

NEVEN IVANDIĆ
Institut za turizam, Zagreb
Neven.Ivandic@iztztg.hr

Primljeno: 15. 06. 2015.
Prihvaćeno: 14. 10. 2015.

IVO KUNST
Institut za turizam, Zagreb
Ivo.Kunst@iztztg.hr

NEDA TELIŠMAN – KOŠUTA
Institut za turizam, Zagreb
Neda.Kosuta@iztztg.hr

PRETPOSTAVKE ODRŽIVOSTI ZDRAVSTVENOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ – NAČELA RAZVOJA I KLJUČNI ČINITELJI USPJEHA

U članku se razmatra održivost razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. U tom kontekstu poseban se naglasak stavlja na prikladna razvojna načela te se, potom, definiraju ključni činitelji uspjeha.

UVOD

Iako je zdravlje najstariji i najjači motiv turističkih kretanja (Hitrec 1998), sintagma zdravstveni turizam nije još uvijek ni pravno, niti stručno do kraja određena (Kušen, 2005; Koncul 2012). Na tu je činjenicu ukazala i studija Instituta za turizam „Konkurentna pozicija zdravstvenog turizma“ (Telišman-Košuta, Ivandić i Gatti, 2005) budući da zdravstveni turizam obuhvaća vrlo široko područje koje se proteže od wellness turizma da bolničkog turizma, odnosno od ugostiteljskih tvrtki od zdravstvenih ustanova. Kako bi se obuhvatile različiti motivi zdravstveno-turističkih putovanja, definicije zdravstvenog turizma kreću se od minimalističkih do nešto ambicioznijih inačica. U tom smislu, vjerojatno najjednostavnija definicija navodi da je zdravstveni turizam svako „putovanje izvan mjesta domicila u cilju unapređenja zdravlja (Bookman i Bookman, 2007). Nešto sofisticiraniji pokušaji definiraju zdravstveni turizam kao kao „putovanje izvan mjesta stanovanja u cilju održavanja, unapređenja ili popravljanja psihofizičkog zdravlja pojedinca“ (Carrera i Bridges, 2006), odnosno kao „zdravstveno

motivirana putovanja u druge zemlje radi bolje lakše dostupnosti liječnika, bolje kvalitete usluge i/ili prihvatljivijih cijena (Edelheit, 2008).

Iako definicija zdravstvenog turizma, u teoretskom smislu, još uvijek izaziva prijepore, zdravstveni turizam predstavlja sve prepoznatljiviji motiv (međunarodnih) putovanja koji od sredine 1990-tih godina iskazuje izrazito dinamičan rast (Connell, 2013). Usprkos često „prenapuhanim“ procjenama o njegovom volumenu, osobito od strane pružatelja usluga i/ili specijaliziranih turističkih posrednika (Connell, 2013), nema sumnje da se radi o proizvodu koji danas na globalnoj razini iskazuje iznadprosječne godišnje stope rasta, a trendovi starenja populacije i orijentacije na zdravi život ukazuju da zdravstveni turizam ima potencijal postati vodeći motiv putovanja u budućnosti. Izrazit potencijal rasta zdravstvenog turizma u svijetu predstavlja i izuzetno priliku za Hrvatsku i njen turizam. To tim prije ako se uzme u obzir njena duga tradicija u privlačenju međunarodne zdravstveno-turističke, pretežito lječilišne potražnje, brojnost, raznolikost i/ili izdašnost prirodnih ljekovitih činitelja, ali i druge značajne komparativne prednosti Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma. Riječ je ponajprije o kvalificiranom liječničkom kadru i općenito dobroj reputaciji zdravstvenih usluga, konkurentnosti cijena, blizini velikim emitivnim tržištima, prirodnim ljepotama i povoljnoj klimi, sigurnosti zemlje kao i sve većom međunarodnoj turističkoj prepoznatljivosti.

Potencijal zdravstvenog turizma prepoznala je i Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013), ključni razvojni dokument hrvatskog turizma u kojem se eksplicitno naglašava važnost ubrzanog razvoja zdravstvenog turizma u nas, osobito na kontinentalnom području. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, pritom, pozicionira lječilišni turizam kao nositelja ili „jezgru“ zdravstveno-turističke ponude Hrvatske, uz pretpostavku osiguranja diferencijacije lječilišnih destinacija i bitnog podizanja njihove kvalitete.

Neovisno o činjenici da je razvoj zdravstvenog turizma u nas istaknut kao jedan od prioritarnih strateških usmjerenja hrvatske turističke politike, valja konstatirati da se na osuvremenjivanju zdravstveno-turističke ponude u nas još uvijek ne radi gotovo ništa, osobito u kontekstu prijeko potrebnog podizanja tržišne spremnosti najvećeg broja hrvatskih specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju i lječilišta. U želji da se takvo stanje promijeni nabolje, ovaj rad ima za cilj ukazati na ključna razvojna ograničenja, ali i na načela na kojima bi valjalo graditi tržišnu poziciju zdravstvenog turizma RH u vremenu koje dolazi, kao i na ključne činitelje uspjeha u tržišnom pozicioniranju ovog kompleksnog turističkog proizvoda.

Sukladno rečenom, a ne računajući uvod i zaključak, rad je strukturiran u pet međusobno povezanih i uvjetovanih cjelina. Nakon uvoda, prvi dio rada odnosi

se na specifikaciju ključnih sastavnica zdravstveno-turističkog proizvoda. Drugi dio rada ukazuje na globalne trendove od interesa za razvoj zdravstvenog turizma, dok se treći dio rada odnosi na sagledavanje ključnih značajki zdravstveno-turističkog proizvoda RH. Na tim se osnovama, u četvrtom dijelu, ukazuje na jake i slabe strane hrvatskog zdravstveno-turističkog proizvoda, ali i prepoznaju prilike u okruženju na kojima bi valjalo kapitalizirati, odnosno prijetnje koje bi valjalo neutralizirati. Konačno peti rada predlaže načela na kojima bi valjalo razvijati hrvatski zdravstveno-turistički proizvod te ukazuje na ključne činitelje njegovog uspješnog tržišnog profiliranja.

SASTAVNICE ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Činjenicu da je zdravstveni turizam kompleksna kategorija odražavaju i odrednice Nacionalne strategije razvoja zdravstva, 2012. – 2020. (NN 116/2012.). Prema ovom dokumentu, naime, zdravstveni se turizam sastoji od tri zasebna, ali međusobno više ili manje povezana segmenta. To su wellness, lječilišni i medicinski turizam.

Wellness turizam odnosi se na turistička putovanja motivirana željom za postizanjem tjelesne i duhovne ravnoteže kroz organizirano provođenje zdravstveno-preventivnih i kurativnih programa u svrhu prevencije bolesti, odnosno očuvanja i/ili unapređenja zdravlja. U tom smislu, wellness turizam podrazumijeva raspoloživost multidisciplinarnog tima stručnjaka koji, uz liječnika, uključuje i stručnjake iz područja fizioterapije, kineziologije, nutricionistike, osteopatije i sl. Metode i postupci (medicinskog) wellnessa objedinjuju metode konvencionalne, komplementarne i tradicionalne medicine.

S druge strane, lječilišni se turizam odnosi na putovanja motivirana ponajviše revitalizacijom psiho-fizičkih sposobnosti u klimatskim, morskim i topličkim destinacijama/lječilištima kroz različite kure, specijalno dizajnirane programe oporavka, uravnoteženu prehranu i sl. Za razliku od wellness turizma, lječilišni se turizam, između ostalog, temelji na stručnom i kontroliranom korištenju različitih prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne terapije radi unapređenja zdravlja te poboljšanja vrsnoće života.

Za razliku od wellness i lječilišnog turizma, medicinski turizam podrazumijeva odlazak izvan mjesta stalnog boravka u cilju obavljanja pregleda i/ili jednokratnog medicinskog zahvata. Bez obzira o kakvoj je konkretnoj vrsti zahvata riječ, oni se, u pravilu, odvijaju u specijaliziranim zdravstvenim institucijama (bolnice, klinike, ordinacije) i uključuju cjelokupnu pripadajuću usluge njege i oporavka. Primarna motivacija putovanja na medicinske tretmane je vrhunski zdravstvena usluga, često uz niže troškove i u kraćem roku, ali i nemogućnost da se pojedini zahvati/tretmani realiziraju u vlastitoj zemlji.

Povezanost pojedinih oblika zdravstvenog turizma, osobito u kontekstu potencijalnih pružatelja usluga, može se shematski prikazati na sljedeći način:

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

Slika 1. Oblici zdravstvenog turizma i pružatelji zdravstveno-turističkih usluga
Izvor: Autori, modificirano prema Kušen, 2005. te Smith i Puczko, 2009.

GLOBALNI TRENDVI KOJI POGODUJU DALJNJEM RAZVOJU ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Izrazito brz razvoj zdravstvenog turizma na globalnoj razini u posljednjih dvadesetak godina rezultat je ponajviše eksplozivnog rasta potražnje u visokorazvijenim svjetskim ekonomijama, ali i kontinuiranog jačanja potražnje u sve većem broju srednje razvijenih zemalja svijeta. Razloge rasta globalne potražnje za zdravstveno-turističkim uslugama valja tražiti ponajviše u sljedećim činjenicama:

Starenje populacije – riječ je o procesu koji je rezultat sve boljih uvjeta života i rada u svim zemljama razvijenog svijeta. Prema recentnom istraživanju (Lutz, Sanderson i Sherbov, 2008) prosječna starost svjetske populacije (medijan) povećat će se s 26,6 godina u 2000. godini, na 37,3 godine u 2050. godini odnosno na 45,6 godina u 2100. godini. Neovisno o bitnim razlikama u dostignutoj razini društveno-ekonomske razvijenosti u odnosu na visoko razvijene zemlje svijeta, starenje populacije primjetno je i u sve većem broju zemalja u razvoju kao i u rastućem broju nedovoljno razvijenih zemalja. Starenje populacije podrazumijeva sve veću potrebu za zdravstvenim uslugama različite vrste, pri čemu će se dio tih usluga odvijati i izvan mjesta stalnog prebivanja.

Nove društvene vrijednosti – riječ je o sve većoj ekološkoj osviještenosti i društvenoj odgovornosti rastućeg broja osoba u većini zemalja svijeta (Middle-

miss, 2010; Kollmuss i Agyeman, 2002), osobito onih s višom razinom osobnog obrazovanja. Ekološka osviještenost i društvena odgovornost, osim brige za „stanje planete“, implicira i sve veću orijentaciju na zdravu, ekološki uzgojenu hranu, rastuću posvećenost „zdravom životu“, odnosno životnom stilu koji veliku pažnju pridaje proaktivnosti u održavanju ne samo fizičkog, već i mentalnog zdravlja. Drugim riječima, nove društvene vrijednosti valja povezivati i sa sve većom posvećenošću tzv. holističkom pristupu zdravlju, odnosno sve jačem prožimanju različitih načina održavanja vlastitog „*well-being-a*“. S obzirom da određene specijaliste/aktivnosti u području holistički shvaćenog zdravlja nije moguće naći/prakticirati u mjestu stalnog prebivanja, to će potražnja za putovanjima motiviranim održavanjem dobre psihofizičke kondicije i dalje biti u porastu.

Rastuća razina blagostanja sve većeg postotka svjetske populacije – rast društvenog (i individualnog) blagostanja primjetan je osobito na području Kine i Indije, dvije najmnogoljudnije zemlje svijeta, ali i u drugim brzo rastućim gospodarstvima svijeta (Brazil, Meksiko, Rusija, Južna Afrika, zemlje Indokine i sl.). U takvim uvjetima, neovisno o procesu starenja svjetske populacije, a uslijed potrebe samonagrađivanja, za očekivati je i pojačano uključivanje dobrostojećih žitelja ovih zemalja u globalnu zdravstveno-turističku potražnju, odnosno dodatno jačanje potražnje za zdravstvenim uslugama svih vrsta (Hall i Jones, 2004). To uključuje različite usluge u sferi održavanja dobre psihofizičke kondicije (biti u formi), usluge u funkciji prevencije bolesti, usluge povezane s ublažavanjem posljedica kroničnih oboljenja, ali i usluge povezanim s liječenjem akutnih bolesti i ponovnom uspostavom zdravlja.

Nezdrav životni stil – paralelno s rastom blagostanja u visoko razvijenim svjetskim gospodarstvima, a osobito u većini mnogoljudnih, brzo rastućih svjetskih ekonomija, sve veći broj radno sposobnog stanovništva živi u stanju kontinuiranog nedostatka slobodnog vremena, često i stresa. Tome znatno pridonosi i brz rast tehnologije koja „nas ne pušta na miru“, ali i sve lošije prehrambene navike koje rezultiraju nizom „novih“ bolesti poput pretilosti, dijabetesa B, nesаницe, psiholoških problema i sl.

Mentalni sklop tzv. „baby boom“ generacije – sve veći broj osoba rođenih negdje između 1950.-tih i prve polovice 1960.-tih godine, a koji prema nekim procjenama danas raspoložu s preko 30 trilijuna USD (Accenture, 2012), žele ostati „vječno mladi“. U tom smislu, uz liječenje kroničnih bolesti, sve se veći dio njihovih raspoloživih dohodaka namjenjuje različitim kozmetičkim, dentalnim, fizičkim, oftalmološkim, plastično-kirurškim i inim drugim tretmanima koje, uslijed sve veće kvalitete usluge po znatno nižim cijenama, sve više valja povezivati sa zdravstveno-turističkim putovanjima u inozemstvo.

Proaktivna uloga nositelja državne vlasti u zdravstveno-turističkoj promociji – paralelno s jačanjem zdravstveno-turističkih tokova iz visoko društveno-ekonomski razvijene zemlje prema manje društveno-ekonomski razvijenim zemljama, sve je izrazitija uloga nositelja državne vlasti u promociji nacionalnih zdravstveno-turističkih potencijala. To se osobito odnosi na rastući broj zemalja Azije kao što su npr. Thailand, Singapur, Malezija, Indija, Indonezija, Filipini i sl. (Henderson, 2003; Pocock i Phua, 2011), ali i sve veći broj europskih zemalja među kojima posebno mjesto zauzimaju, primjerice, Mađarska i Turska.

ZDRAVSTVENI TURIZAM U RH

Institucionalni okvir

Kao turistički proizvod koji je u visokoj mjeri temeljen na stručnim medicinskim sadržajima, zdravstveni turizam u ingerenciji je podjednako i Ministarstva turizma i Ministarstva zdravlja. U tom smislu, posebno valja naglasiti činjenicu da je pri Ministarstvu zdravlja nedavno osnovan i Zavod za zdravstvene usluge u turizmu, specijalizirani odjeli za obavljanje širokog spektra stručnih poslova vezanih uz razvoj lječilišnog, medicinskog i wellness turizma te općenito za podizanje kvalitete zdravstvenih usluga u turizmu.

Neovisno o potrebi međuresorne suradnje, svako od navedenih Ministarstava autonomno je izradilo određen broj zakona koji reguliraju poslovanje, ali i utječu na razvoj zdravstvenog turizma u nas. U tom smislu, a kad je riječ o zakonima u nadležnosti Ministarstva zdravlja, za zdravstveni su turizam od posebnog interesa sljedeći zakoni i/ili pravilnici:

Zakon o zdravstvenoj zaštiti	Zakon regulira pružanje zdravstvenih usluga u turizmu (u skladu s posebnim propisima), pri čemu zdravstvena usluga u turizmu ne uključuje usluge ugostiteljstva i smještaja.
Zakon o obveznom zdravstvenom osiguranju	Zakonom se uređuje obvezno zdravstveno osiguranje u RH (sukladno Direktivi 2011/24/EU o primjeni prava pacijenata u prekograničnoj zdravstvenoj zaštiti).
Zakon o stomatološkoj djelatnosti	Regulira stomatološku djelatnost u javnim (u skladu sa Zakonom o zdravstvenoj zaštiti i Zakonom o ustanovama) i privatnim zdravstvenim ustanovama (u skladu sa Zakonom o zdravstvenoj zaštiti i Zakonom o trgovačkim društvima).
Zakon o fizioterapeutskoj djelatnosti	Utvrđuje da fizioterapeuti, fizioterapeutske tehničari, radni terapeuti i maseri mogu svoju djelatnost provoditi i izvan sustava zdravstvene zaštite u okviru prevencije i promocije zdravlja (privatna djelatnost).

Zakon o liječništvu	Uređuje pojam, ustrojstvo i uvjete za obavljanje liječničkog zvanja te utvrđuje uvjete otvaranja privatnih ordinacija i klinika.
Pravilnik o uvjetima za unutarnji ustroj općih i specijalnih bolnica	Uređuje organizaciju i način poslovanja u općim i specijalnim bolnicama te utvrđuje da specijalne bolnice mogu imati samo bolničke krevete.

S druge strane, a kad je riječ o ingerencijama Ministarstva turizma, ključni zakoni od interesa za razvoj i funkcioniranje zdravstvenog turizma su:

Zakon o pružanju usluga u turizmu	Zakon utvrđuje da specijalne bolnice i lječilišta mogu pružati usluge u zdravstvenom turizmu. Prema zakonu samo turistička agencija može prodati složeni proizvod/paket aranžman (npr. zdravstvenog turizma).
Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti	Uređuje način i uvjete pod kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost (pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka, pružanje usluga smještaja), te uređuje bavljenje ugostiteljstvom u lječilištima i specijalnim bolnicama.
Zakon o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine 'hoteli'	Uređuje da se objekti iz skupine „hoteli” mogu razvrstati u hotele posebnog standarda, uključujući: „Hotel health & fitness” i „Hotel wellness”. Utvrđuje da se sve vrste objekata iz skupine „hoteli”, u sastavu zdravstvene institucije, mogu razvrstati u: „Lječilišni hotel”, „Lječilišno turističko naselje”, „Lječilišni turistički apartmani”, „Lječilišni pansion”, „Lječilišni difuzni/integralni hotel”.

Osim dvaju ministarstava, za razvoj zdravstvenog turizma u nas važnu ulogu ima Referentni centar za zdravstveni turizam i medicinski programirani odmor Ministarstva zdravlja ponajviše kao mjesto stručnog, znanstveno-istraživačkog i nastavnog rada, a koji djeluje u sklopu SB Thalassotherapie Opatija, ali i različite profesionalne udruge od kojih posebno valja istaknuti sljedeće:

Zajednica zdravstvenog turizma pri HGK	Djeluje od 1995. godine te u tri sekcije okuplja članice s područja medicinskog, lječilišnog i wellness turizma. Glavni ciljevi: Osmišljavanje, poticanje i koordiniranje razvoja; unapređenje kvalitete usluga; profiliranje zdravstvenog turističkog proizvoda; oblikovanje promocije na domaćem i stranom tržištu.
Udruga privatnih poliklinika, bolnica, lječilišta i ustanova za zdravstvenu skrb pri HUP	Djeluje od 2011. godine kao neovisna udruga poslodavaca Glavni ciljevi: Pобољšanje imidža privatnih zdravstvenih ustanova u javnosti; integracija privatnog sektora u javno zdravstvo; poticanje razvoja privatnog zdravstvenog osiguranja; donošenje i njegovanje etičkog kodeksa privatnog sektora.

Udruga za razvoj medicinskog turizma	Glavni ciljevi: Razvoj medicinskog turizma u Hrvatskoj; strukovno povezivanje; utjecaj na donošenje zakonskih propisa u medicinskom turizmu; podizanju kvalitete usluga; promicanje usluga članova na domaćem i inozemnom tržištu; povezivanje pružatelja usluga, agenata i hotelijera; pomoć u pristupu stranim pacijentima.
Klaster medicinskog turizma	Djeluje od 2010. godine kao društvo s ograničenom odgovornošću. Glavni ciljevi: Povezivanje i unapređenje poslovanja medicinskih i turističkih subjekata; penetracija na inozemno tržište.
Klaster „Zdravlje“	Djeluje od 2013. godine povezujući domaće privatne klinike Glavni ciljevi: Zajedničko pružanje usluga; povezivanje s drugim industrijama (osiguravatelji, zdravstvena tehnologija, turističke agencije i turoperatori); internacionalizacija poslovanja.
Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera	Djeluje od 2014. godine kao prva regionalna sektorska udruga. Okuplja zdravstvene institucije, obrazovne ustanove, hotelske tvrtke, turističke agencije, TZ Kvarnera. Teži samofinanciranju. Glavni ciljevi: Unapređenje ukupne ponude zdravstvenog turizma regije; povezivanje struke; promocija Kvarnera kao destinacije zdravlja; zajednički nastup na međunarodnom tržištu.

Ključne značajke hrvatske zdravstveno-turističke ponude

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

OBJEKTI UGOSTITELJSKE PONUDE		ZDRAVSTVENE USTANOVE	
Wellness ponuda (hoteli, toplice, centri)	Prirodna lječilišta		Klinike/ Bolnice
	Lječilišta ¹	Specijalne bolnice ²	
Hoteli: - Oko 80 hotela s wellness sadržajima Toplice (sa smještajem): - Terme Tuhelj - Terme Jezerčica - Terme Sveti Martin - Toplice Lešće	- Lječilište Topusko - Top Terme, Topusko - Bizovačke Toplice - Veli Lošinj - Istarske Toplice	- Biokovka, Makarska - Kalos, Vela Luka - Naftalan, Ivanić Grad - Daruvarske Toplice - Krapinske Toplice - Lipik - Stubičke Toplice - Varaždinske Toplice - Thalassotherapie, Opatija - Thalassotherapie, Crikvenica	Javne zdravstvene ustanove: - Klinički bolnički centri (5) - Kliničke bolnice (3) - Klinike (5) - Opće bolnice (20) - Poliklinike Privatne zdravstvene ustanove: - Oko 800 sub-jekata

Slika 2. Pružatelji usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Izvori: (1) Ministarstvo zdravlja RH; (2) Brošura Wellness Hrvatska, HTZ i HGK.

Postojeća zdravstveno turistička ponuda disperzirana je diljem zemlje, iako je očigledna pojačana koncentracija u primorskoj i sjeverno-zapadnoj Hrvatskoj, osobito na Kvarneru, u Istri, županijama Sjeverne Hrvatske te na području Zagreba.

Što se tiče postojećih kapaciteta wellness ponude, tržišnu poziciju RH obilježava ponajprije wellness ponuda/odjeli u sklopu velikog broja hotela viših kategorija (4* i 5*). Pritom valja imati na umu da se najveći dio hotelske wellness ponude, odnosno oko 60 wellness centara, nalazi na Jadranu. Njihova ponuda tipično uključuje sadržaje poput masaža, tretmana ljepote, sauna, bazena i fitnesa. Ponuda raznih wellness paketa u kojima se kombiniraju usluge wellness centra s režimima prehrane, vježbanja, aromaterapije ili slično vrlo je uobičajena.

Uz hotele, manji broj topličkih kompleksa također je u značajnoj mjeri orijentiran na ponudu wellness sadržaja. Riječ je o toplicama koje su sve izvan sustava

¹ Top Terme, Topusko i Istarske Toplice uključene su u kategoriju „Lječilišta” s obzirom da koriste prirodne ljekovite činitelje, tako se promoviraju i kao takvi su uključeni u statističke podatke HGK.

² Navode se Specijalne bolnice koje su već učinile iskorake prema zdravstvenom turizmu i za koje se procjenjuje da imaju značajan potencijal za njegov daljnji razvoj.

HZZO-a i nalaze se u kontinentalnom dijelu zemlje. Uz standardne usluge masaža, tretmana ljepote i sauna, u ovim se kompleksima međutim velika pažnja pridaje i bazenskim sadržajima sa sustavima otvorenih i zatvorenih bazena te tzv. „*water fun*“ (npr. s valovima, toboganima, vodenim topovima i sl.) i/ili tematiziranim (npr. terapijski, relaksacijski i sl.) bazenima (npr. „Vodeni planet“ u Termama Tuhelj). Dio bazena uobičajeno je punjen termalnom ili ljekovitom vodom. Usluge se tipično kombiniraju i nude u sklopu brojnih tematskih paketa (npr. antistress, detox, programi mršavljenja i sl.). Neki kompleksi surađuju s medicinskim ustanovama šireći svoju ponudu i na medicinske programe (npr. Terme Sv. Martin i Lumbalis centar s tretmanima za kralježnicu).

Postojeća ponuda hotelskog i ne-hotelskog wellnessa nije medicinski nadzirana i ne zahtjeva zapošljavanje stručno osposobljenog zdravstvenog osoblja. Među postojećim ponuđačima wellness usluga, međutim, a to se odnosi osobito na veće spa komplekse i rastući broj hotelskih wellness centara, raste interes za zapošljavanjem stručnog medicinskog kadra, a što bi omogućilo daljnju specijalizaciju i mogućnost pružanja usluga medicinskog wellnessa (npr. dermatološki programi i manji zahvati, nutricionizam, fizioterapija i sl.). Neovisno o izostanku regulative koja bi propisivala (medicinsku) osposobljenost osoblja, postojeća razina uređenja, oprema, programi i uslužnost osoblja pretežito su na visokoj razini kvalitete. U tom smislu, u okviru postojećih gabarita, može se reći da je hrvatska wellness ponuda međunarodno konkurentna.

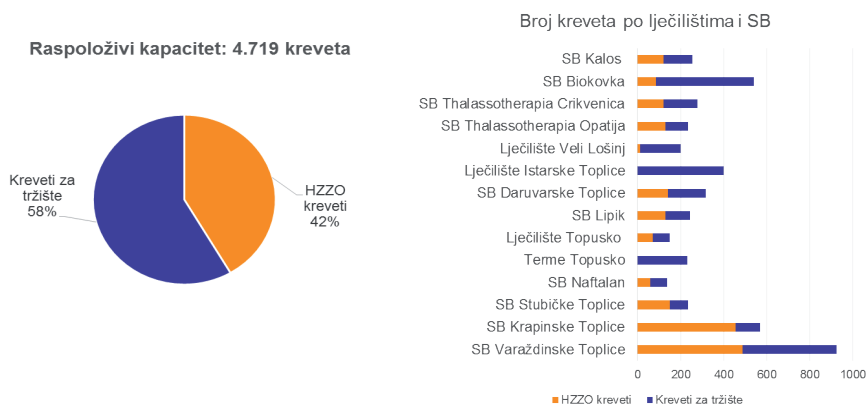
Za razliku od wellness ponude, ponuda lječilišnog turizma RH odnosi se ponajviše na medicinsku rehabilitaciju u okviru većeg broja specijalnih bolnica i manjeg broja lječilišta, a temelji se na korištenju prirodnih ljekovitih činitelja kao što su termalne vode, more, mineralna ulja, ljekovito blato i sl. S obzirom na činjenicu da lječilišni turizam u nas datira još od rimskih vremena, pri čemu se intenzivnije razvija od druge polovice 19. stoljeća, može se ustvrditi da upravo lječilišni turizam predstavlja temelj tržišne prepoznatljivosti cjelokupne hrvatske zdravstveno-turističke ponude.

Neovisno o njihovoj lokaciji i razlikama u korištenju prirodnih ljekovitih činitelja, gotovo sva hrvatske lječilišta/specijalne bolnice specijalizirane su za rehabilitaciju od posljedica širokog spektra oboljenja (kardiovaskularne, respiratorne, neurološke, ortopedske, lokomotorne i/ili dermatološke bolesti). Uz to, neke specijalne bolnice razvijaju dodatnu ekspertizu u specifičnim domenama kao što su suzbijanje rizičnih činitelja (npr. pretilost, pušenje) ili liječenje ozljeda sportaša. Sve ustanove raspolažu visoko stručnim, specijalističkim medicinskim kadrom i uglavnom suvremenom medicinskom opremom.

Uz izuzetak Istarskih i, odnedavno, Bizovačkih Toplica sve se specijalne bolnice i lječilišta nalaze u javnom, odnosno županijskom vlasništvu. Osim pruža-

nja usluga posredstvom Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO), sve su ustanove zainteresirane i za pružanje usluga zdravstvenog turizma na neproračunskom tržištu. Takvo je usmjerenje vidljivo i iz dostupnih podataka o njihovom poslovanju.

Ukupno raspoloživ smještajni kapacitet hrvatskih specijalnih bolnica i/ili lječilišta iznosio je u 2013. godini 4.719 kreveta. Od toga su kreveti koje zakupljuje HZZO iznosili 42%, dok je većinskih 58% bilo namijenjeno slobodnom tržištu. Udio kapaciteta u zakupu HZZO-a tijekom proteklih godina kontinuirano se smanjuje. Orijentacija pojedinih specijalnih bolnica i lječilišta na HZZO, odnosno na slobodno tržište varira od slučaja do slučaja. Tako, primjerice, najveće specijalne bolnice u zemlji, posebice SB Krapinske Toplice i SB Varaždinske Toplice, većinu svojih kapaciteta popunjavaju putem HZZO-a. S druge strane, Lječilište Istarske Toplice i Top Terme Topusko u potpunosti su orijentirani na tzv. neproračunsko tržište. Takva tendencija sve se više primjećuje i kog Lječilišta Veli Lošinj te SB Biokovka, dok SB Daruvarske Toplice te talasoterapije u Crikvenici i Opatiji pokazuju značajniji odmak od 'čistog' HZZO usmjerenja. U ostalim ustanovama oko 70% potražnje ili više vezano je u potpunosti ili djelomično uz HZZO.



Slika 3. Raspoloživi broj kreveta u lječilištima/specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju, 2013., Izvor: HGK, Zajednica zdravstvenog turizma

Iako u ovisnosti o svom okruženju i u okviru vrlo različitih mogućnosti sva lječilišta i specijalne bolnice ulažu značajan napor u prilagođavanje svoje ponude potrebama zdravstveno-turističkog tržišta, standard kvalitete osobito smještajnih te pratećih ugostiteljskih i rekreacijskih sadržaja, uz nekoliko iznimaka, uglavnom ne odgovara očekivanjima (međunarodne) turističke potražnje. Povrh

toga, u objektima nerijetko dominira 'bolnička' atmosfera, a sadržaji namijenjeni HZZO pacijentima i zdravstvenim turistima nisu razdvojeni (ili nisu odvojeni u dovoljnoj mjeri). Raspolažući samo s certifikatima kao što su uvriježeni ISO Standardi i zakonski obavezan HACCP koji reguliraju samo poslovne i higijenske procedure, ovim ustanovama nedostaju tržišno relevantni certifikati iz domene zdravstvene i medicinske stručnosti. U načelu, izostaje i interesno povezivanje, primjerice s drugim pružateljima zdravstvenih i/ili ugostiteljskih usluga, znanstvenim institucijama, ali i s turističkim posrednicima bez čega je nemoguće govoriti o stvaranju cjelovitog lanca vrijednosti u domeni lječilišnog turizma. Drugim riječima, može se konstatirati da ponuda specijalnih bolnica i lječilišta u nas, neovisno o pojedinačnom naporu nekoliko institucija, nije konkurentan na današnjem, izuzetno zahtjevnom, zdravstveno-turističkom tržištu.

Konačno, a kad je riječ o hrvatskoj ponudi u sferi medicinskog turizma, valja reći da većina velikih hrvatskih medicinskih ustanova u javnom vlasništvu, poput kliničkih bolničkih centara, kliničkih i općih bolnica ili poliklinika, a neovisno o sve većoj globalnoj potražnji, još uvijek ne pokazuje osobit interes za većim uključivanjem na tržište medicinskog turizma. Drugim riječima, medicinski turizam u Hrvatskoj moguće je u ovom trenutku poistovjetiti ponajviše s ponudom rastućeg broja specijaliziranih privatnih zdravstvenih ustanova koncentriranom ponajviše na području Zagreba, Istre i Kvarnera. Radi se uglavnom o srednjim i manjim ordinacijama specijaliziranim u najvećoj mjeri za stomatologiju, plastičnu kirurgiju i dermatologiju, IVF, oftalmologiju, fizikalnu medicinu i/ili rehabilitaciju, ali i o poliklinikama sa širim spektrom djelatnosti. Ne treba, stoga, čuditi što je, gledano na razini zemlje u cjelini, ponuda medicinskog turizma u nas još uvijek sporadična, nedovoljno diversificirana, relativno neorganizirana i slabo prepoznatljiva. U tom se kontekstu, naime, još uvijek ne može govoriti ni o klsterskom organiziranju na proizvodno-specijalističkoj osnovi, niti o vertikalnoj integraciji i povezivanju različitih dionika u cjeloviti destinacijski lanac vrijednosti. Tome valja pridodati i odsustvo međunarodno prepoznatljivih certifikacija, nedostatak sustavne nacionalne promocije kao i odsustvo snažne prodajne mreži 'incoming' agencija i specijaliziranih facilitatora. Samim tim, postojeća tržišna pozicija medicinskog turizma u nas određena je ponajviše pristupačnim cijenama za međunarodno prihvatljivu kvalitetu u nekoliko područja medicinske ekspertize, odnosno nedostatkom suvislog razvojnog koncepta na nacionalnoj razini.

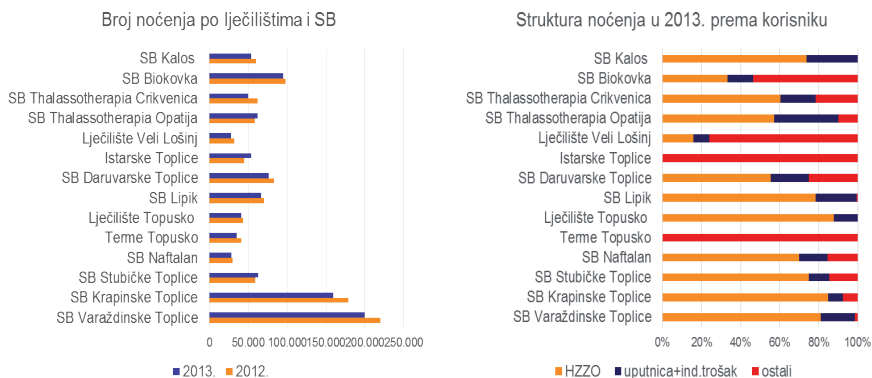
Iako se, dakle, trenutno ne može govoriti o Hrvatskoj kao međunarodno prepoznatljivoj destinaciji medicinskog turizma, ohrabruje kvaliteta stručnog medicinskog kadra kako u javnom, tako i u privatnom sektoru, ali i razina usluga, stupanj opremljenosti i uređenje privatnih klinika i/ili ordinacija koje se pojačano okreću medicinskom turizmu.

Potražnja za uslugama zdravstvenog turizma u RH

Što se tiče potražnje za pojedinim segmentima zdravstvenog turizma u nas, valja odmah istaknuti činjenicu da raspoloživi podaci postoje samo za segment lječilišnog turizma. Takvo stanje stvari logični je odraz dvije notorne činjenice:

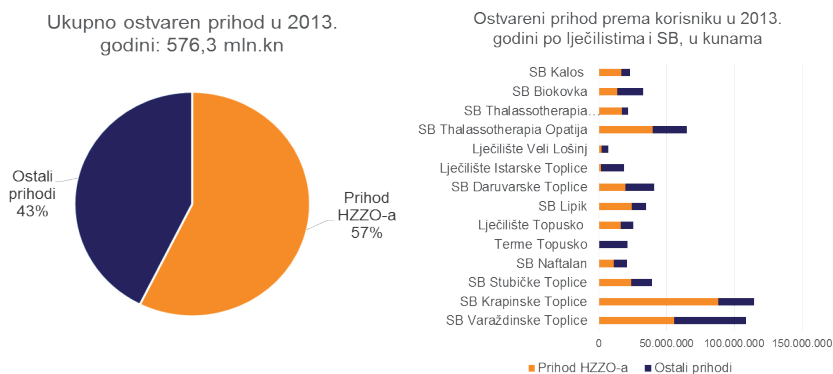
- usluga (hotelskog i/ili ne-hotelskog) wellnessa gotovo nigdje nije prerasla u prepoznatljiv i specifičan motiv turističkog dolaska, uslijed čega se posebno statistički ni ne prati. Samim tim, nijedna hotelska kuća u nas trenutno ne može dati kvalitetne podatke o postotku dominantno wellness motivirane potražnje u ukupnom broju ostvarenih noćenja. Sukladno tome, o volumenu wellness potražnje moguće je posredno prosuđivati samo na temelju kretanja popunjenosti hrvatske hotelske ponude viših kategorija. U tom smislu, a budući da je riječ o korištenju kapaciteta na razini od oko 50%, pri čemu je i dalje izrazita koncentracija na razdoblje od lipnja do rujna, nije za vjerovati da su zdravljem motivirani gosti do danas značajnije prepoznali potencijal hrvatske wellness ponude.
- u uvjetima opće nezainteresiranosti najvećeg dijela velikih medicinskih ustanova u javnom vlasništvu, poput kliničkih bolničkih centara, kliničkih i općih bolnica ili poliklinika za pružanjem zdravstveno-turističkih usluga, trenutno ne postoji nikakva zakonska obveza statističkog praćenja korisnika različitih usluga u sferi medicinskog turizma. Iako privatne bolnice, klinike i/ili ordinacije vjerojatno raspolažu određenim podacima, riječ je uglavnom o podacima koje ulaze u sferu poslovne tajne. U takvim uvjetima, dakle, nije moguće ni približno utvrditi ni broj trenutnih korisnika usluga medicinskog turizma, niti ukazati na određene trendove.

Neovisno o nedostatku relevantnih podataka na temelju kojih bi se moglo prosuđivati o volumenu potražnje za uslugama wellness i medicinskog turizma, segment lječilišnog turizma prilično je dobro statistički pokriven zahvaljujući redovitim anketama Zajednice za zdravstveni turizam pri HGK. Prema zadnje dostupnim podacima, tijekom 2013. godine u hrvatskim lječilištima i specijalnim bolnicama ostvareno je oko milijun noćenja. Pri tom valja naglasiti da su, uz iznimku SB Thalassotherapie Opatija, Lječilišta Istarske Toplice i SB Stubičke Toplice, sve ostale ustanove registrirale smanjenje broja noćenja u odnosu na prethodnu godinu (slika 4.). Gotovo dvije trećine ili 63% svih noćenja u 2013. godini ostvarili su 'čisti' HZZO korisnici, 15% su realizirali korisnici koji sami plaćaju noćenje i boravak dok troškove rehabilitacije snosi HZZO, dok se 22% odnosi na 'čiste' zdravstveno motivirane turiste koji samostalno snose sve troškove i čiji je boravak u potpunosti izvan sustava HZZO-a.



Slika 4. Ostvarena noćenja u lječilištima/specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju, 2013. Izvor: HGK, Zajednica zdravstvenog turizma

Nadalje, a kad je riječ o financijskom aspektu poslovanja, ukupni prihod ostvaren u hrvatskim lječilištima i specijalnim bolnicama u 2013. godini dostigao je iznos od 576,3 milijuna kuna. Veći dio prihoda, u udjelu od 57%, ostvaren je od HZZO-a, a 43% su prihodi ostvareni iz drugih izvora. Lječilište Istarske Toplice i Top Terme Topusko ostvaruju ukupne, a Lječilište Veli Lošinj većinske prihode na slobodnom tržištu, za specijalne bolnice Varaždinske Toplice, Daruvarske Toplice, Naftalan i Biokovka izvori izvan HZZO predstavljaju oko polovice prihoda, dok su ostale ustanove prihodovno pretežito vezane uz HZZO.



Slika 5. Ostvareni prihodi lječilišta/specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju, 2013. Izvor: HGK, Zajednica zdravstvenog turizma

OCJENA DOSTIGNUTOG STUPNJA RAZVOJA ZDRAVSTVENOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE – SWOT ANALIZA

Na temelju prethodno definiranih ključnih značajki zdravstvenog turizma u nas, a to znači svih njegovih segmenata (wellness, lječilišni i/ili medicinski) moguće je prilično objektivno prosuđivati o njegovim jakim i slabim stranama, ali i o prilikama u okruženju na kojima bi valjalo kapitalizirati, odnosno prijetnjama koje bi valjalo neutralizirati u vremenu koje dolazi.

Kad je riječ o snagama, posebno valja istaknuti raspoloživost i kvalitetu prirodnih ljekovitih činitelja, kvalitetu medicinskog kadra, ali i dugogodišnju tradiciju u pružanju zdravstveno turističkih usluga. Tome valja pridodati i rastući broj privatnih zdravstvenih ustanova (bolnica, klinika, ordinacija) zainteresiranih za zdravstveni turizam, uključujući i početke njihove kooperacije i/ili klsterskog povezivanja, kao i sve veći broj hotela s kvalitetnom wellness ponudom („hardware“ i „software“). Konačno, činjenica da je Hrvatska ekološki još uvijek relativno očuvana zemlja zasigurno pridonosi konkurentnosti zdravstveno-turističkog imidža.

Nakon sagledavanja jakih strana hrvatskog zdravstveno-turističkog proizvoda, teško se oteti dojmu da su slabe strane ipak dominantne. Na to ne ukazuje samo njihova brojnost, već i „specifična težina“. U tom smislu, vjerojatno najveće slabosti hrvatskog zdravstvenog turizma predstavlja činjenica da još uvijek ne postoji njegova suvisla razvojna vizija, a time ni razvojni model koji bi omogućio priljev novog razvojnog kapitala, a time i propulzivni razvoj ovog specifičnog turističkog proizvoda na način kako je to, primjerice, urađeno u Sloveniji i/ili Mađarskoj. Nedostatak razvojne vizije zasigurno je odgovoran i za činjenicu da je većina specijalnih bolnica još uvijek u vlasništvu svojih osnivača (županije), ali i za današnju neusklađenost zakona u ingerenciji Ministarstva turizma i Ministarstva zdravlja kojima se regulira poslovanje u sferi zdravstvenog turizma. U takvim uvjetima, sasvim je logično da se većina specijalnih bolnica i/ili lječilišta orijentira pojačano na manje zahtjevne korisnike HZZO sustava, manje na neproračunsku zdravstveno-turističku potražnju. Nadalje, veliki nedostatak zasigurno predstavlja i nefunkcionalan sustav akreditacije zdravstvenih ustanova. Naime, iako u Hrvatskoj djeluje Agencija za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi kao pravna osoba nadležna za ocjenu kvalitativne razine zdravstvenih tehnologija i procedura sukladno Zakonu o kvaliteti zdravstvene zaštite, postupak akreditacije još uvijek nije počeo iz razloga što nije donesen Pravilnik o akreditacijskom postupku. Samim tim, usluge zdravstvenih ustanova u nas još uvijek nije moguće adekvatno kontrolirati. Također nedostatak predstavlja i zamisao da sustav akreditacije zdravstvenih ustanova u Hrvatskoj bude dobro-

voljan, a ne obvezujući. Svemu tome valja dodati i nezainteresiranost većine javno-zdravstvenih ustanova za uključivanje na međunarodno tržište zdravstvenog turizma, a o čemu zorno svjedoči i činjenica da gotovo nijedna od ovih ustanova ne posjeduje međunarodno priznate zdravstveno-turističke certifikacije, a što je bitno za međunarodnu prepoznatljivost na zdravstveno-turističkom tržištu. Konačno u nedostatke hrvatskog zdravstvenog turizma svakako valja ubrojiti i lošu koncesijsku politiku u sferi eksploatacije mineralnih izvora, nedostatak suvisle nacionalne promocije i nedostatak specijaliziranih agenata/posrednika u prodaji zdravstveno-turističkih usluga kao i manjkav lanac vrijednosti u lječilišnim destinacijama.

Jake strane	Slabe strane	
<ul style="list-style-type: none"> • Blizina velikim emitivnim tržištima i dostupnost Hrvatske • Atraktivnost i ekološka očuvanost Hrvatske • Raspoloživost, kvaliteta i tradicija korištenja prirodnih ljekovitih činitelja • Kvaliteta medicinskog kadra i dobra reputacija zdravstvenih usluga • Konkurentne cijene • Rastući broj hotela s kvalitetnom wellness ponudom • Rastući broj kvalitetnih privatnih zdravstvenih ustanova zainteresiranih za zdravstveni/medicinski turizam • Početak samoorganiziranja privatnog sektora • Rast broja privatnih zdravstvenih osiguravatelja 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak razvojne vizije • Nedostatak razvojnog modela • Neusklađenost zakona s područja zdravlja i turizma • Zastarjeli/potkapitalizirani objekti lječilišta i specijalnih bolnica (SB) • Ograničen razvojni potencijal lječilišta i SB zbog postojeće vlasničke strukture • Nedostatak tržišne usmjerenosti lječilišta i SB (prevelika ovisnost o HZZO sustavu) • Nedovoljna snaga specijaliziranih posrednika • Manjkav destinacijski lanac vrijednosti • Nedovoljna multidisciplinarnost obrazovanja • Ograničena nacionalna promocija • Koncesijska politika za termalne izvore • Nepostojanje akreditacije i nedostatan certificiranje • Nedostatak kontrole kvalitete usluge • Nedovoljna snaga klastera i udruga 	
<p style="text-align: center;">i</p> <th data-bbox="280 1101 629 1139">Prilike</th> <th data-bbox="642 1101 994 1139">Prijetnje</th>	Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Starenje populacije • Rizik profesionalnih bolesti • Svijest o potrebi očuvanja zdravlja • Komplementarnost EU sustava zdravstvenog osiguranja • Proširenje zdravstvenog osiguranja na usluge preventive u EU • Diversifikacija potrošačkih segmenata i proizvođača zdravstvenog turizma • Rastuća uloga kompetencija u medicini • Međunarodna prepoznatljivost Hrvatske kao turističke destinacije • Prepoznatljivost Srednje Europe kao zdravstveno-turističke destinacije • Razvoj specijaliziranih facilitatora • Raspoloživost EU fondova/programa 	<ul style="list-style-type: none"> • Urušavanje nacionalnih sustava zdravstvenog osiguranja • Sve veći broj konkurentskih destinacija • Brzi razvoj tehnologije koji nameće potrebu za stalnim visokim investicijama • Sve veći zahtjevi/očekivanja (međunarodnih) potrošača 	

Slika 6. SWOT analiza zdravstvenog turizma Republike Hrvatske. Izvor: Autori

Neovisno o utvrđenim slabostima u svim sferama zdravstveno-turističke ponude, brojne su prilike na kojima bi Hrvatska ipak mogla kapitalizirati. Prije svega, a imajući na umu starenje populacije, pojačan rizik od profesionalnih bolesti i jačanje svijesti o potrebi očuvanja zdravlja, na takav zaključak upućuje ne samo sve povoljniji međunarodni imidž Hrvatske kao turističke destinacije, već i sve veća komplementarnost EU sustava zdravstvenog osiguranja. U takvim uvjetima, uz pretpostavku razvoja specijaliziranih agenata/facilitatora zdravstvenog turizma u nas i efikasnog korištenja sredstava iz EU fondova u cilju modernizacije postojećih lječilišta i/ili izgradnje novih objekata zdravstveno-turističke ponude, Hrvatska bi se već u relativno kratkom roku mogla uspješno uključiti na globalno zdravstveno-turističko tržište. U takvim nastojanjima, međutim, valja uvijek imati na umu i činjenicu da će na tržištu zdravstvenog turizma svakim danom biti sve veći broj konkurentskih destinacija, da su zahtjevi međunarodne zdravstveno-turističke potražnje iz dana u dan sve viši te da, sukladno tome, valja tržištu nuditi zdravstveno-turističku uslugu najviše kvalitete. SWOT analiza zdravstvenog turizma RH detaljno je prikazana na slici 6.

ODREDNICE POŽELJNOG TRŽIŠNOG PROFILIRANJA ZDRAVSTVENO-TURISTIČKOG PROIZVODA REPUBLIKE HRVATSKE – KLJUČNI ČINITELJI USPJEHA

Kao što je prethodne već naglašeno, razvoj hrvatskog zdravstvenog turizma u vremenu pred nama podrazumijeva kapitaliziranje na prilikama, uz istodobno neutraliziranje (ili barem minimiziranje) potencijalnih prijetnji u okruženju. Da bi to bilo moguće, osim donošenja ciljno usmjerene vizije na kojoj će se, potom, uspostaviti prikladni razvojni model, potrebno je pobliže ukazati na odrednice poželjnog zdravstveno-turističkog tržišnog profiliranja. Riječ je o svojevrsnim ključnim činiteljima uspjeha koje valja maksimalno poštivati ukoliko se želi napraviti značajniji međunarodni iskorak.

Bez obzira na činjenicu da je pojedini segmenti hrvatskog-zdravstveno-turističkog proizvoda na različitom stupnju međunarodne tržišne spremnosti, pri čemu je situacija u sferi wellness turizma zasigurno najpovoljnija, čini se da bi poželjnu viziju integralnog zdravstveno-turističkog proizvoda RH valjalo temeljiti na sljedećim načelima (slika 7).



Slika 7. Načela za uspostavu vizije zdravstvenog turizma Hrvatske. Izvor: Autori

Polazeći od poželjnih načela budućeg razvoja, a osim nužnog osuvremenjivanja postojeće i razvoja nove zdravstveno-turističke ponude („hardware“), ključni činitelji uspjeha za uspješnu komercijalizaciju zdravstveno-turističkog proizvoda RH vezani su ponajviše za četiri skupine tzv. „mekih“ kriterija međunarodne konkurentnosti (slika 7). To su: (i) značajke zdravstveno-turističke usluge, (ii) kvalitativna obilježja institucije koja pruža zdravstveno-turističku uslugu, (iii) značajke destinacije u kojoj se pruža zdravstveno-turistička usluga, odnosno (iv) sustav promocije i prodaje.

Kad je riječ o značajkama zdravstveno-turističke usluge u svakom pojedinačnom objektu/ustanovi, uz prikladnu razinu cijena, dokazanu ljekovitost prirodnih činitelja, vrhunsku kvalitetu i maksimalni stupanj posvećenosti liječničkog i drugog osoblja korisniku usluge i njegovoj pratnji, posebnu pažnju valja posvetiti i činiteljima kao što su transparentna i cjelovita informacija o zdravstvenim uslugama koje se nude, mogućnost konzultacija s korisnicima usluga prije njihovog neposrednog dolaska, postojanje unaprijed definiranih procedura u slučaju komplikacija, ali i mogućnosti komuniciranja na stranim jezicima.

S druge strane, a što se tiče kvalitativnih obilježja institucija u kojima se obavlja konkretna zdravstvena usluga, uz suvremenu opremu, primjerenu uređenost prostora, izgradnja primjerene reputacije podrazumijeva, osobito u slučaju medicinskog turizma, međunarodnu akreditaciju i certifikaciju te maksimalnu posvećenost vrhunskim higijenskim standardima (kako bi se minimizirao rizik od različitih tzv. bolničkih infekcija).

Budući da uspjeh na globalnom zdravstveno-turističkom tržištu danas podrazumijeva i adekvatnu infra/suprastrukturu na razini same destinacije u kojoj

se nalazi pružatelj zdravstvene usluge, činitelji o kojima svakako valja voditi računa uključuju laku dostupnost, uređenost mjesta (uključujući i visoku ekološku svijest), raspoloživost ne-bolničkog smještaja, raspoloživost ugostiteljskih, kulturnih, sportskih, zabavnih sadržaja.

Konačno, čak i u slučaju da su zadovoljeni svi prethodno navedeni kriteriji, uspješna komercijalizacija nacionalnog zdravstveno-turističkog proizvoda neće biti moguća bez adekvatnog sustava promocije i prodaje. U tom smislu posebno valja ukazati na potrebu efikasne nacionalne promocije, a koja se, dobrim dijelom, može bazirati i na suradnji s međunarodnim agentima/facilitatorima zdravstveno-turističkih putovanja.

<p>USLUGA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Razina cijena • Kvaliteta liječnika i ostalog stručnog osoblja • Dokazana i priznata ljekovita svojstva prirodnih činitelja • Mogućnost konzultacije, detaljno objašnjenje zahvata prije dolaska • Transparentna informacija o sadržaju kupljene usluge • Postojanje jasne politike/procedure u slučaju komplikacija • Odnos prema gostu i pratitelju (prepoznavanje potreba, uslužnost) • Mogućnost komunikacije s osobljem na stranim jezicima
<p>INSTITUCIJA (PRUŽATELJ USLUGA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Akreditacija i certifikacija (međunarodna, ovisno o potražnji) • Ugled • Kvaliteta i kontinuirano osuvremenjivanje opreme • Higijenske procedure • Ambijent prostora
<p>DESTINACIJA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Laka dostupnost, lagan ulaz u zemlju • Uređenost destinacije • Raspoloživost kvalitetnog ne-bolničkog smještaja prihvatljive cijene • Raspoloživost raznovrsnih pratećih sadržaja i usluga
<p>SUSTAV PROMOCIJE I PRODAJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizirani facilitatori i incoming turističke agencije • Mogućnost organizacije zdravstvenog i turističkog dijela boravka • Jednostavan način plaćanja usluga • Ažurne informacije o destinaciji • Efikasna nacionalna promocija

Slika 8. Ključni činitelji uspjeha za razvoj tržišno konkurentnog zdravstveno-turističkog proizvoda. Izvor: Autori

ZAKLJUČAK

Kad je riječ o zdravstvenom turizmu i njegovom budućem razvoju, može se zaključiti da je Hrvatska na svojevrsnoj prekretnici:

- ili će se, u nedostatku strateškog promišljanja razvoja ovog kompleksnog turističkog proizvoda, a time i neadekvatnog upravljanja njegovim razvojem na nacionalnoj razini, nastaviti dosadašnji razvojni trendovi, zbog

čega će sve veći broj individualnih ponuđača zdravstveno-turističkih usluga u nas polako gubiti korak sa zahtjevima potražnje, uz istodobno daljnje smanjivanje konkurentnost Hrvatske kao zdravstveno-turističke destinacije,

- ili će se, uslijed shvaćanja ekonomskog i marketinškog potencijala (imidž) zdravstvenog turizma na globalnoj razini te mogućnosti koje se Hrvatskoj na tom tržištu pružaju, napraviti kvalitativni iskorak u: (i) osuvremenjivanju potrebne zdravstveno-turističke infra i suprastrukture, osobito u kontekstu razvoja lječilišnog i medicinskog turizma, (ii) poticanju suradnje relevantnih dionika zdravstvenog turizma na javno-javnom, privatno-privatnom i javno-privatnom planu, osobito u kontekstu osiguravanja prijeko potrebne dubine i širine zdravstveno-turističkog lanca vrijednosti, odnosno (iii) načinu komercijalizacije zdravstveno-turističkog proizvoda Hrvatske, osobito u kontekstu promjene današnje međunarodne percepcije Hrvatske na međunarodnom tržištu zdravstveno-turističkih destinacija.

Polazeći od razumijevanja važnosti zdravstvenog turizma za pozicioniranje Hrvatske na svjetskom turističkom tržištu, ali i analize dosadašnjeg razvoja zdravstveno turističkog proizvoda Hrvatske, rad je ukazao na ključne trendove o kojima valja voditi računa u razvoju zdravstveno turističke ponude. S obzirom da su, na toj osnovi, nadalje, specificirani ključni nedostaci koje valja ukloniti kao i prilike u okruženju na kojima bi valjalo temeljiti buduće tržišno pozicioniranje zdravstvenog turizma Hrvatske, ali i definirana poželjna razvojnih načela te prepoznati ključni činitelji uspjeha dugoročno održivog razvoja sva tri karakteristična oblika zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, može se reći da ovaj rad daje važne inpute nositeljima turističke politike, osobito u sferi zdravstvenog turizma, o poželjnim pravcima budućeg djelovanja.

LITERATURA

1. Accenture (2012). *The 'Greater' Wealth Transfer: Capitalizing on the Intergenerational Shift in Wealth*, <http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture-CM-AWAMS-Wealth-Transfer-Final-June2012-Web-Version.pdf>, accessed 3. 6. 2014.
2. BOOKMAN, M.Z. and K.R. BOOKMAN (2007) *Medical Tourism in Developing Countries*. New York: Palgrave MacMillian.
3. CARRERA, P. M. i BRIDGES, J. F. P. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism, *Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research*, Vol. 6, No. 4 , pp. 447-454.

4. CONNELL, J. (2103), Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification, *Tourism Management*, Vol 34, pp. 1-13.
5. EDELHEIT, (2008). Medical Tourism System Model, *International Journal of Tourism Sciences*, Vol 11, No. 1, pp. 17-51.
6. HALL, R. E. & JONES, I. J. (2004). *The Value of Life and the Rise in Health Spending*, NBER Working Paper No. 10737.
7. HENDERSON, J. C. (2003). Healthcare tourism in southeast Asia. *Tourism Review International*, 7(3-4), 111-121.
8. HITREC, T. (1998.) Zdravlje kao trajna odrednica i razvojna šansa hrvatskog turizma. U: MIRIĆ, D., VLAHOVIĆ, D. (ed.) *Zdravlje i turizam*. Split: Hrvatsko kardiološko društvo, TZ SDŽ, 17-27.
9. KOLLMUSS, A. & AGYEMAN, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental education research*, Vol 8, Issue 3, pp. 239-260.
10. KONCUL, N. (2012). Wellness: A new mode of tourism. *Ekonomska istraživanja*, Vol 25, No. 2, pp. 525-534.
11. KUŠEN, E. (2005). Zdravstveni turizam, . U: ČORAK, S.; MARUŠIĆ, Z. (ur.). *TOMAS trendovi - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 1987-2008*. Zagreb : Institut za turizam, 2009. str. 215-238.
12. LUTZ, W., SANDERSON, W, & SCHERBOV, S (2008). The coming acceleration of global population ageing, *Nature*, 451, pp. 716-719.
13. MIDDLEMISS, L. (2010). Reframing Individual Responsibility for Sustainable Consumption: Lessons from Environmental Justice and Ecological Citizenship, *Environmental Values*, Vol. 19, No. 2, pp. 147-167.
14. Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012.-2020., NN 116/2012.
15. POCOCK, N. S. & PHUA, K. H. (2011). Medical tourism and policy implications for health systems: a conceptual framework from a comparative study of Thailand, Singapore and Malaysia, *Globalization and Health*, Vol 7, No. 12.
16. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine; NN 55/2013.
17. SMITH, M. & PUCZKO, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*, London: Butterworth-Heinemann.
18. TELIŠMAN KOŠUTA, N.; GATTI, P.; IVANDIĆ, N. (2005). *Konkurentna sposobnost hrvatskog turizma*. Zagreb: Institut za turizam.

SAŽETAK

PRETPOSTAVKE ODRŽIVOSTI ZDRAVSTVENOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ – NAČELA RAZVOJA I KLJUČNI ČINITELJI USPJEHA

Neovisno o činjenici da je razvoj zdravstvenog turizma u nas istaknut kao jedan od prioritetnih strateških usmjerenja hrvatske turističke politike, valja konstatirati da se na osuvremenjivanju zdravstveno-turističke ponude Hrvatske još uvijek ne radi gotovo ništa, osobito u kontekstu prijeko potrebnog podizanja tržišne spremnosti najvećeg broja hrvatskih specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju i lječilišta. U želji da se takvo stanje promijeni nabolje, a vodeći računa o globalnim trendovima od interesa za razvoj zdravstvenog turizma u svijetu, ovaj rad ukazuje na ključna načela kao i na ključne činitelje uspjeha na kojima bi valjalo temeljiti tržišno pozicioniranje ovog kompleksnog turističkog proizvoda u budućnosti.

Ključne riječi: zdravstveni turizam; Hrvatska; trendovi; razvojna načela; činitelji uspjeha.

SUMMARY

PRECONDITIONS FOR THE CROATIAN HEALTH TOURISM SUSTAINABILITY – DEVELOPMENT PRINCIPLES AND KEY SUCCESS FACTORS

Regardless of the fact that health tourism development has been highlighted as one of the priority goals for Croatian tourism in the years to come, one needs to be aware that almost nothing has been done so far to modernize the country's outdated health tourism offer. This is especially true in the case of a much-needed increase in market readiness of most, publicly owned health/spa facilities. In order to change this situation for the better, and taking into account the global trends of interest for the development health tourism destinations, this paper outlines key development principles, as well as key success factors on which one should base successful market (re)positioning of the Croatian health tourism product in the future.

Key Words: health tourism Croatia; trends; development principles; success factors.