posao za turista, pretražujući stotine aviokompanija i putničkih kompanija, kako bi pronašla najbolje dostupne ponude za letove. Ako se radi o fleksibilnom turistu koji traži povoljnu ponudu, ova aplikacija je posebno korisna jer može odrediti najjeftinije lokacije, mjesece i duljinu odmora.
- Ako turista zanima kada je najbolje vrijeme za putovanje, odnosno kada su putovanja najjeftinija, u tome mu može pomoći *Hopper*. *Hopper* će savjetovati kada je pravo vrijeme za rezervaciju putovanja radi maksimalne uštede. Ova aplikacija predviđa cijene letova s 95% točnosti, što znači da može preporučiti kada odmah rezervirati ili kada čekati bolju cijenu. Ostale korisne značajke uključuju kalendare u boji za lako prepoznavanje najjeftinijih dana za putovanje i korisne savjete i informacije o detaljima poput dopuštenih ručnih prtljaga.
- *LuckyTrip* je aplikacija za odmor koja prikazuje personalizirane izlete uključujući najjeftinije letove, najbolji smještaj i jedinstvena iskustva za pregledavanje i rezervaciju. Kako bi stvari bile jednostavne, moguće je spremati putovanja, podijeliti s prijateljima i postaviti push obavijesti kako bi bili obaviješteni o novim ponudama.
- *Packpoint* je aplikacija koja stvara prilagođeni popis za pakiranje na temelju spola, odredišta putovanja, datuma, trajanja, vrste putovanja i čak vremenskih uvjeta.

- Aplikacija za planiranje putovanja, *Culture Trip*, je idealna za planiranje putovanja i inspiraciju. Ova jednostavna aplikacija puna je nagrađivanih putopisnih priča i videozapisa, jedinstvenih vodiča za odredišta i preporuka od strastvenih lokalnih stručnjaka u preko 450 lokacija. Korisnik aplikacije može spremite svoj omiljeni sadržaj kako bi mu mogao pristupiti i offline.
- *Withlocals* je aplikacija koja povezuje putnike s pouzdanim lokalnim stanovnicima kako bi pronašli najbolje stvari za raditi i mjesta za jesti. Nudi pristup videozapisima, vodičima za odredišta, korisnik aplikacije može razgovarati s lokalnim domaćinima te čitati recenzije.
- *LikeALocal* pomaže pronaći najbolja, skrivena mjesta, barove i restorane u stotinama gradova širom svijeta. Aplikacija radi offline, tako da se mogu pregledavati vodiči za odredišta, savjeti i trikovi od lokalaca i karte.

Aplikacije za prijevoz danas su neizostavni alati za turiste. Niže su navedene najpoznatije aplikacije koje turistima pomažu pronaći najbolje rute i koje služe za brzi pronalazak prijevoza u destinaciji:

- *Google Maps* je nezaobilazan kada je u pitanju planiranje putovanja (bilo na odmoru ili kod kuće). Dodatne značajke uključuju offline karte, street view i čak neke unutarnje karte raznih zračnih luka, trgovačkih centara i stadiona.
- *Citymapper* pomaže kako stići do željene destinacije, uključujući javni prijevoz, hodanje, vožnju bicikla, Gett i Uber. Značajke uključuju offline karte, cijene i informacije o polascima. Citymapper je dostupan u 41 gradu širom svijeta.
- *Moovit* je posebno koristan za one koji putuju javnim prijevozom zahvaljujući značajki koja govori koliko još stanica ima do odredišta. Moovit je dostupan u 2.000 gradova širom svijeta.
- *Uber* je izrazito poznata i korisna aplikacija za prijevoz u 700 gradova širom svijeta i nudi brz, direktan i jednostavan način kretanja.
- *Komoot* je aplikacija koja pomaže planirati, navigirati i iskoristiti maksimum kod pješačkih, ciklističkim ili planinskih biciklističkih avantura. Ključne značajke aplikacije uključuju offline karte, navigaciju po koracima, povezivost s pametnim uređajima i opciju spremanja i dijeljenja omiljenih ruta.

4. Medicinski turizam

U drugom poglavlju ovog diplomskog rada objasniti će se pojam medicinskog turizma, koji su standardi kvalitete, turistički motiv za posjet destinacijama koje pružaju ovakav oblik turizma te kakav je zapravo medicinski turizam u Republici Hrvatskoj.

Ono što predstavlja pojam medicinski turizam je zapravo koncept putovanja koji se temelji na potrebi za medicinskim uslugama, bilo da je riječ o stomatološkim zahtjevima, rehabilitaciji, kirurškim zahvatima i slično. Medicinski turizam može se definirati kao kombinacija turističkih i medicinskih usluga. Dakle, može se reći da je medicinski turizam kombinacija zdravstvenih tretmana, hotelskih i drugih usluga turističke destinacije. (Ministarstvo turizma:2014)

4.1. Pojam medicinskog turizma

Sve veći broj ljudi putuje izvan svoje zemlje radi pristupa medicinskim uslugama koje su im potrebne. Medicinski turizam obuhvaća širok spektar usluga koje mogu uključivati različite aktivnosti poput slobodnog vremena, zabave, opuštanja i wellnesa, uz medicinsku uslugu koja predstavlja glavni motiv putovanja. Oni koji se odluče na medicinski turizam ne čine to samo zbog cjenovne dostupnosti ili jeftinijih usluga, već prvenstveno zbog brige o vlastitom zdravlju. (Madžar, Lazibat, Mikulić, 2016:190) Elementi odmora i zabave često su sekundarni, osobito kod ozbiljnijih medicinskih zahvata. Međutim, kombiniranje turističkih aktivnosti s medicinskim tretmanom češće je kod lakših medicinskih intervencija.

Koncept medicinskog turizma evoluirao je izvan klasičnog zdravstvenog turizma koji je bio usmjeren na toplice i SPA centre. Pod medicinski turizam danas se podrazumijeva pružanje raznolike lepeze medicinskih usluga. Ova industrija postaje sve profitabilnija i brzo se razvija u mnogim turističkim destinacijama širom svijeta. Procjenjuje se da je vrijednost industrije medicinskog turizma na svjetskoj razini oko 60 milijardi dolara godišnje, pri čemu ta vrijednost kontinuirano raste iz godine u godinu.

Prema izvještajima Deloitteovog centra za zdravstvene usluge iz 2012. godine, više od 1,6 milijuna Amerikanaca se te godine uputilo u druge zemlje kako bi koristili različite oblike medicinskog turizma (Shah, 2013). Zemlje koje su najpoznatije po medicinskom turizmu su: Tajland, Singapur i Indija. Najtraženije usluge na tom području su: kozmetičke, dentalne, ortopedske te kardiovaskularne usluge.

Mnogi se odlučuju na medicinski turizam zbog povoljnijih cijena tretmana u drugim zemljama. Osim toga, privlači ih mogućnost da spoje liječenje s odmorom, koristeći se paketima koji uključuju medicinske procedure uz dodatne usluge. Primjerice, Južna Afrika je postala poznata po svojim “medicinskim safarijima”, gdje posjetitelji mogu uživati u avanturama safarija dok koriste medicinske usluge.

Medicinski turizam pomaže ljudima da očuvaju i poboljšaju svoje fizičko, mentalno i duhovno zdravlje. Vukonić i Čavlek definirali su medicinski turizam kao privremenu promjenu stalnog boravišta i putovanje u odgovarajuće zdravstveno odmaralište iz različitih razloga kao što su prevencija, liječenje i rehabilitacija. Zdravlje je najstariji i najmoćniji motiv turističkih kretanja. Tournois i Milliot smatraju da je medicinski turizam namijenjen pacijentima kojima su potrebne ili su nužne intervencije bitne za život. Za Müllera i Lanz Kauffmanna, wellness turizam je planirana i odabrana medicinska skrb posvećena očuvanju zdravlja i dobrobiti (estetska kirurgija, spa i talasoterapija).

4.2. Standardi kvalitete

Standardi kvalitete medicinskog turizma definirani su Pravilnikom o normativima i standardima za pružanje zdravstvenih usluga u zdravstvenom turizmu. Budući da je sada lakše nego ikad prije prelaziti nacionalne granice i primati visokokvalitetnu njegu u međunarodnim klinikama i bolnicama, sve uključene strane moraju se pridržavati visokih standarda pravne prakse i kliničke njege. Akreditacija je najbolji način za osiguranje stroge vanjske evaluacije. Akreditacija predstavlja dobrovoljni proces kojim institucije ispunjavaju standarde koje je postavilo vanjsko akreditacijsko tijelo. Standardizacija putem akreditacije također se može promatrati kao strategija smanjenja rizika i optimizacije kvalitete. U kontekstu medicinskog turizma, institucije obuhvaćaju razne klinike i bolnice, dok se akreditacijsko tijelo odnosi na bilo koju organizaciju koju priznaje Međunarodno društvo za kvalitetu (ISQua) u zdravstveno-akreditiranim organizacijama.

ISQua akreditira međunarodne akreditacijske organizacije kao što su Joint Commission International, Accreditation Canada, Trent Accreditation Scheme i Malaysian Society for Quality in Health. Njihov cilj je pružanje sigurne i visokokvalitetne zdravstvene skrbi, temeljene na standardima i procesima koje su osmislili i razvili zdravstveni stručnjaci za medicinske usluge.

Važno je napomenuti da akreditacija ne bi trebala biti temeljena samo na plaćanju naknade za poslovnu registraciju, već na ispunjavanju, ili čak premašivanju, transparentnih i dobro definiranih standarda prakse. Većina međunarodnih akreditacijskih organizacija trenutno akreditira medicinske klinike, bolnice i laboratorije. Potrebni su novi akreditacijski standardi za kritičku procjenu agencija za medicinski turizam. Iako je njihova primarna uloga organizirati putovanja u druge zemlje, oni su također aktivni u koordinaciji pružanja zdravstvenih usluga. Takvi koordinatori, agenti ili medicinski posrednici trebaju priznati obuku koja će im omogućiti da obavljaju takve zadatke na kompetentan način. Prilikom uspostavljanja međunarodnih mreža pružatelja zdravstvenih usluga, uključene strane u medicinskom turizmu trebale bi biti ograničene na organiziranje zdravstvenih usluga u klinikama i bolnicama koje su prošle međunarodnu akreditaciju od strane ISQua u zdravstveno-akreditiranim organizacijama. Kako sve veći broj pacijenata prelazi granice u potrazi za specifičnom zdravstvenom skrbi, ovo postaje sve važnije. Cijela ideja iza akreditacije i licenciranja je ponuditi zainteresiranim stranama svjedočanstvo vanjske evaluacije kvalitete prema jednoglasnim zdravstvenim standardima. Drugim riječima, pacijentima medicinskog turizma osigurana je standardizirana zdravstvena praksa, bez obzira na to gdje se u svijetu nalazi dotična ustanova.

Osnovni aspekti skrbi o pacijentima su u fokusu međunarodnih akreditacijskih standarda, a temeljni zahtjev je uspostaviti protokol za kontinuitet skrbi, s odgovarajućim mjerama za otpust, upućivanje, praćenje i prijenos pacijenata. Važno je da akreditacijski standardi zahtijevaju od medicinske ustanove da identificira i procijeni zdravstvene potrebe pacijenta prije prijema. Klinike i bolnice zainteresirane za privlačenje međunarodnih pacijenata trebale bi proći proces međunarodne akreditacije prije pridruživanja globalnim zdravstvenim mrežama.

Jedan od najvećih potencijalnih problema s akreditacijom za strane u medicinskom turizmu je strah da bi komercijalne aspiracije i potrebe akreditacijskih shema mogle postati same sebi svrha. Mnoge akreditacijske sheme koje djeluju međunarodno su doista privatne tvrtke i korporacije. Osim toga, siromašnije zemlje koje su obično jako uključene u pružanje usluga medicinskog turizma možda neće imati adekvatan pristup procesu akreditacije, ili bi ih sudjelovanje u njemu dovelo do financijskih poteškoća. Procesi akreditacije često ne rješavaju etički sporna područja kao što su donacija organa i tkiva, trgovina organima, surogat majčinstvo, selektivni pobačaj zbog spola ili uporaba neprovjerenih terapija i operacija. Akreditacija se ponekad može koristiti i kao marketinški alat od strane posrednika u medicinskom turizmu, bogatijih bolnica ili čak vlada zemalja pružatelja usluga, koje traže svoj dio unosnog posla medicinskog turizma.

4.3. Turistički motiv destinacije za medicinski turizam

Postoje razna istraživanja koja prikazuju wellness kao jedan od najbrže rastućih segmenata putovanja. Turisti koji u okviru svog odmora posjećuju wellness tretmane ili programe se ne mogu smatrati medicinskim turistima, nego takav oblik turizma treba promatrati kao zasebnu nišu koja s uslugama wellnessa ima dosta dodirnih točaka. Naime, primarni motiv putovanja, kao i primarna usluga koju turist konzumira su različiti. S druge strane, motiv za lječilišni turizam je taj što u takvoj vrsti turizma se nalazi nadzirano i stručno korištenje raznih prirodnih ljekovitih činitelja te postupaka fizikalne terapije, a sve radi unaprjeđenja i očuvanja zdravlja. (Birkić, Vitner, Marković, Vrbanac, 2012:39) Medicinski putnici motivirani su tražiti skrb izvan svojeg područja prebivališta zbog mnogih čimbenika, uključujući napredniju tehnologiju, brži pristup, višu kvalitetu skrbi ili niže troškove skrbi na odredištu.

Istraživanje turističke potražnje TOMAS u Hrvatskoj predstavlja jedno od najstarijih kontinuiranih istraživanja karakteristika posjetitelja u Europi. Ovaj niz longitudinalnih istraživanja, koji prati karakteristike, stavove i potrošnju turista, pokrenuo je Institut za turizam 1987. godine. Od tada su pod imenom TOMAS provedena mnoga istraživanja, koja koriste iste metode na usporedivim i reprezentativnim uzorcima turista. Među istraživanjima TOMAS, najdužu tradiciju ima istraživanje ljetne turističke potražnje u obalnim destinacijama, poznato kao TOMAS Ljeto. Prema podacima Tomasa iz ljeta 2014. godine, istraživanje o razlozima putovanja u inozemstvo pokazuje glavne faktore koji potiču turiste da posjete određene destinacije. Istraživanje je obuhvatilo 3.237 ispitanika različitog podrijetla koji su tijekom lipnja, srpnja, kolovoza i rujna boravili u komercijalnim smještajnim objektima, koristeći stratificirani slučajni uzorak. Sudionici su bili iz 15 zemalja, uključujući Hrvatsku, Njemačku, Sloveniju, Veliku Britaniju, Francusku, Nizozemsku i druge. Glavni motiv za dolazak u Hrvatsku bio je odmor i opuštanje, što je privuklo 71,5% gostiju. Zatim, motivi zabave (44%), nova iskustva i doživljaji, gastronomska ponuda te upoznavanje prirodnih ljepota. Zdravstveni razlozi bili su motiv za samo 4,7% turista.

4.4. Medicinski turizam u Republici Hrvatskoj

Brojne zdravstvene ustanove u Hrvatskoj, kao što su to klinički bolnički centri, kliničke i opće bolnice te poliklinike, trenutno ne pokazuju interes za medicinski turizam. Trenutno, medicinski turizam u Hrvatskoj najviše se povezuje s privatnim specijaliziranim zdravstvenim ustanovama koje bilježe rast. Uglavnom su to srednje i manje ordinacije specijalizirane za područja poput stomatologije, plastične kirurgije, dermatologije, oftalmologije, ortopedije, fizikalne medicine i rehabilitacije, te izvantjelesne oplodnje (IVF). Ipak, počinju se pojavljivati privatne poliklinike koje pružaju širok spektar usluga (Medico, Rijeka) te specijalizirane klinike (Klinika Magdalena) i specijalne bolnice (Dr. Nemeč, Akromion, u Sv. Katarina).⁶ Samo nekoliko tih ustanova posjeduje međunarodne certifikate, kao što su TEMOS certifikat za Medico iz Rijeke, te proces certifikacije s Accreditation Canada za Kliniku Magdalena u Krapinskim Toplicama, dok je Sv. Katarina u Zaboku član Leading Hospitals of the World. Proces certifikacije je ipak u tijeku u sektoru medicinskog turizma. Privatne ustanove i ordinacije koje se bave medicinskim turizmom nalaze se diljem Hrvatske, ali se većinom koncentriraju u Zagrebu, Istri i na Kvarneru. Osim Zagreba, ova koncentracija je uglavnom uzrokovana blizinom Italije i razlikama u cijenama medicinskih usluga, posebno u stomatologiji.

Trenutna tržišna pozicija medicinskog turizma u Hrvatskoj najviše ovisi o naporima pojedinih privatnih ordinacija i klinika da se probiju na tržište, te o njihovim pristupačnijim cijenama i kvaliteti usluga koje su međunarodno prihvatljive. Kvaliteta stručnog kadra i opremljenost također igraju važnu ulogu. Na nacionalnoj razini, ponuda medicinskog turizma je još uvijek nedovoljno raznovrsna, do neke mjere neorganizirana i slabije prepoznata. Nedostaje i sustavna nacionalna promocija, kao i jaka mreža prodajnih agencija i specijaliziranih posrednika. Iz tog razloga, Hrvatska još uvijek nije međunarodno prepoznatljiva destinacija za medicinski turizam. Osim toga, zbog nedostatka statističkog praćenja ovog specifičnog turističkog proizvoda, trenutno je nemoguće precizno odrediti broj korisnika ovih usluga.

⁶ Ministarstvo turizma, Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb 2014., dostupno na: https://mint.gov.hr/userdocsimages/arhiva/150608_ap_%20zdravstveni%20turizam.pdf (pristupljeno 25.5.2024.)

Hrvatska je od 2013. godine članica Europske unije, što ulijeva povjerenje među turistima iz EU i privlači ih pristupačnijim cijenama zdravstvenih usluga koje su niže nego u EU. 10% ispitanika iz izvještaja izjavilo je da je cijena zdravstvene usluge bila glavni razlog za njihovu odluku o putovanju. Turistički sektor u Hrvatskoj značajno doprinosi hrvatskom BDP-u. U 2019. godini taj udio je iznosio 24,3%, a predviđanja za 2028. su 31,7%. Međutim, 2020. godine, s pandemijom COVID-19, taj udio je pao na 10,2% ukupne ekonomije, uzrokujući ozbiljan pad ukupnog doprinosa putničkog i turističkog sektora zapošljavanju (-15,6%). Ovaj sektor se kroz godine poboljšao, ali još uvijek nedostaju različiti turistički proizvodi kao što je zdravstveni turizam, uključujući medicinski turizam. (Barač, 2022:122)

Trenutno se u Hrvatskoj nalazi trinaest specijalnih bolnica (SB) za medicinsku rehabilitaciju i zdravstvene odmarališta (ZO) kao pružatelji usluga zdravstvenog spa turizma: SB Daruvar Spa, SB Krapina Spa, SB Lipik, SB Naftalan, SB Stubica Health Resort, ZO Topusko i SB Varaždin Health Resort, ZO Istarske Toplice, ZO Veli Lošinj, SB Thalassotherapia Crikvenica, SB Thalassotherapia Opatija, SB Biokovka Makarska i SB Kalos Vela Luka. Oni primjenjuju preventivni, rehabilitacijski i kurativni pristup. Izuzetak je ZO Istarske Toplice, koje su specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju i zdravstvena odmarališta su u vlasništvu županija i pružaju usluge preko Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) i djelomično preko neproračunskih, slobodnih tržišta.

Medicinski turizam, kako je definiran od strane stručnjaka u projektu "Veliki Jadran" prema Hitrecu (1996.), predstavlja suvremeni pristup zdravstvenoj skrbi.⁷ Pruža mogućnost osobama koje su zdravstveno ugrožene zbog posla ili bolesti da se liječe ili oporavljaju promjenom okruženja, koristeći prirodne ljekovite resurse uz standardne medicinske terapije. S druge strane, Krajnović, Babić i Bosna (2013.) navode da Favis-Villafuerte (2009.) opisuje medicinski turizam kao jedinstvenu kombinaciju medicinskih usluga i turizma, gdje se zdravstveni tretmani kombiniraju s hotelskim i drugim turističkim uslugama. Za razliku od tradicionalnog turizma koji se fokusira na odmor i relaksaciju, medicinski turizam se primarno bavi putovanjima radi specifičnih medicinskih zahvata, poput dentalnih i kirurških operacija, te hospitalizacije (Dujmović, 2014.). U posljednje vrijeme, medicinski turizam se razvio u važnu tržišnu nišu, s rastućim brojem ljudi koji traže zdravstvene usluge izvan svoje zemlje.

⁷ Gregorić, M., Sečan, M., Fučko, I. i Pongrac, V. (2019). Fizikalna terapija kao turistički proizvod medicinskog turizma u Međimurskoj županiji. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E*, 9 (2), 7-19. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/23050> (pristupljeno 2.6.2024.)

Prema TOMAS istraživanju iz 2017. godine, wellness i zdravstveni turizam nalaze se na devetom i desetom mjestu motiva dolaska u Hrvatsku.⁸ Medicinski turizam u Hrvatskoj uglavnom se povezuje s rastućim brojem specijaliziranih privatnih zdravstvenih ustanova koje nude usluge u stomatologiji, plastičnoj kirurgiji, dermatologiji, ortopediji, te fizikalnoj medicini i rehabilitaciji. Ovaj sektor se oslanja na napore privatnih ordinacija i klinika, konkurentne cijene i visoku kvalitetu usluga priznatih na međunarodnoj razini. Međutim, razvoj sektora koči nedostatak vizije, neusklađenost zakonske regulative u zdravstvu i turizmu, te nedostatak kontrole kvalitete. Ključni preduvjeti za napredak medicinskog turizma uključuju obaveznu akreditaciju, međunarodno certificiranje vodećih medicinskih ustanova, te jače povezivanje i strateške saveze s fokusom na tržište, umjesto oslanjanja na HZZO sustav. Medicinski turizam treba privući pažnju kroz kvalitetu renomiranih bolnica i centara, pristupačne cijene i visoku kvalitetu cijelog lanca usluga u destinaciji.

Tablica 1. Podaci o broju postelja, dolasku i noćenju domaćih i stranih turista, 2022. godina

| Toplice | Postelje | | Dolasci | | | Noćenja | | |
|----------------------------|----------|---------|---------|-----------------|-----------------|---------|-----------------|-----------------|
| | stalne | pomoćne | ukupno | domaćih turista | stranih turista | ukupno | domaćih turista | stranih turista |
| Krapinske Toplice | 240 | 35 | 13.697 | 8.428 | 5.269 | 29.860 | 19.149 | 10.711 |
| Stubičke Toplice | 488 | 107 | 32.403 | 18.849 | 13.554 | 81.056 | 54.464 | 26.592 |
| Varaždinske Toplice | 857 | 31 | 12.683 | 5.660 | 7.023 | 45.066 | 29.696 | 15.370 |

Izvor: vlastita izrada tablice prema: Statističko izvješće: Turizam u 2022., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2023., chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://podaci.dzs.hr/media/y1llwoan/si-1722-turizam-u-2022.pdf, str. 65,

Tablica 1 prikazuje podatke za toplice u 2022. godini. Krapinske Toplice imaju 240 stalnih postelja i 35 pomoćnih postelja, što čini ukupno 275 postelja. Zabilježeno je 13.697 dolazaka, od čega 8.428 dolazaka domaćih turista i 5.269 dolazaka stranih turista. Broj noćenja iznosi ukupno 29.860, s 19.149 noćenja domaćih turista i 10.711 noćenja stranih turista. Stubičke Toplice imaju 488 stalnih postelja i 107 pomoćnih postelja, što čini ukupno 595 postelja. Zabilježeno je 32.403 dolazaka, od čega 18.849 dolazaka domaćih turista i 13.554 dolazaka stranih turista. Broj noćenja iznosi ukupno 81.056, s 54.464 noćenja domaćih turista i 26.592 noćenja stranih turista. Varaždinske Toplice imaju 857 stalnih postelja i 31 pomoćnu postelju, što čini ukupno 888 postelja.

⁸ Institut za turizam, Tomas ljeta 2017. godine, Zagreb, 2018, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-07/Tomas-Ljeta-2017-Stavovi-i-potrosnja-turista-u-Hrvatskoj.pdf> (pristupljeno 2.6.2024.)

Zabilježeno je 12.683 dolazaka, od čega 5.660 dolazaka domaćih turista i 7.023 dolazaka stranih turista. Broj noćenja iznosi ukupno 45.066, s 29.696 noćenja domaćih turista i 15.370 noćenja stranih turista. Iz tablice je vidljivo da Varaždinske Toplice imaju najveći kapacitet s ukupno 888 postelja, dok Stubičke Toplice primaju najveći broj turista s ukupno 32.403 dolazaka. Što se tiče noćenja, Stubičke Toplice također prednjače s ukupno 81.056 noćenja. Udio domaćih turista veći je u Krapinskim i Varaždinskim Toplicama, dok Stubičke Toplice imaju relativno veći udio stranih turista u odnosu na druge dvije toplice.

Hrvatska se dijeli na pet zdravstvenih regija, a to su: Dalmacija, Istra i Kvarner, Slavonija, Središnja Hrvatska te Grad Zagreb. *Dalmacija*, osim što je poznata po velikom dolasku turista za vrijeme ljetne sezone, ona je također poznata i po ljekovitim biljkama, wellnessima, ljekovitom blatu te mnogim rehabilitacijskim ustanovama. Najpoznatije mjesto u kojem se nalazi ustanova koja je specijalizirana za ortopediju s čak osamdesetogodišnjom tradicijom je Biograd na moru. Također, u Ninu i Pagu se može uživati u ljekovitom blatu za koje je već poznato koliko doprinosi ljudskom zdravlju. *Istra i Kvarner* su dvije regije koje predstavljaju brežuljke, planine, snažne morske valove, aromatično bilje te pružaju poseban osjećaj tijekom odmora i rehabilitacije. Glavni centri zdravlja u Istri su: Istarske toplice, dentalne ordinacije te wellness centri. Istra je najviše poznata po dentalnom turizmu te pristupačnim cijenama. Dentalni turizam u Hrvatskoj posebno duguje Istri koja se nalazi na dobroj lokaciji te se povezuje s brojnim destinacijama. U njoj se nalazi veći broj ordinacija i klinika koje su uključene u dentalni turizam, a najviše turista dolazi iz Italije, Austrije i Njemačke. Također, razne ordinacije u Istri se brine u o prijevozu i smještaju turista koji dolaze zbog dentalnih usluga. Stomatološka poliklinika koja se već 20 godina bavi dentalnim turizmom je Adriatic Dent koja se nalazi u Rovinju te je specijalizirana za implantologiju, parodontologiju i protetiku.⁹ Glavni centri zdravlja na Kvarneru su: otoci Krk, Rab, Lošinj te gradovi Opatija, Crikvenica, Delnice i Skrad. Lošinj se posebno izdvaja kao jedna od poznatijih lokacija medicinskom turizma jer ima zaokruženi koncept zdravstvene ponude, a najpoznatija ortopedska ustanova bolnica Lovran nalazi se kod Opatije, a u ljekovitom blatu osobe mogu uživati i na otoku Krku i u uvali Klimno.¹⁰ Na slici niže prikazana je najpoznatija ortopedska ustanova u Lovranu.

⁹ Slowliving, <https://www.slowliving.hr/dentalni-turizam-u-hrvatskoj-raste-svakodneвно-i-zdravstveni-turizam/> (pristupljeno 20.5.2024.)

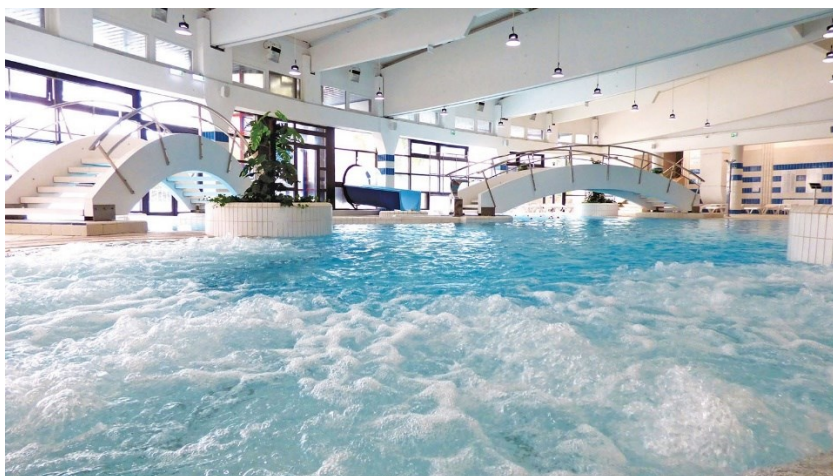
¹⁰ Privatni smještaj, <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/medicinski-turizam> (pristupljeno 21.5.2024.)



Slika 4. Ortopedska ustanova - Lovran

Izvor: <http://www.orto-lovran.hr/> (pristupljeno 20.5.2024)

Slavonija je izrazito bogata termalnim vodama te posjeduje specijalizirane medicinske ustanove. U ovoj regiji najpoznatije lokacije medicinskog turizma su: Lipičke toplice i Bizovačke toplice. Bizovačke toplice posjeduju jodne hipertermalne vode slanjače te ih krati titula najtoplijih voda slanjača u Europi. Naime, u Bizovačkim toplicama nalazi se tri puta više soli nego u moru, a samim time bogata je željezom, mineralima i vodom. Niže se nalazi slika na kojoj su prikazane Bizovačke toplice.



Slika 5. Bizovačke toplice

Izvor: <https://www.bizovacke-toplice.hr/unutarnji-vodeni-svijet.aspx> (pristupljeno 20.5.2024.)

Najveća regija koja obuhvaća područje u okolici Zagreba je *Središnja Hrvatska*. Najpoznatije lokacije za pružanje zdravstvenih usluga su: Tuhelj, Krapinske toplice, Stubičke toplice, Donja Stubica, sv. Martin na Muri, Daruvar, Varaždinske toplice, Ivanić Grad te Topusko. Navedene lokacije imaju bogatu ponudu medicinskog turizma te se nalaze na termalnim izvorima.

Vode sadržavaju kalcij, magnezij, hidrokarbonat, a temperatura vode je između 39 i 41 Celzijevih stupnjeva, a u blizini izvora nalazi se fango blato koje se najčešće koristi u rehabilitacijama. *Zagreb*, glavni grad Republike Hrvatske je turistički grad koji nudi brojne zdravstvene usluge na visokom nivou što ukazuje i činjenica velikog broja zdravstvenih ustanova sa stručnim kadrom. Turisti dolaze na preglede, liječenje, wellness centre ili na neke estetske zahtjeve.

5. Utjecaj mobilnih tehnologija na medicinu, medicinski turizam i farmaceutsku industriju

U četvrtom poglavlju ovog rada objasniti će se kako mobilne tehnologije utječu na medicinski turizam. Odnosno, koje sve vrste mobilnih tehnologija, a da su povezane s medicinskim turizmom, postoje i koliko su popularne. Također, u nastavku će se prikazati utjecaj mobilnih tehnologija u Republici Hrvatskoj i svijetu te na koji način daljinska operacija pomoću robota predstavlja jednu od najnaprednijih primjena tehnologije u medicini.

5.1. Kako mobilne aplikacije i tehnologije transformiraju zdravstvenu skrb, poboljšavaju pristup pacijentima i unapređuju medicinski turizam te farmaceutsku industriju

Mobilne tehnologije imaju značajan utjecaj na medicinski turizam, mijenjajući način na koji pacijenti pristupaju medicinskim uslugama. Pod ključnim inovacijama smatra se: telemedicina, digitalno zdravlje i mobilne zdravstvene aplikacije, koje omogućuju pacijentima da komuniciraju s pružateljima zdravstvenih usluga, primaju savjete te upravljaju svojim liječenjem na daljinu. Industrija koja igra važnu ulogu u primjeni i razvoju mobilnih tehnologija je farmaceutska industrija. Mobilne tehnologije u farmaceutskoj industriji pacijentima omogućuju da prate svoje lijekove, dobivaju podsjetnike za uzimanje terapije i prate nuspojave.

Medicinski turizam se stalno razvija i napreduje u mobilnoj tehnologiji. Telemedicina i digitalna zdravstvena rješenja transformiraju način interakcije između zdravstvenih usluga i pacijenata, omogućujući pružanje skrbi preko geografskih crta. Telemedicina omogućuje pacijentima da pristupe specijaliziranim medicinskim konzultacijama na daljinu. To uključuje virtualne konzultacije, dijagnostiku i praćenje pacijenata, što je osobito korisno za medicinske turiste koji traže liječenje u inozemstvu. Osim toga, telemedicina može pomoći u smanjenju troškova povezanih s medicinskim turizmom, kao što su putovanja i smještaj.¹¹ Mnogi zdravstveni djelatnici smatraju da je telemedicina bolji način upravljanja kroničnim bolestima od klasičnih posjeta ordinacijama.

¹¹ Medical tourism, dostupno na: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/trends-healthcare-digital-revolution> (pristupljeno 18.5.2024.)

Telemedicina je najviše porasla posljednjih godina, potaknuta napretkom tehnologije, širokom primjenom pametnih telefona i potrebom za pristupačnim zdravstvenim uslugama tijekom pandemije COVID-19. Ona nudi brojne prednosti za pružatelje usluga medicinskog turizma i pacijente, uključujući:¹²

- Pristupačnost
- Pogodnost
- Isplativost
- Poboľjšano angažiranje pacijenata
- Kontinuirana skrb
- Digitalna zdravstvena rješenja
- Optimizaciju upravljanja podacima o pacijentima:
- Personaliziranu skrb
- Efikasno zakazivanje termina i praćenje
- Daljinsko praćenje i podrška

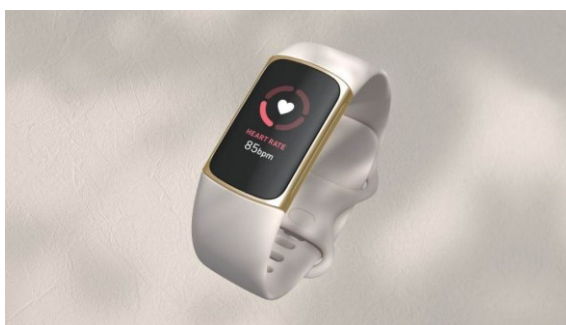
Nosivi uređaji i mobilne zdravstvene aplikacije mogu pomoći zdravstvenim pružateljima da prate zdravstveno stanje turista te im pomažu u planiranju liječenja, pružajući pravovremenu podršku i intervenciju kad je potrebno. Najpopularnija vrsta nosive tehnologije su trake za praćenje kondicije i pametni satovi poput Apple Watcha. Nosivi uređaj za praćenje kondicije od Fitbita, prati razine vježbanja mjerenjem broja koraka koje je korisnik napravio, koliko je katova prešao i koliko je kalorija potrošio kao rezultat tih aktivnosti. Fitbit Charge 5, pametna narukvica poznata je po svom praćenju zdravlja i kondicije, dobila je pohvale od Googlea na njihovom blogu. Elegantna narukvica, sa svjetlijim zaslonom u boji osjetljivim na dodir pruža podršku u održavanju optimalnog zdravlja srca, smanjenju stresa i poboljšanju općeg blagostanja. Za upravljanje stresom, Charge 5 dolazi s EDA senzorom koji mjeri ljudski odgovor na stres kroz promjene u znojnim žlijezdama na prstima. To je Googleov prvi uređaj za praćenje koji uključuje ovu značajku, a korisnici su već primijetili smanjenje stresa uz njegovu pomoć.

¹² Medical tourism, dostupno na: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/trends-healthcare-digital-revolution> (pristupljeno 18.5.2024.)



Slika 6. Apple Watch – praćenje kondicije

Izvor: <https://support.apple.com/hr-hr/guide/watch/apd3bf6d85a6/watchos> (pristupljeno 25.5.2024.)



Slika 7. Fitbit Charge 5

Izvor: <https://smartlife.story.hr/Tech/Gadgeti/a1091/FITBIT-CHARGE-5-Za-pracenje-zdravlja-koristi-ga-i-Will-Smith.html> (pristupljeno 25.5.2024.)

Danas u svijetu radi preko tri i pol milijuna robota, od kojih mnogi obavljaju poslove za koje ljudi nisu sposobni ili ih ne žele raditi. Predviđa se da će kombinacija robotike, automatizacije i umjetne inteligencije potpuno transformirati proizvodne procese. Ljudi će raditi na daljinu, dok će roboti obavljati zadatke u tvornicama, uredima, pa čak i operacijskim salama. Tako se razvija koncept udaljenog rada. Kirurg danas može izvoditi operacije na daljinu koristeći robotske ruke, bez potrebe da bude u istoj prostoriji s pacijentom. Iako se telemedicina razvija već desetljećima, prva takva operacija u Kini izvedena je 2022. godine, kada je kirurg iz Šangaja zamijenio koljeno pacijentu u Kunmingu putem 5G tehnologije. U veljači ove godine, tridesetogodišnja žena u Zhejiangu podvrgnuta je operaciji uklanjanja žuči, kojom je upravljao kirurg iz Hangzhoua, udaljenog 4500 kilometara. Ova operacija je dokazala da se daljinske operacije uz pomoć robota mogu izvoditi široko. Daljinska kirurgija ne samo da može unaprijediti kvalitetu lokalnih medicinskih usluga, već može biti i korisna za obuku liječnika u udaljenim područjima kroz demonstracije uživo.

Kineska vlada uključila je ove tehnologije u svoje nacionalne planove za unapređenje upotrebe robotike temeljene na 5G mreži u medicini. Iako je Kina relativno nova u ovom području, Sjedinjene Američke Države su već 2001. godine izvele prvu daljinsku operaciju.¹³ Telemedicina je prvobitno razvijena za potrebe astronauta u svemiru, a NASA je zajedno s američkom vojskom radila na razvoju robota koji bi mogli obavljati operacije na daljinu. Kanadski kirurg Mehran Anvari pokazao je 2006. godine kako bi telekirurgija u svemiru mogla funkcionirati, a danas obavlja operacije na udaljenosti od 400 kilometara pomoću robota. Današnji roboti, podržani umjetnom inteligencijom, mnogo su učinkovitiji i koriste se u raznim industrijama. Kina planira postati lider u robotici, umjetnoj inteligenciji i 5G telekomunikacijama. Prema Međunarodnoj federaciji robotike, Kina je vodeća po broju instaliranih industrijskih robota, dok su SAD, Japan i Južna Koreja iza nje. Pet ključnih trendova koji će oblikovati budućnost robotike su energetska učinkovitost, otpornost, lakša upotreba, umjetna inteligencija i produženje životnog vijeka robota. Roboti povećavaju poslovni potencijal i prihode, a njihova upotreba će se širiti s razvojem AI i automatizacije. Tijekom pandemije koronavirusa, mnoge tvrtke su se okrenule robotskoj tehnologiji kako bi ostale konkurentne. Robotska tehnologija je posebno korisna u industrijama koje zahtijevaju visoku preciznost, poput proizvodnje automobila. Iako postoji strah da će roboti zamijeniti ljudski rod, oni će zapravo donijeti nove prilike za zaposlenje u nadzoru i upravljanju automatiziranim sustavima.

Nacionalno sveučilište u Singapuru pokrenulo je rehabilitacijski program temeljen na IoT-u za pacijente koji pate od moždanog udara. Program je uključivao upotrebu nosivih senzora koji su pratili aktivnosti pacijenta i bilježili raspon pokreta dok su ih terapeuti vodili u stvarnom vremenu putem pametnog telefona ili tableta. Program je pomogao osigurati redovitu terapiju za pacijente kako bi im pružio maksimalne koristi od rehabilitacije. Time su im uštedjeli troškove i vrijeme putovanja na velike udaljenosti do tercijarnih zdravstvenih centara tijekom duljeg razdoblja. Ovo također smanjuje troškove bolnici za slanje tih terapeuta u kućne posjete. Tehnologija inteligentne tkanine preoblikuje dizajn radnog prostora koristeći AI i virtualnu stvarnost. Instalacije su olakšane inteligentnom tkaninom koja omogućava samostalno spajanje servera i samostalnu konfiguraciju virtualnog okvira. To IT osoblju daje mnogo manji radni opseg jer dizajn tehnoloških objekata postaje automatiziran pomoću AI.

¹³ Lidermedia, dostupno na: https://lidermedia.hr/teho/rad-na-daljinu-nista-cudno-ako-pacijenta-u-bruxellesu-operira-kirurg-u-zagrebu-149586#google_vignette (pristupljeno 26.5.2024.)

Digitalizirano zdravstvo obećava velike prednosti za sve uključene u bolju kontrolu zdravlja i pristup boljoj zdravstvenoj skrbi za pacijente te učinkovitije načine pružanja njege za zdravstvene radnike. Ova sinergija između ljudske i umjetne inteligencije pojednostavit će usluge liječenja, pomoći u ponovnom stvaranju strategija prevencije i upravljanja bolestima i, neizbježno, redefinirati zdravstvo kakvo poznajemo.

U farmaceutskoj industriji i medicinskom turizmu, aplikacije postaju nezamjenjiv alat za korisnike širom svijeta. U nastavku će biti navedeni primjeri nekoliko mobilnih aplikacija koje su usko povezane s farmaceutskom industrijom, pružajući korisnicima informacije o lijekovima, zdravlju i medicinskom turizmu. Sve ove aplikacije dostupne su na platformama poput App Storea za iOS uređaje i Google Play Storea za Android uređaje.

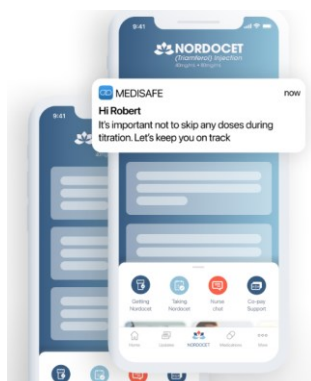
MOBILE HEALTH

mHealth (mobilno zdravstvo) je opći pojam za korištenje mobilnih telefona i drugih bežičnih tehnologija u medicinskoj skrbi. Najčešća primjena mHealth-a je korištenje mobilnih uređaja za educiranje korisnika o preventivnim zdravstvenim uslugama. Međutim, mHealth se također koristi za nadzor bolesti, podršku u liječenju, praćenje izbijanja epidemija i upravljanje kroničnim bolestima, postaje popularna opcija u nedovoljno opskrbljenim područjima gdje postoji velika populacija i raširena upotreba mobilnih telefona. Neprofitne organizacije poput mHealth Alliance zalažu se za povećanu upotrebu mHealth-a u zemljama u razvoju.

MEDISAFE

Aplikacija Medisafe korisnika podsjeća na uzimanje lijekova, ali istovremeno pruža i podršku za složene rasporede doziranja, interakcije lijekova te praćenje zdravstvenih mjerenja za različita medicinska stanja kao što su dijabetes, hipertenzija, rak, anksioznost i mnoga druga. Medisafe omogućuje korisniku da preuzme kontrolu nad putovanjem s lijekovima, od kompliciranih rasporeda doziranja do praćenja desetaka mjerenja. Ono što je najzanimljivije kod ove aplikacije je to da ona korisnika upozorava ako se dva lijeka ne mogu zajedno popiti. Jedna od ključnih inovacija koju nudi Medisafe je njegova ekskluzivna JITI™ tehnologija (Just-In-Time-Intervention). Ova tehnologija pruža personaliziranu podršku korisnicima, prilagođavajući se njihovim potrebama i pružajući relevantne informacije i podsjetnike u pravom trenutku. Kroz JITI, Medisafe uči kako najbolje podržati korisnike i prilagođava svoje intervencije kako bi osigurao najučinkovitije rezultate. Osim toga, Medisafe ne zanemaruje ni pitanje privatnosti.

Slijedeći stroge zakone o zaštiti privatnosti kao što su HIPAA i GDPR, Medisafe osigurava da medicinski podaci korisnika budu sigurni i zaštićeni. Ono što Medisafe čini još važnijom je njegova dostupnost svima. Medisafe je besplatan za preuzimanje i korištenje.

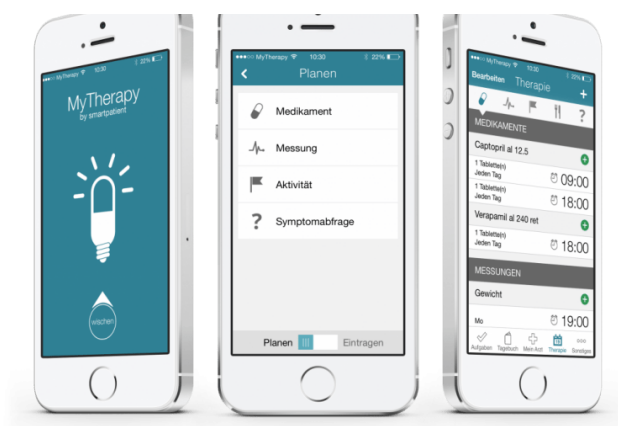


Slika 8. Medisafe aplikacija

Izvor: <https://www.medisafe.com/jiti/> (pristupljeno 18.5.2024.)

MYTHERAPPY

Aplikacija koja je slična Medisafe aplikaciji je MyTherappy. Ona pomaže u praćenju lijekova i zdravlja na jednom mjestu. Omogućuje praćenje uzimanja lijekova, doziranja, mjerenja, aktivnosti i raspoloženja putem dnevnika zdravlja. Korisnik može dijeliti izvješća sa svojim liječnikom i primati personalizirane savjete za liječenje. Također, omogućuje praćenje raspoloženja, težine, krvnog tlaka i drugih mjerenja te motivira korisnika da redovito i na vrijeme uzima lijekove.



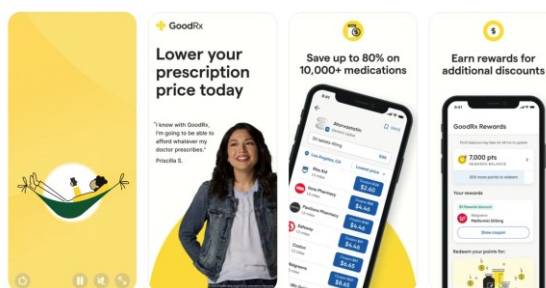
Slika 9. MyTherappy aplikacija

Izvor: <https://irishtechnews.ie/mytherapy-3-0-connects-family-members-for-improving-medication-adherence> (pristupljeno 18.5.2024.)

GOODRX

GoodRx je aplikacija koja omogućuje korisnicima da pronađu popuste i kupone za lijekove u svojoj blizini. Korisnici mogu pretraživati cijene lijekova u različitim ljekarnama i pronaći najbolju ponudu za svoje potrebe. Aplikacija također pruža informacije o generičkim verzijama lijekova, interakcijama lijekova i drugim relevantnim informacijama. Ovo je korisno za ljude koji žele uštedjeti novac na lijekovima i usporediti cijene prije nego što odu u ljekarnu.

Slika. GoodRx



Slika 10. GoodRx

Izvor: <https://apps.apple.com/us/app/goodrx-prescription-saver/id485357017> (pristupljeno 19.5.2024.)

PEPID

PEPID je medicinska aplikacija koja pruža informacije i alate medicinskim djelatnicima kako bi im pomogla u pružanju brige pacijentima.¹⁴ Aplikacija uključuje različite resurse poput medicinskih referentnih materijala, kliničkih smjernica, lijekova, interakcija lijekova, dijagnostičkih algoritama, medicinskih kalkulatora i drugih alata koji su korisni u svakodnevnom radu medicinskog osoblja. PEPID se koristi u bolnicama, ambulancama, hitnim službama i drugim medicinskim okruženjima kako bi se pružila podrška u donošenju odluka i poboljšala briga o pacijentima.



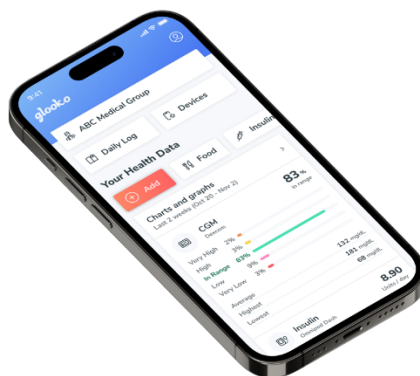
Slika 11. PEPID

Izvor: <https://pepid.com/> (pristupljeno 19.5.2024.)

¹⁴ PEPID, dostupno na: <https://pepid.com/> (pristupljeno 19.5.2024.)

GLOOKO

Glooko je mobilna aplikacija koja se koristi za praćenje razine glukoze u krvi kod osoba s dijabetesom. Ova aplikacija omogućuje korisnicima da unesu podatke o svojim mjerenjima šećera u krvi, unosu hrane, tjelesnoj aktivnosti i upotrebi inzulina. Također omogućuje praćenje drugih parametara kao što su krvni tlak, težina i razina aktivnosti.



Slika 12. Glooko

Izvor: <https://glooko.com/patients/> (pristupljeno 19.5.2024.)

BOOKING HEALTH

Booking Health TM je međunarodna platforma za rezervaciju medicinskih tretmana u inozemstvu. Platforma predstavlja područje napredne medicine s preko 250 vodećih bolnica u zemljama poput Njemačke, Austrije, Švicarske, itd. Booking Health služi pacijentima iz 75 zemalja na 11 jezika i fokusira se na sljedeće:

- Dijagnoza - pregledi i dijagnostički programi za već poznate bolesti
- Tretman - programi usmjereni na liječenje odgovarajućih bolesti
- Rehabilitacija - programi rehabilitacije s mogućnošću odabira trajanja i uvjeta
- Pomlađivanje i rekreacija, gubitak težine, itd.

ADIVA

Program vjernosti "Vjerni zdravlju" omogućuje korisnicima ADIVA kartice da skupljaju bodove u ADIVA ljekarnama diljem Republike Hrvatske te ih razmjenjuju za nagrade i popuste prilikom kupnje proizvoda iz kataloga. Putem ADIVA aplikacije i portala "Vjerni zdravlju" korisnici imaju pristup katalogu te putem aplikacije ili portala mogu naručiti željeni proizvod.

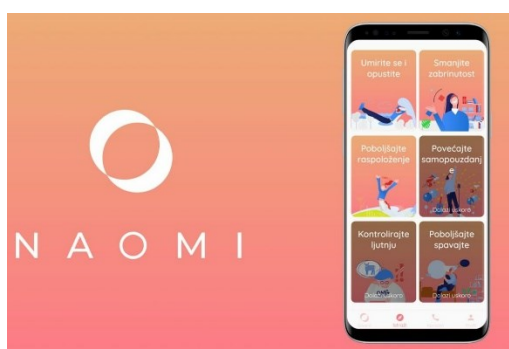
S obzirom na to da član ADIVA programa vjernosti mogu biti samo stanovnici Republike Hrvatske, onda je ova aplikacija i ovaj portal pravi primjer domaćeg turizma. Primjerice, ako stanovnik Zagreba, registriran s ADIVA karticom u tom gradu, putuje na odmor u Dalmaciju te tamo koristi ADIVA karticu u lokalnoj ADIVA ljekarni, postaje domaći turist koji i dalje može koristiti prednosti ovog programa.

HEALTH TRAVELER

Prva mobilna aplikacija u svijetu, a koja je usmjerena isključivo na medicinski turizam je Health Traveler. Aplikacija pacijentima i putnicima pruža brz pronalazak najkvalitetnijih klinika te bolnica.

NAOMI

NAOMI je prva hrvatska mobilna aplikacija za mentalno zdravlje. Ova aplikacija pruža korisnicima virtualnu asistenticu koja je anonimna i uvijek dostupna. Korisnici mogu slušati ponuđene meditacije, staviti slušalice, zatvoriti oči i prepustiti se relaksaciji. Aplikacija je pokrenuta kao odgovor na pandemiju i režim rada od kuće. Tim iza aplikacije proveli su istraživanje kako bi procijenili učinkovitost aplikacije. Pedeset korisnika je kroz dva tjedna svakodnevno koristilo NAOMI, a rezultati su pokazali da su korisnici koji su češće i duže koristili aplikaciju imali niže razine stresa, anksioznosti i depresije. Aplikacija NAOMI nudi pedeset različitih tehnika koje mogu pomoći u smanjenju razine stresa i neugodnih emocija.¹⁵



Slika 13. NAOMI

Izvor: <https://www.ljepotaizdravlje.hr/naomi-aplikacija-koja-pruza-tehnike-opustanja-i-rjesava-vas-stresa-i-napetosti/> (pristupljeno 21.5.2024.)

¹⁵ Magazin.hrt, dostupno na: <https://magazin.hrt.hr/sretni-i-zdravi/prva-hrvatska-mobilna-aplikacija-za-mentalno-zdravlje-3829740> (pristupčjeno 25.5.2024.)

TALKSPACE

Talkspace je online platforma za terapiju koja korisnicima pruža pristup licenciranim terapeutima i psihijatrima s bilo kojeg mjesta putem njihove mobilne aplikacije, dostupne za Android i iOS uređaje.¹⁶

Putem aplikacije **Heal**, korisnici u odabranim gradovima u SAD-u mogu zakazati kućni posjet liječnika za različite usluge. **First Derm** omogućuje korisnicima konzultaciju s online dermatologom. Pomoću aplikacije **ZoeDoc**, korisnici se mogu lako povezati s različitim pružateljima zdravstvenih usluga i zakazati termine online. Aplikacija **Healow** nastala je kako bi korisnicima omogućila pristup raznim zdravstvenim zapisima od sudjelujućih pružatelja, olakšavajući bolju komunikaciju između pacijenata i njihovih liječnika. **MyChart** je aplikacija korisnicima omogućuje pristup online zakazivanju termina, elektroničkim zdravstvenim zapisima, plaćanju računa i komunikaciji. **WebMD** aplikacija korisnicima pruža pristup informacijama i resursima, uključujući provjeru simptoma.

Danas su društvene mreže postale izrazito popularne. Turisti sve više koriste platforme poput Instagrama i Facebooka kako bi istraživali destinacije, pronalazili inspiraciju i prikupljali korisne informacije prije nego što krenu na putovanje. Instagram je postao popularan za dijeljenje fotografija s putovanja. Također, mnogi influenceri redovno dijele svoja iskustva i preporuke putem Instagrama, pružajući korisne savjete i ideje za putovanja. Facebook grupe (npr. Ženski recenziraj, Travel Advisor...) su također postale popularne za razmjenu iskustava i savjeta među putnicima. U ovim grupama, turisti mogu postavljati pitanja, dijeliti svoje savjete i preporuke. Kroz korištenje društvenih mreža, turisti imaju pristup svim informacijama, fotografijama, recenzijama i preporukama koje im pomažu da bolje planiraju svoje putovanje.

5.2. Utjecaj mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu u svijetu i u Hrvatskoj

U drugoj polovici dvadesetog stoljeća započinje razvoj zdravstvene informatizacije u Hrvatskoj. Centralni zdravstveni informacijski sustav Republike Hrvatske (CEZIH) nastao je 2002. godine. Osmislila ga je tvrtka Ericsson Nikola Tesla. Ideja CEZIH-a je da klijenti (zdravstveni djelatnici) mogu komunicirati s ostalim djelatnicima u zdravstvu.

¹⁶GooglePlay,dostupno na:
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.talkspace.talkspaceapp&hl=en_US (pristupljeno 25.5.2024.)

Hrvatska je prepoznata kao popularna destinacija za turiste koji rade određene stomatološke zahvate, a samim time pruža kvalitetne zdravstvene usluge te ima pristupačne cijene. Mobilne aplikacije i telemedicina omogućuju medicinskim turistima da se savjetuju s hrvatskim liječnicima prije dolaska, što olakšava planiranje i pripremu za medicinske zahvate. Također, pacijenti mogu koristiti mobilne aplikacije za praćenje svog oporavka nakon povratka kući.

U svijetu, mobilne tehnologije su unaprijedile medicinu i medicinski turizam, omogućujući pacijentima pristup kvalitetnoj i sigurnoj zdravstvenoj skrbi iz udobnosti vlastitog doma. Telemedicina, digitalne zdravstvene aplikacije i nosivi uređaji transformirali su način na koji pacijenti komuniciraju s pružateljima zdravstvenih usluga, prate svoje zdravlje i upravljaju svojim liječenjem. Ove tehnologije također su unaprijedile farmaceutsku industriju, omogućujući učinkovitije praćenje lijekova i poboljšanje pridržavanja terapije. Primjeri inovacija u medicini i medicinskom turizmu širom svijeta uključuju telemedicinske konzultacije, daljinsko praćenje pacijenata putem nosivih uređaja, virtualne stvarnosti za rehabilitaciju i oporavak, kao i korištenje umjetne inteligencije za dijagnostiku i personaliziranu njegu. Sve ove tehnologije doprinose poboljšanju kvalitete zdravstvene skrbi, smanjenju troškova i povećanju dostupnosti zdravstvenih usluga širom svijeta.

Međutim, postoje i izazovi u primjeni mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu. Jedan od glavnih izazova je osiguranje sigurnosti i privatnosti podataka pacijenata. Također, potrebno je osigurati da svi pacijenti, bez obzira na njihovu tehničku pismenost, mogu koristiti ove tehnologije. U budućnosti se očekuje daljnji razvoj mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu. Predviđa se da će umjetna inteligencija igrati sve veću ulogu u personalizaciji zdravstvenih usluga, dok će napredne telekomunikacijske tehnologije omogućiti još bržu i pouzdaniju komunikaciju između pacijenata i liječnika.

Dakle, mobilne aplikacije omogućuju pacijentima da lako pristupe informacijama o medicinskim uslugama, rezerviraju termine, dobiju virtualne konzultacije i prate svoje zdravstveno stanje. Digitalna transformacija donosi brojne prednosti za turističku industriju, uključujući medicinski turizam.

Ono što bolnicama preporučuje Healthcare Information Management Systems Society (HIMSS) kako bi one zaslužile pravo da se nazivaju "bolnicama bez papira" je¹⁷:

- Mnoge privatne zdravstvene osiguravajuće kompanije testiraju digitalne platforme, uključujući nosive uređaje i senzore za wellness planove i upravljanje kroničnim bolestima, koji nude poticaje i nagrade za pacijente koji

¹⁷ Medical tourism, dostupno na: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/telemedicine-and-digital-health-the-game-changers-for-medical-tourism> (pristupljeno 19.5.2024.)

usvajaju zdrave navike i ponašanja. Ovo će u konačnici smanjiti troškove financiranja zdravstvenih usluga za poslodavce i zdravstvene osiguravatelje.

- Ova digitalna revolucija u zdravstvu također će postaviti novi tempo za zdravstveni turizam, s više digitalnih inicijativa poput telemedicine za praćenje prije i poslije liječenja, digitaliziranog rukovanja i prijenosa zapisa, kao i tehnoloških napredaka u zdravstvu uključujući preciznu medicinu, minimalno invazivnu kirurgiju i digitalizirane laboratorijske pretrage. Zemlje s velikim ulaganjima u IoT će zauzeti središnje mjesto na tržištu medicinskog turizma u nadolazećim godinama.
- Nadalje, zdravstveni podaci se izravno unapređuju digitalnom transformacijom. Sustavi zdravstvenih informacija postupno se prebacuju s papirnatih na elektronske medicinske zapise (EMR) i ovo je ključna prednost i pokretač digitalne revolucije.

Tehnologija je promijenila utjecaj zdravstvene skrbi na pacijente. Budući da medicinski postupci postaju manje invazivni i smanjuju nelagodu tijekom oporavka, pacijenti su skloniji razmatranju putovanja radi skrbi.

6. Istraživanje primjene mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu

Cilj ovog istraživanja je prikazati kako se mobilna tehnologija koristi u medicinskom turizmu, te kako ona doprinosi samom poboljšanju usluga i iskustava pacijenata. U nastavku će biti predstavljeni ciljevi i svrha istraživanja, metodologija korištena za prikupljanje i analizu podataka, te rezultati i zaključci dobiveni iz istraživanja.

6.1. Metodologija istraživanja

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati utjecaj mobilnih tehnologija na medicinski turizam, s naglaskom na proces donošenja odluka turista, korištenje mobilnih tehnologija za prikupljanje informacija o medicinskim uslugama, osjećaj sigurnosti korisnika u vezi zaštite osobnih podataka te predviđanja o budućoj upotrebi mobilnih tehnologija u planiranju medicinskih putovanja. Pitanja korištena u ovom istraživanju preuzeta su iz članka *Brumen, B., Planinc, P., Špindler, T., Gorenak, M., and T. L. Štuhec. "Use of Mobile Technologies in Tourism: Natural Health Resorts Study." Mediterranean Journal of Social Sciences 11, no. 4 (2020):1.* Svi postupci i metode korišteni u istraživanju slijedili su etičke smjernice, osiguravajući pristanak sudionika, povjerljivost podataka i zaštitu osobnih informacija. Pitanja u provedenoj anketi su prilagođena temi ovog diplomskog rada kako bi anketa bila relevantna i primjerena. U radu su postavljena sljedeća istraživačka pitanja:

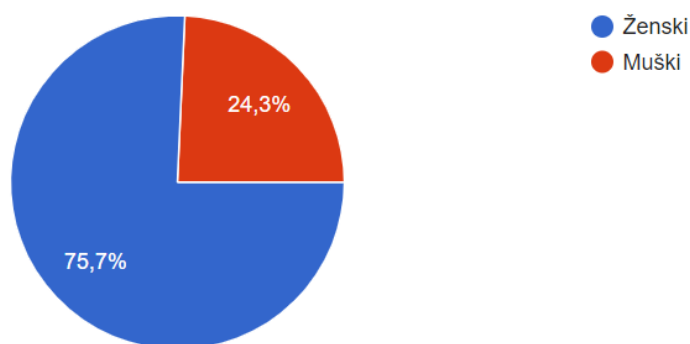
- 1. Kako mobilne tehnologije utječu na proces donošenja odluke pacijenata o korištenju usluga medicinskog turizma?**
- 2. Koriste li turisti mobilnu tehnologiju za informacije o medicinskim uslugama u destinaciji?**
- 3. Osjećaju li se turisti sigurno koristeći mobilne aplikacije za medicinske usluge u smislu zaštite osobnih podataka?**
- 4. Smatraju li turisti da će se u budućnosti sve više koristiti mobilna tehnologija za planiranje putovanja u destinacije radi medicinskih usluga?**

Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnik koji je kreiran pomoću Google Forms alata. Anketa se sastojala od 31 pitanja te je bila anonimna. Ispunilo ju je 107 ispitanika, a ispitanici su bili stanovnici Republike Hrvatske. Na početku ankete bilo je naglašeno da je

navedena anketa dobrovoljna i anonimna te da se provodi u svrhu pisanja diplomskog rada. U prvom dijelu ankete pitanja su se odnosila na informacije o ispitanicima kao što su dob, spol, razina obrazovanja i radni status ispitanika. U drugom dijelu ankete ispitanici su bili zamoljeni da s kratkim odgovorom odgovore na jednostavno pitanje, a u trećem dijelu ankete koristeći skalu od jedan do pet, pri čemu je jedan označavao potpuno neslaganje, a pet potpuno slaganje s tvrdnjom. Tvrdnje su se odnosile na sigurnosti osobnih podataka, podršci komunikaciji s medicinskim osobljem putem mobilnih tehnologija i predviđanjima o budućoj upotrebi mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu, o poznavanju pojma medicinskog turizma i korištenju mobilnih tehnologija za prikupljanje informacija o medicinskim uslugama. Ovo istraživanje je provedeno tijekom svibnja 2024. Godine. Anketa je bila dostupna online i bila je slana putem e-maila, WhatsAppa te Facebooka, omogućujući ispitanicima da anketu popune preko mobitela, tableta ili laptopa/računala.

6.2. Analiza rezultata

Na početku ankete postavljala su se pitanja koja su se odnosila na općenite informacije o ispitaniku. Najviše ispitanika rođeno je 1995., s ukupno deset osoba. Zatim godine 1988. rođeno je osam ispitanika. 2000. sedam ispitanika, 1999. i 2001. šest ispitanika, 1984. pet ispitanika. Godine 1974., 1985., 1986., 1990., 1997. i 2003. četiri ispitanika, dok godine 1981., 1983., 1992., 1993. i 1998. svaka imaju po tri ispitanika. Zatim godine 1973., 1976., 1978., 1987., 1991., 1996., 2002. i 2004. imaju po dva ispitanika. 1963., 1968., 1969., 1972., 1980., 1989., 1994., 1971., 1951. i 1964. imaju po jednog ispitanika. Grafikon 1. prikazuje spol ispitanika.

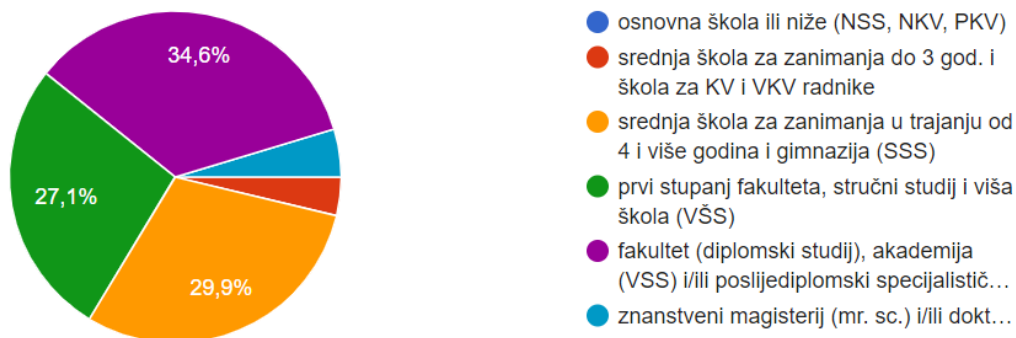


Grafikon 1. Spol ispitanika koji su sudjelovali u anketi

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Iz Grafikona 1. uočava se da je veći dio ispitanika ženskog spola sa 75,7%, dok je muškog spol nešto manje s 24,3%.

Idući grafikon 2. prikazuje razinu obrazovanja ispitanika.

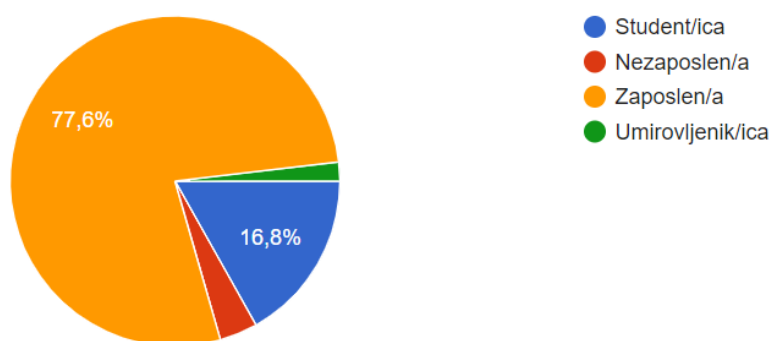


Grafikon 2. Razina obrazovanja ispitanika

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Grafikon 2. prikazuje razinu obrazovanja. 34,6% ispitanika ima završen fakultet (diplomski studij), akademiju (VSS) i/ili poslijediplomski specijalistički studij. 29,9% ispitanika ima završenu srednju školu u trajanju od 4 godine. 27,1% ispitanika ima prvi stupanj fakulteta, stručni studij ili višu školu. 4,7% ispitanika je završilo znanstveni magisterij (mr.sc.) i/ili doktorski studij, a 3,7% ispitanika je završilo srednju školu za zanimanja do 3 god.

Grafikon 3. prikazuje radni status ispitanika.



Grafikon 3. Radni status

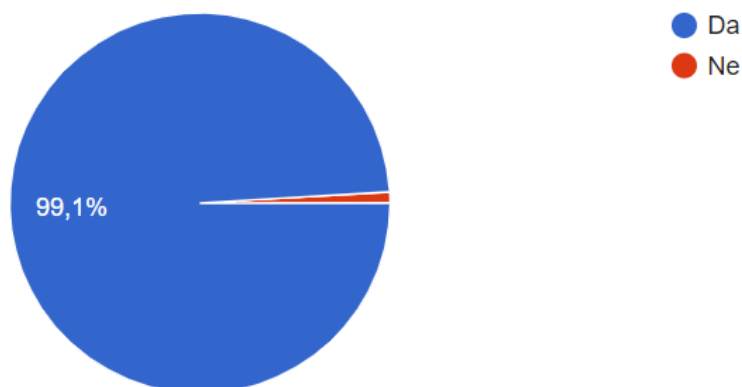
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Najviše ispitanika, 77,6% je zaposleno, dok 16,8% ispitanika radi preko student servisa. Anketu je ispunilo 1,9% umirovljenika/ca te 3,7% nezaposlenih.

Drugi dio ankete odnosio se na jednostavnija pitanja s kratkim odgovorima na zaokruživanje te jednim otvorenim pitanjem koje nije bilo obavezno za ispuniti. Na idućem grafikonu prikazat će se koliko ispitanika koristi mobilni uređaj.

Koristite li pametni mobitel?

107 odgovora



Grafikon 4. Korištenje pametnog mobitela

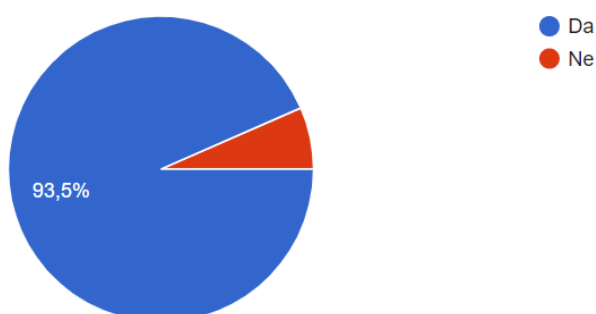
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

99,1% ispitanik koristi pametni mobitel, a 0,9% ispitanika je odgovorilo kako ne koristi pametni mobitel.

Koriste li ispitanici pametni mobitel u svrhu putovanja u neku destinaciju, prikazat će se na grafikonu 5.

Koristite li pametni mobitel za planiranje putovanja u neku destinaciju?

107 odgovora



Grafikon 5. Koriste li ispitanici pametni mobitel za putovanje u neku destinaciju?

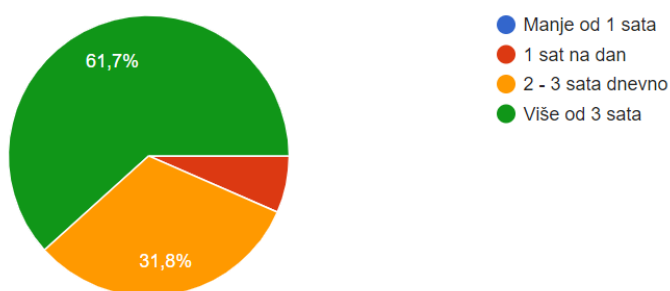
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Iz grafikona 5. zaključuje se kako 93,5% ispitanika koristi pametni mobitel za putovanje u neku destinaciju, a 6,5% ispitanika odgovorilo je kako ne koristi pametni mobitel za putovanje u neku destinaciju. Ovaj manji postotak može se odnositi na osobe koje preferiraju tradicionalne metode planiranja i organiziranja putovanja, ili na one koji možda nemaju pristup pametnom mobitelu

Idući grafikon prikazuje koliko često ispitanici koriste pametni mobitel.

Koliko često koristite pametni mobitel?

107 odgovora



Grafikon 6. Koliko često ispitanici koriste pametni mobitel?

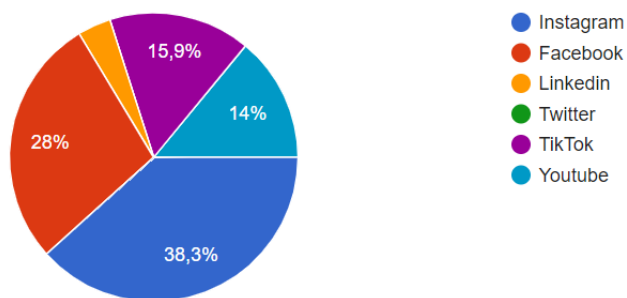
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

61,7% ispitanika pametni mobitel koriste više od tri sata, dva do tri sata dnevno koristi 31,8% ispitanika, a 6,5% ispitanika pametni mobitel dnevno koriste do jednog sata.

Idući grafikon prikazuje koju društvenu mrežu ispitanici najviše koriste.

Ukoliko koristite društvene mreže, molim Vas da označite koju društvenu mrežu najviše koristite.

107 odgovora



Grafikon 7. Korištenje društvenih mreža

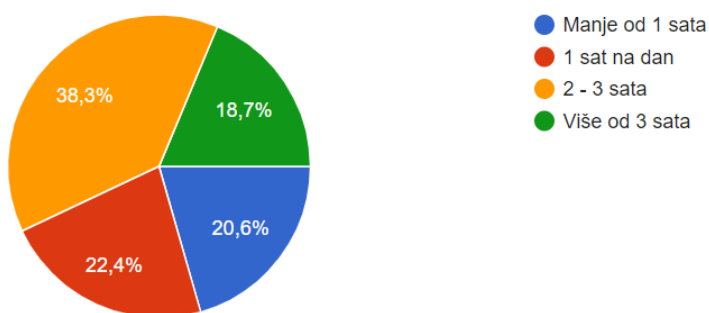
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Najviše ispitanika koristi Instagram, čak 38,3%, što pokazuje na sve veće korištenje ove platforme. Kao što je ranije spomenuto u radu, korištenje Instagrama omogućava pratiteljima da prate influencere i blogere koji dijele svoje putničke avanture, čime pružaju inspiraciju i preporuke za posjetiti određene destinacije, smještaje, restorane i slično. Zatim, 28% ispitanika koristi Facebook, što uključuje i sudjelovanje u raznim putničkim grupama. Također, TikTok, s 15,9% ispitanika, i YouTube, s 14% ispitanika, igraju značajne uloge, pružajući kratke video isječke i detaljne video vodiče koji dodatno pružaju uvid u putničko iskustvo.

Idući grafikon prikazuje koliko vremena ispitanici provode na društvenim mrežama.

Ukoliko koristite društvene mreže, koliko vremena provodite na njima?

107 odgovora



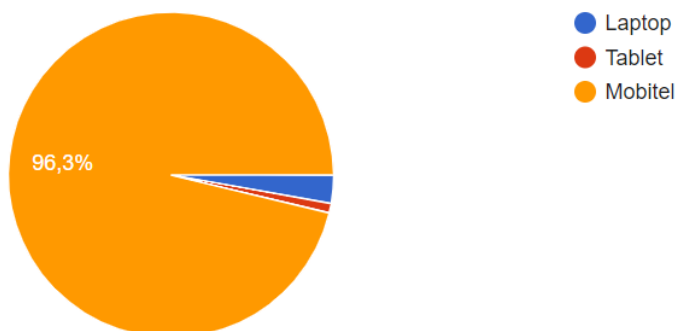
Grafikon 8. Koliko vremena ispitanici provode na društvenim mrežama?

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Većina ispitanika na društvenim mrežama provodi dva do tri sata na dan, zatim jedan sat, manje od jednog sata te više od tri sata.

Pomoću kojih uređaja najviše koristite društvene mreže?

107 odgovora



Grafikon 9. Pomoću kojih uređaja ispitanici najviše koriste društvene mreže?

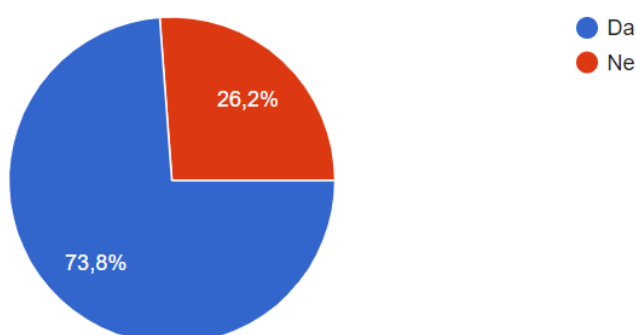
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju.

Najviše ispitanika društvene mreže koriste pomoću mobitela, zatim laptopa te tableta. Iduće pitanje odnosilo se na to koliko ispitanika koristi društvene mreže za planiranje putovanja u neku destinaciju. 75,7% ispitanika koristi društvene mreže za planiranje putovanja u neku destinaciju, dok 24,3% ispitanika ne koristi.

U ovom radu opisuje se pojam medicinskog turizma te je samim time u anketi ispitanici postavljeno pitanje jesu li čuli za pojam medicinskog turizma. Upravo to prikazuje idući grafikon.

Jeste li čuli za pojam „medicinski turizam“?

107 odgovora



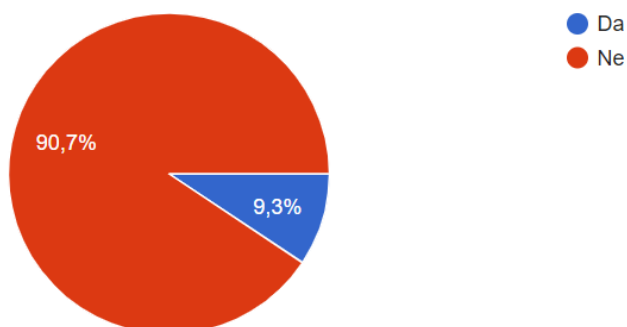
Grafikon 10. Koliko je ispitanika čulo za pojam „medicinski turizam“?

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju.

Većina, odnosno 73,8% ispitanika je čulo za pojam „medicinski turizam“. 26,2% ispitanika nije čulo. Grafikon 11. prikazuje putuju li ispitanici u svrhu medicinskog turizma.

Ukoliko ste čuli za pojam „medicinski turizam“, jeste li putovali u destinacije u tu svrhu?

107 odgovora



Grafikon 11. Putuju li ispitanici u destinacije u svrhu medicinskog turizma

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

90,7% ispitanika nikada nije putovalo u destinacije u svrhu medicinskog turizma, dok 9,3% je putovalo. S obzirom na to da je manji postotak ljudi koji je putovalo u neke destinacije u svrhu medicinskog turizma, a većina ispitanika nije putovalo, to može značiti da ispitanici osjete strah ako nisu upoznati s kulturom, jezikom ili medicinskim standardima odredišta ili mogu imati obaveze kao što su posao, obitelj ili druge odgovornosti, što ih sprječava da svoje medicinske tretmane/usluge obavljaju van svog stalnog prebivališta. U idućem pitanju, ispitanici koji su na prošlo pitanje odgovorili s "da" imali su mogućnost upisati u koje destinacije su putovali u svrhu nekog medicinskog tretmana.



Slika 14. Destinacije u koje su ispitanici putovali u svrhu medicinskog tretmana

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

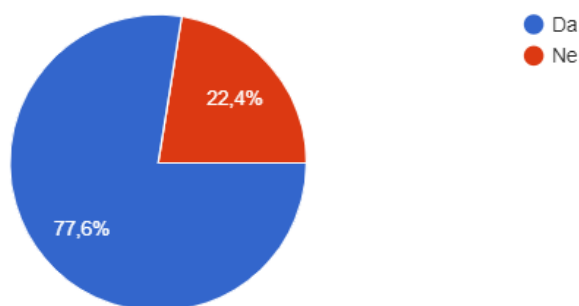
9,3% je izjavilo da su putovali u destinacije u svrhu medicinskog tretmana. Ovaj mali postotak pruža uvid u raznolikost i dostupnost medicinskih tretmana. Ispitanici su naveli kako su u svrhu medicinskog tretmana putovali u: Tuheljske Toplice, Osijek, Krapinske Toplice, Zagreb, Vela Luka, Kalos, Slovenija, Varaždinske Toplice i Rogaška. Ove destinacije nude različite vrste medicinskih tretmana. Jedno od pitanja koje bi se moglo postaviti je „Zašto su ispitanici odabrali baš ove destinacije za svoje medicinske tretmane? Razloga je vjerojatno puno, ali neki od faktora koji bi mogli utjecati na odluku uključuju kvalitetu medicinskih usluga, reputaciju određene destinacije u pogledu medicinskog turizma, pristupačnost i udobnost putovanja do destinacije.

Na primjer, Tuheljske Toplice, Varaždinske Toplice i Krapinske Toplice su poznate po svojim termalnim vodama i wellness centrima, što ih čini atraktivnim destinacijama za ljude koji traže opuštajuće i ljekovite tretmane. Osijek i Zagreb nude širok spektar medicinskih usluga i stručnjaka koji mogu zadovoljiti različite potrebe pacijenata. Rogaška u Sloveniji poznata je po svom ljekovitom mineralnom izvoru, dok Vela Luka i Kalos nude specifične tretmane i terapije.

Idući grafikon prikazuje koliko ispitanika bi putovalo u svrhu medicinskog tretmana kroz mobilne tehnologije.

Biste li dogovorili termin za neku medicinsku uslugu u destinaciji u kojoj ne živite putem mobilne tehnologije?

107 odgovora



Grafikon 12. Koliko ispitanika bi dogovorilo termin za neku medicinsku uslugu u destinaciji putem mobilne tehnologije?

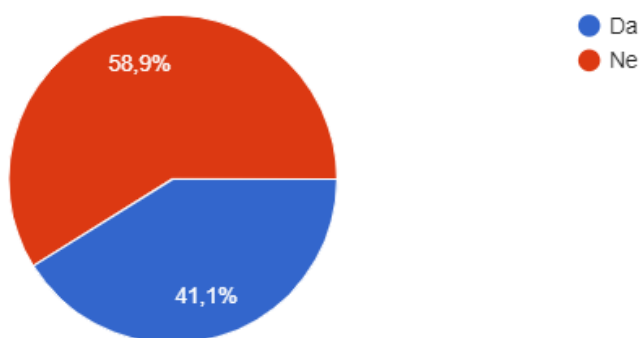
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Iako je manji broj ispitanika koji su putovali u svrhu nekog medicinskog tretmana, 77,6% ispitanika je odgovorilo kako bi dogovorili termin za neku medicinsku uslugu u destinaciji u kojoj ne žive putem mobilne tehnologije. Ovaj visoki postotak ukazuje na prihvaćanje mobilne tehnologije za dogovor medicinskih termina. Kroz daljnji razvoj mobilnih aplikacija i platformi, te kroz kontinuiranu edukaciju i osposobljavanje medicinskih djelatnika za korištenje ovih alata, moguće je dalje unaprijediti iskustvo pacijenata i potaknuti daljnji rast ove važne grane turizma.

Idući grafikon prikazuje koliko je ispitanika čulo za mobilne aplikacije koje se odnose na medicinski turizam.

Jeste li čuli za aplikacije koje nude razne informacije o medicinskim uslugama, bolnicama, klinikama tijekom putovanja u neku destinaciju? (npr. Booking Health, Medigo, Travel Health Guide...)

107 odgovora



Grafikon 13. Prikaz koliko ispitanika je čulo za aplikacije koje nude informacije o medicinskim uslugama

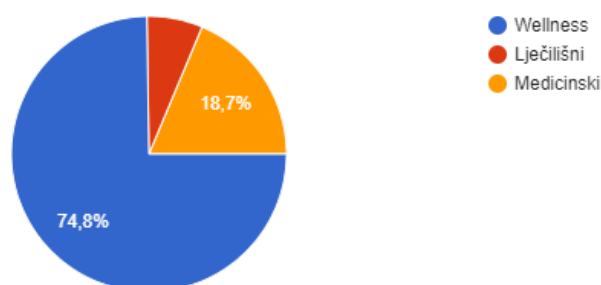
Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Za aplikacije kao što su to Booking Health, Medigo je čulo 41,1% ispitanika, dok 58,9% ispitanika nije čulo za navedene aplikacije.

Idući grafikon prikazuje za koje usluge zdravstvenog turizma su ispitanici najviše zainteresirani.

Za koje usluge zdravstvenog turizma ste najviše zainteresirani?

107 odgovora



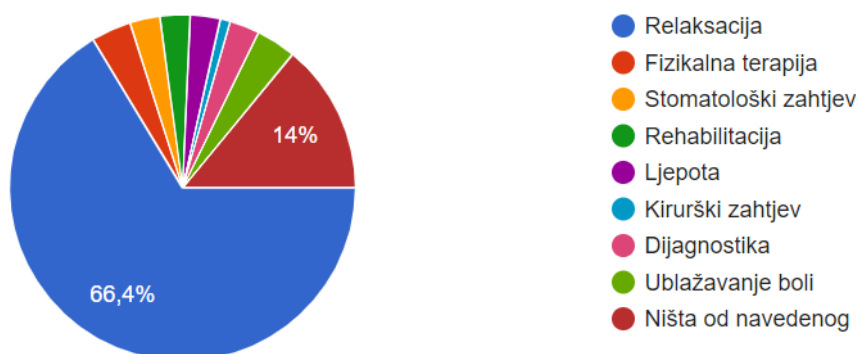
Grafikon 14. Prikaz za koje usluge zdravstvenog turizma su ispitanici najviše zainteresirani

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju.

Najviše ispitanika (74,5%) zainteresirano je za wellness, 18,7% je zainteresirano za medicinski turizam, a najmanje ispitanika je zainteresirano za lječilišni turizam.

Koji je Vaš primarni motiv putovanja u medicinske svrhe?

107 odgovora



Grafikon 15. Prikaz motiva putovanja u medicinske svrhe

Izvor: vlastita izrada autorice prema provedenom istraživanju

Najveći primarni motiv putovanja u medicinske svrhe je relaksacija što znači da ispitanici najviše žele koristiti usluge wellnessa, zatim fizikalna terapija, stomatološki zahtjev, rehabilitacija, ljepota i ostalo. Iduće pitanje se odnosilo na glavni razlog odabira lječilišne ili medicinske ustanove te je najviše ispitanika (38,3%) odgovorilo da im je glavni razlog odabira stručnost liječnika, reputacija ustanove (22,4%), povoljna cijena (14%) i dostupnost termina (11,2%). Najveći izvor informacija o ponudi medicinskog turizma, ispitanici su odgovorili da je to Internet (50,5%), zatim rodbina i prijatelji te liječnik.

U nastavku, tablice 2, 3, 4, i 5 prikazuju tvrdnje te procjenu zadovoljstva gdje su ispitanici na skali od jedan do pet označavali koliko se slažu s određenom tvrdnjom.

Tablica 2. Korištenje mobilnih tehnologija

| Tvrdnje | AS | SD |
|---|------|------|
| Često koristim mobilnu tehnologiju za informacije o medicinskim uslugama i destinacijama. | 2,72 | 1,39 |
| Lako se snalazim u korištenju novih mobilnih tehnologija. | 4,25 | 0,89 |

Izvor: vlastita izrada tablice prema provedenom istraživanju

U tablici 2 je vidljivo kako se aritmetička sredina kreće od 2,72 do 4,25, dok se standardna devijacija kreće od 0,89 do 1,39. S obzirom na aritmetičku sredinu od 2,72, ispitanici imaju mješovita mišljenja o čestom korištenju mobilne tehnologije za informacije o medicinskim uslugama i destinacijama.

Standardna devijacija od 1,39 je relativno visoka. Visoka standardna devijacija ukazuje na to da ispitanici imaju raznolika mišljenja o ovoj tvrdnji i da su odgovori prilično raspršeni. Ova varijabilnost može se tumačiti kao znak da postoje značajne razlike u percepciji sudionika o upotrebi mobilne tehnologije u svrhu dobivanja medicinskih informacija i informacija o destinacijama. Aritmetička sredina od 4,25 pokazuje na to da ispitanici jako ili vrlo jako vjeruju da se lako snalaze u korištenju novih mobilnih tehnologija. Niska standardna devijacija od 0,89 ukazuje da su odgovori sudionika vrlo usklađeni ili slični u pogledu njihove sposobnosti u korištenju novih mobilnih tehnologija. Ovo implicira da većina sudionika dijeli slično mišljenje i iskustvo u pogledu svoje kompetencije u korištenju mobilnih tehnologija, što ukazuje na visoku razinu samopouzdanja i udobnosti u tom području.

Tablica 3. Sigurnost u mobilne aplikacije i zadovoljstvo

| Tvrdnje | AS | SD |
|--|-----------|-----------|
| Osjećam se sigurno koristeći mobilne aplikacije za medicinski turizam u smislu zaštite osobnih podataka. | 3,07 | 1,19 |
| Zabrinut/a sam zbog osobnih podataka kada dijelim zdravstvene informacije putem mobilne tehnologije. | 2,70 | 1,23 |
| Vjerujem informacijama o medicinskim uslugama koje pronađem putem mobilne aplikacije. | 3,31 | 1,05 |

Izvor: vlastita izrada tablice prema provedenom istraživanju

U tablici 3 vidljivo je da se ocjene kreću od 2,70 do 3,31, a standardna devijacija je kod sve tri tvrdnje ima vrijednost veću od 1. Aritmetička sredina od 3,07 ukazuje da ispitanici imaju mješovita mišljenja o osjećaju sigurnosti prilikom korištenja mobilnih aplikacija za medicinski turizam u smislu zaštite osobnih podataka. Standardna devijacija od 1,19 je umjereno visoka, što ukazuje na raznolikost mišljenja među sudionicima o osjećaju sigurnosti pri korištenju mobilnih aplikacija za medicinski turizam. Aritmetička sredina od 2,70 ukazuje da ispitanici često izražavaju zabrinutost zbog sigurnosti osobnih podataka prilikom dijeljenja zdravstvenih informacija putem mobilne tehnologije. Standardna devijacija od 1,23 je umjereno visoka, što pokazuje da postoji znatan raspon u zabrinutosti među sudionicima. Aritmetička sredina od 3,31 ukazuje da većina ispitanika vjeruje informacijama o medicinskim uslugama koje pronađu putem mobilne aplikacije. Standardna devijacija od 1,05 je umjereno visoka, ali manja u usporedbi s prethodnim tvrdnjama. To sugerira da postoji nešto manja varijabilnost u povjerenju sudionika u informacije pronađene putem mobilnih aplikacija u usporedbi s drugim aspektima sigurnosti i zabrinutosti.

Tablica 4. Doživljaj ispitanika o mobilnim tehnologijama

| Tvrdnje | AS | SD |
|--|-----------|-----------|
| Mobilna tehnologija poboljšava kvalitetu moga putovanja i boravka u destinaciji | 4,19 | 0,88 |
| Općenito gledajući, zadovoljan/na sam dostupnošću mobilnih aplikacija za medicinski turizam na tržištu. | 3,13 | 0,93 |
| Platio/la bi/bih premium verziju mobilne aplikacije koja nudi dodatne funkcionalnosti za medicinski turizam. | 2,30 | 1,32 |
| Mislim da sam bolje informiran/na o mogućnostima medicinskih usluga zahvaljujući mobilnim tehnologijama. | 3,74 | 0,97 |
| Smatram da mobilne aplikacije olakšavaju organizaciju putovanja u medicinske svrhe. | 4,21 | 0,89 |

Izvor: vlastita izrada tablice prema provedenom istraživanju

Tablica 4 prikazuje tvrdnje kod kojih se ocjena kreće od 2,30 do 4,21, a standardna devijacija je kod četiri tvrdnje ispod 1, a kod jedne tvrdnje je iznad 1. Aritmetička sredina od 4,19 i 4,21 ukazuje da većina ispitanika smatra da mobilna tehnologija značajno poboljšava kvalitetu njihovog putovanja i boravka u destinaciji i da većina sudionika smatra da mobilne aplikacije značajno olakšavaju organizaciju putovanja u medicinske svrhe. Standardna devijacija od 0,88 i 0,89 je relativno niska, što ukazuje na malu varijabilnost u stavovima sudionika u pogledu ove tvrdnje. Aritmetička sredina od 3,13 i 3,74 ukazuje da sudionici uglavnom izražavaju umjereno zadovoljstvo dostupnošću mobilnih aplikacija za medicinski turizam na tržištu i da većina sudionika smatra da su bolje informirani o mogućnostima medicinskih usluga zahvaljujući mobilnim tehnologijama. Standardna devijacija od 0,93 i 0,97 je umjereno visoka, što ukazuje na nešto veću varijabilnost u stavovima i informiranosti sudionika u pogledu zadovoljstva dostupnošću mobilnih aplikacija. To znači da postoje različita mišljenja među sudionicima o ovom aspektu. Aritmetička sredina od 2,30 ukazuje da većina ispitanika nije sklonija plaćanju premium verzije mobilne aplikacije za dodatne funkcionalnosti u medicinskom turizmu. Standardna devijacija od 1,32 je visoka, što ukazuje na znatnu varijabilnost u stavovima sudionika o spremnosti za plaćanje premium verzije mobilne aplikacije. To znači da postoji širok raspon mišljenja o ovom aspektu među sudionicima. To sugerira da postoje razlike u percepciji među sudionicima, ali većina ipak dijeli pozitivno mišljenje.

Tablica 5. Komunikacija i podrška putem mobilne tehnologije u svrhu medicinskog tretmana

| Tvrdnje | AS | SD |
|---|-----------|-----------|
| Podržavam komunikaciju s medicinskim osobljem putem mobilne tehnologije. | 3.94 | 1.01 |
| Zainteresiran/na sam za konzultacije s liječnicima putem mobilne tehnologije prije dolaska u destinaciju. | 3.56 | 1.16 |
| Smatram da će u budućnosti mobilne tehnologije postati glavne za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata. | 4.02 | 0.96 |

Izvor: vlastita izrada tablice prema provedenom istraživanju

U tablici 5 vidljivo je kako se ocjene kreću od 3,56 do 3,94, a standardna devijacija od 0,96 do 1,16. Aritmetička sredina od 3,94 ukazuje da većina ispitanika podržava ideju komunikacije s medicinskim osobljem putem mobilne tehnologije. Standardna devijacija od 1,01 je relativno niska, što znači da postoji manja varijabilnost u stavovima sudionika o podršci za komunikaciju putem mobilne tehnologije. To sugerira da postoji visok stupanj suglasnosti među sudionicima o važnosti ove vrste komunikacije. Aritmetička sredina od 3,56 ukazuje da većina ispitanika pokazuje interes za konzultacije s liječnicima putem mobilne tehnologije prije dolaska u destinaciju. Standardna devijacija od 1,16 je umjereno visoka, što ukazuje na veću varijabilnost u stavovima sudionika o interesu za konzultacije putem mobilne tehnologije. Aritmetička sredina od 4,02 ukazuje da većina sudionika vjeruje da će mobilne tehnologije postati ključne za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata u budućnosti. Standardna devijacija od 0,96 je relativno niska, što ukazuje na manju varijabilnost u stavovima sudionika o ovom aspektu.

U nastavku će se kroz postavljena istraživačka pitanja u radu razraditi provedeno istraživanje.

1. Kako mobilne tehnologije utječu na proces donošenja odluke pacijenata o korištenju usluga medicinskog turizma?

Kroz provedeno istraživanje zaključuje se da mobilne tehnologije poprilično utječu na proces donošenja odluka pacijenata o korištenju usluga medicinskog turizma. Većina ispitanika koristi mobilne tehnologije za informacije o medicinskim uslugama i destinacijama te smatraju da mobilne tehnologije poboljšavaju kvalitetu njihovog putovanja i boravka u destinaciji. Također, skoro svi ispitanici se slažu s tvrdnjom da mobilna tehnologija olakšava organizaciju putovanja u medicinske svrhe.

2. Koriste li turisti mobilnu tehnologiju za informacije o medicinskim uslugama u destinaciji?

Većina ispitanika koristi mobilnu tehnologiju za informacije o medicinskim uslugama i destinacijama.

3. Osjećaju li se turisti sigurno koristeći mobilne aplikacije za medicinske usluge u smislu zaštite osobnih podataka?

Ispitanici se osjećaju sigurno koristeći mobilne aplikacije za medicinske usluge u smislu zaštite osobnih podataka te to ukazuje na to da većina ispitanika ima povjerenja u mobilne tehnologije u smislu zaštite osobnih podataka prilikom korištenja mobilnih aplikacija za neke medicinske usluge.

4. Smatraju li turisti da će se u budućnosti sve više koristiti mobilna tehnologija za planiranje putovanja u destinacije radi medicinskih usluga?

Većina ispitanika vjeruje da će se u budućnosti sve više koristiti mobilna tehnologija za planiranje putovanja u destinacije radi medicinskih usluga.

6.3. Zaključak dobivenih rezultata

U ovom dijelu rada iznijet će se zaključci provedenog empirijskog istraživanja. Mobilne tehnologije u medicinskom turizmu imaju značajan utjecaj na medicinske turiste. Istraživanje je pokazalo da mobilne tehnologije predstavljaju ključnu ulogu u procesu donošenja odluka turista, pristupu informacija, sigurnosti te lakšom komunikacijom s medicinskim osobljem. 57% ispitanika koristi mobilnu tehnologiju za prikupljanje informacija o medicinskim uslugama i destinacijama te takve tehnologije omogućavaju brz i jednostavan pristup informacijama te u kontekstu medicinskog turizma pružaju pomoć i sigurnost. Društvene mreže pružaju razmjenu iskustava i preporuka.

Važan aspekt korištenja mobilnih aplikacija je sigurnost podataka te to igra najveću ulogu u tome želi li korisnik aplikacije dijeliti svoja zdravstvena stanja putem aplikacija, a kroz provedeno istraživanje čak 83% ispitanika se osjeća potpuno sigurno. Nešto manji broj ispitanika izražava zabrinutost zbog dijeljena osobnih podataka putem mobilnih tehnologija što ukazuje na potrebu za dodatnim sigurnosnim mjerama.

Također, kroz provedeno istraživanje se htjelo saznati smatraju li ispitanici da će se u budućnosti koristiti mobilne tehnologije za planiranje medicinskih putovanja, te od 107 ispitanika čak 97 ispitanika smatra i vjeruje da će mobilne tehnologije postati glavne za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata te se predlaže dodatna integracija mobilnih tehnologija u zdravstvene usluge. Kako bi se dodatno povećala sigurnost i povjerenje korisnika u mobilne tehnologije, potrebno je uvesti strože mjere zaštite podataka te pružiti edukaciju korisnicima o sigurnosnim praksama.

Učestala edukacija pacijenata i medicinskog osoblja o prednostima mobilnih tehnologija može dodatno unaprijediti medicinski turizam, pogotovo u Republici Hrvatskoj. Razvoj aplikacija koje nude specifične funkcionalnosti isključivo za medicinski turizam, uključujući konzultacije, rezervacije i upravljanje podacima, može uvelike poboljšati iskustvo korisnika. Također, preporučuje se korištenje društvenih mreža za promociju i informiranje o medicinskom turizmu što može povećati vidljivost i pristupačnost ovih usluga.

6.4. Ograničenja i prijedlog za buduća istraživanja

Empirijsko istraživanje koje je provedeno u svrhu ovog diplomskog rada kako bi se bolje razumio utjecaj mobilne tehnologije na medicinski turizam. Iako je dobiven reprezentativan uzorak, visok broj ispitanika rođenih u određenim godinama (1995., 1988., 2000.) može utjecati na formulaciju rezultata na širu populaciju. Buduća istraživanja bi trebala uključiti uravnoteženiju distribuciju uzorka po dobi kako bi rezultati bili bolje reprezentativni. Većina ispitanika u provedenom istraživanju su žene (75,7%), što utječe na ograničenje raznolikosti uzorka. Unatoč visokom interesu za korištenje mobilnih tehnologija u svrhu medicinskog turizma, postoje izražena zabrinutost i nedostatak povjerenja u sigurnost osobnih podataka. Preporučuje se da buduća istraživanja dublje istraže ove brige i identificiraju strategije za poboljšanje sigurnosti i povjerenja korisnika. Istraživanje je provedeno u Republici Hrvatskoj na hrvatskom jeziku te bi buduća istraživanja trebala uključiti širi spektar geografskih područja radi dobivanja više raznolikih perspektiva te bi bilo poželjno da je anketa postavljena i na nekom drugom jeziku (engleski, njemački, talijanski) kako bi uzorak bio pouzdaniji. Ispitivanje je provedeno putem ankete, što može utjecati na odgovor ispitanika. Odnosno, ispitanik može dati odgovor koji je društveno prihvatljiviji. Kako bi se minimizirao ovaj utjecaj, buduća istraživanja mogla bi koristiti kombinaciju različitih metoda kako bi se dobila pouzdanija i raznolika saznanja.

Zaključak

Računalni čipovi, napredak u tehnologiji, razvoj mobilnih mreža, zaslona osjetljivih na dodir i još mnogih faktora su omogućile nastanak mobilnih uređaja. Razvoj mobilnog telefona nije rezultat samo jedne osobe već je to rezultat različitih tehnologija i pojedinaca. Otac mobilnog telefona, Martin Cooper je obavio prvi telefonski poziv te Steve Jobs koji je predstavio Iphone su odigrali značajne uloge u tehnologiji. Tijekom godina, mobilni telefoni su se sve više razvijali, a tvrtke poput RIM-a s BlackBerry uređajima značajno su doprinijele razvoju tehnologiji. Predstavljanjem Iphonea 2007. godine, uveo se uređaj sa zaslonom osjetljivim na dodir.

U turizmu, mobilne aplikacije igraju važnu ulogu, omogućujući turistima planiranje prijevoza, rezervaciju smještaja i pristup informacijama o događajima i atrakcijama. Aplikacije poput Booking.com, TripAdvisor i Airbnb popularizirale su način na koji ljudi mogu planirati i provoditi svoja putovanja.

Utjecaj mobilnih tehnologija na medicinu, medicinski turizam i farmaceutsku industriju sve više postaje neizostavan čimbenik u pružanju kvalitetne zdravstvene skrbi i unaprjeđivanju pacijentovog iskustva. Mobilne tehnologije, poput telemedicine, nosivih uređaja i digitalnih aplikacija, mijenjaju tradicionalni pristup medicinskoj skrbi i samim time potiču razvoj medicinskog turizma. Uvođenjem mobilnih aplikacija i tehnologija, pacijenti imaju bolji pristup zdravstvenim uslugama, mogu lakše komunicirati sa zdravstvenim djelatnicima te upravljati svojim liječenjem na daljinu. Osim toga, farmaceutska industrija koristi mobilne tehnologije kako bi poboljšala pacijentima pridržavanje terapije i pratila nuspojave lijekova. Bitno je za spomenuti kako se pomoću daljinske kirurgije i virtualne stvarnosti za rehabilitaciju, pokazuje kako mobilne tehnologije unaprjeđuju kvalitetu zdravstvene skrbi i čine je pristupačnijom.

U Republici Hrvatskoj, mobilne tehnologije također imaju značajan utjecaj na medicinski turizam, posebno u području stomatologije. Telemedicina olakšava komunikaciju između pacijenata i liječnika te omogućuje praćenje oporavka nakon povratka kući. CEZIH predstavlja korak naprijed u digitalizaciji zdravstvene skrbi u Hrvatskoj. Dakle, mobilne tehnologije znatno pomažu u unaprjeđenju zdravstvene skrbi i medicinskog turizma.

Empirijsko istraživanje koje je provedeno u svrhu ovog rada pruža određena saznanja o utjecaju mobilnih tehnologija na medicinski turizam. Većina ispitanika smatra da mobilne tehnologije značajno poboljšavaju kvalitetu njihovih putovanja i boravka.

Također, visoko su ocijenili olakšavanje organizacije putovanja u medicinske svrhe putem mobilnih aplikacija. Ovi rezultati sugeriraju da mobilne tehnologije imaju pozitivan utjecaj na proces donošenja odluka pacijenata o korištenju usluga medicinskog turizma. Primijećena je raznolikost u odgovorima sudionika, što upućuje na varijabilnost u percepciji korištenja mobilnih tehnologija u medicinskom turizmu. Ispitanici su podijeljeni u pogledu osjećaja sigurnosti prilikom korištenja mobilnih aplikacija za medicinske usluge, pri čemu izražavaju zabrinutost zbog zaštite osobnih podataka, no većina ispitanika vjeruje u perspektivu mobilnih tehnologija kao ključnih za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata u budućnosti. Većina ispitanika vjeruje da će mobilne tehnologije postati ključne za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata u budućnosti. Kroz provedeno istraživanje može se zaključiti da je važno daljnje istraživanje i razvoj sigurnosnih standarda u mobilnim aplikacijama za medicinski turizam kako bi se ojačalo povjerenje korisnika.

Bibliografija

a) Knjige:

Galičić, V., 2017. Poslovanje hotelskog odjela smještaja. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,
https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/eizdanja/Vlado_Galicic_Poslovanje_hotelskog_odjela_smjestaja.pdf (pristupljeno: 19.6.2024.)

Marr B., 2019. Umjetna inteligencija u praksi, Zagreb

Panian, Ž. 2011. Elektroničko poslovanje druge generacije. Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu.

b) Znanstveni članci:

Amerta, I. M. S., Sara, I. M., & Bagiada, K. (2018). Sustainable tourism development. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences, 5(2), 248-254.
<https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/819> (pristupljeno 19.6.2024.)

Barać Miftarević, Sandra. 2022. "Medical Tourism in Croatia: Where are we now?." Journal of Applied Health Sciences = Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti 8, br. 1: 121-131. <https://doi.org/10.24141/1/8/1/11> (pristupljeno 18.5.2024.)

Brumen, B., Planinc, P., Špindler, T., Gorenak, M., & Štuhec, T. L. (2020). Use of Mobile Technologies in Tourism: Natural Health Resorts Study. Mediterranean Journal of Social Sciences, 11(4), 1.
https://www.researchgate.net/publication/343051656_Use_of_Mobile_Technologies_in_Tourism_Natural_Health_Resorts_Study (pristupljeno 5.4.2024.)

Ebrahim, A. H., & Ganguli, S. (2019). A comparative analysis of medical tourism competitiveness of India, Thailand and Singapore. Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 67(2), 102-115. <https://hrcak.srce.hr/221580> (pristupljeno 18.5.2024.)

Gandhi, R., & Garg, R. (2023). Rural Tourism Development in Gujarat. Vallis Aurea, 9(1), 37-49. <https://doi.org/10.2507/IJVA.9.1.3.100> (pristupljeno 18.6.2024.)

- Ghezzi, A., Balocco, R., & Mangiaracina, R. (2012). Technology Provisioning in the Mobile Industry: a Strategic Clustering. *International Journal of Engineering Business Management*, 4(2012), 4-7. <https://doi.org/10.5772/51639> (pristupljeno 20.5.2024.)
- Gračan, D., Gregorić, M., & Martinić, T. 2016. Nautical tourism in Croatia: current situation and outlook. Preuzeto sa https://www.researchgate.net/profile/Marina-Gregoric/publication/325181470_Nautical_tourism_in_Croatia_current_situation_and_outlook/links/5afcb8b6a6fdcc3a5a273836/Nautical-tourism-in-Croatia-current-situation-and-outlook.pdf (pristupljeno 18.6.2024.)
- Greenwald, S., Kulik, A., Kunert, A., Beck, S., Frohlich, B., Cobb, S., & Newbutt, N. (2017). Technology and applications for collaborative learning in virtual reality. Pennsylvania, USA: 719-726. Preuzeto sa <https://uwe-repository.worktribe.com/output/886338> (pristupljeno 25.5.2024.)
- Guzic, I., & Adzaga, S. (2015). Mobilne aplikacije u hrvatskom turizmu. Veleučilište u Šibeniku. Preuzeto sa https://www.researchgate.net/publication/296047134_Mobilne_aplikacije_u_hrvatskom_turizmu (pristupljeno 20.5.2024.)
- Kesar, O., & Rimac, K. (2011). Medical Tourism Development in Croatia. Zagreb *International Review of Economics & Business*, 14(2), 107-134. <https://hrcak.srce.hr/78762> (pristupljeno 19.5.2024.)
- Kim, J., Lee, J., Lee, H., & Paik, E. (2010). Design and Implementation of the Location-Based Personalized Social Media Service. In 2010 Fifth International Conference on Internet and Web Applications and Services, str. 116-121. <https://doi.org/10.1109/ICIW.2010.25> (pristupljeno 20.5.2024.)
- Krešić, D. (2010). Medical Tourism Association: internet site review. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(4), 426-427. <https://hrcak.srce.hr/63599> (pristupljeno 21.5.2024.)
- Letunovska, N. Y., Kwilinski, A., & Kaminska, B. 2020. Scientific research in the health tourism market: a systematic literature review. https://web.archive.org/web/20201213043628id_/https://armgpublishing.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/10/hem_1_2020_8_19.pdf (pristupljeno 19.6.2024.)

- Mišković, I., Holodkov, V., & Radin, I. (2015). Upotreba mobilnih tehnologija u promoviranju turističke ponude zaštićenih dijelova prirode, str. 78.
- Petroman, I., Petroman, C., & Marin, D. (2015). Place of hunting tourism in the structure of modern tourism types. *Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies*, 48(2), 199-199. https://spasb.ro/index.php/public_html/article/view/343/311 (pristupljeno 18.6.2024.)
- Richards, G. 2018. Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677018300755> (pristupljeno 18.6.2024.)
- Sapkal, L., & Aleem, S. (2023). Research Avenues on use of Augmented Reality in Education. *Acta Graphica*, 31(2), 63-74. <https://hrcak.srce.hr/309373> (pristupljeno 25.5.2024.)
- Statističko izvješće: Turizam u 2022. (2023). Državni zavod za statistiku, Zagreb.
<https://podaci.dzs.hr/media/y1llwoan/si-1722-turizam-u-2022.pdf>, str. 65. (pristupljeno 17.6.2024.)
- Stronza, A. L., Hunt, C. A., & Fitzgerald, L. A. (2019). Ecotourism for conservation? *Annual Review of Environment and Resources*, 44, 229-253.
<https://www.annualreviews.org/doi/full/10.1146/annurev-environ-101718-033046> (pristupljeno 17.6.2024.)
- The Government of the Republic of Croatia, Proposal for Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020 (2013.)
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Tourism_development_strategy_2020.pdf (pristupljeno 20.6.2024.)
- Tureac, C. E., & Turtureanu, A. (2010). Types and forms of tourism. *Acta Universitatis Danubius. (Economica)*, 4(1).
- Varga, M., & Čerić, V. (2004). *Informacijska tehnologija u poslovanju*. Zagreb: Element, str. 3.
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). New realities: A systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22, 2056–2081.

https://www.researchgate.net/publication/322127520_New_realities_a_systematic_literature_review_on_virtual_reality_and_augmented_reality_in_tourism_research (pristupljeno 18.6.2024.)

c) Internet i ostali izvori

Airbnb, <https://news.airbnb.com/about-us/> (pristupljeno 7.6.2024.)

Apple, <https://support.apple.com/hr-hr/guide/watch/apd3bf6d85a6/watchos> (pristupljeno 25.5.2024.)

Bizovačke toplice, <https://www.bizovacke-toplice.hr/unutarnji-vodeni-svijet.aspx> (pristupljeno 20.5.2024.)

Booking.com, <https://www.booking.com/content/about.hr.html> (pristupljeno 7.6.2024.)

Glooko, <https://glooko.com/patients/> (pristupljeno 19.5.2024.)

Goodrx, <https://apps.apple.com/us/app/goodrx-prescription-saver/id485357017> (pristupljeno 19.5.2024.)

Google Play,
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.talkspace.talkspaceapp&hl=en_US
(pristupljeno 25.5.2024.)

HTZ.hr, <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Medicinski-turizam-Medunarodni-trendovi-i-perspektive.pdf> (pristupljeno 20.5.2024.)

Klinika za ortopediju Lovran, <http://www.orto-lovran.hr/> (pristupljeno 20.5.2024.)

Lidermedia, https://lidermedia.hr/teho/rad-na-daljinu-nista-cudno-ako-pacijenta-u-bruxellesu-operira-kirurg-u-zagrebu-149586#google_vignette (pristupljeno 26.5.2024.)

Ljepota i zdravlje, <https://www.ljepotazdravlje.hr/naomi-aplikacija-koja-pruza-tehnike-opustanja-i-rjesava-vas-stresa-i-napetosti/> (pristupljeno 21.5.2024.)

Magazin.hrt, <https://magazin.hrt.hr/sretni-i-zdravi/prva-hrvatska-mobilna-aplikacija-za-mentalno-zdravlje-3829740> (pristupljeno 25.5.2024.)

Medical tourism, <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/trends-healthcare-digital-revolution> (pristupljeno 18.5.2024.)

Medisafe, <https://www.medisafe.com/jiti/> (pristupljeno 18.5.2024.)

Ministarstvo turizma, Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb 2014., dostupno na: https://mint.gov.hr/userdocsimages/arhiva/150608_ap_%20zdravstveni%20turizam.pdf (pristupljeno 25.5.2024.)

Mytherapy, <https://irishtechnews.ie/mytherapy-3-0-connects-family-members-for-improving-medication-adherence> (pristupljeno 18.5.2024.)

Pepid, <https://pepid.com/> (pristupljeno 19.5.2024.)

Privatni smještaj, <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/medicinski-turizam> (pristupljeno 21.5.2024.)

Slowliving, <https://www.slowliving.hr/dentalni-turizam-u-hrvatskoj-raste-svakodnevno-i-zdravstveni-turizam/> (pristupljeno 20.5.2024.)

Smartlife, <https://smartlife.story.hr/Tech/Gadgeti/a1091/FITBIT-CHARGE-5-Za-pracenje-zdravlja-koristi-ga-i-Will-Smith.html> (pristupljeno 25.5.2024.)

TripAdvisor, <https://tripadvisor.mediaroom.com/US-about-us> (pristupljeno 7.6.2024.)

Unite.ai, <https://www.unite.ai/hr/kori%C5%A1tenje-ai-digital-twins-i-ar-vr-za-pobolj%C5%A1ano-odr%C5%BEavanje-i-popravak-zrakoplova/> (pristupljeno 25.5.2024)

Zimo, <https://zimo.dnevnik.hr/clanak/tehnologija/agrosolari-tehnologija-s-puno-nepoznanica--849543.html> (pristupljeno 20.5.2024.)

Popis ilustracija

Grafikoni

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Spol ispitanika koji su sudjelovali u anketi..... | 43 |
| Grafikon 2. Razina obrazovanja ispitanika | 44 |
| Grafikon 3. Radni status..... | 44 |
| Grafikon 4. Korištenje pametnog mobitela | 45 |
| Grafikon 5. Koriste li ispitanici pametni mobitel za putovanje u neku destinaciju? | 45 |
| Grafikon 6. Koliko često ispitanici koriste pametni mobitel? | 46 |
| Grafikon 7. Korištenje društvenih mreža | 46 |
| Grafikon 8. Koliko vremena ispitanici provode na društvenim mrežama? | 47 |
| Grafikon 9. Pomoću kojih uređaja ispitanici najviše koriste društvene mreže? | 47 |
| Grafikon 10. Koliko je ispitanika čulo za pojam „medicinski turizam“? | 48 |
| Grafikon 11. Putuju li ispitanici u destinacije u svrhu medicinskog turizma | 48 |
| Grafikon 12. Koliko ispitanika bi dogovorilo termin za neku medicinsku uslugu u destinaciji putem mobilne tehnologije? | 50 |
| Grafikon 13. Prikaz koliko ispitanika je čulo za aplikacije koje nude informacije o medicinskim uslugama | 51 |
| Grafikon 14. Prikaz za koje usluge zdravstvenog turizma su ispitanici najviše zainteresirani | 51 |
| Grafikon 15. Prikaz motiva putovanja u medicinske svrhe..... | 52 |

Tablice

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Podaci o broju postelja, dolasku i noćenju domaćih i stranih turista, 2022. godina | 26 |
| Tablica 2. Korištenje mobilnih tehnologija | 52 |
| Tablica 3. Sigurnost u mobilne aplikacije i zadovoljstvo | 53 |
| Tablica 4. Doživljaj ispitanika o mobilnim tehnologijama..... | 54 |
| Tablica 5. Komunikacija i podrška putem mobilne tehnologije u svrhu medicinskog tretmana | 55 |

Slike

| | |
|--|----|
| Slika 1. Booking.com..... | 16 |
| Slika 2. Airbnb.com | 16 |
| Slika 3. TripAdvisor.com..... | 18 |
| Slika 4. Ortopedska ustanova - Lovran | 28 |
| Slika 5. Bizovačke toplice..... | 28 |
| Slika 6. Apple Watch – praćenje kondicije | 32 |
| Slika 7. Fitbit Charge 5 | 32 |
| Slika 8. Medisafe aplikacija | 35 |
| Slika 9. MyTherappy aplikacija | 35 |
| Slika 10. GoodRx..... | 36 |
| Slika 11. PEPID | 36 |
| Slika 12. Glooko | 37 |
| Slika 13. NAOMI..... | 38 |
| Slika 14. Destinacije u koje su ispitanici putovali u svrhu medicinskog tretmana..... | 49 |

Prilozi

ANKETNO ISTRAŽIVANJE MOBILNE TEHNOLOGIJE U MEDICINSKOM TURIZMU

Poštovani/poštovana,

ovaj je anketni upitnik dio istraživanja koje se provodi u okviru mog diplomskog rada na Sveučilištu u Rijeci, Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. Anketa je sastavljena u svrhu istraživanja mobilne tehnologije u medicinskom turizmu.

Anketni upitnik je anonimn. Stoga Vas molimo da nigdje u upitniku ne navodite svoje ime i/ili prezime, kao i da na svako pitanje odgovorite što iskrenije i preciznije.

Hvala!

Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

PODACI O ISPITANIKU

Godina rođenja:

Spol

- ženski
- muški

Razina obrazovanja

- osnovna škola ili niže (NSS, NKV, PKV)
- srednja škola za zanimanja do 3 god. i škola za KV i VKV radnike
- srednja škola za zanimanja u trajanju od 4 i više godina i gimnazija (SSS)
- prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola (VŠS)
- fakultet (diplomski studij), akademija (VSS) i/ili poslijediplomski specijalistički studij
- znanstveni magisterij (mr. sc.) i/ili doktorat znanosti (dr. sc.)

Radni status:

- Student/ica
- Nezaposlen/a
- Zaposlen/a
- Umirovljenik/ica

1. Koristite li pametni mobitel?

- Da
- Ne

2. Koristite li pametni mobitel za planiranje putovanja u neku destinaciju?

- Da
- Ne

3. Koliko često koristite pametni mobitel?

- Manje od 1 sata
- 1 sat na dan
- 2-3 sata dnevno
- Više od 3 sata

4. **Koristite li društvene mreže?**
- Da
 - Ne
5. **Ukoliko koristite društvene mreže, molim Vas da označite koje društvene mreže najviše koristite.**
- Instagram
 - Facebook
 - LinkedIn
 - Twitter
 - Tiktok
 - Youtube
6. **Ukoliko koristite društvene mreže, koliko vremena provodite na njima?**
- Manje od 1 sata
 - 1 sat na dan
 - 2-3 sata na dan
 - Više od 3 sata
7. **Pomoću kojih uređaja najviše koristite društvene mreže?**
- Laptop
 - Tablet
 - Mobitel
8. **Koristite li društvene mreže u svrhu planiranja putovanja u neku destinaciju?**
- Da
 - Ne
9. **Jeste li čuli za pojam „medicinski turizam“?**
- Da
 - Ne
10. **Ukoliko ste čuli za pojam „medicinski turizam“, jeste li putovali u destinacije u tu svrhu?**
- Da
 - Ne
11. **Ukoliko ste na prošlo pitanje odgovorili s „DA“, molim Vas da upišete u koju ste destinaciju putovali u svrhu nekog medicinskog tretmana?**
-
12. **Biste li dogovorili termin za neku medicinsku uslugu u destinaciji u kojoj ne živite putem mobilne tehnologije?**
- Da
 - Ne
13. **Jeste li čuli za aplikacije koje nude razne informacije o medicinskim uslugama, bolnicama, klinikama tijekom putovanja u neku destinaciju? (npr. Booking Health, Medigo, Travel Health Guide...)**
- Da
 - Ne
14. **Za koje usluge zdravstvenog turizma ste najviše zainteresirani:**
- Wellness
 - Lječilišni
 - Medicinski

15. Koji je Vaš primarni motiv putovanja u medicinske svrhe?

- Relaksacija
- Fizikalna terapija
- Stomatološki zahtjev
- Rehabilitacija
- Ljepota
- Kirurški zahtjev
- Dijagnostika
- Ublažavanje boli
- Ništa od navedenog

16. Koji je Vaš glavni razlog u odabiru lječilišne ili medicinske ustanove?

- Stručnost liječnika
- Reputacija ustanove
- Kraće liste čekanja za uslugu
- Dostupnost termina
- Povoljna cijena
- Ništa od navedenog

17. Koji je Vaš izvor informacija o ponudi medicinskog turizma?

- Liječnik
- Rodbina/prijatelji
- Internet
- Brošure/letci
- Osiguravajuće kuće
- Nisam trebao/la nikakve informacije

Molimo Vas da na ljestvici od 1 do 5 označite u kojoj se mjeri slažete sa svakom od navedenih tvrdnji, pri čemu je: 1 – uopće se ne slažem; 2 – uglavnom se ne slažem; 3 – niti se slažem, niti se ne slažem; 4 – uglavnom se slažem; 5 – u potpunosti se slažem.

| Tvrdnje | Ocjene | | | | |
|--|--------|---|---|---|---|
| 1. Često koristim mobilnu tehnologiju za informacije o medicinskim uslugama i destinacijama. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Osjećam se sigurno koristeći mobilne aplikacije za medicinski turizam u smislu zaštite osobnih podataka. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Zabrinut/a sam zbog osobnih podataka kada dijelim zdravstvene informacije putem mobilne tehnologije. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Podržavam komunikaciju s medicinskim osobljem putem mobilne tehnologije. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Mobilna tehnologija poboljšava kvalitetu mog putovanja i boravka u destinaciji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Lako se snalazim u korištenju novih mobilnih tehnologija. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Smatram da mobilne aplikacije olakšavaju organizaciju putovanja u medicinske svrhe. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Smatram da će u budućnosti mobilne tehnologije postati glavne za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| Tvrdnje | Ocjene | | | | |
|--|--------|---|---|---|---|
| 9. Platilo/la bi/bih premium verziju mobilne aplikacije koja nudi dodatne funkcionalnosti za medicinski turizam. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Općenito gledajući, zadovoljan/na sam dostupnošću mobilnih aplikacija za medicinski turizam na tržištu. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Zainteresiran/na sam za konzultacije s liječnicima putem mobilne tehnologije prije dolaska u destinaciju. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Vjerujem informacijama o medicinskim uslugama koje pronađem putem mobilne aplikacije. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Mislim da sam bolje informiran/na o mogućnostima medicinskih usluga zahvaljujući mobilnim tehnologijama. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Smatram da će u budućnosti mobilne tehnologije postati glavne za praćenje zdravstvenog stanja pacijenata. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |