

Zdravstveni turizam u Hrvatskoj - obilježja potražnje korisnika zdravstveno turističkih usluga

Mesić, Željka; Hercigonja, Damian; Hadelan, Lari; Tomić Maksan, Marina

Source / Izvornik: **Agroeconomia Croatica, 2021, 11, 42 - 50**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:204:086349>

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

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



Repository / Repozitorij:

[Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb](#)



Zdravstveni turizam u Hrvatskoj – obilježja potražnje korisnika zdravstveno turističkih usluga

Željka Mesić¹, Damian Hercigonja², Lari Hadelan³, Marina Tomić Maksan¹

¹Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Zavod za marketing u poljoprivredi, Svetošimunska cesta 25, Zagreb, Croatia (zmesic@agr.hr)

²Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, diplomski studij Ekološka poljoprivreda i agroturizam, Svetošimunska cesta 25, Zagreb, Croatia

³Sveučilište u Zagrebu Agronomski fakultet, Zavod za agrarnu ekonomiku i ruralni razvoj, Svetošimunska cesta 25, Zagreb, Croatia

SAŽETAK

Cilj rada je ispitati preferencije i ponašanje korisnika zdravstveno-turističkih usluga u Hrvatskoj te utvrditi profil korisnika s obzirom na njihova sociodemografska obilježja. Anketno ispitivanje provedeno je na uzorku od 303 ispitanika. Prema rezultatima istraživanja najviše ispitanika je upoznato s pojmom zdravstvenog turizma, pri čemu ga većina definira kao „Putovanje unutar svoje zemlje i/ili u inozemstvo zbog poboljšanja zdravlja“. Ispitanici s višim obrazovanjem i višim mjesečnim prihodima upoznati su s pojmom zdravstvenog turizma u odnosu na one s nižim obrazovanjem i prihodima. Od ukupnog broja ispitanika, samo trećina njih koristi zdravstveno-turističke usluge i to uglavnom jednom do dva puta godišnje. S obzirom na vrstu turizma, ispitanici najviše koriste usluge *wellness* i medicinskog turizma, a nešto manje usluge lječilišnog turizma (SPA). Zdravstveno-turističke usluge ispitanici u najvećoj mjeri koriste u kontinentalnoj Hrvatskoj te su s istima zadovoljni. Rezultati pokazuju da obrazovaniji ispitanici s višim mjesečnim primanjima u dobnoj skupini od 46 do 55 godina više koriste zdravstveno-turističke usluge u odnosu na mlađe ispitanike, nižeg obrazovanja te nižih prihoda. Rezultati istraživanja mogli bi pomoći pružateljima zdravstveno-turističkih usluga u vidu poboljšavanja marketinških strategija, odabira odgovarajućih kanala promocije te optimizacije određenih karakteristika ponude kako bi korisnici bili još zadovoljniji.

Ključne riječi: zdravstveni turizam, vrste zdravstvenog turizma, zadovoljstvo ponudom

UVOD

U posljednjem je desetljeću zdravstveni turizam jedan od najbrže rastućih trendova turističkih putovanja, koji na svjetskoj razini

raste između 15 i 20 posto. Glavni razlozi povećane potražnje za zdravstveno-turističkim uslugama su briga i svijest ljudi o zdravlju, povećanje slobodnog vremena i dohotka

stanovništva, ali i promjene u načinu rada i vrlo užurban i stresan način života (Ministarstvo zdravstva, 2020).

Zdravstveni turizam se definira kao „privremena promjena stalnog boravka ljudi i odlazak u povoljno klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative i rehabilitacije“ (Vukonić i Čavlek, 2001). Spada u najstarije selektivne oblike turizma u kojemu se koriste prirodni ljekoviti činitelji u cilju očuvanja i unapređenja zdravlja i poboljšanja kvalitete života (Nakić i sur., 2013).

Postoje tri vrste zdravstvenog turizma: medicinski turizam (odvija se u medicinskim ordinacijama, klinikama/poliklinikama i specijalnim bolnicama), *wellness* turizam (odvija se pretežito u hotelima i lječilištima) i lječilišni turizam (odvija se u lječilištima i specijalnim bolnicama).

Tri komponente su različite, ali se i u nekim aspektima preklapaju. Medicinski je turizam povezan s izlječenjem bolesti; *wellness* turizam promiče osobnu dobrobit, dok je lječilišni turizam pozicioniran između, s ciljem sprječavanja bolesti i željom da se održi zdravlje. *Wellness* i lječilišni turizam također su povezani s određenim vrstama ponuđenih sadržaja u 'wellness centrima' i toplicama, dok se medicinski turizam usredotočuje na (ne-turizam) medicinske ustanove (Mainil i sur., 2017).

Zdravstveni turizam u Europskoj uniji (EU) ostvaruje prihod od 46,9 milijardi eura, što predstavlja 4,6 % ukupnih prihoda od turizma i 0,33 % BDP-a EU28. Više od 75 posto prihoda od zdravstvenog turizma EU dolazi iz pet zemalja: Švedske, Francuske, Poljske, Italije i Njemačke (Mainil i sur., 2017). Istraživanje Europske komisije pokazuje da je veliki dio građana Europske unije, oko 49 %, spremno

putovati radi zdravstvene zaštite (Mainil i sur., 2017). Mnoge zemlje su prepoznale potencijal ove grane turizma te sve više ulažu i potiču razvoj zdravstvenog turizma nudeći jeftine letove, otvorene granice i inkluzivne pakete kako bi dodatno potaknule ovaj segment turističkog tržišta. U Turskoj, koja je posljednjih godina postala jedno od popularnih odredišta za medicinske turiste koji traže manje zahtjevne tretmane, vlada nudi popuste za turiste koji lete Turkish Airlinesom. Turska Vlada također planira uvesti neoporezive zdravstvene zone za inozemne korisnike. Kako bi povećala turistički promet, Španjolska je još 2008. godine u svoju ponudu uvrstila umjetnu oplodnju kako bi potaknula razvoj fertilnog turizma.

Republika Hrvatska, kao tradicionalno turistički orijentirana zemlja, također potiče razvoj zdravstvenog turizma. Ministarstvo turizma je još 2013. godine izradilo Strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine u kojoj je zdravstveni turizam identificiran kao jedan od prioriternih turističkih proizvoda Hrvatske. Međutim, u Hrvatskoj zdravstveni turizam donosi prihod od samo 300 milijuna eura godišnje, što čini manje od tri posto ukupnog prihoda u turizmu u 2013. godini (Poslovni dnevnik, 2016). Iako Hrvatska ima nezagađenu prirodu, ljekovito blato, čisto more visokog stupnja saliniteta, ljekovite termalne vode, hrvatski zdravstveno-turistički proizvod nedovoljno je razvijen i nedovoljno konkurentan (Gračanin, 2010). Kao i u mnogim drugim EU zemljama, *wellness* turizam čini najveći dio ponude zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, a obuhvaća skup pružatelja usluga *wellnessa* koji čini oko 80 hotela te različiti *wellness* centri. Ponudu lječilišnog turizma čini 15 specijalnih bolnica i lječilišta, dok usluge medicinskog turizma nude veliki bolnički sustavi i velik broj privatnih ordinacija, prije

svega u stomatologiji, ortopediji i plastičnoj kirurgiji (Ministarstvo turizma, 2014). Prema podacima prikazanim u Nacionalnoj strategiji zdravstva iz 2012. godine, zdravstveni turizam najrazvijeniji je u kontinentalnom dijelu Hrvatske gdje prevladavaju toplice i lječilišta s dugogodišnjom tradicijom (Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske, 2012).

Istraživanje Instituta za turizam 2018. godine pokazalo je da su korisnici *wellness* i medicinskih usluga u Hrvatskoj pretežito stranci (82 % i 73 %) koji dolaze iz bližih tradicionalnih emitivnih turističkih tržišta, dok su korisnici lječilišnih usluga pretežito domaći gosti (67 %). Prethodna istraživanja pokazuju da su zdravstveni turisti u najvećem broju dobro informirani i zahtjevni gosti koji očekuju kvalitetan smještaj i uslugu te vrhunske zdravstvene usluge te je potrebno je kontinuirano ulagati u razvoj nove ponude kao i u unaprjeđivanje kvalitete postojeće. S obzirom na to da je potražnja za uslugama u zdravstvenom turizmu u stalnom porastu, bolje poznavanje korisnika ključno je za izradu marketinških strategija.

Cilj je rada ispitati upoznatost ispitanika sa zdravstvenim turizmom, utvrditi preferencije i ponašanje korisnika zdravstveno-turističkih usluga u Hrvatskoj te profil korisnika s obzirom na njihova sociodemografska obilježja.

MATERIJAL I METODE

Anketno ispitivanje potrošača je provedeno na uzorku od 303 ispitanika, od toga je 105 ispitanika anketirano licem u lice a 198 ispitanika *online*. Anketno ispitivanje je provedeno u razdoblju od 4. veljače 2019. godine do 5. srpnja 2019. godine. U prvom dijelu anketnog ispitivanja ispitana je upoznatost ispitanika sa

zdravstvenim turizmom, učestalost korištenja i vrste korištenja zdravstveno turističkih usluga. Sljedeća skupina pitanja se odnosila na zadovoljstvo pojedinim elementima zdravstvenog turizma u odabranoj destinaciji koja su mjerena na ljestvici od pet stupnjeva (1 = u potpunosti nezadovoljan/na, 2 = nezadovoljan/na, 3 = nema mišljenje, 4 = zadovoljan/na 5 = u potpunosti zadovoljan/na). Sljedeća skupina pitanja se odnosila na ocjenu razvijenosti zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Posljednjom skupinom pitanja su prikupljeni podaci o sociodemografskim obilježjima ispitanika: spol, dob, školska sprema i dohodak. Prikupljeni podaci unijeti su i obrađeni u statističkom programskom paketu (SPSS). Obrada prikupljenih podataka je provedena pomoću jednovarijatne (frekvencije, distribucija podataka) i dvovarijatne analize podataka (hi-kvadrat test).

REZULTATI I RASPRAVA

Opis uzorka

U anketnom istraživanju je sudjelovalo 59,1 % žena i 40,9 % muškaraca. Najviše ispitanika je u dobi od 18 do 25 godine (24,4 %) te u dobi od 36 do 45 godina (21,1 %). Približno polovica ispitanika ima završenu višu ili visoku školu (45,4 %) i srednju školu (41,3 %). Najviše ispitanih ima mjesečna primanja do 3500 kuna, što je vjerojatno povezano s većim udjelom studenata u uzorku.

Tablica 1. Socio-demografska obilježja uzorka

Varijable		N	%
Spol	Muško	124	40,9
	Žensko	178	59,1
Dob	18 – 25	73	24,4
	26 – 35	59	19,5
	36 – 45	64	21,1
	46 – 55	63	20,8
	55+	43	14,2
Stupanj obrazovanja	Osnovna škola	29	9,7
	SSS	125	41,3
	VŠS/VSS	137	45,4
	Doktorat	11	3,6
	Do 3500 kn	92	30,5
Osobni mjesečni prihod	3501 – 5000 kn	42	13,9
	5001 – 7500 kn	84	27,8
	Više od 7500 kn	84	27,8

Izvor: Obrada autora

Upoznatost ispitanika s pojmom “zdravstveni turizam” i korištenje zdravstveno turističkih usluga

Prema subjektivnoj ocjeni, trećina ispitanika (33 %) točno zna što je zdravstveni turizam, njih 39 % izjasnilo se da to znaju, ali nisu sigurni u točnu definiciju. Nešto manje ispitanika (28 %) ne zna što je zdravstveni turizam. Nadalje, ispitanicima koji su potvrdno odgovorili, postavljeno je pitanje da objasne što za njih znači pojam zdravstveni turizam. Na ovo pitanje odgovorilo je 219 ispitanika. Najveći broj ispitanika, njih 80 (26,4 %), odgovorilo je da je zdravstveni turizam: “Putovanje unutar svoje zemlje i/ili u inozemstvo zbog poboljšanja zdravlja.” Drugi najčešći odgovor, kojeg je ponudilo 55 ispitanika (17,5 %) bio je: “Odmor i liječenje”. Sljedeći po redu odgovor ponudilo je 37 ispitanika (12,2 %), za njih je zdravstveni turizam: “Toplice/ *Wellness*/ prirodna dobra”. Iako su dali potvrdni odgovor

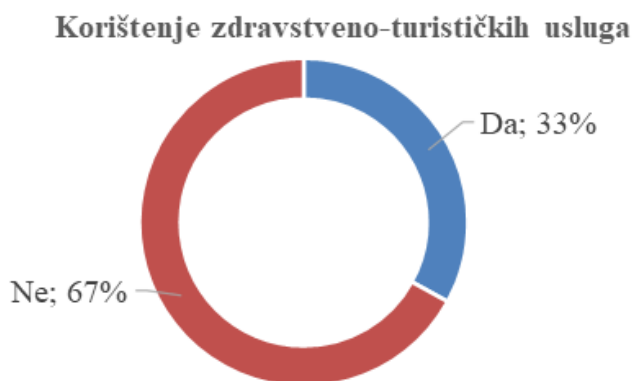
u prošlom pitanju, (“Jeste li upoznati s pojmom zdravstveni turizam?”), 26 ispitanika (8,6 %) je ipak napisalo da ne zna što je zdravstveni turizam. Dalje, 14 ispitanika (4,6 %) je odgovorilo: “Odlazak iz mjesta boravka kako bi uživali u blagodatima prirode”. Na kraju, 9 ispitanika (3 %) tvrdi da je zdravstveni turizam: “Turizam za ljude s većom platežnom moći”.

Rezultati χ^2 testa pokazali su da su ispitanici s višim obrazovanjem (VŠS/VSS) i višim mjesečnim prihodima upoznatiji s pojmom zdravstvenog turizma u odnosu na one s nižim prihodima i obrazovanjem ($p < 0,05$). Za dob nije utvrđena statistički značajna veza u odnosu na upoznatost ispitanika s zdravstvenim turizmom ($p > 0,05$).

Iako je visok udio ispitanika upoznat s pojmom zdravstvenog turizma, samo je trećina njih koristila zdravstveno-turističke usluge, dok najveći udio ispitanika nikada nije koristio iste (67,7 %).

Pomoću χ^2 testa utvrdili smo da obrazovaniji ispitanici s višim mjesečnim primanjima u dobnoj skupini od 46 do 55 godina više koriste zdravstveno-turističke usluge u odnosu na mlađe ispitanike, nižeg obrazovanja te nižih prihoda ($p < 0,05$). U prijašnjem istraživanju Gregorić (2015) navodi se da osobe starije

životne dobi najčešće koriste zdravstveno-turističke usluge, a iza njih slijede osobe srednje životne dobi. Razlike u korištenju zdravstveno-turističkih usluga u odnosu na spol ispitanika ne postoje, odnosno podjednak broj muškaraca i žena koristi usluge ($p > 0,05$).



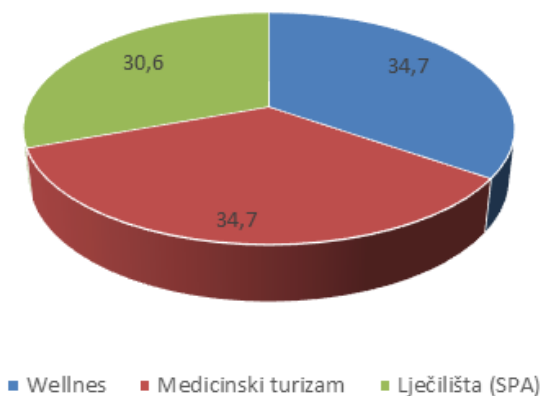
Grafikon 1. Jeste li ikada koristili zdravstveno-turističke usluge? (n=303)

Izvor: Obrada autora

Od ukupno 98 ispitanika koji koriste zdravstveno-turističke usluge, najviše njih ih koriste 1 – 2 puta godišnje (48 %), 35 % jednom u nekoliko godina, dok 15 % ispitanika koristi zdravstveno-turističke usluge više od tri puta godišnje.

S obzirom na vrstu korištenja zdravstvenog turizma, jednak udio ispitanika koristi usluge *wellness* turizma i medicinskog turizma (34,7 %, n = 34). Lječilišta, odnosno SPA turizam, koristi nešto manje ispitanika (30,6 %, n = 30).

Vrste korištenja zdravstvenog turizma



Grafikon 2. Prikaz najčešće korištenih vrsta zdravstvenog turizma (n = 98)

Izvor: Obrada autora

U kategoriji medicinskog turizma najveći broj ispitanika je koristio usluge klinika estetske kirurgije (n = 14), medicinskih toplica (n = 8) i usluge stomatoloških klinika (n = 7). Ispitanici koji su naveli kako najčešće koriste lječilišta/SPA najviše su koristili usluge termalnih kupki (n = 13), 10 ispitanika je odlazilo na lječilišne destinacije, dok je manji broj ispitanika koristio usluge ekoloških lječilišta i Ayurveda klinika (Tablica 2).

Tablica 2. Vrste korištenja zdravstveno-turističkih usluga

Vrste zdravstvenog turizma	Potkategorije	N
Medicinski turizam	Medicinske toplice	8
	Klinike estetske kirurgije	14
	Stomatološke klinike	7
	Bolnice / klinike	5
Ukupno		34
Wellnes	Wellness krstarenja	3
	Gimnastičke dvorane / <i>fitness</i> centri	5
	Hotelski <i>wellness</i>	10
	Klinike ljepote i zdravlja	11
	Dnevni tretmani	5
Ukupno		34
Lječilišta (SPA)	Lječilišne destinacije	10
	Ekološka lječilišta	3
	Termalne kupke	13
	Ayurveda klinike	3
	Yoga i duhovne vježbe	1
Ukupno		30

Izvor: Obrada autora

U kategoriji *wellness* turizma ispitanici su najviše koristili usluge klinika ljepote i zdravlja (n = 11) i usluge hotelskog *wellnessa* (n = 10) (Tablica 2). Mogući razlozi učestalijeg korištenja usluga *wellness* turizma su komercijalna dostupnost, povoljne cijene i redovite akcije na raznim portalima (Tablica 2).

Prema regijama, rezultati su pokazali kako je najveći broj ispitanika koristio zdravstveno-turističke destinacije u kontinentalnoj Hrvatskoj (51 %), njih 28,6 % koristilo je zdravstveno-

turističke usluge u primorskoj Hrvatskoj, a 20,4 % u inozemstvu. U kontinentalnoj Hrvatskoj ispitanici najčešće posjećuju poznate toplice i lječilišta, kao što su: Tuheljske toplice, Krapinske toplice, Stubičke toplice, terme Topusko itd. Od inozemnih destinacija ispitanici najčešće odlaze po zdravstveno-turističke usluge u Srbiju, Tursku i Sloveniju.

Zadovoljstvo pojedinim elementima zdravstvenog turizma u posjećenoj destinaciji

Na ljestvici od 1 do 5 (u potpunosti nezadovoljan – u potpunosti zadovoljan) ocjenjivala se kvaliteta ponude, kvaliteta usluge, cijena, odnos cijene i kvalitete, prometna dostupnost i popratni sadržaji u posjećenoj destinaciji. Prosječna ocjena ukupnog zadovoljstva pojedinim elementima zdravstvenog turizma u posjećenoj destinaciji

je 3,76 pri čemu su posjetitelji najzadovoljniji prometnom dostupnošću (srednja vrijednost 4,00), odnosom cijene i kvalitete (srednja vrijednost 3,81), te kvalitetom usluge u posjećenoj destinaciji (Tablica 3). S obzirom da su zdravstveni turisti dobro informirani i zahtjevni gosti, potrebno je kontinuirano ulagati u poboljšanje kvalitete ponude kako bi njihovo zadovoljstvo bilo više.

Tablica 3. Zadovoljstvo pojedinim elementima zdravstvenog turizma u posjećenoj destinaciji

Elementi ponude	Srednja ocjena*	SD
Prometna dostupnost	4,00	1,04
Odnos cijene i kvalitete	3,81	1,01
Kvaliteta usluge	3,80	1,14
Popratni sadržaji	3,71	1,24
Kvaliteta ponude	3,64	1,13
Zadovoljstvo cijenom	3,59	1,13
Ukupno zadovoljstvo	3,76	1,12

*1 = u potpunosti nezadovoljan/na, 5 = u potpunosti zadovoljan/na

Izvor: Obrada autora

Dvije trećine korisnika (72,2 %) zdravstvenog turizma posjetilo je destinaciju u individualnom aranžmanu dok je u organiziranim turama odabranu destinaciju posjetilo 27,8 % ispitanika.

Pri odabiru destinacije koja pruža zdravstveno turističke usluge najviše ispitanika (39%) se o ponudi informiralo putem preporuke od strane prijatelja, putem internetske stranice

(22,4 %) i društvenih mreža (20,4 %) te izravnom ponudom od pružatelja usluge (7,1 %).

Ocjena razvijenosti zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Većina ispitanika, njih 35,8 %, smatra da je zdravstveni turizam u Hrvatskoj srednje razvijen, 26,5 % smatra da je loše razvijen, 16,2 % smatra da je razvijen, 12,3 % smatra da je odlično razvijen, a 9,3 % smatra da je jako loše razvijen. Slično u svom radu navodi Gračanin (2010) koji na temelju analize ponude ističe kako je hrvatski zdravstveno-turistički proizvod nedovoljno razvijen i nedovoljno konkurentan.

Na učestalije korištenje zdravstveno-turističkih usluga ispitanike bi potaknulo više informacija o ponudi (44 % ispitanika),

kvalitetnija promocija (34 % ispitanika), povoljnije cijene (49 % ispitanika) i bolja prometna povezanost (16 % ispitanika).

ZAKLJUČAK

Iako je visok udio ispitanika upoznat s pojmom zdravstveni turizam, samo je trećina od ukupnog broja ispitanika koristila zdravstveno-turističke usluge. Najveći broj ispitanika koristi zdravstveno-turističke usluge jedan do dva puta godišnje, a s obzirom na vrstu turizma, ispitanici najviše koriste usluge *wellness* i medicinskog turizma, a nešto manje usluge lječilišnog turizma (SPA). Medicinski turizam kod korisnika najčešće se svodio na estetsko-kirurške zahvate, posjet medicinskim toplicama i stomatološke preglede; lječilišni turizam je obuhvaćao posjet lječilišnim destinacijama i korištenje termalnih kupki. U kategoriji *wellness* turizma ispitanici su najviše koristili usluge klinika ljepote i zdravlja i hotelskog *wellnessa*.

Potrošači najčešće posjećuju zdravstveno-turističke destinacije u vlastitom aranžmanu te smatraju da je zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj srednje razvijen. Što se tiče zadovoljstva pojedinim elementima zdravstvenog turizma u destinacijama koje su ispitanici posjetili, najzadovoljniji su prometnom dostupnošću, odnosom cijene i kvalitete te kvalitetom usluge u posjećenoj destinaciji. Više informacija o ponudi, kvalitetnija promocija te povoljnije cijene stavke su koje bi potrošače potakle na učestalije korištenje zdravstveno-turističkih usluga.

Rezultati ovog istraživanja mogli bi pomoći davateljima zdravstveno-turističkih usluga u vidu poboljšavanja marketinških strategija, odabira odgovarajućih kanala promocije te poboljšavanju određenih karakteristika ponude

kako bi korisnici bili još zadovoljniji.

Glavno ograničenje istraživanja je mali uzorak ispitanika zbog čega se predlaže provesti istraživanje na nacionalnom reprezentativnom uzorku.

NAPOMENA

Podaci iznijeti u ovom radu predstavljaju rezultate istraživanja provedenog za potrebe izrade diplomskog rada studenta Damjana Hercigonje: *Preferencije i ponašanje korisnika zdravstveno-turističkih usluga u Hrvatskoj*, Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet, Zagreb, Hrvatska, rad obranjen 19. rujna 2019. pod mentorstvom doc. dr. Željke Mesić.

LITERATURA

- Gračanin, M. (2010). *Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske*. Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu, Vol. 1: 215-223
- Gregorić, M. and Musliu, T. (2015). *Lječilišni aspekt zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj*. Stručni rad, Međimursko veleučilište u Čakovcu. Mainil, T., Eijgelaar, E., Klijs, J., Nawijn, J., Peeters, P. (2017). *Research for TRAN Committee – Health tourism in the EU: a general investigation*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels
- Ministarstvo turizma i sporta (2013). *Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine* (NN 55/2013.) https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//130205_Strategija-turizma-do2020.pdf, pristupljeno 22.07.2020
- Ministarstvo turizma i sporta (2014).

- Nacionalni program: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf, pristupljeno 22.07.2020
- Ministarsvo zdravstva (2012). Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva Hrvatske 2012-2020. (NN116/2012)
- Nakić, D., Patrk, J., Klarin, I., Patrk, I., Ražov Radas, M. i Ivanac, K. (2013). *Medicina i turizam*, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Medicinski fakultet Osijek, Sveučilište u Zadru, Osijek
- Poslovni dnevnik (2016). Zdravstveni turizam u Hrvatskoj ima potencijala za milijardu eura godišnjeg prometa
- Vukonić, B. i Čavlek, N. (2001): *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb
- <http://www.poslovni.hr/poduzetnik/zdravstveni-turizam-u-hrvatskoj-ima-potencijala-za-milijardu-eura-godisnjeg-prometa-313970>, pristupljeno: 26.04.2021.

Health tourism in Croatia - characteristics of demand of users of health - tourism services

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the preferences and behavior of users of health tourism services in Croatia, and to determine the profile of users in relation to their sociodemographic characteristics. A survey was conducted on a convenient sample of 303 respondents. According to the results of this research, the most of respondents are familiar with the concept of health tourism, with the majority defining it as "Traveling within their country and / or abroad to improve their health". Respondents with higher education and higher monthly income are more familiar with the concept of health tourism, compared to those with lower education and income. Of the total number of respondents, only one third of them use health tourism services, mostly once or twice a year. The most commonly used forms of health tourism are medical and wellness tourism, and less spa tourism (SPA). Respondents mostly use health tourism services in continental Croatia, and them are quite satisfied with the same. Results show that more educated respondents with higher monthly incomes in the age of 46-55 years, use health tourism services more than younger, lower educated and lower income respondents. The results of the research could help health tourism service providers in improving marketing strategies, selecting appropriate promotion channels, and improving certain characteristics of the offer to make customers even more satisfied.

Key words: health tourism, types of health tourism, satisfaction with the offer