

Zdravstveni turizam sjeverozapadne Hrvatske

Gavez, Ivanka

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:029311>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 88/PE/2016

**ZDRAVSTVENI TURIZAM
SJEVEROZAPADNE HRVATSKE**

Ivanka Gavez

Varaždin, veljača 2016.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Poslovne ekonomije



DIPLOMSKI RAD br. 88/PE/2016

ZDRAVSTVENI TURIZAM
SJEVEROZAPADNE HRVATSKE

Student:
Ivanka Gavez, mat.br.0168/336D

Mentor:
doc. dr. sc. Petar Kurečić

Varaždin, veljača 2016.

Prijava diplomskog rada

studenta iv. semestra diplomskog studija
Poslovna ekonomija

IME I PREZIME STUDENTA	Ivanka Gavez	MATIČNI BROJ	0168/336D
NASLOV RADA	Zdravstveni turizam sjeverozapadne Hrvatske		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Health tourism of northwestern Croatia		
KOLEGIJ	Turizam, razvoj i turistička politika		
MENTOR	doc. dr. sc. Petar Kurečić		
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Goran Kozina 2. doc. dr. sc. Anica Hunjet 3. doc. dr. sc. Petar Kurečić		

Zadatak diplomskog rada

BROJ 88/PE/2016

OPIS

Zdravstveni turizam jedan je od najperspektivnijih oblika koji svoje početke bilježi još od vremena antičke Grčke. Putovanje radi usluga poboljšavanja zdravlja ili rješavanja određenog zdravstvenog problema u kombinaciji sa posjetom dalekih i egzotičnih destinacija, oblikovalo je vrlo specifičnu turističku nišu. Potražnja za uslugama nižih cijena, bolje pristupačnosti ili čak više kvalitete stvorilo je nove turističke destinacije diljem svijeta. Brojne zemlje počele su razvijati posebne strategije razvoja zdravstvenog turizma, kako bi se optimalno iskoristile sve prirodne i infrastrukturne konkurentske prednosti te privukli turisti u potražnji za boljom ili pristupačnijom zdravstvenom uslugom. U radu je predstavljen Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj kao i Strategija razvoja kojima se htjela oblikovati pravno-strateška okolina pogodna za daljnji razvoj ovog oblika turizma. Susjedna država Mađarska svjetski je poznata po svojem zdravstvenom turizmu i kao takva predstavlja snažnog tržišnog konkurenta, posebice na lokaciji Heviz. Komparativnom analizom lokacija Krapinske Toplice i Heviz dobivena je šira slika općenitog stanja zdravstvenog turizma u obje zemlje.

U VARAŽDINU, DANA

17.03.2016



P. Kurečić

DIR 01 PE

Sažetak

Zdravstveni turizam jedan je od najperspektivnijih oblika koji svoje početke bilježi još od vremena antičke Grčke. Putovanje radi usluga poboljšavanja zdravlja ili rješavanja određenog zdravstvenog problema u kombinaciji sa posjetom dalekih i egzotičnih destinacija, oblikovalo je vrlo specifičnu turističku nišu. Potražnja za uslugama nižih cijena, bolje pristupačnosti ili čak više kvalitete stvorilo je nove turističke destinacije diljem svijeta. Brojne zemlje počele su razvijati posebne strategije razvoja zdravstvenog turizma, kako bi se optimalno iskoristile sve prirodne i infrastrukturne konkurentske prednosti te privukli turisti u potražnji za boljom ili pristupačnijom zdravstvenom uslugom. U radu je predstavljen *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma* u Hrvatskoj kao i *Strategija razvoja* kojima se htjela oblikovati pravno-strateška okolina pogodna za daljnji razvoj ovog oblika turizma. Susjedna država Mađarska svjetski je poznata po svojem zdravstvenom turizmu i kao takva predstavlja snažnog tržišnog konkurenta, posebice na lokaciji Heviz. Komparativnom analizom lokacija Krapinske Toplice i Heviz dobivena je šira slika općenitog stanja zdravstvenog turizma u obje zemlje.

Ključne riječi: *zdravstveni turizam, wellness turizam, lječilišni turizam, medicinski turizam, terme, lječilišta*

Abstract

Health tourism is one of the most perspective forms of tourism, with its development from the times of ancient Greeks. Travelling for the reasons of improving the state of health or resolving a certain health related problem in combination with visiting far away and exotic destinations have shaped a very specific tourist niche. Demand for lower priced services, better access or even better quality of the services has formed new tourist destinations all over the world. Numerous countries have begun to develop strategies of developing health tourism, in order to optimally exploit all natural and infrastructural benefits they own. This thesis has presented Action plan of strategic development of health tourism in Croatia with the goal of forming legal background suitable for further development of this kind of tourism. A neighbor country Hungary is worldwide known for health tourism and as such represents a strong competitor, especially on the location of Heviz. With a comparative analysis of the Croatian location Krapinske Toplice and Heviz, a wider picture has been set of the general state of health tourism in both countries.

Key words: *health tourism, wellness tourism, treatment center tourism, medical tourism, therme, spas.*

SADRŽAJ

1.	UVOD.....	1
1.1.	Problematika i namjena diplomskog rada.....	1
1.2.	Cilj diplomskog rada.....	1
2.	ZDRAVSTVENI TURIZAM.....	2
2.1.	Povijesni razvoj zdravstvenog turizma.....	6
2.2.	Prednosti i nedostaci putovanja radi zdravstvene njege.....	9
3.	HRVATSKI ZDRAVSTVENI TURIZAM.....	10
3.1.	Statistički rezultati zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	16
3.2.	Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma.....	18
3.3.	SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	23
4.	ZDRAVSTVENI TURIZAM SJEVEROZAPADNE HRVATSKE.....	24
4.1.	Zdravstveni turizam u Krapinskim Toplicama.....	24
5.	ZDRAVSTVENI TURIZAM MAĐARSKE.....	30
5.1.	Prikaz destinacije Hévíz.....	35
6.	TRENDOVI U RAZVOJU ZDRAVSTVENOG TURIZMA.....	38
7.	ZAKLJUČAK.....	41

8. POPIS LITERATURE.....	42
POPIS INTERNET STRANICA	45
POPIS GRAFIKONA.....	46
POPIS TABELA.....	47
POPIS SLIKA	48
POPIS SHEMA	49

1. UVOD

Putovanja s ciljem medicinskog tretmana postaje sve popularnije. Osnovna premisa zdravstvenog turizma je da ista njega ili čak bolja kvaliteta njege može biti dostupna i u drugim zemljama po nižim cijenama negoli u zemlji prebivanja. Spajanje potrebe za zdravstvenom uslugom i želje za putovanjem učinilo je brojne svjetske destinacije puno posjećenijima. Destinacije bogate prirodnim resursima, poput termalnih voda, svojim su strateškim planovima razvile ovaj oblik turizma u zasebnu kategoriju, ali i učinile ga načinom produljivanja turističke sezone ili privlačenja drugačije strukture turista. Potencijal zdravstvenog turizma nedvojbeno je velik i sve se više povećava procesima globalizacija, poskupljivanja zdravstvenog sustava, ali i općim političkim previranjima diljem svijeta.

1.1. Problematika i namjena diplomskog rada

Glavna namjena diplomskog rada je analizom pojma *zdravstveni turizam* stvoriti širu sliku o samom značenju, potencijalu i mogućnostima razvoja zdravstvenog turizma, posebice na području sjeverozapadne Hrvatske. Kako bi analiza bila objektivnija, rad obuhvaća i proučavanje najbližeg konkurenta – Mađarsku.

1.2. Cilj diplomskog rada

Ciljevi diplomskog rada mogu se definirati kao sljedeći:

- objektivni prikaz stanja zdravstvenog turizma u svijetu
- objektivni prikaz stanja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, s posebnim osvrtom na sjeverozapadni kontinentalni dio
- analiza i ocjena Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj do 2020. godine

- usporedba zdravstvenog turizma Hrvatske i susjednih zemalja, posebice Mađarske
- ukazati na nedostatke, ali i potencijalne prilike daljnjeg razvoja turizma u Hrvatskoj

2. ZDRAVSTVENI TURIZAM

Zdravstveni turizam može se definirati kao vrsta turizma koja se stručno i pod nadzorom služi prirodnim ljekovitim činiteljima i/ili postupcima fizikalne medicine i rehabilitacije u cilju očuvanja i unapređivanja zdravlja i/ili poboljšanja vrsnoće života.¹ Ono što čini zdravstveni turizam specifičnim jest korištenje prirodnih resursa koji su često i ljekoviti, poput termalnih voda, blaga obogaćenim raznim mineralima i sl. Ako bi se zdravstveni turizam promatrao kao turistički proizvod, tada bi se moglo reći kako on obuhvaća širok spektar sadržaja i usluga, a ljudi putuju s ciljem povećanja kvalitete svojega zdravlja i u konačnici, cjelokupnog života. Zdravstveni turizam je oblik turizma u kojem pojedinac privremeno mijenja svoje mjesto boravka u određeno povoljnije klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative ili rehabilitacije.²

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., postoje tri vrste zdravstvenog turizma:

- wellness turizam
- lječilišni turizam
- medicinski turizam

¹ Bučar-Perić, K., *Zdravstveni turizam i regionalni razvoj – primjer Krapinskih Toplica*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2001., str.164.

²Vukonić, B., Čavlek, N., *Riječnik turizma*, Masmedia, 2001., str.26.

Nacionalna strategija razvoja zdravstva (NN116/2012) ponudila je definiciju raznih oblika zdravstvenog turizma na sljedeći način³:

- Wellness turizam ili medicinski wellness provodi zdravstveno-preventivne programe kojima je glavni cilj prevencija bolesti. Programi se odvijaju uz pomoć stručnog osoblja u hotelima i lječilištima. U novije vrijeme javlja se i pojam holističkog wellnessa koji obuhvaća i alternativne liječenja, poput akupunkture i akupresure.

- Lječilišni turizam odnosi se na posebne programe korištenja ljekovitih izvora, odvijanje fizioterapije u lječilištima i specijalnim bolnicama s ciljem unapređenja zdravlja.

- Medicinski turizam podrazumijeva putovanje u nedomicilno okruženje kako bi se provela određena zdravstvena zaštita, poput parcijalnih kirurških zahvata, ali i stomatoloških, kozmetičkih, i alternativnih tretmana. Glavni motiv putovanja razlikuje se od pojedinca do pojedinca, ali ono je uglavnom traženje više kvalitete usluga uz niže troškove, kraći rok izvršenja usluge ili nemogućnost ostvarenja zahvata u domicilnoj zemlji. Sljedeća tabela prikazuje podjelu oblika zdravstvenog turizma prema objektima i ustanovama u kojima se odvija.

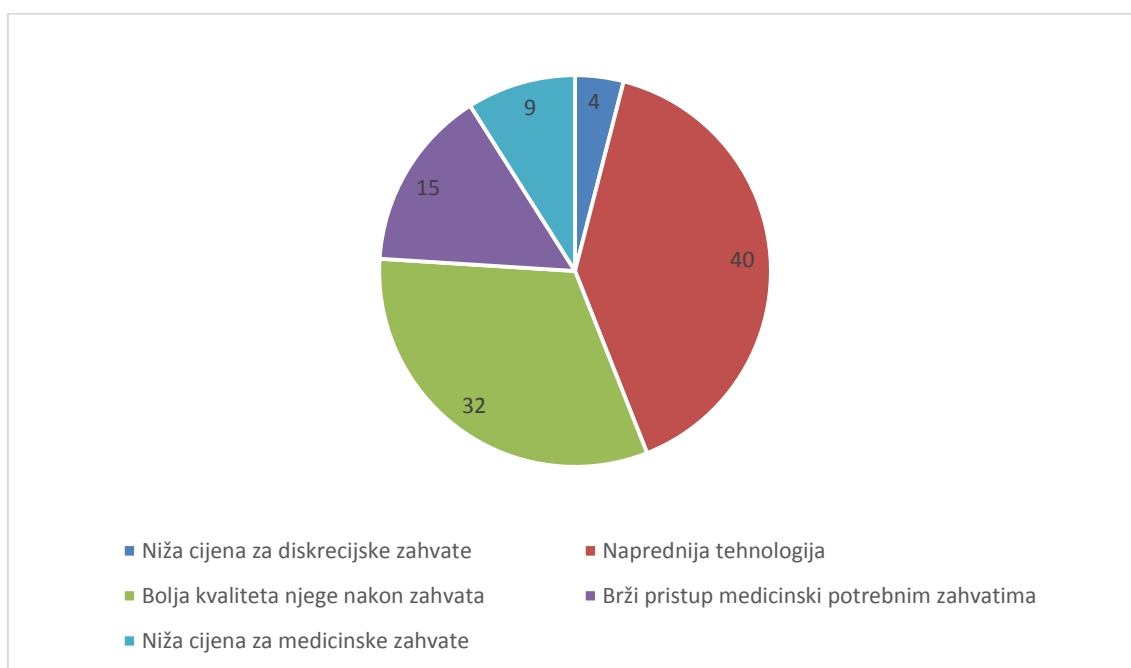
Tabela 1. Oblici zdravstvenog turizma

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

Izvor: Institut za turizam

³ Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Republika Hrvatska Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014, str.8.

Pojam zdravstvenog turizma oblikovale su putničke agencije i masovni mediji da opišu sve češću praksu putovanja van granica domicilne zemlje sa ciljem održavanja zdravstvene njege.⁴ Prema Deloitte centru za zdravlje, zdravstveni turizam je proces 'napuštanja doma' zbog tretmana u inozemstvu ili pak u drugo mjesto zemlje u kojoj žive. U nekim slučajevima, zdravstveni turizam uključuje i relaksirajući odmor za vrijeme posjeta zemlji koja je odabrana zbog medicinskog tretmana. Putovanja zbog medicinskih tretmana postaju sve češća. Neki od glavnih motiva su jeftiniji tretmani, naprednije tehnologije, stručnije osoblje ili usluga na višoj razini od one koju mogu dobiti u zemlji življenja. Za pacijente iz visoko razvijenih zemalja, primarni razlozi putovanja su niži troškovi tretmana.⁵ Sljedeći grafikon prikazuje rezultate istraživanja na temu motiva putovanja zdravstvenog turizma.



Grafikon 1. Motivacija zdravstvenih turista

Izvor: Stockhaus, K., *Polish aesthetic medicine market in the context of Swedes' beauty tourism*, McKinsey&Company, 2013, str. 39.

⁴Shaywitz, D.A., Ausiello, D.A., *Global Health: A Chance for Western Physicians to Give - and Receive*, The American Journal of Medicine, 113, 2002., str. 354- 357.

⁵Horowitz, M.D., et.al, *Medical Tourism: Globalization of the Healthcare Marketplace*, 2007.

Danas postoje brojne medicinske turističke destinacije koje nude visoko kvalitetne tretmane za cijenu puno nižu od one u visoko razvijenim zemljama, poput Sjedinjenih Američkih Država ili Ujedinjenog Kraljevstva. Na primjer, transplantacija jetre košta oko 300.000 američkih dolara u SAD-u, dok je u Tajvanu njezina cijena oko 91.000 dolara.⁶ Medicinska njega u zemljama poput Indije, Tajlanda i Singapura može koštati i 10% od cijene u Sjedinjenim Američkim Državama.⁷ Osim što turisti biraju nižu cijenu tretmana, oni posjećuju i brojne egzotične zemlje pa se često zdravstveni turizam kombinira s ostalim oblicima turizma, poput kulturnog. Kombinacija prvoklasnog medicinskog tretmana i opuštajućeg odmora tijekom oporavka glavni je razlog zašto se brojni zdravstveni turisti odlučuju za ovaj trend u uslužnom sektoru.

Zdravstveni turizam generira preko 60 milijardi američki dolara na godinu i ima trend rasta za 20% svake godine.⁸ Poznate destinacije u koje se putuje iz medicinskih razloga su Argentina, Kuba, Kolumbija, Hong Kong, Indija, Jordan, Malezija, Filipini, Singapur, Južna Afrika, Tajland, Tunis, Ukrajina i Novi Zeland.⁹ Neki od najčešćih zahvata zbog kojih se putuje su kardiološki zahvati, oralna kirurgija, in-vitro oplodnje, ali i zdravstvene procjene. Nedvojbeno, koncept zdravstvenog turizma postaje globalni fenomen s jakim trendom rasta. Pitanja koja se postavljaju kod dalekih putovanja u egzotične zemlje a vezano uz zdravstveni turizam je svakako kvaliteta usluge. Prema istraživanju McKinsey&Company (2008), većina turista traži visoku kvalitetu i bržu uslugu umjesto nižih troškova. Prema Smith, i proizvodni i cjenovni aspekt usluge čine ključne faktore koji utječu na izbor internacionalne zdravstvene njege.¹⁰

⁶<http://content.time.com/time/world/article/0,8599,2004023,00.html>, pristupljeno 1.02.2016.

⁷DeloitteDevelopment LLC, *MedicalTourism: ConsumersinSearchofValue*, 2008.
http://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Assets/Documents/us_chs_MedicalTourism_Study%283%29.pdf

⁸MacReady, *Developingcountriestourists*. TheLancet, Volume 369, 2007, str. 1849-1850.

⁹Gahlinger, P., *TheMedicalTourism Travel Guide: YourComplete Reference to Top-Quality, Low-Cost Dental, Cosmetic, Medical Care &SurgeryOverseas*, SunriseRiverPress, 2008.

¹⁰ Smith, P., Forgione, D., *Global OutsourcingofHealthcare: A MedicalTourismDecision Model*, 2008.,
<http://business.utsa.edu/wps/acc/0033ACC-205-2008.pdf>

2.1. Povijesni razvoj zdravstvenog turizma

Početak razvoja zdravstvenog turizma započinje u dalekoj prošlosti, sve od vremena antičkih Grka i Egipćana koji su putovali prema izvorima tople ljekovite vode i kupkama kako bi poboljšali svoje zdravlje. Neki od prvih zabilježenih oblika zdravstvenog turizma datira iza 4000. godina prije Krista, kada su Sumerani gradili zdravstvene komplekse oko izvora termalnih voda. Poznata su i putovanja starih Grka s Mediterana u Epidauriju, malo područje Saronskog zaljeva.



Slika 1. Područje putovanja zdravstvenog turizma Grka u povijesti
Izvor: hr.wikipedia.org, pristupljeno 2.02.2016

Mit govori kako je ovo malo područje svetište Asklepiosa, boga liječenja. Stoga se u povijesti zdravstvenog turizma često upravo ovo područje navodi kao početna destinacija njegovog daljnjeg razvoja. Azija također ima dugu povijest zdravstvenog turizma, posebice Indija i Japan. Joga i ajurvedska medicina postali su poznati u Indiji prije više od 5000 godina, kada su brojni turisti i duhovno nastrojene grupacije ljudi

putovale kako bi isprobale brojne alternativne metode liječenja. Japanski izvori termalnih voda poznatih pod nazivom 'Onsen' stoljećima su poznato i omiljeno odredište turista.



Slika 2. Japanski Onsen izvor termalne vode
Izvor: www.traveller.com.au, pristupljeno 2.02.2016

Tijekom 16. stoljeća bogata europska elita ponovno je otkrila rimske kupelji i počela putovati u mjesta poput St. Mortiza, Ville d'Eauxa, Baden Badena, Aachena i Batha u Engleskoj s kojim je započeo snažan trend putovanja u 18. stoljeću upravo prema Engleskoj. Te su destinacije gotovo uvijek u središtu imale izvor termalnih voda jer se vjerovalo da mineralima bogata voda pomaže u izlječenju svih vrsta bolesti. S rastom troškova zdravstva tijekom 1980.-ih i 1990.-ih godina, američki su pacijenti počeli istraživati druge zemlje i njihove zdravstvene sustave. U to vrijeme, Kuba je započela s programima privlačenja turista, vidjevši u tome veliku priliku za razvoj turizma i cjelokupne ekonomije.

Rane islamske civilizacije također su poznate po svojem doprinosu razvoju zdravstvenog turizma. Jedno od najpoznatijih je Mansuri lječilište u Kairu, nastalo 1248. godine nakon Krista. S ukupnim kapacitetom od 8000 turista, Mansuri ne samo da je bilo najveće lječilište u to vrijeme, već je posjedovao i napredni zdravstveni

centar. Kompleks je sadržavao odjele za žene, ljekarnu, knjižnicu i brojne kongresne hale. Postojali su zasebni odjeli za kirurgiju i očne bolesti, a glavni motiv rada bio je ne pustiti nikoga izvan lječilišta dok on nije postigao puni oporavak. Sve troškove snosilo je samo lječilište, bilo da je riječ o turistima ili lokalnom stanovništvu, siromašnom ili bogatom, bez obzira o kakvom se zdravstvenom stanju radilo.



Slika 3. Mansuri lječilište u Kairu

Izvor: www.ctr-islamic-study.com, pristupljeno 2.02.2016

Postoje i brojni zapisi lječilišta u Bagdadu i diljem Sirije koji su primali putnike iz dalekih krajeva, a poznati su po svojim velikim kapacitetima pod nazivom *Bimaristani*. Često su zapimali donacije od prinčeva i plemstva koji su bili inspirirani islamskim načelima dobročinstva.¹¹

¹¹Kazemi, Z., *Study of the effective factors for attracting medical tourism in Iran*, Luleå University of Technology, 2007., str.25-27.

2.2. Prednosti i nedostaci putovanja radi zdravstvene njege

Danas se tržište zdravstvenog turizma sastoji od sve većeg broja zemalja u konkurenciji pružanja pacijentima široku paletu medicinskih, kirurških ili stomatoloških usluga. Pacijenti, suočeni sa sve većim troškovima zdravstva, prisiljeni su potražiti alternativne lokacije liječenja. Međutim, ovaj oblik turizma također ima svoje prednosti i mane. Česta zabrinutost javlja se prilikom analize kvalitete njege u drugoj zemlji, kulturalne i jezične barijere, post kirurška njega i potpuni troškovi smještaja.¹² Najveći izazov destinacije jest uvjeriti turista da je zdravstvena njega u relativno ekonomsko nestabilnoj zemlji usporedna s razinom koju ima u zemlji stanovanja.

Kako bi se nadišli problemi ove prirode, osnovana je *Internacionalna komisija (JCI)* koja certificira bolnice i lječilišta diljem svijeta te se brine o određenom standardu koji mora postojati.¹³ Također, razvojem interneta i njegovim širenjem u najdalje dijelove svijeta, ljudi se sve lakše informiraju i dobivaju recenzije o kvaliteti medicinske usluge koju je netko već isprobao. Internet koriste i pružatelji usluga na način da oglašavanjem dolaze do turista. Mađarska promovira svoje medicinske usluge u magazinima koji se dijele na letovima kao i u vladinim turističkim publikacijama zbog pretpostavke da bi turisti koji su već na putu prema destinaciji mogli donijeti odluku i o korištenju određene medicinske usluge.¹⁴

Globalne marketinške kampanje su u trendu rasta, uzrokujući partnerstva između lječilišta i putničkih agencija s ciljem daljnje promocije prednosti kompletnog paketa usluga. Globalni zdravstveni turizam broji nekoliko milijuna ljudi godišnje koji na razne usluge potroše najmanje 20 milijardi dolara. Među uslugama koje pacijenti traže najčešće su stomatologija (oko 60 posto), 25 posto odnosi se na estetsko-korektivne zahvate, a ostalo na ortopediju, rehabilitaciju, oftalmologiju i medicinski wellness.¹⁵

¹²Birschel, D., *MedicalTourism. Benefits*, Quarterly. Brookfield, Vol. 25, Iss. 2; 2009., str. 67

¹³<http://www.jointcommissioninternational.org/>, pristupljeno 2.02.2016.

¹⁴Connell, J., *Medicaltourism: Sea, sun, sandand ...surgery*, Tourism Management, 27, 2006., str. 1093-1100

¹⁵Zane, op.cit., str.5.

3. HRVATSKI ZDRAVSTVENI TURIZAM

Republika Hrvatska posjeduje brojne faktore koji su ključni u odabiru destinacije zdravstvenog turizma. Pogodne klime, dobrog geografskog položaja, visoka koncentracija stručnih kadrova i niske cijene zahvata čine ju vrlo zanimljivom ostatku svijeta. Visok potencijal razvoja imaju stomatologija, ortopedija, fizioterapija i talasoterapija, posebice nakon ulaska Hrvatske u Europsku Uniju, čime inozemni turisti/pacijenti mogu svoje troškove refundirati od svoje osiguravajuće kuće. Velik naglasak stavlja se na razvoj zdravstvenog turizma upravo u području kontinentalne Hrvatske koja bi time mogla osigurati dužu i ispunjeniju sezonu.

Kada se govori o samoj ponudi zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, tada se misli na brojne komplekse koji pružaju usluge wellnessa, bilo privatne ili u javnome sektoru. Privatni sektor obuhvaća manje, poduzetnički orijentirano tržište, a odnosi se na brojne terme i toplice, dok su specijalne bolnice i veliki sustavi lječilišta dio sustava javnog zdravstva (HZZO). Geografski gledano, ponuda je raširena diljem zemlje iako je njegova koncentracija najjača u primorskoj i sjeverozapadnoj Hrvatskoj, posebice na Kvarneru, Istri te području Sjeverne Hrvatske. Sljedeća tabela prikazuje glavne aktere ponude zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.

Tabela 2. Pružatelji usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

OBJEKTI UGOSTITELJSKE PONUDE		ZDRAVSTVENE USTANOVE	
Wellness ponuda (hoteli, toplice)	Prirodna lječilišta		Klinike/ Bolnice
	Lječilišta ⁴	Specijalne bolnice ⁵	
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	– Varaždinske Toplice – Stubičke Toplice – Krapinske Toplice – Daruvarske Toplice – Lipik – Naftalan, Ivanić Grad – Thalassotherapie, Opatija – Thalassotherapie, Crikvenica – Kalos, Vela Luka – Biokovka, Makarska	Javne zdravstvene ustanove: – Klinički bolnički centri (5) – Kliničke bolnice (3) – Klinike (5) – Opće bolnice (20) – Poliklinike Privatne zdravstvene ustanove: – Oko 800 subjekata; Veći: – SB Sv. Katarina – SB Akromion – SB Dr. Nemic – Klinika Magdalena – Poliklinika Medico

Izvor: HGK, Sektor za turizam/ Zajednica zdravstvenog turizma

Prema tabeli 2. objekte ugostiteljske ponude čini wellness ponuda s oko 80 hotela viših kategorija i toplice s uključenom uslugom smještaja od kojih se najviše izdvajaju Terme Tuhelj, Terme Jezerčica, Sv.Martin i Lešće. Oko 60 wellness centara nalazi se na Jadranu, dok su terme smještene u sjevernom dijelu Hrvatske. Sljedeća tabela prikazuje najveća lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj.

Tabela 3. Najveća lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj

Mjesto	Vrsta zdravstvene ustanove	Smještajni kapacitet
Crikvenica	SB za medicinsku rehabilitaciju Thalassotherapie	5 objekata ukupno 330 kreveta
Selce	Terme Selce	6 apartmana (i suradnja s hotelima)
Veli Lošinj	Lječilište za bolesti dišnih organa i kože	3 objekta ukupno 220 kreveta
Opatija	Klinika za liječenje, rehabilitaciju i prevenciju bolesti srca i krvnih žila Thalassotherapie	objekt klinike i vila sa 70 kreveta
Rovinj	Bolnica za ortopediju i rehabilitaciju „Prim. dr. Martin Horvat“	3 objekta (bolnički i paviljonski)
Sv. Stjepan, Livade	Lječilište Istarske toplice	vila i hotel ukupno 270 soba
Biograd na Moru	SB za ortopediju	objekt s 150 kreveta
Makarska	SB za medicinsku rehabilitaciju Biokovka	objekt s 3 dilatacije ukupno 480 kreveta
Vela Luka	SB za medicinsku rehabilitaciju Kalos	objekt ukupno 240 kreveta
Ivanić Grad	SB za medicinsku rehabilitaciju Naftalan	objekt ukupno 137 kreveta
Krapinske Toplice	SB za medicinsku rehabilitaciju	objekt ukupno 600 kreveta
Topusko	Lječilište	objekt ukupno 142 kreveta
Stubičke Toplice	SB za medicinsku rehabilitaciju	3 objekta ukupno 235 kreveta
Donja Stubica	Terme Jezerčica	objekt sa 45 soba
Varaždinske Toplice	SB za medicinsku rehabilitaciju	5 objekata ukupno 1100 kreveta
Bizovac*	Lječilište	2 objekta ukupno 90 kreveta
Daruvar	SB za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske toplice	2 objekta ukupno 182 kreveta
Lipik	Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju	objekt ukupno 237 kreveta

Izvor: Zane,Zdravstveni turizam - golema niša u hrvatskom turizmu, 2013.

Wellness paketi često uključuju organizirane programe vježbanja, aromaterapije i u dogovoru sa stručnjacima, posebne režime prehrane.¹⁶ U toplicama, koje su izvan javnog zdravstvenog sustava i uglavnom u kontinentalnom dijelu Hrvatske, usluga je orijentirana na bazenskim kompleksima koji često znaju biti tematizirani, kao što je 'Vodeni planet' u Termama Tuhelj, u kojima je dio bazena s termalnom ili ljekovitom vodom.



Slika 4. Vodeni planet Terme Tuhelj

Izvor: <http://www.termo-tuhelj.hr/hr/bazeni-i-sport/vodeni-planet-14968>, pristupljeno 2.2.2016

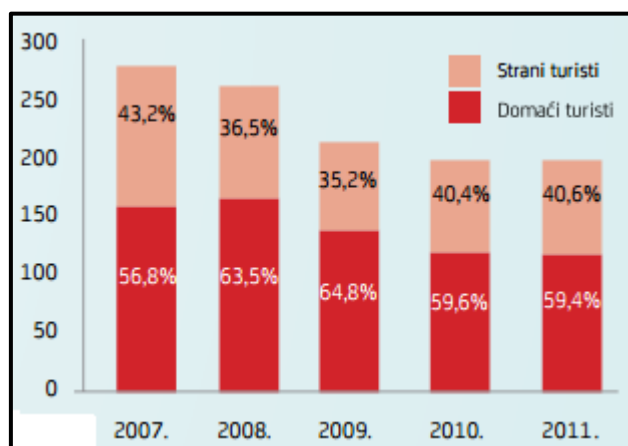
Analizom toplica vidljivo je kako se usluge često kombiniraju u sklopu tematskih paketa ili kroz suradnju s medicinskim ustanovama, primjerice *Terme Sv.Martin* i *Lumbalis* centar za kralježnicu, gdje su u ponudi Slana soba, haloterapija i brojni drugi tretmani za rješavanje problema s kralježnicom.¹⁷ Prema HGK, Top Terme, Topusko i Istarske Toplice navode se kao lječilišta zbog korištenja prirodnih ljekovitih činitelja. Prirodna lječilišta uključuju lječilišta i specijalne bolnice poput Varaždinskih, Stubičkih i Krapinskih Toplica.

Razina kvalitete usluga, kvalitete opreme, bogatstvo sadržaja u wellness objektima je na visokoj razini. Stoga se hrvatska ponuda iz tog aspekta može smatrati konkurentnom u odnosu na susjedne države. Međutim, za daljnje širenje ponude potrebna je optimalna zakonska regulativa koja će omogućiti uključivanje više razine medicinskih usluga u objekte takve prirode, ali i pratiti stručnu sposobnost kadrova. Teško je odrediti jesu li turisti koji dolaze u wellness centre zaista motivirani ponudom

¹⁶ Pogledaj primjer u Trogiru: <http://www.omh.hr/default.aspx?id=255>, pristupljeno 2.02.2016.

¹⁷ <http://www.spa-sport.hr/hr/terme-i-wellness/lumbalis-centar-zdravlja>, pristupljeno 2.02.2016

ili ih koriste kao popratne usluge. Zdravljem motivirani turisti još uvijek čine mali postotak gostiju, s obzirom da je popunjenost najizraženija u periodu od lipnja do rujna, što čini standardne okvire turističke sezone u Hrvatskoj.¹⁸ Prema strukturi turista, još uvijek većinu čine domaći turisti, kako je prikazano na nižem grafikonu.



Grafikon 2. Struktura turista zdravstvenog turizma 2007.-2011.
Izvor: Zane, Zdravstveni turizam - golemu nišu u hrvatskom turizmu, 2013.

Prema definiciji *Ministarstva turizma* lječilišni turizam obuhvaća medicinsku rehabilitaciju baziranu na korištenju prirodnih ljekovitih činitelja te počiva na sadržajima i uslugama specijalnih bolnica i manjeg broja lječilišta. Povijesno gledano, ovaj oblik turizma razvija se već iz doba Antike u Varaždinskim Toplicama. Bogatstvo Hrvatske leži u velikim izvorima prirodnih ljekovitih činitelja, posebice u kontinentalnoj Hrvatskoj. Oni objekti koji se nalaze na Jadranu više su usmjereni na ponudu ljekovitog blata, mora i klime kao takve, pogodne za izlječenje brojnih bolesti, od kardiovaskularnih do neuroloških ali i više specijaliziranih poput sportskih ozljeda.¹⁹

Ukupno raspoloživ smještajni kapacitet specijalnih bolnica i 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.²⁰ Zakupljivanje kapaciteta od

¹⁸ Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Republika Hrvatska Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str.13.

¹⁹ <http://www.jadran-crikvenica.hr/zdravstveni-turizam-u-crikvenici.aspx>, pristupljeno 2.02.2016.

²⁰ Ministarstvo turizma, op.cit., str.13.

strane HZZO ima trend smanjenja. Neke od najvećih specijalnih bolnica (*Krapinske Toplice, Varaždinske Toplice*) svoje kapacitete još uvijek u velikoj mjeri popunjavaju preko HZZO-a, dok Istarske Toplice i Topusko orijentiraju sebe kroz druge nevladine kanale popunjavanja. Sljedeći grafikon prikazuje broj noćenja po lječilištima i specijalnim bolnicama tijekom 2013. i 2012. godine.



Grafikon 3. Broj ostvarenih noćenja u lječilištima i specijalnim bolnicama
Izvor: HGK, Sektor za turizam/ Zajednica zdravstvenog turizma

Iz grafikona je ponajprije vidljivo da je najveći broj ostvarenih noćenja realiziran u *Varaždinskim* i *Krapinskim Toplicama* te da su prvih par mjesta po uspješnosti kapaciteti smješteni u kontinentalnoj Hrvatskoj. Također se može zaključiti kako su bolji rezultati svih analiziranih lječilišta manji u 2013. godini u odnosu na 2012. godinu. Potrebno je naglasiti kako u Hrvatskoj u ukupnim noćenjima zdravstveni turizam sudjeluje sa samo oko 0,5%, a udio smještajnih kapaciteta (soba/ kreveta) u lječilištima u odnosu na ukupne smještajne kapacitete iznosi samo 0,4%. Prema procjeni *Udruge za razvoj medicinskog turizma*, u 2009. godini od ukupno 6,5 milijardi eura prihoda od turizma, zdravstveni turizam donio je samo oko 75 milijuna, a u 2010. još manje, oko

45 milijuna eura. Udruga također raspolaže podatkom da je u taj segment turizma od 2002. do 2009. uloženo samo 71 milijun eura.²¹

Posljednju grupaciju zdravstvenih ustanove čine veliki klinički bolnički centri i veće poliklinike, ali njihova prisutnost na tržištu zdravstvenog turizam skoro je zanemariva. Riječ je o srednjim ili malim ordinacijama sa specifičnim specijalizacijama (npr. plastična kirurgija) koncentriranim uglavnom u Zagrebu, Istri i Kvarneru. Može se zaključiti kako je u ovom segmentu ponuda zdravstvenog turizma još uvijek sporadična, nedovoljno diversificirana, relativno neorganizirana i slabo prepoznatljiva.²² Ne postoje klasteri, vertikalna integracija niti promocija na nacionalnoj razini ili pak razvijanje mreže agencija, suradnika i posrednika koji bi pomagali razvoju ovog specifičnog oblika turizma. Njegovo promoviranje svedeno je na pojedinačne kampanje koje nisu međusobno usklađene. Hrvatska turistička zajednica promociju zdravstvenog turizma integrirala je u kampanju pod nazivom *Hrvatska 365 – Doživi Hrvatsku tijekom cijele godine* koja nedovoljno jasno i nazivom i vizualnim rješenjem ne ostvaruje krajnji cilj privlačenja turista zbog njegovanja vlastitog zdravlja.

Vizual kampanje 'Hrvatska 365 – Doživi Hrvatsku tijekom cijele godine'



Izvor: croatia.hr

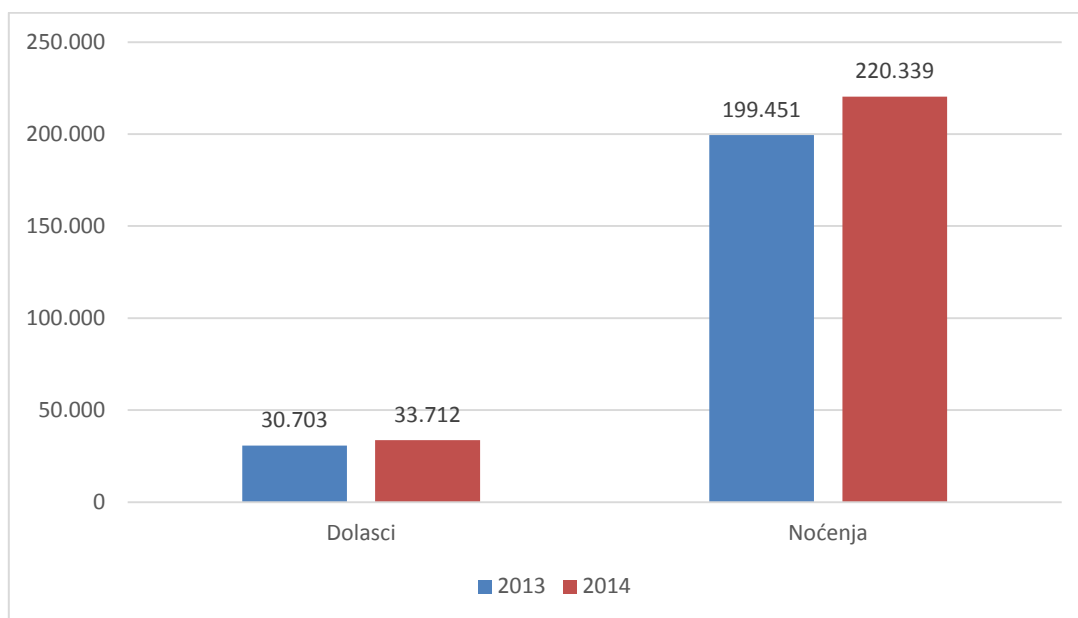
²¹ Zane, *Zdravstveni turizam - golema niša u hrvatskom turizmu*, 2013, str.4.

²² Ibidem. str.16.

Prema posljednjim rezultatima *Travel & Tourism Competitiveness Reporta*, hrvatski je turizam prema međunarodnoj konkurentnosti (usporedbom s više od 200 zemalja svijeta) zauzeo 34. mjesto, pri čemu je evidentno zaostajanje za drugim turističkim zemljama Mediterana poput Francuske, Španjolske, Cipra, Malte, Italije i Grčke.²³

3.1. Statistički rezultati zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Gosti koji dolaze zbog zdravstvenog turizma mogu se podijeliti na one čije troškove u potpunosti snosi HZZO, zatim na goste kojima su troškovi djelomično pokriveni te komercijalne goste koji sami snose sve troškove boravka i usluga koje koriste. Državni zavod za statistiku zabilježio je ukupni broj od 13.128,416 dolazaka, što je za 5.6% više u odnosu na 2013. godinu.²⁴ Smatra se da je 2013. godine bilo oko milijun turista koji su direktno ili indirektno bili sudionici zdravstvenog turizma. Sljedeći grafikon prikazuje broj dolazaka i noćenja 2013. i 2014. godine.



Grafikon 4. Broj dolazaka i noćenja zdravstvenih turista 2013. i 2014. godine
Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2014./2015.)

²³ *World Economic Forum*, Ženeva, Švicarska, 2011.

²⁴ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2014./2015.). Turizam u 2013/2014. Zagreb, Statistička izvješća.

Kroz grafikon je vidljivo da je u 2013. godini bilo 30.703 turista direktno povezanih s lječilištima te su ostvarili 199.451 noćenja, dok je u 2014. godini bilo 33.712 turista koji su ostvarili 220.339 noćenja. U 2014. godini ostvareno je 3.009 ili 9.1% dolazaka više naspram 2013. godine, a noćenja je bilo više 20.888 ili 9%. U 2014. godini vidi se blagi porast.

Prema Gregorić, turisti koji ostvaruju svoje boravke u zdravstvenom turizmu najčešće svoje boravke organiziraju na dva načina a to su²⁵:

- poliklinički oblik; pružanje usluga u zdravstvenim ustanovama, smještaj u ugostiteljsko turističkim objektima
- stacionarni oblik; direktno obavljanje usluga i organizacija smještaja u zdravstvenim ustanovama.

Struktura gostiju zdravstvenog turizma uglavnom su ljudi starije životne dobi, zatim žene u srednjoj životnoj dobi, a sve su češći i mlađi poslovni ljudi koji koriste antistres tretmane.

Bez obzira na trenutnu tržišnu slabu razvijenost, zdravstveni turizam ima velik potencijal rasta. Kao i svaki drugi oblik turizma, komplementaran je s drugim njegovim oblicima. Osoba koje je zainteresirana za zdravstveni turizam vjerojatno će ostvariti više noćenja, a sve zbog potrebnog vremena oporavka nakon tretmana. U ovoj vrsti turizma, turistička potražnja ne ostvaruje veće promjene ili oscilacije jer je kvalitetnija i bolja iskorištenost smještaja i usluga. Potražnja je manje elastična jer se radi o segmentu čovjekovog zdravlja. Slabije je izraženo sezonsko zapošljavanje jer su lječilišta otvorena cijelu godinu i zahtijevaju stalnost u zapošljavanju stručnog kadra.²⁶

²⁵ Gregorić, M., Musliu, T., *Lječilišni aspekt zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj*, Međimursko veleučilište u Čakovcu, 2015., str.7.

²⁶ Kesar, O., *Zdravstveni turizam*. Zagreb, Ekonomski fakultet. 2012/2013.

3.2. Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine orijentirana je na daljnji razvoj zdravstvenog turizma kroz *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*. Prema *Strategiji razvoja*, lječilišni turizam trebao bi biti središnja točka daljnjeg razvoja, uz diferencijaciju destinacija i radu na podizanju kvalitete u istima. Kako bi se plan realizirao, potrebno je unaprijediti ponudu, pojačati komunikacijske i prodajne aktivnosti te se umrežiti s drugim zemljama članicama Europske Unije. Iz aspekta medicinskog wellnessa, *Strategija* planira proširenje ponude na kampove i podizanja standarda rada u hotelima.

Kako bi se osigurao neometani razvoj zdravstvenog turizma, 2014. godine osnovan je *Zavod za zdravstvene usluge u turizmu* koji će biti odgovoran za nadgledanje poslova realizacije Strategije iz aspekta zdravstvenog turizma, planiranje novih aktivnosti, donošenje mjera privatizacije i drugih restrukturiranja. Dokument pod nazivom *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma* donesen je iz *Strategije razvoja* kao način sustavnog i kontinuiranog podizanje kvalitete usluga te posljedično konkurentnosti na tržištu. Cilj dokumenta je suradnja *Ministarstva turizma* i *Ministarstva zdravlja* te usklađivanje svih subjekata odgovornih za razvoj turizma u privatnom i javnom sektoru. Potreba za promjenom u postojećem zakonodavnom statusu jedan je od motiva oblikovanja Akcijskog plana, kao i dodatnih obrazovanja sudjelujućeg kadra.

Glavni ciljevi *Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma* su sljedeći:

- sadržajno diversificirati postojeća termalna/talaso lječilišta i/ili specijalne bolnice; dodatno opremanje sadržajima, profiliranje i specijaliziranje hrvatskih lječilišta s ciljem smanjenja ovisnosti o HZZO sustavu;
- osuvremenjivanje ponude postojećih termalnih/talaso lječilišta i/ili specijalnih bolnica; podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta te izgradnja novih zabavnih sadržaja

- nova izgradnja zdravstveno-turističkih sadržaja; izgraditi nekoliko potpuno novih zdravstveno-turističkih centara/destinacija po uzoru na međunarodnu praksu
- Strateško povezivanje pružatelja usluga zdravstvenog turizma:
 - intrasektorskog povezivanje na nacionalnoj i međunarodnoj razini
 - intersektorsko povezivanje s posebnim naglaskom na povezivanje sa sektorima proizvodnje hrane i farmaceutike
 - povezivanja i suradnje znanstvenih institucija, gospodarstva i javnih institucija
- uspostavljanje sustava poticaja; fiskalno i financijsko poticanje te korištenje sredstava strukturnih fondova Europske Unije.²⁷

U zakonodavni okvir zaduženi za razvoj zdravstvenog turizma uključena su dva ministarstva:

- *Ministarstvo turizma*: zaduženo je za razvoj i provođenje zakonske regulative u turizmu. U Strategiji razvoja do 2020. godine ovo ministarstvo identificirano je kao jedan od prioritetnih, kao i razvoj zdravstvenog turizma.
- *Ministarstvo zdravlja*: zaduženo je za reguliranje zakonske regulative iz domene zdravstvene zaštite, osiguranja i reguliranja zdravstvenih ustanova. U sklopu njega djeluje i referentni centar za zdravstveni turizam i medicinski programiran odmor.

Zakoni koji se provode u području zdravstvenog turizma su:

- Zakon o zdravstvenoj zaštiti
- Zakon regulira pružanje zdravstvenih usluga u turizmu
- Zakon o obveznom zdravstvenom osiguranju
- Zakon o stomatološkoj djelatnosti

²⁷http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf, pristupljeno 2.02.2016.

- Zakon o fizioterapeutskoj djelatnosti
- Zakon o liječništvu

Sljedeća shema prikazuje ciljeve razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj prema Strategiji razvoja.

Wellness	Lječilišni turizam	Medicinski turizam
Unapređenje prepoznatljivosti	Unapređivanje ponude	Unapređenje međunarodne prepoznatljivosti
Povećanje stručne osposobljenosti	Diferenciranje ponude	Unapređenje međunarodne poželjnosti RH
Obogaćivanje ponude	Povećanje tržišne poželjnosti destinacija	Proširenje ponude

Shema 1. Ciljevi razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj do 2020. godine
Izvor: http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_zdravstveni.pdf

S obzirom na različitost prirode razvoja koji se hoće postići, svaki od oblika zdravstvenog turizma ima svoje specifične podciljeve kako slijede:

1. Medicinski wellness:

- unapređenje međunarodne prepoznatljivosti i poželjnosti integralne wellness ponude kroz njegovanje kulture kvalitete i unaprijeđenu komunikaciju s ciljnim tržišnim nišama
- povećanje razine stručne osposobljenosti djelatnika, osobito u sferi menadžmenta i marketinga
- kontinuirano obogaćivanje wellness ponude kako u sferi kvalitete *hardware-a* (broj pružatelja usluga i njihova opremljenost), tako i u

sferi širenja palete wellness proizvoda kroz specijalizaciju, posebice jačajući komponentu medicinskih usluga

2. Lječilišni turizam:

- a. unapređenje postojeće ponude u smislu kvalitete i tehnološke opremljenosti medicinsko-lječilišnog, a osobito smještajno-ugostiteljskog segmenta poslovanja
- b. učinkovito diferenciranje lječilišne ponude kroz naglašenu specijalizaciju pojedinih lječilišnih ustanova, ali i međunarodno certificiranje
- c. povećanje razine stručne osposobljenosti djelatnika, osobito u sferi menadžmenta i marketinga
- d. unapređenje međunarodne prepoznatljivosti pojedinih ustanova
- e. sustavno unapređivanje tržišne poželjnosti lječilišnih destinacija što podrazumijeva podizanje njihove ambijentalnosti i dubine/širine uslužne ponude

3. Medicinski turizam:

- a. unapređenje međunarodne prepoznatljivosti izabranih ustanova kroz međunarodno certificiranje
- b. unapređenje međunarodne poželjnosti RH kao destinacije za medicinski turizam kroz uspostavu učinkovite strategije tržišnog nastupa/komunikacije
- c. proširivanje dubine i širine ponude za tržište spremnih medicinskih usluga

Sljedeća tabela prikazuje najveće planirane projekte i ulaganja prema *Akcijskom planu*.

Tabela 4. Najveći planirani projekti i ulaganja prema Akcijskom planu

Ustanova	Vrijednost investicije (EUR)	Vrsta radova
Nerežišća, Brač	275 milijuna (475 milijuna)	- novi centar zdravstvenog turizma „Medis Brachia“: - izgradnja objekata, krajobrazno uređenje i infrastruktura - potencijalno: klinika za tumore s izvorom ionskih čestica (dodatnih 200 milijuna eura); investitor: Medis Investments, Švicarska
Projekt Stubaki	105 milijuna	- gradnja budućega zdravstveno-turističkog kompleksa na 125.000 četvornih metara; investitor: Koncern Sunce
Varaždinske toplice	70 milijuna	- izgradnja hotela Jupiter (48 milijuna eura) i bolnice Junona (10,4 milijuna eura) - rekonstrukcija hotela Minerva (20 milijuna eura)
Daruvarske toplice	20 milijuna	- izgradnja novih objekata (bolnički stacionar sa 140 postelja), adaptacija postojećih u wellness-centre, uređenje apart hotela i sportskog hotela, podizanje kategorije smještaja
Lječilište Veli Lošinj	10 milijuna	- I. faza: rekonstrukcija objekta Park, infrastruktura i hortikultura - II. faza: rekonstrukcija objekta Park V i medicinskog trakta - III. faza: rekonstrukcija objekata Park II i Park III
Istarske toplice	1,3 milijuna	- rekonstrukcija fizikalne terapije i radovi na unutarnjem bazenu s termalnom i ljekovitom vodom - novi sustav grijanja/hlađenja (inovativnim sustavom upotrebe topline iz otpadnih voda bazena)
Stubičke Toplice	1,1 milijuna	- uređenje hidroterapije i wellnessa (600 četvornih metara novih prostora i oprema)

Izvor: <http://goo.gl/i3mHPm>, pristupljeno 6.02.2016.

3.3. SWOT analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Tabela 5. SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske

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 nedostatno certificiranje • Nedostatak kontrole kvalitete usluge • Nedovoljna snaga klastera i udruga
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 proizvoda 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

Izvor: http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf

SWOT analiza pokazuje da zdravstveni turizam u Hrvatskoj još uvijek nije na razini prepoznavanja u regiji u kojoj djeluje te da je potrebno daljnje ulaganje u wellness centre, transformacija lječilišta u visoko kvalitetne centre te jačanje pozicije medicinskog turizma s ciljem osnivanja klastera.

4. ZDRAVSTVENI TURIZAM SJEVEROZAPADNE HRVATSKE

Prostor hrvatskog sjeverozapada često se prikazuje u kontekstu bogatstva prirodnih ljekovitih činitelja koji se savršeno uklapaju u strategiju razvoja zdravstvenog turizma. Ova kulturno - povijesna regija predstavlja zasebnu prirodno - zemljopisnu cjelinu sjeverozapadnog dijela Hrvatske, odvojenu od Zagreba Medvednicom, odakle joj i naziv "za gorom"²⁸. Još u svojoj povijesti bilo je poznato po brojnim izvorima geotermalne vode, što je vodilo razvoju i ulaganjima u ostale resurse i otvaranju nekoliko zdravstvenih centara u Hrvatskom Zagorju. U Hrvatskoj je zabilježeno 128 izvora termalnih voda, a najviše u Panonsko - peripanonskom području.

Međutim, u posljednjih 400 godina došlo je do stagnacije cijelog zdravstva što se očitovalo i na sjeverozapadu zemlje. Kako bi se u funkciju vratila zapuštena kupališno-rekreacijska odredišta, kao i snažna kampanja koja bi se othrala moćnoj ljetnoj sezoni Jadrana, bila je potrebna temeljita rekonstrukcija ali i velike investicije. Stoga je u Strategiji razvoja do 2020. godine upravo ovo područje navedeno kao ključno u daljnjem razvoju zdravstvenog turizma.

4.1. Zdravstveni turizam u Krapinskim Toplicama

Općina Krapinske Toplice smještena je u zapadnom dijelu Krapinsko-zagorske županije, na nadmorskoj visini od 160 metara. Sa sjeverne, istočne i zapadne strane kotlina je okružena Hršak bregom, Marijom Magdalenom i Škrnikom.²⁹

²⁸ https://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatsko_zagorje, pristupljeno 4.02.2016

²⁹ Crkvenčić, I., et.al, *Geografija SR Hrvatske*, Školska knjiga, Zagreb, 1974., str. 175.



Slika 5. Krapinske toplice
Izvor: www.krapinske-toplice.hr, pristupljeno 4.02.2016

Općina se sastoji od triju glavnih geomorfoloških elementa – brežuljaka do 300 m nadmorske visine s poznatim vinogradima te kao takvi čine poznatu etnološku zonu, dolina uz tokove riječica i obronaka brežuljaka, a sve je rasprostranjeno na 49km² s otprilike 5,360 stanovnika iz popisa stanovništva 2011. godine. Prosječna gustoća naselja iznosi 110,75 stanovnika/km² što ju čini jednom od najgušće naseljenih općina u Hrvatskoj.³⁰ Sektori poslovanja koji su najzastupljeniji u općini su³¹:

- turizam – zdravstveni i rekreacijski oblici turizma
- poljoprivreda; razvoj seoskog turizma; brojne vinske ceste nedovoljno promovirane
- čista industrija manjih kapaciteta
- obrtništvo

³⁰<http://www.krapinske-toplice.hr/krapinske-toplice/opce-informacije/>, pristupljeno 4.02.2016.

³¹ Jakovčić, M., *Turizam Krapinskih Toplica – sadašnje stanje i mogućnosti razvoja*, Geoadria, vol 8/1, 2003, str.151.

Općina Krapinske Toplice okružena je općinama Tuhelj, Sveti Križ Začretje i Veliko Trgovišće te gradovima Krapinom, Pregradom i Zabokom, a povoljan položaj očituje se i na 8 km dugačkoj trasi Phyrnskog pravca koji povezuje sjeverozapadnu i jugoistočnu Europu, a pruža se od Nürnberga preko Salzburga, Graza i Maribora prema Zagrebu te dalje prema Karlovcu i Splitu. Općina je i u relativnoj blizini Zagreba s kojim je povezan lokalnim i regionalnim cestama, autobusnim i željezničkim prijevozom. Prema Jakovčić, prometna povezanost nije dostatna što utječe na razvoj turizma Krapinskih Toplica, a najviše izletničkog turizma.

Glavni faktor razvoja Krapinskih Toplica ljekoviti su izvori hipertermalnih voda temperature oko 41°C s blagim mineralnim svojstvima pogodnim za liječenje brojnih bolesti poput reume, bolnih kralježnica i kardiovaskularnih bolesti. Voda Krapinskih Toplica ocijenjena je kao 6. najkvalitetnija termalna voda Europe.³² Osim vode, Toplice koriste i ljekovito blato (fango) koje posjeduje dobra toplinska svojstva te se upotrebljava kao ljekovita obloga za cijelo tijelo ili dijelove tijela. Primjenjuje se nakon mehaničke i toplinske obrade u obliku obloga zamotanih u odgovarajuće platno.³³

U naselju Krapinske Toplice nalaze se dvije specijalne bolnice: *Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice* koja djeluje od 1956. godine i *Specijalna bolnica za kardiovaskularnu kirurgiju i kardiologiju Magdalena* od 1997. godine. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju nudi brojne programe i dijagnostičke usluge te sve veći broj programa sportske prirode poput kupanja u bazenima s termalnom vodom, Vojta tečaja u suradnji s Akademijom za razvojnu rehabilitaciju, aquaerobica i sl. Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Krapinske Toplice proglašena je od Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje najboljom specijalnom bolnicom u Hrvatskoj za 2014. godinu.³⁴ Međutim, bez obzira bogatu i raznovrsnu ponudu, još uvijek premali postotak gostiju dolazi samo radi zdravstvenog turizma ili da nisu vezani javnim sustavom HZZO.

³²<http://www.krapinsketoplice.com/spa-wellness-zdravlje/zdravstvo-u-krapinskim-toplicama/>, prisutpljeno 5.02.2016.

³³<http://www.sbkt.hr/>, pristupljeno 5.02.2016.

³⁴ Ibidem.

Razvoj Krapinskih Toplica u jačoj mjeri započinje krajem 19. stoljeća, kada se pozicioniraju kao elitno lječilište.³⁵ Razvoj turizma od samoga se početka bazirao na korištenju termalnih izvora pa je tako 1772. godine izgrađeno prvo kupalište (kupelj Dubrava). Jači razvoj bilježi se nakon 1862. godine kada Jakov Badl počinje investirati u nove kupelji, hotel i lječilišta. Upravo u tom razdoblju Krapinske Toplice postaju mondano lječilište koje u sklopu Austro-Ugarske Monarhije ostvaruje značajne turističke rezultate.³⁶

Prema Državnom zavodu za statistiku 2011. godine ukupni broja posjetitelja Krapinsko-zagorske županije iznosio je 60.121 dok je 2012. godine taj broj narastao na 62.837, od kojih je 42.107 bilo domaćih turista te 20.730 stranih.³⁷ Međutim, srž problema nije broj turista već kratkoća njihova boravka, što bi značilo da ne postoji dovoljno bogata i atraktivna ponuda. Stoga je dugo planiran projekt Vodeni centar Aquae Vivae – Krapinske Toplice otvoren u ožujku 2015. godine koji na preko 1.100 m² vodene površine nude kombinirane velike unutarnje/vanjske bazene s mnogobrojnim vodenim atrakcijama (toboganom, gejzirima, slapovima), dječji bazen, bazen s valovima, jedinstveni bazen za ronjenje dubine 4,5 m, bazen za plivanje te vanjski bazen. Svi bazeni punjeni su termalnom vodom temperature 28-38 Celzijevih stupnjeva i imaju ukupno preko 160 vodenih atrakcija. Uz unutarnje bazene u ponudi je veliki svijet sauna koji nudi: finsku saunu, bio saunu, tursku saunu, tepidarium te posebnu atrakciju – ledenu sobu.³⁸

³⁵Bancalari, D. , *Krapinske Toplice, njihova topla vrela i kupelji*, Zagreb,1871., str.72.

³⁶ Strategija razvoja Općine Krapinske Toplice, Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine Općina Krapinske toplice, str.43.

³⁷http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/SI-1491.pdf, pristupljeno 5.02.2016.

³⁸<http://www.krapinsketoplice.com/spa-wellness-zdravlje/bazeni-i-kupalista/aquae-vivae-krapinske-toplice/>, pristupljeno 5.02.2016.



Slika 6. Vodeni centar Aquae Vivae – Krapinske Toplice
Izvor: new.villa-magdalena.net

Tijekom 2013. godine kupalište u Krapinskim Toplicama posjetilo je 44.120 osoba, što predstavlja smanjenje u odnosu na 2012. godinu kada su ga posjetile 48.394 osobe. Ohrabrujuće je što je tijekom 2013. godine gotovo polovica posjetitelja kupališta imala ulaznicu s plaćenim noćenjem (21.563 osobe). S druge strane, primjetan je sezonalni karakter u poslovanju plivališta jer većina posjetitelja (16.866 osoba) dolazi tijekom III. kvartala, tj. tijekom ljetnih mjeseci.³⁹

Krapinske Toplice imaju u ponudi dva smještaja - *Wellness hotel Villa Magdalena***** koji je proglašen najboljim malim kontinentalnim hotelom u Hrvatskoj tri godine zaredom (2012., 2013. i 2014. godine). Apartmani su moderno opremljeni dok se u dnevnom boravku nalazi jacuzzi s termalnom vodom i kromoterapijom. Svaki apartman ima vlastitu terasu s ležaljka i pogledom na regiju. U sklopu hotela nalazi se restoran koji je ušao u prestižni gastro vodič za 2011.godinu, *Gault Millau*, kao top 30 restorana u Hrvatskoj, a osvojio je i mnogobrojna priznanja i nagrade (*100 najboljih restorana Hrvatske, Dobri restorani, Top 26 restorana u izboru Akademija*).⁴⁰ U ponudi

³⁹ Strategija razvoja Općine Krapinske Toplice, Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine Općina Krapinske toplice, str.43

⁴⁰ <http://www.krapinsketoplice.com/spa-wellness-zdravlje/hotel-villa-magdalena-4-krapinske-toplice/>, pristupljeno 5.02.2016.

se nalazi i veliki broj paket aranžmana: *Termalni Užitak*, *Spa paket za dvije osobe*, *Ljubavna priča*, *Posebni trenuci*, *Art Chocolate*, itd.

Osim hotela, Toplice na svojim internetskim stranicama nude i dva apartmanska smještaja, *Studio **** i *Studio*****. Međutim, na području cijele općine nalazi se veliki broj privatnih kuća za odmor, ali i kafića i drugih ugostiteljskih kapaciteta. Osim toga, ponuda je dosta ograničena. Postoji jedna kino dvorana, a ponuda tijekom zime ograničena je na zatvorene bazene bez dodatnih rekreacijskih dijelova koji ljeti dobro pozicioniraju *Toplice*. Daljnji razvoj zdravstvenog turizma na području općine Krapinske Toplice višestruko bi utjecao na razvoj tog područja. Osim mogućnosti kontinuiranog zapošljavanja, ovaj oblik turizma utjecao bi i na generiranje drugih gospodarskih grana, razvoj obrtništva i slabije zastupljenog izletničkog turizma. Iz tog je razloga izgrađen sustav pješačkih staza oko *Toplica*. Staze su dobro obilježene i posebne po svojem sustavu označavanja, na svakom raskrižju pješaku pružaju informacije o težini staze te prosječnoj vremenskoj udaljenosti od središta mjesta. Prema težini dijele se na rekreativne, medicinske i trim staze.⁴¹



Slika 7. Pješačke staze u Krapinskim Toplicama
Izvor: new.villa-magdalena.net

⁴¹<http://www.krapinske-toplice.hr/wp-content/uploads/STRATEGIJA.pdf>, pristupljeno 6.02.2016.

5. ZDRAVSTVENI TURIZAM MAĐARSKE

Kultura termi u Mađarskoj razvila se prije više tisuća godina. Blagodatni učinci tople mineralima bogate vode poznati su još od antičkih vremena. Terme su imale važnu ulogu u europskim gradovima. Povijest Mađarskih terma može se podijeliti na tri glavna dijela. Prvi dio povijesti veže se uz stare Rimljane koji su već imali visoko razvijenu kulturu terma, posebno u provinciji Panonije, gdje se sada nalazi zapadni dio Mađarske. Rimljani su gradili tople termalne bazene koji su bili bitan dio higijene, ali i kulturnog života i zabave.



Slika 8. Budapest Sparty Szechenyi terme
Izvor: attractions.topbudapest.org

U blizini Budimpešte arheolozi su otkrili 11 terma koje su okruživale druge infrastrukture poput frigidarija, hladnog bazena koji se koristio nakon kaldarijuma i tepidarijuma koje su bile tople sobe poput sauna. Kompleksi su nudili brojne tipove masaža i soba za treniranje. Kršćani su nastavili s tradicijom, misionari su gradili samostane i bolnice u blizini termalnih izvora iz 6. stoljeća. Kada su Mađari stigli u područje Karpata, otvorili su vlastite terme u 9. stoljeću u blizini izvora. Mađarske terme postale su svjetski poznate tek u srednjem vijeku.

Drugo važno doba za razvoj zdravstvenog turizma u Mađarskoj događa se 150 godina nakon turske okupacije. Turci su prepoznali bogatstvo izvora te su mnogo

ulagali u njih. Terme u Budimpešti i Egera datiraju iz toga vremena. Danas postoje dva tipa turskih terma: Ilidza i Hamam. Ilidza se gradila direktno na izvor vode, s jednim centralnim bazenom kojega okružuju više manjih bazena. Glavno obilježje Ilidza je kontinuirana cirkulacija vode. Hamam je topla, parna soba sa sjedećim mjestima.

Treće bitno povijesno doba za razvoj zdravstvenog turizma u Mađarskoj dogodilo se u posljednjim desetljećima 18. stoljeća kada se kultura terma ponovno počela razvijati. Prva promocija mađarskih mineralnih voda javlja se početkom 19. stoljeća. 1876. godine zakon javnog zdravlja objavio je zasebne regulacije termi kako bi već 1896. godine u Mađarskoj bilo otvoreno 286 termi. Razvojem prijevoznih sredstava te izgradnja mreže vlakova pomogla je u većoj dostupnosti termi.

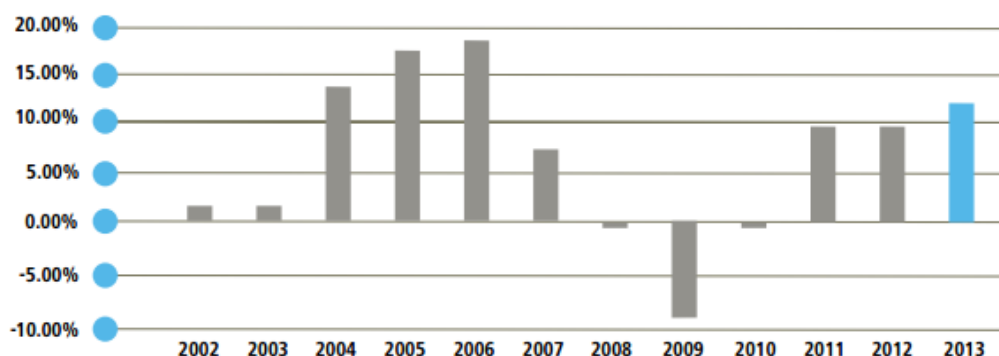
Institut za reumatizam i terme osnovan je 1934. godine. Samo tri godine kasnije održan je *Internacionalnih medicinski termalni kongres* u Budimpešti na kojem se potvrdila pozicija lidera Mađarske kao termalne destinacije u Europi. Otvaranjem Széchenyi termi, najvećem kompleksu termi u to vrijeme 1913. godine bio je veliki događaj u razvoju cjelokupne kulture termi i lječilišta. U 2013. godini u Mađarskoj je radilo 385 termalni i medicinski kupki, 62 zdravstvenih hotela, 107 wellness hotela te 2 terapijska centra. Uz to, djeluju i 14 službenih zdravstvenih odmarališta i 5 terapijskih pećina koje same za sebe čine atrakciju destinacije na razini Europe.⁴²

Trenutno postoji oko 1300 lokacija s izvorima termalne vode u Mađarskoj što znači da se na čak 70% teritorija može pronaći prirodna voda čija je temperatura viša od + 30°C. Mađarska se nalazi na petom mjestu u svijetu po bogatstvu termalnih izvora u svijetu – nakon Japana, Islanda, Italije i Francuske - uključujući 147 tipova kvalificirane medicinske vode. Razlog tome je činjenica da se Mađarska nalazi na posebnom geografskom položaju u Karpatima, gdje je zemljin omotač 10 kilometara tanji od svjetskog prosjeka, što znači da postoji samo 23-27 kilometara između površine zemlje i vruće magme. U Karpatskom bazenu (Panonska nizina) temperatura raste za

⁴²<http://www.gyogyturizmus.hu/index.php?base=debut>, pristupljeno 10.02.2016.

5°C svakih 100 metara. Posljedica je lakša dostupnost termalne vode nego drugih lokacija u Europi.⁴³

Mađarska ima bitnu ulogu u razvoju zdravstvenog turizma. Prema internacionalnoj statistici, Budimpešta se nalazi na drugom mjestu, dok je Hévíz na 13. mjestu.⁴⁴ Skoro jedna trećina noćenja komercijalnog smještaja realizirana je u wellness hotelima u Mađarskoj. Glavni razlog može biti pogodno geotermalno bogatstvo i izvanredni izvori termalnih voda, nakon Japana, Islanda, Italije i Francuske. Mađarska ima poznate, tradicionalne metode izlječenja koje se baziraju na ovim prirodnim resursima. Iako statistike pokazuju pozitivne rezultate zdravstvenog turizma, ono je još uvijek u svojim početnim fazama razvoja s brojnim neiskorištenim prilikama i kapacitetima. Sljedeći grafikon prikazuje godišnje kretanje prihoda u zdravstvenom turizmu u Mađarskoj od 2002. do 2013. godine.



Grafikon 5. Kretanje prihoda u zdravstvenom turizmu u Mađarskoj od 2002.-2013. godine (u%)
Izvor: *Hungarian Investment and Trade Agency (HITA)*, 2014.

Grafikon prikazuje kako je najveći pad doživljen 2009. godine uzrokovan globalnom recesijom te se tek 2011. godine vratio u skoro 10% ukupnih prihoda industrije. Prije tri godine, zdravstveni turizam čini više od 10% ukupnog prihoda turizma.

⁴³Thermalbathandmedicalcenter, Thermalwateroccurrencesin Europe, <http://users.atw.hu/adandprojekt/index.php?module=viz&PHPS>, pristupljeno 10.02.2016.

⁴⁴ Best SpaVacations, <http://www.tripadvisor.com/Inspiration-g4-c8-Europe.html>, pristupljeno 3.02.2016.

Prema Strategiji razvoja, Mađarska je tradicionalno orijentirana na termalnu lječilišnu ponudu te od 1990. -ih godina kontinuirano ulaže u njezino obogaćivanje. U Mađarskoj se do danas razvilo 12 *spa* gradova gdje je tradicionalna lječilišna ponuda nadograđena wellness sadržajima i rekreacijom, a trenutno se pozicionira kao *europsko središte stomatologije* uz koju se također ističu specijalizacije u plastičnoj kirurgiji, oftalmologiji, ortopediji i IVF tretmanima.⁴⁵ Razvoj zdravstvenog turizma za Mađarsku znači poboljšanje cjelokupnog stanja ekonomije zemlje te izgradnju novih kompleksa od kojih će imati puno prednosti i lokalno stanovništvo.

Slično ponudi drugih zdravstveno turističkih destinacija u središnjoj Europi, Mađarski lječilišni programi uključuju broje terapijske tretmane. U posljednjih 10 godina, wellness i zdravstveni turizam imaju sve veću popularnost sa preko 57 wellness objekata te ekstenzivnom izgradnjom hotela i spa centara diljem zemlje, čak i na lokacijama s iznimnom prirodnim atrakcijama (poput termalnog jezera Heviz).⁴⁶ Mađarski izraz *spa* često se koristi kao sinonim za kupelj ili terme, iako ono uključuje i brojne druge usluge. Posljednje desetljeće karakterizira izgradnja nekoliko novih wellness hotela te se ovaj oblik turizma počeo naglo razvijati.

Danas u Mađarskoj djeluje 92 wellness hotela opremljenih bazenima, fitness uslugama, kozmetičkim uslugama i restoranima. Struktura gostiju u njima još je uvijek primarno sačinjena od domaćih turista (2009. ih je bilo 500.000), a tek jedan manji dio čine strani gosti (150,000 u 2009. godini). U periodu od 2004. do 2008. godine broj noćenja u wellness hotelima narastao je za 40%, a glavninu stranih turista činili su gosti iz Njemačke i Austrije.⁴⁷ Međutim, prihode od zdravstvenog turizma još uvijek generiraju domaći gosti, kojih godišnje ima oko 24 milijuna.

⁴⁵http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf, pristupljeno 10.02.2016.

⁴⁶Ratz, T., *A Comparative Analysis of Spa Tourism in Japan and Hungary*, Health, Wellness and Tourism: healthy tourists, healthy business, Travel and Tourism Research Association Europe 2010 Annual Conference Budapest, Hungary, 2010.

⁴⁷GSS (Global Spa Summit), SRI International, www.globalspaandwellnesssummit.org

S obzirom da je većina termalnih lječilišta u Mađarskoj u vlasništvu lokalne vlasti, postoji jaka povezanosti između vlade i razvoja zdravstvenog i wellness turizma. S druge strane, kao i u Hrvatskoj, ne postoji jasno definirana kooperacije između zdravstvenog sustava i sektora turizma.⁴⁸ Kako bi se riješio navedeni problem, Mađarska je radila na oblikovanju državnih razvojnih planova za zdravstveni i wellness turizam:

- Széchenyi turistički plan razvoja (2000) koji je obuhvaćao razvoj termalnih lječilišta i vezane infrastrukture i hotelskih kapaciteta
- 10-godišnji Razvojni program zdravstvenog turizma (2000-2010.) imao je cilj pozicionirati Mađarsku kao vodećeg konkurenta na europskom tržištu do 2010.godine. Pod ovim programom investirano je preko 188 milijuna eura na razvoj lječilišta i hotelske industrije. Sama industrija potrošila je oko 550 milijuna eura na postojećih 82 lječilišta tijekom istog perioda. Naglasak je stavljen na povećanje prihoda generiranog u turizmu sa tri ciljne skupine, tri generacije umjesto samo jedne, te razvoj proizvoda koji bi bili konkurentni na globalnoj razini (fokusirajući se uglavnom na rusko, ukrajinsko, hrvatsko i izraelsko tržište).⁴⁹
- Mađarski novi Széchenyi razvojni plan (2014) specifičnije se orijentirao na razvoj zdravstvenog turizma, sa naglaskom na termalne vode i kirurške zahvate te rehabilitaciju pacijenata.⁵⁰

Internacionalnu promociju zdravstvenog turizma u Mađarskoj vodi *Državni turistički ured* koji je tijekom posljednjih 10 godina provodio nekoliko kampanja s naglaskom na zdravstveni turizam. Promocijske aktivnosti orijentirane su na lječilišta, wellness hotele i terme pod nazivom *Spa&Wellness*. Jedna od internacionalnih

⁴⁸ GSS (Global SpaSummit), *WellnessTourismandMedicalTourism: Where Do Spas Fit?*, www.globalspaandwellnesssummit.org, 2011.

⁴⁹ Erfurt-Cooper, P., Cooper M., *Health andWellnessTourism: Spas andHotSprings*, Channel ViewPublications, 2009.

⁵⁰ http://www.ngm.gov.hu/data/cms2084680/New_Szechenyi_Plan.pdf, pristupljeno 11.02.2016.

kampanja iz 2011. godine imala je naglasak na *Prirodne vode*.⁵¹ Ured također djeluje kroz tzv. *Air Marketing Fund* čiji je cilj otvaranje novih zračnih linija prema ključnim Mađarskim destinacijama s posebnim naglaskom na kupovini novih aviona koji bi imali rutu prema jednom od glavnih odredišta zdravstvenog turizma – Hévízu. Mađarska je također jedna od rijetkih zemalja koja ima zasebnu internetsku stranicu za wellness turizam.⁵²

Mađarski turistički ured imenovao je 2008. godinu kao *Godinu Voda* uključujući mineralne i termalne vode te ih stavljajući u fokus napora domaćeg i internacionalnih napora. Od tada uložen je značajan kapital uz potporu vlade u području zdravstvenog turizma, što je rezultiralo izgradnjom novih terma i wellness centara kao i potrebne turističke infrastrukture.⁵³

Popularnost zdravstvenog turizma u Mađarskoj ima trend kontinuiranog rasta. U 2012. godini broj posjetitelja u tom segmentu narastao je za 10,2%, a unatoč manjem broju slobodnih smještajnih jedinica, broj noćenja rastao je za 9,6%. Ukupni prihod vezan uz ovaj oblik turizma povećao se za 20,7% a prema trenutnim trendovima, a budući se rast također očekuje u ovom segmentu na godišnjoj razini od oko 20%.⁵⁴

5.1. Prikaz destinacije Hévíz

Hévíz je mali grad u Mađarskoj. Lociran je samo nekoliko kilometara od Balatona, takozvanog *mađarskog mora* i u njemu živi oko 4.500 stanovnika. Ono što Hévíz čini drugačijim i pravom turističkom atrakcijom jest njegovo termalno jezero, najveće u području kontinentalne Europe, s izvorima vode temperature 38-40°C.⁵⁵ Izvori su aktivni još od vremena tercijara te su se koristili za izgradnju kupelji u vrijeme

⁵¹ PR "New Waters Ahead" *National Tourism Marketing Plan For 2012*, Hungarian National Tourist Office – Communications Office, 2011.

⁵² <http://www.spasinhungary.com>, pristupljeno 12.02.2016.

⁵³ Ratz, op.cit.

⁵⁴ *Hungarian Investment and Trade Agency (HITA)*, 2014.

⁵⁵ Bosworth, A., *Hévíz – the only thermal lake in Europe is located in Hungary*, 2012.

Rimljana. Voda je bogata kalcijem i magnezijem je lagano radioaktivna. Iako se to čini opasnim, ne postoji nikakav rizik po zdravlje.



Slika 9. Hévíz termalno jezero

Izvor: <http://thermalbathguide.com/heviz-thermal-lake/>, pristupljeno 5.02.2016

Blato koje se nalazi na njegovom dnu ima moć regeneracije i koristi se u tretmanima. Obale jezera prekrivene su tropskom vegetacijom, lopočima i čempresima. Termalna voda često se koristi u liječenju lokomotornog sustava, reume, probavnih problema kao i respiratornih. U zimsko doba zbog velike razlike u temperaturi između zraka i vode, nastaje para koju grad promovira kao najveći otvoreni Inhalacijski sustav u svijetu.⁵⁶

U termama Heviz nudi se širok raspon terapija prema tipu i trajanju bolesti te generalnom stanju pacijenta. Tipični tretman traje oko 2 tjedna i počinje pregledom specijalista koji procjenjuje stanje u kojem se pacijent/turist nalazi. Terapija može biti od mehaničke do psihoterapije. Poseban oblik terapije jest liječenje uz pomoć ljekovitog

⁵⁶ Ibidem.

blata koje je nastalo još u vrijeme Panonskog mora, prije desetaka tisuća godina. Blato je blago radioaktivno i uključuje bogate sastojke kao što su radijska sol i reducirani sulfidi. Tijelo se omota blatom i nakon 30-minutne relaksacije izvlači sve toksine iz tijela. Tu su i brojni programi medicinske gimnastike, vježbe disanja, limfodrenaže, itd.⁵⁷ Gotovo posebnu grupu čine samo medicinske masaže, npr. švedska masaža, sportska ili osvježavajuća masaža.

U samom kompleksu postoje termalni bazeni s medicinskom vodom, podvodnim masažerima i brojni hidroterapeutski tretmani. Posebnost centra je podvodna masaža *Tangentor* koja uz jake vodene struje pomaže u opuštanju mišića. Postoji i magnetna terapija, inhalacijska terapija, terapija bojama, termo terapija i elektro terapija koja koristi tri tipa električne energije – nisko, srednje i visoko frekvencijsku terapiju koja je jako dobra u liječenju ozljeda ligamenata. Na internetskim stranicama terme se nalaze pod nazivom *Hotel Spa Heviz* koji na svojoj glavnoj stranici promovira i reumatološku bolnicu *St. Andrew's*, kao ogranka javnog zdravstva unutar kompleksa.

Cijene su u periodu siječanj/veljača oko 56 eura (420 kn) po osobi za noćenje što je gotovo duplo manje od cijene noćenja u *Krapinskim Toplicama*. Wellness paketi dostupni su već od 400 eura po osobi za čak 7 noćenja, što je također velika razlika od Krapinskih Toplica gdje je trenutno promoviran paket za dvije osobe i dva noćenja po cijeni od 2.275 kn.⁵⁸ Stoga ne čudi da kako potražnja za visoko kvalitetnih uslugama stalno raste. U Hévíz strani gosti čine 83% ukupnih dolazaka. Prosječno 32.000 turista godišnje sleti u Hévíz-Balaton zrakoplovnu luku. U prosjeku, turist provede osam dan u Hévíz i potroši duplo više nego turist u bilo kojoj drugoj destinaciji u Mađarskoj. Gosti u najvećem broju dolaze iz Austrije, Rusije i Njemačke.⁵⁹

⁵⁷<http://www.lakeheviz.com/heviz-spa.php>, pristupljeno 5.02.2016.

⁵⁸<http://www.krapinsketoplice.com/>, pristupljeno 10.02.2016.

⁵⁹*Hungarian Investment and Trade Agency (HITA)*, 2014, str.33.



Slika 10. Hotel Spa Hévíz

Izvor: <http://hotelspaheviz.hu/en/gallery/hotel-spa-heviz>, pristupljeno 10.02.2016.

6. TRENDVI U RAZVOJU ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tržište zdravstvenog turizma u velikoj je mjeri pod utjecajem regionalnih nejednakosti, kako po pitanju pristupa uslugama, kvaliteti, cijeni tako i po lakoći putovanja prema istima. Turisti iz razvijenih zemalja motivirani su nižim cijenama i bržom uslugom, dok ljudi iz slabije razvijenih zemalja putuju kako bi dobili višu kvalitetu usluge ili specijaliziranu njegu. Ljudi iz nerazvijenih zemalja putuju zbog općenitog nedostatka zdravstvenih resursa u njihovoj zemlji. Rezultat globalizacije u zdravstvenom turizmu rezultirao je u određenoj mjeri specijalizacije, s proizvodima i uslugama koji reflektiraju ekonomsko stanje u zemlji domaćinu. Globalizacija je također utjecala i na smanjenje troškova povezanih s prijevozom ljudi i resursa, izmjenom informacija i alociranjem investicijskog kapitala preko granica. Poslodavci u razvijenim zemljama sve češće traže smanjenje troškova zdravstvene njege te daju na izbor zaposlenicima da potraže pomoć u zemljama gdje je cijena njege niža.

Pilot programi zdravstvenog osiguranja stavljaju klauzule za njegu u drugim zemljama s ciljem smanjenje vlastitih troškova ali i troškova klijenata.⁶⁰ Inozemne medicinske destinacije mogle bi postati atraktivnije destinacije sa sve većom razlikom u cijenama, ali i promjenama koje nastaju u ponudi i potražnji diljem svijeta. S obzirom na sve niže prijevozne troškove zbog jake konkurencije u zrakoplovnoj industriji te vezano uz sve veće cijene zdravstvene njege, stvaraju se uvjeti prekogranične arbitraže. Potrošač može uštedjeti novac iskorištavajući prednosti globalizacije unutar turističke industrije, kao način izbjegavanja rastućih troškova zdravstvene njege. Judkins tvrdi kako se zdravstveni turizam kvalificira kao oblik arbitražnog poslovanja te se može povezati s postojanošću funkcionalnih internacionalnih granica baziranih na sljedećim obilježjima:

- iskorištavanje asimetrije u političko-ekonomskih odnosima preko internacionalnih granica
- ovisnost o održivosti nekih administrativnih disfunkcionalnosti (toleriranje određenih tipova ilegalnih praksi i ponašanja)
- podržavanje održavanja prekograničnih razlika.⁶¹

Stoga je za turističku industriju i sve uključene subjekte važno da razmisle o utjecaju ne samo liberalne trgovine, već i utjecaju koje vlade imaju kada dokazuju svoju samostalnost intervencije ili kontrole nad određenim sektorom. Čak i kada bi internacionalni prodajni dogovor postavio određene parametre za sudjelovanje na tržištu, politički trendovi unutar neke zemlje mogu imati jak utjecaj na strukturu unutar koje tržište djeluje. Državni regulacijski sustavi kao i pravni okviri rada i drugi geopolitički faktori utječu na tržište zdravstvenog turizma. Rizik političkih nemira također negativno utječe na donošenje odluke o putovanju na neku destinaciju. Ekonomski događaji nedavnih godina imali su i još uvijek imaju snažan utjecaj na rast i razvoj zdravstvenog turizma. Ekonomske promjene unutar razvijenih zemalja, posebice

⁶⁰ York, D., *Medical tourism: The trend toward outsourcing medical procedures to foreign countries*, *Journal of Continuing Education in the Health Professions*, 28(2), 2008., str. 99-102.

⁶¹ Judkins, G., *Persistence of the U.S.-Mexico border: Expansion of medical-tourism amid trade liberalization*, *Journal of Latin American Geography*, 6(2), 2007.

Sjedinjenih Američkih Država pomogle su u povećanju atraktivnosti primanja *offshore* medicinskih usluga.

Ekonomski trendovi neminovno utječu na dizanje cijena zdravstvenih usluga. Reforme zdravstvenih sustava utjecati će na još jače opterećenje zdravih i mladih populacija, što će utjecati na demografske promjene u ciljanim turistima zdravstvenog turizma. Zabilježen je rast putovanja srednje klase u zemlje poput Kine, koja je postala zanimljiva stranim investitorima.⁶²

⁶²Fried, B., Harris, D., *Managing health care services in the global marketplace*, *Frontiers of Health Services Management*, 24(2), 2004., str.3-18.

7. ZAKLJUČAK

Globalni rast broja pacijenata koji se odlučuju na putovanja iz zdravstvenih razloga kao i razvoj medicinske tehnologije, kapitalno financiranje i razvoj regionalnih režima koji prelaze granice zemalja stvorio je nove oblike konzumacije i proizvodnje zdravstvenih usluga u posljednjim desetljećima. Značajan novi element sve većeg tržišta zdravstva uključio je kretanje pacijenata/turista preko granica s ciljem korištenja medicinskih tretmana pod nazivom *zdravstveni turizam*. Tretmani mogu varirati od stomatoloških do kozmetičke kirurgije ili tretmana umjetnih oplodnji. Bilježe se brojna putovanja pacijenata iz bogatijih i razvijenijih zemalja u slabije razvijene zemlje kako bi dobili pristup jeftinijim zdravstvenim uslugama.

Zdravstveni turizam u Hrvatskoj još je uvijek u stanju potencijalnog razvoja, ponajprije zbog nejasne strategije razvoja koja se dosada prakticirala. Lokacije koje bi po svojim prirodnim obilježjima mogle i trebale koristiti resurse s ciljem razvoja zdravstvenog turizma (Istra, Kvarner, sjeverozapad Hrvatske) još uvijek to ne čine u potencijalnoj mjeri. Kapaciteti su u lošem stanju, nedovoljno opremljeni i jako slabo marketinški predstavljeni, kako unutar tako i izvan granica Hrvatske. Oblikovanjem *Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma* do 2020. godine naglasak bi trebao biti na većim ulaganjima, novim projektima, vanjskim investicijama i boljem iskorištavanju postojećih kapaciteta.

u Varaždinu, 16. 03. 2016.

Goveč



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, **IVANKA GAVEZ** pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica diplomskog rada pod naslovom "**ZDRAVSTVENI TURIZAM SJEVEROZAPADNE HRVATSKE**", te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
IVANKA GAVEZ



(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, **IVANKA GAVEZ** neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom diplomskog rada pod naslovom "**ZDRAVSTVENI TURIZAM SJEVEROZAPADNE HRVATSKE**", čiji sam autor/ica.

Student/ica:
IVANKA GAVEZ



(vlastoručni potpis)

8. POPIS LITERATURE

1. Bancalari, D. , *Krapinske Toplice, njihova topla vrela i kupelji*, Zagreb,1871., str.72.
2. Birschel, D., *MedicalTourism. Benefits*, Quarterly. Brookfield, Vol. 25, Iss. 2; 2009., str. 67
3. Bosworth, A., *Hévíz – theonlythermal lake in Europe is locatedinHungary*, 2012.
4. Bučar-Perić, K., *Zdravstveni turizam i regionalni razvoj – primjer Krapinskih Toplica*, magistarski rad, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2001., str.164.
5. Connell, J., *Medicaltourism: Sea, sun, sandand ...surgery*, Tourism Management, 27, 2006., str. 1093-1100
6. Crkvenčić, I., et.al, *Geografija SR Hrvatske*, Školska knjiga, Zagreb, 1974., str. 175.
7. DeloitteDevelopment LLC, *MedicalTourism: ConsumersinSearchofValue*, 2008.
8. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2014./2015.)
9. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2014./2015.). Turizam u 2013/2014. Zagreb, Statistička izvješća.
10. Erfurt-Cooper, P., Cooper M., *Health andWellnessTourism: Spas andHotSprings*, Channel ViewPublications, 2009.
11. Fried, B.,Harris, D., *Managinghealthcareservicesinthe global marketplace*, Frontiersof Health Services Management, 24(2), 2004., str.3-18.
12. Gahlinger, P., *TheMedicalTourism Travel Guide: YourComplete Reference to Top-Quality, Low-Cost Dental, Cosmetic, Medical Care &SurgeryOverseas*, SunriseRiverPress, 2008.
13. Gregorić, M., Musliu, T., *Lječilišni aspekt zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj*, Međimursko veleučilište u Čakovcu, 2015., str.7.
14. GSS (Global Spa Summit), SRI International, www.globalspaandwellnesssummit.org
15. GSS (Global SpaSummit), *WellnessTourismandMedicalTourism: Where Do Spas Fit?*, www.globalspaandwellnesssummit.org, 2011.

16. HGK, Sektor za turizam/ Zajednica zdravstvenog turizma
17. Horowitz, M.D., et.al, *Medical Tourism: Globalization of the Healthcare Marketplace*, 2007.
18. *Hungarian Investment and Trade Agency (HITA)*, 2014, str.33.
19. Jakovčić, M., *Turizam Krapinskih Toplica – sadašnje stanje i mogućnosti razvoja*, Geoadria, vol 8/1, 2003, str.151.
20. Judkins, G., *Persistence of the U.S.-Mexico border: Expansion of medical-tourism amid trade liberalization*, *Journal of Latin American Geography*, 6(2), 2007.
21. Kazemi, Z., *Study of the effective factors for attracting medical tourism in Iran*, Luleå University of Technology, 2007., str.25-27.
22. Kesar, O., *Zdravstveni turizam*. Zagreb, Ekonomski fakultet. 2012/2013.
23. MacReady, *Developing countries court medical tourists*. *The Lancet*, Volume 369, 2007, str. 1849-1850.
24. Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Republika Hrvatska Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014, str.8.
25. Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Republika Hrvatska Ministarstvo turizma, Zagreb, 2014., str.13.
26. PR "New Waters Ahead" *National Tourism Marketing Plan For 2012*, Hungarian National Tourist Office – Communications Office, 2011.
27. Ratz, T., *A Comparative Analysis of Spa Tourism in Japan and Hungary*, *Health, Wellness and Tourism: healthy tourists, healthy business*, Travel and Tourism Research Association Europe 2010 Annual Conference Budapest, Hungary, 2010.
28. Shaywitz, D.A., Ausiello, D.A., *Global Health: A Chance for Western Physicians to Give - and Receive*, *The American Journal of Medicine*, 113, 2002., str. 354- 357.
29. Smith, P., Forgione, D., *Global Outsourcing of Healthcare: A Medical Tourism Decision Model*, 2008.,
<http://business.utsa.edu/wps/acc/0033ACC-205-2008.pdf>
30. Stockhaus, K., *Polish aesthetic medicine market in the context of Sweden's beauty tourism*, McKinsey & Company, 2013, str.39.

31. Strategija razvoja Općine Krapinske Toplice, Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine Općina Krapinske toplice, str.43.
32. Strategija razvoja Općine Krapinske Toplice, Lokalna razvojna strategija Općine Krapinske Toplice za razdoblje 2014. – 2020. godine Općina Krapinske toplice, str.43
33. Vukonić,B.,Čavlek, N.. *Riječnik turizma*, Masmedia, 2001., str.26.
34. *World Economic Forum*, Ženeva, Švicarska, 2011.
35. York, D., *Medicaltourism: The trend towardoutsourcingmedicalprocedures to foreigncountries*, JournalofContinuingEducationinthe Health Professions, 28(2),2008., str. 99-102.
36. Zane, *Zdravstveni turizam - golema niša u hrvatskom turizmu*, 2013.

Internet stranice

1. <http://content.time.com/time/world/article/0,8599,2004023,00.html>
2. http://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Assets/Documents/us_chs_MedicalTourismStudy%283%29.pdf
3. <http://www.jointcommissioninternational.org/>
4. <http://www.term-tuhelj.hr/hr/bazeni-i-sport/vodeni-planet-14968>
5. <http://www.spa-sport.hr/hr/terme-i-wellness/lumbalis-centar-zdravlja>
6. <http://www.jadran-crikvenica.hr/zdravstveni-turizam-u-crikvenici.aspx>
7. http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf,
8. https://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatsko_zagorje
9. <http://www.krapinske-toplice.hr/krapinske-toplice/opce-informacije/>
10. <http://www.krapinsketoplice.com/spa-wellness-zdravlje/zdravstvo-u-krapinskim-toplicama/>
11. <http://www.sbkt.hr/>
12. http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/SI-1491.pdf
13. <http://www.krapinsketoplice.com/spa-wellness-zdravlje/bazeni-i-kupalista/aquae-vivae-krapinske-toplice/>
14. <http://www.krapinsketoplice.com/spa-wellness-zdravlje/hotel-villa-magdalena-4-krapinske-toplice/>
15. <http://www.gyogyturizmus.hu/index.php?base=debut>
16. <http://users.atw.hu/adandprojekt/index.php?module=viz&PHPS>
17. <http://www.tripadvisor.com/Inspiration-g4-c8-Europe.html>
18. http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf
19. http://www.ngm.gov.hu/data/cms2084680/New_Szechenyi_Plan.pdf
20. <http://thermalbathguide.com/heviz-thermal-lake/>

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Motivacija zdravstvenih turista _____	4
Grafikon 2. Struktura turista zdravstvenog turizma 2007.-2011. _____	13
Grafikon 3. Broj ostvarenih noćenja u lječilištima i specijalnim bolnicama _____	14
Grafikon 4. Broj dolazaka i noćenja zdravstvenih turista 2013. i 2014. godine _____	16
Grafikon 5. Kretanje prihoda u zdravstvenom turizmu u Mađarskoj od 2002.-2013. godine (u%) _____	32

POPIS TABELA

Tabela 1 Oblici zdravstvenog turizma _____	3
Tabela 2 Pružatelji usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj _____	10
Tabela 3 Najveća lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj _____	11
Tabela 4 Najveći planirani projekti i ulaganja prema Akcijskom planu _____	22
Tabela 5 SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske _____	23

POPIS SLIKA

Slika 1 Područje putovanja zdravstvenog turizma Grka u povijesti	6
Slika 2 Japanski Onsen izvor termalne vode	7
Slika 3 Mansuri lječilište u Kairu	8
Slika 4 Vodeni planet Terme Tuhelj	12
Slika 5 Krapinske toplice	25
Slika 6 Vodeni centar Aquae Vivae – Krapinske Toplice	28
Slika 7 Pješačke staze u Krapinskim Toplicama	29
Slika 8 Budapest Sparty Szechenyi terme	30
Slika 9 Hévíz termalno jezero	36
Slika 10 Hotel Spa Hévíz	38

POPIS SHEMA

Shema 1 Ciljevi razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj do 2020. godine _____ 20