Obilježja i razvojne perspektive zdravstvenog turizma u gradu Crikvenici

Butorac, Daniela

Professional thesis / Završni specijalistički

2017

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:611754

Rights / Prava: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA, HRVATSKA

Repository / Repozitorij:

Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management

zir.nsk.hr

UNIRI DIGITALNA KNJIŽNICA

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU, OPATIJA

POSLIJEDIPLOMSKI INTERDISCIPLINARNI SPECIJALISTIČKI STUDIJ
ZDRAVSTVENI TURIZAM

Obilježja i razvojne perspektive zdravstvenog turizma u gradu Crikvenici

Features and the development prospective of health tourism in the city of Crikvenica

Specijalistički rad

MENTORICA: Prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana
STUDENTICA: Daniela Butorac
MATIČNI BROJ: 5ZT12

Opatija, 2016.

SADRŽAJ

1. UVOD 1
1.1. Definiranje predmeta istraživanja 1
1.2. Ciljevi istraživanja 2
1.3. Hipoteze istraživanja i očekivani doprinos rada 2
1.4. Metode istraživanja 3
1.5. Dosadašnja istraživanja 4
1.6. Struktura rada 5
2. ZDRAVSTVENI TURIZAM 7
2.1. Oblici zdravstvenog turizma 8
2.2. Zdravstveni turizam u svijetu 9
2.3. Zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj 13
2.3.1. Potencijal zdravstvenog turizma Republike Hrvatske 17
2.3.2. Izazovi zdravstvenog turizma Republike Hrvatske 20
3. GRAD CRIKVENICA KAO DESTINACIJA ZDRAVSTVENOG TURIZMA 22
3.1. Povijest grada Crikvenice 23
3.2. Geografsko-prirodne postavke i resursi 24
3.3. Turizam u Crikvenici 25
3.4. Zdravstveni turizam u Crikvenici 27
3.4.1. Povijesni razvoj zdravstvenog turizma 27
3.4.2. Suvremeni razvoj zdravstvenog turizma 32
3.4.2.1. Thalassotherapia Crikvenica 33
3.4.2.2. Poliklinika Terme Selce 40
3.4.2.3. Poliklinika Oxy 41

3.4.2.4. Poliklinika Katunar 42
3.4.2.5. Alternativno liječenje u Crikvenici 43
4. ANALIZA STANJA ZDRAVSTVENOG TURIZMA CRIKVENICE 44
4.1. Rezultati istraživanja 45
4.2. Rasprava 81
5. RAZVOJNE PERSPEKTIVE ZDRAVSTVENOG TURIZMA U CRIKVENICI 85
5.1. Turizam Crikvenice u strateškim planovima Primorsko-goranske županije 85
5.2. Zdravstveni turizam u Strategiji gospodarskog razvoja Crikvenice 87
5.3. Perspektive razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice 88
6. ZAKLJUČAK 91
LITERATURA 93
PRILOZI 99

SAŽETAK

Turizam čini osnovu crikveničkog gospodarskog razvoja. Njegov razvoj usmjeren je k stvaranju konkurentnog proizvoda i produljenju turističke sezone i to kroz izgradnju potrebne infrastrukture te diverzifikaciju turističke ponude. Pri tome se naglašava značaj specifične ponude temeljene na selektivnim oblicima turističke ponude, prije svega zdravstvenom turizmu. Zdravstveni turizam je najstariji oblik turističke ponude Crikvenice, čiji početak datira još iz 19. stoljeća. Zahvaljujući prirodnim ljekovitim činiteljima još tada ova je destinacija bila prepoznata kao klimatsko lječilište i upravo se u tom smjeru razvijala kao jedno od prvih turističkih odredišta na hrvatskom dijelu Jadrana.

Osnovni cilj ovoga rada je istražiti obilježja i razvojne perspektive zdravstvenog turizma, na temelju čega bi se u budućnosti mogao napraviti vrijednosni lanac ponude koji bi za posljedicu imao podizanje razine svijesti građana i svih ostalih dionika u destinaciji o značaju turizma za podizanje ukupne kvalitete življenja u lokalnoj zajednici. Analizom stanja resursne osnove zdravstvenog turizma Crikvenice i usporedbom razvijenosti zdravstvenog turizma Crikvenice i drugih razvijenih destinacija zdravstvenog turizma došlo se do zaključka da se ova destinacija mora usredotočiti na održivo upravljanje ključnim prirodnim resursima te planski razvoj i širenje zdravstvene i turističke infrastrukture i diverzifikaciju zdravstveno-turističkih usluga. Tako bi se stvorio konkurentni turistički proizvod kakav tržište traži. Usporedo s time potrebno je pojačati promociju postojećih sadržaja na tržištu, što je moguće postići integrativnim pristupom svih zdravstvenih i turističkih subjekata na području Crikvenice. Zdravstveno-turistički značaj Crikvenice još uvijek nije dovoljno naglašen u promociji ove destinacije, pokazalo je istraživanje. Jedan od načina da se to promijeni je i izrada strategije razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice i Rivijere, koja bi dala smjer budućeg razvoja i jasno pozicionirala zdravstveno-turističke proizvode unutar cjelovite turističke ponude destinacije.

Repozicioniranje Crikvenice kao odredišta za medicinsku prevenciju i kurativu, moguće je kroz održivo upravljanje ključnim prirodnim resursima i povezivanjem zdravstveno-turističkih subjekata kako bi se stvorio konkurentan proizvod i zdravstveno-turistički brend koji će se kroz pojačane zajedničke marketinške akcije nuditi na tržištu Hrvatske, Europe, ali i šire.

Ključne riječi: Crikvenica, diverzifikacija ponude, prirodni činitelji, produljenje sezone, zdravstveni turizam

1. UVOD

Zdravstveni turizam jedan je od najstarijih selektivnih oblika turizma u okviru kojeg se stručno i kontrolirano koriste prirodni ljekoviti činitelji i medicinski postupci u cilju očuvanja i unaprjeđenja zdravlja, te poboljšanja kvalitete života. Tržište zdravstvenog turizma raste od 20 do 25 posto godišnje i ono se sve više pomiče u središte razmišljanja. Ponašanje koje je nekoć bilo ponajprije orijentirano na proizvod, potiskuje strateško djelovanje orijentirano na tržište, dakle gosta. Tržištu treba preko inovativnih usluga posredovati nove impulse kako bi se na taj način inducirala potražnja i usmjerila na vlastitu destinaciju te dugoročno vezala za vlastite sadržaje. Istraživanje tržišta osnovni je oblik aktivnosti koji pomaže destinaciji da stekne informacije o potrošačima i nepotrošačima, konkurenciji i distribucijskim kanalima. Ono služi kao osnova za uočavanje potreba i mogućnosti prodavanja na tržištu, te za identifikaciju poslovnih problem.

Specijalistički rad Obilježja i razvojne perspektive zdravstvenog turizma u gradu Crikvenica obrađuje temu zdravstvenog turizma na području grada Crikvenice snimajući postojeće stanje i daje moguća rješenja za razvoj turizma crikveničke rivijere, analizirajući potencijalno tržište i usluge koje tome tržištu ova destinacija može ponuditi.

1.1. Definiranje predmeta istraživanja

Crikvenica je destinacija u kojoj turizam čini jednu od najdominantnijih ekonomskih aktivnosti. Njena bogata i raznolika turistička ponuda obuhvaća brojne specifične oblike turizma poput kulturnog, ekološkog, vjerskog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog, gastronomskog, ali i zdravstvenog. Crikvenica se može pohvaliti izuzetno očuvanim prirodnim potencijalima, poput kvalitetnog zraka, bujne i raznolike vegetacije i mora, koji u kombinaciji s blagom klimom i sunčevom svjetlošću pružaju bl agotvoran učinak na zdravlje. Spomenuta su obilježja bila prepoznata još krajem 19. stoljeća, otkada seže dugogodišnja tradicija zdravstvenog turizma u Crikvenici. Naime, već tada je utemeljeno lječilište u Crikvenici. Povod prvim organiziranim dolascima turista u Crikvenicu bio je povezan s ljekovitošću sunca, mora i zraka, tako da je zdravstveni turizam ishodište razvitka turizma u Crikvenici.

Iz navedenoga se nameće potreba za istraživanjem obilježja i razvojnih perspektiva zdravstvenog turizma Crikvenice na temelju kojeg bi se izradila strategija razvoja zdravstvenog turizma i njegova uloga za turizam te destinacije.

1.2. Ciljevi istraživanja

U Crikvenici turizam ima veliki utjecaj na stanje gospodarstva u cjelini, a u unaprjeđivanje njegove konkurentnosti treba uključiti te koordinirati rad svih relevantnih subjekata. Konkurentnost u okruženju s vremenom se zaoštrava i poprima nove oblike te se tome treba stalno prilagođavati.

Zbog sve zahtjevnijih, iskusnijih i rafiniranijih kupaca, koji očekuju sve bogatiju i raznovrsniju ponudu u potpunosti prilagođenu njihovim željama i potrebama, kvaliteta ponude postaje strateška varijabla u borbi za tržišni udio. S izazovom kako poboljšati kvalitetu ponude, danas se susreću sve turističke destinacije. Metode ispitivanja tržišta te kontrole kvalitete turističkih odredišta korisni su i važni alati za razvoj učinkovite turističke strategije, temeljene na objektivnim činjenicama.

Osnovni je cilj ovoga rada istražiti obilježja i razvojne perspektive zdravstvenog turizma, na temelju čega bi se u budućnosti mogao napraviti vrijednosni lanac ponude koji bi za posljedicu imao podizanje razine svijesti građana i svih ostalih dionika u destinaciji o značaju turizma za podizanje ukupne kvalitete življenja u lokalnoj zajednici. Razvoj zdravstvenog turizma u Crikvenici doveo bi do povećanja broja posjeta stranih i domaćih gostiju u zimskim mjesecima, samim time i smanjenja nezaposlenosti domicilnog stanovništva koje pretežno radi sezonske poslove te do povećanja prihoda od te gospodarske aktivnosti što bi znatno utjecalo na razvoj i kvalitetu života stanovnika Crikvenice i okolice.

Osnovni cilj istraživanja je utvrditi i istražiti značajne tržišne segmente zdravstvenog turizma Crikvenice i njihove buduće razvojne perspektive. Iz osnovnog cilja proizlaze i **izvedeni ciljevi istraživanja:**

a) Analizirati stanje resursne osnove zdravstvenog turizma Crikvenice.

b) Usporedba razvijenosti zdravstvenog turizma Crikvenice i drugih razvijenih destinacija zdravstvenog turizma.

1.3. Hipoteze istraživanja i očekivani doprinos rada

Uzimajući u obzir tradiciju dugu stotinu godina te činjenicu da proizvodi zdravstvenog turizma danas predstavljaju jedan od najbrže rastućih segmenata svjetske turističke ponude i da potražnja za njima postoji tijekom cijele godine pa mogu biti jedan od ključnih faktora produljenja turističke sezone, razvoj zdravstvenog turizma jedan je od razvojnih prioriteta Crikvenice. Zdravstveni turizam na području grada Crikvenice proizvod je velikog potencijala te ga je, daljnjim

povezivanjem unutar destinacije i kreiranjem ponude inovativnih sadržaja, potrebno pretvoriti u proizvod koji će doprinijeti unapređenju kvalitete i produljenju turističke sezone.

U smjeru ostvarenja postavljenih ciljeva istraživanja moguće je definirati hipotezu istraživanja koja glasi:

Tržište zdravstvenog turizma je perspektivna tržišna niša za Grad Crikvenicu. Tradicija Crikvenice u zdravstvenom turizmu i klimatsko lječilište Thalassotherapia te veći broj javnih i privatnih ustanova mogu ponuditi tržištu kvalitetnu i sveobuhvatnu zdravstvenu ponudu. No, postoji potreba za repozicioniranjem zdravstvenog turizma na domaćem i međunarodnom tržištu kako bi se podigla konkurentnost crikveničkog turizma, te Crikvenica pozicionirala kao jedna od vodećih hrvatskih zdravstveno-turističkih destinacija, što će u konačnici dovesti do produljenja turističke sezone te povećanja prihoda od te djelatnosti.

Osim osnovne, mogu se postaviti i pomoćne hipoteze, koje glase:

H1 *Zdravstveni turizam grada Crikvenice nije dovoljno razvijen u odnosu s drugim razvijenim destinacijama zdravstvenog turizma.*
H2 *Konkurentnost zdravstvenog turizma Crikvenice nije danas na zadovoljavajućoj razini.*
H3 *Crikvenici još uvijek nedostaje integralni pristup u upravljanju i promociji zdravstveno-turističke ponude.*

Dosadašnja istraživanje svode se isključivo na turizam u cjelini Crikveničke rivijere dok je zdravstveni turizam potpuno neistražen kao potencijalna budućnost crikveničkog turizma. Ovo istraživanje upravo proučava potencijalno tržište i postojeće resurse te bi trebalo dati informaciju o snagama, ali i slabostima razvoja zdravstvenog turizma ove destinacije.

1.4. Metode istraživanja

Specijalistički rad temelji se na različitim metodama istraživanja. Opće znanstvene metode koje se primjenjuju u ovom radu jesu: metoda intervjua, analiza i sinteza, metoda komparacije, statistička metoda.

U radu je provedeno kvalitativno istraživanje zasnovano na metodi ispitivanja – intervjua, osobnim ispitivanjem lokalnih aktera uz nestrukturirana pitanja. Lokalni akteri u tom kontekstu su

predstavnici relevantnih institucija, stručnjaci, predstavnici civilnog sektora te ostali istaknuti pojedinci značajni za predmetnu temu.

Naglasak pri provedbi intervjua bio je na utvrđivanju stavova o relaciji između potencijala i postojećeg stanja zdravstvenog turizma u gradu Crikvenici, kao i o vizijama budućeg razvoja zdravstveno-turističke ponude. Metoda analize upotrebljena je za dobivanje relevantnih podataka o ciljnoj populaciji korisnika do se došlo analizirajući podatke dobivene od intervjuiranih ispitanika.

Pri obradi intervjua upotrijebljena je metoda sinteze i komparacije za grupiranje korisnika po odgovarajućim kriterijima, kako bi se došlo do točnih podataka o tržištu kojem je Crikvenica kao zdravstveno turistička destinacija interesantna. Statistička analiza i sinteza provedena je uz pomoć primjene računalnog programa SPSS verzija 17.02 (SPSS Inc., Chicago, Illinois, SAD). Dobiveni rezultati grafički su prikazani. Metoda komparacije upotrebljena je za usporedbu dobivenih rezultata između dvije grupe ispitanika te između ispitanika triju destinacija – Crikvenice, Opatije i Raba. Ovom metodom dobivena su različita mišljenja dvije skupine ispitanika koje rade u različitim sektorima čija suradnja bi trebala dovesti do kompletiranja uspješne zdravstveno turističke ponude. Također uspoređujući rezultate dobivene istraživanjem u dvije zdravstveno turističke destinacije dobiveni su podaci koliko je ovaj oblik turizma razvijen u kojoj destinaciji i kako se razvija u odnosu na raspoložive resurse.

Teorijske spoznaje iz ovog rada utemeljene su na istraživanju i korištenju stručne i znanstvene literature. Područja proučavanja su turizam, menadžment, ekonomija, zdravstvo i druge srodne znanosti. Također korišteni su i znanstveni članci, podaci s raznih internet stranica te ostali izvori.

1.5. Dosadašnja istraživanja

Istraživanja na temu zdravstvenog turizma grada Crikvenice još uvijek ne postoje. Pregledavanjem relevantne literature te drugih izvora može se zaključiti kako je turizam u Crikvenici nedovoljno istražen. Dosadašnja istraživanja temelje se isključivo na grupnim istraživanjima u kojima je Crikvenica samo jedna od destinacija u kojoj se provodilo istraživanje. S obzirom na navedeno ne mogu se dati točni podaci o razvoju i obilježjima turizma samo te destinacije, a zdravstveni turizam te destinacije potpuno je neistražen.

Institut za turizam proveo je istraživanje pod nazivom "Tomas ljeto 2014 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj" u kojem se autori bave temama kao što su sociodemografski profil turista, motivacija za dolazak, obilježja putovanja, boravak u destinaciji, zadovoljstvo ponudom,

izdaci turista te namjera ponovnog posjeta. Između ostalih destinacija u ovo istraživanje uključena je i Crikvenica. Također Eduard Kušen bavi se istraživanjem zdravstvenog turizma na području Republike Hrvatske te u svom radu *Positioning medical tourism in the broader framework of health tourism* uspoređuje zdravstveni i medicinski turizam. Istraživanjem zdravstvenog turizma na razini Republike Hrvatske također se bave i druga značajna imena za hrvatski turizam kao što su Milena Peršić, Mato Bartolucci, Oliver Kesar, Katarine Rimac i drugi.

Zdravstveni turizam grada Crikvenice do sada nije bio predmetom istraživanja međunarodnih stručnjaka. No, zdravstveni turizam kao selektivni oblik turističke ponude sve je više u fokusu akademske zajednice, ali i specijaliziranih agencija za istraživanje tržišta. Ta istraživanja usmjerena su, kako na ispitivanje obilježja zdravstveno-turističke ponude, tako i na tržišne trendove što pomaže dionicima da optimalnije planiraju ponudu, investicije i razvoj. Među najpoznatijim stručnjacima koji se bave ovom temom, mogu se spomenuti Laszlo Puczko, voditelj turističkog odjela Xellum u Mađarskoj i Melanie Smith (PhD), predavačica, istraživačica i konzultantica iz Corvinus University u Budimpešti.

1.6. Struktura rada

Rad je podijeljen na pet osnovnih poglavlja.

Nakon uvodnog dijela, u drugom poglavlju obrađuju se pojam zdravstvenog turizma, prikazan je razvoj zdravstvenog turizma u svijetu danas, te potencijali i izazovi zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj.

U trećem poglavlju opisana je povijest te geografsko-prirodna obilježja i resursi grada Crikvenice. U ovom poglavlju prikazan je povijesni razvoj zdravstvenog turizma ove destinacije te njegov suvremeni razvoj, s naglaskom na glavne subjekte zdravstveno-turističke ponude – Thalassotherapije Crikvenica, Poliklinike Selce, Poliklinike Oxy, Poliklinike Katunar te je na kraju dan i kratki prikaz alternativnih metoda liječenja u Crikvenici.

Četvrto poglavlje prikaz je istraživanja postojećih resursa u zdravstvenom turizmu Crikvenice među zaposlenicima iz zdravstvenog i turističkog sektora. Istraživanjem je uspoređen doživljaj zdravstvenog turizma tih dviju skupina zdravstveno-turističkih djelatnika, i na osnovu toga uspoređena obilježja zdravstvenog turizma Crikvenice te gradova Opatije i Raba. Opatija i Rab su, naime, također turističke destinacije Kvarnera koje karakterizira bogata povijest i prepoznatljiv položaj na svjetskoj turističkoj karti, a upravo su zdravstveni turizam prepoznali kao proizvod kojega treba razvijati na temeljima prirodnih resursa, te uz poticanje sinergijskih procesa između

zdravstva, turizma i ostalih dionika turističke ponude, uvažavajući dostignuti stupanj razvoja i primjere dobre svjetske prakse.

U petom poglavlju opisane su razvojne perspektive zdravstvenog turizma Crikvenice na temelju postojećih strateških planova Primorsko-goranske županije i grada Crikvenice te terenskog istraživanja i intervjuiranja dionika crikveničkog zdravstvenog turizma.

Šesto poglavlje sadržava zaključak, nakon čega slijedi popis literature te popis tablica, slika i grafikona prikazanih u radu.

Sastavni dio rada je i prilog – predložak koji je korišten tijekom intervjuiranja ispitanika u terenskom istraživanju.

2. ZDRAVSTVENI TURIZAM

Turizam kao jedan od najupečatljivijih suvremenih sociogospodarskih fenomena svijeta u svojim kvantifikacijskim pokazateljima postupno je premašio u okviru međunarodnih relacija milijardu sudionika, s gospodarskim učincima koji prelaze 800 milijardi USD. Ove veličine se gotovo utrostručuju uključenjem domaćih turističkih migracija, što cijeloj pojavi daje još upečatljiviju društvenu i gospodarsku dimenziju.[1] Hrvatska je zemlja u kojoj turizam čini jednu od najdominantnijih gospodarskih djelatnosti. Njena bogata i raznolika turistička ponuda obuhvaća brojne specifične oblike turizma poput kulturnog, ekološkog, vjerskog, sportsko rekreacijskog, nautičkog, gastronomskog, ali i zdravstvenog.

Jedna od najvažnijih funkcija turizma je njegova zdravstvena funkcija. Odmor i rekreacija u povoljnim klimatskim uvjetima vrlo povoljno utječu na poboljšanje zdravlja ljudi. Svjetska zdravstvena organizacija definirala je pojam zdravlja još 1948. godine. Prema toj definiciji „zdravlje nije samo prisutnost bolesti i iznemoglosti nego je isto tako opće fizičko i mentalno i socijalno blagostanje".[2]

Dragutin Alfier je ustvrdio da je „zdravlje zapravo jedan od najstarijih, trajnih i najjačih motiva turističkog gibanja te da turizam uvijek i u svim svojim oblicima manje-više ima zdravstvenu funkciju". Zdravstveni turizam može se definirati kao „privremena promjena boravišta stalnog pojedinca u određeno povoljno klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative (odnosno liječenja) i rehabilitacije".[3] Zdravstvenu funkciju tako se može definirati kao „neekonomsku funkciju turizma s neposrednim djelovanjem koja izravno utječe na zdravlje i kondiciju čovjeka".[4]

Proizvodi zdravstvenog turizma danas predstavljaju jedan od najbrže rastućih segmenata svjetske turističke ponude. Tome pridonose ne samo demografske promjene, prije svega starenje tzv. *baby-boom* generacije koja predstavlja najveći potrošački segment današnjice, već i opće promjene društvenih vrijednosti u sklopu kojih se sve veći značaj pridaje zdravom stilu života.[5]

1 *Geić S., Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu, Informatologija, Vol. 43 No. 4, prosinac 2010., str. 1*

2 *Čorak, S., TURIZAM-plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 221..*

3 *Vukonić, B., Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001., str. 454*

4 *Ibidem*

5 *Strateški marketinški plan turizma 2009-2015., Proizvodi zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2009.*

Svaki turist iznimno je važan, no kada je riječ o ciljanim skupinama zdravstvenog turizma, najvažniji potencijali prepoznaju se u sljedećim kategorijama:[6]

1. DINKS (parovi s dvostrukim primanjima, bez djece) – imaju financijskih mogućnosti, ali su vremenski ograničeni. Zanimaju ih kraći odmori, a informiraju se u najvećoj mjeri putem interneta, lifestyle časopisa i prijatelja.

2. Empty nesters (radno aktivni ljudi čija su djeca napustila roditeljski dom i žive samostalno; 50 – 60 godina) – putuju tijekom cijele godine, često spajaju posao s odmorom te su skloni holističkom pristupu životu (wellness, zdrava hrana, aktivnosti i revitalizacija). Nisu cjenovno osjetljivi, temeljito se pripremaju za putovanja putem preporuka, specijalizirane literature te interneta.

3. Zlatna dob (umirovljenici bez većih zdravstvenih problema, 65+ godina) – još uvijek aktivno putuju, a zainteresirani su za obilazak glavnih atrakcija. Cijene udobnost smještaja, a za starije među njima bitna je dostupnost medicinske skrbi. Cjenovno su osjetljivi, putuju pretežno u proljeće i jesen, a najviše uzimaju u obzir preporuke kao izvor informacija.

2.1. Oblici zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam je „kompleksan turistički proizvod koji obuhvaća veliki broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života".[7] Zdravstveni turizam predstavlja meta-kategoriju turizma koja može biti medicinska (npr, kirurški, dijagnostički) i nemedicinska (npr spa terapije, holistički njegu) zdravstvena njega izvan granica vlastite drežave.[8]

Temeljni dokumenti koji definiraju razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, Strategija razvoja turizma RH do 2020. te Nacionalna strategija razvoja zdravstva Hrvatske 2012. – 2020., slijedeći međunarodno priznatu podjelu, prepoznaju tri oblika zdravstvenog turizma: wellness, lječilišni i medicinski turizam.[9] Wellness turizam prema definiciji koju daje Nacionalna strategija zdravstva „podrazumijeva postizanje tjelesne i duhovne ravnoteže".[10] Akcijskim planom razvoja zdravstvenog turizma definicija wellnessa proširena je razlikovanjem medicinskog i tzv. ne-

6 *Zdravstveni turizam - golema niša u hrvatskom turizmu, Zagreb, 2013., http://www.zane.hr, preuzeto 19.11.14*

7 *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014., str. 8.*

8 *Crooks V., R. R., J., Critically reflecting on Loh's "Trends and structural shifts in health tourism", Elsevier, 2016.*

9 *Ibidem*

10 *Nacionalna strategija razvoja zdravstva Hrvatske 2012.-2020., NN 116/2012.*

medicinskog, odnosno holističkog wellnessa. Medicinski wellness predstavlja „organizirano provođenje zdravstveno-preventivnih i kurativnih programa u svrhu prevencije bolesti te očuvanja i unapređenja zdravlja uz multidisciplinarni tim koji nužno uključuje liječnika, ali i drugo stručno osoblje (npr. fizioterapeut, kineziolog, nutricionist), a metode i postupci uključuju metode konvencionalne, komplementarne i tradicionalne medicine".[11] Pod pojmom holistički wellness, Akcijski plan podrazumijeva „ostalu, vrlo šaroliku ne-medicinsku wellness ponudu".[12]

Lječilišni turizam definiran je „kao stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne terapije radi očuvanja i unapređenja zdravlja te poboljšanja vrsnoće života, a naglasak je na revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti u klimatskim, morskim i topličkim destinacijama/lječilištima kroz kure, posebne programe oporavka, uravnoteženu prehranu i slično".[13]

Medicinski turizam „podrazumijeva putovanja u druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite, a što uključuje, primjerice, parcijalne kirurške zahvate, ali i stomatološke, kozmetičke, psihijatrijske i alternativne tretmane/zahvate, sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka".[14] Motivacija putovanja na medicinske tretmane primarno je „vrhunska zdravstvena usluga, često uz niže troškove i u kraćem roku, ali i nemogućnost da se pojedini zahvati/tretmani realiziraju u vlastitoj zemlji".[15]

2.2. Zdravstveni turizam u svijetu

Unatoč trendovima globalizacije i standardizacije sadržaja i usluga, u različitim regijama svijeta danas su razvijeni različiti jedinstveni proizvodi zdravstvenog turizma. Rezultat je to njihovog povijesnog razvoja, budući da su se, unatoč ograničenjima u dostupnosti prijevoznih sredstava u pojedine regije sve do druge polovice dvadesetog stoljeća, u svim dijelovima svijeta razvijale su se destinacije koje su nudile različite usluge, koje su uvrštene i u suvremenu zdravstveno-turističku ponudu. Prije svega u povijesti su se razvijala lječilišta (*spa)* čije se djelovanje temeljilo na prirodnim ljekovitim činiteljima.

11 *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014., str. 8.*

12 *Ibidem*

13 *Nacionalna strategija razvoja zdravstva Hrvatske 2012.-2020., NN 116/2012*

14 *Ibidem*

15 *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014., str. 8.*

Medicinski turizam, odnosno putovanje zbog medicinskih, kirurških ili terapeutskih usluga, moderni fenomen, nastao zbog razlike u cijenama unutar pojedinih svjetskih regija, odnosno dostupnosti takve usluge i vremena koje je potrebno čekati da bi se takva usluga dobila.[16]

Wellness je također fenomen suvremenog doba. Inspiriran definicijom zdravlja Svjetske zdravstvene organizacije po kojoj je zdravlje stanje kompletnog fizičkog, mentalnog i socijalnog blagostanja, a ne samo odsutnost bolesti ili nemoći tj. slabosti, dr. Halber Dunn je 1959. godine od riječi *well-being* i fitness skovao novu – *wellness* i definirao ga kao "specijalno stanje zdravlja koje obuhvaća sveukupan osjećaj pojedinca, koji vidi da se čovjek sastoji od tijela, duha i uma, i da je ovisan o svom okolišu".[17] Danas je wellness jedan od najraširenijih oblika zdravstveno-turističke ponude. Istraživanje tržišta pokazuje da hoteli s prosječno tri do pet zvjezdica nude prilično opsežne wellness sadržaje. Wellness hoteli bi se trebali specijalizirati u smislu ponude zdravstvenih informacija, individualne skrbi i ponuditi gostu širok spektar kulturnih i relaksacijskih programa.[18]

Glavni su akteri na tržištu zdravstvenog turizma azijske zemlje – Indija, Singapur, Tajland, Malezija i Filipini (drže oko 13 posto svjetskog tržišta), u Sjevernoj Americi su to Meksiko i Kuba, u Južnoj Americi Brazil, Venezuela, Argentina i Kolumbija, a u Africi Južnoafrička Republika i Egipat. U Europi je to svakako Mađarska, kao najrazvijenija zemlja s konceptom zasnovanim na termalnim izvorima i vrhunskom dentalnom turizmu. Zavidnu tradiciju imaju Poljska, Španjolska, Švicarska, Njemačka i Češka. Najveći rast posljednjih desetak godina bilježi Turska, koju godišnje posjeti oko 20 milijuna turista, velikim dijelom korisnika medicinskog turizma, a njihove javne i privatne institucije strogo provode kvalitativne, tehničke i zdravstvene standarde, veći broj bolnica i klinika ima međunarodne certifikate JCI (Joint Commission International), a cijene su osjetno niže (od 40 do 50 posto) u odnosu na zapadnoeuropske. Globalni zdravstveni turizam broji nekoliko milijuna ljudi godišnje koji na razne usluge potroše najmanje 20 milijardi dolara. Među uslugama koje pacijenti traže najčešće su dentalna medicina (oko 60 posto), 25 posto odnosi se na estetsko-korektivne zahvate, a ostalo na ortopediju, rehabilitaciju, oftalmologiju i medicinski wellness.[19] Istraživanje provedeno u Rumunjskoj je dokazalo kako važnu ulogu zdravstvenog turizma u

16 Smith, M. i Laszlo, P., Health, Tourism and Hospitality – Spas, wellness and medical Travel, Second edition, Toutledge, London & New York, 2015.

17 Rašić, D.: Medical Wellness kao dio turističke ponude za treću životnu dob, http://www.hgk.hr/wp-content/files_mf/Medicinski%20wellness%20%20kao%20turisti%C4%8Dka%20ponuda%20za%20tre%C4%87u%20%C5%BEivotnu%20dob__Danijela%20Ra%C5%A1i%C4%87%20%20dr.med%20dopredsjednik%20SMT.pdf, (24. 11. 2015.)

18 *Mueller H., Kaufmann E.L., Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry,* Journal of Vacation Marketing, 2001.

19 Zdravstveni turizam - golema ništa u hrvatskom turizmu, dostupno na: http://www.zane.hr/wps/wcm/connect/d6d9cab6-5855-4988-9d0d-f3a69b669364/ZANE+Bilten+0313.pdf?MOD=AJPERES (24. 11. 2014.)

stvaranju višestrukih efekta na druge komponente ekonomskog podsustava. Dokazano je kako zdravstveni turizam ima izuzetno uvažnu ulogu u razvoju lokalnog gospodarstva.[20]

Najjača je svjetska regija zdravstvenog turizma, a i glavno hrvatsko emitivno tržište, Europa. Začetak zdravstvenog turizma u europskim državama seže od doba antike kada su Grci i Rimljani počeli graditi najprije privremene a zatim i trajnije objekte uz izvore ljekovitih voda, preko nastanka 'spa gradova' tijekom 16. i 17. stoljeća (Bath, Karlovy Vary, Baden Baden), razvoja velikog broja lječilišnih mjesta u 19. stoljeću[21] do danas kada se „u Europi razvio izrazito kompleksan zdravstveno-turistički proizvod s velikim brojem 'modaliteta' između medicinskog i wellness turizma.“[22]

Međunarodno neusklađena terminologija i statistička metodologija ograničava da podaci o veličini zdravstvenog turizma u Europi budu precizni, no, procjenjuje se da se radi o oko 200 milijuna (domaćih i inozemnih) putovanja godišnje i ukupnoj potrošnji od oko 115 milijardi eura, s projekcijom godišnjeg rasta od 7 posto do 2017. godine.[23] Procjenjuje se da zdravstveni turizam europskom gospodarstvu godišnje donosi oko 328 milijardi eura.[24] Najveća europska emitivna tržišta su Njemačka, koja generira gotovo polovicu ukupnih putovanja i trećinu potrošnje, a zatim Francuska, Velika Britanija, Austrija i Rusija. I zemlje Bliskog Istoka i bivšeg SSSR-a također generiraju potražnju za zdravstveno-turističkim uslugama u Europi, osobito uslugama medicinskog turizma.[25]

Potražnja za uslugama zdravstvenog turizma u Europi koncentrirana je na nekoliko specijalnosti. Iako podaci o značaju pojedinih specijalističkih usluga variraju ovisno o izvoru, nedvojbeno je da su estetska kirurgija i stomatologija najtraženije medicinske usluge, a tretmani tijela i fitness najpopularniji segmenti wellnessa. Prema podacima Mintela, prema popularnosti usluga medicinskog turizma, vodeća je estetska kirurgija (34%), zatim stomatologija (30%), ortopedska kirurgija i tretmani pretilosti sudjeluju sa 7 posto, IVF tretmani sa 6 posto, a oftalmološka kirurgija s 3 posto.[26] Najpopularnije tradicionalni programi wellnessa su tretmani tijela, sport i fitness, saune, joga i meditacija, nutricionizam i detoks, ali i holistički „tijelo-um-duh“

20 *Drăghici C., C., R., A., Health Tourism Contribution to the Structural Dynamics of the Territorial Systems with Tourism Functionality, Elsevier B.V., 2016.*

21 *Smith, M. i Laszlo, P., Health, Tourism and Hospitality – Spas, wellness and medical Travel, Second edition, Toutledge, London & New York, 2015., str. 32.-37.*

22 *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014., str. 17.*

23 *Mintel, Health and Wellness Tourism in Europe, London, 2014.*

24 *Ibidem*

25 *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014., str. 18.*

26 *Mintel, Health and Wellness Tourism in Europe, HTI Konferencija industrije zdravstvenog turizma, Split, 2014.*

programi, učenje (zdrava prehrana, osobni rast, kvaliteta života i slično) te fizički izazovi i avantura.[27] Zdravstveni turizam počinje već u ranoj dobi- školski uzrast te je planinarenje danas vrlo popularan oblik zdravstvenog turizma. Smatra se da je to najbolja vrlo dostupna vrsta zdravstvenog turizma školske djece koja dokazano znatno utječe na poboljšanje zdravlja.[28]

U europskom okruženju Hrvatska ima vrlo jake konkurente u zdravstveno-turističkoj ponudi, prije svega u susjednoj Sloveniji i Mađarskoj. U Sloveniji je zdravstveni turizam najbrže rastući segment turizma. U toj je državi 15 „naravnih zdravilišča" ili velikih topličkih kompleksa s objedinjenom ponudom zdravstvenih, wellness, rekreacijskih i smještajnih sadržaja, oko 90 wellness centara pretežito u hotelima i u sklopu lječilišta, a Slovenija se pozicionira i kao nova destinacija medicinskog turizma, ističući specijalizaciju u stomatologiji, ortopediji, sportskoj medicini te oftalmologiji te značajno ulaže u objekte i opremu upravo u medicinskom segmentu zdravstvenog turizma.[29] Mađarska je tradicionalno orijentirana na termalnu lječilišnu ponudu, a od 90-ih godina 20. stoljeća kontinuirano ulaže u revitalizaciju i razvoj zdravstvenog turizma. U Mađarskoj postoji 12 *spa* gradova (uključujući Budimpeštu), a tradicionalna lječilišna ponuda nadograđena je wellness sadržajima i rekreacijom baziranoj na vodi. Wellness i *spa* ponuda široko je prisutna u hotelima, a intenzivan je i razvoj i promocija medicinskog, osobito stomatološkog, turizma. Uz stomatologiju, ističu se specijalizacije u plastičnoj kirurgiji, oftalmologiji, ortopediji i IVF tretmanima.[30]

Među najrazvijenije zdravstveno-turističke destinacije, ne samo u Europi, nego i u svijetu, ubraja se i Austrija koja ima 30 „bad" gradova s ponudom kombiniranih lječilišnih, wellness, rekreacijskih i zabavnih sadržaja, wellness i *spa* ponuda vrlo je prisutna u sklopu lječilišta i svih oblika smještaja (od visokokategoriziranih hotela do obiteljskog smještaja), a Austrija je i visoko cijenjena destinacija medicinskog turizma, zbog priznate stručnosti kadra i suvremeno opremljenih poliklinika i ordinacija, pri čemu predvode privatne poliklinike i ordinacije, dok je javno zdravstvo usmjereno na domaću populaciju.[31]

Osim ovih triju destinacija, na razvoj zdravstvenog turizma usmjerene su i Poljska, Češka i Turska, a temeljem resursne osnove i tradicije, kao konkurenti na tržištu zdravstvenog turizma na

[27] *Ibidem*

[28] *Kashuba V.O.Goncharova N.N., Butenko H.O., Effectiveness of health tourism application as the basis of health related recreational technology in primary school pupils' physical education, Pedagogics, Psychology, Medical-Biological Problems of Physical Training and Sports, 2016.*

[29] *Veselnjak, P, 4th Balkan Spa Summit, 2014.*

[30] *www.spa.gotohungary.com*

[31] *www.heaktg-and-spa.at*

europskom prostoru, sve više se nameću i Rumunjska, Bugarska i Srbija, čiji potencijal još nije razvijen, ali intenzivno rade na tome razvoju.[32]

2.3. Zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj

Zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj danas se susreće s nizom izazova. Pored primjene marketinške koncepcije u poslovanju postojećih lječilišta i drugih poslovnih subjekata koji se bave zdravstvenim turizmom, kao i donošenja kvalitetne zakonske regulative koja bi se ovoj djelatnosti dalo poticaj u razvoju, potrebito je pronaći vlastiti razvojni put kako bi se očuvale specifičnosti društveno-ekonomskog razvoja i resursa kojima Republika Hrvatska raspolaže. Uz pravilno promišljen razvoj, zdravstveni turizam može biti generator daljnjeg gospodarskog razvoja. Osim pozitivnog učinka na zdravlje, tj. unaprjeđenje zdravlja i kvalitete življenja, ova djelatnost ima brojne ekonomske učinke u prostoru u kojem se odvija.[33]

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine zdravstveni turizam svrstava u kategoriju "proizvoda s izraženom perspektivom razvoja"[34] te navodi da se "specifični faktori uspjeha proizvoda zdravstvenog turizma odnose, prije svega, na kvalitetu specijaliziranih zdravstvenih centara/institucija, kvalitetu prateće turističke ponude, te kompatibilan razvoj destinacije".[35]

Današnja pozicija zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj te perspektive njegovog razvoja, prikazane su u Akcijskom planu razvoja zdravstvenog turizma, dokumenta koji je 2014. godine izradio Institut za turizam, kao jednu od mjera zapisanih u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine i Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva Hrvatske 2012. do 2020. godine, dvaju krovnih dokumenata hrvatskog zdravstva i turizma.

Postoji problem pri praćenju podataka o zdravstvenom turizmu. Različito se bilježe noćenja u zdravstveno turističkim destinacijama, a u nekim vrstama smještaja prate se dvostruko (u turizmu i u zdravstvu). Službeni statistički podaci ne pružaju cjelovit uvid u zdravstveni turizam. Državni zavod za statistiku (DZS) posebno prati kupališna mjesta te dvije posebne vrste smještaja, odnosno klimatska i kupališna lječilišta.[36] Goran Ivanišević spominje čak 103 toplička mjesta u Republici

[32] *Mintel, Health and Wellness Tourism in Europe, London, 2014.*

[33] *Milinović D., Strategija razvoja lječilišta i specijalnih bolnica za rehabilitaciju u funkciji razvoja zdravstvenog turizma Republike Hrvatske, Acta Turistica Nova, Vol. 6 No.1, travanj 2012.. str 1.*

[34] *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Narodne novine 55/13, Zagreb, 2013.*

[35] *Ibidem*

[36] *Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Ugostiteljstvo u 2010., Statističko izvješće broj 1435, Zagreb, 2011., str. 411.*

Hrvatskoj koja imaju neke prirodne resurse za razvoj kupališnog turizma što govori o nedovoljno iskorištenu potencijalu ovog oblika turizma u nas.[37]

Javlja se potreba za primjerenijom zakonskom regulativom u sređivanju stanja u sustavu isprepletenih ovlasti između dvaju sektora – zdravstva i turizma. Kako bi se rizik i neizvjesnost od ostvarenih projekata u zdravstvenom turizmu minimalizirali, nužno je upravljati poduzetničkim projektima od ideje do njihove realizacije.[38] Za uspješno upravljanje investicijskim projektima u zdravstvenom turizmu nastala je nova strategija razvoja na nacionalnoj razini. Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje, duge tradicije, konkurentnih cijena i općenito dobre reputacije zdravstvenih usluga, Hrvatska ima komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma. Proizvodi zdravstvenog turizma danas posebno relevantni za Hrvatsku uključuju: wellness turizam, lječilišni turizam i medicinski turizam. Ključni koncepti za koje se očekuje da će biti sve važniji u oblikovanju ponude zdravstvenog turizma uključuju "inovativno", "autentično", "zeleno" i "holističko".[39]

S obzirom na konstantno opadajuću kvalitetu suvremenog života uzrokovanu stresom i zagađenjem, zdravstveni turizam poprima sve značajniju ulogu u revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti čovjeka. Zdravstvenim se turizmom bave lječilišta i specijalne bolnice (zdravstvene ustanove), pretežno neprofitne organizacije koje nemaju mogućnosti dobivanja kredita bez kojih se ne može postići visoka kvaliteta i konkurentnost. U lječilištima se nudi uravnotežena prehrana, isključenost od buke i zagađenja , tjelovježbe, društveni i duhovni programi.[40]

Zdravstveni centri u Republici Hrvatskoj raspolažu s više od 6000 postelja, od kojih je 35 posto u ugovornom odnosu s Hrvatskim zavodom za zdravstveno osiguranje, a ostali su bez ugovora, odnosno slobodno na tržištu. Zdravstveni turistički centri u vlasništvu županija pod upravom su Ministarstva turizma i Ministarstva zdravlja. U razvoju zdravstveno-turističkih centara potrebno je uključivanje i drugih oblika vlasništva: javno-privatnog partnerstva i privatnog vlasništva, što može ubrzati nove investicije i razvoj.[41]

Zdravstveni je turizam u svijetu prepoznat kao vrlo lukrativan oblik turizma koji za sobom povlači intenzivan razvoj i plasman pratećih djelatnosti (proizvodnja i plasman eko-hrane, umrežavanje obiteljskih i ruralnih smještajnih kapaciteta u ponudu i drugo) te predstavlja polugu za

37 Bartolucci, M., Stanje i perspektive razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Međunarodne konferencije o menadžmentu u turizmu I športu, Sv. Martin na Muri, 2012., str. 12.

38 Bartolucci, M., Stručni kadrovi u turizmu, Zbornik radova 1. hrvatskog znanstveno-stručnog skupa o menadžmentu u turizmui športu održanog od 18. do 20. ožujka 2010. u Čakovcu, Međimursko veleučilište, Čakovec, 2010., str. 7-19

39 Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb, 2013., str. 26.

40 Ivanišević G., Bogatstvo u zemlji, moru i zraku, Narodni zdravstveni list, Rijeka, svibanj-lipanj 2002., str. 6.

41 Bartolucci, M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013., str. 225.

ravnomjerni regionalni razvoj kontinenta. Od svih sadržaja zdravstvenog turizma, Hrvatska je do danas najviše razvila wellness. Iako je prije deset godina postojalo tek pet wellness centara u hotelima, danas ih je oko 90 i teško je pronaći hotel s četiri zvjezdice koji nema integriranu wellness ponudu. Naša zemlja posjeduje iznimne, ali nažalost i nedovoljno iskorištene lječilišne resurse temeljene na prirodnim ljekovitim činiteljima (termo-mineralne vode, ljekovito blato, klima, zrak, more, ljekovito bilje i drugo).[42]

Dakle, možemo zaključiti da zdravstveni turizam predstavlja veliki izazov kako za hrvatske turističke djelatnike tako i za općenito naše gospodarstvo. Javlja se potreba za sistematskim planiranjem iskorištavanja postojećih resursa u smislu što kvalitetnije promidžbe a potom i razvoja ove djelatnosti.

U Tablici 1 je prikazana SWOT analiza zdravstvenog turizma Hrvatske, definirana Akcijskim planom razvoja zdravstvenog turizma.

Hrvatska se može pohvaliti izuzetno očuvanim prirodnim potencijalima, poput kvalitetnog zraka, bujne i raznolike vegetacije, mora, termalnih voda, ljekovitog blata, koji u kombinaciji s blagom klimom i sunčevom svjetlošću pružaju blagotvoran učinak na zdravlje. Spomenuta su obilježja bila prepoznata još krajem davnog 19. stoljeća, otkada seže dugogodišnja tradicija zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Hrvatska se ističe kvalitetom svojih medicinskih, ali i sve većom ponudom i kvalitetom wellness usluga. U medicinskom segmentu vrlo je važan i stručan kadar te dobra reputacija zdravstvenih usluga koje se pružaju u moderno opremljenim prostorima i uz pristupačne i konkurentne cijene. Izuzetnu važnost za razvoj zdravstveno-turističke ponude u Hrvatskoj ima i činjenica da je sve više privatnih zdravstvenih ustanova zainteresirano za ovaj selektivni oblik turističke ponude i taj se privatni sektor počinje sve više organizirati unutar sebe.
Snaga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj je i rast broja privatnih osiguravatelja koji su spremni snositi dio troškova korisnika. Uz pomoć njih lakše će se prevladati i jedna od većih slabosti – nedovoljna tržišna usmjerenost lječilišta i specijalnih bolnica, javnih ustanova koje su još uvijek previše ovisne o HZZO-u kao glavnom kupcu njihovih usluga. Lječilišta i specijalne bolnice slaba su karika hrvatske zdravstveno-turističke ponude i zbog zastarjelih/potkapitaliziranih objekata i ograničenog razvojnog potencijala zbog postojeće vlasničke strukture. Njihove potencijale, ali i ostalih zdravstveno-turističkih subjekata, ograničava i neusklađenost zakona s područja zdravlja i turizma, kao i nedostatak razvojne vizije i razvojnog modela te manjkav destinacijski lanac vrijednosti i ograničena nacionalna promocija. U Hrvatskoj, osim toga, specijalizirani posrednici

[42] *Zdravstveni turizam najveći potencijal rasta u Hrvatskoj, 2013., /www.hgk.hr/, preuzeto 23.10.2014.*

nisu dovoljno snažni, ne postoji akreditacija ustanova i nedostatno je certificiranje, što ograničava i kontrolu kvalitete usluga.

Tabela 1 SWOT analiza zdravstvenog turizma Republike Hrvatske

SNAGE	**SLABOSTI**
• Blizina velikim emitivnim tržištima i dostupnost Hrvatske • Atraktivnosti 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 osiguravatelja	• Nedostatak razvojne vizije • Nedostatak razvojnog modela • Neusklađenost zakona s područja zdravlja i turizma • Zastarjeli/potkapitalizirani objekti lječilišta i specijalnih bolnica • Ograničen razvojni potencijal lječilišta i specijalnih bolnica zbog postojeće vlasničke strukture • Nedostatak tržišne usmjerenosti lječilišta i specijalnih bolnica (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 nedostatna certificiranje • Nedostatak kontrole kvalitete usluge • Nedovoljna snaga klastera i udruga
PRILIKE	**PRIJETNJE**
• Starenje populacije • Rizik profesionalne 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	• 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

• Međunarodna prepoznatljivost Hrvatske kao turističke destinacije • Prepoznatljivost Srednje Europe kao zdravstveno-turističke destinacije • Razvoj specijaliziranih facilitatora • Raspoloživost EU fondova/programa	

Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014., str. 28.

Kada je riječ o prilikama, to je, prije svega, demografska činjenica o starenju populacije koja sve više treba takve usluge. Potražnja usluga raste i zbog različitih rizika profesionalnih bolesti, a poticaj razvoju zdravstvenog turizma je i rastuća svijest ljudi o potrebi očuvanje zdravlja. Ulaskom u Europsku uniju Hrvatska je dobila i novi poticaj za razvoj zdravstvenog turizma kroz primjenu Direktive o primjeni prava pacijenata u pograničnoj zdravstvenoj zaštiti (Direktiva 2011/24/EU), koja je omogućila proširenje zdravstvenog osiguranja na usluge preventive u Europskoj uniji i komplementarnosti sustava zdravstvenog osiguranja unutar Unije. Ulaskom u Europsku uniju dionicima zdravstvenog turizma na raspolaganju su i EU fondovi/programi, kao potencijalni izvor financijskih sredstava. Prilika razvoju je i diverzifikacija potrošačkih segmenata i proizvoda zdravstvenog turizma koji omogućuje razvoj usmjeren na određene usluge, te razvoj specijaliziranih facilitatora. Kada je riječ o prepoznatljivosti, Hrvatska je prepoznata kao turistička destinacija, a njezin smještaj u Srednjoj Europi, kao prepoznatljivoj zdravstveno-turističkoj destinaciji trebalo bi iskoristiti za jaču promociju upravo toga segmenta turističke ponude.

Prijetnje razvoju zdravstvenog turizma u Hrvatskoj su urušavanje nacionalnih sustava zdravstvenog osiguranja u okruženju, sve veći broj konkurentskih destinacija, ali i brzi razvoj tehnologije koji nameće potrebu za stalnim visokim investicijama što je često teško ostvarivo s obzirom na gospodarsku situaciju. Isto tako, sve veća ulaganja, ali i sve veća znanja, zahtijevaju i sve veći zahtjevi/očekivanja, prije svega međunarodnih, kao i domaćih potrošača kojima se treba prilagoditi ako se želi uspjeti na tržištu zdravstvenog turizma.

2.3.1. Potencijal zdravstvenog turizma Republike Hrvatske

Zdravstveni turizam je u Hrvatskoj jedan od nosećih turističkih proizvoda do 2020. godine s vodećom ulogom u produljenju sezone i disperziji turističke aktivnosti. Osnova za razvoj su, prije svega, kvaliteta prirodnih činitelja, tradicija i raspoloživost toplica, talasoterapije i zdravstvenih institucija te razvoj wellnessa.

Prema podacima iz 2011. godine, zdravstveni turizam je u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske sudjelovao tek s jedan posto, u ukupnim noćenjima s oko 0,5 posto, a udio smještajnih kapaciteta (soba/kreveta) u lječilištima u odnosu na ukupne smještajne kapacitete iznosio je samo 0,4 posto.[43] Prema podacima iz 2015. godine tržište zdravstvenog turizma u Hrvatskoj zapošljava oko 10.000 osoba, a prihod od zdravstvenih usluga, bez smještaja i prateće potrošnje, iznosi oko 300 milijuna eura, ali se procjenjuje da je riječ o tržištu koje bi vrlo brzo moglo doseći prihode veće od milijardu eura.[44]

U Akcijskom planu razvoja zdravstvenog turizma, navodi se da u Hrvatskoj danas kao javne ustanove djeluju tri lječilišta (Topusko, Bizovačke toplice, Veli Lošinj) i deset specijalnih bolnica (Biokovka – Makarska, Kalos – Vela Luka, Naftalan – Ivanić Grad, Daruvarske toplice, Krapinske toplice, Lipik, Stubičke Toplice, Varaždinske Toplice, Thalassotherapia Crikvenica i Thalassotherapia Opatija), a proizvode zdravstvenog turizma kao dio ponude imaju i toplice u privatnoj vlasništvu (Terme Tuhelj – Tuheljske Toplice, Terme Jezerčica – Donja Stubice, Terme Svet Martin – Sv. Martin na Muri), Toplice Lešće – Lešće na Dobri, Istarske toplice), kao i oko 80 hotela s wellness centrima i/ili vodenim parkovima. U sustav pružanja usluga zdravstvenog turizma uključeno je ili bi moglo biti uključeno i pet kliničkih bolničkih centara, tri kliničke bolnice, pet klinika, 20 općih bolnica, specijalne bolnice i poliklinike, te oko 800 subjekata registriranih kao privatne zdravstvene ustanove. Ponuda je koncentrirana na Kvarneru i sjeverozapadnoj Hrvatskoj.[45]

U lječilištima i specijalnim bolnicama u 2013. godini raspoloživo je bilo 4.719 kreveta. U tim je ustanovama te godine ostvareno oko milijun noćenja, od čega 63 posto na osnovi HZZO korisnika, 15 posto individualnih pacijenata s HZZO uputnicom za tretmane, a 22 posto individualnih korisnika izvan HZZO-a. Ukupno ostvareni prihodi u 2013. godini u lječilištima i specijalnim bolnicama iznosio je 576,3 milijuna kuna, a po ostvarenim prihodima prednjače Krapinske Toplice, Varaždinske Toplice i Thalassotherapia Opatija, dok su, gledajući udio prihoda izvan HZZO-a najveći postotak ostvarile Terme Topusko, Lječilište Istarske Toplice i Lječilište Veli Lošinj, no njihovi prihodi u ukupnim prihodima lječilišta i bolnica još uvijek su vrlo mali.[46] Ove su ustanove izrazito zainteresirane za zdravstveni turizam. Hrvatska ima veliki broj specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju, ali one nemaju odvojene kapacitete za HZZO i „zdravstvene

[43] *Bartoluci M., Upravljanje kvalitetom ljudskih resursa u zdravstvenom turizmu, Acta Turistica, Vol. 5 No.1, svibanj 2011., str. 1*

[44] *Hrvatska gospodarska komora, Peta HTI konferencija: Hrvatska obiluje neograničenim resursima za daljni rast zdravstvenog turizma, dostupno na: http://www.hgk.hr/sektor-centar/sektor-turizam/pozivamo-vas-na-5-hti-konferenciju-industrije-zdravstvenog-turizma?category=174 (preuzeto 10. 12. 2015.)*

[45] *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014.*

[46] *Ibidem*

turiste“ i ne mogu udovoljiti potrebnim standardima kvalitete smještaja. Mali je broj lječilišta i ona su tek djelomično zainteresirana za zdravstveni turizam. nedostaju im međunarodni certifikati, osobito certifikati za usluge zdravstvenog turizma, a, kao niti specijalne bolnice, nemaju odvojene kapacitete za HZZO pacijente i „zdravstvene turiste“ i također ne mogu udovoljiti potrebnim standardima kvalitete smještaja.[47] Prema podacima Zavoda za zdravstvene usluge u turizmu Ministarstva zdravlja, hrvatske specijalne bolnice i lječilišta imaju pripremljene investicijske projekte vrijedne više od 200 milijuna eura, koje se nadaju ostvariti uz pomoć novca iz strukturnih fondova Europske unije.[48]

Kada je riječ o wellnessu, sve više je hotela kategorije s četiri zvjezdice s ponudom klasičnog wellnessa, dok tek manji dio nudi usluge medicinskog wellnessa. Najveći broj hotela koji nude wellness je u priobalju, 17 objekata u Istri, 19 na Kvarneru, 17 u Dalmaciji, deset na dubrovačkom području, a samo 13 objekata je smješteno u središnjoj Hrvatskoj i Zagrebu.[49]

Iz SWOT analize, kao i opisanih potencijala zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, može se zaključiti da u Hrvatskoj nedostaje odgovarajuća zakonska potpora, strateški dokumenti i poticaji za razvoj zdravstvenog turizma. Pravno uređenje ovog oblika turizma imalo bi višestruke koristi i to za razvoj cijelog gospodarstva, osobito kontinentalnih destinacija, kao i na vrednovanje i zaštitu prirodnih vrijednosti destinacije. Interdisciplinarnosti i važnost ovog područja zahtjeva poseban pristup, posebnu koordinaciju između nekoliko ministarstva, prije svega Ministarstva zdravlja, Ministarstva turizma, Ministarstva kulture i Ministarstva regionalnog razvoja kako bi se donijelo cjelovito zakonsko rješenje, propisivanjem posebnog pravilnika za ovo specifično područje.

Nužno je kategorizirati i standardizirati ponudu zdravstvenog turizma, uz uvažavanje međunarodno prihvaćenih standarda, najbolje svjetske prakse i povijesnog razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj. Osim toga, potrebno je brendirati zdravstveno-turističke destinacije, certificirati i licencirati nositelje ponude zdravstvenog turizma s posebnim naglaskom na uvažavanje načela održivog razvoja. Kako navodi prof. Milena Peršić „identificirane komparativne prednosti (prirodno okruženje, zdravstveni i turistički kadar, kapaciteti...) treba sustavno pretvarati i u konkurentne prednosti, kako bi se rezultati mogli i ekonomski valorizirati na ciljnom turističkom tržištu (produženje sezone, veći stupanj iskorištenosti kapaciteta, smanjene pritiska na obalu itd.)[50]

[47] *Ibidem*

[48] *Katalog projekata zdravstvenog turizma, Ministarstvo zdravlja, Zagreb, 2015.*

[49] *Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014.*

[50] *Peršić, M., Zdravstveni turizam u razvoju turističke destinacije, International Health Tourism Industry Conference, Zagreb, 2012, str. 32.*

Prateći trendove u zdravstvenom turizmu, potrebno je specijalizirati se kako bi se domaćem, ali i međunarodnom tržištu, mogle nuditi kvalitetne usluge koje korisnici traže. Tako će zdravstveni turizam postati potencijalni veći izvor prihoda u budućnosti.

2.3.2. Izazovi zdravstvenog turizma Republike Hrvatske

Kako bi se maksimalno iskoristili potencijali zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj, pred dionicima zdravstvenog turizma stoje brojni izazovi.

Jedan od njih je registracija odnosno evidencija pružatelja usluga u zdravstvenom turizmu, gdje treba uvesti mogućnost pravnih osoba koje mogu pružati usluge u zdravstvenom turizmu da odaberu jedan sljedećih organizacijskih oblika pružatelja usluge zdravstvenog turizma:[51]

a) Zdravstvene ustanove (specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju/lječilišta).

b) Trgovačka društva čiji su osnivači zdravstvene ustanove, a koje uz zdravstvene uvjete ispunjavaju uvjete za obavljanje ugostiteljsko-turističke djelatnosti.

c) Trgovačka društva i druge pravne osobe koje obavljaju ugostiteljsko-turističku djelatnosti, a ispunjavaju uvjete za pružanje preventivne i rehabilitacijske mjere zdravstvene zaštite.

Potrebno je i definirati, odnosno valorizirati prirodne ljekovite činitelje. Kako navodi prof. Goran Ivanišević „Hrvatska je bogata mjestima koja imaju ljekovite klimatske i morske činitelje, kao i nalazištima prirodnih činitelja koji su rezultat geoloških procesa: termomineralne vode, peloidi, morski peloidi ili limani, naftalan i pijesak. U kontinentalnom dijelu nalazišta su termomineralnih voda i peloida, dok je primorska i otočka Hrvatska bogata prirodnim ljekovitim klimatskim, morskim i drugim činiteljima. U popisu s prirodnim ljekovitim činiteljima u Hrvatskoj nalazi se njih 156. Razvrstana su kao nalazišta i/ili mjesta primjene, a prema vrsti činitelja u klimatoterapijska, talasoterapijska i balneoterapijska. U hrvatskoj medicini djeluje 18 lječilišnih mjesta."[52] Službena primjena ljekovitih prirodnih činitelja u liječenju u Hrvatskoj je 1977. godine bila ukinuta, a Odbor za zdravstveni turizam i prirodne ljekovite činitelje, osnovan 1994. godine pri Akademiji medicinskih znanosti kao nasljednik zagrebačkog Balneoklimatološkog zavoda iz 1949. godine, održavanjem skupova i škola te izdavanjem publikacija i registracijom 222 lokacije u

[51] *Medak, M., Izazovi i potencijali zdravstvenog turizma, Hospital days, 2013., dostupno na: http:www.hospital.in2.hr, (preuzeto 21. 11. 2014.)*

[52] *Ivanišević, G., Bogatstvo u zemlji, moru i zraku, dostpuno na: http://www.zzjzpgz.hr/nzl/15/bogatstvo.htm (preuzeto 10. 12. 2015.)*

Hrvatskoj koje zadovoljavaju uvjete bavljenja prirodnim liječenjem, pokušavaju ih ponovno valorizirati.[53]

Jedan od izazova kreatorima modela razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj je i propisivanje uvjeta za mjesta u kojima se može organizirati zdravstveni turizma te uvjeta koje moraju ispunjavati pravne osobe za pružanje usluga u zdravstvenom turizmu (certifikati, licence), kao i implementacija međunarodnih standarda kvalitete (ISO 9001, HACCAP, ISO 14001 i medicinskih certifikata) kao preduvjeta uspjeha.[54]

Izazovi zdravstvenog turizma ukazuju na veliki organizacijski program s kojim bi se ključne osobe u zdravstvenom turizmu Hrvatske trebale suočiti i pronaći brza i efikasna rješenja.

53 Muzur, A., Kako se kali(o) Kurort, Zbornik Lovranšćine, Knjiga 1, 2010., dostupno na: hrcak.srce.hr/file/218132 (preuzeto 10. 12. 2015.)

54 Medak, M., Izazovi i potencijali zdravstvenog turizma, Hospital days, 2013., dostupno na: http:www.hospital.in2.hr, (preuzeto 21. 11. 2014.)

3. GRAD CRIKVENICA KAO DESTINACIJA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Područje Kvarnera tradicionalno je vezano uz proizvode zdravstvenog turizma koji se, zahvaljujući, prije svega, izuzetno povoljnim klimatskim obilježjima i blizini nekadašnjim europskim centrima političke i gospodarske moći (Austrija, Mađarska, Češka) počeo razvijati u drugoj polovici 19. stoljeća u klimatskim lječilištima Opatije, Crikvenice, Velog Lošinja, Raba i Gorskog kotara. Iako danas svega tri posto posjetitelja navodi zdravstvene razloge kao jedan od motiva posjeta Kvarneru, ovaj se segment turizma, u inoviranom obliku, u regiji smatra vrlo važnim i cilj je da upravo Kvarner zauzme lidersku poziciju na Jadranu, te je ključan faktor u stvaranju brenda i imidža Kvarnera kao regije "wellbeinga" odnosno regije "dobrog osjećaja, ugode, zdravlja, pozitivne energije i zadovoljstva".[55] U Strateškom marketinškom planu turizma Kvarnera, navodi se procjena da turistički proizvodi wellnessa, talasoterapije i medicinskih programa imaju potencijal samostalno generirati 7 posto ukupne godišnje turističke potražnje (noćenja) na Kvarneru u 2015. godini, odnosno oko 14 posto noćenja u pred i post sezoni, budući da potražnja za proizvodima zdravstvenog turizma postoji cijele godine.[56]

Grad Crikvenica se nalazi u Kvarnerskom zaljevu Jadranskoga mora, a u sastavu je Primorsko-goranske županije, čije je središte u tridesetak kilometara udaljenoj Rijeci. Cijeli Grad Crikvenica je zapravo morska rivijera s nizom urbanistički gotovo spojenih turističkih mjesta: Selcem, Crikvenicom, Dramljem i Jadranovom. Prostire se na tridesetak četvornih kilometara na kopnu i u akvatoriju Vinodolskog kanala. Izvrstan geoprometni položaj i dobra prometna povezanost su samo neki od preduvjeta za njegovanje stoljetne turističke tradicije na crikveničkoj rivijeri, koja je nadohvat ruke posjetiteljima iz srednje Europe i alpskog područja te se do nje cestovnim putem može stići u jednom danu iz gotovo svih dijelova Europe.[57]

Crikvenica je najveće naselje na obali Vinodolskog obalnog područja, a razvila se na mjestu rimskoga doba naselja i vojne baze pod nazivom Ad Turres. Grad je po Popisu stanovništva 2011. godine na površini od 30 četvornih kilometara imao 11.122 stanovnika. U posljednjih dvadesetak godina, zbog urbanog širenja Crikvenice i proširenje obližnjeg Selca, te su

[55] *Kvarner – Strateški marketinški plan turizma 2009-2015, TZ Kvarnera, Zagreb, srpanj 2009.*

[56] *Ibidem, str. 2.*

[57] *Riviera Crikvenica, Turistička zajednica Crikvenice, Položaj, http://rivieracrikvenica.com/, preuzeto 23.10.2014.*

spojeni u mini-konglomerat.[58] Urbana struktura grada Crikvenice dijelom je povezana s obalnom linijom zaštićenog pristaništa.[59]

Na području Crikvenice je, zahvaljujući izuzetno blagoj klimi, razvoj turizma započeo krajem 19. stoljeća, i to prije svega zdravstvenog. Crikvenica je u to vrijeme postala lječilište za europsku elitu te jedno od prvih turističkih središta na jadranskoj obali, a blaga i iznimno povoljna klima, čisto more i zrak te duga tradicija specijalističkih klinika i danas su osnova za razvoj zdravstveno-turističke ponude Crikvenice i crikveničke rivijere.

3.1. Povijest grada Crikvenice

Život je na crikveničkom području prisutan tisućljećima, o čemu svjedoče materijalni tragovi brojnih civilizacija, počevši od Ilira, jednog od najstarijih europskih naroda, koji su tu boravili otprilike dvije tisuće godina prije Krista. U blizini današnjega nogometnog igrališta nalaze se ostaci vojne postaje i rimskoga naselja Ad Turres, jednoga od ključnih mjesta na rimskoj cesti iz Italije za Dalmaciju, nastalog na prijelazu iz 1. st. prije Krista u 1. st. poslije Krista i upisanog na Tabuli Peutingeriani, najpoznatijem antičkom zemljovidu iz 3. ili 4. stoljeća. U naselju je djelovala vrlo razvijena keramičarska radionica Seksta Metilija Maksima, jedna od prvih velikih manufaktura izvan granica Italije, a od 2004. godine se na tom lokalitetu obavljaju intenzivna arheološka istraživanja.[60]

Kao ribarsko mjesto, Crikvenica se spominje već u 14. stoljeću u crkvenim knjigama u Grižanama. Naime, knez Vid V. je 1322. godine u Belgradu izdao listinu u kojoj se piše o staroj kali, starome ribarskom naselju, srži Crikvenice. Crikveničani su zbog opasnosti od Turaka, Mlečana i Uskoka bježali u zaleđe čije je sjedište bilo mjesto Kotor na obližnjem brijegu. Kotorska je župa bila u sastavu srednjovjekovnoga gradića Grižana u vinodolskom zaleđu. Knez Nikola IV. Frankopan je, tada zapuštenu crkvicu Uznesenja Blažene Djevice Marije dogradio i proširio, a izgradio je i samostan, kojeg je poklonio redovnicima sv. Pavla Pustinjaka (pavlinima) 14. kolovoza 1412. godine.[61]

Crikveničkи pavlini su imali značajnu ulogu u obrazovanju i opismenjavanju lokalnoga stanovništva, a posebnu pozornost su posvećivali medicini i ljekarništvu, proučavali su medicinske

[58] *Crikvenica, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/, preuzeto 19.11.2014*

[59] *Novak M., Hrvatska, ArtCroatia LLC, 2007., str. 82.*

[60] *Car A., Thalassotherapia Crikvenica - Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica. Adamić, 2009., str. 8.-9.*

[61] *Ibidem, str. 9.*

rukopise, knjige i pučku medicinu, uzgajali ljekovito bilje te dio samostana koristili kao sklonište i bolnicu za svoju bolesnu braću, hodočasnike, siromahe i druge bolesnike.[62] Crikvenički je kraj bogat kvalitetnim kamenom i oskudan obradivim površinama, tako da je stanovništvo svoje djelatnosti uvelike usmjeravalo prema zidarstvu i građevinarstvu[63], dok je obrađivanje zemlje i uzgoj stoke služio kao sekundarni izvor prihoda, Crikveničani su se sve više orijentirali na more i ubrzo stekli glas najboljih ribara Sjevernog Jadrana.

Potkraj 19. stoljeća Crikvenica se nalazi u sastavu Austro-Ugarske Monarhije, a njen preobražaj od skromnog i malog ribarskog i težačkog naselja do jednog od vodećih mjesta na turističkoj karti Hrvatske započinje 1888. godine, gradnjom prvog javnog morskog drvenog kupališta, odobrenog i službeno priznatog od kotarskih vlasti. Sve do Prvoga svjetskog rata Crikvenica se intenzivno razvija u svim segmentima: uređuju se parkovi i infrastruktura, otvaraju nova kupališta, knjižnica i kinematografi, osnivaju sportski klubovi i društva, redovito se organiziraju i održavaju razna natjecanja, folklorne priredbe, plesne zabave, festivali, opere, kazališne predstave...[64] "Nadaleko poznato hrvatsko morsko kupalište Crikvenica raskrililo se između Kraljevice i Selaca, na obali jedva metar i pol visokoj. Od Rijeke je do nje dva sata vožnje parobrodom uračunavši pristajanje na po puta u Kraljevici. Zaštićena sa sjevera omogućuje ugodan boravak ondje i zimi, te se s pravom može nazvati prvakinjom hrvatske rivijere", zapisao je sveučilišni profesor dr. Johannes Frischauf iz Graza, koji je u Bečkom turističkom listu „Österreichische Touristen Zeitung" 1888. godine napisao simpatično izvješće o svom boravku na Kvarneru, nazivajući ga „Hrvatskom rivijerom" i upravo je tim člankom upozorio širu javnost tadašnje Austro-Ugarske na ljepote hrvatske obale i njene mogućnosti u uređenju morskih kupališta i klimatskih lječilišta.[65]

S obzirom na to da je već tada Crikvenica mogla u potpunosti zadovoljiti potrebe najzahtjevnijih i elitnih gostiju te se uzdigla u sam vrh europskog turizma.

3.2. Geografsko-prirodne postavke i resursi

Područje grada Crikvenice obilježava relativno razvijen reljef i pružanje padina paralelno s jadranskom obalom. S obzirom na reljef i zemljopisne karakteristike na području naselja

62 *Grad Crikvenica – kamik, more i čovik, monografija, Rijeka, Glosa d.o.o., 2008.*

63 *Ratkajec M., Zidarstvo i klesarstvo Crikvenice i Vinodola - rezultati terenskog istraživanja, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu Filozofski fakultet Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, 2009., str. 3.*

64 *Car A., Thalassotherapia Crikvenica - Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica. Adamić, 2009., str. 10.*

65 *Laszowski E., Gorski kotar i Vinodol dio državine knezova Frankopana i Zrinskih, mjestopisne i povijesne crtice, Matica Hrvatske u Zagrebu, 1923., str. 208*

Crikvenice, ističu se dolina potoka Dubračine, obalni pojas i zaleđe. Usjek Dubračine dijeli područje Crikvenice na sjeverni i južni dio. Dubina teritorija seže oko dva kilometra u sjevernome dijelu, do tri kilometra u središnjemu dijelu i 1,5 kilometara u južnome dijelu do morske obale, a visinski od vrhova i ogranka dinarskoga lanca do mora. [66]

Uz prirodne ljepote, čisto more i zrak te gostoljubive domaćine, glavni razlog za odmor u Crikvenici je, već više od stotinu godina, vrlo ugodna, blaga, stabilna i zdrava mediteranska klima i mikroklima s blagim zimama i ne prevrućim ljetima, koja je omogućila razvoj zdravstvenog turizma. Karakteristična klimatska obilježja na ovom području su suha, vedra i ugodno topla ljeta te blage zime sa zdravim, lokalno uvjetovanim sustavom vjetrova. Razlika, odnosno amplituda, između prosječnog godišnjeg maksimuma i minimuma temperature je mala pa su kolebanja blaga. Zime su blage, uglavnom bez snijega, a ljeta duga i topla. Morski zrak se odlikuje čistoćom i raspršenim zdravim oligomineralima, a nema štetnih peludnih alergena i otpadnih plinova.

Crikvenica se odlikuje i s velikim brojem sunčanih sati, godišnje oko 2500. Povoljna strujanja, sudar morskog zraka i zraka s obližnjeg gorja te čistoća mora, čine Crikvenicu idealnim mjestom za liječenje, posebice dišnih organa. Izrazito povoljni klimatski i zemljopisni uvjeti prepoznati su još 1895. godine kada je na području Crikvenice osnovana lječilišna ustanova (preteča današnje Thalassotherapije) pa se može zaključiti da su povoljna klima i kvalitetan zrak komparativne prednosti za daljnji razvoj zdravstvenog turizma.[67]

Duge pješčane i šljunčane plaže s brojnim sadržajima za djecu povezane su prirodnom šetnicom kroz bogato mediteransko raslinje te pružaju mogućnost uživanja za svakoga, od kupača do šetača, rekreativaca i biciklista. Vrijedno povijesno i kulturno naslijeđe ovoga kraja utkano je i u turističku ponudu, počevši od Ribarskoga tjedna, jedne od najstarijih crikveničkih manifestacija, Aquariuma s više od 150 vrsta riba, živopisne šetnice Ljubavne cestice, do gradskoga muzeja i galerije. Bogati i zanimljivi sportski, zabavni, kulturni i gastronomski sadržaji te sklad sunca, svježeg zraka, mirisa mora i borove šume čine Crikvenicu poželjnom turističkom destinacijom, koja gostu pruža odmor za dušu i užitak za sva osjetila.[68]

3.3. Turizam u Crikvenici

U Strategiji gospodarskog razvitka do 2020. godine naglašava se vizija grada Crikvenice kao „turistički i gospodarski razvijenog grada s velikom zaposlenošću u kojem mladi i obrazovani

[66] *Bašić M., Crikvenička toponimija, FOC 18 , 2009, str. 1.*

[67] *Bezić, H. i dr., Strategija gospodarskog razvitka grada Crikvenice 2012. – 2022., Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2014., str. 6.-7.*

[68] *Riviera Crikvenica, Turistička zajednica Crikvenice, Položaj, http://rivieracrikvenica.com/, preuzeto 19.11.2014*

stanovnici imaju priliku ostvariti svoje potencijale, a zrelo stanovništvo ugodno i zdravo živjeti. Grad poželjan za život".[69]

Prirodne, kulturne, demografske i gospodarske osobitosti, kao i percepcija lokalnog stanovništva, uvjetuju turizam kao okosnicu gospodarskog razvoja grada.

U Strategiji se vizija razvoja turističkog razvoja definira kao: „Grad Crikvenica je razvijena i visokokategorizirana turistička destinacija autohtone gastronomske ponude, zdravstvenog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog i kulturnog turizma u kojemu turistička sezona traje čitavu godinu. Trgovina, proizvodnja hrane, te razni servisi, važne su potporne djelatnosti koje obogaćuju turističku ponudu Grad".[70]

Tabela 2 Ukupan promet turista u Gradu Crikvenica u 2014. godini.

	Ukupno	Domaći broj	Strani broj	Domaći %	Strani %
Turisti	118144	23337	94807	19,75	80,25
Noćenja	654445	113452	540993	17,33	82,67

Izvor: *DZS, 1516 Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2014. godini, Statistička izvješća ISSN 1331-5146, Zagreb, 2015.*

Tablica prikazuje ukupan promet turista u 2014. godini s tim da je posebno obrađen promet noćenja i promet turista. Tako je 2014. godine Crikvenicu posjetilo 23.337 (19,75%) domaćih i 94.807 (80,25%) stranih turista te je ostvareno 113.452 (17,33%) noćenja domaćih i 540.993 (82,67%) noćenja stranih turista.

Tabela 3 Ukupan promet turista u Gradu Crikvenica u 2014. s obzirom na vrstu smještaja

	Hoteli i sl. broj	Hoteli i sl. %	Kampovi, kampirališta i kamp-odmor Broj	Kampovi, kampirališta i kamp-odmor %	Kućanstva broj	Kućanstva %	Ostali objekti broj	Ostali objekti %
Turisti	49420	41,83	-	0	51068	43,22	17656	14,94
Noćenja	189718	29,00	-	0	360196	55,00	104531	16,00

Izvor: *DZS, 1516 Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2014. godini, Statistička izvješća ISSN 1331-5146, Zagreb, 2015.*

[69] *Bezić, H. i dr., Strategija gospodarskog razvitka grada Crikvenice 2012. – 2022., Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2014., str. 130.*

[70] *Ibidem*

U ovoj tablici prikazano je da je od ukupnog broja turista u hotelima i sličnim objektima boravilo 49.420 turista te je ostvareno 189.718 noćenja. Kućanstva je posjetilo 51.068 (43,22%) turista te je ostvareno 360.196 (55%) noćenja, dok je u ostalim objektima bilo 17.656 (14,94%) turista i 104.531 (16%) noćenja.

Tabela 4 Smještajni kapacitet po vrstama objekata u Gradu Crikvenici u 2014. godini

	Ukupno	Hoteli i sl. broj	Hoteli i sl. %	Kampovi, kampirališta i kamp-odmor %	Kampovi, kampirališta i kamp-odmor %	Kućansta broj	Kućanstva %	Ostali objekti broj	Ostali objekti %
Sobe	3519	750	21,30	-	0	2041	58,00	728	20,70
Postelje	9834	1659	16,90	-	0	6282	63,90	1893	19,20

Izvor: *DZS, 1516 Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2014. godini, Statistička izvješća ISSN 1331-5146, Zagreb, 2015.*

Tablica prikazuje smještajne kapacitete Grada Crikvenice u 2014. godini te su prikazani podaci za sobe i postelje. Tako da je u Gradu Crikvenici od ukupno 3519 soba, u hotelima 750 soba (21,30%), u kućanstvima 2041 soba (54%), a u ostalim objektima 728 soba (20,7%),. Što se tiče postelja, od ukupno 9834 postelje, 1659 (16,9%) je u hotelima i sličnim objektima, 6282 (63,9%) je u kućanstvima, a 1893 (19,2%) u ostalim objektima.

Budući razvoj turizma mora biti usmjeren prema produljenu prosječnog boravka u destinaciji i prema ublažavanju sezonalnosti turističkog poslovanja. Tu sezonalnost moguće je smanjiti diverzifikacijom turističke ponude i razvojem specifičnih oblika turizma, među kojima zdravstveni turizam i zbog svoje tradicije zauzima važno mjesto.

3.4. Zdravstveni turizam u Crikvenici

S obzirom na povoljan geografski položaj, iznimno pogodnu, zdravu i blagu mediteransku klimu i mikroklimu, s istodobnom prisutnošću planinskih i morskih zračnih struja, čist zrak i kristalno bistro more, veliki broj sunčanih sati, netaknute prirodne ljepote, dobru prometnu povezanost sa srednjom Europom, vrijedne kulturno-povijesne sadržaje i poduzetne stanovnike, Crikvenica je imala čvrste temelje za razvitak turizma, i to prije svega zdravstvenoga.

3.4.1. Povijesni razvoj zdravstvenog turizma

Iako je inicijativa o razvoju Crikvenice kao klimatskog i kupališnog mjesta došla od domaćih ljudi, prije svega profesora teologije dr. Nikole Veljačića, općinskog bilježnika Bolfe

Kostrenčića i ranarnika Josipa Paurića, teško da bi u tome uspjeli da nisu imali potporu Mađara. Kada su, naime, Austro-ugarskom nagodbom dobili izlaz na Jadran preko Rijeke i proširili svoju administraciju na Hrvatsko primorje, Mađari su ovu lokalnu inicijativu vidjeli kao šansu da, od do tada pretežito ribarskog mjesta, stvore konkurenciju „austrijskoj" Opatiji. Blaga mediteranska klima, zaštićenost od jakih vjetrova, plitka i tri kilometra duga pješčana obala, čisti zrak s puno soli i relativno veliki broj sunčanih dana u godini, bili su glavni aduti koji su Crikvenicu izdigli iznad ostalih mjesta.

Uvođenje redovitih parobrodarskih linija s Rijekom pospješilo je njen gospodarski razvitak, a počeli su pristizati i prvi izletnici, najčešće radi kupanja u ugodno toplom moru i šetnje kroz nasade maslina, vinograda i smokava između Selca i Crikvenice. Vrijedni i snalažljivi mještani su, prvenstveno pod utjecajem razvoja medicine (prije svega talasoterapije i dokazane ljekovitosti morske vode), uočili potencijal Crikvenice da se razvije kao zdravstveno ljetovalište i oporavilište. Ivan Skomerža, napredni ribar i trgovac, izgradio je u Crikvenici 1891. godine prvi hotel, nazvan prema Clotildi, supruzi nadvojvode Josipa Habsburga.

Kada je 1888. godine otvoreno prvo javno kupalište, drveno kupalište na predjelu Petak, u blizini ušća rječice Dubračine, koje je zbog skromnih financijskih sredstava raspolagalo samo sa šest kabina za presvlačenje, povijest zdravstvenog i organiziranog turizma u Crikvenici mogla je početi, a 25. ožujka 1906. njezin status i službeno je potvrđen službenim proglašenjem klimatskog lječilišta i morskog kupališta. Godine 1894. na zapadnom dijelu Crikvenice otvoreno je novo kupališno zdanje, tzv. Mađarske banje, financirano mađarskim kapitalom, a raspolagalo je sa sto kabina i bilo je u to doba najveće na Kvarneru. Kupališna je zgrada bila podijeljena na dva zasebna dijela, ženski i muški. Potom je 1900. izgrađeno treće morsko kupalište, nazvano Hrvatske banje, koje je bilo dostupno svim crikveničkim posjetiteljima.[71]

Od početka 1891. godine mr. ph. Ivan Polić redovito vodi meteorološke podatke i surađuje s Hidrometeorološkim zavodom u Zagrebu. Stoga se u Crikvenici osniva i otvara Meteorološka postaja. Time je Crikvenica svrstana među tri najstarije meteorološke stanice u zemlji, ali je jedina na Jadranu koja od početka do danas ima obrađena i objavljena sva neprekidna vremenska motrenja.[72]

Sve do Prvoga svjetskog rata Crikvenica se promovirala kao zimsko klimatsko lječilište, osobito pogodno za liječenje bolesti dišnih organa, srca i krvnih žila te živčanog sustava. Neki od

[71] *Car A., Thalassotherapia Crikvenica - Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica. Adamić, 2009., str. 12.-13.*

[72] *Jurdana S., Razvoj turizma i talasoterapije u Crikvenici, Crikvenica, Turističko društvo Crikvenica, 1988. str. 145.-171.*

crikveničkih intelektualaca koji su bili na istaknutim položajima u službi Austro-Ugarske Monarhije imali su priliku svojim kolegama, prijateljima i državnicima iz cijele Europe približiti ljepote i mogućnosti Crikvenice, a mnoge su kao svoje goste doveli na odmor i oporavak. Već potkraj 19. stoljeća ugledni europski časopisi objavljuju putopisne reportaže iz Hrvatskog primorja, u njima naglašavaju zdravstvene blagodati kupanja u morskoj vodi te potiču čitatelje da zdravstveni oporavak potraže u Hrvatskom primorju, osobito u Crikvenici.

Doktor Franz Hasper tiskao je 1895. u Budimpešti vodič na njemačkom jeziku „Crikvenica Seebad und klimatischer Curort", a jedan od najcjelovitijih turističkih vodiča o Crikvenici napisao je 1906. godine kotarski liječnik, dr. Roko Joković. Bio je to već pravi turistički vodič s brojnim ilustracijama, objavljen u posebnim jezičnim izdanjima na hrvatskom, njemačkom, mađarskom i češkom jeziku, a u njemu je pisao o klimi, indikacijama i kontraindikacijama bolesti, ljekovitim metodama te prevenciji i rehabilitaciji bolesnih stanja.[73]

Tekst objavljen 1924. godine u književnom listu Vienac potvrđuje veliki ugled Crikvenice na europskom turističkom tržištu: „Mnoge tisuće rahitičke i anemičke djece razvilo se u ovom kraju do robusnih i za život sposobnih individua, koji cijeli svoj život mogu da zahvale boravku u Crikvenici. No, ne samo bolesni, već i zdravi, željni otpočinka i okrepe, nađu u Crikvenici... što traže".[74]

Nadvojvoda Josip Habsburg, carski namjesnik u Rijeci, 3. svibnja 1893. godine u listu „Pesti Napló" svojim je napisom predvidio budućnost Crikvenice kao klimatskog lječilišta: „Upravo nasuprot Opatije nalazi se Crikvenica. Toj Crikvenici ja proričem bolju budućnost od Opatije. Iza Učke rano zalazi sunce, tako da je Opatija skoro oko pet sati poslije podne u sjeni, što znači da se gosti oko tog sata povlače u svoje sobe. Crikvenica ima zaštićen položaj od sjevernih vjetrova, obasjana je i grije ju sunce do kasno uvečer..."[75]

Krajem 19. stoljeća donesen je zemaljski zakon o klimatskim lječilištima, a turizam se sve više povezuje s mogućnošću preventivnog i terapijskog liječenja. Godine 1906. Hrvatski je sabor izglasao Zakon o zdravstvu, kojim su uvedene različite kategorije razvrstavanja lječilišnih mjesta u Hrvatskoj banovini, a Crikvenica je već 25. ožujka iste godine proglašena klimatskim lječilištem i morskim kupalištem. Svaki se gost nakon dolaska u Crikvenicu morao podvrgnuti liječničkom pregledu, a 5. članak Pravilnika za morsko kupalište i klimatičko lječilište Crikvenica u Hrvatskom

[73] *Car A., Thalassotherapia Crikvenica - Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica. Adamić, 2009., str. 13.-14.*

[74] *Nemet D., Vijenac, Opseg 3,Sveučilište Indiana, 1924., 358 str.*

[75] *Car A., Thalassotherapia Crikvenica Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica. Adamić. 2009., str. 15.*

primorju bio je vrlo jasan: „…Od primanja u kupalište i lječilište su isključeni: **a)** duševno bolestni; **b)** bolestnici od zaraznih bolesti; **c)** bolestnici bolujući na svim vrstama tuberkuloze…"[76]

Lječilišta namijenjena uglavnom otmjenim i bogatim gostima djelovala su u sklopu raskošnih hotela Therapia (1895) i Miramare (1906). U dogovoru s Hrvatskom vladom u Zagrebu osniva se konzorcij „Josip Holub et Consorten", građevno društvo za klimatsko lječilište i morsko kupalište. To je društvo od siromašnih ribarskih obitelji jeftino pokupovalo mnogo građevinskog i drugog zemljišta i uskoro pristupilo izgradnji velikog otmjenoga hotela na najistaknutijem položaju u mjestu. Hotel je dovršen i svečano otvoren 20. lipnja. 1895. pod imenom „Hotel nadvojvode Josipa". Imao je 126 moderno uređenih soba i apartmana. Istodobno je za hotelske goste izgrađeno pristanište (Crni molo, tj. Črni mul) s carinarničkim uredom. Oko hotela, na prostoru od oko 30.000 četvornih hvati Franjo Brož, školovani vrtlar, uređivao je park zvani Rajski vrt sa zoološkim vrtom za djecu (srne, pauni, poni, zečići, magarci i neke manje domaće životinje). Podignut je paviljon u švicarskom stilu s izvrsnom glazbom i ciganskom kapelom, zatim kursalon s nekoliko stotina mjesta zatvorenom prostoru za glazbu, razonodu, pouku, boravak za nepovoljna remena itd., te psetarnica s čuvarom pasa gostiju, kao i teniska i druga igrališta za djecu i odrasle. Istodobno su izgrađene i uređene dvije depandanse, a u hotelu zatvoreni bazen s toplom i hladnom morskom vodom te ortopedska i gimnastička dvorana. U posebne dvorane uvodi se najsuvremenija aparatura za fizikalnu terapiju te hidro-, kinezi-, elektro-, psamo- (kupke u vrućem pijesku i blatu) i fototerapiju, za polivalentnu masažu, kao i za kozmetsku, švedsku, korektivnu i ortopedsku gimnastiku. Provode se dalje i terenske kure prema Oertelu, dijetetski postupci i kure danima grožđa, razne kure ležanja, debljanja, mršavljenja, odvikavanja, sunčane i zračne kupelji itd. Uz to se odmah uključuje rendgenski kabinet i dijagnostičko-terapeutski centar prema najsuvremenijim medicinskim dostignućima. Bio je to tada najveći i najotmjeniji hotel na Kvarneru, a najvjerojatnije na čitavom Jadranu. Od samog početka, a osobito od 1900., hotel ugošćuje najotmjenije goste i aristokraciju Europe, pa i okrunjene glave. Radi ljeti i zimi.[77] Nadvoda Josip nije imao teškoća sa razumjevanjem pojmova kao što su balneoterapija, klimatoterapija, hidroterapija, terensko liječenje i balneodietetika. Često je posjećivao popularna mjesta njegovih austrijskih rođaka u blizini Opatije. Opatija je u to vrijeme bila zimski zdravstveni resort i primorski resort međunarodne reputacije. Opatija kao model za Crikvenicu, „Austrijska rivijera" kao primjer za „Mađarsku rivijeru"- to su bili motivi i ambicioznog i poduzetnog nadvode.[78]

76 *Ibidem, str. 17.-20.*

77 *Brozičević I., Development of Thalassotherapy, Rijeka, Acta Fac. Med. Flum. 15., 1990., str. 93.-95.*

78 *Urban J.-B., Hotel Kvarner Palace, Rijeka, Dr. Wilfried Holleis, 2014.*

Hotel Miramare je vodio dvorski liječnik nadvojvode Josipa, dr. Herman vitez Coltelli de Roccamara, a u njemu je djelovalo lječilište s toplom i hladnom morskom vodom, sanatorij u stražnjem dijelu, primjenjivale su se sve vrste fizikalne i hidroterapije, radioaktivne morske kupke prema metodi dr. Dautwitza, fototerapija plavim svjetlom po metodama dr. Keisera, terapije vrućim zrakom prema prof. dr. Bieru, rendgen po dr. Holtzknechtu, masaže, inhalacije... Prednost hotela je što je sagrađen u neposrednoj blizini mora, o čemu piše i ugledna povjesničarka umjetnosti dr. Radmila Matejčić: „Ta komunikacija zgrade s vodom je veoma značajan faktor u njegovoj osnovnoj poruci, Hotel Miramare je zamišljen kao kupališni i lječilišni sadržaj."[79]

Godine 1910. ispred parka pa do Crnog mola izgrađeno je veliko pješčano kupalište, tj. plaže. Prije opisana tri kupališta bila su drvena na palima. To je pješčano kupalište brzo postalo poznato u cijeloj Europi. Zbog plitkog mora bilo je posebno pogodno za djecu i obiteljski turizam. U turističkom tisku Europe o njemu se kaže da je "morsko tlo pokriveno najfinijim pijeskom, te ti se čini da hodaš po baršunu. Plitko je do 100 metara od obale. Ježevima i kamenju nema ni traga".[80] Kupalište je odmah opskrbljeno šarenim platnenim kabinama, sunčalištem, restoranom, medicinskom službom te animatorima, trenerima, učiteljima plivanja i dječjim njegovateljicama.

Hrvatski učiteljski dom sagrađen je u Crikvenici 1912. kao učiteljski sanatorij. Otvoren je 1913. i nazvan „Villa Ružica" prema gđi Ružici Lisac. Dom je služio za liječenje, odmor i oporavak učitelja iz Hrvatske i članova njihovih obitelji. Osobito se preporučivao boravak oboljelima na srcu i krvnim žilama, na dišnim organima, živčanom sustavu, rekonvalescentima nakon teških bolesti te skrofuloznoj i boležljivoj djeci. Tu su se, uz ostalo, redovito održavali seminari i permanentno usavršavanje učitelja iz čitave Hrvatske.[81]

Krajem 19. stoljeća more je, zahvaljujući preporuci liječnika, počelo privlačiti sve više ljudi. Doktor Ivan Dežman je posebno zagovarao kupanje u moru te je već od 1868. u Zagrebu započeo s ciklusom „Predavanja za krasni spol", a utjecaji njegovi predavanja ga zasigurno svrstavaju među začetnike talasoterapije u Hrvatskoj.[82]

---

79 Car A., Thalassotherapia Crikvenica Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica, Adamić, 2009., str. 19.

80 Uremović V., Počeci i razvoj talasoterapije i zdravstvenog turizma u Crikvenici , Acta med-hist Adriat, 2006., str. 255.

81 Žalec, Hrvatski učiteljski dom u Crikvenici. Zagreb, 1971., str. 278.-289.

82 Uremović V., Uloga Ivana i Milivoja Dežmana na zdravstveno turističko usmjerenje Kvarner,. Rijeka, Medicina, 1999., str. 37.-40.

Ako se uzme u obzir da je povod prvim organiziranim dolascima turista u Crikvenicu bio povezan s ljekovitošću sunca, mora i zraka, vrlo lako se može zaključiti da je zdravstveni turizam jezgra crikveničke turističke tradicije.

3.4.2. Suvremeni razvoj zdravstvenog turizma

Crikvenica djelovanjem postojećih zdravstveno-turističkih ponuđača jača prepoznatljivost kao destinacije zdravstvenog, odnosno medicinskog turizma. S obzirom na dugu tradiciju pružatelja usluga ima veliku prednost u odnosu na druge destinacija koje također traže svoje mjesto na velikom tržištu ovog oblika turizma.

Vrlo važnu ulogu u razvoju zdravstvenog turizma Crikvenice ima Thalassotherapia Crikvenica, Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju. Ova ustanova je vrlo bitan akter u promociji i razvoju zdravstvenog turizma zbog svoje bogate prošlosti u toj gospodarskoj grani kao i vrlo modernom pristupu gostu/pacijentu, stručnom osoblju i relativno kvalitetnim smještajnim kapacitetom. TZG Crikvenice je, u suradnji s Thalassotherapijom Crikvenica, prvi put organizirala 2013. godine, skup posvećen zdravstvenom turizmu i to povodom obilježavanja 125. godišnjice turizma u Crikvenici- Turistički forum "Crikvenica - rivijera zdravlja". U 2015. forum dobiva dodatnu vrijednost: uz TZG Crikvenice i Thalassotherapiju, kao suorganizator uključuje se Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, te skup postaje međunarodan i po prvi put se u sklopu njega organizirala poslovna radionica. U 2016. godini u svrhu postizanja prepoznatljivosti, skup dobiva stalno ime – Crikvenica International Health Tourism Conference. Crikvenica International Health Tourism Conference doprinosi primjeni aktualnih teorijskih znanja, spoznaja i trendova u praksi te naglašava strateški značaj i važnost razvoja zdravstvenog turizma u Hrvatskoj koja, prije svega zahvaljujući vrlo povoljnim klimatskim uvjetima i očuvanim prirodnim ljekovitim činiteljima i brojnim uglednim zdravstvenim institucijama, njeguje dugogodišnju lječilišnu tradiciju.[83]

Osim Thalassotherapije Crikvenica, za razvoj zdravstvenog turizma na području grada Crikvenice, imaju i Terme Selce, Poliklinika Katunar, Poliklinika Oxy, dentalne ordinacije, wellness i spa ponuda te alternativne metode liječenja

83 Riviera Crikvenica, http://www.rivieracrikvenica.com/croatia/crikvenica_international_health_tourism_conference, preuzeto 10.10.2016.

3.4.2.1. Thalassotherapia Crikvenica

Najveći pružatelj zdravstveno-turističkih usluga u Crikvenici je Thalassotherapia Crikvenica, specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju za bolesti respiratornih organa i lokomotornog sustava. Osnovana je 1967. godine spajanjem Zavoda za talasoterapiju Crikvenica i Dječje bolnice za alergijske bolesti Primorka, izrasle iz Oporavilišta za rekonvalescentnu djecu Primorka, kojega je još 1948. godine u Crikvenici osnovao prof. dr. Pansini s Pedijatrijske klinike u Zagrebu. Od 1993. godine osnivač i vlasnik bolnice je Primorsko-goranska županija. Od 1967. godine ova crikvenička zdravstvena ustanova nekoliko puta je mijenjala naziv. Osnovana je pod nazivom Thalassotherapia Crikvenica – bolnica za liječenje i rehabilitaciju dišnih organa. Od 1969. do 1984. naziv joj je bio Thalassotherapia – Bolnica za liječenje i rehabilitaciju dišnih organa. Od 1984. do 1994. godine djelovala je pod imenom Thalassotherapia Crikvenica – Specijalna bolnica za rehabilitaciju i liječenje dišnih organa i reumatizma, od 1995. do 1998. Thalassotherapia Crikvenica – Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju, a od 1998. ima današnji naziv, upisan i u sudski registar: Thalassotherapia Crikvenica – Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju Primorsko-goranske županije.

Thalassotherapia Crikvenica već dugi niz godina uspješno surađuje s medicinskim ustanovama u cijeloj Hrvatskoj, osobito s kliničkim bolničkim centrima Rijeka i Zagreb, kliničkim bolnicama u Zagrebu, medicinskim fakultetima u Rijeci i Zagrebu, Kineziološkim fakultetom u Zagrebu te Zavodom za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije. Thalassotherapia Crikvenica je i nastavna baza Medicinskog fakulteta u Rijeci.[84] Obilje sunčanih sati kroz godinu, povoljna strujanja i čistoća mora te položaj na 'sudaru' morskog zraka i zraka s obližnjeg gorja, čine Thalassotherapiju idealnim mjestom za liječenje dišnih organa, pri čemu se koriste blagotvorni prirodni čimbenici i njihovi ljekoviti ekstrakti, uz pomoć suvremenih metoda i modernih medicinskih uređaja.

Početak razvoja zdravstvene djelatnosti na lokaciji današnje Thalassotherapije Crikvenica započinje 1910. godine, osnivanjem češkog oporavilišta za djecu zalaganjem Čehinje Marije Steyskalove iz Brna. Marija Steyskalová rođena je 21. siječnja 1862. u Brnu, gdje je i umrla 12. listopada 1928. godine. Veoma se rano afirmirala kao posebno nadarena učiteljica u Moravskoj. Od 1900. godine je ravnateljica ženske dječje ustanove (Starostka ustředni ženské útulny v Brne), gdje posebnu pažnju posvećuje djeci bez roditelja i siromašnoj djeci. Boravkom u Beču i Brnu zapazila je izvrstan učinak djelovanja mora na djecu bogataša koja su se vraćala nakon boravka i

[84] *Thalassotherapia Crikvenica, http://www.thalasso-ck.hr/, preuzeto 25.02. 2013.*

oporavka na moru, a žalostilo ju je što se nitko ne brine da se i siromašnoj češkoj djeci omogući odlazak na more. Svojim utjecajem te marljivim i upornim radom osnovala je 1905. godine Koloniju za bolesnu djecu u Lukačovicama, poznatim kupkama u Moravskoj. Odlazak djece na more još nije mogla planirati, jer nije bilo financijskih sredstava, a na pomoć tada još nije mogla računati. Jednog dana je od Saveza učitelja u Moravskoj zamoljena da za učitelje osnuje negdje na moru koloniju gdje bi se mogli odmarati, liječiti i oporavljati.[85]

Birajući između Crikvenice, Selca i Novog Vinodolskog, odlučile su se za Crikvenicu, jer im se učinila najprikladnijom za ostvarenje njihovih namjere, osnivanja lječilišne kolonije. Od 10. listopada 1910. godine, rješenjem Općine i Lječilišnog povjerenstva Crikvenice kolonija imala pravo javnosti pod imenom „Česka detska ozdravovny Marije Steyskalove", a mještani Crikvenice su je prozvali „Češkom kolonijom". Već je prvi boravak djeci omogućio odličan oporavak, povećanje tjelesne težine te izliječenje od raznih bolesti, primjerice rahitisa, skrofuloze i nekih oblika tuberkuloze, bolesti dišnih organa, kože, lokomotornih organa itd. Djelatnost kolonije povezivana je s lokalnim vlastima, ustanovama i organizacijama, a nije izostala ni materijalna pomoć od raznih trgovaca, obrtnika, činovnika te drugih dobrotvora i ustanova. Nakon što je kolonija kupila pojedina zemljišta, postepeno su se izgrađivale kuće paviljonskog tipa. Od samog su se početka osobito isticale zdravstvene karakteristike kolonije.

Slika 1 Thalassotherapia Crikvenica krajem 19. stoljeća



Izvor: *Car A., Thalassotherapia Crikvenica Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti, Rijeka-Crikvenica, Adamić, 2009.*

Uređuju morsko kupalište, plaže, bazene s toplom i hladnom morskom vodom, igrališta, parkove, vlastito pristanište za čamce. Istodobno se osposobljavalo potrebno stručno osoblje,

[85] *Kričkova P., Život a dilo Marie Steyskalove., Brno, Nakladen Českei ženske peče o mladeži na Morave, 1928.*

uređuju se liječničke ordinacije, nabavljaju rendgen aparati, uspostavlja dezinfekcijski trakt, suvremena elektroterapija, hidroterapija, aeroterapija, fototerapija te općenito sva tada moderna fizikalna terapija. Kako se „Češka kolonija" sve više razvijala, širila i osuvremenjivala, 1922. godine je otvorena i druga češka kolonija za odrasle, nazvana „Mojmir". Od tada je Crikvenica slovila kao najpoznatije i najomiljenije čehoslovačko morsko kupalište i lječilište.[86]

Godine 1926. se osniva Jugoslavensko-čehoslovačka liga, koja, osim djelovanja na lokalnom planu, usmjerava sve veći broj gostiju u Crikvenicu, a sve je to dovelo do širenja kulturne svijesti obaju naroda, dijeljenja iskustava, sklapanja brojnih prijateljstava, čak i brakova. Poslije rata 1948. godine Rezolucijom Informbiroa prestaje prijateljski odnos između tadašnje Jugoslavije i SSSR-a pa Česi napuštaju „Češku koloniju". Godine 1960. dr. Karlo Pansini na toj lokaciji osniva Zavod za dječju talasoterapiju. Mariji Steyskalovoj, osnivačici *Češke kolonije* te velikoj zaljubljenici i promotorici Crikvenice, odužila se Crikvenica nedugo nakon njezine smrti spomenikom koji je postavljen ispred glavne zgrade i imenovanjem ulice koja prolazi bolničkim krugom njenim imenom. Zahvaljujući entuzijazmu, plemenitosti, upornosti i marljivosti Marije Steyskalove te njene pomoćnice i nasljednice Berte Drgačove, u Crikvenici je već od 1910. godine pruženo potrebno liječenje, njega i skrb brojnoj slabunjavoj, rahitičnoj, anemičnoj i bolježljivoj češkoj i slovačkoj djeci, čime su postavljeni čvrsti i vrijedni temelji današnjem dječjem odjelu u Thalassotherapiji Crikvenica.[87]

U poslijeratnim godinama najprije dolazi do negativnog odnosa prema turizmu, čak mu se pod utjecajem novih ideologija osporavao status gospodarske djelatnosti pa su se pojedinci u Crikvenici trudili i nastojali usmjeriti pažnju na obnovu i daljnji razvoj turizma, posebice zdravstvenoga. Spomenimo tadašnjega predsjednika Općine Crikvenica Dušana Cvetića, koji je poticao stručnjake i intelektualce različitih profesija da dođu raditi u Crikvenicu i sudjeluju u oživljavanju crikveničkoga turizma, u čemu je i uspio. Godine 1952/53. formira se Turističko društvo i turizam se službeno proglašava gospodarskom granom. Prvi cilj im je bio osposobljavanje Zavoda za Thalassotherapiju, s čime su, zahvaljujući poticaju, iskustvima i savjetima dr. Aleksandra Manzonija, uglednoga upravitelja Ortopedske bolnice u Kraljevici, započeli već u ožujku 1953. godine. U prosincu 1953. godine u Opatiji je u sklopu Kongresa liječnika Jugoslavije, grupa liječnika specijalista posjetila Crikvenicu, održala savjetovanje na kojem je ponovno utvrdila pogodnost klime u Crikvenici i predložila da se u hotelu Therapia

[86] *Car A., Thalassotherapia Crikvenica Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti, Rijeka-Crikvenica, Adamić, 2009., str. 25.-26. str. 28.-29.*

[87] *Kričkova P., Život a dilo Marie Steyskalove., Brno, Nakladen Českei ženske peče o mladeži na Morave, 1928.*

osnuje specijalno morsko-klimatsko lječilište, s obzirom na to da je jedinstven objekt na Jadranu za formiranje zdravstvene ustanove toga tipa.[88]

U kolovozu 1954. godine prof. dr. Anton Šercer drugi put dolazi u Crikvenicu s razrađenim planom izvedbe i pregledom mogućih indikacija za liječenje. Planirano je da se uz hotel Therapia za pružanje vrhunskih medicinskih, rehabilitacijskih, lječilišnih i kupališnih usluga osposobi i hotel Praha, a neke od njih pružale bi se i u dječjem oporavilištu Primorka u Crikvenici, Jadranka u Selcu te u Dječjem domu „Vladimir Nazor". Godine 1959. započelo je preuređenje, a 15. travnja 1960. godine je u hotelu Therapia otvoren Zavod za talasoterapiju odraslih, u kojem se stacionarno ili ambulantno provodila prevencija i rehabilitacija kroničnih i akutnih oboljenja uha, grla te gornjih i donjih dišnih putova, a od početka ga je uspješno vodio otorinolaringolog dr. Stanko Jurdana pod pokroviteljstvom prof. dr. Antona Šercera i prof. dr. Ive Padovana. Doktor Šercer je često isticao klimatske pogodnosti koje pruža Crikvenica i ljekovitost udisanja morskoga zraka. Zavod je radio cijele godine, na raspolaganju je imao bazen s toplom morskom vodom, inhalatorij za individualnu i grupnu aerosolterapiju, jonozon i vlažne inhalacije, gimnastičku dvoranu, malu operacijsku salu s traheobronhoskopijom, elektroterapije, masaže, eudermiju, a za dijagnostiku su služili rendgen, audiometar, hematološki laboratorij i alergološko testiranje. Pacijenti su dolazili iz cijele tadašnje Jugoslavije, a terapije su u prosjeku trajale tri tjedna, u pojedinim slučajevima od četiri do pet tjedana. Boravak marokanske kraljice u Therapiji utjecao je na porast ugleda ustanove u turističkom, ali i zdravstvenom segmentu.[89]

Godine 1970. otvoren je novi objekt, hotel Hippocrates i bazen s morskom vodom, čime je broj kreveta porastao na 250. Proširen je i medicinski trakt te bolnica od tada raspolaže zatvorenim bazenom, saunom, škotskom kupelji, individualnim inhalatorima s 48 mjesta, kolektivnim inhalatorijem za grupe po petnaest pacijenata, fizikalnom terapijom s gimnastičkom dvoranom, masažom, kineziterapijom, posturalnom drenažom, parafinskom i krioterapijom, hidrogalvanskom i kineziterapiju (uređaji za ekstenziju). Laboratorij dobiva novi fotometar, aparat za acidobazični status i plameni fotometar, a za kardiopulmonalnu dijagnostiku dolazi novi EKG-trokanalni, ergometar i ekspirograf. Preuređuje se kotlovnica i kompresorska stanica, a iz stanice za kisik se uvodi kisik i aspiracija u sobe za intenzivnu njegu i u novi medicinski trakt. Također se otvara novi operacioni trakt sa sterilizacijom, nabavljaju se novi inhalacijski aparati za suhi aerosol i vlažnu inhalaciju, jonozon i vapozon, suhi i vlažni inhalatori, izrađeni prema zamisli šefa tehničke službe

[88] *Car A., Thalassotherapia Crikvenica Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica, Adamić, 2009., str. 25.-26. str. 36.-38.*

[89] *Ibidem, str. 40.*

Smiljka Cara, vibraaerosoli, ultrazvučni aerosol, Birdovi aparati i aparat za ispiranje usne šupljine po Weissenfluhovoj metodi.

Što se tiče inozemnih pacijenata, prevladavali su Šveđani i Rusi, turistički dio Ustanove je u početku surađivao s poslovnicama agencije *Yugotours* u Milanu, Frankfurtu, Londonu, Beču, Bruxellesu, Stockholmu, a kasnije i s Kvarner Expressom, Atlasom i Kompasom. Do devedesetih godina u strukturi pacijenata najzastupljeniji su bili pacijenti iz Hrvatske, potom Bosne i Hercegovine te Srbije. Njihov boravak i liječenje su financirali fondovi tadašnje države Jugoslavije. Liječnici crikveničke Thalassotherapije su među prvima u Jugoslaviji provodili i publicirali u Češkoj i Italiji rezultate talasoterapije u otorinolaringologiji. Osamdesetih se godina posebna važnost pridaje nastavnoj i znanstvenoj djelatnosti suradnjom s fakultetima i klinikama, zatim stručnoj suradnji s bolnicama, zavodima, domovima zdravlja i ostalim zdravstvenim ustanovama.[90]

Devedesetih je godina bolnica bila jedno od prvih utočišta u Crikvenici za prognanike i izbjeglice iz ratom zahvaćenih područja te su u njoj liječeni i rehabilitirani brojni ozlijeđeni civili i sudionici Domovinskoga rata. Za uspješan rad i kvalitetne programe razvoja Thalassotherapia je 1996. godine dobila nagradu Euro market award, koju dodjeljuje „European market research center“, čije je sjedište u Bruxellesu.

Marljivim radom svih nekadašnjih zaposlenika te podrškom lokalnih vlasti i nadležnih ministarstava Thalassotherapia se razvila u ustanovu kakva je danas.

Djelatnost ustanove Thalassotherapije Crikvenica su dijagnostika, terapija i rehabilitacija pacijenata primljenih na stacionarno i ambulantno liječenje, rekreacija za domaće i inozemne korisnike u okviru zdravstvenog turizma, pružanje ugostiteljskih usluga, organizacija i održavanje predavanja, stručnih simpozija te edukacija medicinskog kadra. U Sudski registar upisane su, konkretno, sljedeće djelatnosti:[91]

- bolnička djelatnost iz fizikalne medicine i rehabilitacije i respiratorne rehabilitacije djece;
- specijalističko-konzilijarna djelatnost iz fizikalne medicine i rehabilitacije (fizijatrijska dijagnostika), otorinolaringologije (laringoskopija i faringoskopija, audiologija, audiološka dijagnostika, fonijatrija, fonijatrijska dijagnostika), interne medicine (kardiologija, kardiovaskularna dijagnostika – ultrazvuk srca, kardiovaskularna dijagnostika – ergometrija, kardiovaskularna dijagnostika – holter, kardiovaskularna dijagnostika – EKG, pulmologija, pulmološka dijagnostika,

[90] *Ibidem, str. 41.-50.*

[91] *https://sudreg.pravosudje.hr/registar/f?p=150:28:0::NO:28:P28_SBT_MBS:040075758, preuzeto 15. 12. 2015.*

imunološka-alergološka dijagnostika), pedijatrije (pedijatrijska dijagnostika, pedijatrijska pulmologija, pedijatrijska alergologija i klinička imunologija), dermatovenerologije;

- opskrba bolnice lijekovima i medicinskim proizvodima (bolnička ljekarna);
- djelatnost zdravstvenog turizma za domaće i inozemne korisnike;
- pružanje ugostiteljskih usluga;
- organiziranje i održavanje stručnih sekcija, simpozija, stručnih tečajeva, seminara i drugo u svezi predmeta poslovanja;
- nastavna djelatnost za potrebe nastavnih ustanova zdravstvenog usmjerenja.

Od samoga početka u Thalassotherapiji Crikvenica liječe se i rehabilitiraju oboljeli od alergijskih bolesti gornjih i donjih dišnih putova. Kako su alergijske bolesti u porastu u cijelom svijetu, jedna od odrednica razvoja Thalassotherapije je formiranje centra za dijagnostiku, liječenje i rehabilitaciju alergijskih bolesti. U cilju osnivanja centra planira se jačanje dosadašnjih djelatnosti otorinolaringologije i pulmologije te dermatovenerologije i uvođenjem laboratorijske imunološke dijagnostike. Također se planira osnivanje centra za prevenciju i liječenje poremećaja prehrane kod djece (liječenje anoreksije, bulimije, pretilosti i organskih poremećaja hranjenja). Planira se i daljnji razvoj postojećih djelatnosti fizikalne medicine i baromedicine, te širenje novih djelatnosti ovisno o potrebama osiguranika Hrvatske ili partnera osiguravajućih tvrtki iz Europske unije.
Medicinski dio ustanove čine dječji odjel, odjel za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju te otorinolagingološka, internistička i pulmološka služba. Smještajne kapacitete Thalassotherapije čine objekti s jednokrevetnim o dvokrevetnim sobama (kupaonica, wc, sat-TV, telefon), koje imaju loggiu i pogled na more. Dječji odjel ima smještajne prostore prilagođene djeci različitog uzrasta. U okviru ustanove je i bazen s grijanom morskom vodom.

Thalassotherapia Crikvenica glavne prihode poslovanja ostvaruje iz pružanja usluga osiguranicima Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO), proračuna Primorsko-goranske županije i decentraliziranih sredstava državnog proračuna te vlastitih prihoda s tržišta.

Najveći udio prihoda ostvaruje pružanjem usluga osiguranicima HZZO-a. Najveći udio odnosi se na prihode ostvarene temeljem odredbi Zakona o obaveznom osiguranju i ugovora sa Zavodom o provođenju bolničke i specijalističko-konzilijarne zdravstvene zaštite fizikalnom medicinom i rehabilitacijom bolesnika. Slijede prihodi HZZO-a za zdravstveno osiguranje zaštite zdravlja na radu i drugi prihodi od Zavoda ostvareni na temelju međudržavnih ugovora o socijalnom osiguranju za provođenje zdravstvene zaštite osoba koje privremeno borave u Republici Hrvatskoj.

Slika 2 Thalassotherapia Crikvenica



Izvor: *http://www.rivieracrikvenica.com/croatia/thalassotherapia_crikvenica, preuzeto 23.10.2014.*

Najveći prihodi od obavljanja poslova na tržištu odnose se na prihode od pružanja ugostiteljskih usluga, odnosno smještaja i prehrane osoba koji sami plaćaju zdravstvene usluge. Bolnica ima ugovore s udrugama umirovljenika i turističkim agencijama o zakupu smještajnih kapaciteta. Korisnici smještaja putem uputnica za specijalistički pregled i uputnica za ambulantno liječenje koriste zdravstvene usluge dok usluge smještaja plaćaju sami. Ostali vlastiti prihodi su prihodi od medicinskih usluga te drugih usluga, na primjer, korištenja bazena, iznajmljivanja opreme, pranja rublja i slično. Korisnici usluga čije troškove ne snosi HZZO su hrvatski građani, pretežito starije životne dobi, zatim Česi, Slovaci, Danci, Austrijanci, građani Bosne i Hercegovine i drugi.

Vizija Thalassotherapije Crikvenica je djelovati u budućnosti kao zdravstveni rehabilitacijski centar za prevenciju, dijagnostiku, liječenje i rehabilitaciju respiratornih, alergijskih i kožnih bolesti djece i odraslih, bolesti sustava za kretanje djece i odraslih, bolesti poremećaja prehrane kod djece te bolesti koje se mogu tretirati hiperbaričnom oksigenacijom (baromedicina).

Misija Thalassotherapije Crikvenica jest profiliranje ustanove u rehabilitacijski centar izvrsnosti, gdje holistički pristup korisnicima usluga bolnice omogućuje, u današnje vrijeme toliko naglašavano, povećanje kvalitete života. Način realizacije misije jest individualan pristup pacijentu, uz multidisciplinaran stručni angažman. Thalassotherapia njeguje četrdesetogodišnju tradiciju liječenja respiratornih odnosno alergijskih bolesti gornjih i donjih dišnih puteva prirodnim ljekovitim činiteljima potpomognutim klimatskim faktorom. Danas su stručni medicinski trendovi

na svjetskoj razini ponovno na tragu upravo plućne rehabilitacije kao uspješne i neophodne mjere u liječenju tih bolesti, a sam postotak alergijskih bolesti u stalnom je porastu, s izrazitijim udjelom u pacijentima dječje dobi.

Thalassotherapia primjenjuje poslovnu strategiju diferencijacije utemeljenu na konkurentskim prednostima ustanove. Ustanova pruža jedinstvenu uslugu – klimatsko liječenje i rehabilitaciju utemeljenu na prirodnim morskim ljekovitim činiteljima i povoljnoj mikrolokaciji, što čini njezinu komparativnu prednost. Kod liječenja respiratornih oboljenja koristi tretiranu sterilnu morsku otopinu implicirajući ju u dišni trakt specijalnim inhalatornim uređajima koji postupak nema znanu konkurenciju u Europi. Kod liječenja reumatskih oboljenja postoji komparativna prednost u uporabi morske vode. Thalassotherapia je specijalizirana za liječenje alergija i oboljenja dišnih organa kod djece i odraslih sa četrdesetogodišnjom tradicijom liječenja. Nadalje, suvremenim liječenjem bolesti sustava za kretanje djece i odraslih uz specifičnost primjene hidroterapije morem te pružanjem drugih medicinskih, turističko-rekreativnih i ugostiteljskih usluga namjera je poboljšati zdravstveno stanje, a samim time i pozitivnu aktivnost prema društvu djece, radno aktivnog stanovništva te osoba starije životne dobi. Naposljetku, jedna od odrednica razvoja Thalassotherapije je formiranje centra za dijagnostiku, liječenje i rehabilitaciju alergijskih bolesti. U cilju formiranja centra planira se jačanje dosadašnjih djelatnosti otorinolaringologije, pulmologije i pedijatrije, osnivanjem ambulante dermatovenerologije te uvođenjem laboratorijske imunološke dijagnostike. Također se planira proširenje u vidu djelatnosti za prevenciju i liječenje poremećaja prehrane kod djece s posebnim osvrtom na nutritivne alergije te prevenciju pretilosti. Planira se daljnji razvoj postojećih uspješnih djelatnosti fizikalne medicine i baromedicine, te širenje novih djelatnosti ovisno o potrebama zdravstvenog osiguranika Hrvatske ili klijenata partnera osiguravajućih tvrtki iz EU.[92]

3.4.2.2. Poliklinika Terme Selce

Terme Selce osnovali su 1989. godine Vlasta Brozičević, dr. med. i prim. mr. sc. Ivan Brozičević, dr. med., nastavljajući bogatu tradiciju zdravstvenog turizma i pružanju vrhunskih usluga dijagnostike, liječenja te programa boravka, oporavka i rehabilitacije svih dobnih skupina osoba iz Hrvatske, Europe, svijeta, kao i domicilnog stanovništva. Uz individualne programe

[92] *Lončarić, D., Uloga Thalassotherapije Crikvenica u razvoju medicinskog turizma, Turistički forum „Crikvenica - rivijera zdravlja“, Crikvenica, 25. rujna 2013., Thalassotherapia Crikvenica*

prevencije i liječenja bolesti lokomotornog sustava, Terme Selce nudi i sportski program za vrhunske sportaše i osobe svih uzrasta koje se bave rekreativnom sportskom aktivnošću.[93]

Sportski program Termi Selce uključuje boravak, pripreme, dijagnostiku i terapiju u cilju prevencije ozljeda i postizavanja što boljeg sportskog rezultata bez prethodne ozljede ili nakon ozljede, odnosno bolesti. Terme Selce razvile su jedinstveni *know-how* u prevenciji, dijagnostici i rehabilitaciji lokomotornog sustava u suradnji s mnogim institucijama u Hrvatskoj i inozemstvu, a njihov *know-how* je tražen i u drugim zemljama sa sportskom tradicijom. Bez obzira na vrstu sporta, životnu dob i složenosti ozljede pristup rehabilitaciji sportskih ozljeda je multidisciplinaran i individualan. U rad je uveden i jedinstven monitoring, koji jamči kontinuirano praćenje napretka, odnosno objektivizira rehabilitaciju i povratak punoj sportskoj aktivnosti.[94]

Tim djelatnika Termi Selce brinuo je o mnogobrojnim sportskim reprezentacijama različitih sportova iz Hrvatske i mnogih zemalja svijeta i više od 120 svjetskih prvaka i olimpijaca boravili su na Rivijeri, a zbog medijske popraćenosti tih sportaša, Terme Selce puno su doprinijele prepoznatljivosti Hrvatske kao turističke i zdravstvene destinacije. Osim toga, tim Termi Selce liječnici su hrvatske Ski reprezentacije, FIS-a i EOC-a pa i tako djeluju kao promotori hrvatskog sporta i turizma.[95]

Zbog poštedne mediteranske mikroklime te tradicije zdravstvenog turizma, ljudskih resursa, znanja i kontinuirane edukacije, vrhunske tehnološke opreme, geografskog položaja, gastronomske i ostale ponude, Terme Selce su idealno mjesto za rehabilitaciju, oporavak, boravak, odmor, pripremu i različite sportske priredbe, ali i provedbu ostalih programa u okviru zdravstvenog turizma. Uz Centar za sport i medicinu, ostale djelatnosti Termi Selce su: Poliklinika s dijagnostičkom djelatnošću, Centar za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju i Medicinski wellness. Svi programi provode se pod stalnim nadzorom liječnika različitih specijalnosti, psihologa, kineziologa, fizioterapeuta, medicinskih sestara i masera u suradnji s neurološkim, ortopedskim i traumatološkim službama u Hrvatskoj i inozemstvu.[96]

3.4.2.3. Poliklinika Oxy

Poliklinika za baromedicinu i medicinu rada Oxy privatna je, specijalizirana zdravstvena ustanova koja djeluje u području hiperbarične medicine, utemeljena 1996. godine u Puli. U

[93] *Brozičević, V., Zdravstveni turizam, program sportske medicine i rehabilitacije u Termama Selce, Turistički forum „Crikvenica - rivijera zdravlja“, Crikvenica, 25. rujna 2013., Thalassotherapia Crikvenica*

[94] *Ibidem*

[95] *Ibidem*

[96] *http://terme-selce.hr/o-nama/, preuzeto 15. 12. 2015.*

Crikvenici ova poliklinika radi od 2008. godine u unajmljenom prostoru Thalassotherapije Crikvenica i to kao Odjel baromedicine.

Temeljna djelatnost Poliklinike je primjena kisika koji se udiše pri povišenom tlaku (hiperbarični kisik) za liječenje bolesti kod kojih je nedostatak kisika važan dio sveukupnih tegoba. Kroz tu djelatnost, Poliklinika na osobit način nastavlja i razvija tradicije hrvatske hiperbarične medicine, stalno težeći k izvrsnosti.[97]

Iako se primjena hiperbaričnog kisika najviše veže uz liječenje unesrećenih ronilaca, ono čini tek manji dio djelatnosti Poliklinike Oxy. Najveći broj aktivnosti usmjereno je ka liječenju niza bolesti i stanja, sukladno važećim hrvatskim i svjetskim listama indikacija. Od 2008. godine ova je privatna poliklinika ugovorna ustanova Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje, pa za dio pruženih usluga u liječenju bolesti koje se nalaze na Listi indikacija koju donosi HZZO, troškove snosi državno osiguranje.[98]

3.4.2.4. Poliklinika Katunar

Poliklinika Katunar je prva registrirana privatna poliklinika u Primorsko-goranskoj županiji, osnovana 1994. godine, a u svojoj bogatoj ponudi ima turističku ordinaciju i niz specijalističkih usluga. Osim stalnih zaposlenika, poliklinika ima i petnaestak stalnih suradnika, renomiranih liječnika specijalista koji su vodeći stručnjaci u pojedinim granama medicine.[99]

Poliklinika godinama surađuje s Kliničkim bolničkim centrom Rijeka, Domom zdravlja Primorsko-goranske županije, Hitnom pomoći u Crikvenici, Thalassotherapijom Crikvenica, Termama Selce, Poliklinikom Medico, Psihijatrijskom bolnicom na Rabu te privatnim ordinacijama na crikveničkome području. Osim toga, tijekom ljetnih mjeseci zbog velikog broja turista surađuje i s Policijskom postajom u Crikvenici, hotelima, turističkim agencijama, dječjim odmarališima te brojnim drugim institucijama.[100]

Poliklinika Katunar pruža sljedeće specijalističko-zdravstvene usluge: internističke preglede, laboratorijske hematološko-biokemijske pretrage krvi i urina, ultrazvučne preglede kod bolesti trbušnih organa urinarnog trakta, prostate i testisa, štitne žlijezde, ultrazvučne preglede dojki s visokofrekventnim sondama i ultrazvučnu dijagnostiku, ginekološke preglede, rendgenske preglede, urološke preglede, kirurške i ultrazvučne preglede dojki u cilju ranog otkrivanja malignih tumora uz praćenje malignih bolesti te postoperativne kontrolne preglede, dermatovenerološke preglede,

97 *http://oxy.hr/poliklinika-oxy/lijecenje-kisikom/o-nama, preuzeto 16. 12. 2015.*

98 *Ibidem*

99 *http://www.poliklinika-katunar.hr/onama.html, preuzeto 16. 12. 2015.*

100 *http://www.rivieracrikvenica.com/croatia/poliklinika_katunar, preuzeto 16. 12. 2015.*

kliničke i ultrazvučne preglede štitnjače, limfnih čvorova, krvnih žila i tumora regije vrta, ortopedske preglede u suradnji s Klinikom za ortopediju u Lovranu te ostale specijalističko-konzilijarne preglede. U okviru internističke djelatnosti djeluje i dijabetološka ambulanta, u sklopu koje dolaze specijalisti iz endokrinologije i dijabetologije za šećernu bolest, osteoporozu i pretilost. Poliklinika Katunar surađuje s privatnim osiguravajućim društvima kao što su Croatia osiguranje, Basler osiguranje, Grawe osiguranje, Uniqa osiguranje i drugima.[101]

3.4.2.5. Alternativno liječenje u Crikvenici

Na crikveničkom području razvijena je i ponuda tzv. alternativnih, odnosno komplementarnih, metoda liječenja. Među najznačajnijim subjektima koji nude ovakvu uslugu je Udruga za unapređenje kvalitete življenja „Kušac".

Udruga „Kušac" osnovana je krajem 2009. godine kao udruga za poticanje i unapređenje kvalitete življenja te cjeloviti razvoj čovjeka. Kroz radionice, predavanja, tečajeve, seminare, prezentacije i razne druge oblike druženja, ova udruga promiče svoj glavni cilj – širenje svijesti o prednostima korištenja alternativnih metoda za pozitivno fizičko, emotivno, mentalno i duhovno stanje svakog pojedinca i društva u cjelini.[102]

Aktivnosti udruge „Kušac" temelje se prvenstveno na potrebama građana Crikvenice te užeg i šireg okruženja, ali je cilj udruge također od početka „orijentiran da se kvalitetom, raznovrsnošću i aktualnošću predloženih programa svake godine privuče veći broj korisnika koji bi u Crikvenicu dolazili ciljano, kao polaznici programa tijekom cijele godine".[103] Krajnji cilj je doprinijeti produženju turističke sezone na cijelu godinu.

[101] *http://www.poliklinika-katunar.hr/onama.html, preuzeto 16. 12. 2015.*

[102] *Andres-Rogović, M., Alternativne metode iscjeljivanja, Turistički forum „Crikvenica za dušu i tijelo", 2014., dostupno na: www.riveracrikvenica.com, preuzeto 12.01.2016.*

[103] *Ibidem*

4. ANALIZA STANJA ZDRAVSTVENOG TURIZMA CRIKVENICE

Razvoj zdravstvenog turizma jedan je od razvojnih prioriteta Crikvenice jer proizvodi zdravstvenog turizma, kao jedan od najbrže rastućih segmenata svjetske turističke ponude, omogućavaju produljenje turističke sezone, što je strateški cilj turističkog razvoja crikveničkog područja.

Crikvenica danas u svojoj zdravstveno-turističkoj ponudi ima Thalassotherapiju, specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju, tri poliklinike s različitim specijalističkim ordinacijama, ordinaciju turističke ambulante, šest ordinacija opće medicine, šest specijalističkih ordinacija, deset ordinacija dentalne medicine, tri ljekarne, dvadeset turističkih agencija i sedam hotela s wellness i SPA sadržajima.

Kako bi se detektirali problemi s kojima se susreću dionici zdravstvenog turizma crikveničke rivijere, oni u zdravstvenom, ali i oni u turističkom segmentu, provedeno je kvalitativno istraživanje metodom intervjua. Intervju se sastoji od 13 nestrukturiranih pitanja (Prilog 1), a tijekom intervjuiranja ponuđena je i mogućnost otvaranja novih pitanja na koja su navodili odgovori ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo 19 ispitanika, a provedeno je od kolovoza 2013. do studenog 2014. godine.

Kako bi se usporedio razvoj crikveničke ponude zdravstvenog turizma, ispitanicima su postavljena i dva pitanja identična onima iz istraživanja o zdravstveno-turističkim resursima Grada Raba kako bi se mogli usporediti s odgovorima ispitanika sličnih profila iz te zdravstveno-turističke destinacije s kojom je napravljena usporedba u ovom radu. Grad Rab u svojoj ponudi sadržava Psihijatrijsku bolnicu Rab, ordinaciju turističke ambulante, pet ordinacija opće medicine, sedam specijalističkih ordinacija, sedam ordinacija dentalne medicine, dvije ljekarne, dvanaest turističkih agencija, te pet hotela s wellness i SPA sadržajima, a tradicija zdravstveno-turističke ponude datira, kao i u Crikvenici, još iz 19. stoljeća. Rab je naručio i istraživanje o resursnoj osnovici zdravstvenog turizma, koje je proveo Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija čiji je cilj bio prepoznati, selektirati i prezentirati resursne osnovice i mogućnosti zdravstvenog turizma. To istraživanje dobar je primjer na koji način bi i Crikvenica mogla definirati osnovu budućeg razvoja zdravstvenog turizma, a kako je cilj ovoga rada upravo analizirati stanje resursne osnove zdravstvenog turizma Crikvenice, ovo istraživanje daje smjernice kako to učiniti, ali i mogućnost usporedbe Crikvenice s destinacijom čiji su razvojni ciljevi u području turizma slični crikveničkim. Osim Raba, u istraživanje su bili uključeni i djelatnici u zdravstvu i turizmu na području grada

Opatije, kao predvodnika zdravstveno-turističke ponude na Kvarneru, i u smislu povijesnog naslijeđa, ali i današnje zdravstveno-turističke ponude.

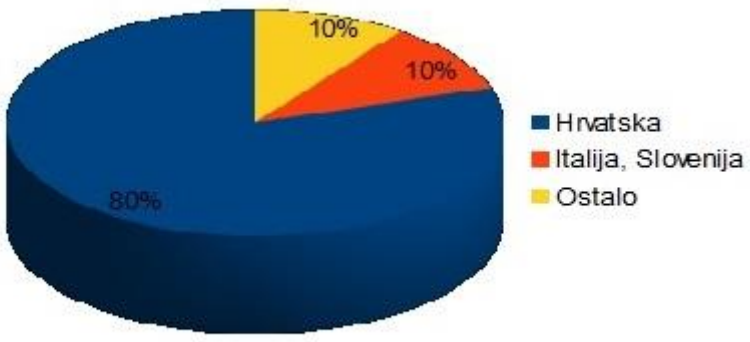
4.1. Rezultati istraživanja

U radu su istražene mogućnosti koje Crikvenica posjeduje za daljnji razvoj zdravstvenog turizma kao i „slabe točke" na koje se treba usmjeriti kako bi se utjecalo na brži razvoj kvalitetne zdravstveno-turističke ponude.

Ispitanici su osobe koje rade u turizmu grada Crikvenice te se neki konstantno dok se neki rjeđe susreću s pružanjem zdravstveno turističkih usluga svojim gostima /pacijentima. S obzirom na multidisciplinarnu temu rada, kao ispitanici definirane su dvije skupine ispitanika. Prvu skupinu čine ispitanici koji su u direktnom kontaktu s primaocem usluge i dolaze iz medicinskih zanimanja (liječnici specijalisti, liječnici dentalne medicine, medicinske sestre i magistri farmacije). U drugoj skupini nalaze se ispitanici iz područja hotelskog menadžmenta, službe marketinga, voditelji i vlasnici SPA i wellness centara te voditelji i vlasnici turističkih agencija. U prvoj skupini sudjelovalo je 10 ispitanika, dok je u drugoj sudjelovalo 9 ispitanika.

Prvo pitanje u anketi odnosi se na strukturu gostiju, odnosno iz koje su države gosti koji najviše posjećuju ustanovu ili tvrtku iz koje dolaze ispitanici. Tko su najčešći gosti zdravstveno-turističkih ustanova prema mišljenju zdravstvenog kadra, prikazano je grafikonom.

Grafikon 1 Najčešći gosti zdravstveno-turističkih ustanova (zdravstveni kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

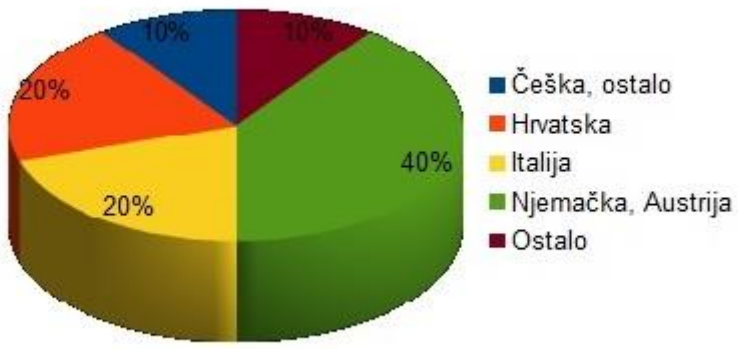
Zdravstveni djelatnici naveli su da je najveći broj korisnika njihovih usluga ih Hrvatske. U ordinacijama dentalne medicine i ljekarnama, većinom je to lokalno stanovništvo dakle domicilno

stanovništvo, koje ne pripada u skupinu turista. U ustanovama za rehabilitaciju, među gostima iz Hrvatske prednjače korisnici usluga iz unutrašnjosti zemlje, koji dolaze zbog liječenja i rehabilitacije u destinaciju koja se nalazi na području vrlo ugodne klime. Riječ je, dakle, o turistima, od kojih dio troškova liječenja i boravka pokriva kroz plaćanje Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje, a ostatak plaćaju sami i tako doprinose prihodima ostvarenima kroz zdravstveni turizam.

Manji postotak je stranih gostiju, među kojima prednjače korisnici usluga iz Italije i Slovenije, koji, prema procjenama zdravstvenih djelatnika, čine oko 10 posto korisnika, dok svi ostali strani turisti čine još deset posto.

Stavovi o strukturi gostiju zdravstveno-turističkih ustanova turističkog kadra, prikazani su sljedećim grafikonom.

Grafikon 2 Najčešći gosti zdravstveno-turističkih ustanova (turistički kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Što se tiče hotela, turističkih agencija te wellnessa, struktura gostiju, s obzirom na zemlje iz kojih dolaze, sasvim je drugačiji. Najveći broj gostiju dolazi iz Austrije i Njemačke, na drugom mjestu je domaći gost te onda podjednako gosti iz Italije i ostalih zemalja Europske unije. Ovdje se spominje manji broj gostiju izvan područja Europske unije koji gotovo i ne koriste zdravstveno-turističku ponudu.

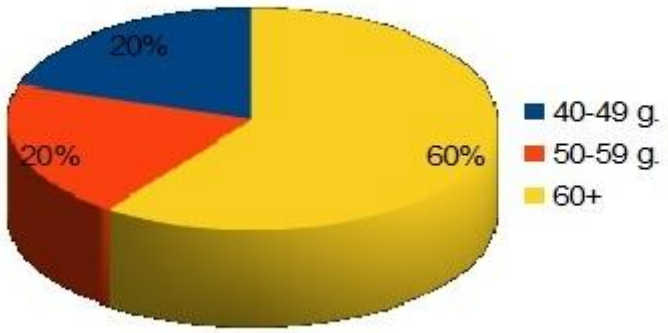
Iz navedenog se može zaključiti da zdravstvene ustanove još uvijek nedovoljno rade na promidžbi svojih usluga van granica Republike Hrvatske. Njihove usluge još uvijek uglavnom koristi lokalno stanovništvo, a najveći broj gostiju koji dolazi iz drugih dijelova Hrvatske ili iz inozemstva, dolaze u Crikvenicu zbog korištenja usluga Thalassotherapije Crikvenica. Liječnici dentalne medicine navode nešto veću posjećenost pacijenata iz Italije, koji dolaze uglavnom na

jednodnevne izlete, isključivo organizirane zbog primanja usluga dentalne medicine. Ispitanici navode da takvi gosti gotovo ne koriste ništa drugo od turističke ponude Crikvenice.

Uzme li se u obzir struktura gostiju koju percipiraju turistički djelatnici, jasno je da je potrebna jača promocija zdravstveno-turističke ponude crikveničke rivijere jer je strani turisti percipiraju kao turističku, ali još uvijek nedovoljno kao zdravstveno-turističku destinaciju. U tom smjeru potrebno je razvijati marketing destinacije, kako bi se konkurentnost crikveničkog turizma podigla, pozicioniranjem Crikvenice kao jedne od vodećih hrvatskih zdravstveno-turističkih destinacija.

Vrlo bitan faktor u procjeni tržišne niše za zdravstveno-turističku ponudu Crikvenice je dob osoba koje koriste i imaju interes za korištenjem takvih ustanova pa se drugo pitanje odnosilo se na dobne skupine gostiju koji posjećuju zdravstveno-turističke ustanove u gradu Crikvenici prvenstveno zbog ponude zdravstvenog turizma. Percepcija dobne strukture gostiju zdravstvenih djelatnika prikazana ja na grafikonu 3.

Grafikon 3 Dobne skupine gostiju u zdravstveno turističkim ustanovama (zdravstveni kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

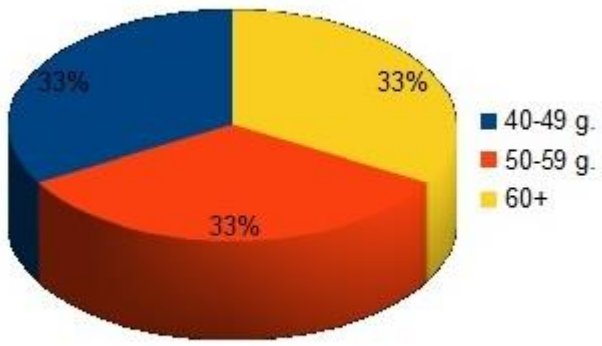
Kod isključivo zdravstvenih ustanova 60 posto korisnika su osobe 60+ godina, dok je gotovo isti postotak osoba u dobi između 40 i 59 godina. Osobe mlađe od 39 godina su u vrlo malom postotku. Nalaze se jedino u Thalassotherapiji Crikvenica kao korisnici usluga njihovog Dječjeg odjela koji posjećuju djeca s problemima respiratornih organa u pratnji roditelja. Iz ovog se daje zaključiti da se crikvenička zdravstveno-turistička ponuda temelji isključivo na kurativnoj ponudi dok preventivni programi nisu dovoljno zastupljeni. Osobe mlađe životne dobi koriste još

ovu vrstu usluga isključivo zbog stanja koja su nastala tijekom boravka u Crikvenici te to nije bio glavni motiv dolaska u ovu destinaciju.

U Thalassotherapiji Crikvenica ispitanici navode organizirane posjete umirovljenika iz unutrašnjosti Hrvatske koji smještaj plaćaju sami dok zdravstvene usluge koriste na teret Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje. Te grupe umirovljenika vrlo često odlaze na izlete u zaleđe Crikvenice te na obližnje otoke. Najčešće posjećuju Crikvenicu van turističke sezone kako bi izbjegli velike vrućine i veliki broj gostiju. Svime navedenim daje se zaključiti da Thalassotherapia Crikvenica ima značajan utjecaj na razvoj zdravstvenog turizma, a time i produljenje turističke sezone ove destinacije.

Percepcija dobnih skupina u zdravstveno-turističkim ustanovama turističkog kadra prikazana je na grafikonu 4.

Grafikon 4 Dobne skupine gostiju u zdravstveno turističkim ustanovama (turistički kadar)



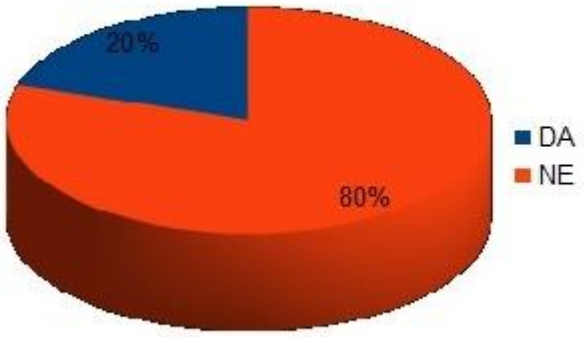
Izvor: Rezultati istraživanja autorice

U hotelima, turističkim agencijama i wellnessima dobna struktura gostiju je drugačija od one u zdravstvenim ustanovama. Hotele, wellness i SPA sadržaje koriste gosti u dobi od 40 do 59 godina te gosti 60+ godina u istom omjeru, dok osoba mlađih od 39 godina koji dolaze zbog njihove zdravstveno-turističke ponude gotovo da i nema. Vrlo je mali broj gostiju koji dolaze izvan turističke sezone.

Iz navedenog može se zaključiti kako ujedinjavanjem postojećih pružatelja usluga i rada na zajedničkoj promociji Thalassotherapije i ostalih ponuđača može se poboljšati udio zdravstvenog turizma u turizmu grada Crikvenice.

Zdravstveni turizam je jedan od najstarijih specifičnih oblika turizma „u okviru kojeg se stručno i kontrolirano koriste prirodni ljekoviti činitelji i postupci fizikalne terapije i programiranih fizičkih aktivnosti u svrhu očuvanja i unapređenja fizičkog, mentalnog i duhovnog zdravlja, te poboljšanja kvalitete života.“[104] Koriste li prirodne ljekovite činitelje u pružanju zdravstveno-turističkih usluga, i koje, zdravstveni djelatnici na području Crikvenice, prikazano je grafikonom 5.

Grafikon 5 Korištenje prirodnih ljekovitih činitelja u zdravstveno turističkoj ponudi (zdravstveni kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Tek manji broj ispitanika u zdravstvenim ustanovama, njih 20 posto, odgovorio je da se koristi prirodnim ljekovitim resursima u osmišljavanju i pružanju usluga. Budući da liječnici-specijalisti te liječnici dentalne medicine u svome radu primarno ne koriste prirodne resurse, navode kako bi to bilo moguće jedino udruživanjem s drugim ustanovama, te stvaranje jedinstvene ponude koja bi gostu bila zanimljivija od postojećih.

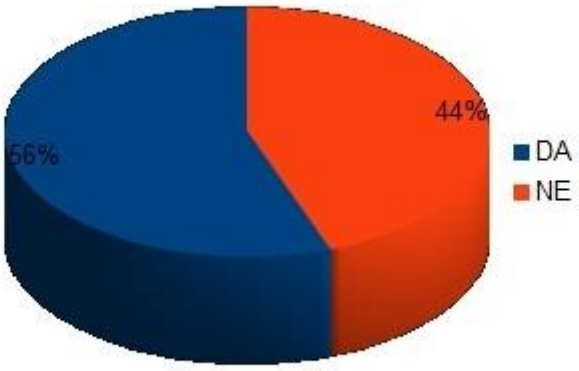
Među zdravstvenim ustanovama i u ovom segmentu prednjači Thalassotherapia Crikvenica jer ona ima tradiciju dugu gotovo stotinu godina u liječenju osoba oboljelih od bolesti dišnih organa morskom vodom. Danas se u toj ustanovi uspješno rehabilitiraju i oboljeli od bolesti lokomotornog

[104] *http://www2.unwto.org, preuzeto 20. 12. 2015.*

sustava također korištenjem morske vode, a Thalassotherapia Crikvenica ima i vlastiti zatvoreni bazen u kojemu se koristi grijana morska voda.

Koliko prirodne ljekovite činitelje koji čine osnovu zdravstveno-turističke ponude Crikvenice već duže od stoljeća koriste turistički djelatnici, prikazano je na grafikonu 7.

Grafikon 6 Udio korištenja prirodnih ljekovitih činitelja u zdravstveno turističkoj ponudi (turistički kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Rezultati istraživanja pokazuju da su prirodni činitelji mnogo više zastupljeni u hotelima i SPA i wellness centrima tako da više od polovine ispitanika koristi prirodne ljekovite činitelje u svom radu. U SPA i Wellness centrima ponuda se u potpunosti odnosi na morsku vodu i procedure koje se provode temelje se na korištenju blagodati mediteranske klime, blizine mora i ljekovite morske vode.

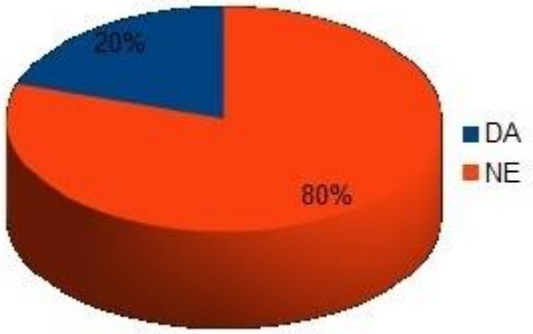
Zdravstveno turistička ponuda temeljena na prirodnim resursima, kao originalan proizvod, ima vrijedne sastavnice, o kojima u konačnici ovisi i njeno pozicioniranje. Doprinos je evidentan i u segmentu jačanja turističke marke destinacije, jer sve češće zdravstveno turistički proizvodi doprinose jačanju turističkog imidža destinacije. Zdravstveno turistička ponuda kao poticajna varijabla za razvoj turističke ponude destinacije u predsezoni, sezoni i posezoni, te njezin multiplikativni utjecaj u opsegu razvoja destinacije vremenom postaje prepoznatljiv turistički resurs. Osmišljavanje novih zdravstveno turističkih ponuda, te njihova realizacija u skladu s mogućnostima i interesima konkretne destinacije, te njihovo usavršavanje metodom benchmarkinga inspirativno je područje primijenjenog marketinga u turizmu. Kako bi sve navedeno bilo održivo

potrebno je razvoju i upravljanju zdravstveno turističke ponude u svrhu što racionalnijeg i efektivnijeg iskorištenja potencijala destinacije, pristupiti na kompleksan analitički način, s naglaskom na potencijal brendiranja turističke destinacije. Brendiranje destinacije najučinkovitije je koristeći prirodne resurse koje posjeduje i koji ju izdvajaju od drugih destinacija. Crikvenica je na drugom mjestu po kvaliteti zraka u Europi te sama ta činjenica dovodi do zaključka kako brendiranje i marketing u smjeru isticanja prirodnih ljekovitih činitelja kao što su zrak i more može podići zdravstveno turističku ponudu Crikvenice na zavidnu razinu daleko višu nego što je danas.

U svijetu turizma i globalnog marketinga smatra se da postoje tri bitne stvari za osvajanje tržišta i pridobivanje kupaca. To su kvaliteta, rok i cijena - kvaliteta se podrazumijeva, rok se dogovara, a o cijeni se pregovara. No, ono što kupac najviše pamti je kvaliteta. Nakon što je posao zaključen i realiziran, rok više nije važan, cijena se vremenom zaboravi i ostaje jedino zadovoljstvo ili nezadovoljstvo kvalitetom. Kvaliteta se definira kao „razina zadovoljenja potreba i zahtjeva potrošača, odnosno, usklađenost s njihovim sve većim zahtjevima i očekivanjima“[105] Ono što bi kupcima i poslovnim partnerima trebalo jamčiti da je proizvod visoke kvalitete, siguran i lako dostupan je certifikat. U borbi za kupce, certificiranje proizvoda je postala sve češća praksa, ali i nužnost.

Imaju li certifikate pružatelji zdravstveno-turističkih usluga iz zdravstvenog sektora u Crikvenici, prikazano je na grafikonu 7.

Grafikon 7 Certifikati kvalitete u zdravstvenom sektoru



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

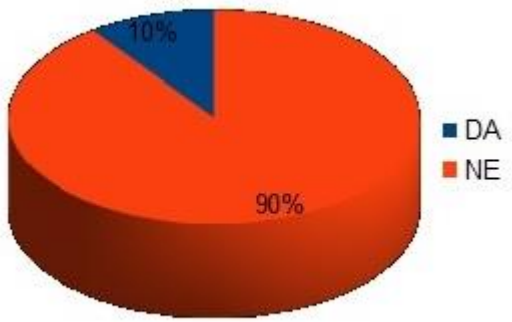
[105] *Avelini Holjevac, I., Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002., str. 4.*

Iz rezultata je vidljivo da većina zdravstvenih ustanova nema certifikat kvalitete. Ispitanici iz zdravstvenog sektora s područja Grada Crikvenice nisu puno niti znali o certifikatima kvalitete pa je razumljivo da ih ima tek manji broj.

Ustanova koja prednjači i u ovom segmentu je Thalassotherapia Crikvenica. Ova je specijalna bolnica uvidjela značaj certifikata kvalitete te je 2015. godine menadžment te ustanove krenuo u izradu certifikata ISO 9001 kako bi mogli konkurirati na inozemnom tržištu. Kao pokušaj odgovora na sve glasnije zahtjeve za "sigurnost" kvalitete krenulo se u izdavanje normi serije ISO 9001, te odmah potom i na potvrde primjene zahtjeva ove norme u tvrtkama s različitom djelatnosti. Ove potvrde zahtjeva norme ISO 9001 provode neovisne institucije kroz tzv. certifikaciju, nakon čega se izdaje certifikat o primijenjenosti zahtjeva, ili poznatije certifikat ISO 9001. Ovaj certifikat je iznimno brzo zauzeo vrlo važno mjesto i postao prepoznatljiv znak tvrtki koje u svom poslovanju posebnu pozornost posvećuju kvaliteti svojih proizvoda i/ili usluga.

Na grafikonu 8 prikazano je koliko crikveničkih pružatelja zdravstveno-turističkih usluga u turističkom sektoru posjeduje certifikat kvalitete.

Grafikon 8 Certifikati kvalitete u turističkom sektoru



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

U turističkom sektoru još je manje poznavanje i posjedovanje certifikata koji su u poslovnom svijetu jamstvo kvalitete. Ispitivanje je pokazalo da svega 10 posto ispitanika iz turističkog sektora posjeduje certifikat kvalitete, odnosno vrlo je mali broj onih koji su upoznati s certificiranjem u ovom sektoru.

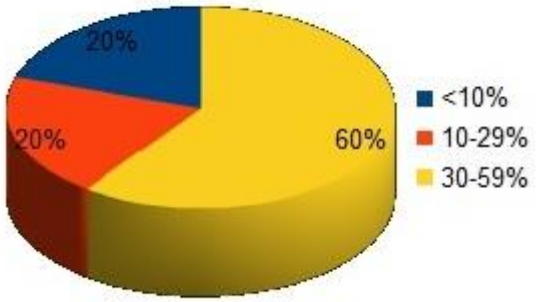
Žele li se čvršće pozicionirati kao destinacija zdravstvenog turizma, i zdravstveni i turistički djelatnici s područja grada Crikvenice i crikveničke rivijere trebali bi što hitnije pristupiti

certificiranju svojih ustanova jer je riječ o procesu koji omogućuje, ne samo bolju poziciju na tržištu kroz jačanje imidža i povjerenja kupaca i poslovnih partnera, nego se uz pomoć njega ostvaruju i značajne unutarnje uštede.

Najdominantniji oblik turizma u Crikvenici je odmorišni turizam tijekom ljetnih mjeseci, ali njena bogata i raznolika turistička ponuda obuhvaća brojne specifične oblike turizma poput kulturnog, ekološkog, vjerskog, sportsko rekreacijskog, nautičkog, gastronomskog, te zdravstvenog. Udio zdravstveno-turističke ponude u odnosu na sveukupnu turističku ponudu koju ima svaki pojedini ispitanik u ovom istraživanju, bitan je podatak za razumijevanje i ocjenu cjelokupne zdravstveno-turističke ponude Grada Crikvenice.

Koliki je udio zdravstveno-turističke ponude u odnosu na ostalu ponudu u zdravstvenim ustanovama uključenim u ispitivanje pokazuje grafikon 9.

Grafikon 9 Udio zdravstveno-turističke u odnosu na ostalu ponudu u zdravstvenim ustanovama

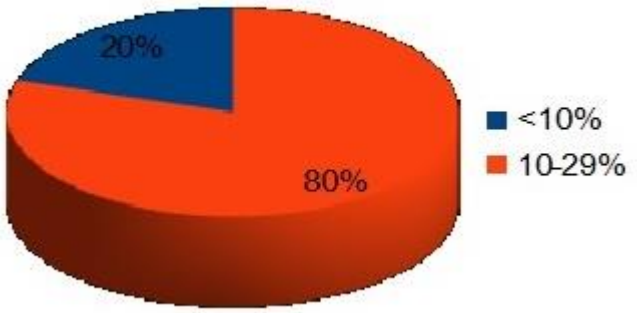


Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Iz grafikona je vidljivo da je postotak udjela zdravstveno-turističke ponude u odnosu na ostalu ponudu u zdravstvenim ustanovama još uvijek iznosi od 30 do 59 posto od ukupne ponude koju imaju. Ostalu ponudu čine medicinske usluge koje pružaju osiguranicima Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje te drugih osiguravajućih kuća i koje prema percepciji ispitanika u zdravstvenom sektoru ne ulaze u segment zdravstveno-turističke ponude.

Udio zdravstveno-turističke ponude u odnosu na ostalu ponudu prema percepciji zaposlenika u turističkom sektoru Grada Crikvenice prikazan je na grafikonu 10.

Grafikon 10 Udio zdravstveno-turističke u odnosu na ostalu ponudu u turističkom sektoru



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Istraživanje je pokazalo da zdravstvene ustanove imaju nešto veću zastupljenost zdravstveno-turističke ponude od hotela. Hoteli imaju vrlo mali postotak usluga koje ulaze u segment zdravstveno-turističke ponude tako da većina ispitanika navodi zastupljenost ovakve ponude od minimalnih 10 do 29 posto u odnosu na ukupnu ponudu koju imaju. Očito je da je turizam u Crikvenici u praksi orijentiran ka drugim oblicima turizma, prije svega prema odmorišnom, a manje ka zdravstvenom, iako se upravo zdravstveni turizam ističe kao komparativna prednost, a time i jedno od osnovnih strateških opredjeljenja ovoga područja, koje želi produžiti turističku sezonu nudeći specifične oblike turističke ponude.

Marketing je neopohodan želi li se izgraditi prepoznatljivi brand, informirati i komunicirati s okolinom. Dobar i uspješan marketing otvara mogućnosti dobivanja novih kupaca, kao i dobivanja prednosti pred konkurencijom.

Marketing je Philip Kotler, američki znanstvenik i profesor marketinga, definirao kao "društveni i upravljački proces kojim pojedinci i grupe postižu ono što trebaju i žele kroz kreiranje, ponudu i razmjenu proizvoda od vrijednosti s drugima".[106] Pri tome se pod pojmom potrebe podrazumijevaju stanje osjećaja pomanjkanja u pojedincu, a pod pojmom želje kulturalno definirani

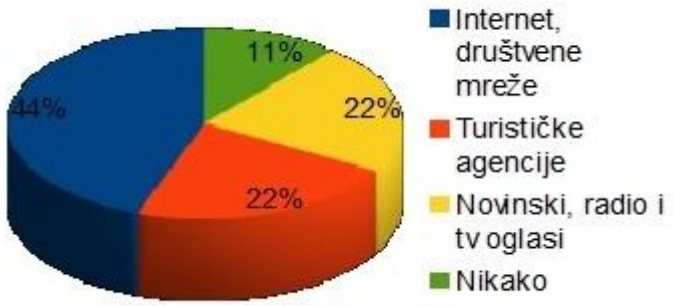
[106] *Kolter, Ph.: Marketing Menagement: Analysis, Planning, Implementation & Control, Prentice Hall International, New Jersey (Prema Pavičić, J., idem, 2003., str. 26.)*

objekti koji će zadovoljiti određene potrebe i koje postaju potražnjom kada su poduprte s kupovnom moći.[107]

Druga, po mnogima najbolja, definicija je koju navodi Američko udruženje za marketing AMA (*American Marketing Association*) i ona glasi da je marketing "proces planiranja i provedbe stvaranja ideja, proizvoda i usluga, te određivanja njihovih cijena, promocije i distribucije radi obavljanja razmjene koja zadovoljava ciljeve pojedinaca i organizacija".[108] Ovu definiciju, nastalu 1985. godine, AMA je 2005. dopunila i proširila, i ta nova definicija glasila je da je "marketing organizacijska funkcija i skup procesa kojima se stvaraju, komuniciraju i isporučuju vrijednosti potrošačima i kojima se upravlja odnosima s potrošačima s ciljem ostvarenja koristi za organizaciju i sve uključene strane"[109], a dvije godine kasnije, 2007. definicija je promijenjena i glasi "marketing je aktivnost, skup institucija i procesa kojima se stvaraju, komuniciraju, isporučuju i razmjenjuju ponude koje imaju vrijednost za kupce, klijente, partnere i društvo u cjelini".[110]

Oglašavanje je, uz unapređenje prodaje i odnose s javnošću, jedno od tri sredstva koja se koriste u svrhu masovne promidžbe, usmjerene određenoj grupi kupaca, a koja je tvrtkama nužna kako bi informirala potrošače o prednostima proizvoda i te prednosti usadila u njihovu svijest. Najčešći načini oglašavanja u zdravstveno-turističkom ustanovama iz zdravstvenog sektora u Gradu Crikvenici prikazani su na grafikonu 11.

Grafikon 11 Najčešći načini oglašavanja u zdravstvenom sektoru



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

[107] *Meler, M., idem, str. 11.*

[108] *Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M. i Ferrell, O. C.: Marketing, Mate, Zagreb 1995., str. 4. (Prema Pavičić, J., idem, str. 26.)*

[109] *http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx (pristup 19.09.2012.)*

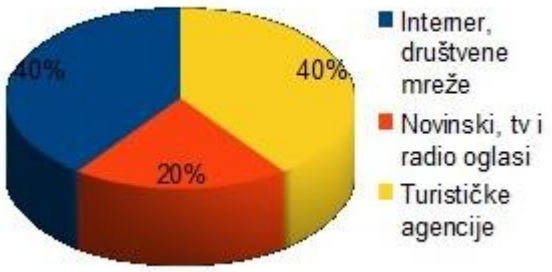
[110] *Idem.*

Internet oglašavanje najzastupljeniji je oblik oglašavanja kod ispitanika iz zdravstvenih ustanova. Ordinacije se najčešće reklamiraju na medicinskim portalima te društvenim mrežama čiju su važnost vlasnici/voditelji ordinacija u kojima je provedeno istraživanje shvatili te upravo društvene mreže ističu kao bitan oblik promocije. Tiskani i tradicionalni elektronički mediji (radio, televizija) koriste se sve manje kao sredstvo oglašavanja i njihovo korištenje u zdravstvenim ustanovama prema rezultatima ovoga istraživanja otprilike je na razini korištenja turističkih agencija kao kanala promocije.

Da neke zdravstvene ustanove još uvijek nisu uvažile važnost promocije i ne koriste oglašavanje kao kanal za približavanje kupcima, pokazuje i podatak da ih se čak 11 posto izjasnilo da se uopće ne oglašavaju.

U turističkom sektoru koji je više usmjeren ka prihodima s tržišta a time i jačem tržišnom nadmetanju s vrlo jakom konkurencijom na nacionalnom, ali i europskom i svjetskom tržištu, kako pokazuje grafikon 12, situacija je drugačija.

Grafikon 12 Najčešći načini oglašavanja u turističkom sektoru



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Kao i u zdravstvenom sektoru, i u turističkom sektoru dominira internet marketing (web marketing, online marketing, e-marketing ili iMarketing), odnosno predstavljanje proizvoda i usluga putem interneta. Gotovo podjednaku važnost imaju i turističke agencije kao kanal oglašavanja, dok i u ovom segmentu klasični mediji (novine, televizija i radio) imaju najmanji udio i koriste se sve manje.

Ispitanici u turističkom sektoru ističu da je ključna prednost internet oglašavanja u odnosu na konvencionalne oblike daleko niža cijena, a slijedi mogućnost preciznog ciljanja željenih skupina te lako mjerljiv povrat na investiciju. Internet omogućuje oglašivačima da svakodnevno pratite sve relevantne statistike o posjetiteljima svoje internet stranice te kupcima pojedinog

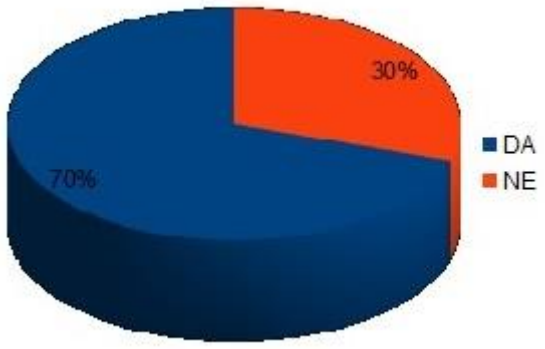
proizvoda ili usluge i u svakom trenutku je poznato isplati li se pojedina investicija te je moguće na vrijeme prekinuti kampanje koje ne ostvaruju zadovoljavajući povrat.[111]

Rezultati ovog istraživanja upućuju na zaključiti da ispitanici i u zdravstvenom, a još više u turističkom sektoru, shvaćaju i uvažavaju značaj marketinga kao pokretača razvoja svake tvrtke, odnosno oglašavanja kao sredstva masovne promidžbe. Različite marketinške aktivnosti kojima se želi prodrijeti do kupca, utjecati na njegovu svijest i potaknuti ga na akciju odnosno kupovinu, bitan su segment njihovog djelovanja, a cilj je da se ulaganjem u marketing informira i komunicira s okolinom, ali i izgradi prepoznatljiv brend te tako ojača pozicija na tržištu u odnosu na konkurenciju, privuče više kupaca i u konačnici poveća profit.

Gost je osoba ili organizacija koja prima proizvod, a zadovoljstvo gosta je njegova predodžba o razini do koje su ispunjeni njihovi zahtjevi. Mnoge norme za sustave upravljanja propisuju zahtjeve u kojima se mora pratiti i poboljšavati zadovoljstvo gosta, a ono je važno i za samu organizaciju jer čini osnovu za zadržavanje postojećih i kontinuirano pronalaženje novih gostiju budući da omogućuje upoznavanje potrebe gostiju i razumijevanje zašto koriste određene proizvode i usluge.

Grafikon 13 pokazuje postotak provođenja ispitivanja zadovoljstva gostiju primljenom uslugom u ustanovama gdje su zaposleni ispitanici zdravstvenog kadra.

Grafikon 13 Ispitivanja zadovoljstva gostiju uslugom u ustanovama (zdravstveni kadar)



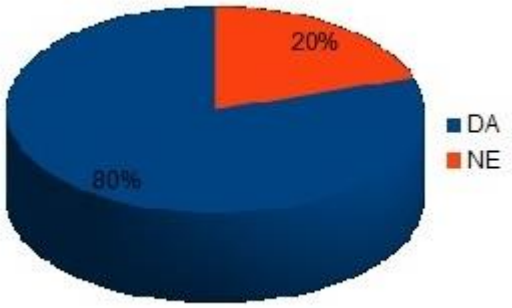
Izvor: Rezultati istraživanja autorice

[111] *Internetski marketing, http://hr.wikipedia.org/, preuzeto 11.11.14*

Istraživanje je pokazalo da ispitanici u zdravstvenim ustanovama shvaćaju važnost ispitivanja zadovoljstva gostiju primljenom uslugom. Većina ispitanika zadovoljstvo gostiju/pacijenata prati pomoću anonimnih anketnih upitnika i u ispitivanju su se izjasnili da su upoznati sa značajnosti praćenja zadovoljstva za ukupnu uspješnost poslovanja.

Grafikonom 14 prikazan je postotak provođenja ispitivanja zadovoljstva gostiju primljenom uslugom u ustanovama gdje su zaposleni ispitanici turističkog kadra.

Grafikon 14 Ispitivanja zadovoljstva gostiju uslugom u ustanovama (turistički kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

I u turističkim ustanovama na crikveničkom području shvaćena je važnost ispitivanja zadovoljstva gostiju uslugama koje se pružaju pa ga provodi čak 80 posto ispitanika. Kao i u zdravstvenim ustanovama, većina ispitanika iz turističkog sektora kao alat ispitivanja zadovoljstva korisnika pruženim ustanovama koristi anonimne ankete upitnike.

Dakle, nema značajnije razlike između zdravstvenog i turističkog sektora na području Crikvenice u shvaćaju značaja mjerenja zadovoljstva korisnika pruženim uslugama te shvaćanju koliko je taj postupak značajan za razvoj pa i opstanak na suvremenom tržištu turističkih, a i zdravstveno-turističkih, usluga.

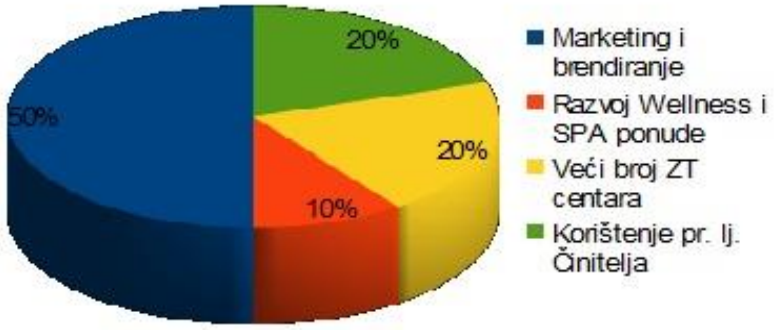
Iz vizije turističkog razvoja Crikvenice da ona želi postati „razvijena i visokokategorizirana turistička destinacija autohtone gastronomske ponude, zdravstvenog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog i kulturnog turizma u kojemu turistička sezona traje čitavu godinu“,[112] vidljiv je i značaj zdravstvenog turizma u promišljanju cjelokupnog razvoja pa je sljedeće pitanje ispitanicima bilo je

[112] *Ibidem, str. 130.*

koji su po njihovom mišljenju mogući projekti koji bi značajno doprinijeli razvoju zdravstvenog turizma u Crikvenici.

Grafikon 15 pokazuje odgovore koje su dali ispitanici u ustanovama koje se pretežito bave zdravstvenom djelatnošću.

Grafikon 15 Važni zdravstveno-turistički projekti (zdravstveni kadar)

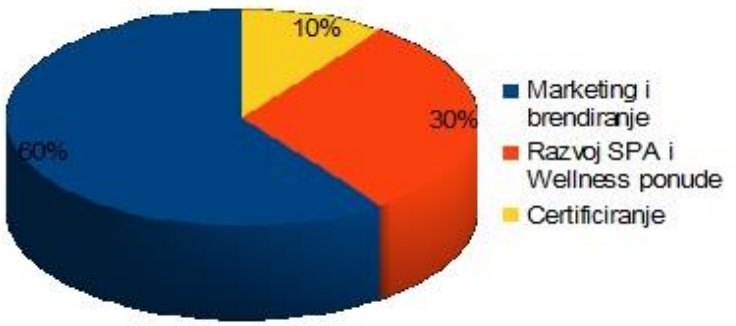


Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Marketing i brendiranje jedan je od najvažnijih projekata koji bi značajno doprinijeli razvoju zdravstvenog turizma u Crikvenici, smatra polovina ispitanika iz zdravstvenog sektora, a slijede, iako sa značajno manjim postotkom (oko 20 posto), korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i razvoj većeg broja zdravstveno-turističkih centara, a samo oko deset posto ispitanika u zdravstvenom sektoru značajnima za zdravstveno-turistički razvoj Crikvenice smatra razvoj wellness i SPA ponude.

Grafikon 16 pokazuje koje projekte značajnima smatraju ispitanici zaposleni u turizmu.

Grafikon 16 Važni zdravstveno-turistički projekti (turistički kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Najveći broj ispitanika iz turističkog sektora također ističe marketing i brendiranje kao najvažniji projekt za razvoj crikveničke zdravstveno-turističke ponude (oko 60 posto). No, velik postotak njih (oko 30 posto), za razliku od zdravstvenih djelatnika, značajnim projektima smatra razvoj wellness i SPA ponude, a među ovim ispitanicima kao važan dio ističe se i certificiranje kao priznati oblik jamstva kvalitete koji omogućuje bolje pozicionirane na tržištu.

U razgovoru kao moguće projekte koji bi značajno doprinijeli razvoju zdravstvenog turizma u Crikvenici, ispitanici navode prvenstveno brendiranje prirodnih ljekovitih činitelja (prije svega mora i zraka) u smislu zdravstveno-turističke ponude i općenito jačanje marketinških projekata u tom smjeru. Ističu nedovoljno isticanje zdravstveno-turističke ponude prilikom promocije crikveničkog turizma, te su nezadovoljni angažmanom, kako lokalne turističke zajednice tako i Hrvatske turističke zajednice u promociji zdravstvenog turizma. Ispitanici, i to prije svega u turističkom sektoru, smatraju da u Crikvenici manjkaju wellness i SPA centri, kako kao samostalni pružatelja usluga tako i u sklopu postojećih hotela. Od marketinških projekata naglašavaju osmišljavanje paketa za određene usluge po načelu *all included* – od organizacije puta do pregleda, zahvata, smještaja, kontrolnih pregleda, eventualne rehabilitacije, povratka kući. Neki ispitanici spominju kako bi gradnja vodenog parka u sklopu kojeg bi bio kompleks zatvorenih grijanih bazena s morskom vodom po uzoru na istarski Istralandia znatno utjecao na crikvenički turizam. Nadalje ispitanici imaju pritužbe na uređenje zelenih površina i općenito na nisku razinu okolišnih standarda. Smatraju da bi jači razvoj Thalassotherapije Crikvenica bio vrlo značajno za razvoj zdravstvenog turizma u Crikvenici jer bi ta renomirana ustanova uvelike doprinijela produljenju turističke sezone, te znatno povećala iskorištenost okolnih hotela i ugostiteljskih objekata. Još jedan

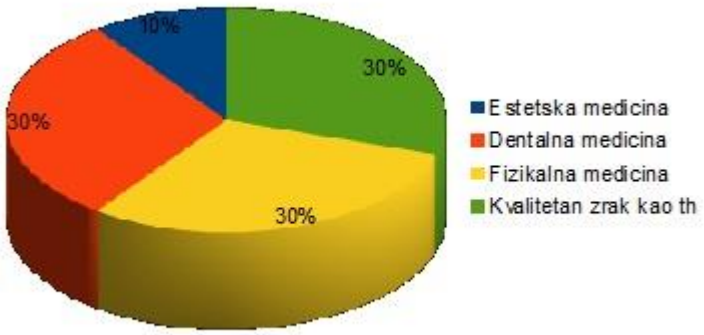
vrlo bitan projekt za crikvenički turizam bio bi razvoj i modernizacija Zračne luke Rijeka na otoku Krku, koja bi, smatraju ispitanici, cjelogodišnjim radom i letovima koji bi je povezali sa značajnim gradovima Europske unije, omogućila povezanost Crikvenice s ostatkom Europe.

Prema definiciji Nacionalne strategije razvoja zdravstva, medicinski turizam „podrazumijeva putovanja u druga odredišta radi ostvarenja zdravstvene zaštite, a što uključuje, primjerice, parcijalne kirurške zahvate, ali i stomatološke, kozmetičke, psihijatrijske i alternativne tretmane/zahvate, sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka“.[113] Wellness turizma podrazumijeva postizanje tjelesne i duhovne ravnoteže, a Nacionalna strategija razvoja zdravstva razlikuje medicinski od holističkog wellnessa. Medicinski wellness predstavlja „organizirano provođenje zdravstveno-preventivnih i kurativnih programa (...) i uključuje metode konvencionalne, komplementarne i tradicionalne medicine“[114], dok holistički wellness obuhvaća „ostalu, vrlo šaroliku ne-medicinsku wellness ponudu“.[115] Lječilišni turizam podrazumijeva „stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne terapije radi očuvanja i unapređenja zdravlja te poboljšanja vrsnoće života“, a naglasak je na ravitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti u klimatskim, morskim i topličkim destinacijama/lječilištima kroz kure, posebne programe oporavka, uravnoteženu prehranu i slično“.[116]

Grafikonom 17 prikazano je koje vrste usluga bi mogle biti atraktivne za razvoj zdravstvenog turizma, odnosno medicinskog turizma kao jednog od njegovih oblika, u turističkoj destinaciji Crikvenica.

[113] *Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012 – 2020, Narodne novine, 116/2012.*
[114] *Ibidem*
[115] *Ibidem*
[116] *Ibidem*

Grafikon 17 Usluge korisne za razvoj zdravstvenog turizma (zdravstveni kadar)



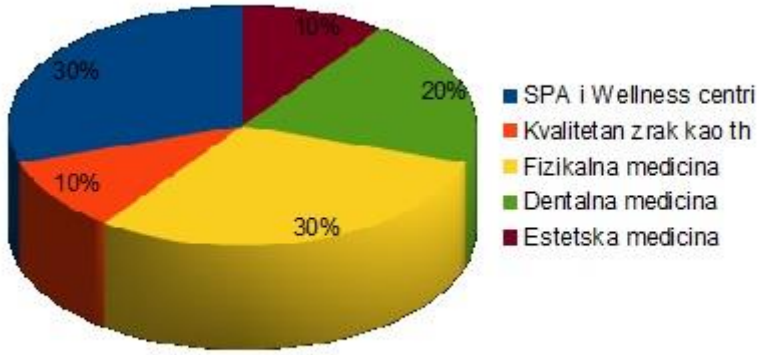
Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Ispitanici medicinske struke navode kako bi velika značaj za jačanje zdravstvenog turizma na crikveničkom području imale usluge koje su usmjerene na liječenje respiratornih organa, fizikalna medicina i rehabilitacija, a veliki značaj daju i dentalnoj medicini. Od usluga još spominju i estetsku medicinu. Pri tome jasno ističu nužnost korištenja prirodnih ljekovitih činitelja (kvalitetan zrak), kao jednu od komparativnih prednosti i značajnog faktora razvoja medicinskog, ali i zdravstvenog turizma u cjelini na području Crikvenice i cijele Rivijere.

Među ispitanicima ponovo se ističe nužnost jačanja Thalassotherapije Crikvenica i svih njezinih specijalnosti u smislu jačanja ponude zdravstvenog turizma, odnosno medicinskog turizma kao njegovog oblika, i općenito podizanja Crikvenice na višu razinu zdravstveno-turističke destinacije.

Grafikon 18 pokazuje koje medicinske usluge smatraju atraktivnim za razvoj zdravstvenog turizma na crikveničkom području zaposlenici u turističkom sektoru.

Grafikon 18 Usluge korisne za razvoj zdravstvenog turizma (turistički kadar)



Izvor: Rezultati istraživanja autorice

Ispitanici iz sektora hotela, wellnessa i turističkih agencija na potpuno su drugačiji način posložili listu prioriteta atraktivnih usluga koje bi doprinijele razvoju zdravstvenog, odnosno medicinskog, turizma na crikveničkom području. Oni veliki značaj daju zatvorenim bazenima s grijanom morskom vodom te wellness i SPA centrima. Razumljivo je takvo izjašnjavanje, budući da 90 posto svih ispitanika smatra da je wellness i SPA ponuda u Crikvenici na vrlo niskoj razini i da ju treba jačati u smislu novih centara te jačanja ponude takvih vrsta usluga u postojećim hotelima. Smatraju da samo jačanjem i proširivanjem ponude u smjeru wellness i SPA industrije Crikvenica može krenuti u repozicioniranje na zdravstveno-turističkom tržištu regije, Hrvatske, ali i Europe. Podjednaku važnost zaposlenici iz turističkog sektora daju i fizikalnoj medicini, koja je jedan od prepoznatljivih „proizvoda“ crikveničkog područja, važnom smatraju i dentalnu medicinu, a prirodnim ljekovitim činiteljima, odnosno kvaliteti zraka kao terapiji, daju puno manji značaj, na razini značaja razvoja estetske medicine.

Razumljiv je ovako veliki raskorak u razmišljanjima ove dvije skupine ispitanika jer svatko sagledava problem iz svoje perspektive i nalazi rješenje na sebi svojstven način. Svakako treba sagledati obje skupine i naći kompromisno rješenje koje će zadovoljiti potrebe tržišta, otvoriti nova tržišta i podići zdravstveno-turističku ponudu Crikvenice. Zanimljivo je da nitko od ispitanika nema neka nova rješenja, potpuno različita od drugih koja bi Crikvenicu izdvojila iz velikog broja europskih destinacija koje se promoviraju kao zdravstveno-turističke destinacije.

Ova skupina pitanja zaključena je ocjenom suradnje sudionika/ponuđača usluga zdravstvenog turizma u Crikvenici. Niti jedna skupina nije zadovoljna tom suradnjom, s time da i

zdravstveni i turistički kadar odgovornom za relativno lošu komunikaciju među njima pripisuju lokalnoj turističkoj zajednici. Ispitanici smatraju da je suradnja medicinskih i nemedicinskih djelatnika u smjeru razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice ključ uspjeha. Thalassotherapiji Crikvenica, kao najvećem ponuđaču usluga u zdravstvenom turizmu na ovom području, smatraju ispitanici, još uvijek manjkaju smještajni kapaciteti visoke kategorije što je razlog zbog kojega turistički djelatnici vrlo malo surađuju s tom ustanovom. Turistički djelatnici smatraju, naime, da postojeći kapaciteti, odnosno njihova razina, ne mogu zadovoljiti zahtjevne goste. S druge strane, istraživanje je potaknulo na razmišljanje zašto onda ne postoji suradnja Thalassotherapije i hotela s visokokategoriziranim smještajnim kapacitetima, no, ispitanici na to nisu imali jednoznačan odgovor i krivnju uglavnom prebacuju na drugu stranu. Zbog toga se nameće zaključak da je ključna uloga u ujedinjavanju medicinske i nemedicinske djelatnosti na turističkoj zajednici. Samo takvom sinergijom bilo bi moguće jačanje zdravstveno-turističke ponude Crikvenice. Većina ispitanika rješenje nalazi u ujedinjavaju postojećih ponuđača zdravstveno-turističkih usluga i brendiranju crikveničkog zdravstveno-turističkog proizvoda.

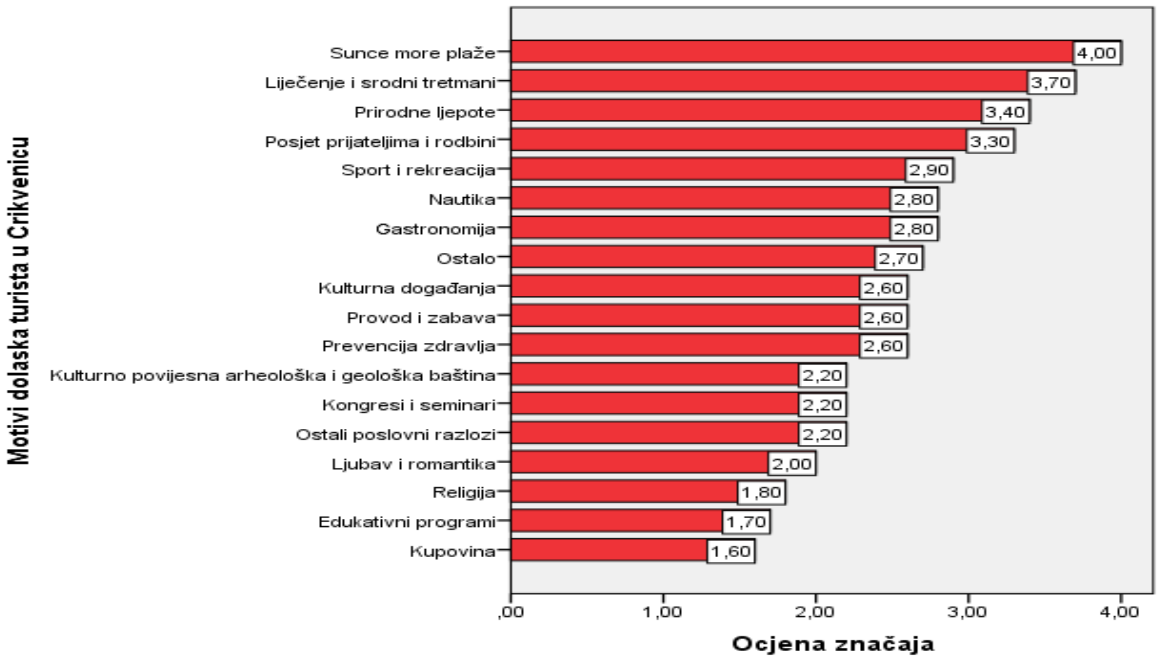
U nastavku istraživanja ispitanicima je ponuđena mogućnost da ocijene elemente postojeće i potencijalne turističke ponude, a ponuđeni odgovori za ocjenu značaja i raspoloživosti tih elemenata na području Crikvenice bili su: vrlo nizak, nizak, srednji, visok i vrlo visok. Rezultati dobiveni u intervjuiranju ispitanika iz zdravstvenog i turističkog sektora uspoređivani su s rezultatima istraživanja na području Grada Raba koje su proveli stručnjaci Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji istražujući resursnu osnovnicu i mogućnosti koje bi bile temeljne pretpostavke daljnjeg razvoja zdravstvenog turizma na području Grada Raba te s podacima prikupljenim istraživanjem za potrebe ovoga rada na među djelatnicima u zdravstvu i turizmu u gradu Opatiji.[117]

Prvo pitanja odnosilo se na ocjenu značaja pojedinih motiva dolazaka turista u Crikvenicu. Ponuđeno je 18 različitih motiva, a ispitanici su ih morali ocijeniti s obzirom na značaj prema tome smatraju li njihov značaj vrlo niskim, niskim, srednjim, visokim i vrlo visokim. Svakoj ovoj vrijednosti dodana je brojčana vrijednost od 1 do 5 kako bi se izračunala srednja vrijednost.

Grafikonom 19 prikazani su odgovori djelatnika iz zdravstvenog sektora iz Crikvenice.

[117] *Peršić, M. i dr., Zdravstveni turizam Grada Raba – Resursna osnovica, Opatija – Rab, 2014.*

Grafikon 19 Značaj motiva dolaska turista u Crikvenicu (zdravstveni kadar)



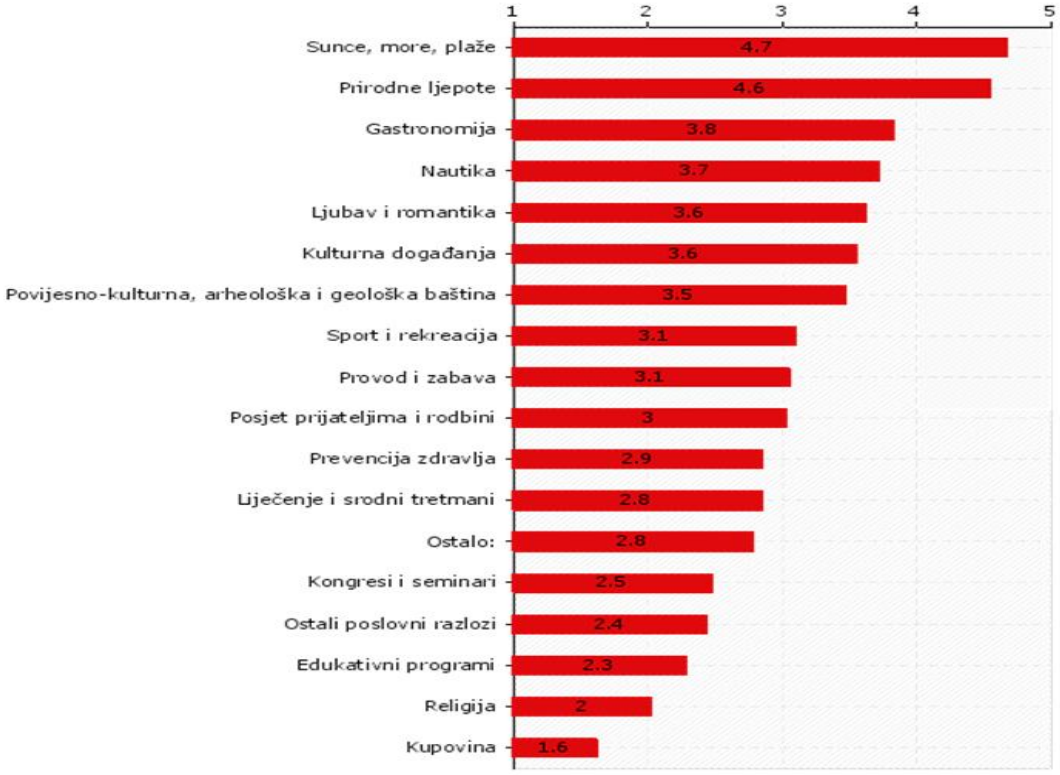
Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Istraživanje je pokazalo da većina zaposlenika iz zdravstva smatra da je najznačajniji motiv dolaska turista u Crikvenicu sunce i more, a odmah nakon toga slijedi liječenje i srodni tretmani, odnosno one usluge koje bi se mogli svrstati u zdravstveni turizam. Promatrajući potencijalne zdravstveno-turističke motive dolazaka gostiju, može se primijetiti da je prevencija zdravlja negdje na sredini ljestvice, i u istom rangu s kulturnim događanjima i provodom i zabavom.

Iza liječenja i srodnih tretmana, a prije prevencije zdravlja, nalaze se prirodne ljepote, posjeti prijateljima i rodbini, sport i rekreacija, nautika i gastronomija, a iza prevencije zdravlja nalazi se kulturno-povijesna i arheološka i geološka baština, kongresi i seminari te ostali poslovni razlozi, zatim ljubav i romantika, religija, edukativni programi i na dnu ljestvice je kupovina.

Grafikon 20 pokazuje kojim su redoslijedom iste ove motive svrstali djelatnici u zdravstvenim ustanovama iz grada Raba, ocjenjujući značaj motiva dolaska turista u tu destinaciju.

Grafikon 20 Značaj motiva dolaska turista u Gradu Rabu (zdravstveni kadar)

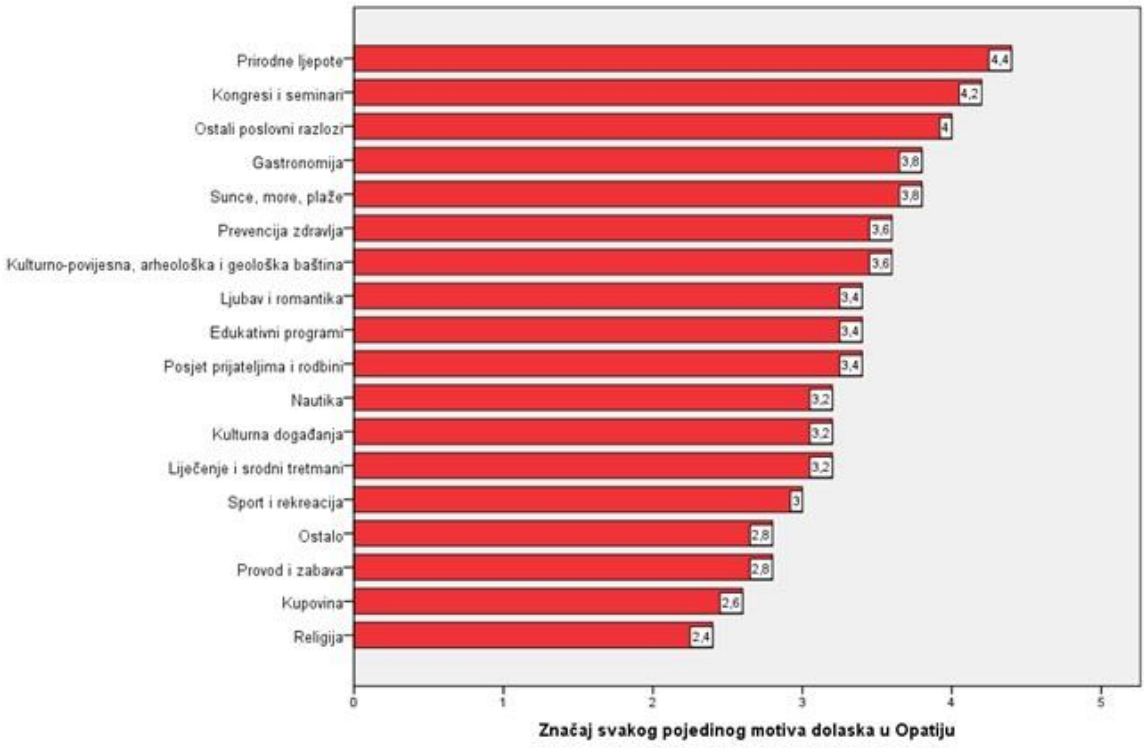


Izvor: Peršić, M. i dr., Zdravstveni turizam Grada Raba – Resursna osnovica, Opatija – Rab, 2014.

U Rabu većina je ispitanika iz zdravstvenog sektora također ocijenila da je glavni motiv dolaska turista sunce i more, a vrlo visoko nalaze se i kod ovih ispitanika prirodne ljepote te gastronomija i nautika. No, kada se promatraju potencijalni zdravstveno-turistički motivi, odnosno liječenje i srodni tretmani te prevencija zdravlja, vidljive su značajne razlike. Kod ispitanika u Crikvenici liječenje i srodni tretmani nalaze se odmah iza sunca i mora, dok kod ispitanika u Rabu taj se motiv nalazi tek u donjem dijelu ljestvice. Odmah ispred liječenja i srodnih tretmana je prevencija zdravlja. Dakle i ona se nalazi u donjem dijelu ljestvice, a shvatimo li i sport i rekreaciju kao jedan oblik zdravstveno-turističke ponude, može se zaključiti da i ona ne kotiraju u Rabu visoko, dok se u Crikvenici motiv 'sport i rekreacija' nalazi pri vrhu liste. Iz ovih rezultata može se zaključiti da zdravstveni djelatnici u Crikvenici, za razliku od onih u Rabu, ocjenjuju da su upravo zdravstveno-turističke usluge jedan od značajnijih motiva koji navode turiste da posjete njihovu destinaciju.

Kako značaj pojedinih motiva dolaska turista u Opatiju ocjenjuje zdravstveni kadar prikazano je na grafikonu 21.

Grafikon 21 Značaj motiva dolaska turista u Gradu Rabu (zdravstveni kadar)



Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

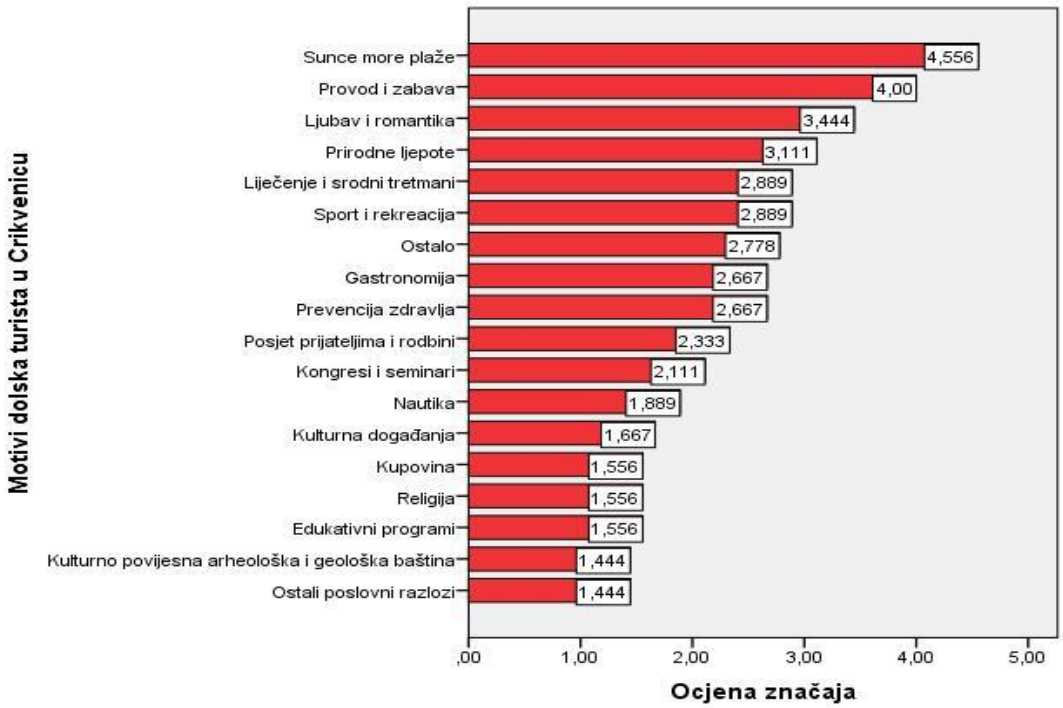
Iz grafikona 21 vidljivo je da zdravstveni djelatnici u Opatiji kao glavnim motivom dolaska turista u destinaciju smatraju prirodne ljepote, a odmah iza njih nalaze se kongresi i seminari, odnosno drugi poslovni razlozi, što ukazuje na percipiranje značaja Opatije kao kongresnog središta. Slijede gastronomija te sunce more i plaže, a tek nakon toga prevencija zdravlja (prosječna ocjena 3,6 od maksimalnih 5). Liječenje i srodni tretmani nalaze se pri dnu liste (prosječna ocjena 3,2). Ispred njih su kulturno-povijesna baština, ljubav i romantika, edukativni programi, posjeti rodbini i prijateljima, natuika i kulturna događanja.

Zdravstveni menadžment u Opatiji, dakle, ipak ne percipira zdravstveni segment turističke ponude destinacije kao osobito važan pri odluci turista da posjete ovaj grad. Ubroji li se i sport i rekreacija u zdravstveno-turističku ponudu, a oni se na ljestvici nalaze ispod liječenja i srodnih tretmana s prosječnom ocjenom 3, može se zaključiti da, prema mišljenju zdravstvenog menadžmenta, zdravstveni turizam nije važan motiv dolaska turista u Opatiju. Ovi rezultati slični su onima na Rabu gdje zdravstveni menadžment također zdravstveno-turističku ponudu kao motiv dolaska turista nije ocijenio visokim ocjenama. Za razliku od ova dva grada, zdravstveni djelatnici u Crikvenici zdravstveno-turističku ponudu smatraju važnim motivom dolaska turista u tu destinaciju.

Rangiranje motiva dolaska turista u Crikvenicu, odnosno Rab i Opatiju, bilo je ponuđeno i djelatnicima u turizmu, odnosno menadžmentu, marketinškim djelatnicima, zaposlenicima u wellnessu i voditeljima/vlasnicima turističkih agencija. Oni su, kao i zdravstveni djelatnici, morali ocjenama od 1 do 5 označiti važnost pojedinih motiva za dolazak u destinaciju u kojoj djeluju.

Grafikon 22 pokazuje koliko značajnim određene motive participiraju zaposlenici u turizmu na području Crikvenice.

Grafikon 22 Značaj motiva dolaska turista u gradu Crikvenici (turistički kadar)

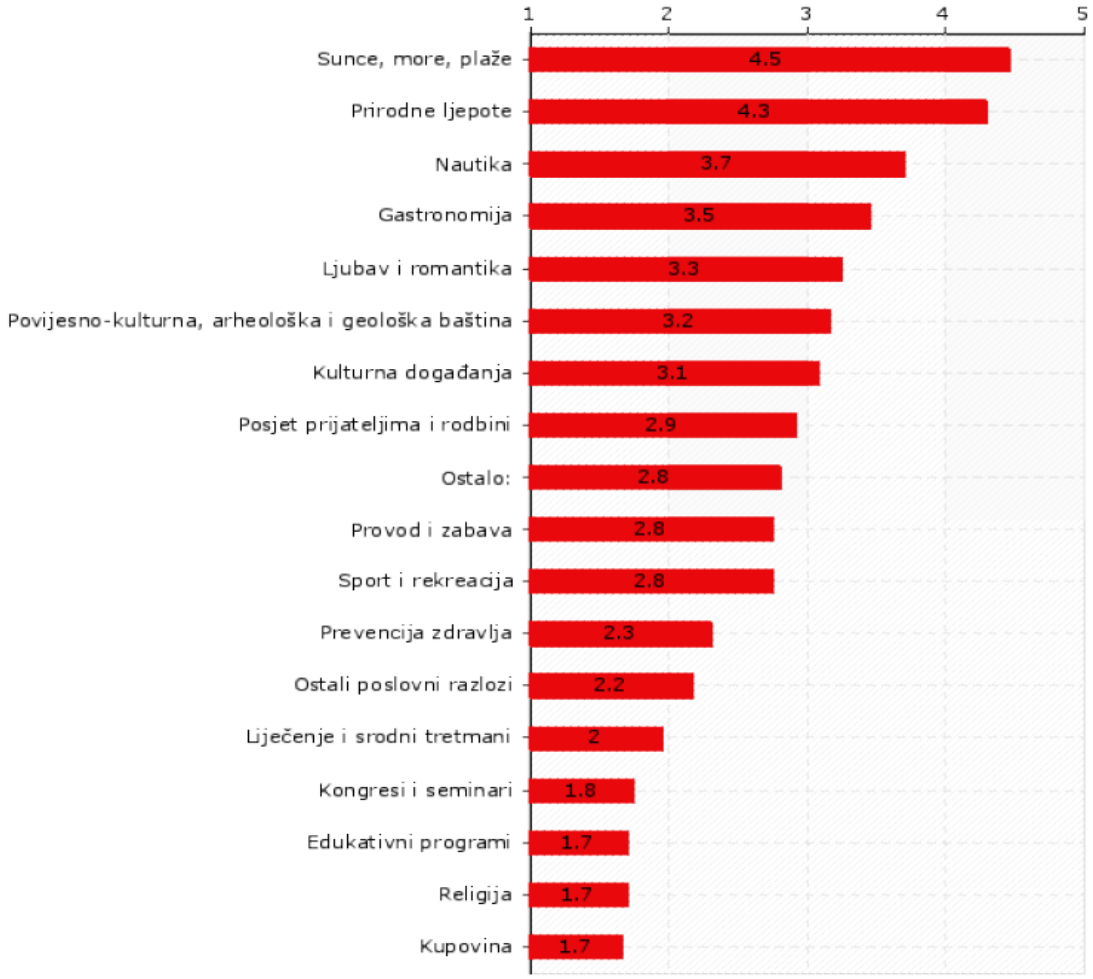


Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Turistički djelatnici u Crikvenici također, kao i djelatnici u zdravstvu, ocjenjuju da su sunce, more i plaže najvažniji motiv dolazaka turista u destinaciju. No, za razliku od zdravstvenih djelatnika, oni na drugo mjesto stavljaju provod i zabavu, zatim ljubav i romantiku, koja je kod zdravstvenih djelatnika pri dnu liste, prirodne ljepote i tek nakon toga, s vrlo niskom prosječnom ocjenom (2,89) slijede liječenje i srodni tretmani, zatim sport i rekreacija, dok je prevencija zdravlja iza „ostalih" motiva te gastronomije, negdje oko sredine ljestvice.

Kako su značaj pojedinih motiva ocijenili turistički djelatnici u Rabu pokazano je na grafikonu 23.

Grafikon 23 Značaj motiva dolaska turista u gradu Rabu (turistički kadar)

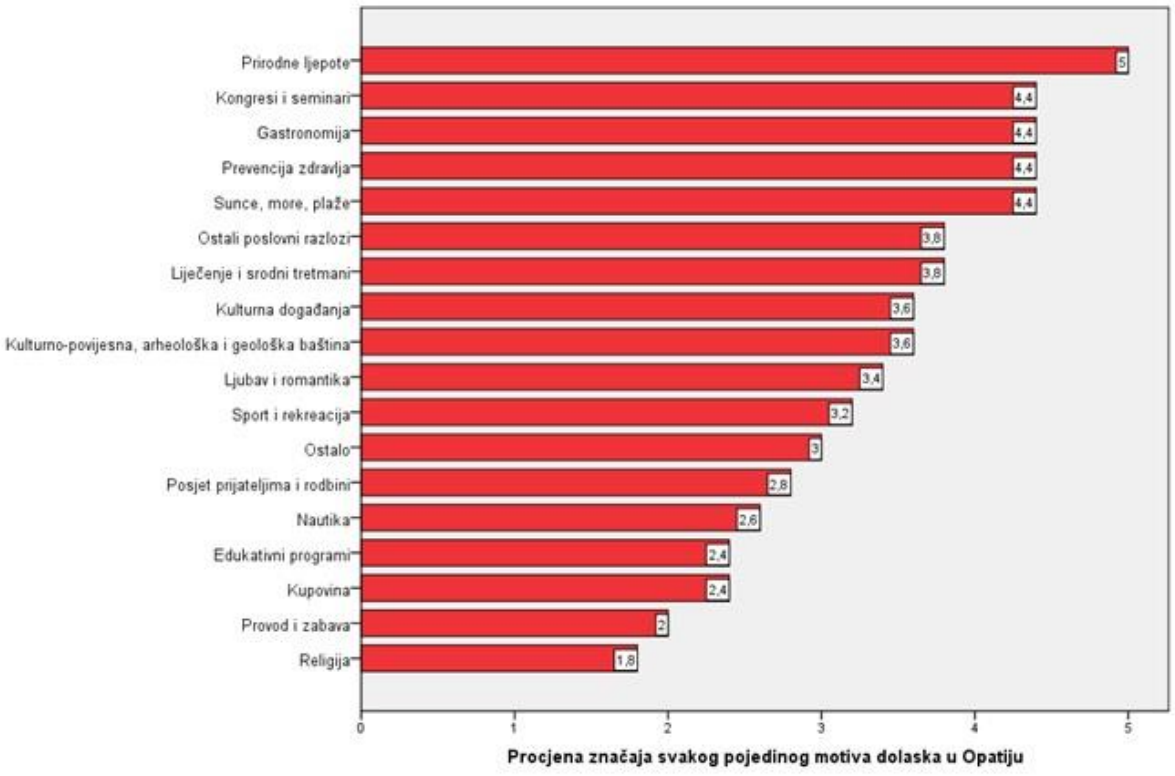


Izvor: Peršić, M. i dr, Zdravstveni turizam Grada Raba – Resursna osnovica, Opatija – Rab, 2014.

Za razliku od crikveničkih, rapski zaposlenici u zdravstvenoj i turističkoj djelatnosti, može se iščitati iz rezultata, imaju podjednaku percepciju motiva koji su značajni za dolazak gostiju u njihov grad. Uz sunce, more i plaže za koje je većina ispitanika, bez obzira na djelatnosti, uvjerena da je najprivlačniji motiv turistima, baš kao i zdravstveni, i rapski turistički djelatnici ističu prirodne ljepote, nautiku i gastronomiju, te ljubav i romantiku, kulturna događanja kao i povijesno-kulturnu, arheološku i geološku baštinu, a tek tada slijedi sport i rekreacija, a daleko ispod njih, u donjem dijelu ljestvice, nalaze se prevencija zdravlja i liječenje i srodni tretmani.

Ocjena motiva dolaska turista u Opatiju iz vizure turističkih djelatnika u tome gradu, prikazana je grafikonom 24.

Grafikon 24 Značaj motiva dolaska turista u gradu Opatiji (turistički kadar)



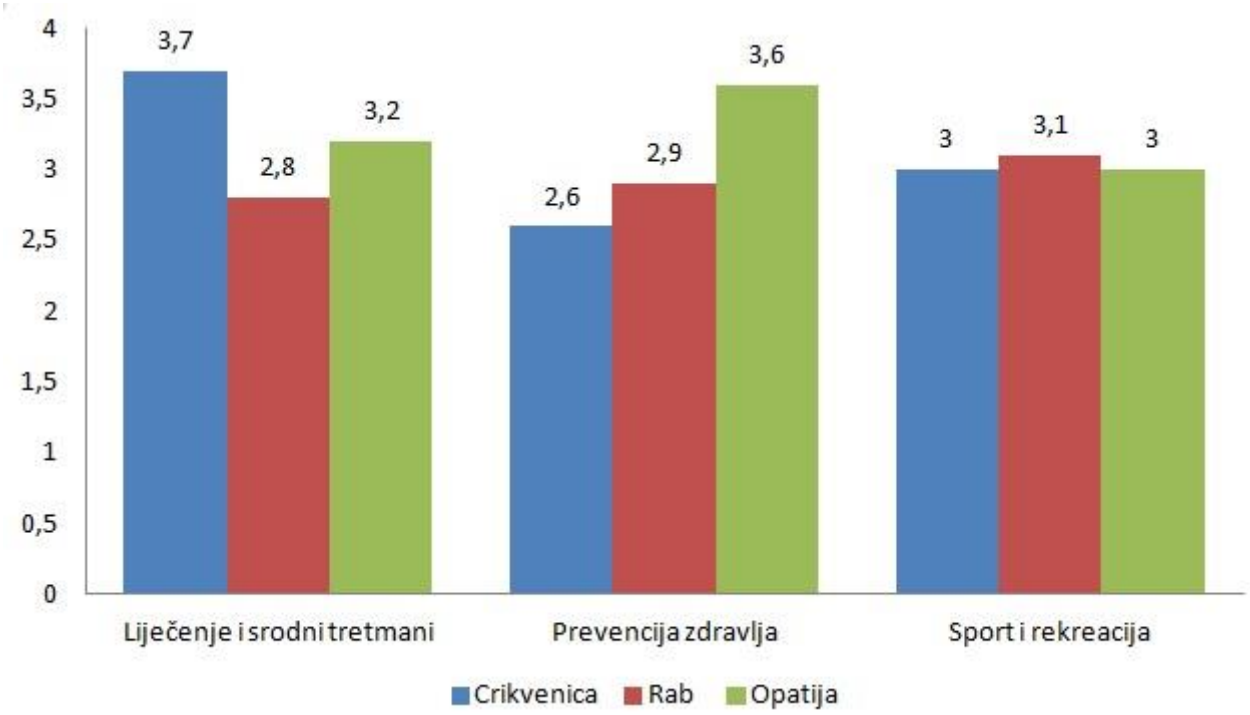
Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Prirodne ljepote zaposlenici u turizmu Opatije doživljavaju kao apsolutno glavni motiv dolaska turista (maksimalna prosječna ocjena – 5). Kao i zdravstveni djelatnici, i turistički OOpatiju doživljavaju kao odredište kongresnog turizma pa je taj motiv (kongresi i seminari) odmah na drugom mjestu s prosječnom ocjenom 4,4. Istu prosječnu ocjenu ima i prevencija zdravlja, a turistički djelatnici visoko su rangirali i liječenje i srodne tretmane (prosječna ocjena 3,8), dok su sport i rekreacija nešto niže (prosječna ocjena 3,2). Dakle, turistički djelatnici u Opatiji daju puno veći značaj liječenju i srodnim tretmanima kao motivu dolaska gostiju u destinaciju nego zdravstveni djelatnici u tome gradu. Kada je riječ o turističkim djelatnicima, u usporedbi ovih triju destinacija – Crikvenice, Raba i Opatije – zaposlenici u turizmu u Opatiji daju najveći značaj zdravstveno-turističkom segmentu kao motivu turističkih dolazaka.

Kada se usporede rezultati iz Crikvenice te Raba i Opatije može se zaključiti da ispitanici zaposleni u menadžmentu, marketingu, wellness centrima te voditelji/vlasnici turističkih agencija imaju vrlo različitu predodžbu o motivima dolaska gosta u njihovu destinaciju. Ispitanici iz triju

destinacija – Crikvenice, Raba i Opatije, smatraju da su glavni motiv dolaska u njihovu destinaciju prirodne ljepote te sunce, more i plaže dok se u drugim motivima ne podudaraju. Usporedba prosječnih ocjena zdravstveno-turističkih motiva – liječenja i srodnih tretmana, prevencije zdravlja te sporta i rekreacije, zdravstvenog kadra u trima destinacijama (Crikvenici, Rabu i Opatiji) prikazana je na grafikonu 25.

Grafikon 25 Prosječne ocjene zdravstveno-turističkih motiva u Crikvenici, Rabu i Opatiji (zdravstveni kadar)

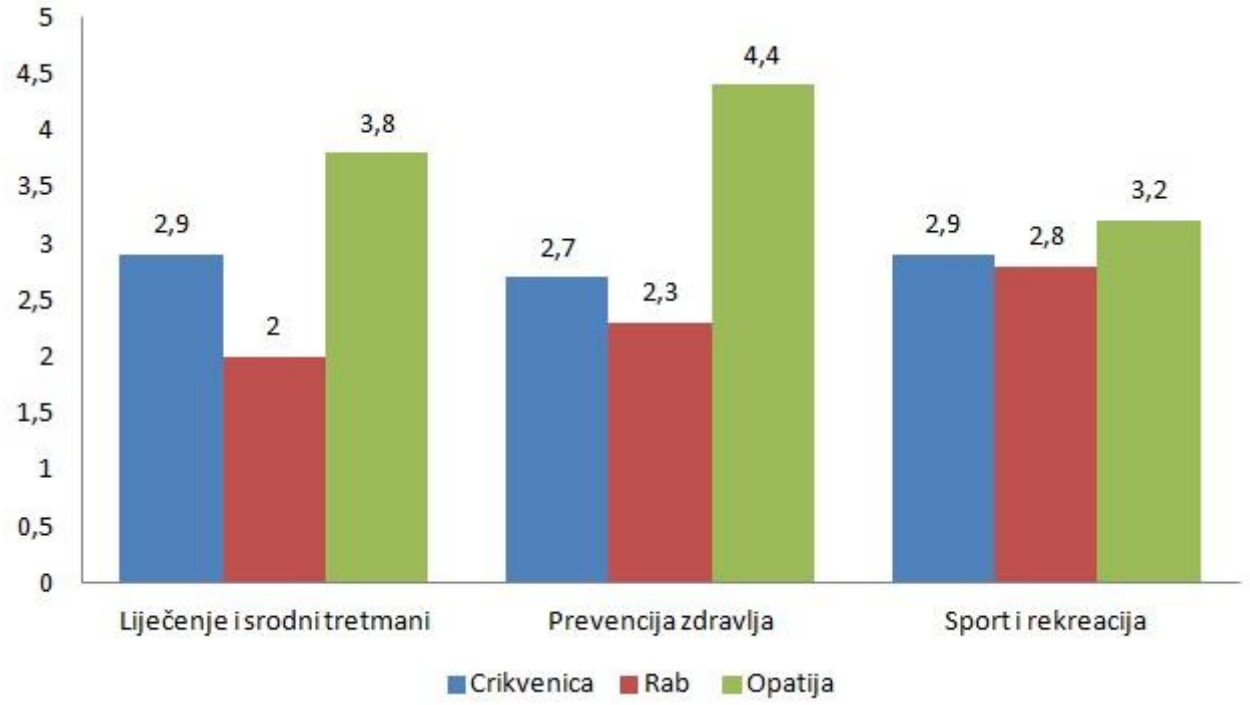


Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Iz grafikona 25 vidljiva je vrlo različita percepcija djelatnika zaposlenih u zdravstvu važnosti zdravstveno-turističkih motiva pri odabiru turista da dođu u njihovu destinaciju. Liječenje i srodne tretmane kao motive najviše percipiraju zdravstveni djelatnici u Crikvenici, zatim u Opatiji, a najmanje u Rabu. To je razumljivo i s obzirom na infrastrukturu, budući da se u Crikvenici i Opatiji nalaze dvije velike zdravstvene ustanove – Thalassotherapia Crikvenica i Thalassotherapia Opatija, specijalne bolnice s dugom tradicijom i visokom reputacijom na zdravstvenoj karti Hrvatske. Opatijski zdravstveni djelatnici vrlo visokim ocjenama ocjenjuju i važnost prevencije zdravlja kao motiva dolaska turista, dok u Rabu i Crikvenici osobito taj motiv zdravstveni djelatnici ne percipiraju kao izuzetno važan. Kada je riječ o sportu i rekreaciji, prosječne ocjene zdravstvenih djelatnika u trima destinacijama su podjednake.

Grafikonom 26 prikazano je kako pojedine zdravstveno-turističke motive percipiraju turistički djelatnici u trima destinacijama.

Grafikon 26 Prosječne ocjene zdravstveno-turističkih motiva u Crikvenici, Rabu i Opatiji (turistički kadar)



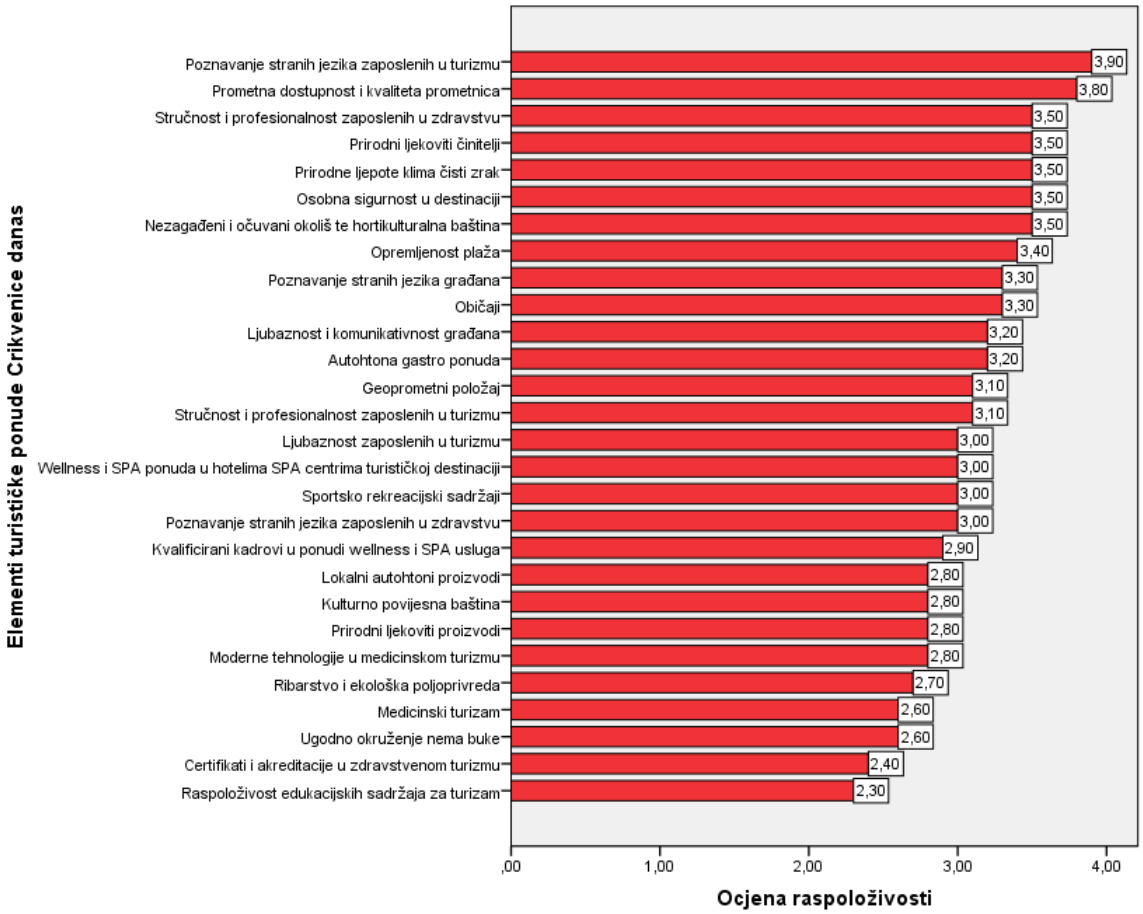
Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Kada je riječ o turističkim djelatnicima, kada se pogleda grafikon 26, općenito bi se moglo reći da turistički djelatnici iz Opatije najviše svoju sredinu percipiraju kao zdravstveno-turističku. Vrlo visoke prosječne ocjene dali su liječenju i srodnim tretmanima kao motivima dolaska, ocjene prevencije zdravlja kao motiva prilično su veće nego u Crikvenici i Rabu, a nešto većom prosječnom ocjenom, ocjenili su i sport i rekreaciju ako motiv dolaska turista. Najmanje prosječne ocjene zdravstveno-turistički motivi dobili su u Rabu, i to osobito liječenje i srodni tretmani. Usporede li se grafikon 25 i 26 zanimljivo je primijetiti da opatijski turistički djelatnici Opatiju više doživljavaju kao mjesto gdje turisti dolaze zbog zdravstveno-turističkih motiva nego zdravstveni djelatnici, osobito kada je riječ o liječenju i srodnim tretmanima te prevenciji zdravlja. U Crikvenici je situacija obrnuta – zdravstveno-turističke motive većim su prosječnim ocjenama ocjenivali zdravstveni nego turistički djelatnici, dok su u Rabu rezultati dviju skupina podjednaki.

Sljedeće pitanje odnosilo se na raspoloživost elemenata turističke ponude Crikvenice i Raba danas. U ovome pitanju ispitanicima su ponuđeni elemente turističke ponude, s obzirom na njihovu ocjenu raspoloživosti u turističkoj destinaciji i značaj njihove uloge u razvoju zdravstvenog turizma, morali ocijeniti s obzirom na značaj prema tome smatraju li njihov značaj vrlo niskim, niskim, srednjim, visokim i vrlo visokim. Svakoj ovoj vrijednosti dodana je brojčana vrijednost od 1 do 5 kako bi se izračunala srednja vrijednost.

Grafikon 27 pokazuje kako raspoloživost elemenata turističke ponude Crikvenice danas ocjenjuju djelatnici zaposleni u sektoru zdravstva.

Grafikon 27 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Crikvenice (zdravstveni kadar)

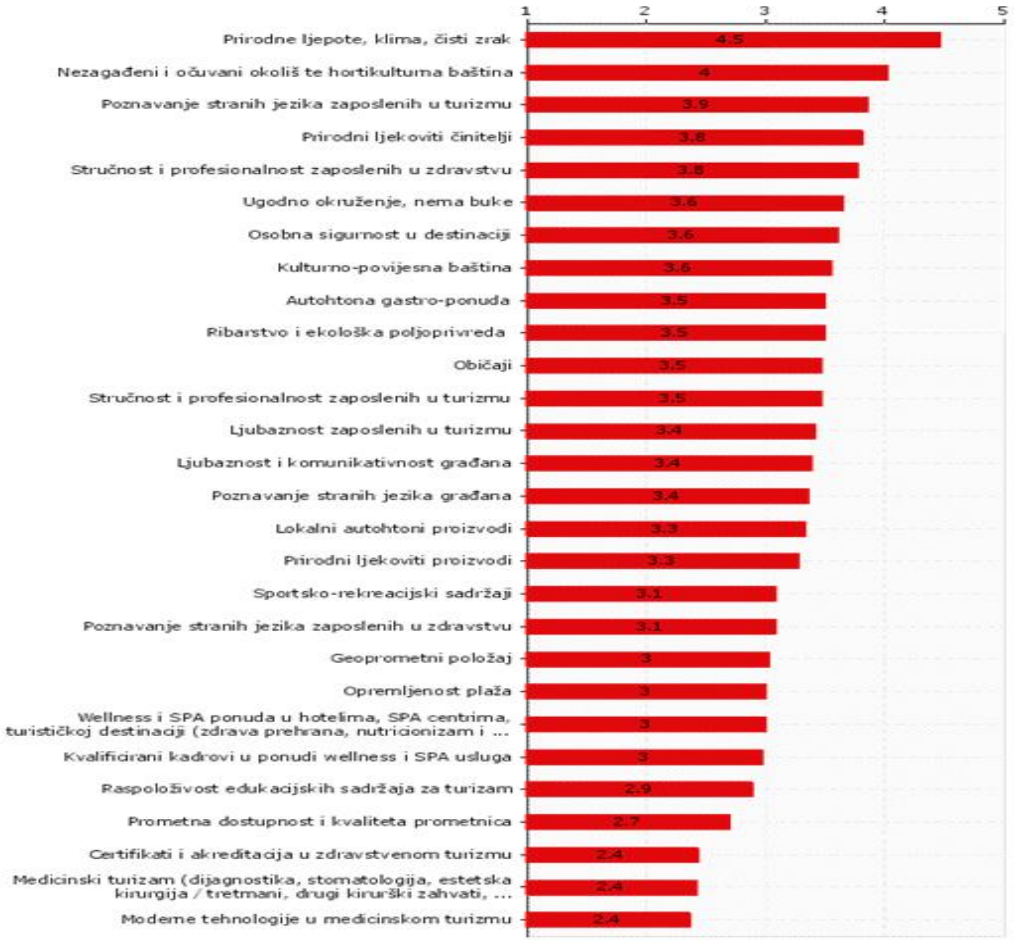


Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Prema mišljenju zaposlenika u zdravstvu, u Crikvenici je jedna od prednosti, kada je riječ o elementima turističke ponude, dobro poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu, prometna dostupnost i kvalitete prometnica, a vrlo visoko rangirana je i stručnost i profesionalnost zaposlenih u zdravstvu. Iza stručnosti i profesionalnost zdravstvenih djelatnika, rangirani su prirodni ljekoviti

činitelji te prirodne ljepote, klima i čisti zrak, što je također važna resursna osnovica za razvoj zdravstvenog turizma. Raspoloživost wellness i SPA ponude u hotelima i SPA centrima nalazi se na sredini ljestvice sa sportsko-rekreacijskim sadržajima, poznavanjem stranih jezika zaposlenih u zdravstvu i kvalificiranim kadrovima u ponudi wellness i spa usluga. Korištenje modernih tehnologija u medicinskom turizmu i prirodni ljekoviti proizvodi dobili su relativno nisku ocjenu raspoloživost (2,8), a još ispod njih je medicinski turizam (2,6), te certifikati i akreditacije u zdravstvenom turizmu (2,30).

Grafikon 28 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Raba (zdravstveni kadar)



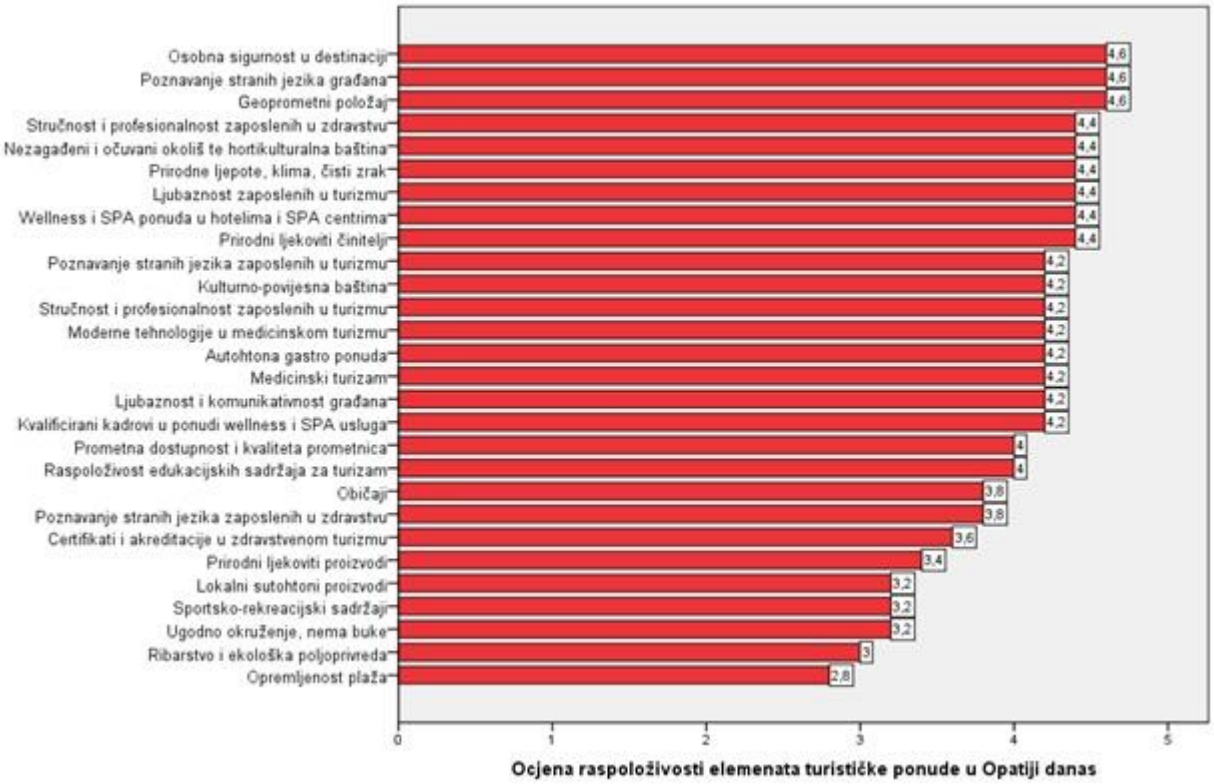
Izvor: Peršić, M. i dr., Zdravstveni turizam Grada Raba – Resursna osnovica, Opatija - Rab, 2014.

Iako kao glavni motiv dolazaka turista u Rab percipiraju sunce, more i plaže, kao glavni element turističke ponude zdravstveni djelatnici vide u prirodnim ljepotama, klimi i čistom zraku te u nezagađenom i očuvanom okolišu i hortikulturnoj baštini. Vrlo visoko stavljaju i prirodne ljekovite činitelje te stručnost i profesionalnost zaposlenih u zdravstvu, što je jedan od preduvjeta

razvoja zdravstvenog turizma. No, tek pri dnu ljestvice nalaze se wellness i SPA ponuda u hotelima i SPA centrima te ponuda medicinskog turizma (dijagnostika, stomatologija, estetska kirurgija, drugi kirurški zahvati), certifikacija i akreditacija u zdravstvenom turizmu, a sasvim na dnu ljestvice je i raspoloživost tehnologije u medicinskom turizmu.

Grafikon 29 pokazuje kako raspoloživost elemenata turističke ponude ocjenjuju zdravstveni djelatnici u Opatiji.

Grafikon 29 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Opatije (zdravstveni kadar)



Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Zdravstveni djelatnici u Opatiji smatraju da su najveće prednosti ove destinacije, s obzirom na rapoloživost elemenata turističke ponude, osobna sigurnost u destinaciji, poznavanje stranih jezika građana te geoprometni položaj. Vrlo visoku prosječnu ocjenu (4,4) dobila je i stručnost zašoslenih u zdravstvu, a istom prosječnom ocjenom ocjenjena je i wellness i SPA ponuda u hotelima i SPA centrima, te prirodni ljekoviti činitelji. U sljedećoj skupini elemenata, ocjenjih prosječnom ocjenom 4,2 nalaze se moderne tehnologije u medicinskom turizmu, medicinski turizam općenito te kvalificirani kadar u ponudi wellness i SPA usluga. Certifikacije i akreditacije u

zdravstvenom turizmu, kao i sportsko-rekreacijski sadržaji ocjenjeni su vrlo niskim prosječnim ocjenama.

U ovoj skupini pitanja postoji znatna razlika u ocjenjivanju elemenata zdravstveno-turističke ponude kod ispitanika ovih triju destinacija. Vrlo visoko kotiraju odgovori koji se odnose na prirodne ljepote, poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu, prirodni ljekoviti činitelji, nezagađenost, osobna sigurnost, običaji, stručnost i profesionalnost zaposlenih u zdravstvu kod svih skupina ispitanika. Velike oscilacije u odgovorima vide se u tome što crikvenički djelatnici zaposleni u zdravstvu prioritete daju poznavanju stranih jezika zaposlenika u turizmu, prometnoj povezanosti, opremljenosti plaža, dok isti ispitanici u Rabu favoriziraju ugodno okruženje bez buke, kulturno-povijesnu baštinu, gastro ponudu i ribarstvo. U Opatiji vrlo visokim ocjenama ocijenjena je i stručnost i profesionalnost zaposlenih u zdravstvu, te wellness i SPA ponuda, kao i primjena modernih tehnologija u medicinskom turizmu i kvalificiranost kadrova u ponudi wellness i SPA usluga.

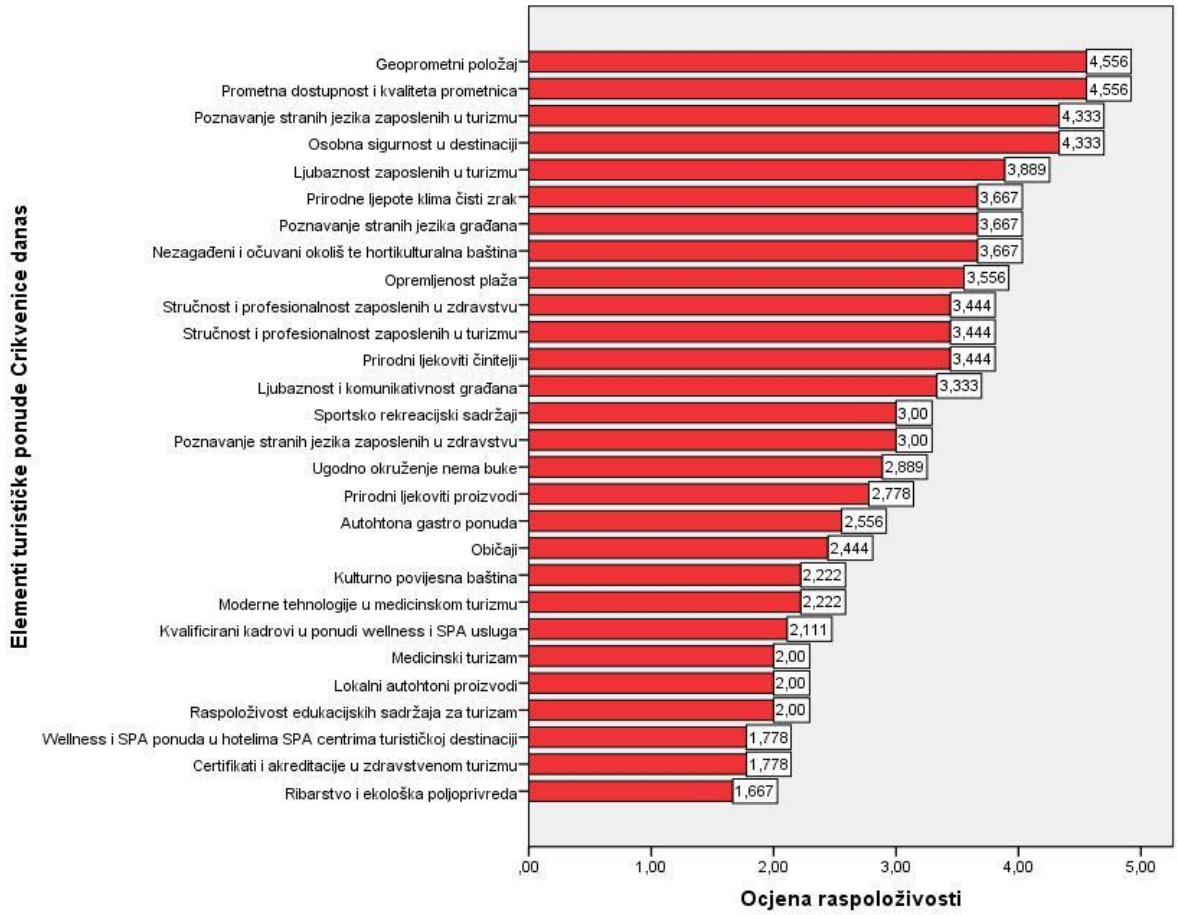
Sve tri skupine ispitanika vrlo loše ocjenjuju raspoloživost elemenata ponude kao što su certifikati i akreditacije u zdravstvenom turizmu što je vrlo loše s obzirom da su to ključni faktori u formiranju ponuda za stranog gosta. Također vrlo nisku ocjenu dobile su i moderne tehnologije u medicinskom turizmu kao i sam medicinski turizam što upućuje na slabu razvijenost ovog dijela zdravstvenog turizma.

Možemo zaključiti da su zaposlenici u zdravstvu ustanova koje pružaju zdravstveno-turističke usluge svjesni da su prirodni resursi prisutni u potpunosti i da postoje prirodni resursi za razvoj zdravstvenog turizma, no, da je za njegov stvarni razvoj ključan ljudski faktor, odnosno da još uvijek nedostaje „zdravstvena nadgradnja" u smislu raznolikosti i kvalitete medicinske, ali i wellness i SPA ponude, kao i tehnologije koje će omogućiti suvremeni način prevencije, liječenja i rehabilitacije, ako i certifikati i akreditacije koje će biti jamstvo kvalitete za korisnike zdravstveno-turističkih usluga koji dolaze sa vrlo zahtjevnog europskog i svjetskog tržišta.

Raspoloživost elemenata turističke ponude u ove dvije destinacije ocjenjivali su i turistički djelatnici, odnosno djelatnici u menadžmentu, marketingu, wellnessu te voditelji/vlasnici turističkih agencija.

Grafikon 30 pokazuje ocjene elemenata koje su dali turistički djelatnici iz Crikvenice i njihovu percepciju značaja pojedinih elemenata za kvalitetu i stupanj razvoja zdravstveno-turističke ponude.

Grafikon 30 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Crikvenice (turistički kadar)

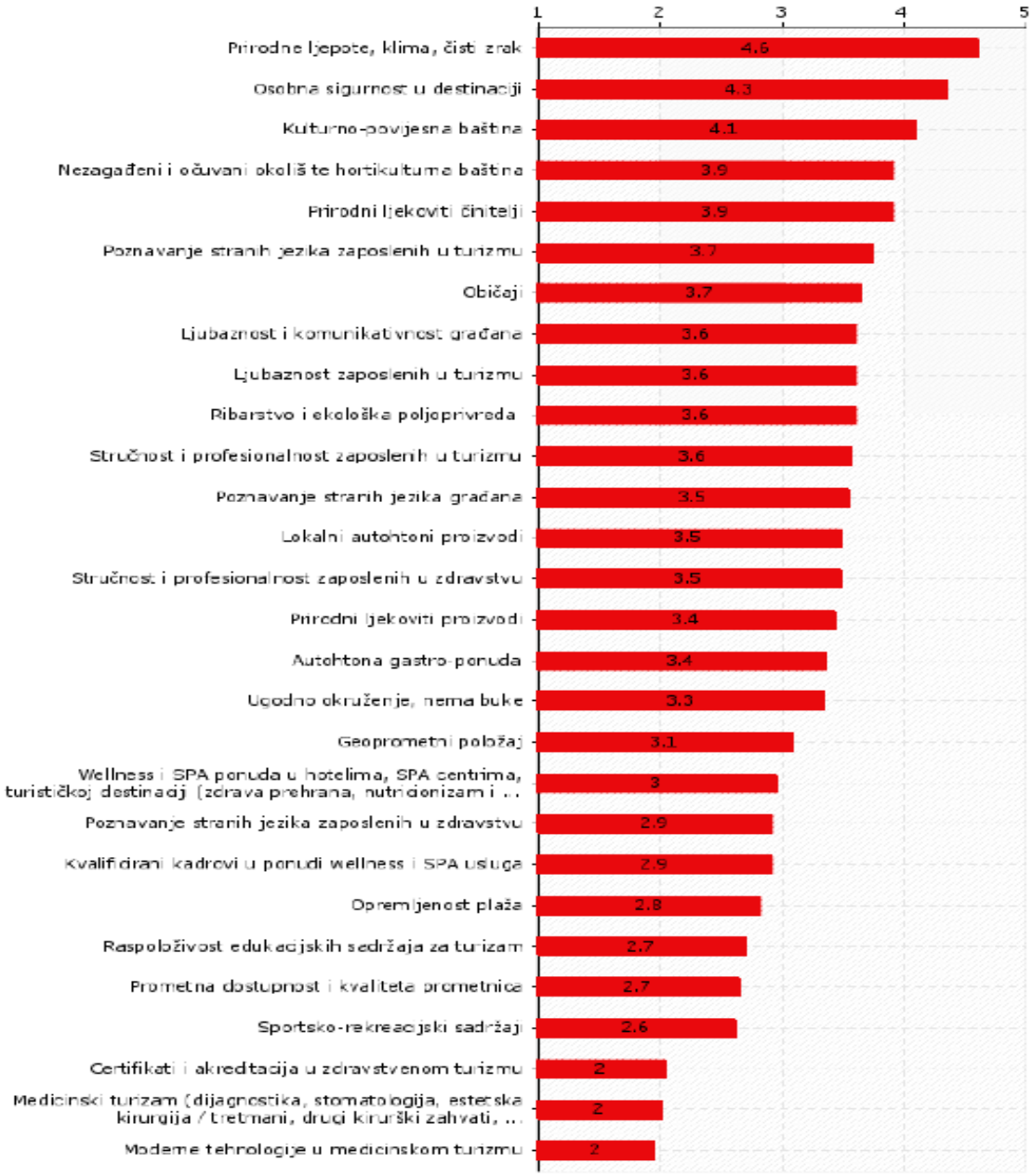


Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Turistički djelatnici u Crikvenici vrlo velik značaj daju geoprometnom položaju destinacije i općenito prometnoj dostupnosti i kvaliteti prometnica. Značajnim smatraju i poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu ali i građana, kao i osobnu sigurnost turista u destinaciji. Tek nakon toga slijede prirodne ljepote, klima i čisti zrak, kao i nezagađeni i čisti okoliš te hortikulturalna baština. Prirodni ljekoviti činitelji po njihovoj su ocjeni po važnosti iza opremljenosti plaža te stručnosti i profesionalnosti zaposlenih u zdravstvenoj, ali i turističkoj djelatnosti. Medicinski turizam, uključujući i korištenje modernih tehnologija u medicinskom turizmu, kao i kvalitetu pružatelja wellness i SPA usluga i njihovu ponudu u hotelima i SPA centrima svrstavaju tek pri dnu ljestvice, kao i certifikate i akreditacije u zdravstvenom turizmu.

U nastavku slijedi grafički prikaz ocjena raspoloživosti elemenata turističke ponude Raba danas djelatnika zaposlenih u turističkom sektoru.

Grafikon 31 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Raba (turistički kadar)



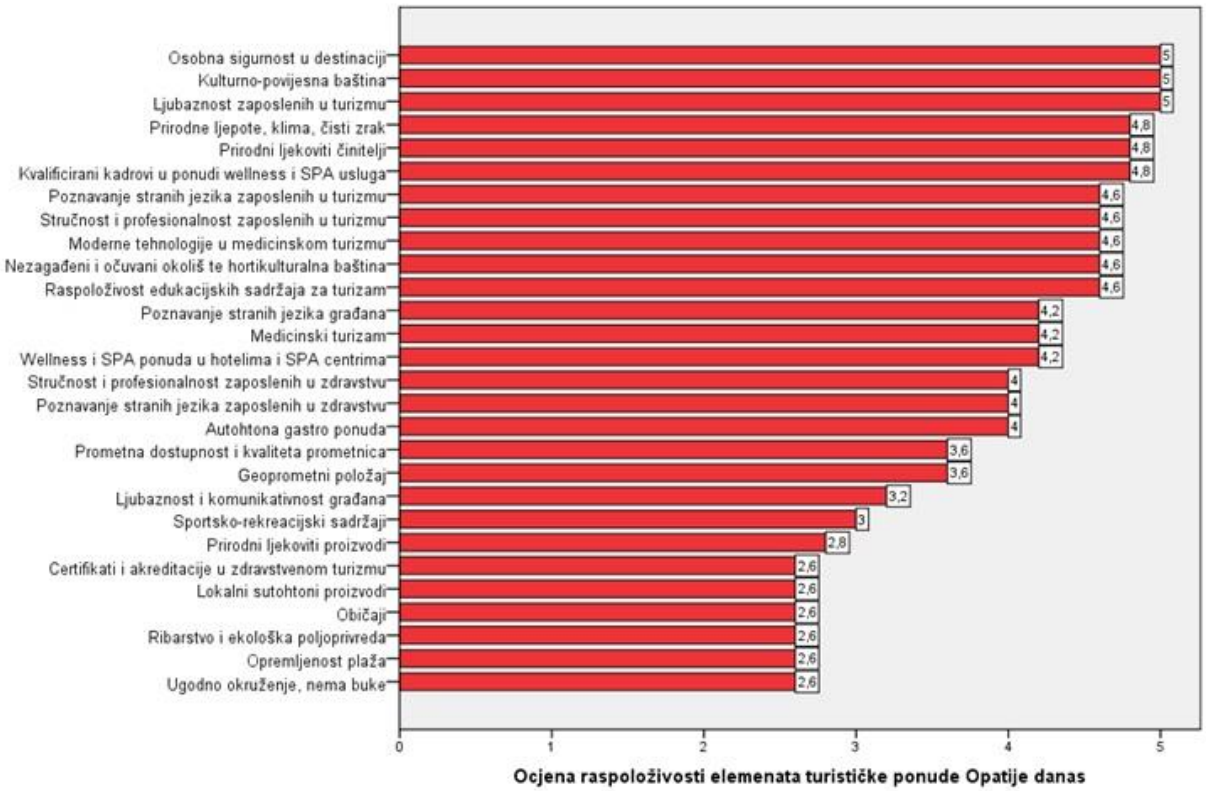
Izvor: Peršić, M. i dr., Zdravstveni turizam Grada Raba – Resursna osnovica, Opatija - Rab, 2014.

Rapski turistički djelatnici ističu značaj prirodnih ljepota, klime i čistog zraka, osobne sigurnosti, kulturno-povijesne baštine te nezagađenog i očuvanog okoliša i hortikulturne baštine, a tek nakon toga slijede prirodni ljekoviti činitelji. Za zaposlenike u rapskom turizmu značajnija je stručnost i profesionalnost turističkih nego zdravstvenih djelatnika, a i za njih je značaj wellness i

SPA ponude, kvalificirani kadar u tom segmentu zdravstvenog turizma, kao i certifikati i ponuda medicinskog turizma i raspoloživost modernih tehnologija u medicinskom turizmu pri dnu ljestvice.

Grafikon 32 prikazuje kako raspoloživost pojedinih elemenata turističke ponude ocjenjuju turistički djelatnici u Opatiji.

Grafikon 32 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Opatije (turistički kadar)



Izvor: Izrada autorice kao rezultat istraživanja

Turistički djelatnici u Opatiji, baš kao i zdravstveni, ocjenili su da je jedan od glavnih elemenata prisutnih u njihovoj destinciji osobna sigurnost turista. Vrlo visoko oni stavljaju i kulturno-povijesnu baštinu, prirodne ljepote, klimu i čisti zrak te prirodne ljekovite činitelje. Ističu i stučnost i kvalificiranost, kako turističkih, tako i djelatnika u ponudi wellness i SPA usluga te zdravstvu. Turistički djelatnici također ističu raspoloživost moderne tehnologije u medicinskom turizmu, kao i wellness i SPA ponude u hotelima i SPA centrima. Vrlo niske ocjene i kod turističkih djelatnika dobila je raspoloživost certifikata i akreditacija u zdravstvnom turizmu.

Na kraju svakog intervjua ispitanici su dobili mogućnost da iznesu neku svoju sugestiju, primjedbu ili zapažanje. Većina ih je isticala nedovoljno brendiranje destinacije u smislu zdravstveno-turističke ponude.

U Opatiji i zdravstveni i turistički djelatnici smatraju da bi razvoju zdravstvenog turizma osobito doprinijeli projekti koji bi kombinirali zdravstveni turizam s odmorom i aktivnim turizmom (PP Učka ili Gorski kotar) za one koji brinu za svoje zdravlje. Smatraju da je plaže potrebno urediti i prilagoditi sve javne prostore i infrastrukturu osobama starije dobi i osobama s teškoćama u kretanju (invalidima). Na pitanje postoji li mogućnost da se njihovi potencijalni slobodni resursi (prostor, oprema, kadar) koriste za zdravstveni turizam ako je to propisima dozvoljeno ili bude u budućnosti, opatijski zdravstvnei djelatnici odgovorili su da je jedini način da se to stimulira dodatno plaćen i stimuliran kadar. Kada je riječ o medicinskim uslugama koje bi mogle biti atraktivne za razvoj medicinskog turizma u Opatiji, zdravstveni i turistički djelatnici ističu sve one koje su vezane uz djelatnost Specijalne bolnice Thalassotherapia (kardiologija, reumatološka rehabilitacija, nutricionistički programi i programi mršavljenja, estetska kirurgija, preventivni pregledi i dijagnostika, sportska medicina). Ispitanici u Opatiji smatraju da je potreban holistički pristup zdravlju, odnosno kombinacija dijagnostike i specijalističkih ambulanti te alternativne medicine. Kao nedostatak ističu premali broj parkirnih mjesta, nedostatak autohtonih suvenira, pa i onih izravno vezanih uz zdravstveno-turističku ponudu kao što su prirodni proizvodi za ljepotu i zdravlje (čajevi, ulja, mirisi), te nedostatak organiziranih sadržaja za posjetitelje koji zbog zdravstveno-turističkih motiva borave duže u destinaciji.

Ispitanici iz zdravstvenog i turističkog sektora u Crikvenici smatraju da su prirodni resursi njihovog podneblja nedovoljno plasirani na tržište i tako onemogućeni gostima zainteresiranim za odmor koji uključuje i brigu o zdravlju, bez obzira je li riječ o preventivi, liječenju ili rehabilitaciji. Odgovori na otvoreno pitanje pokazuju i da su nezadovoljni povezivanjem postojećih zdravstveno-turističkih ponuđača te smatraju da bi se oni trebali udružiti i tako stvarati jedinstvenu ponudu koja bi bila znatno atraktivnija i bliža gostu. Vrlo kritični prema lokalnoj vlasti i turističkoj zajednici koja nije izradila strategiju razvoja zdravstvenog turizma Grada Crikvenice. Pojedinci čak zamjeraju i vodstvu Thalassotherapije, kao najvećem ponuđaču zdravstveno turističkih usluga u Crikvenici, zbog slabe suradnje s ostalim ponuđačima zdravstveno-turističkih sadržaja, osobito s turističkim ustanovama.

4.2. Rasprava

Istraživanje čiji je cilj bio detektirati obilježja i razvojne perspektive zdravstvenog turizma u Crikvenici provedeno je metodom intervjuiranja među 30 ispitanika podijeljenih u dvije skupine – skupinu iz zdravstvene djelatnosti u kojoj je bilo 18 ispitanika i skupinu iz turističke djelatnosti u kojoj je bilo dvanaest ispitanika. Njima je postavljeno ukupno 13 pitanja, a dio pitanja identičan je pitanjima korištenim u istraživanju resursne osnovice grada Raba kako bi se mogli usporediti stavovi dionika zdravstveno-turističke ponude Crikvenice te Raba i Opatije, kao triju kvarnerskih destinacija koja na temelju prirodnih resursa i tradicije žele razvijati turizam u smjeru zdravstvenog turizma kao specifičnog oblika turizma koji bi, između ostaloga, trebao doprinijeti i smanjenju sezonalnosti turizma u ovim destinacijama, što je jedan od njihovih osnovnih strateških ciljeva razvoja turističke djelatnosti.

Istraživanje je dalo vrlo interesantne rezultate te je evidentno kako postoji značajna razlika u razmišljanju i djelovanju zaposlenika koji rade u isključivo turističkim djelatnostima od onih zaposlenih u zdravstvu. Činjenica je da jedino zajedničkim djelovanjem ove destinacije mogu osigurati bolju ponudu zdravstveno turističkog proizvoda. Stoga je od velikog interesa da se ove dvije skupine zaposlenih u zdravstveno-turističkom sektoru ujedine i zajednički krenu u osmišljavanje daljnjih radnji za formiranje statusa zdravstveno-turističke destinacije.

Istraživanje je pokazalo da su u zdravstvenim ustanovama u Crikvenici korisnici zdravstveno-turističkih usluga uglavnom domaći gosti, i to iz unutrašnjosti Hrvatske, koji dolaze zbog liječenja i rehabilitacije, a dio njihovih troškova snosi HZZO. Riječ je o gostima starije životne dobi (najviše 60+). Turistički djelatnici navode da usluge zdravstvenog turizma u njihovom segmentu uglavnom traže strani gosti, a prednjače gosti iz Austrije i Njemačke. U zdravstvenoj djelatnosti, gdje je svega 20-ak posto stranih gostiju najviše je iz Italije i Slovenije. I u turističkom segmentu više je gostiju starije životne dobi.

Unatoč strateškom opredjeljenju na zdravstveni turizam kao specifični oblik turističke ponude koji je moguće razvijati na temelju prirodnih resursa i tradicije, ispitanici su se izjasnili da zdravstveno-turističke usluge čine tek manji dio njihove ukupne ponude – u zdravstvu taj je postotak između 30 i 59 posto, a u turizmu još manji i iznosi 10 do 29 posto. Zdravstveno-turistički segment ponude više je usmjeren na kurativu nego na preventivu. Prirodni ljekoviti činitelji koriste se vrlo malo – u zdravstvu svega 20 posto, i to pretežito u Thalassotherapiji Crikvenica, a u turizmu oko 50 posto.

Certificiranje usluga i zdravstveni i turistički djelatnici smatraju vrlo značajnim, ali još uvijek vrlo mali broj ustanova ima certifikate. Samo 10 posto ispitanih posjeduje certifikate kvalitete koji su glavni aduti ako žele plasirati svoje usluge na inozemno tržište. Vrlo je to loš podatak s obzirom na to da su certifikati kvalitete trenutno najrelevantnije i najobjektivnije mjerilo kvalitete neke ustanove. Značajnim smatraju i ispitivanje zadovoljstva korisnika usluga, koje uglavnom ispituju anonimnim anketama.

Za budući razvoj zdravstvenog turizma u Crikvenici obje skupine najznačajnijim smatraju brendiranje, prije svega prirodnih ljekovitih činitelja te jačanje marketinga u kojemu više treba isticati upravo zdravstveno-turističku ponudu. Turistički djelatnici značajnim smatraju i razvoj wellness i SPA usluga, kojih još uvijek, smatraju, nema dovoljno na crikveničkom području. I zdravstveni i turistički djelatnici ističu važnom suradnju koja je prema njihovoj ocjeni još uvijek nedovoljna te naglašavaju veliku ulogu lokalne turističke zajednice u povezivanju dvaju sektora i njihovoj zajedničkoj promociji na tržištu.

U drugom dijelu istraživanja ispitivani su motivi, raspoloživost elemenata turističke ponude i njihova važnost za razvoj zdravstvenog turizma u Crikvenici te ti rezultati uspoređivani s istraživanjem kojim se željelo ispitati resursnu osnovicu i mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma u gradu Rabu i gradu Opatiji.

Iz rezultata se može zaključiti da opatijski zdravstveni i turistički djelatnici svoj grad, odnosno turističku destinaciju, najviše doživljavaju kao potencijalno zdravstveno-turističko odredište, odnosno smatraju da ih turisti više prepoznaju po toj usluzi i motivirani su doći u Opatiju upravo zbog takvih usluga. Vrlo visokim ocjenama ocjenjeni su zdravstveno-turistički motivi i u Crikvenici, dok su u Rabu ti motivi dobili vrlo niske ocjene. Iako i Rab ima značajne zdravstveno-turističke potencijale, prije svega one prirodne, očito je na takvu percepciju utjecala i činjenica da Crikvenica i Opatija imaju stoljetnu tradiciju u zdravstvenom turizmu, što ih turistima čini prepoznatljivijim u tom smislu.

Istraživanje raspoloživosti elemenata turističke ponude u Crikvenici, Rabu i Opatiji te njihove važnosti za razvoj zdravstvenog turizma pokazalo je da ispitanici ovih triju destinacija imaju posve drugačije mišljenje o elementima turističke ponude destinacije u kojoj rade. U Crikvenici navode na prvom mjestu geoprometni položaj i dalje prometnu dostupnost kao ključni elemenat ponude. Pretpostavlja se da su ti odgovori vezani s blizinom državne autoceste, blizinom susjednih država (Austrija, Slovenija i Italija) te blizinom riječkog aerodroma. Crikvenica je time vrlo atraktivna gostu koji koristi cestovni promet da bi došao na odmor, ali i onima koji biraju zračne linije. Rapski ispitanici na prvom mjestu smatraju prirodne ljepote, klimu i čisti zrak što je

zasigurno najznačajniji element te destinacije. Ispitanici u Opatiji, i u turističkom i u zdravstvenom sektoru, na prvo mjesto stavljaju osobnu sigurnost gostiju, ali vrlo visokim ocjenama ocjenjuju i raspoloživost zdravstveno-turističkih elemenata, osobito ponude wellness i SPA programa u hotelima i SPA centrima te primjenu moderne tehnologije u zdravstvu, koja u kombinaciji s vrlo stručnim i kvalitetnim kadrom u zdravstvu i turizmu stvara osnovu razvoju zdravstveno-turističke ponude u toj destinaciji. Vrlo slični značaj dale su ove dvije skupine ispitanika osobnoj sigurnosti i u preostale dvije destinacije čime se Hrvatska kao turistička zemlja može pohvaliti. Nadalje za ispitanike obje skupine bilo je važno i znanje stranih jezika zaposlenika u turizmu. Vrlo niski postotak dobili su elementi koji se odnose isključivo na zdravstveni turizam što dovoljno govori o njegovoj slaboj zastupljenosti i razvijenosti u Crikvenici i Rabu, te nešto manje u Opatiji, iako ih svi ispitanici smatraju vrlo važnim za daljnji razvoj destinacije.

Dobivenim rezultatima usporedbe ovih triju destinacija nije potvrđena pomoćna hipoteza rada da zdravstveni turizam grada Crikvenice nije dovoljno razvijen u odnosu s drugim razvijenim destinacijama zdravstvenog turizma. Grad Opatija kao jedno od najznačajnijih zdravstveno-turističkih središta na Kvarneru ali i u Hrvatskoj ima podjednako razvijenu zdravstveno-turističku ponudu i njezinu percipiranu dok grad Rab, kao jedna od kvarnerskih destinacija zdravstvenog turizma, ima manje zdravstveno turističkih ponuđača te je njezin turizam orijentiran prema drugim oblicima turističke ponude. Prijedlog je da se istraži i usporedi zdravstveni turizam Crikvenice s nekom inozemnom razvijenom zdravstveno-turističkom destinacijom čime bi se dobili pokazatelji u kojem smjeru se treba razvijati zdravstveni turizam Crikvenice.

Odgovori na otvoreno pitanje potvrdili su nezadovoljstvo crikveničkih zdravstvenih i turističkih djelatnika nedovoljnim brendiranjem destinacije u smislu zdravstveno-turističke ponude te nedovoljno isticanje prirodnih resursa u marketinškom nastupu na tržištu i upravo u tome vide još uvijek nedovoljnu razvijenost zdravstvenog turizma u Crikvenici.

Prilikom intervjua s ispitanicima došlo se i do spoznaje da loša ponuda hotela isto ima utjecaj na dolazak gostiju koji je poželjan na ovom području. Dio ispitanika u odgovorima na otvorena pitanja dao je sljedeće odgovore:

- *Nema ni hotela s pravim wellnessom (tipa termi po Sloveniji) osim Novi Resort koji opet zbog loše poslovne politike ne iskorištava svoje mogućnosti.*

- N*ažalost zbog malog broja hotela bolje kategorije 4* i više zvjezdica naša agencija ima jako mali broj grupa u ovoj destinaciji.*

- *Kapaciteti Thalassotherapije u Crikvenici ne odgovaraju potrebama naših austrijskih i njemačkih partnera (hoteli visoke kategorije).*

- Zdravstveni turizam kao takav nije moguće dovesti na neku razinu bez svega pratećeg što bi od Crikvenice ili cijele Rivijere napravilo destinaciju zdravstvenog turizma bilo kojeg područja medicine.

- Thalassotherapia, Terme Selce, Dentalna medicina Sambunjak ili bilo tko drugi sam za sebe ne može učiniti puno, ako od ovog područja želimo učiniti destinaciju, brand ili bilo što slično u području zdravstvenog turizma.

Dakle, izrada Strategije razvoja zdravstvenog turizma, brendiranje destinacije u zdravstveno turističku destinaciju, udruživanje postojećih zdravstveno turističkih pružatelja usluga te na kraju podrška lokalne turističke zajednice i ostalih bitnih službi odlučivanja kako na lokalnoj tako i na državnoj razini su jedini ključ razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice.

Sljedeća istraživanja trebala bi se usmjeriti prema korisnicima usluga kako bi se dobila ocjena turista koji isključivo dolaze zbog zdravstveno-turističke ponude. Takvo istraživanje pokazalo bi koji je to profil turista, koja su njihova očekivanja i koliko su zadovoljni dobivenom uslugom, što bi bio putokaz za daljnji razvoj ovog specifičnog oblika turizma u Crikvenici.

5. RAZVOJNE PERSPEKTIVE ZDRAVSTVENOG TURIZMA U CRIKVENICI

U Strategiji gospodarskog razvoja Crikvenice do 2020. godine, na temelju analize proizvodnih i razvojnih činitelja grada Crikvenice, kao i analize stanja gospodarstva, definirane su osnovne snage i slabosti koje determiniraju ovo područje, ali i moguće prilike, kao i prijetnje njegovom budućem razvoju. Kao prilike, u ovom dokumentu se navode „izrazito povoljna klima, dobar geoprometni položaj, kvalitetan okoliš i prirodna baština“[118] te se naglašava da su „navedene prednosti temelj su definiranja konkretnih mjera i projekata kojima je te prednosti moguće bolje iskoristiti, te tako pojačati postojeće snage i prevladati probleme, odnosno slabosti“.[119] Vizija turističkog razvoja ističe da „Crikvenica želi postati razvijena i visokokategorizirana turistička destinacija gastronomske ponude, zdravstvenog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog i kulturnog turizma u kojemu turistička sezona traje cijelu godinu“.[120]

Produljenje turističke sezone, odnosno jačanje predsezone i posezone, jedan je, dakle, od glavnih ciljeva razvoja svih oblika turizma. Njega je moguće ostvariti diversifikacijom i proširenjem turističke ponude i poboljšanjem kvalitete. Produljenjem turističke sezone moguće je ostvariti i jedan od prioriteta turističke politike, a to je povećanje prihoda od ove djelatnosti.

Razvojnu strategiju i poboljšanje konkurentnosti turističke destinacije Crikvenica treba temeljiti na polazištima njenog zdravstvenog resursa i dostignutog stupnja razvoja tog resursa, uz uvažavanje potreba i želja destinacijskog turističkog menadžmenta tj. lokalnih nositelja odlučivanja, koje treba uskladiti s trendovima razvoja turističke ponude na tržištu (konkurencija) i specifičnim zahtjevima turističke potražnje (potencijalni kupci), a s ciljem unapređenja bolje turističke valorizacije zdravstveno turističkih potencijala.

5.1. Turizam Crikvenice u strateškim planovima Primorsko-goranske županije

U okviru destinacije Kvarnera, čija je vizija razvoja kao “destinacije zdravlja, tradicionalnih vrijednosti, prirodnih i kulturnih resursa”[121], Crikvenica ima važno mjesto. Glavnim planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije, ona čini dio Crikveničko-vinodolske rivijere, koja još obuhvaća prostor Grada Crikvenice, Grada Novog Vinodolskog i Općine Vinodolske.

[118] *Bezić, H. i dr., Strategija gospodarskog razvitka grada Crikvenice 2012. – 2022., Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2014., str. 129.*

[119] *Ibidem*

[120] *Ibidem*

[121] *Izmjene i dopune Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.*

Preobrazba toga prostora, koji je od osamdesetih godina 20. stoljeća bilježio stagnaciju, ovim dokumentom usmjeren je "u pravcu stvaranja Rivijere u kojoj će dominirati hoteli s tri i četiri zvjezdice, izgrađeni po međunarodno prihvatljivim standardima. Ponudu treba uravnotežiti tijekom cijele godine i ponuditi one sadržaje koji će biti prepoznatljivi i konkurentni u odnosu na druge destinacije, pa će kao takvi privući određene segmente tržišta u različitim dijelovima godine te osmisliti što raznolikiju ponudu za sve relevantne ciljne skupine korisnika. Poseban naglasak treba staviti na sportske, kulturne i zabavne sadržaje, koje treba prilagoditi stvarnim potrebama moderne turističke populacije, stalno se prilagođavajući postojećim zahtjevima i predviđajući nove. Svi sadržaji moraju biti primjereni ukupnom opredjeljenju destinacije i visokim standardima na koje se ta destinacija orijentira".[122] Osim toga, u Glavnom planu se navodi da se turizam Crikveničko-vinodolske rivijere mora razvijati „u suglasju s prirodom, tako da se maksimalno poštuju prostor, blagodati klime, mora, jezera, visoke šume, te biljni i životinjski svijet. Infrastrukturnim zahvatima i organizacijskim mjerama treba stalno unapređivati stanje u prostoru i težiti visokim ekološkim-standardima".[123]

Planom se daje poseban značaj razvoju zdravstvenog turizma obogaćenog SPA programima te se ističe i "značenje koje je Crikvenica imala kao kategorizirano lječilište na prijelazu stoljeća kao i bogatstvo ponude zdravstveno-turističkih sadržaja tog doba", i to treba, navodi se dalje, „uvažavati kao povijesno nasljeđe u kreiranju suvremene zdravstveno-turističke ponude".[124] „Aktivnosti treba usmjeriti u oblikovanje one zdravstveno-turističke ponude koja se usmjerava na preventivu i u suvremenoj turističkoj ponudi susreće kao SPA-ponuda, wellness-ponuda ili općenito wellbeing-ponuda, gdje se naglasak stavlja na blagodati aromaterapije, vrhunsku hotelsku ponudu i visoku profesionalnost zdravstvenog osoblja".[125]

Za razvoj zdravstvenog turizma „Rivijera ima sve pogodnosti i to od prirodnih uvjeta, hotelske i bolničke infrastrukture do vrhunskih zdravstvenih i turističkih kadrova"[126], navodi se u Glavnom planu, te se ističe da se „upravo se na tom segmentu razvoja može najbolje prepoznati djelovanje inovativnoga destinacijskog menadžmenta, jer se upravo u tome značajno može povećati stupanj

[122] *Crikveničko-vinodolska rivijera u: Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012. (dostupno na: http://www.uniri.hr/gprt/e/III_CRIKVENICKO_VINODOLSKA_RIVIJERA.pdf, preuzeto: 12. 12. 2015.)*

[123] *Ibidem*

[124] *Ibidem*

[125] *Ibidem*

[126] *Ibidem*

korištenja kapaciteta kroz produženje turističke sezone, što je pretpostavka većeg korištenja i drugih sadržaja koji u ukupnosti čine destinaciju atraktivnom i profitabilnom“.[127]

Strateškim marketinškim planom turizma Kvarnera od 2009. do 2015., Crikvenica je određena kao dio subregije Rivijera Hrvatsko primorje, čiji su glavni proizvodi fitness i wellness programi. Destinacijski brend Rivijere Crikvenica – Vinodol počiva na „obećanju visoke energije, zdravog, sportskog i mladenačkog duha“ i činjenici da je uvijek bila inovativna wellness destinacija na Jadranu. Strategija proizvodnog portfelja podrazumijeva usmjerenje ka produljenju turističke sezone, povećanje paleta turističkih proizvoda, unapređenje kvalitete i specijalizacija u proizvodima „visoke energije” (wellness, medicinski turizam, rekreacija, meki avanturizam itd.).[128]

5.2. Zdravstveni turizam u Strategiji gospodarskog razvoja Crikvenice

Strategija gospodarskog razvoja Crikvenice do 2020. godine ističe da je današnja turistička ponuda Crikvenice bazirana na iznajmljivanju soba i apartmana te hotelskoj ponudi niske kategorije. U strateškim ciljevima i prioritetima ističe se da je „nužno ostvariti višu razinu kategorizacije objekata i specijalizacije u poslovanju te da se više treba usmjeriti ka selektivnim oblicima turizma“.[129] Jedan od prioritetnih ciljeva je upravo razvoj zdravstvenog turizma. „Povećanjem kvalitete turističkih usluga kroz diversifikaciju ponude i razvoj specifičnih oblika turizma (zdravstveni, sportski, gastro, kulturni) moguće je smanjiti sezonalnost u turizmu, a u perspektivi se orijentirati i na cjelogodišnje poslovanje većine turističkih kapaciteta“, navodi se u Strategiji.[130]

Kao mjere za povećanje kvalitete turističke ponude i smanjenje sezonalnosti navode se:[131]

- Poticanje razvoja i povezivanje djelatnosti koje sudjeluju u formiranju turističke usluge (prometa, trgovine, ribarstva, uslužnog obrta, zdravstva, kulture i sporta).
- Povezivanje s gospodarstvenicima i JLP(R)S iz okružja radi zajedničkog nastupa na turističkom tržištu.
- Diversificiranje turističke ponude razvojem specifičnih oblika turizma: zdravstveni, sportski, nautički, gastro, kulturni.
- Poticanje investiranja u turističke kapacitete radi povećanja kategorizacije objekata.
- Unaprjeđenje i izgradnja turističke infrastrukture.
- Razvoj širokopojasne optičke telekomunikacijske mreže na području Grada.

[127] *Ibidem*

[128] *Kvarner – strateški marketinški plan turizma 2009. – 2015., Turistička zajednica Kvarnera, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 13.*

[129] *Bezić, H. i dr., Strategija gospodarskog razvitka grada Crikvenice 2012. – 2022., Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2014., str. 136.*

[130] *Ibidem, str. 137.*

[131] *Ibidem, str. 141.*

- Izgradnja i uređenje sportske infrastrukture.
- Unaprjeđenje i izgradnja kulturne infrastrukture.
- Promocija turističkih sadržaja.
- Razvoj e-turizma kroz uspostavu globalnog turističkog identiteta putem on-line informiranja (društveno-mrežno komuniciranje, interno umrežavanje, interaktivni vodiči).

Jedna od aktivnosti za ostvarenje ovih ciljeva je i izrada programa specifičnih oblika turizma. Izradom strategije razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice omogućilo bi se sustavno djelovanje u smislu brendiranja destinacije i organizacije lokalnih zdravstveno-turističkih djelatnika.

5.3. Perspektive razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice

Strateški uspjeh podrazumijeva razvoj važnih i dominantnih sposobnosti u destinaciji kao svjesno stvorenih pretpostavki koje će omogućiti da u usporedbi s konkurencijom dugoročno postiže uspješne rezultate. Stoga, destinacijski menadžment se mora suočiti s problemima odnosno sljedećim pitanjima:[132]

- S kojim proizvodima i uslugama i na kojim tržištima dugoročno može realizirati ciljeve zdravstvenog turizma?
- Koje zahtjeve mora ispunjavati potencijalna destinacija da bi se ostvarili ciljevi?
- Što je s privatnim smještajem u ponudi proizvoda zdravlja?
- Kakva je uloga naših plaža u ponudi proizvoda zdravlja?

Polazeći od postavljenih strateških ciljeva, marketinška strategija crikveničke rivijere trebala bi se zasnivati na odabiru ciljnih segmenata kupaca, u skladu s čijim se obilježjima, odnosno potrebama i očekivanjima, razrađuje brend Rivijere, predviđaju moguće prilagodbe turističkih proizvoda i predlažu promotivne aktivnosti. Strategija ciljnih tržišta treba definirati ciljna geografska tržišta, ali i demografske i interesne skupine kupaca koji su zainteresirani za proizvod zdravstvenog turizma.

Želi li se Crikvenica brendirati kao „rivijera zdravlja“, mora se osmisliti istinita i ostvariva „brend priča“, koja će pridonijeti stvaranju pozitivnog imidža i tržišne prepoznatljivosti. Zdravstveni i wellness turizam na Rivijeri Crikvenica su proizvodi velikog potencijala te ih je,

[132] *Magaš D., FMTU, Turistički forum "Crikvenica -rivijera zdravlja", Crikvenica, 25. rujna 2013., Thalassotherapia Crikvenica*

daljnjim povezivanjem unutar destinacije i kreiranjem ponude inovativnih sadržaja, potrebno pretvoriti u proizvod koji će doprinijeti unapređenju kvalitete i produljenju turističke sezone. Cilj promocije Rivijere Crikvenica je razviti imidž Crikvenice kao inovativne wellness destinacije na Jadranu. Promocijski miks uključuje Internet, tiskane materijale, odnose s javnošću i oglašavanje.[133]

Strategija razvoja zdravstvenog turizma na lokalnoj razini treba se temeljiti na jačanju javno-privatnog partnerstva, ali pri tom uzimajući u obzir i kriterije održivog razvoja turizma. Načelima održivog razvoja turizma treba prilagoditi projekcije očekivanog broja posjetitelja, porasta broja noćenja i visina njihove potrošnje, tako da se marketinške akcije prilagode zahtjevima preferiranih ciljnih tržišta, te otklone „uska grla“ investicijama u infrastrukturu, smještajne kapacitete, uslužne aktivnosti, a posebno u zdravstvene ustanove. Javlja se potreba za stvaranjem preduvjeta za konkurentnost ukupnog zdravstveno turističkog sektora kroz razvoj cjelovite i kvalitetne turističke ponude na načelima održivosti i kroz učinkovito tržišno promicanje crikveničkog turizma, u cilju proširenja turističke ponude, povećanja potrošnje, bolje iskorištenosti prirodnih i kulturnih potencijala.

Zdravstveno-turistička ponuda temeljena na prirodnim resursima, kao originalan proizvod, ima vrijedne sastavnice, o kojima u konačnici ovisi i njeno pozicioniranje. Doprinos je evidentan i u segmentu jačanja turističke marke destinacije, jer sve češće zdravstveno-turistički proizvodi doprinose jačanju turističkog imidža destinacije. Zdravstveno-turistička ponuda kao poticajna varijabla za razvoj turističke ponude destinacije u predsezoni, sezoni i posezoni, te njezin multiplikativni utjecaj u opsegu razvoja destinacije vremenom postaje prepoznatljiv turistički resurs. Osmišljavanje novih zdravstveno turističkih ponuda, te njihova realizacija u skladu s mogućnostima i interesima konkretne destinacije, te njihovo usavršavanje metodom benchmarkinga inspirativno je područje primijenjenog marketinga u turizmu. Kako bi sve navedeno bilo održivo potrebno je razvoju i upravljanju zdravstveno-turističke ponude u svrhu što racionalnijeg i efektivnijeg iskorištenja potencijala destinacije, pristupiti na kompleksan analitički način, s naglaskom na potencijal brendiranja turističke destinacije. Izradom strategije razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice omogućilo bi se sustavno djelovanje u smislu brendiranja destinacije i organizacije lokalnih zdravstveno-turističkih djelatnika.

Istraživanje provedeno za ovaj rad, kao i prikaz osnovnih strateških smjernica grada Crikvenice te cijele regije, potvrdilo je glavnu hipotezu rada da je tržište zdravstvenog turizma perspektivna tržišna niša za grad Crikvenicu. Tradicija i veći broj javnih i privatnih ustanova mogu

[133] *Biondić M.,Turistička zajednica Grada Crikvenice, Turistički forum "Crikvenica-rivijera zdravlja", Crikvenica, 2013.*

ponuditi tržištu kvalitetne i sveobuhvatne zdravstvene ponude, a podizanjem razine kvalitete smještajnih kapaciteta moguće je povećati i konkurentnost te pozicionirati Crikvenicu kao jednu od vodećih hrvatskih zdravstveno-turističkih destinacija. Definiranjem marketinške strategije koja će isticati ovu ponudu crikveničkog turizma, moguć je značajniji iskorak na europsko, a onda i svjetsko, tržište, a sve to u konačnici bi trebalo dovesti do produljenja turističke sezone što je jedan od osnovnih strateških ciljeva grada Crikvenice.

Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju, dakle, potvrđuju i hipotezu da bi razvoj zdravstvenog turizma umanjio sezonalnost turizma Crikvenice i omogućio dolazak gostiju veće platežne moći, koji će koristiti i izvanpansionske usluge, i izvan ljetne turističke sezone. To bi značilo i više zaposlenih i veće prihode od turizma.

Konkurentnost zdravstvenog turizma Crikvenice nije danas na zadovoljavajućoj razini potvrđeno je istraživanjem. Ispitanici su prilikom intervjua potvrdili ovu hipotezu spominjući nisku kategorizaciju smještajnih kapaciteta, lošu međusobnu komunikaciju hotelskih kuća, zdravstvenih ustanova, turističke zajednice i lokalnih vlasti. Vrlo je loše i upravljanje kvalitetom što pokazuje neznatan broj certificiranih ustanova. Konkurentnost se postiže zajedničkim djelovanjem svih pružatelja usluga, njihovim marketinškim akcijama te podrškom turističkih i inih zajednica jer, smatraju ispitanici, zdravstveni turizam se ne može graditi individualno kako je do sada bio slučaj.

Istraživanje je potvrdilo i pomoćnu hipotezu da Crikvenici još uvijek nedostaje integralni pristup u upravljanju i promociji zdravstveno-turističke ponude te da zdravstveni turizam Crikvenice treba ozbiljnu strategiju razvoja u kojoj bi bili uključeni svi potencijalni dionici iz ove destinacije. Strategija bi dala jasne načine povezivanja zdravstvenih i turističkih djelatnika i ustanova te bi se znao smjer u kojem razvoj zdravstvenog turizma grada Crikvenice treba ići. Glavna snaga zdravstvenog turizma Crikvenice je široko područje medicinske prevencije, a istraživanje je pokazalo da je sadašnja ponuda i potražnja više okrenuta ka kurativi. Stoga se ova destinacija mora usredotočiti na održivo upravljanje ključnim prirodnim resursima koji su potrebni za stvaranje konkurentnih turističkih proizvoda u budućnosti, a koji su još uvijek, prema mišljenju ispitanika, nedovoljno valorizirani.

Strategija bi se trebala temeljiti na istraživanju ciljanog tržišta prema kojemu bi se kasnije usmjerile i zajedničke marketinške akcije svih dionika zdravstvenog turizma u cilju promoviranja novog brenda zdravstveno-turističke destinacije, stvorenog po uzoru na već razvijene destinacije sličnih prirodnih, kulturnih i drugih resursa.

6. ZAKLJUČAK

Grad Crikvenica u strateškim planovima ističe turizam kao jedan od glavnih generatora današnjeg, ali i budućeg gospodarskog razvitka. Pri tome se naglašava značaj specifične ponude koja će se temeljiti na selektivnim oblicima turističke ponude kako bi se ostvarili glavni ciljevi – razvoj konkurentnog proizvoda i produljenje turističke sezone. Jedan od glavnih selektivnih turističkih proizvoda koji bi mogao biti ključni faktor za ostvarenje tih ciljeva je zdravstveni turizam. Proizvodi zdravstvenog turizma su jedan od najbrže rastućih segmenata suvremene svjetske turističke ponude i protražnja za njima postoji tijekom cijele godine, a Crikvenica ima prirodne resurse, zdravstvenu i turističku infrastrukturu, ali i tradiciju, na kojoj može temeljiti razvoj upravo takve turističke ponude.

Blaga i zdrava mediteranska klima, sudar morskog i zraka s obližnjeg gorja, čisto more, bujna vegetacija i velik broj sunčanih dana, prirodni su činitelji zbog kojih je Crikvenica još u 19. stoljeću prepoznata kao klimatsko lječilište, osobito pogodno za liječenje bolesti dišnih organa, srca, krvnih žila te živčanog sustava. Zahvaljujući tome nekadašnje ribarsko središte pretvoreno je u jedno od prvih turističkih odredišta na hrvatskoj obali Jadrana u kojemu je boravila tadašnja europska elita, osobito u zimskim mjesecima. Na tim temeljima izrasla je i suvremena ponuda zdravstvenog turizma Crikvenice, čiju jezgru čin specijalna bolnica Thalassotherapia Crikvenica, koja zbog svoje bogate prošlosti i razvijene infrastrukture bitno doprinosi promociji i razvoju crikveničkog područja kao zdravstveno-turističke destinacije. Osim Thalassotherapije Crikvenica, za razvoj zdravstvenog turizma na području grada Crikvenice, imaju i Terme Selce, Poliklinika Katunar, Poliklinika Oxy, dentalne ordinacije, wellness i spa ponuda te alternativne metode liječenja.

Kao dio Europe, najjače svjetske regije zdravstvenog turizma, Hrvatska, pa tako i Crikvenica, imaju jaku konkurenciju u okruženju. Zato se ova destinacija mora usredotočiti na održivo upravljanje ključnim prirodnim resursima te planski razvoj i širenje zdravstvene i turističke infrastrukture i diverzifikaciju zdravstveno-turističkih usluga kako bi se stvorio konkurentni turistički proizvod kakav tržište traži. Usporedo s time potrebno je pojačati promociju postojećih sadržaja na tržištu, što je moguće postići integrativnim pristupom svih zdravstvenih i turističkih subjekata na području Crikvenice. Promocija treba ići u smjeru repozicioniranja Crikvenice na karti zdravstveno-turističkih destinacija u Hrvatskoj i Europi kako bi se privukao veći broj turista i potražnja produljila na cijelu godinu, a time i povećali prihodi od ove djelatnosti.

Pokazalo je to i istraživanje među crikveničkim djelatnicima u zdravstvu i turizmu koji, iako postoji razlika u njihovoj percepciji trenutačnog stanja i promišljanja perspektive razvoja, dijele

stav da je zdravstveni turizam perspektivna niša za grad Crikvenicu budući da postoje pretpostavka da se Crikvenica, kroz podizanje konkurentnosti i diverzifikaciju ponude, može pozicionirati kao jedna od vodećih hrvatskih zdravstveno-turističkih destinacija. Repozicioniranje na domaćem i međunarodnom tržištu potreba je kako bi se umanjila sezonalnost, složili su se ispitanici iz oba sektora, naglašavajući potrebu povezivanja zdravlja i turizma i integralnog pristupa upravljanju i promociji Crikvenice kao jedinstvene zdravstveno-turističke destinacije. Upravo je nedostatna povezanost zdravstvenog i turističkog sektora, kao i nedostatak integralnog pristupa ono što usporava razvoj zdravstvenog turizma u Crikvenici, smatraju ispitanici. Zdravstveno-turistički značaj Crikvenice još uvijek nije dovoljno naglašen u promociji ove destinacije, pokazalo je istraživanje. Jedan od načina da se to promijeni je i izrada strategije razvoja zdravstvenog turizma Crikvenice i Rivijere, koja bi dala smjer budućeg razvoja i jasno pozicionirala zdravstveno-turističke proizvode unutar cjelovite turističke ponude destinacije.

Usporedba s istraživanjima provedenim u Rabu i Opatiji pokazala je da Crikvenica ipak zaostaje u razvoju u odnosu na Opatiju koja ima vrlo slične prirodne pretpostavke i tradiciju, dok Rab ima nešto manje razvijenu zdravstvenu infrastrukturu. Prevencija zdravlja u smislu SPA i Wellness programa najslabija je karika zdravstveno-turističke ponude u odnosu na razvijenu Opatiju. U budućem istraživanju Crikvenicu i njezinu zdravstveno-turističku ponudu trebalo bi obuhvatiti u okviru cijele ponude Kvarnera kako bi se jasno odredila njezina pozicija u ovoj regiji. Upravo zdravstveni turizam ove regije ističu kao najvažniji turistički proizvod i ulažu se značajni napori u objedinjavanju zdravstveno-turističke ponude, povezivanju subjekata i promociju cijele regije kao „regije zdravlja". Takav razvoj prilika je i za Crikvenicu da istakne svoje komparativne prednosti i izradi strategiju koja će se temeljiti, između ostaloga, i na istraživanju ciljnog tržišta prema kojemu bi se usmjerile zajedničke marketinške akcije promoviranja zdravstveno-turističkog brenda Crikvenice.

Crikvenički zdravstveno-turistički brend koji bi to područje pozicionirao kao „regiju zdravlja" trebalo bi graditi na medicinskoj prevenciji za koju analize pokazuju da je glavna snaga zdravstvenog turizma na ovome području. Trenutačno je ponuda više usmjerena na kurativu pa bi se u budućnosti trebalo usredotočiti na razvoj ponude cjelogodišnjih preventivnih zdravstvenih programa baziranih na ključnim prirodnim resursima i takve turističke proizvode ponuditi tržištu. Aktivnosti treba usmjeriti i na razvoj SPA i wellness ponude, te širenje podizanje razine zdravstvene i hotelske ponude.

LITERATURA

Knjige

1. Avelini Holjevac, I., Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turističkih i hotelski menadžment, Opatija, 2002.
2. Car, A., Thalassotherapia Crikvenica - Stoljetna tradicija zdravstvene djelatnosti. Rijeka-Crikvenica, Adamić, 2009.
3. Čorak, S., Mikačić, V., Turizam – plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
4. Bartolucci, M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013.
5. Grad Crikvenica – kamik, more i čovik (monografija), Rijeka, Glosa d.o.o., 2008.
6. Kričkova Pavla, Život a dilo Marie Steyskalove, Brno, Nakladen Českei ženske peče o mladeži na Morave, 1928.
7. Laszowski E., Gorski kotar i Vinodol dio državine knezova Frankopana i Zrinskih, mjestopisne i povijesne crtice, Matica Hrvatske, Zagreb, 1923.
8. Nemet, D., Vijenac, Opseg 3, Sveučilište Indiana, 1924.
9. Novak M., ArtCroatia LLC, Hrvatska, 2007.
10. Peršić, M. i dr., Zdravstveni turizam Grada Raba – Resursna osnovica, Opatija – Rab, 2014.
11. Ratkajec, M., Zidarstvo i klesarstvo Crikvenice i Vinodola – rezultati terenskog istraživanja, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, Zagreb, 2009.
12. Smith, M., Puczko, L., Health, Tourism and Hospitality – Spas, wellness and medical travel, Second edition, London & New York, Routledge – Taylor & Francis Group, 2014.
13. Vukonić, B., Čavlek, N., (ur.), Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001.

Članci

1. Bartoluci M., Birkić D., Upravljanje kvalitetom ljudskih resursa u zdravstvenom turizmu, Acta Turistica, Vol. 5 No.1, svibanj 2011.

2. Bartolucci, M., Hendija, Z., Stanje i perspektive razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Međunarodne konferencije o menadžmentu u turizmu i športu, Sv. Martin na Muri, 2012.
3. Bartolucci, M., Stručni kadrovi u turizmu, Zbornik radova 1. hrvatskog znanstveno-stručnog skupa o menadžmentu u turizmu i športu održanog od 18. do 20. ožujka 2010. u Čakovcu, Međimursko veleučilište, Čakovec, 2010., pp 7-19
4. Bašić, M., Crikvenička toponimija, FOC 18, 1–52, 2009.
5. Brozičević, I., Jurdana S., Uremović V., Development of Thalassotherapy, Rijeka, Acta Fac. Med. Flum. 15. 1990.
6. Brozičević, V., Zdravstveni turizam, program sportske medicine i rehabilitacije u Termama Selce, Turistički forum „Crikvenica - rivijera zdravlja“, Crikvenica, 2013.
7. Crooks V., R. R., J., Critically reflecting on Loh's "Trends and structural shifts in health tourism", Elsevier, 2016.
8. Drăghici C., C., R., A., Health Tourism Contribution to the Structural Dynamics of the Territorial Systems with Tourism Functionality, Elsevier B.V., 2016.
9. Geić, S., Geić, J., Čmrlec, A., Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu, Informatologija, Vol. 43 No. 4, prosinac 2010.
10. Ivanišević, G., Bogatstvo u zemlji, moru i zraku, Narodni zdravstveni list, Rijeka, svibanj-lipanj 2002.
11. Jurdana, S., Uremović, V., Razvoj turizma i talasoterapije u Crikvenici, u: Krištafor, V., Jurdana, S. i Uremović, V., Turistička Crikvenica 1888.-1988., Turističko društvo Crikvenica, Crikvenica, 1988.
12. Kashuba V.O.Goncharova N.N., Butenko H.O., EFFECTIVENESS OF HEALTH TOURISM APPLICATION AS THE BASIS OF HEALTH RELATED RECREATIONAL TECHNOLOGY IN PRIMARY SCHOOL PUPILS' PHYSICAL EDUCATION, Pedagogics, Psychology, Medical-Biological Problems of Physical Training and Sports, 2016.
13. Milinović, D., Strategija razvoja lječilišta i specijalnih bolnica za rehabilitaciju u funkciji razvoja zdravstvenog turizma Republike Hrvatske, Acta Turistica Nova, Vol. 6 No. 1, travanj 2012.
14. Mueller H., Kaufmann E.L., Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, *Journal of Vacation Marketing, 2001.*

15. Uremović, V., Jurdana, S. Uloga Ivana i Milivoja Dežmana na zdravstveno turističko usmjerenje Kvarnera, Rijeka, Medicina, 1999.
16. Uremović, V., Vukelić, I., Gobić, J., Počeci i razvoj talasoterapije i zdravstvenog turizma u Crikvenici, Acta med-hist Adriat, 2006.
17. Vuković, I., Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije u Republici Hrvatskoj, Tourism and Hospitality Management, Vol 12, No 1, pp 35-55, 2006.

Ostali izvori

1. Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2014.
2. Andres-Rogović, M., Alternativne metode iscjeljivanja, Turistički forum „Crikvenica za dušu i tijelo“, Crikvenica, 2014.
3. Biondić, M., Turistička zajednica Grada Crikvenice, HR Turistički forum „Crikvenica – rivijera zdravlja“, Crikvenica, 2013.
4. Bezić, H. i dr., Strategija gospodarskog razvitka grada Crikvenice 2012. – 2022., Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2014
5. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Ugostiteljstvo u 2010., Statističko izvješće broj 1435, Zagreb, 2011.
6. Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.
7. Katalog projekata zdravstvenog turizma, Ministarstvo zdravlja, Zagreb, 2015.
8. Kvarner – strateški marketinški plan turizma 2009. – 2015., Institut za turizam, Zagreb, 2009.
9. Lončarić, D., Uloga Thalassotherapije Crikvenica u razvoju medicinskog turizma, Turistički forum „Crikvenica - rivijera zdravlja“, Crikvenica, 25. rujna 2013.
10. Magaš, D., FMTU, Turistički forum „Crikvenica – rivijera zdravlja", Thalassotherapia Crikvenica, 2013.
11. Medak, M., Izazovi i potencijali zdravstvenog turizma, Hospital days, 2013.
12. Mindel, Health and wellness tourisme in Europe, 2014.
13. Muzur, A., Kako se kali(o) Kurort, Zbornik Lovranšćine, Knjiga 1, 2010.
14. Nacionalna strategija razvoja zdravstva Hrvatske 2012. – 2020., Narodne novine, Zagreb, br 116/2012, 2012.

15. Peršić, M., Zdravstveni turizam u razvoju turističke destinacije, International Health turism Industry Conference, Zagreb, 2012.
16. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb, 2013.
17. Renata, V., Turistička zajednica Kvarnera, Brendiranje zdravstvenog turizama na Kvarneru projektom „Kvarner Health & Wellbeing“, 2. Turistički forum „Crikvenica za dušu i tijelo“, Thallassotherapia Crikvenica, 2013.
18. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., Narodne novine, br. 55/13, Zagreb, 2013.
19. Strateški marketinški plan turizma 2009-2015 – Proizvodi zdravstvenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 2009.
20. Urban J.-B., Hotel Kvarner Palace, Dr. Wilfried Holleis, Rijeka 2014.
21. Žalec, Hrvatski učiteljski dom u Crikvenici, Zagreb, 1971.

Internet stranice

1. http://www.thalasso-ck.hr/
2. http://www.rivieracrikvenica.com/
3. https://www.hgk.hr/
4. http://hr.wikipedia.org/
5. http://www.zane.hr
6. www. spa.gotohungary.com
7. www.healt-and-spa.com
8. https://bib.irb.hr/
9. http://sudreg.pravosude.hr
10. http://terme-selce.hr
11. http://oxy.hr
12. www.poliklinika-katunar.hr
13. http://www2.unwto.org

POPIS TABLICA

Tabela 1 SWOT analiza zdravstvenog turizma Republike Hrvatske 16
Tabela 2 Ukupan promet turista u Gradu Crikvenica u 2014. godini. 26
Tabela 3 Ukupan promet turista u Gradu Crikvenica u 2014. s obzirom na vrstu smještaja 26
Tabela 4 Smještajni kapacitet po vrstama objekata u Gradu Crikvenici u 2014. godini 27

POPIS SLIKA

Slika 1 Thalassotherapia Crikvenica krajem 19. stoljeća 34
Slika 2 Thalassotherapia Crikvenica 39

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1 Najčešći gosti zdravstveno-turističkih ustanova (zdravstveni kadar) 45
Grafikon 2 Najčešći gosti zdravstveno-turističkih ustanova (turistički kadar) 46
Grafikon 3 Dobne skupine gostiju u zdravstveno turističkim ustanovama (zdravstveni kadar) 47
Grafikon 4 Dobne skupine gostiju u zdravstveno turističkim ustanovama (turistički kadar) 48
Grafikon 5 Korištenje prirodnih ljekovitih činitelja u zdravstveno turističkoj ponudi (zdravstveni kadar) 49
Grafikon 6 Udio korištenja prirodnih ljekovitih činitelja u zdravstveno turističkoj ponudi (turistički kadar) 50
Grafikon 7 Certifikati kvalitete u zdravstvenom sektoru 51
Grafikon 8 Certifikati kvalitete u turističkom sektoru 52
Grafikon 9 Udio zdravstveno-turističke u odnosu na ostalu ponudu u zdravstvenim ustanovama 53
Grafikon 10 Udio zdravstveno-turističke u odnosu na ostalu ponudu u turističkom sektoru 54
Grafikon 11 Najčešći načini oglašavanja u zdravstvenom sektoru 55
Grafikon 12 Najčešći načini oglašavanja u turističkom sektoru 56
Grafikon 13 Ispitivanja zadovoljstva gostiju uslugom u ustanovama (zdravstveni kadar) 57
Grafikon 14 Ispitivanja zadovoljstva gostiju uslugom u ustanovama (turistički kadar) 58
Grafikon 15 Važni zdravstveno-turistički projekti (zdravstveni kadar) 59

Grafikon 16 Važni zdravstveno-turistički projekti (turistički kadar) 60
Grafikon 17 Usluge korisne za razvoj zdravstvenog turizma (zdravstveni kadar) 62
Grafikon 18 Usluge korisne za razvoj zdravstvenog turizma (turistički kadar) 63
Grafikon 19 Značaj motiva dolaska turista u Crikvenicu (zdravstveni kadar) 65
Grafikon 20 Značaj motiva dolaska turista u Gradu Rabu (zdravstveni kadar) 66
Grafikon 21 Značaj motiva dolaska turista u Gradu Rabu (zdravstveni kadar) 67
Grafikon 22 Značaj motiva dolaska turista u gradu Crikvenici (turistički kadar) 68
Grafikon 23 Značaj motiva dolaska turista u gradu Rabu (turistički kadar) 69
Grafikon 24 Značaj motiva dolaska turista u gradu Opatiji (turistički kadar) 70
Grafikon 25 Prosječne ocjene zdravstveno-turističkih motiva u Crikvenici, Rabu i Opatiji (zdravstveni kadar) 71
Grafikon 26 Prosječne ocjene zdravstveno-turističkih motiva u Crikvenici, Rabu i Opatiji (turistički kadar) 72
Grafikon 27 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Crikvenice (zdravstveni kadar) 73
Grafikon 28 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Raba (zdravstveni kadar) 74
Grafikon 29 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Opatije (zdravstveni kadar) 75
Grafikon 30 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Crikvenice (turistički kadar) 77
Grafikon 31 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Raba (turistički kadar) 78
Grafikon 32 Raspoloživosti elemenata turističke ponude Opatije (turistički kadar) 79

PRILOZI

Prilog 1. Pitanja ankete

1. Iz koje države su gosti koji Vas najviše posjećuju?
2. Koje su dobne skupine gosti koji Vas najviše posjećuju?
3. Da li se koristite prirodnim ljekovitim činiteljima u zdravstveno turističkim uslugama, ako da kojim?
4. Da li posjedujete neki od certifikata kvalitete, ako da koji?
5. Koliki je udio zdravstveno turističke ponude u odnosu na ostalu ponudu koju imate?
6. Na koji se način oglašavate?
7. Da li provodite ispitivanja zadovoljstva gostiju primljenom uslugom?
8. Koji su po Vašem mišljenju mogući projekti, koji bi značajno doprinijeli razvoju zdravstvenog turizma u Crikvenici?
9. Koje vrste medicinskih usluga bi prema Vašem mišljenju mogle biti atraktivne za razvoj medicinskog turizma u turističkoj destinaciji Crikvenica:
10. Kako ocjenjujete suradnju sudionika/ponuđača usluga zdravstvenog turizma u destinaciji?
11. Prema Vašem mišljenju, koliki je značaj svakog pojedinog motiva dolaska turista u Crikvenicu:

1 - IZRAZITO NIZAK, 2 - NIZAK, 3 - SREDNJI, 4 - VISOK, 5 - IZRAZITO VISOK

- **a.** Sunce, more, plaže
- **b.** Prirodne ljepote
- **c.** Provod i zabava
- **d.** Ljubav i romantika
- **e.** Kulturna događanja
- **f.** Kulturno-povijesna, arheološka i geološka baština
- **g.** Sport i rekreacija
- **h.** Nautika
- **i.** Gastronomija
- **j.** Posjet prijateljima i rodbini
- **k.** Kongresi i seminari
- **l.** Ostali poslovni razlozi

m. Edukativni programi
n. Kupovina
o. Religija
p. Prevencija zdravlja
q. Liječenje i srodni tretmani
r. Ostalo

12. Ocijenite ulogu nabrojanih elemenata turističke ponude Crikvenice u razvoju zdravstvenog turizma Crikvenice:

1 - IZRAZITO NIZAK, 2 - NIZAK, 3 - SREDNJI, 4 - VISOK, 5 - IZRAZITO VISOK

a. Prirodne ljepote, klima, čisti zrak
b. Nezagađeni i očuvani okoliš te hortikulturalna baština
c. Prirodni ljekoviti činitelji
d. Opremljenost plaža
e. Ugodno okruženje, nema buke
f. Geoprometni položaj
g. Prometna dostupnost i kvaliteta prometnica
h. Osobna sigurnost u destinaciji
i. Kulturno-povijesna baština
j. Običaji
k. Autohtona gastro ponuda
l. Ribarstvo i ekološka poljoprivreda
m. Lokalni autohtoni proizvodi
n. Prirodni ljekoviti proizvodi
o. Sportsko-rekreacijski sadržaji
p. Ljubaznost i komunikativnost građana
q. Ljubaznost zaposlenih u turizmu
r. Poznavanje stranih jezika građana
s. Poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu
t. Poznavanje stranih jezika zaposlenih u zdravstvu
u. Stručnost i profesionalnost zaposlenih u turizmu
v. Stručnost i profesionalnost zaposlenih u zdravstvu

w. Raspoloživost edukacijskih sadržaja za turizam

x. Medicinski turizam (dijagnostika, dentalna medicina, estetska kirurgija,specijalističke ambulantealternativna medicina, skrb o osobama treće dobi...)

y. Moderne tehnologije u medicinskom turizmu

z. Certifikati i akreditacije u zdravstvenom turizmu

aa. Wellness i SPA ponuda u hotelima, SPA centrima, turističkoj destinaciji

bb. Kvalificirani kadrovi u ponudi wellness i SPA usluga

13. Dodatne sugestije, primjedbe i zapažanja vezana uz mogućnosti razvoja zdravstvenog turizma u Crikvenici.