

Wellness turizam - perspektive razvoja u Republici Hrvatskoj

Švec, Ema

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:087788>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-20**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Diplomski rad br. 410/PE/22

Wellness turizam - perspektive razvoja u Republici Hrvatskoj

Ema Švec, 0281021554

Varaždin, listopad



Sveučilište Sjever

Studij Poslovne ekonomije

Diplomski rad br. 410/PE/22

WELLNESS TURIZAM – PERSPEKTIVE RAZVOJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Student

Ema Švec, 0281021554

Mentor

izv. prof. dr. sc. Petar Kurečić

Varaždin, listopad

SAŽETAK

U današnje vrijeme turistička su kretanja sve popularnija te sve više turista odabire destinacije koje će najbolje zadovoljiti njihove potrebe. Turisti traže sve više i više, naročito ne žele više samo „sunce, more i pješčana plaža“ već ih zanima aktivan odmor. Sve su popularniji specifični oblici turizma kao što su wellness i zdravstveni turizam koji se polako razvija i u Hrvatskoj. Wellness i zdravstveni turizam odnose se na putovanja u stranu zemlju radi zdravstvenih usluga. Ovakva putovanja najviše se događaju radi bolje kvalitete zdravstvenih usluga i onog najvažnijeg – jeftinijih cijena. Kada je ljudima potrebno bilo kakvo liječenje ili druga zdravstvena usluga, putuju u strane zemlje na liječenje zbog nedostupnosti te usluge u svojoj zemlji ili neadekvatnosti pristupačnih izvora u vlastitoj zemlji. Što se tiče Hrvatske, povijest wellness i zdravstvenog turizma nije toliko daleka, većina hotela nudi wellness te se sve više otvaraju poliklinike koje privlače turiste kao što su stomatološke poliklinike i klinike za estetsku kirurgiju što su najtraženiji tretmani koje stranci traže u Hrvatskoj. No, wellness i zdravstveni turizam se ipak razlikuju iako većinu puta idu jedan uz drugog.

Ključne riječi: wellness turizam, zdravstveni turizam, turističko putovanje, marketing u turizmu, Hrvatska.

ABSTRACT

At present day, tourist movements are becoming more and more popular, and a greater number of tourists are choosing destinations that will best meet their needs. Tourists are looking for more, they do not just want “sun, sea and sandy beach” anymore, they are interested in an active holiday. Specific forms of tourism such as wellness and health tourism, which are slowly developing in Croatia, are becoming more and more popular. Wellness and health tourism refer to travel to a foreign country for health services. Such trips mostly take place because people seek better quality of health services and the most important thing – cheaper prices. When people need any kind of treatment or other health service, they travel to foreign countries for treatment due to the unavailability of that service or the inadequacy of accessible resources in their own country. As for Croatia, the wellness and health tourism don't go that far away in history, most hotels offer wellness and more and more polyclinics that attract tourists are opening, such as dental polyclinics and cosmetic surgery clinics, which are the most sought-after treatments that foreigners seek in Croatia. However, there is a difference between wellness and health tourism, although most of the time they go hand in hand.


Keywords: wellness tourism, health tourism, tourist travel, marketing in tourism, Croatia.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJI	diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija		
PRISTUPNIK	Ema Švec	MATIČNI BROJ	0281021554
DATUM	09.09.2022.	KOLEGIJI	Turizam, razvoj i turistička politika
NASLOV RADA	Wellness turizam - perspektive razvoja u Republici Hrvatskoj		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Wellness Tourism - Developmental Perspectives in the Republic of Croatia		
MENTOR	Petar Kurečić	ZVANJE	izv. prof. dr. sc.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. prof. dr. sc. Anica Hunjet, predsjednica		
	2. doc. dr. sc. Dijana Vuković, članica		
	3. izv. prof. dr. sc. Petar Kurečić, član		
	4. prof. dr. sc. Ante Rončević, zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	410/PE/22
OPIS	Wellness i zdravstveni turizam dva su relativno novija specifična oblika turizma koji se međusobno povezuju. Ovi oblici odnose se ponajviše na brigu o vlastitom zdravlju, odnosno na težnju prema boljem i kvalitetnijem životu. U Republici Hrvatskoj se wellness turizam nudi više u hotelskom aranžmanu, dok zdravstveni turizam sve više raste otvaranjem privatnih poliklinika. Osvremenjivanjem ponude i obnovom postojećih objekata, ali i izgradnjom novih, Hrvatska može postati jaka konkurencija ostalim wellness i zdravstvenim destinacijama.
Ciljevi rada:	<ul style="list-style-type: none">- definirat će se wellness i zdravstveni turizam te njihove razlike;- definirat će se rizici zdravstvenog turizma;- definirat će se profili korisnika wellness i zdravstvenog turizma;- prikazat će se primjeri wellness i zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj;- utvrdit će se mogućnosti razvoja wellness i zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj;- istražiti će se utječe li kvaliteta wellness i zdravstvenog turizma na cijenu;- definirat će se zaključak.
ZADATAK URUČEN	12.09.2022.
POTPIS MENTORA	 <i>Petar Kurečić</i>

SADRŽAJ

1. UVOD	7
2. WELLNESS TURIZAM.....	8
2.1. Wellness kroz povijest.....	9
2.2. Struktura i načela wellness turizma.....	12
2.3. Korisnici wellness turizma	15
2.4. Vrste wellnessa	18
3. ZDRAVSTVENI TURIZAM	20
3.1. Zdravstveni turizam kroz povijest.....	22
3.2. Vrste zdravstvenog turizma	24
3.3. Rizici zdravstvenog turizma	25
4. WELLNESS TURIZAM U HRVATSKOJ.....	27
4.1. Swot analiza wellness turizma u Hrvatskoj	27
4.2. Razvoj i mogućnosti razvoja wellnessa u Hrvatskoj.....	29
5. ZDRAVSTVENI TURIZAM U HRVATSKOJ	30
5.1. SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	30
5.2. Primjeri zdravstvenog i wellness turizma u Hrvatskoj.....	31
5.3. Mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj	34
6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE	35
6.1. Metode i uzorak istraživanja	35
6.2. Rezultati istraživanja	36
6.3. Diskusija rezultata istraživanja	53
6.4. Statistička obrada podataka	54
6.4.1. Cronbach Alpha – koeficijent pouzdanosti	54
6.4.2. T - test.....	55
7. ZAKLJUČAK.....	56
8. LITERATURA	57
POPIS SLIKA	59
POPIS GRAFOVA	60

1.UVOD

Wellness je vezan uz mnoga područja ljudskog djelovanja, uključujući turizam, medicinu, arhitekturu, sport i slično. Glavna uloga wellnessa je briga o vlastitom zdravlju, odnosno održavanje tijela i duha na zdrav način, kondicije, tjelesne i mentalno opuštanje i održavanje unutarnjeg mira. Posljednjih godina wellness centri u hotelijerstvu postali su tzv. "must have" proizvodi koji doprinose dodanoj vrijednosti hotela i podizanju kvalitete pruženih usluga. Republika Hrvatska još nije toliko popularna u wellness turizmu te je ova vrsta turizma praktički tek u začetku. Uz ovaj pojam veže se i zdravstveni turizam iako on nije isto što i wellness turizam. U ovom diplomskom radu biti će pojašnjeni pojmovi wellness turizma, zdravstvenog turizma, razlike između ova dva pojma, rizici zdravstvenog turizma, profili korisnika ovih vrsta turizma te primjeri u Republici Hrvatskoj.

Cilj ovog diplomskog rada je utvrditi koja su to općenita obilježja wellness i zdravstvenog turizma kako u svijetu tako i u Republici Hrvatskoj te kako su turisti zadovoljni omjerom cijene i kvalitete tih usluga koje Republika Hrvatska nudi. Zatim te ciljeve potkrijepiti primjerima iz Hrvatske te pomoću anketnog upitnika. Glavna hipoteza ovog rada je:

H1: Cijena wellness i zdravstvenih usluga u Republici Hrvatskoj zadovoljavajuća je naspram kvalitete koju Republika Hrvatska nudi u wellness i zdravstvenom turizmu.

Metode istraživanja ovog rada su sekundarni izvori odnosno izvori podataka koji već postoje te metoda analize i sinteze. Rad je podijeljen na tri glavna dijela – uvod, razrada i zaključak.

2. WELLNESS TURIZAM

Wellness je moderna riječ s drevnim korijenima. Ključna načela wellnessa kao preventivnog i holističkog pojma mogu se pratiti od drevnih civilizacija od Istoka (Indija, Kina) do Zapada (Grčka, Rim). U Europi i Sjedinjenim Državama u 19. stoljeću paralelno s konvencionalnom medicinom razvili su se različiti intelektualni, vjerski i medicinski pokreti. Svojim fokusom na holističke i prirodne pristupe, samoizlječenje i preventivnu njegu, ovi pokreti su danas pružili čvrste temelje za wellness. Postoje dva važna aspekta ove definicije. Prvo, wellness nije pasivno ili statičko stanje, već “aktivna potraga” koja je povezana s namjerama, izborima i postupcima dok radimo na optimalnom stanju zdravlja i dobrobiti. Drugo, wellness je povezan s holističkim zdravljem – to jest, proteže se dalje od fizičkog zdravlja i uključuje mnoge različite dimenzije koje bi trebale funkcionirati u skladu. Wellness je individualna težnja – sami smo odgovorni za vlastite izbore, ponašanja i stilove života, ali na njega također značajno utječu fizičko, društveno i kulturno okruženje u kojem živimo. Wellness se često miješa s pojmovima kao što su zdravlje, dobrobit i sreća. Iako među njima postoje zajednički elementi, wellness se razlikuje po tome što se ne odnosi na statično stanje (tj. biti sretan, dobro zdravlje ili stanje dobrobiti). Umjesto toga, wellness je povezan s aktivnim procesom svjesnosti i donošenja odluka koje vode prema ishodu optimalnog holističkog zdravlja i dobrobiti.¹ Wellness je više od samo fizičkog zdravlja. Većina modela wellnessa uključuje najmanje šest dimenzija što prikazuje sljedeća slika:



Slika 1. Prikaz modela wellnessa

(preuzeto sa <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>, 17.1.2022.)

¹ Čitić T., Wellness turizam kao čimbenik poboljšanja kvalitete života, 2016.

Objašnjenje tih modela je:

Fizički model: Njegovanje zdravog tijela vježbanjem, prehranom, spavanjem itd.

Mentalni model: Uključivanje svijeta kroz učenje, rješavanje problema, kreativnost itd.

Emocionalni model: Biti svjestan, prihvaćati i izražavati svoje osjećaje te razumjeti osjećaje drugih.

Duhovni model: Traganje za smislom i višom svrhom u ljudskom postojanju.

Društveni model: Povezivanje i sudjelovanje s drugima i našim zajednicama na smislen način.

Okolišni model: Poticanje pozitivnih međusobnih odnosa između planetarnog zdravlja i ljudskih djelovanja, izbora i dobrobiti.

Jedan od načina razumijevanja wellnessa je razmatranje zdravlja kao kontinuuma koji se proteže od bolesti do stanja optimalne dobrobiti. S jedne strane, pacijenti lošeg zdravlja koriste medicinsku paradigmu za liječenje bolesti te oni reaktivno i epizodično stupaju u interakciju s liječnicima i kliničarima koji pružaju skrb. S druge strane, ljudi se proaktivno usredotočuju na prevenciju i maksimiziranje svoje vitalnosti. Oni usvajaju stavove i stil života koji sprječavaju bolesti, poboljšavaju zdravlje i poboljšavaju kvalitetu života i osjećaj dobrobiti. Drugim riječima, wellness je proaktivan, preventivan i vođen samoodgovornošću. Rast wellnessa proširenje je te potrošačke vrijednosti i svjetonazora. Wellness se razlikuje od zdravstvene skrbi. Naši zdravstveni sustavi koriste patogeni i reaktivni pristup, usmjeren na uzroke, posljedice, dijagnostiku i liječenje bolesti i ozljeda. Nasuprot tome, wellness je salutogeni i proaktivni pristup, usmjeren na prevenciju, zdrav stil života i težnju za optimalnom dobrobiti. U konačnici, čvrsti temelji za wellness pomažu nam u prevenciji i prevladavanju bolesti, kako sada tako i u budućnosti.² Razlika između zdravstvenog i wellness turizma je u tome što su korisnici zdravstvenog turizma povezani sa svojim zdravstvenim problemima te putuju kako bi dobili odgovarajuću skrb ili terapiju dok wellness turisti putuju radi želje za tretmanima.

2.1. Wellness kroz povijest

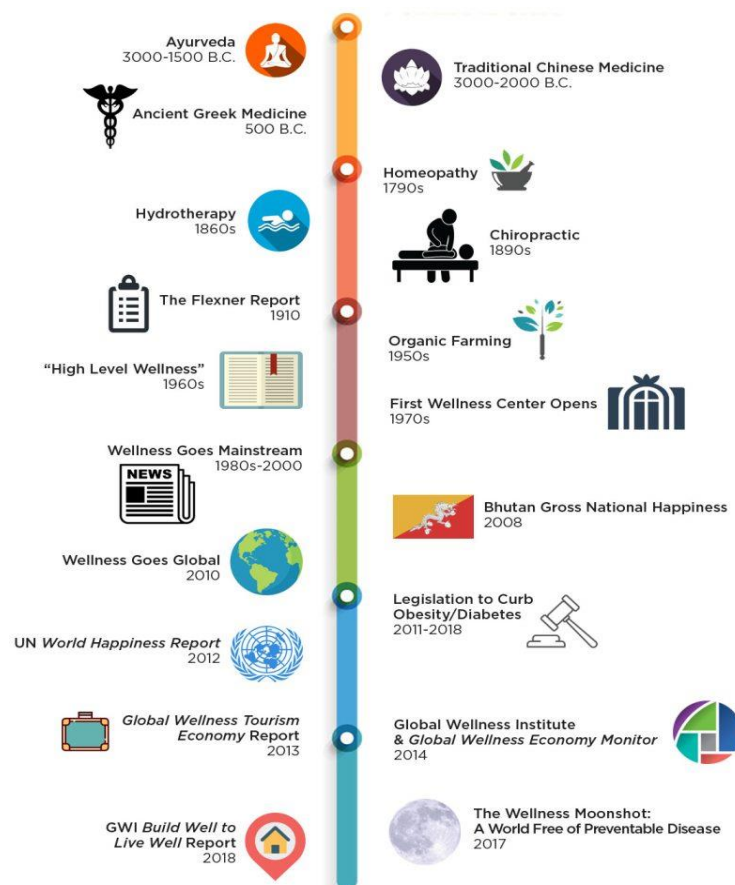
² <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>, 17.1.2022.

Wellness je postao popularan od 1950-ih godina, no samo podrijetlo wellnessa je daleko starije, čak iz drevnih dana. Aspekti wellnessa čvrsto su ukorijenjeni u nekoliko intelektualnih, vjerskih i medicinskih pokreta u Sjedinjenim Američkim Državama u Europi još u 19. stoljeću. Također načela wellnessa mogu se pratiti i u drevnim civilizacijama poput Grčke, Rima i Azije čije su povijesne tradicije utjecale na wellness turizam kakav danas poznajemo. Što se tiče wellnessa iz drevnih vremena, odnosno 3000.-1500. godina prije Krista, tada se razvio pojam Ayurveda koja je nastala kao usmena tradicija. Ayurveda se definira kao holistički sustav koji nastoji stvoriti sklad između tijela, uma i duha. Njene su karakteristike prilagođene jedinstvenoj konstituciji svake osobe u pogledu njihovih potreba hrane, vježbanja, socijalizacije i higijene. Cilj Ayurvede je sprečavanje bolesti takvim načinom života, odnosno korištenjem yoge i meditacije. 3000.-2000. godine prije Krista razvija se tradicionalna kineska medicina. Ta vrsta medicine primjenjuje se na holističkoj perspektivi koja postiže zdravlje i dobrobit i njeguje životni sklad. 500 godina prije Krista pojavio se prvi liječnik Hipokrat koji je bio usredotočen na prevenciju bolesti te je tvrdio da je bolest samo proizvod hrane i lošeg načina života. 50. godine prije Krista prihvaća se Hipokratovo mišljenje te se javni zdravstveni sustav starog Rima razvio i uvelike pomogao pri sprečavanju bolesti.³ U 19. stoljeću novi intelektualni pokreti, duhovne filozofije i medicinske prakse su se razmnožavale u Sjedinjenim Državama i Europi. Brojne alternativne metode zdravstvene skrbi koje se usredotočuju na samoizlječenje, holistički pristup i preventivnu njegu, uključujući homeopatiju, osteopatiju, kiropraktiku i naturopatiju osnovane su tijekom tog razdoblja i stekle su široku popularnost u Europi i SAD-u. Druge nove filozofije bile su više duhovno orijentirane i bile su instrumentalne u propagiranju moderne ideje da je primarni izvor fizičkog zdravlja nečije mentalno i duhovno stanje. 1650-ih godina upotreba riječi "wellness" u engleskom jeziku datira iz tih godina. 1790-ih njemački liječnik Christian Hahneman razvio je homeopatiju što označava sustav koji koristi prirodne tvari za promicanje odgovora tijela na samoizlječenje. U 20. stoljeću wellness se sve više širi te ga ozbiljnije počinju shvaćati medicinski, akademski i korporativni svijet. Potkraj 20. stoljeća mnoge su korporacije počele razvijati programe zdravlja na radnom mjestu. Industrija fitnessa i toplica u svijetu doživjela je brzi rast.⁴

³ Koncul N., Wellness: A new mode of tourism

⁴ <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/history-of-wellness/>, pristupljeno 20.4.2022.

Do 2014. više od polovice svjetskih poslodavaca koristilo je strategije promicanja zdravlja, dok je trećina prema izvješću Bucks Consultants uložila u cjelovite wellness programe. Medicinski stručnjaci i stručnjaci za samopomoć koji promoviraju wellness (najpoznatiji dr. Mehmet Oz, Deepak Chopra i Andrew Weil) postali su poznata imena. Wellness je u biti ušao u kolektivnu svjetsku psihu i vokabular i čvrsto je ukorijenjen u medijima i sve većem broju medicinskih ustanova i vlada. Prije 40 godina kada su lječilišta prvi put došla u prvi plan kao opcija za putovanja, postojalo je samo nekoliko desetaka onih koji su s vremenom postali poznati kao izvorni. Odredišne toplice bile su drugačije od lječilišta u odmaralištu jer su uistinu imala obrazovnu komponentu odmora. Karakteristike wellnessa u ovom stoljeću su luksuzne saune, luksuzni bazeni s posebnim namjenama, dvorane za vježbanje i rekreaciju te meniji u restoranima sa posebnom prehranom.



Slika 2. Evolucija wellnessa

(preuzeto sa <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/history-of-wellness/>, 20.4.2022.

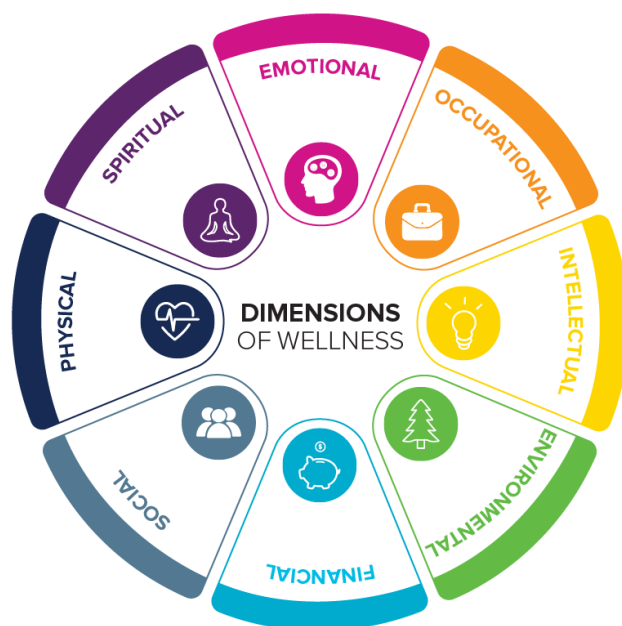
2.2. Struktura i načela wellness turizma

Prema poznatom psihologu i wellness treneru Michaelu Arloski konceptirano je deset temeljnih načela wellnessa.

1. **Wellness je holistički koncept:** Sve što je manje od toga je nepotpuno te neučinkovito. Potrebno je sagledati osobu u cijelosti te odabrati dimenziju wellnessa koja nam se čini najbližom.
2. **Samopoštovanje je ključni čimbenik promjene:** Potrebno je napraviti pregled svog života te učiniti potrebne promjene i pronaći motivaciju. Treba pronaći ono što osobu sprečava da se osjeća dobro i da uživa u svom tijelu i duhu.
3. **Ljudi koji su u našem okruženju nam pomažu ili nas sputavaju:** Pozitivne zdravstvene norme vršnjaka potiču promjene u dobrom načinu života. Obostrano korisni odnosi s prijateljima, obitelji i kolegama koji brinu o nama kao ljudima ono su što trebamo tražiti i stvarati u svom životu. Umjesto da budu ugroženi našim osobnim rastom, oni ga podržavaju.
4. **Izaći iz transa:** Svjesno živjeti znači postati svjestan svih izbora koje imamo i djelovati po njima. Potrebno je svjesno raditi na odnosima i životnim ciljevima.
5. **Osjećaj povezanosti s drugim ljudima, vrstama i zemljom što nas utemeljuje:** Svojom predanošću cijenimo i štitimo svoj okoliš i to načinom na koji živimo svoje živote i načinom na kojim glasamo. Kroz naš kontakt s prirodnim svijetom doživljavamo čvrst osjećaj pripadnosti, mira i sklada.
6. **Mi smo prije svega odgovorni za svoje zdravlje:** Emocionalni i životni izbori određuju zdravlje i dobrobit. Uvijek je potrebno biti iskren prema sebi.
7. **Iz povećane samodostatnosti proizlazi samopouzdanje i moć koja zasjenjuje sam strah:** Potrebno je naučiti vještine koje podižu samopouzdanje i samopoštovanje.
8. **Koliko god je svima potrebno vrijeme s drugim ljudima, toliko je i potrebno da vrijeme provedemo sami sa sobom:** Vrijeme provedeno sa samim sobom pomaže pri opuštanju.
9. **Nije potrebno biti savršen da bi se osjećao dobro:** Kad god zdrave navike prođu u kompulzivno ponašanje, osoba obično zadnja dolazi do te spoznaje.
10. **Igraj se!:** Treba se razvedriti i ne shvaćati samog sebe preozbiljno.⁵

⁵ Čičić T., Wellness turizam kao čimbenik poboljšanja kvalitete života, 2016.

Također postoji i definiranih osam dimenzija wellnessa kojima je cilj naći ono što zainteresiranoj osobi najviše odgovara.



Slika 3. Shema osam dimenzija wellnessa (preuzeto sa <https://shcs.ucdavis.edu/health-and-wellness/eight-dimensions-wellness>, 20.04.2022.)

Prvi je emocionalni wellness koji uključuje razvijanje svijesti o osjećajima i svakodnevnoj interakciji. Neke od mogućnosti na koji se može potaknuti emocionalna svijest je da se odvoji vrijeme za sebe uz smirenje svog uma. Zatim prihvaćanje podrške i pomoći od drugih ljudi te prihvaćanje i priznavanje grešaka. Iza emocionalnog, slijedi profesionalni wellness koji omogućava istraživanje različitih mogućnosti karijere i poticaj na mogućnosti u kojima se može pronaći najveći užitek. Zatim je intelektualni wellness koji daje poticaj na kreativnu i mentalno poticanje aktivnosti. On zahtijeva cjeloživotno učenje te kulturnu uključenost, uključenost u razne zajednice i slično. Sljedeći je jako bitan – ekološki wellness. On se odnosi na vođenje osobnog stila koji cijeni odnos između samih ljudi, zajednice i okoliša. Temeljno načelo ovog wellnessa je poštivanje prirode i prirodne zajednice. Financijski wellness uključuje proces učenja uspješnog upravljanja troškovima. Fizički wellness označava sposobnost održavanja kvalitete života koja omogućava da se izvuče maksimum iz svakodnevnih aktivnosti. Također vrlo važan socijalni wellness usredotočuje se na izgradnju i njegovanje smislenih odnosa s pojedincima ili pak zajednicama. Uključuje pokazivanje poštovanja prema drugima, sebi i ostalim kulturama. I zadnja wellness dimenzija je duhovno zdravlje koje omogućava osobi da

bude u skladu sa svojim unutarnjim osjećajima. Ovaj dio wellnessa omogućuje da se pronađe smisao u životnim situacijama pomoću duhovnosti i zdravog duha.⁶

⁶ <https://shcs.ucdavis.edu/health-and-wellness/eight-dimensions-wellness>, 20.04.2022.

2.3. Korisnici wellness turizma

Korisnike odnosno turiste wellness turizma vrlo je teško definirati zbog toga što se nudi mnogo vrsta i različitih usluga. U sljedećem prikazu prikazani su profili korisnika prema vrsti wellness turizma:

Tradicionalni SPA → masaža, sauna, turska kupelj

KORISNICI: Starije osobe s specifičnim bolestima

Hoteli i SPA centri za dnevno korištenje → kozmetički tretmani, aromaterapija, jacuzzi

KORISNICI: Žene, gosti s većim primanjima i poslovni turisti

Spa centri za rekreaciju → bazeni, turska kupelj, jacuzzi, sauna, fitness

KORISNICI: obitelji s djecom, parovi

Talasoterapija centar → inhalacija, zdravstveni problemi, hidroterapija, soli

KORISNICI: osobe s astmom i bronhitisom te plućnim bolestima

Holistički centri → joga, masaža

KORISNICI: žene starije od 35 godina

Joga centri → joga i meditacija

KORISNICI: Zaposlene žene iznad 40 godina

Medicinski centri → Operacije, plastična kirurgija, stomatologija

KORISNICI: Osobe starije od 30 godina⁷

⁷ Izrađeno prema: Čitić T., Wellness turizam kao čimbenik poboljšanja kvalitete života, 2016.

Postoji zabluda da su wellness putnici mala, elitna i bogata skupina turista koji posjećuju destinacijske toplice, lječilišta ili jogu i meditaciju. Zapravo, wellness putnici čine mnogo širu i raznolikiju skupinu potrošača s mnogim motivacijama, interesima i vrijednostima.

GWI (GLOBAL WELLNESS INSTITUTE) identificira dvije vrste wellness putnika:

Primarni wellness putnik: Putnik čije je putovanje ili izbor destinacije prvenstveno motiviran wellnessom.

Sekundarni wellness putnik: Putnik koji nastoji održavati wellness tijekom putovanja ili sudjeluje u wellness iskustvima dok ide na bilo koju vrstu putovanja za slobodno vrijeme ili posao.⁸

Važno je napomenuti da primarna i sekundarna wellness putovanja može obaviti ista osoba na različitim putovanjima, a ove dvije vrste wellness putovanja jačaju jedna drugu. S vremenom će se neki sekundarni wellness putnici odlučiti za primarno wellness putovanje jer njihov interes i iskustvo s wellnessom raste. Na primjer, osoba koja posjeti vrući izvor za vrijeme obiteljskog odmora (sekundarno wellness putovanje) može kasnije biti motivirana za planiranje vikend bijega u hot spring resortu (primarno wellness putovanje).

Prema istraživanju Alliet Market Research u kojem je analizirano tržište wellness turizma u 2020. godini te predviđanja do 2030., veličina globalnog tržišta procijenjena je na 801,6 milijardi dolara, a predviđa se da će do 2030. doseći i 1.592,6 milijardi dolara. Putovanja na mjesta i objekte kao što su bolnice, toplice, wellness centri i ostalo dio je životnog stila. Sklonost turista da se druži s lokalnim stanovništvom i da upozna njihovu kulturu zbog održivog načina života, smanjenja stresa i prevencije bolesti rezultirala je povećanjem broja wellness turista.⁹

⁸ <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>

⁹ Alliet Market Research, brošura Global Wellness Tourism Market, <https://www.alliedmarketresearch.com/wellness-tourism-market>, 20.04.2022.

Potrošači se sve više trude živjeti zdravijim životom te se segmentiraju u pet skupina na temelju njihovih pristupa zdravom životu:

1. Wellness entuzijast: 23% wellness potrošača izjašnjava se wellness entuzijastom. Za ove je potrošače živjeti zdravo njihov životni stil te je to dio njihovog identiteta.
2. Obrazovan i dobrostojeći: U ovoj su skupini muškarci i žene iznad 55 godina koji vjeruju da odabiru pametnije izbore zbog svoje informiranosti.
3. Uravnoteženi vjernici: „Sve je u modernizaciji“ je glavna nit vodilja ovih potrošača. Ova skupina se danas odlučuje za zdravije izbore više nego godinu prije.
4. Obeshrabreni ljudi na dijeti: Ova skupina je probala sve dijetne trendove, no bez ikakvog uspjeha. Ovdje su najzastupljenije žene, a izazov za wellness turizam je da ovoj vrsti potrošača da motivaciju da počnu ispočetka i probaju ponovo.
5. Nemotivirani milenijalci: 18% milenijalaca priznaje da se ne trudi oko zdravog načina života, pogotovo mladi koji ne brinu o problemima sa zdravljem, a trebali bi.¹⁰

¹⁰ Dadamo A., brošura 5 types of health and wellness consumers, <https://www.stellarising.com/blog/infographic-5-types-of-health-and-wellness-consumers-wmi>, 20.04.2022.

2.4.Vrste wellnessa

Wellness turizam kao široki višedimenzionalni koncept nudi razne vrste usluga ovisno o potrebama turista. Wellness turizam stalno raste zahvaljujući mnogim čimbenicima, uključujući globalizaciju, napredak u tehnologiji i sve veću razinu svijesti o drugim kulturama. Stoga, wellness turizam možemo prikazati na sljedećih deset primjera¹¹:

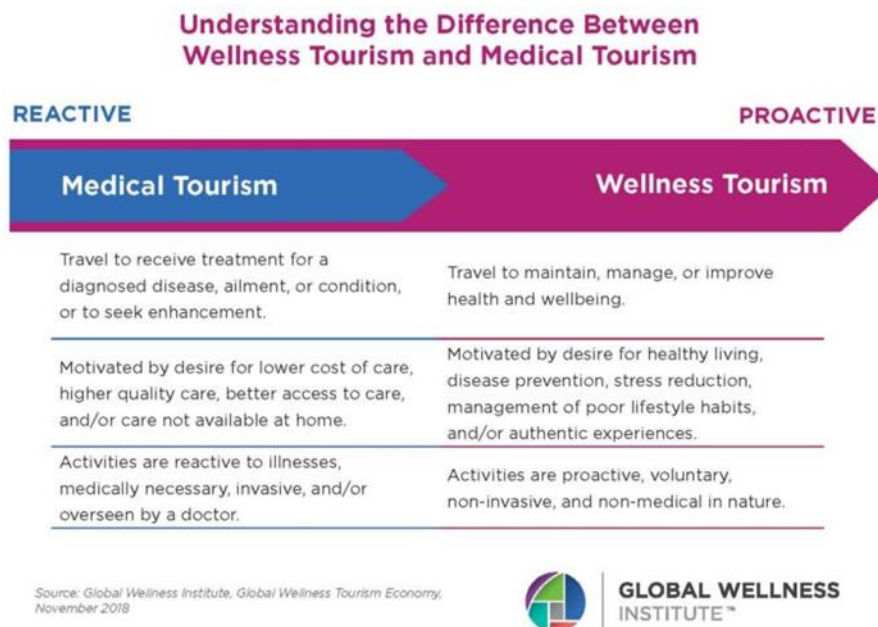
1. Termalna voda – toplice: U toplicama se koristi termalna voda sa toplih izvora. Turisti na ova mjesta putuju zbog svojih prirodnih ljekovitih svojstava radi prevencije ili liječenja raznih bolesti kao što su problemi sa kožom, respiratorni problemi, kardiovaskularne bolesti i slično.
2. Tranzicijska terapija: Ova vrsta wellnessa pomaže ljudima koji prolaze kroz različite stadije u životu, bilo da se radi o oporavku od bolesti ili gubitku neke osobe. Takve se terapije provode u grupi ili samostalno.
3. Yoga i pilates: Ova dva pojma su jedni od najpoznatijih oblika tjelovježbe na svijetu. Mnogi turisti kombiniraju opuštajući odmor sa ovakvom vrstom tjelovježbe.
4. Kulinarski wellness odmori: Hrana je veliki dio mnogih kultura i često ima snažan utjecaj na naše cjelokupno zdravlje. Kulinarski wellness odmori se sastoje od učenja o lokalnoj kuhinji i na koji način se ona može iskoristiti za poboljšanje zdravlja.
5. Ayurveda: Kao što je već ranije objašnjeno što je Ayurveda, ona je vrlo bitna za vraćanje ravnoteže u tijelu i umu kroz kombinaciju tretmana kao što su masaže i slično.
6. Spa odmor: Spa odmarališta popularan su izbor za one koji traže opuštanje. Spa odmori mogu se naći u cijelom svijetu i nude niz različitih tretmana kao što su masaže, tretmani lica i tijela i ostalo.
7. Spa i „vinski“ odmor: Mnogi wellness centri nude kombinaciju spa tretmana i kušanja vina.

¹¹ <https://beblissfultravel.com/wellness-tourism-examples/>, pristupljeno 21.04.2022.

8. Eko – turizam: Eko - turizam je postao popularna vrsta turizma koja nudi doživljaj prirode, a wellness eko-turizam može biti izuzetno korisno iskustvo za one koji žele pomoći u očuvanju prirodnih staništa. Eko odmarališta često uključuju izlete kao što su planinarenje, vožnja kajakom ili kanuom, jahanje, ronjenje.
9. Meditacijski odmor: Ovaj oblik wellness odmora sličan je yogi i pilatesu.
10. Wellness krstarenja: Ovakvi oblici krstarenja često uključuju tečajeve joge i meditacije, menije zdrave hrane i opuštajuće spa tretmane.

3.ZDRAVSTVENI TURIZAM

Wellness turizam često je povezan s zdravstvenim turizmom – ne samo od strane potrošača, već i u destinacijskom marketingu. Ova zbrka uzrokovana je nepotpunim razumijevanjem tih tržišta i nedosljednim korištenjem terminologija od strane destinacija, vladinih organizacija i agencija za promociju. Ponekad se pojam "zdravstveni turizam" također koristi kao ulov za opisivanje mnogih vrsta medicinskih i wellness usluga i aktivnosti - od operacije otvorenog srca i stomatološke njege do odredišnih toplica i joge uzrokujući daljnju zbunjenost. Zapravo, ta dva sektora uglavnom djeluju u zasebnim područjima i zadovoljavaju različite potrebe potrošača.



Slika 4. <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>

Na lijevoj strani prikaza su loše zdravlje, ozljede i bolesti. Medicinska paradigma liječi ta stanja. To se tiče zdravstvenog turizma. Na primjer putovanje na drugo mjesto na operaciju ili stomatološki tretman jer je pristupačniji, kvalitetniji ili nedostupan kod kuće. Na desnoj strani prikaza nalazi se wellness, a to su proaktivne stvari koje se rade kako bi se održali zdrav način života, smanjio stres, spriječile bolesti i poboljšala dobrobit. To je ono što motivira wellness turizam.

Stoga, zdravstveni turizam je kada osoba putuje u drugu zemlju radi medicinske skrbi. Na primjer, svake godine milijuni stanovnika SAD-a sudjeluju u zdravstvenom turizmu. Zdravstveni turisti iz Sjedinjenih Država obično putuju u Meksiko i Kanadu, kao i zemlje Srednje Amerike, Južne Amerike i Kariba. Ljudi mogu putovati u drugu zemlju kako bi dobili zdravstvenu zaštitu iz više razloga, uključujući trošak za liječenje ili postupak koji može biti jeftiniji u drugoj zemlji, kulturu odnosno primanje skrbi od pružatelja zdravstvene zaštite koji dijeli kulturu i jezik putnika te nedostupan ili neodobreni postupak. Najčešći postupci koje ljudi prolaze na putovanjima zdravstvenog turizma uključuju stomatološku njegu, kirurgiju, estetsku kirurgiju, tretmane plodnosti, transplantaciju organa i tkiva te liječenje raka. Odredišta zdravstvenog turizma za stanovnike SAD-a od država uključuju Argentinu, Brazil, Kostariku, Kubu, Indiju, Maleziju, Meksiko, Singapur i Tajland. Prilikom pregleda rizika povezanih s zdravstvenim turizmom, putnici bi trebali uzeti u obzir i postupak i odredište. Inozemni objekti ne smiju održavati akreditaciju ili licencu pružatelja usluga, pratiti podatke o ishodu pacijenta ili održavati službena pravila o privatnosti ili sigurnosti medicinske evidencije. Zdravstveni turisti također bi trebali biti svjesni da lijekovi i medicinski proizvodi i proizvodi koji se koriste u stranim zemljama možda neće biti podvrgnuti istom regulatornom nadzoru i nadzoru kao u Sjedinjenim Američkim Državama. Osim toga, neki lijekovi mogu biti krivotvoreni ili na drugi način neučinkoviti (na primjer, istekli, kontaminirani ili nepravilno pohranjeni). Većina zdravstvenih turista plaća svoju skrb u vrijeme pružanja usluge i često se oslanjaju na privatne tvrtke ili medicinske usluge kako bi identificirali strane zdravstvene ustanove. Neke američke tvrtke za zdravstveno osiguranje i veliki poslodavci uspostavili su saveze sa zdravstvenim ustanovama izvan Sjedinjenih Država kako bi kontrolirali troškove.¹²

¹² <https://globalwellnessinstitute.org/>

3.1.Zdravstveni turizam kroz povijest

Davno prije nego što su Amerikanci zakoračili na strano tlo radi medicine, zdravstveni putnici iz cijelog svijeta tražili su nadaleko i naširoko najbolju liječničku uslugu. Može se reći da je koncept zdravstvenog putovanja star koliko i sama medicina. Povijest medicinskog turizma zapravo seže u antičko doba. Studije drevnih kultura oslikavaju snažnu vezu između religije i zdravstvene skrbi koja datira tisućama godina unatrag. Većina drevnih civilizacija prepoznala je terapijske učinke mineralnih termalnih izvora i svetih hramskih kupki. Sumerani su oko 4000. godina prije Krista izgradili najranije poznate zdravstvene komplekse koji su bili oko toplih izvora. Ove zdravstvene ustanove uključivale su veličanstvene izdignute hramove s tekućim bazenima. Što se tiče Rima i stare Grčke, stari Grci su prvi postavili temelje za sveobuhvatnu mrežu zdravstvenog turizma. U čast svog boga medicine, Asklepija, Grci su podigli hramove Asclepia koji su postali neki od prvih zdravstvenih centara na svijetu. Kada je Rim postao globalna sila pojavilo se nekoliko toplih kupki i izvora zvanih thermae i steklo popularnost među elitom. Ove kupke nisu bile samo zdravstvene ustanove, već su postale komercijalni i centri društvenih mreža za bogate i elitu. U srednjem vijeku odnosno u dobu renesanse, nije se istaknuo samo preporod umjetnosti i kulture u Europi i Engleskoj, već je to bilo i razdoblje u kojem je cvjetao zdravstveni turizam. Tijekom 16. stoljeća europski bogataši ponovno su otkrili rimske terme i hrlili u turističke gradove s toplicama poput St. Mortiza, Ville d'Eauxa, Baden Badena, Aachena i Batha u Engleskoj. Bath ili Aquae Sulis uživao je kraljevsko pokroviteljstvo i bio je poznat u cijelom poznatom svijetu. Postao je centar mondenog wellnesa i postao igralište za bogate i slavne. Najistaknutiji putnik u povijesti zdravstvenog turizma bio je Michel Eyquem de Montaigne. On je bio francuski izumitelj i vjerovalo se da je otac luksuznih putovanja. Pomogao je u pisanju najranijeg dokumentiranog spa vodiča u povijesti zdravstvenog turizma. Što se tiče bliže povijesti zdravstvenog turizma, Azijska ekonomska kriza 1997. i kolaps azijskih valuta potaknuli su vladine dužnosnike u tim zemljama da usmjere turističke napore u marketing svojih zemalja kao vrhunskih odredišta za međunarodnu zdravstvenu skrb. Tajland je brzo postao središte za plastičnu kirurgiju s naknadama koje su bile samo djelić onoga što zapadne zemlje mogu ponuditi. Tajland, Singapur i Indija postali su legitimna zdravstvena odredišta zahvaljujući JCI akreditaciji. Druge zemlje jugoistočne Azije i

Latinske Amerike pojavljuju se kao odredišta za zdravstvenu njegu, kao i s JCI akreditacijom i partnerstvima s istaknutim zdravstvenim djelatnicima sa sjedištem u SAD-u.¹³

Što se tiče razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj, on se počeo razvijati krajem 19. i početkom 20. stoljeća. Glavni preduvjeti razvitku zdravstvenog turizma bila je dobra prometna povezanost s velikim gradovima te ugodna klima, morska obala te termalne vode. Čimbenici koji određuju zdravstveni odnosno lječilišni turizam su: kupališna mjesta s ljekovitom vodom, mjesta s povoljnom klimom, morske zone s talasoterapijom te ljekovita blata.¹⁴ Najatraktivnije destinacije u tom vremenu bile su toplice počevši od Varaždinskih. Zatim su poznate bile i toplice Topusko, Daruvar i Lipik. Prva lječilišta bila su otvorena u Opatiji, Lošinj i Savudriji. Ulaganja u zdravstveni odnosno lječilišni turizam započela su u Opatiji 1884. i to građenjem najstarijeg hotela na Jadranu – Hotela Kvarner. Nakon Opatije, velika lječilišna „meka“ postaje i otok Lošinj. Prvi su otok Lošinj otkrili austrijski liječnici zbog njegove povoljne klime. Stoga, 1892. godine otok Lošinj dobiva status klimatskog lječilišta i oporavilišta.¹⁵ Nakon 2. svjetskog rata toplice su postale društveno vlasništvo te je većina spomenutih lječilišta bilo pretvoreno u specijalne bolnice. Pacijenti koji su koristili usluge specijalnih bolnica svoje su tretmane provodila preko socijalnog zdravstvenog osiguranja, no ono je ukinuto 1977. godine odnosno smanjio se udio plaćenih liječenja, a povećao se broj privatnih pacijenata. U novije doba, Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje smanjuje kapacitete u zakupu te od lječilišta traže da se orijentiraju prema zdravstvenom turizmu. Stoga su se prema tome razvili vodeni parkovi unutar lječilišta odnosno toplica.¹⁶

¹³ Vadlja L., Wellness turizam u Hrvatskoj, 2018.

¹⁴ Vučaj E., Razvoj zdravstvenog i medicinskog turizma u Hrvatskoj, 2018.

¹⁵ Habuš L., Wellness turizam u Hrvatskoj, 2018.

¹⁶ Vučaj E., Razvoj zdravstvenog i medicinskog turizma u Hrvatskoj, 2018.

3.2.Vrste zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam jedan je od vrlo novih koncepata u turističkoj industriji. Postoje tri glavne kategorije u zdravstvenom turizmu.

→Odlazni zdravstveni turizam - U ovoj vrsti turizma osoba napušta zemlju svog podrijetla u drugu zemlju kako bi dobila medicinsku pomoć. Na primjer, napuštanje Italije kako bi dobili medicinsku skrb u Hrvatskoj

→Ulazni zdravstveni turizam - U ovoj vrsti turizma osoba iz druge zemlje putuje u zemlju domaćina kako bi dobila medicinsku pomoć. Na primjer, napuštanje Kanade radi liječenja u SAD-u

→Domaći zdravstveni turizam - U ovoj vrsti turizma osoba putuje u drugi grad u istoj zemlji kako bi dobila medicinsku pomoć. Na primjer, napuštanje Splita radi liječenja u Zagrebu.¹⁷

Prema najpopularnijim vrstama tretmana, zdravstveni turizam može se podijeliti i na:

1. **Stomatologija:** Turisti često traže stomatološke zdravstvene ustanove izvan svoje zemlje radi jeftinijih cijena ili bolje kvalitete usluga.
2. **Ortopedija:** Turisti se okreću boljim zdravstvenim ustanovama van svoje zemlje radi boljeg tretmana i liječenja svog lokomotornog sustava.
3. **Estetska kirurgija:** Kako bi uklonili znakove starenja ili promijenili i poboljšali stanje, liječnici prate izgled osobe radi kozmetičkih ili plastičnih operacija. To zahtijeva visoko razvijene tehnološke postupke i instrumente te se pacijenti za to odlučuju putovati u druge zemlje.
4. **Liječenje plodnosti:** Ljudi često traže destinacije zdravstvenog turizma gdje mogu liječiti neplodnost. Dakle, glavni razlog je kada je u pitanju liječenje plodnosti, ljudi žele najbolju opciju i ne žele riskirati.¹⁸

¹⁷ www.asma.org/asma/media/asma/Travel-Publications/paxguidelines.pdf

¹⁸ <https://www.madrehealthcare.com/top-10-types-of-medical-tourism/>, pristupljeno 24.5.2022.

3.3. Rizici zdravstvenog turizma

Svi medicinski i kirurški zahvati nose određeni rizik, a komplikacije se mogu pojaviti bez obzira na to gdje se liječenje prima. Slijedeći primjer iz gornjeg odlomka, moguće zarazne komplikacije povezane s medicinskim postupcima koji se provode izvan Sjedinjenih Država uključuju infekcije rana, infekcije krvotoka, infekcije dobivene od donora i stjecanje patogena koji se prenose krvlju, uključujući hepatitis B, hepatitis C i HIV. Rizik od stjecanja infekcija otpornih na antibiotike može se povećati u određenim zemljama ili regijama; čini se da su neki visokootporni patogeni (kao što je Enterobacteriaceae otporni na karbapenem) češći u nekim zemljama u kojima stanovnici SAD-a odlaze koristiti usluge zdravstvenog turizma. Dokumentirano je nekoliko izbijanja zaraznih bolesti među zdravstvenim turistima. Nedavni primjeri uključuju infekcije kirurškog mjesta uzrokovane netuberkuloznim mikobakterijama kod pacijenata koji su bili podvrgnuti estetskoj operaciji u Dominikanskoj Republici i Q groznicu kod pacijenata koji su primali injekcije fetalnih ovčjih stanica u Njemačkoj. Štetne komplikacije među medicinskim turistima slične su onima koje se vide kod pacijenata koji primaju medicinsku skrb u Sjedinjenim Državama i uključuju kiruršku dehiscenciju reza, krvne ugruške ili abnormalnosti kontura nakon estetske operacije. Medicinske ili kirurške komplikacije mogu zahtijevati naknadnu skrb od zdravstvenog djelatnika u Sjedinjenim Američkim Državama. Medicinski turisti trebali bi zatražiti kopiju svoje medicinske dokumentacije i dostaviti ih zdravstvenim djelatnicima za svaku daljnju skrb. Medicinski turisti trebaju biti svjesni dodatnih rizika povezanih s putovanjem tijekom liječenja od zdravstvenog stanja ili tijekom oporavka nakon operacije ili drugog postupka. Zračni promet i operacija samostalno povećavaju rizik od krvnih ugrušaka, uključujući duboku venu trombozu i plućnu emboliju; putovanja i operacije zajedno dodatno povećavaju rizike. Tlakovi u kabini komercijalnih zrakoplova otprilike su jednaki vanjskom tlaku zraka na 6.000–8.000 stopa nadmorske visine. Zdravstveni turisti ne bi trebali letjeti 10 dana nakon operacije prsnog koša ili abdomena kako bi izbjegli rizike povezane s promjenama atmosferskog tlaka. Nadalje, Američko društvo plastičnih kirurga savjetuje ljudima koji su imali kozmetičke zahvate na licu, kopcima ili nosu, ili koji su imali laserske tretmane, da pričekaju 7-10 dana prije leta. Zrakoplovno liječničko udruženje objavilo je medicinske smjernice za putovanje zrakoplovom koje pružaju korisne informacije o rizicima putovanja s određenim zdravstvenim stanjima.¹⁹

Zdravstvenim turistima se također savjetuje da izbjegavaju tipične aktivnosti odmora koje mogu ometati iscjeljenje kao što su sunčanje, konzumiranje alkohola, plivanje, duge ture ili bavljenje napornim aktivnostima ili vježbanje nakon operacije.

4. WELLNESS TURIZAM U HRVATSKOJ

Institut za turizam 2018. godine napravio je brošuru i istraživanje o wellness i zdravstvenom turizmu u Republici Hrvatskoj. U Hrvatskoj korisnici wellness i zdravstvenog turizma pretežito su stranci i dolaze iz bližih emitivnih tržišta dok lječilišne usluge više koriste domaći gosti. Glavni motivi za ovakve vrste putovanja su fizikalna terapija, relaksacija, stomatologija te rehabilitacija. Wellness turizam u Hrvatskoj najčešće se odvija u hotelima i toplicama, a zdravstveni u ordinacijama i raznim klinikama i poliklinikama. Najčešći gosti odnosno korisnici wellnessa dolaze iz Njemačke, Slovenije, Italije, Austrije te čak i Velike Britanije. Zdravstveni turizam najviše koriste gosti iz Italije koji u Hrvatsku prvenstveno dolaze radi stomatoloških zahvata koji su ovdje mnogo povoljniji nego u Italiji. Zašto turisti biraju Hrvatsku? Najprije zbog europske kvalitete, konkurentnih cijena, prekrasne destinacije te zdravstvenog osiguranja Europske Unije. Hrvatska se može pohvaliti termalnim i mineralnim izvorima, morskom vodom i zrakom, rijekama i jezerima, planinskim krajevima i otocima koji pružaju mir i spokoj kao najvažniji uvjet za fizički i psihički oporavak čovjeka. Neki krajevi kao što je Opatija, poznata kao utemeljitelj turizma u Hrvatskoj, od 1880. godine poznata je po svojim terapijskim sposobnostima koje se mogu pronaći u klimi, vegetaciji i povoljnom položaju uz more u podnožju planina. S obzirom da je Hrvatska jedna od zemalja koja nudi visokokvalitetne zdravstvene usluge po vrlo pristupačnim cijenama, to će biti dodatni razlog za zdravstvena putovanja. Cijena usluga, ovisno o sadržaju tretmana ili zahvata, može biti znatno jeftinija od istih usluga i postupaka u drugim zapadnoeuropskim zemljama. Turistička privlačnost i povoljna klima, izvrsna medicinska usluga i turizam, ugled medicinskog osoblja i cjenovna konkurentnost Hrvatske u pružanju medicinskih usluga čine Hrvatsku idealnom destinacijom za zdravstveni turizam. Prema studiji Sveučilišta Yale i Columbije, Hrvatska zauzima visoko mjesto među zemljama svijeta kada je riječ o ekologiji i čistoći u regiji.

4.1. Swot analiza wellness turizma u Hrvatskoj

<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pogodni klimatski uvjeti - Morska obala - Stručnost zaposlenika - Konkurentne cijene 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> - nedostatak standarda kvalitete i kontrole usluga - slab marketing i razvojne strategije - turizam usmjeren samo na obalu - stara infrastruktura - nedovoljna ulaganja
<p>PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> - povećana svijest stanovnika o zdravlju - ekonomska korist - smanjenje sezonalnosti 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> - brz razvoj tehnologije koji iziskuje brzu prilagodbu - visoki rizici ulaganja - velika konkurencija susjednih zemalja

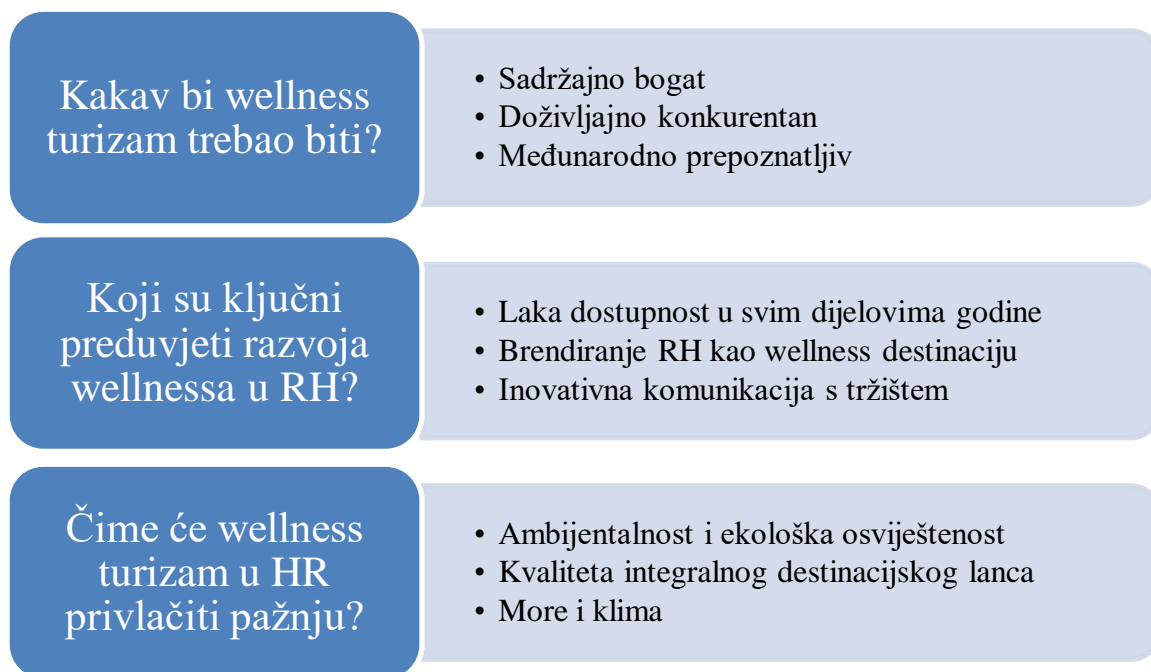
Tabela 1. Swot analiza wellness turizma u Hrvatskoj, izrada autorice

Pregledom SWOT analize u tablici može se uočiti da wellness turizam u Hrvatskoj broji više slabosti nego snaga. Snage ove vrste turizma u Republici Hrvatskoj su pogodni klimatski uvjeti posebice na obali koja je također jedna od snaga. Slabosti i prijetnje pokazuju da je infrastruktura wellness turizma zastarjela te da je potrebno puno ulaganja kako bi se iskoristio sav potencijal koji Hrvatska nudi.

4.2. Razvoj i mogućnosti razvoja wellnessa u Hrvatskoj

Wellness u Hrvatskoj započeo je negdje oko 2000. godine u Opatiji. Prvi wellness centar otvorio je Ortosan iz Lovrana koji se nalazio u Opatiji.²⁰ Nakon prvog otvaranja, slijedila su otvaranja wellness centara u drugim hotelima. Tako je svoj wellness centar otvorio hotel Sol Umag u Umagu, zatim hotel Dijamant u Poreču te spa wellness centar Solaris u Šibeniku. Dan danas se najveći broj wellness centara nalazi na Jadranu i to oko 60% njih. Ponuda takvih centara na hrvatskoj obali uključuje sadržaje poput bazena s morskom vodom, masaža, sauna, fitnessa i drugo.²¹

Hrvatska ima potencijala za razvoj wellness turizma te je Ministarstvo turizma 2014. godine objavilo akcijski plan razvoja wellness i zdravstvenog turizma:



Slika 5. Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2014): Nacionalni program – Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Prema slici odnosno akcijskom programu Hrvatska treba iskoristiti sav svoj potencijal te slijedeći ove preporuke postati jedna od vodećih wellness destinacija u Europi.

²⁰ Škoro I., Wellness kao dio turističke ponude, 2021.

²¹ Habuš L., Wellness turizam u Hrvatskoj, 2018.

5. ZDRAVSTVENI TURIZAM U HRVATSKOJ

Republika Hrvatska je atraktivna i sve popularnija turistička destinacija. Trenutno prevladava ljetni rekreacijski turizam, no sve se više radi na produljenju sezone kroz razvoj različitih oblika turizma, pa tako i na zdravstvenom turizmu. Hrvatska ima snažnu početnu poziciju za razvoj kao destinacija zdravstvenog turizma radi sigurnih, kvalitetnih i pristupačnih tretmana posebice u stomatološkoj i estetskoj kirurgiji, fizikalnoj terapiji te medicinskoj rehabilitaciji. Osnovni razlog „zdravstvenog“ putovanja turista u Hrvatsku je bogatstvo prirode i čistog okoliša. Također četiri je glavnih karakteristika zbog kojih se turisti odlučuju baš za Hrvatsku, a to su:

- Europska kvaliteta
- Konkurentne cijene
- Prekrasna destinacija
- Europsko zdravstveno osiguranje

5.1.SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

SNAGE <ul style="list-style-type: none">- Odlični klimatski uvjeti tijekom cijele godine- Jeftinije cijene usluga u usporedbi sa zapadnom Europom i SAD-om- Visoka razina zdravstvenih usluga- Mnoštvo prirodnih resursa s termalnom vodom, obalom i dr.	SLABOSTI <ul style="list-style-type: none">- Problem definiranja zdravstvenog turizma- Nedovoljna iskorištenost resursa zdravstvenog turizma- Loš marketing- Zastarjela infrastruktura i oprema
PRILIKE <ul style="list-style-type: none">- Rastuće zanimanje za Hrvatsku među zapadnim Europljanima- Globalni trendovi- Trend rasta prihoda- Smanjenje sezonalnosti- Mogućnost zapošljavanja- EU kao jaka konkurencija na tržištu	PRIJETNJE <ul style="list-style-type: none">- Jaka globalna konkurencija- Konkurencija sa Slovenijom- Zakonska regulativa- Politička i ekonomska nestabilnost- Migracije stručnjaka u druge zemlje

Tabela 2. Izvor: izrada autorice prema Paleka H., Swot analysis of health tourism in Croatia

Pregledom tablice SWOT analize zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj razvidno je da Hrvatska broji jednako isto snaga i slabosti. Snage koje su analizirane mogu uvelike pridonijeti razvitku zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, a posebice odlični klimatski uvjeti koji se održavaju tijekom cijele sezone te raznolikost prirodnih resursa koji su bogati termalnom vodom, obalom, otocima i ostalim. Kod slabosti navedena je nedovoljna iskorištenost tih istih resursa pogotovo radi lošeg marketinga te zastarjele infrastrukture posebice zgrada i opreme koja je potrebna za normalno funkcioniranje ovog oblika turizma. Prilika je nekoliko, a najbitnije su brzo rastući globalni trendovi te trendovi rasta prihoda kao i Europska unija koja je jaka konkurencija na samom tržištu. Jaka konkurencija spada i pod prijetnje, posebno ona sa Slovenijom, obzirom da ta susjedna zemlja također nudi mnoštvo toplica i wellness centara. Također, prijetnja je i zakonska regulativa odnosno loša birokracija u državi gdje je dugo čekanje dozvola potpuno normalno. Veliki problem je i iseljavanje školovanih stručnjaka u druge zemlje radi većih prihoda i boljih uvjeta rada i kvalitete života.

5.2.Primjeri zdravstvenog i wellness turizma u Hrvatskoj

Turizam u Hrvatskoj obično je najposjećeniji u ljetnim mjesecima, ali za one koji su u potrazi za zdravstvenim, fitness ili wellness odmorom, Jadran je odlična opcija tijekom cijele godine. Hrvatska nudi atraktivne lokacije za iskustvo prirodnih i tradicionalnih terapija. Također ima neke od najuglednijih zdravstvenih djelatnika koji rade po najnižim stopama u Europi. Glavni grad Hrvatske Zagreb središte je medicinskih praksi u zemlji i grad u kojem se nalaze najbolji liječnici. Grad nudi nekoliko privatnih i javnih bolnica, stomatološke ordinacije i sve veći broj mogućnosti estetske kirurgije. Atraktivna gradska jezgra ispunjena parkovima i karakterističnom austrougarskom arhitekturom izvrsno je mjesto za istraživanje pješice. Tri luksuzna hotela s pet zvjezdica, Westin, The Sheraton i The Esplanade, nalaze se u centru i nude opuštajući boravak. U Hrvatskoj se godišnje obavi oko 400 transplantacija organa. Od toga je 100 transplantacija jetre, jedan od najkompliciranijih i najtežih oblika operacije. Klinička izvrsnost osigurava da Hrvatska, a posebno Zagreb u kojem se obavlja većina ovih operacija, ostane u vrhu europske lige po tom pitanju. Liječenje je toliko kvalitetno i po nižim cijenama nego u matičnim zemljama posjetitelja. Kao što je već navedeno, posjetitelji iz susjedne Slovenije čine veliki broj hrvatskih zdravstvenih turista te je Zagreb i talijanskim

posjetiteljima sve isplativija opcija za stomatološke zahvate. Zatim otok Lošinj je zbog svoje jedinstvene mikroklike još 1892. godine proglašen lječilištem. Hrvatski nadimak ovom otoku je „Otok vitalnosti“ te je poznat po svojoj zdravstvenoj zaštiti koju pružaju zdravstvene ustanove, hotelski kompleksi i lokalni poduzetnici. Spoj lošinjske klime i prirodnih atributa u kombinaciji s modernim zdravstvenim uslugama koje vodi „Dom zdravlja Veli Lošinj“ stvaraju jedinstveno okruženje za wellness turizam. Centar nudi programe liječenja bolesti dišnog sustava i astme, alergija i psorijaze, kao i klasične rehabilitacijske programe za bolesti lokomotornog sustava i neurološke bolesti. S obzirom na to da je na otoku dobro uhodan, njegov zdravstveni turizam nadopunjuje se uslugama koje nude mnogi lošinjski hoteli. Što se tiče Opatije, ona je jedno od najstarijih turističkih odredišta u regiji i proglašena je klimatskim lječilištem 1889. godine. Sljedeći primjer je Korčula. Njena industrija zdravstvene skrbi i wellnessa rasla je u korelaciji s njezinom ekspanzijom. Na otoku je razvijen poseban institut za suvremenu fizikalnu medicinu i rehabilitaciju koji je iskoristio bogate prirodne attribute poput samoniklog aromatičnog i ljekovitog bilja koje raste u blizini te ljekovitog blata i prirodno radioaktivne mineralne vode koje se mogu pronaći u uvali Kali u blizini mjesta Vela Luka.²² Što se tiče toplica kao wellness atrakcija, njih ima nekoliko u Hrvatskoj koje su poznate po wellnessu i zdravstvenom turizmu. Lječilišni hotel Terme Tuhelj smješten je četrdesetak kilometara sjeverozapadno od Zagreba u dolini okruženoj zelenim zagorskim brežuljcima i prekrasnim krajolicima. Ovo lječilište ima povijesni ugled još od rimskog doba. Blagodati termalnih voda i peloidnog mulja stvorenog na samom izvoru od neprocjenjive su važnosti za ljudski organizam. Djeluju ljekovito kod reumatskih bolesti, ozljeda kostiju i zglobova, ginekoloških problema te djeluju kao uspješna kombinacija u borbi protiv celulita. Varaždinske Toplice su najstarije terme u Hrvatskoj. Tisućugodišnja tradicija korištenja termalne sumporne vode i ljekovitih peloida iz prirodnog izvora temelj je rada Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju Varaždinske Toplice s 973 kreveta u četiri međusobno povezana objekta. U ponudi su wellness programi, zdravstveni programi, godišnji odmori umirovljenika, vikend programi za žene i vikend programi za muškarce. Korisnici Varaždinskih Toplica mogu se baviti i nordijskim hodanjem i pilatesom te izokinetičkom dijagnostikom i vježbama na posebnim Cybex uređajima koji se koriste u najpoznatijim rehabilitacijskim i sportskim centrima u svijetu. Krapinske Toplice imaju dugu tradiciju u liječenju terapijskim termalnim izvorima vode. U Krapinskim Toplicama osnovana je privatna klinika Magdalena, prva specijalna bolnica za kardiovaskularnu kirurgiju i kardiologiju. Prekrasna okolica, zagorski

²² ZDRAVSTVENA BROŠURA HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE
https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/HTZ_2018_HR_zdravstvena-brosura.pdf

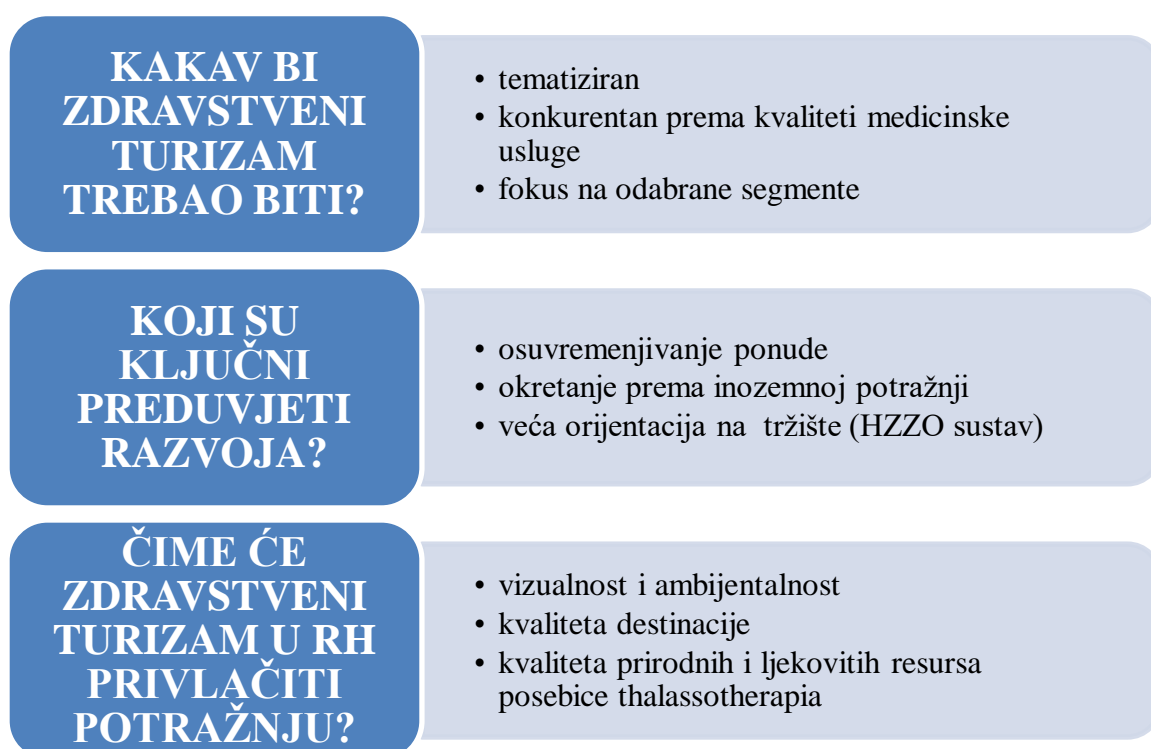
brežuljci s tradicionalnom ponudom, tipične zagorske kuće, dvorci i očuvana priroda dodatno doprinose ponudi ovog kraja. Hotel Aquae Vivae sa svojih 245 ležajeva nudi udoban smještaj. Medicinski programi temelje se na primjeni prirodnih terapijskih sredstava (terapijske hipertermalne vode i prirodnog ljekovitog blata) i primjeni svih suvremenih postupaka fizikalne medicine i rehabilitacije. Također u Istri se nalaze Istarske toplice u blizini Livada podno Motovuna. Moderni turističko-terapijski kompleks smješten oko izvora Sv. Stjepana nadaleko je poznat po kvaliteti i ljekovitosti vode koja uspješno pomaže u liječenju kroničnih reumatskih bolesti, degenerativnih bolesti kralježnice, dermatoloških bolesti, bolesti gornjih dišnih puteva, raznih ginekoloških bolesti te rehabilitacija u postoperativnoj fazi liječenja. Zahvaljujući jedinstvenom sastavu termalne vode obogaćene trinaest različitih minerala i sumpora, te terapijskom učinku ljekovitog blata, ovdje je vrijeme oporavka i do tri puta kraće nego inače. Za liječenje gornjih dišnih puteva koriste sumpornu vodu, što ih svrstava među prve tri ustanove te vrste u Europi. Poliklinika Sv. Stephen nudi razne zdravstvene usluge i liječnike različitih specijalizacija: ortopede, specijaliste za uho, nos i grlo, neurologe, dermatologe i plastične kirurge. Uz zdravstvene usluge, Istarske Toplice nude široku paletu wellness programa i tretmana ljepote.²³

²³ ZDRAVSTVENA BROŠURA HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/HTZ_2018_HR_zdravstvena-brosura.pdf

5.3. Mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Prema strategiji razvoja turizma u Hrvatskoj koja je objavljena 2014. definiraju se smjernice za povećavanje konkurentnosti na međunarodnom tržištu te se daju upute o pokretanju investicija te povlačenje sredstava iz fondova Europske unije.

Objavljene su i temeljne odrednice koje bi trebale pomoći zdravstvenom turizmu u Hrvatskoj.



Slika 6. Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2014): Nacionalni program – Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Također neki od ciljeva razvoja zdravstvenog turizma su unapređenje međunarodne prepoznatljivosti destinacije i ponude, povećanje stručno osposobljenih kadrova i njihov ostanak u Hrvatskoj posebice u sektoru menadžmenta i marketinga. Potrebno je i osuvremeniti i unaprijediti postojeću ponudu i to u vidu kvalitete i tehnološke opremljenosti kako u zdravstvenom turizmu tako i u ugostiteljskoj ponudi obzirom da su ta dva sektora ipak međusobno povezana.

6.EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

U ovom poglavlju prikazati će se podaci i rezultati istraživanja koji su prikupljeni putem ankete koja je bila objavljena na društvenoj mreži Facebook. Na pitanja ankete odgovorilo je 142 ispitanika.

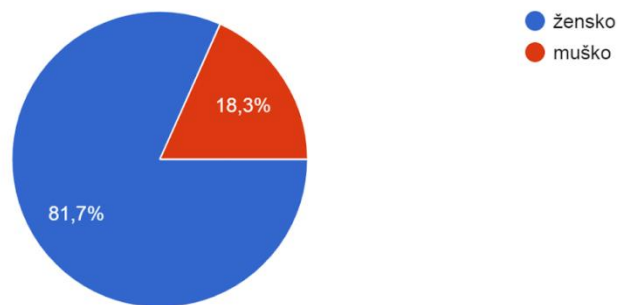
6.1.Metode i uzorak istraživanja

Istraživanje ovog diplomskog rada provedeno je putem ankete. Upitnik je proveden u vremenskom periodu od mjesec dana preko Google obrazaca, a bio je objavljen na društvenoj mreži Facebook na osobnom profilu. Ispitanicima je na početku bilo postavljeno nekoliko pitanja o osnovnim značajkama kao što su spol, dob, razina obrazovanja te mjesečni prihodi. Na anketu su odgovorile 142 osobe ženskog i muškog spola.

6.2.Rezultati istraživanja

1. Spol ispitanika

Koji je Vaš spol?
142 odgovora



Graf 1. Spol

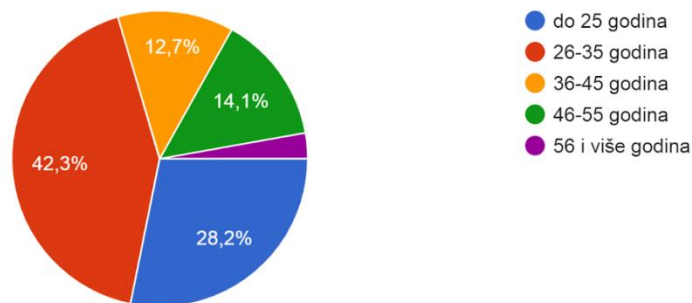
(izvor: vlastito istraživanje)

Prvo postavljeno pitanje bilo je ono o spolu. 81,7% odnosno 116 osoba je bilo ženskog spola dok je dosta manji postotak od 18,3% bilo osoba muškog spola. Stoga se može primijetiti kako je više osoba ženskog spola pristupilo odgovaranju na pitanja iz upitnika.

2. Dob ispitanika

Koliko imate godina?

142 odgovora



Graf 2. Dob

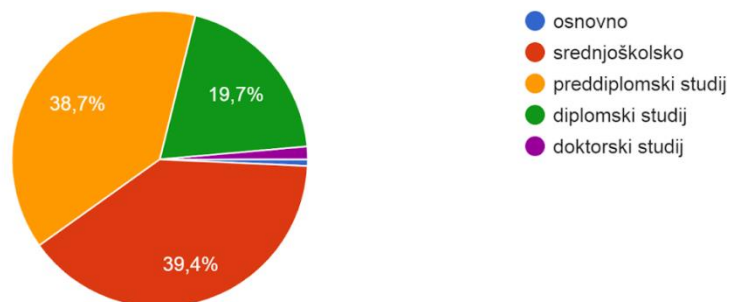
(izvor: vlastito istraživanje)

Sljedeće pitanje odnosilo se na dob ispitanika. Najviše zastupljeni ispitanici bili su iz kategorije od 26 do 35 godina, njih 42,3%. Osoba koje imaju do 25 godina bilo je 28,2%, dok je najmanje bilo osoba od 56 godina na dalje. Stoga, možemo zaključiti da su upitnik ispunjavale većinom osobe mlađe i srednje populacije.

3. Stupanj obrazovanja ispitanika

Koji je Vaš stupanj obrazovanja?

142 odgovora



Graf 3. Stupanj obrazovanja

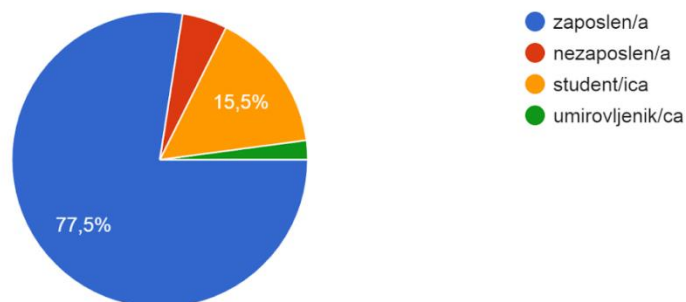
(izvor: vlastito istraživanje)

Ovo se pitanje odnosilo na stupanj obrazovanja ispitanika. Njih 39,4% odnosno 56 ispitanika završilo je srednjoškolsko obrazovanje, a s malom razlikom ga slijedi završen preddiplomski studij što je završilo 55 ispitanika, odnosno 38,7% njih. Sljedeći je završen diplomski studij sa 19,7%, dok su ostali ponuđeni stupnjevi obrazovanja bili odgovoreni kod samo par ispitanika (3).

4. Poslovno stanje ispitanika

Koje je Vaše trenutno poslovno stanje?

142 odgovora



Graf 4. Poslovno stanje

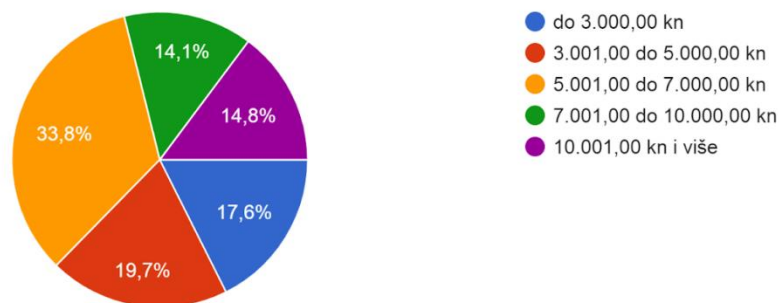
(izvor: vlastito istraživanje)

Na pitanje o poslovnom stanju bilo je ponuđeno par odgovora: zaposlen/a, nezaposlen/a, student/ica te umirovljenik/ica. Najviše ispitanika je zaposleno i to 77,5%, zatim slijede studenti sa 15,5% te 4,9 nezaposlenih i 2,1% umirovljenika. Prema ovim podacima također možemo zaključiti da je veći dio ispitanika mlađe i srednje populacije koji su radno sposobni.

5. Mjesečni prihod zaposlenika

Kojim prosječnim mjesečnim prihodom raspolazete?

142 odgovora



Graf 5. Mjesečni prihod

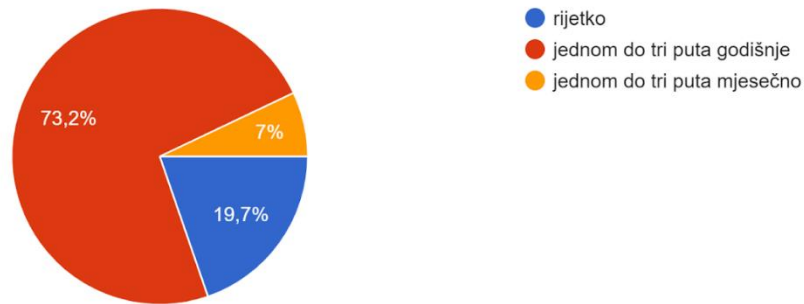
(izvor: vlastito istraživanje)

Što se tiče mjesečnih prihoda ispitanika, najviše je bilo ispitanika koji mjesečno zarađuju od 5.001,00 do 7.000,00 kuna i to njih 33,8%. Zatim je 19,7% ispitanika odgovorilo da zarađuje od 3.001,00 do 5.000,00 kuna, a njih 17,6% zarađuje do 3.000,00 kuna. 14,1% ispitanika zarađuje od 7.001,00 do 10.000,00 kuna, a njih 14,8% od 10.001,00 na više. Prema ovome možemo zaključiti da je velik broj zaposlenika zaposlen na nekoj prosječnoj plaći.

6. Učestalost putovanja

Koliko često putujete u neku turističku destinaciju tijekom jedne godine?

142 odgovora



Graf 6. Učestalost putovanja

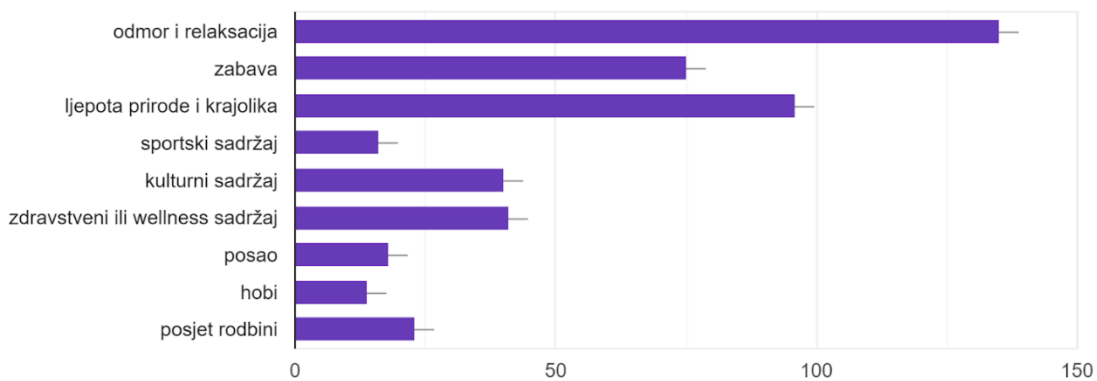
(izvor: vlastito istraživanje)

Na ovom grafu vidljivo je da 73,2% ispitanih osoba putuje jednom do tri puta godišnje. 19,7% ispitanika putuje rijetko što je dosta veliki postotak, a jednom do tri puta mjesečno putuje tek 7% ispitanih.

7. Motivi

Koji su vaši motivi odlaska u neku destinaciju? (može se označiti više motiva)

142 odgovora



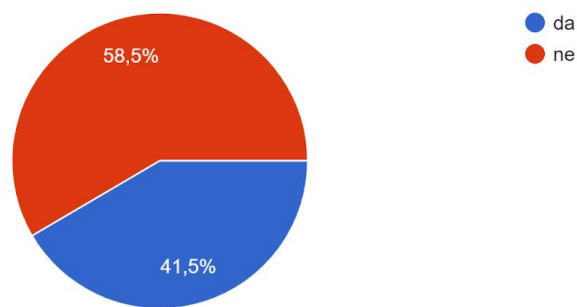
Graf 7. Motivi

(izvor: vlastito istraživanje)

Motive koji ispitane osobe odabiru da bi uopće krenuli na putovanje u određenu destinaciju su: na prvom mjestu se nalaze odmor i relaksacija što je odabralo 135 osoba odnosno 95,1% ispitanih. Sljedeće su bitne ljepote krajolika i prirode sa 97,6% a najmanje ispitanici odabiru posao kao motiv. Zabava je također vrlo tražen motiv te ju je odabralo 75 ispitanika.

8. Korištenje wellness programa

Koristite li wellness program u Republici Hrvatskoj?
142 odgovora



Graf 8. Korištenje wellness programa

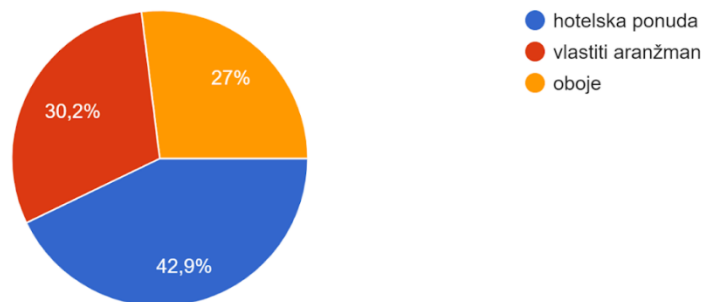
(izvor: vlastito istraživanje)

Na pitanje „Koristite li wellness program u Republici Hrvatskoj?“ bila su ponuđena samo dva odgovora: da ili ne. Sa DA je odgovorilo 41,5% ispitanih osoba, dok je sa NE odgovorilo 58,5% osoba. Može se zaključiti da i dalje postoji veliki broj ljudi odnosno turista koji ne koriste wellness program uopće.

9. Korištenje wellness programa u hotelskom ili osobnom aranžmanu

Ukoliko ste potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, koristite li wellness program u hotelskoj ponudi ili u vlastitom aranžmanu?

63 odgovora



Graf 9. Korištenje wellness programa u hotelskom ili osobnom aranžmanu

(izvor: vlastito istraživanje)

Osobe koje su potvrdno odgovorile na prethodno pitanje, na ovom pitanju je bilo potrebno odabrati u kojem aranžmanu koriste wellness program u Hrvatskoj. 42,9% njih wellness ponudu koristi dok boravi u hotelu, 30,2% ispitanih wellness koristi u vlastitom aranžmanu, a 27% njih koristi wellness ponudu i u vlastitom i u hotelskom aranžmanu.

10. Koje wellness centre poznajete u Hrvatskoj?

Na ovo pitanje ispitanici su mogli proizvoljno napisati koje wellness centre poznaju u Hrvatskoj. Odgovori su bili: Tuhelj, Terme sv. Martin, bazeni Cerine u Koprivnici, Krapinske toplice, terme Jezerčica, Istarske toplice, Stubičke toplice, wellness centri u sklopu hotela, Hotel Lenije Vinkovci, Thalassotherapia Opatija, Hotel Ilirija, Villa Magdalena, wellness Coner, itd. Jedna je osoba odgovorila da ne poznaje nijedan. Prema ovim odgovorima zaključak je da ispitanici dobro poznaju wellness centre u Hrvatsko te su upućeni u ponudu istih.

11. Poboljšanje wellness ponude

Kako biste poboljšali odnosno dalje razvijali ponudu wellness i zdravstvenog turizma?

142 odgovora



Graf 10. Poboljšanje wellness ponude

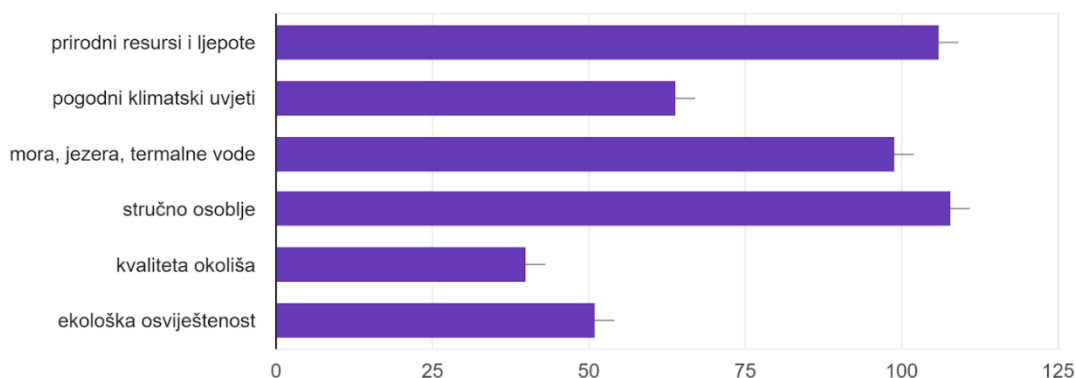
(izvor: vlastito istraživanje)

Najviše ispitanika bi wellness i zdravstvenu ponudu poboljšalo osuvremenjivanjem već postojeće ponude i to 41,5% njih. Sljedeći način poboljšanja je proširenje postojećih objekata sa 29,6%, a 25,4% njih bi izgradilo nove sadržaje. Ostale ideje su jeftinije cijene, načini i lokacije za zdravstveni turizam te orijentacija na kronične bolesnike.

12. Preduvjeti za razvoj wellness i zdravstvenog turizma

Koji su prema Vašem mišljenju osnovni preduvjeti koje neka zemlja mora imati za razvoj wellness i zdravstvenog turizma? (mogućnost odabira više odgovora)

142 odgovora



Graf 11. Preduvjeti za razvoj wellness i zdravstvenog turizma

(izvor: vlastito istraživanje)

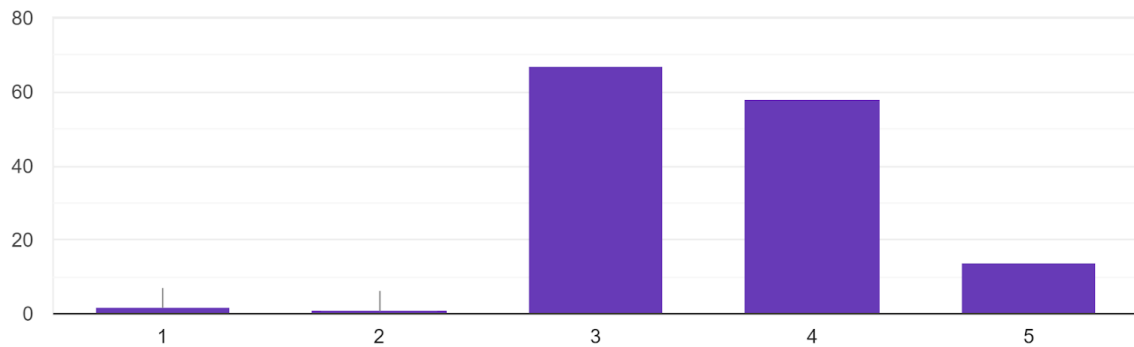
Prema anketi, najbitniji osnovni preduvjet za razvoj wellness i zdravstvenog turizma je stručno osoblje koje je odabralo 108 ispitanika. Sljedeće su prirodni resursi i ljepote sa 106 ispitanika. Ispitanici kvalitetu okoliša smatraju najmanje potrebnim preduvjetom za razvitak. Mora, jezera i termalne vode odabrano je od strane 99 ispitanika tj. 69,7%. Stoga, najbitniji osnovni preduvjeti potrebni za razvoj wellness i zdravstvenog turizma su stručno osoblje, prirodni resursi i more.

Sljedeća su pitanja postavljena Likertovom ljestvicom te je bilo potrebno ocijeniti tvrdnje ocjenama od 1 do 5 gdje je 1 bila najmanja moguća ocjena, a 5 najveća moguća ocjena.

13. Ponuda wellness usluga u Hrvatskoj

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 ponudu wellness usluga u Hrvatskoj.

142 odgovora



Graf 12. Ponuda wellness usluga u Hrvatskoj

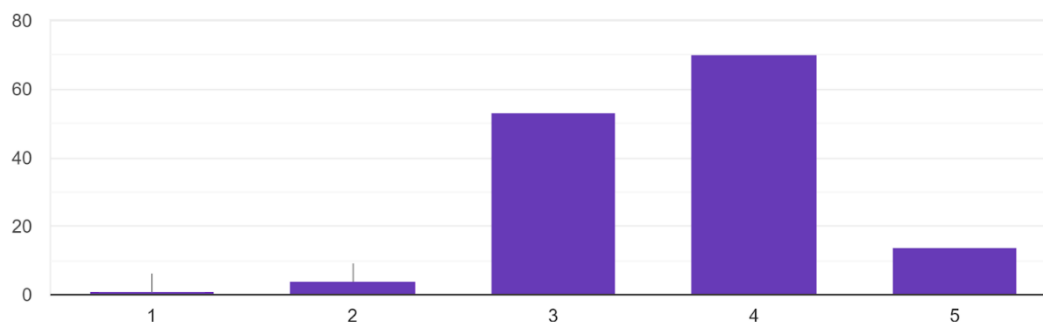
(izvor: vlastito istraživanje)

Ponuda wellness usluga u Hrvatskoj dobila je najviše ocjene 3 i to od 47,2% ispitanih osoba. Ocjenom 4 ocijenilo je 40,8% ispitanika, a ocjenom 5 9,9% njih. Zaključak ove tvrdnje je da je ponuda wellness usluga u Hrvatskoj prosječna.

14. Kvaliteta wellness usluga u Hrvatskoj

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 kvalitetu wellness usluga u Hrvatskoj.

142 odgovora



Graf 13. Kvaliteta wellness usluga u Hrvatskoj

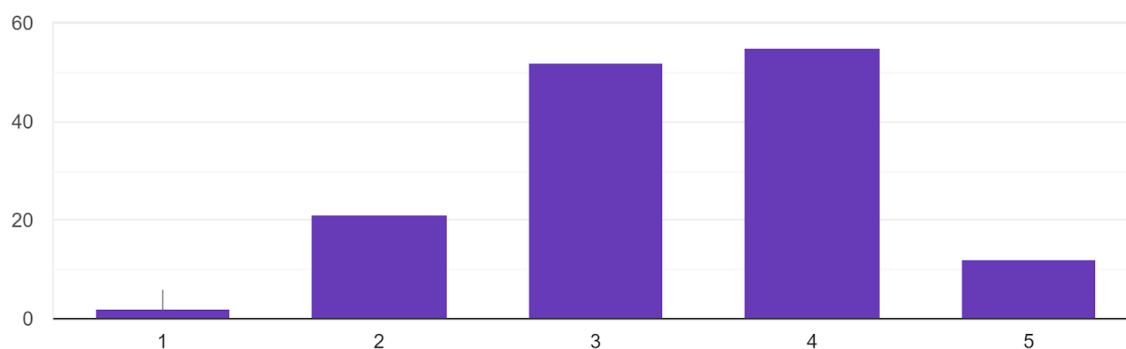
(izvor: vlastito istraživanje)

Kvalitete wellness usluga u Hrvatskoj dobila je najviše ocjena 4 (49,3%), zatim ocjenom 3 je ocijenilo 37,3% ispitanika. Zaključuje se da je kvaliteta wellnessa zadovoljavajuća.

15. Cijene wellness usluga u Hrvatskoj

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 cijene wellness usluga u Hrvatskoj.

142 odgovora



Graf 14. Cijene wellness usluga u Hrvatskoj

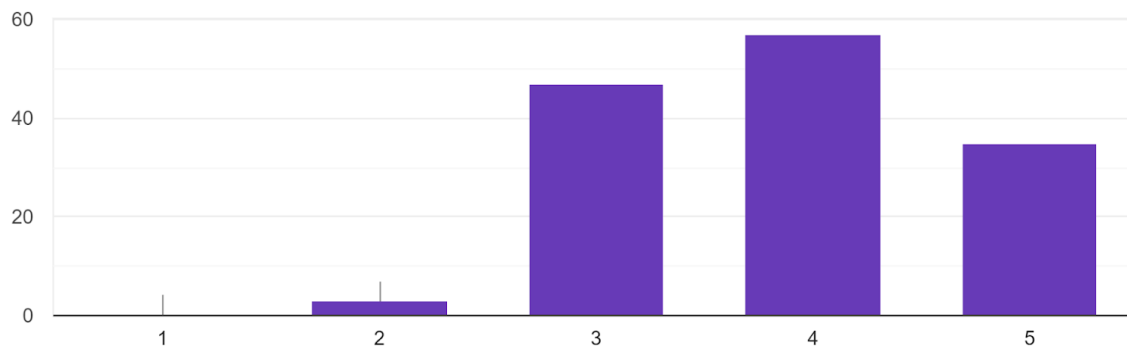
(izvor: vlastito istraživanje)

Ocjene za cijene wellness usluga u Hrvatskoj su raznolike. Ocjenom 2 ocijenio je 21 ispitanik, ocjenom 3 52 ispitanika dok je ocjenu 4 dalo 55 ispitanika što nije velika razlika između te dvije ocjene. 12 ispitanika smatra da je cijena usluga za ocjenu 5.

16. Utjecaj kvalitete wellness ponude na cijenu wellness usluga

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 koliko kvaliteta wellness ponude utječe na cijenu wellness usluga.

142 odgovora



Graf 15. Utjecaj kvalitete wellness ponude na cijenu wellness usluga

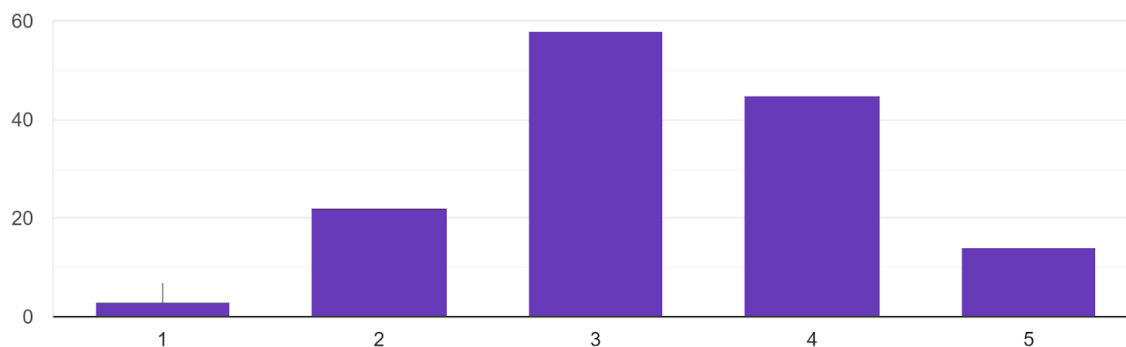
(izvor: vlastito istraživanje)

Da kvaliteta wellness ponude utječe na cijene wellness usluga, 40,1% ispitanika dalo je ocjenu 4, zatim slijedi ocjena 3 sa 33,1%. Prema ovom grafu vidljivo je da svi ispitanici misle da kvaliteta utječe na cijenu.

17. Ponuda zdravstvenog turizma

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 ponudu zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

142 odgovora



Graf 16. Ponuda zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

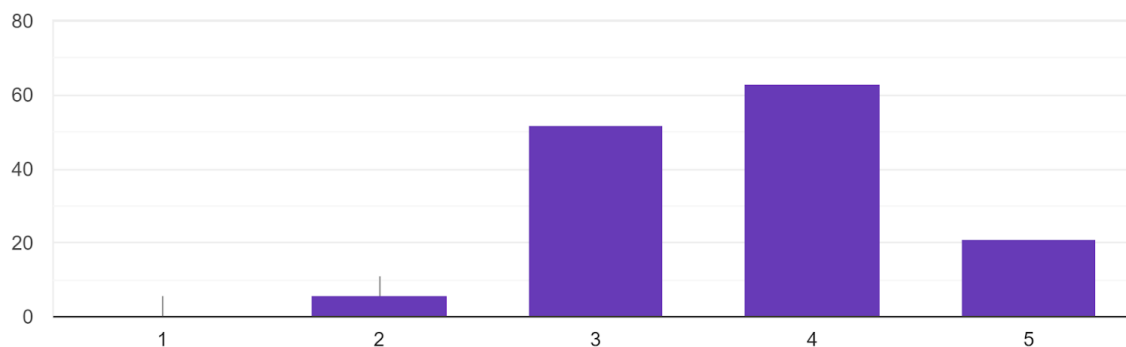
(izvor: vlastito istraživanje)

Sljedeća pitanja odnose se na zdravstveni turizam u Hrvatskoj. Ponudu ove vrste turizma u Hrvatskoj ispitanici su najviše ocijenili ocjenom 3. Sljedeća ocjena je 4 sa 31,7%. Također ponuda zdravstvenog turizma ocijenjena je i ocjenom 2 što je odabralo 15,5% ispitanih osoba.

18. Stručnost zaposlenika u zdravstvenom turizmu

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 stručnost zaposlenika zdravstvene usluge u određenoj destinaciji.

142 odgovora



Graf 17. Stručnost zaposlenika u zdravstvenom turizmu

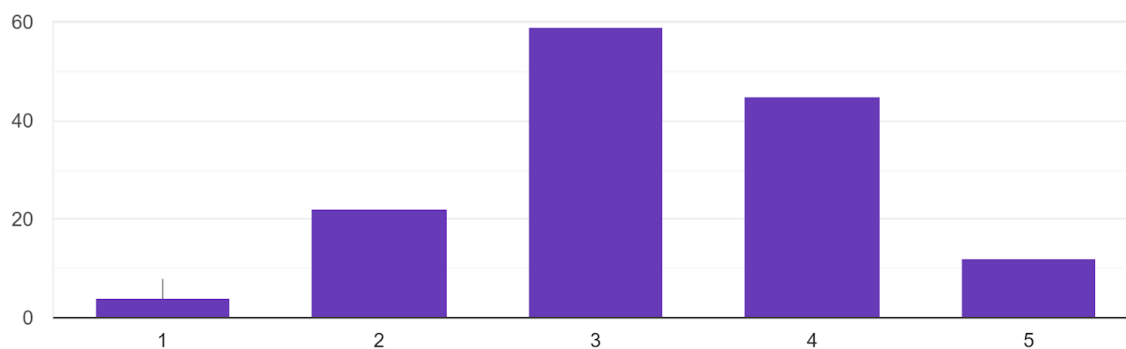
(izvor: vlastito istraživanje)

Stručnost zaposlenika zdravstvenih usluga u destinacijama je najviše ocjenjeno ocjenom vrlo dobar i to od čak 63 ispitanika. Srednjom ocjenom odnosno dobrim ocijenilo je 52 ispitanika, a najvišom ocjenom 21 ispitanik. Stručnost zaposlenika ocjenjena je dobrim ocjenama te je možemo također smatrati zadovoljavajućom.

19. Kvaliteta zdravstvenih usluga

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 kvalitetu zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.

142 odgovora



Graf 18. Kvaliteta zdravstvenih usluga u Hrvatskoj

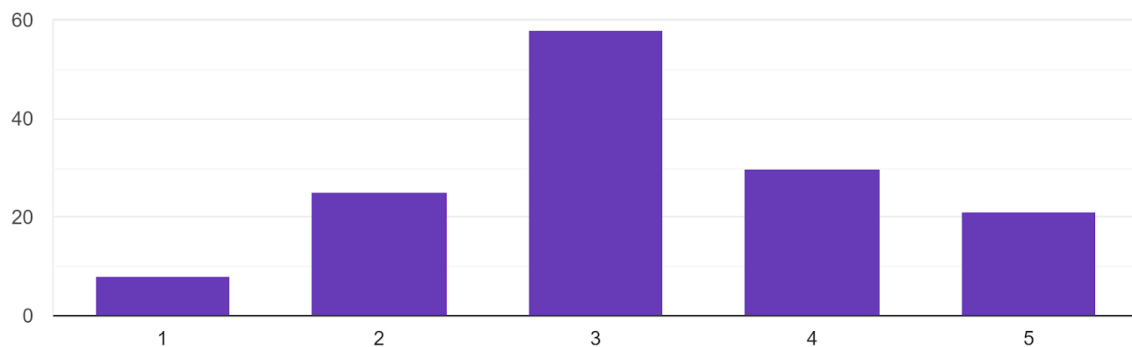
(izvor: vlastito istraživanje)

Kvaliteta zdravstvenih usluga u Hrvatskoj dobila je najviše ocjenu dobar i to sa 41,5%. Nešto manje ispitanih je dalo ocjenu vrlo dobar te je zatim prema odabiru ispitanika ocjena dovoljan. Ispitanici nisu i jesu zadovoljni kvalitetom zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.

20. Cijene zdravstvenih usluga

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 cijene zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.

142 odgovora



Graf 19. Cijene zdravstvenih usluga u Hrvatskoj

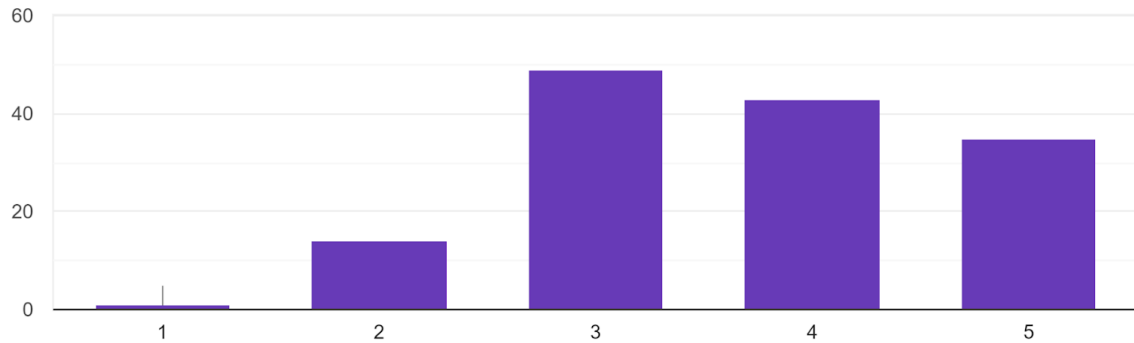
(izvor: vlastito istraživanje)

Što se tiče cijene zdravstvenih usluga u Hrvatskoj, velik broj ispitanika smatra da su cijene za ocjenu 3. Tu je ocjenu odabralo 58 njih. Sljedeća je ocjena 4 koju je odabralo 30 ispitanih, a za 5 manje njih je odabralo ocjenu 2. Obzirom da je dosta ispitanih ocijenilo cijene ocjenom dovoljan, može se reći da i nisu zadovoljni cijenama koju su trenutno na tržištu.

21. Utjecaj kvalitete zdravstvene ponude na cijenu

Ocijenite ocjenom od 1 do 5 koliko kvaliteta zdravstvene ponude utječe na cijenu zdravstvenih usluga.

142 odgovora



Graf 20. Utjecaj kvalitete zdravstvene ponude na cijenu

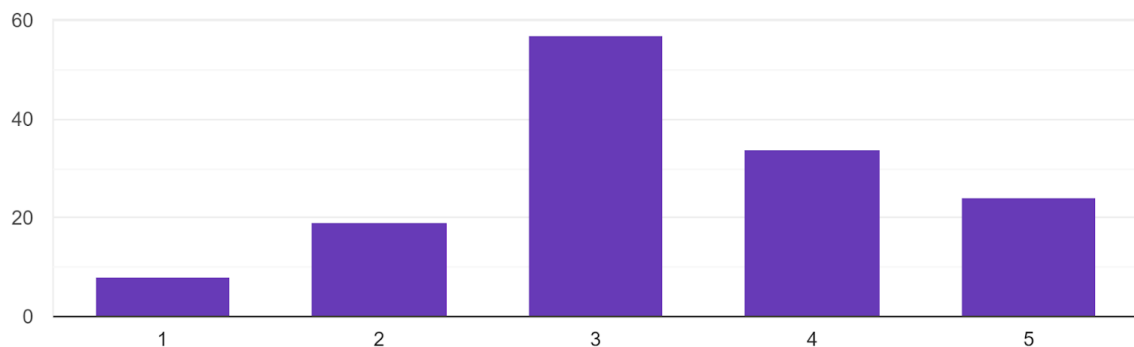
(izvor: vlastito istraživanje)

Koliko kvaliteta zdravstvene ponude utječe na cijenu usluga, ispitanici smatraju da je odnos u sredini obzirom da je najviše njih dalo ocjenu 3. No, ocjene su ipak visoke, 4 je dalo 30,3% ispitanih, a ocjenu 5 24,6% ispitanih.

22. Konkuriranje wellness ponude

Smatram da Hrvatska svojom wellness ponudom može konkurirati na wellness tržištu.

142 odgovora



Graf 21. Konkuriranje wellness ponude na tržištu

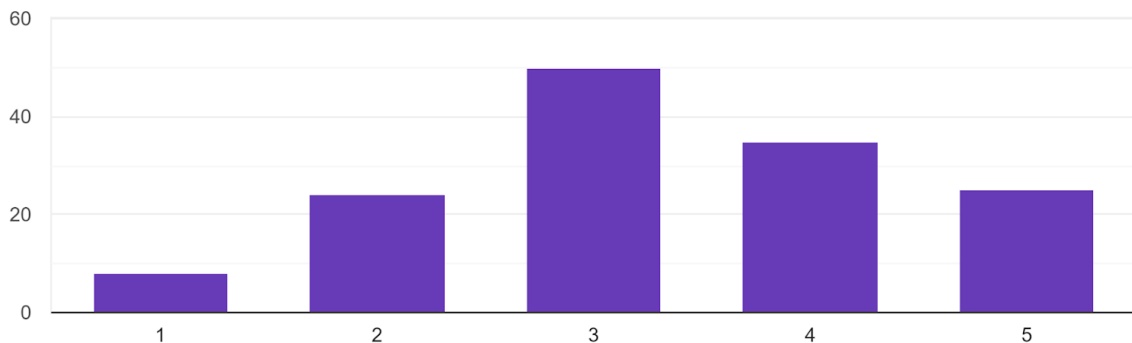
(izvor: vlastito istraživanje)

Tvrđnju „Smatram da Hrvatska svojom wellness ponudom može konkurirati na wellness tržištu.“ Ispitanici su najviše ocijenili ocjenom 3, njih 57 odnosno 40,1%. Sljedeće najzastupljenije podijeljene ocjene su 4 i 5, sa 23,9% i 16,9%. Prema ovim rezultatima može se zaključiti da ispitanici smatraju da Hrvatska može konkurirati na wellness tržištu.

23. Konkuriranje zdravstvene ponude

Smatram da Hrvatska svojom zdravstvenom ponudom može konkurirati na tržištu zdravstvenog turizma.

142 odgovora



Graf 22. Konkuriranje zdravstvene ponude na tržištu

(izvor: vlastito istraživanje)

Tvrđnju „Smatram da Hrvatska svojom zdravstvenom ponudom može konkurirati na tržištu zdravstvenog turizma.“ Ispitanici su također ocijenili najviše sa ocjenom dobar, 35,2%. Kao i kod prethodne tvrdnje, sljedeće najzastupljenije ocjene su 4 i 5 te se stoga može zaključiti da ispitanici također smatraju da Hrvatska može biti konkurentna na tržištu zdravstvenog turizma.

6.3. Diskusija rezultata istraživanja

U istraživanju koje je provedeno bilo je ispitano 81,7% osoba ženskog spola i 18,3% osoba muškog spola. Po starosnoj dobi najviše ispitanika je bilo mlađe i srednje populacije odnosno do 25 godina i od 26 do 35 godina. Većina ispitanih ima završen preddiplomski studij ili samo srednjoškolsko obrazovanje. Najviše ispitanika je zaposleno, dok je nekolicina njih studenti ili studentice. Najviše njih putuje jednom do tri puta godišnje u neku destinaciju, dok manji postotak njih putuje rijetko. Što se tiče motiva koji ih motiviraju za putovanje, najviše je zastupljen odmor i relaksacija, a zatim prirodne ljepote i krajolik. Velik broj ispitanih ipak ne koristi wellness programe, a ako ih i koristi to je u ponudi hotela u kojem odsjedaju. Kod poboljšanja ponude wellness i zdravstvenog turizma, ispitanici smatraju da je najpotrebnije osuvremeniti postojeću ponudu i proširiti postojeće wellness i zdravstvene objekte. Također prirodni resursi i ljepote bitni su im za razvitak wellness i zdravstvenog programa u nekoj destinaciji ili zemlji.

Kod pitanja odnosno tvrdnji na Likertovoj skali, „Ocijenite ponudu wellness usluga u Hrvatskoj“, najviša ocjena je bila 3. Sljedeća tvrdnja „Ocijenite kvalitetu wellness usluga u Hrvatskoj“, najviša ocjena je bila vrlo dobar 4. Tvrdnja „Ocijenite cijene wellness usluga u Hrvatskoj“ ocijenjena je najvišom ocjenom od 4 iako je sljedeća sa malom razlikom bila ocjena 3. Pitanje „Koliko kvaliteta wellness usluge utječe na cijenu wellness usluge“ najviše je ocijenjena ocjenom 4 što znači da ima jak utjecaj. Što se tiče zdravstvenog turizma, tvrdnja „Ocijenite ponudu zdravstvenog turizma u Hrvatskoj“ najviše je ocijenjena ocjenom 3. Sljedeća tvrdnja odnosno ocjena stručnosti zaposlenika dobila je najvišu ocjenu 4 što znači da su ispitanici zadovoljni stručnošću zaposlenika u zdravstvenom turizmu. Kvaliteta usluga zdravstvenog turizma ocijenjena je najvišom ocjenom 3, kao i cijene usluga u tom obliku turizma. Pitanje „Koliko kvaliteta zdravstvenih usluga utječe na cijenu“ najviša ocjena je bila 3, zatim 4 i 5 što dokazuje da kvaliteta jako utječe na cijenu. Tvrdnje „Smatram da Hrvatska svojom wellness ponudom može konkurirati na wellness tržištu ocijenjena je najvišom ocjenom 3, kao i ista takva tvrdnja koja se tiče zdravstvenih usluga na tržištu zdravstvenog turizma. Prema iznijetim rezultatima može se zaključiti da se hipoteza „Cijena wellness i zdravstvenih usluga u Republici Hrvatskoj zadovoljavajuća je naspram kvalitete koju Republika Hrvatska nudi u wellness i zdravstvenom turizmu.“ se može djelomično prihvatiti obzirom da su ispitanici ocijenili da kvaliteta jako utječe na cijenu.

6.4. Statistička obrada podataka

Prema dobivenim podacima napravljena je statistička obrada istih. Za potrebe ovog rada napravljene su dvije obrade: Cronbach Alpha odnosno koeficijent pouzdanosti i t – test kojim opovrgavamo ili prihvaćamo postavljenu hipotezu.

6.4.1. Cronbach Alpha – koeficijent pouzdanosti

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,810	9

Tablica 1. Cronbach Alpha

Izvor: rad autorice

Cronbach Alpha je koeficijent koji se koristi za mjerenje pouzdanosti mjerne ljestvice ili testa. Pouzdanost se može definirati kao odsutnost mjernih pogrešaka u testu ili kao točnost njegovog mjerenja. Cronbach Alpha koeficijent se kreće od 0 do 1. Što je bliže broju 1, to je pouzdaniji. U ovom istraživanju odnosno rezultatima istraživanja Cronbach Alpha je mjerena na 9 itemsa odnosno čestica na koja su ispitanici davali ocjene od 1 do 5. Koeficijent pouzdanosti iznosi ,810 što ukazuje na činjenicu da je rezultat vrlo zadovoljavajuć te se može prihvatiti.

6.4.2. T - test

T-test je statistički postupak za testiranje značajnosti razlike između dva uzorka. Uspoređuju se njihove aritmetičke sredine koje se odnose na kvalitetu wellness usluge i kvalitetu zdravstvenih usluga u Republici Hrvatskoj. T-test nam u stvari služi za provjeru hipoteze koja se postavlja prilikom formiranja nacrtu istraživanja.

	One-Sample Test						
	Test Value = 3						
	t	df	Significance		Mean	95% Confidence Interval of the Difference	
		One-Sided p	Two-Sided p	Difference	Lower	Upper	
Ocijenite ocjenom od 1 do 5 kvalitetu wellness usluga u Hrvatskoj.	10,629	141	<,001	<,001	,648	,53	,77
Ocijenite ocjenom od 1 do 5 cijene wellness usluga u Hrvatskoj.	5,097	141	<,001	<,001	,380	,23	,53
Ocijenite ocjenom od 1 do 5 kvalitetu zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.	3,543	141	<,001	<,001	,275	,12	,43
Ocijenite ocjenom od 1 do 5 cijene zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.	2,410	141	,009	,017	,218	,04	,40

T – test se provodi kako bi se dokazalo da je hipoteza prihvaćena ili odbačena. U ovom t – testu uvrštene su tvrdnje kojima su ispitanici ocjenjivali ocjenama od 1 do 5 cijene i kvalitetu wellness i zdravstvenih usluga. Razlika je statistički značajna obzirom da je $P < 0,01$.

7.ZAKLJUČAK

Kako je pojam wellness turizma u Republici Hrvatskoj relativno nov pojam, razvitak ove vrste turizma je uvelike porastao. Ovakva vrsta turizma dobro je prepoznata od strane turista te se svake godine povećava njihov broj. Uz ovaj pojam javlja se i zdravstveni turizam koji je također dobro prepoznat radi kvalitete i nižih cijena u Republici Hrvatskoj nego u domicilnim državama turista koji su zainteresirani za ovakve usluge. U Hrvatskoj i dalje postoji mnogo prostora za razvitak ovih vrsta i otvaranja smještaja i novih usluga za korisnike kako bi ponuda bila konkurentnija i bolja. Većina wellness programa još uvijek se odvija u hotelima, dok bi trebalo biti otvoreno više samostalnih velikih wellness centara. Mnogo domaćeg stanovništva još uvijek si ne može priuštiti ovakvu vrstu usluga, no bit je u tome da se privuče što više stranih turista koji su spremni potrošiti svoj novac. Kao što je u diskusiji istraživanja prema rezultatima prikazano da se hipoteza ovog diplomskog rada „Cijena wellness i zdravstvenih usluga u Republici Hrvatskoj zadovoljavajuća je naspram kvalitete koju Republika Hrvatska nudi u wellness i zdravstvenom turizmu“ može djelomično prihvatiti obzirom da cijena jako utječe na kvalitetu i obratno. Trendovi u turizmu svakim danom sve više rastu i mijenjaju se te bi trebalo proširiti ponudu kako u wellness programu tako i u zdravstvenom turizmu. Potrebna je obnova postojećih objekata, od kojih neke nisu dugo adaptirane, primjerice Varaždinske toplice. Također, potrebna je gradnja novih wellness centara koji bi služili isključivo toj svrsi i koji bi nudili atraktivne programe za wellness korisnike koji prate razne trendove. Istraživanjem se došlo do zaključka da je većina wellness programa smještena na obali te bi tako trebalo obratiti pozornost na otvaranje wellness ponude na kontinentu te time spojiti wellness, zdravstveni i kontinentalni turizam.

LITERATURA

Knjige:

1. Benowitz I., Gaines J., (2020.): *CDC Yellow Book: Health Information for International Trade*, Oxford: Oxford University Press
2. Gržinić, J., Bevanda, V., (2014.): *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile Pula, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“

Stručni i znanstveni članci:

1. Crooks V., Turner L., Cohen G., Bristeir J., Snyder J., Casey V., Whitmore R., (2011.): *Ethical and legal implications of the risks of medical tourism for patients: a qualitative study of Canadian health and safety representatives' perspectives*, BMJ Open
2. Čižić T., (2016.): *Wellness turizam kao čimbenik poboljšanja kvalitete života*, Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu
3. Dragičević D., Paleka H., (2019.): *Swot analysis of health tourism in Poland and Croatia – Financial effects and potentials*, ToSee – Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol 5
4. Gračanin M., (2010.): *Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske*, Zagreb: Ekonomski fakultet u Zagrebu
5. Koncul N., (2012.): *Wellness: A new mode of tourism*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile Pula, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
6. Škoro I., (2021.): *Wellness kao dio turističke ponude*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile Pula, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
7. Vadjla (Habuš) L., (2018.): *Wellness turizam u Hrvatskoj*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile Pula, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
8. Vučaj E., (2018.): *Razvoj zdravstvenog i medicinskog turizma u Hrvatskoj*, Varaždin: Sveučilište Sjever Varaždin

Web izvori:

1. <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>, Global Wellness Institute, What is wellness?; datum pristupa 17.1.2022.
2. <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>, Global Wellness Institute, What is wellness tourism?; datum pristupa 17.11.2022.
3. <https://globalwellnessinstitute.org/>, Global Wellness Institute; datum pristupa 17.11.2022.
4. https://shcs.ucdavis.edu/health-and-wellness/eight-dimensions-wellness_, UC Davis – Student Health and Counseling Services, Eight dimensions of wellness; datum pristupa: 20.04.2022.
5. <https://beblissfultravel.com/wellness-tourism-examples/>, Be blissful Travel, Wellness tourism examples; datum pristupa: 21.04.2022.
6. www.asma.org/asma/media/asma/Travel-Publications/paxguidelines.pdf, Aerospace Medical Association, Medical Guidelines for Airline Passengers; datum pristupa: 24.5.2022.
7. <https://www.madrehealthcare.com/top-10-types-of-medical-tourism/>, Madre Health Care, Top 10 types of medical tourism; datum pristupa: 24.5.2022.

Brošure:

8. Kale R., Deshmukh R., (2021.): Global Wellness Tourism Market, Allied Market Research, <https://www.alliedmarketresearch.com/wellness-tourism-market>, datum pristupa: 17.11.2022.
9. D`Adamo A., (2017.): 5 types of health and wellness consumers, Women`s Marketing, datum pristupa: 17.11.2022.
10. ZDRAVSTVENA BROŠURA HRVATSKE TURISTIČKE ZAJEDNICE (2018.), Zagreb:Hrvatska turistička zajednica, https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/HTZ_2018_HR_zdravstvena-brosura.pdf, datum pristupa: 17.11.2022.
11. Ministarstvo turizma (2014): Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Zagreb: Institut za turizam Zagreb, datum pristupa: 17.11.2022.

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz modela wellnessa.....	8
Slika 2. Evolucija wellnessa	11
Slika 3. Shema osam dimenzija wellnessa	13
Slika 4. https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/	20
Slika 5. Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2014): Nacionalni program – Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma	29
Slika 6. Izrada autorice prema: Ministarstvo turizma (2014): Nacionalni program – Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma	34

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Spol	36
Graf 2. Dob.....	37
Graf 3. Stupanj obrazovanja	38
Graf 4. Poslovno stanje	38
Graf 5. Mjesečni prihod	39
Graf 6. Učestalost putovanja	40
Graf 7. Motivi.....	40
Graf 8. Korištenje wellness programa.....	41

PRILOG

OPĆI PODACI:

1. Koji je Vaš spol?

- a) žensko
- b) muško

2. Koliko imate godina?

- a) do 25 godina
- b) 26-35 godina
- c) 36-45 godina
- d) 46-55 godina
- e) 56 i više godina

3. Koji je Vaš stupanj obrazovanja?

- a) osnovno
- b) srednjoškolsko
- c) preddiplomski studij
- d) diplomski studij
- e) doktorski studij

4. Koje je Vaše poslovno stanje?

- a) zaposlen
- b) nezaposlen
- c) student
- d) umirovljenik

4. Kojim prosječnim mjesečnim prihodom raspolazete?

- a) do 3.000,00 kn
- b) 3.001,00 do 5.000,00 kn
- c) 5.001,00 do 7.000,00 kn
- d) 7.001,00 do 10.000,00 kn
- e) 10.001,00 kn i više

5. Koliko često putujete u neku turističku destinaciju tijekom jedne godine?

- a) rijetko
- b) jednom do tri puta godišnje
- c) jednom do tri puta mjesečno

6. Koji su vaši motivi odlaska u neku destinaciju? (može se označiti više motiva)

- a) odmor i relaksacija
- b) zabava
- c) ljepota prirode i krajolika
- d) sportski sadržaj
- e) kulturni sadržaj
- f) zdravstveni ili wellness sadržaj
- g) posao
- h) hobi
- i) posjet rodbini

7. Koristite li wellness program u Republici Hrvatskoj?

- a) da
- b) ne

8. Ukoliko ste potvrdno odgovorili na prethodno pitanje, koristite li wellness program u hotelskoj ponudi ili u vlastitom aranžamnu?

- a) hotelska ponuda
- b) vlastiti aranžman
- c) oboje

9. Koje wellness centre poznajete u Hrvatskoj?

U sljedećem dijelu anketnog upitnika molim Vas da ocijenite značajke wellness i zdravstvenog turizma ocjenama od 1 do 5 (1 najmanja moguća ocjena, 5 najveća moguća ocjena):

- 9. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 ponudu wellness usluga u Hrvatskoj.
- 10. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 kvalitetu wellness usluga u Hrvatskoj.
- 11. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 cijene wellness usluga u Hrvatskoj.
- 12. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 koliko kvaliteta wellness ponude utječe na cijenu wellness usluga.
- 13. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 ponudu zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.
- 14. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 stručnost zaposlenika zdravstvene usluge u određenoj destinaciji.
- 15. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 kvalitetu zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.
- 16. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 cijene zdravstvenih usluga u Hrvatskoj.
- 17. Ocijenite ocjenom od 1 do 5 koliko kvaliteta zdravstvene ponude utječe na cijenu zdravstvenih usluga.

18. Kako biste poboljšali odnosno dalje razvijali ponudu wellness i zdravstvenog turizma?

- a) proširenjem postojećih wellness i zdravstvenih objekata
- b) osuvremenjivanjem postojeće ponude
- c) izgradnjom novih sadržaja
- d) ostalo

19. Koji su prema Vašem mišljenju osnovni preduvjeti koje neka zemlja mora imati za razvoj wellness i zdravstvenog turizma?

- a) prirodni resursi i prirodne ljepote
- b) pogodni klimatski uvjeti
- c) mora, jezera, termalne vode
- d) stručno osoblje
- e) kvaliteta okoliša
- f) ekološka osviještenost

20. Smatrate li da Hrvatska svojom wellness ponudom može konkurirati na wellness tržištu?

- a) da
- b) ne

21. Smatrate li da Hrvatska svojom zdravstvenom ponudom može konkurirati na tržištu zdravstvenog turizma?

- a) da
- b) ne



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, EMMA ŠVEC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom WELLNESS TURIZAM - PERSPEKTIVE RAZVOJA U RH (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica: EMMA ŠVEC
(upisati ime i prezime)

Švec Emma

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, EMMA ŠVEC (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom _____ (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica: EMMA ŠVEC
(upisati ime i prezime)

Švec Emma

(vlastoručni potpis)