

Preporuke za razvoj medicinskog turizma u Hrvatskoj

Zagreb, prosinac 2018.



American Chamber of Commerce in Croatia *Američka gospodarska komora u Hrvatskoj*

Sadržaj

Uvod	3
Pregled situacije u Hrvatskoj.....	4
Medicinski turizam - potencijal za rast	6
Okvir za razvoj zdravstvenog turizma	6
Konkurentnost hrvatskih zdravstvenih ustanova	7
Doprinos hrvatske dijaspore	7
Nesezonalni karakter medicinskog turizma	7
Zadržavanje i razvoj radne snage u zdravstvu	7
Povećanje potrošnje u turizmu	7
Dobre prakse drugih zemalja	9
Turska	9
Poljska.....	9
Mađarska	10
Preporuke za razvoj medicinskog turizma	11
Povećanje proračuna HTZ-a za oglašavanje usluga zdravstvenog turizma i poticanje suradnje države s akterima koji dolaze iz privatnog sektora	11
Jačanje drugih oblika podrške razvoju medicinskog turizma	11
Strateško planiranje budućih natječaja za dodjelu bespovratnih potpora iz Strukturnih i investicijskih fondova EU u nadolazećem proračunskom razdoblju.....	12
Omogućiti korištenje postojećih poticaja privatnim akterima u području zdravstvenog turizma.....	12
Poticanje akreditacije hrvatskih zdravstvenih ustanova	13
Zaključak	14

Uvod

U protekla dva desetljeća Hrvatska je stavila značajan naglasak na razvoj turizma te je danas prepoznata kao jedna od najatraktivnijih destinacija u Sredozemlju. Iako se najsnažniji naglasak stavlja na razvoj turizma u priobalnom području i na otocima, u vidu klasične ponude koja se temelji na „suncu i moru“, posljednjih je godina prepoznata i potreba za razvojem posebnih, specifičnih vidova turističke ponude, kao što su seoski turizam, sportski turizam, gastronomski turizam i drugi.

Jedna od izrazito brzo rastućih grana turizma u svijetu, koja u Hrvatskoj još uvijek nije dovoljno strateški prepoznata, je zdravstveni turizam. Zdravstveni turizam zbirni je pojam koji obuhvaća putovanja primarno motivirana korištenjem medicinske usluge (većeg ili manjeg stupnja složenosti) – stomatološke, kirurške, rehabilitacijske i sl. Zdravstveni turizam specifična je grana cjelogodišnjeg turizma jer za razliku od nekih drugih segmenata u turizmu koji se prodaju isključivo putem destinacije, funkcionira na način da klijent kupuje uslugu od strane pružatelja medicinskih i zdravstvenih usluga, koji na taj način prodaje destinaciju. Na razini Europe zdravstveni turizam najpropulzivnija je grana selektivnog turizma te je 15% svih putovanja motivirano zdravstvenim razlozima – 203 milijuna putovanja Europljana godišnje. Na tim se putovanjima godišnje potroši ukupno 115 milijardi eura¹. U Hrvatskoj turizam sa 19% ostvaruje najveći udio u BDP-u i najperspektivnija je grana gospodarstva. Istovremeno, zdravstveni turizam kao grana turizma ima 10.000 zaposlenih, a godišnje stvara tek oko 300 milijuna eura prihoda od zdravstvenih usluga u turizmu, što čini manje od 3% u ukupnim prihodima turizma Hrvatske.

Zdravstveni turizam kao krovni pojam obuhvaća tri podvrste: medicinski, lječilišni i wellness turizam. Prema Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva 2012.-2020.² *medicinski turizam* podrazumijeva putovanje u druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite (radi parcijalnih kirurških zahvata, stomatoloških, kozmetičkih, psihijatrijskih i alternativnih tretmana, a sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka). Primarna motivacija putovanja na medicinske tretmane je da se uz niže troškove dobije vrhunska zdravstvena usluga na drugoj destinaciji, nemogućnost da se takvi tretmani realiziraju u vlastitoj zemlji ili brža realizacija zahvata.

Kao zemlja visoko kvalitetne radne snage i izvrsnosti po pitanju pružanja zdravstvenih usluga, Hrvatska posjeduje snažnu bazu za razvoj zdravstvenog turizma i njegovih podvrsta. Ovo stajalište donosi prijedloge konkretnih mjera i aktivnosti koje bi mogle značajno doprinijeti razvoju medicinskog turizma u Hrvatskoj.

¹ Malbaša, A., Dossier: Zdravstveni turizam treba postati hrvatski prioritet, *Nacional*. Dostupno na: <http://www.nacional.hr/dossier-zdravstveni-turizam-treba-postati-hrvatski-prioritet/>

² Narodne novine, *Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012. – 2020.* (NN br. 116/2012), Zagreb: Narodne novine d.d.

Pregled situacije u Hrvatskoj

Iako potencijal za razvoj medicinskog turizma u Hrvatskoj nedvojbeno postoji, za sada izostaje konkretna značajnija podrška u smislu osiguranja strateške i financijske potpore od strane države te opsežan i inkluzivan pristup razvoju medicinskog turizma koji bi obuhvatio i širi kontekst, odnosno pratio ciljano usmjerene aktivnosti za razvoj medicinskog turizma. Ovo obuhvaća, primjerice, prilagodbu viznog i poreznog režima i tome slične aktivnosti koje također mogu doprinijeti rastu sektora turizma općenito i razvoju medicinskog turizma kao njegove posebne kategorije.

Brendiranje Hrvatske kao atraktivne destinacije za medicinski turizam prvi je korak i trebalo bi biti fokus Ministarstva turizma i Hrvatske Turističke zajednice (HTZ). Ovaj je proces započeo u 2017. godini. Ministarstvo turizma, Ministarstvo zdravstva, Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica grada Zagreba i medicinski klasteri (Zagreb i Kvarner) zajedno rade na brendiranju i pozicioniranju Hrvatske kao vodeće mediteranske destinacije za medicinske putnike. U skladu s navedenim, Hrvatska turistička zajednica nedavno je, primjerice, predstavila novu web stranicu za zdravstveni turizam – *Croatia – full of well being* - koja povezuje inicijative privatnog i javnog sektora s potencijalnim inozemnim klijentima.

Iako strategija razvoja zdravstvenog, odnosno medicinskog turizma u Hrvatskoj postoji, ona još nije u potpunosti realizirana³. 2014. godine, pod ingerencijom Ministarstva turizma, izrađen je i usvojen Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma Republike Hrvatske, kao jedna od mjera za unapređenje zdravstvenog turizma u državi, međutim još se čeka na njegovu konkretnu implementaciju. Također, sredstva alocirana za razvoj ove grane turizma te za redovita oglašavanja, kampanje i ostale marketinške aktivnosti od strane države i HTZ-a u 2017. iznosila su 2 milijuna kuna, dok je plan za 2018. godinu iznosio 4 milijuna kuna.

Iako je pohvalno što je prepoznata potreba za alokaciju sredstava za ove aktivnosti, s obzirom na činjenicu da je digitalno oglašavanje jedan od najučinkovitijih i najuspješnijih, ali nažalost i daleko najskupljih oblika oglašavanja, proračun od 4 milijuna kuna na razini cijele države predviđen za oglašavanje van granica je nedovoljan.

Također, unatoč značajnim iznosima koji su državi stavljeni na raspolaganje kroz Europske strukturne i investicijske fondove, za privatne ustanove u zdravstvu do danas nije otvoren, niti predviđen, niti jedan natječaj za dodjelu bespovratnih sredstava iz navedenih fondova, a privatnim zdravstvenim ustanovama nije omogućeno niti korištenje postojećih poticaja Agencije za investicije i

³ Narodne novine, *Strategija razvoja turizma do 2020. godine* (NN br. 55/2013), Zagreb: Narodne novine d.d.

konkurentnost. Konkretni razlozi za ovakav tretman nisu razvidni, s obzirom da bi, sukladno kapacitetima i brzom rastu sektora, zasigurno postojao znatan prostor i mogućnosti za povlačenje sredstava.

Moguće je zaključiti kako u Hrvatskoj izostaje čitav niz poticajnih mjera za razvoj medicinskog turizma koje su vidljive u drugim zemljama koje su prepoznale važnost razvoja ove grane turizma.

Medicinski turizam - potencijal za rast

Hrvatska se sve više pozicionira kao top destinacija za turizam općenito, a postoji potencijal da se, uz adekvatan angažman i suradnju javnog i privatnog sektora, etablira i kao jedna od vodećih mediteranskih destinacija za medicinske putnike. Hrvatska, a posebice područje Istre i Kvarnera, danas je već regionalno poznata po dentalnim uslugama - sa oko 100.000 talijanskih klijenata godišnje - ali potrebno ju je pozicionirati i kao odličnu medicinsku destinaciju za druga područja kao što su plastična kirurgija, ortopedija, oftalmologija, dermatologija, onkologija.

Okvir za razvoj zdravstvenog turizma

Određeni preduvjeti za daljnji razvoj medicinskog turizma već su stvoreni. Zakon o zdravstvenoj zaštiti specijalnim bolnicama, lječilištima, zdravstvenim radnicima, zdravstvenim ustanovama i trgovačkim društvima koje obavljaju zdravstvenu djelatnost omogućio je pružanje zdravstvenih usluga u turizmu u skladu s posebnim propisima. Trgovačka društva koja obavljaju zdravstvenu djelatnost moraju osigurati da zdravstvenu uslugu u turizmu pruža zdravstveni djelatnik odgovarajuće struke s licencom za samostalni rad te osigurati prostor s medicinsko – tehničkom opremom koja zadovoljava minimalne uvjete u pogledu prostora, opreme i radnika za obavljanje zdravstvene djelatnosti. Time se već učinio pozitivan pomak i napredak na polju razvoja zdravstvenog, odnosno medicinskog turizma u Hrvatskoj.

Od 1. siječnja 2018. došlo je i do izmjena u Zakonu o pružanju usluga u turizmu⁴ čime je pružateljima zdravstvenih usluga bez dodatnog administriranja, registriranja poduzeća odnosno trgovačkih društava omogućeno neposredno pružanje „paketa“ usluga koji uz zdravstvene usluge uključuju i usluge puta, smještaja te dodatnih aktivnosti – čime im je omogućeno da ponude cjelovit turistički proizvod. Procjenjuje se da će ove zakonske izmjene stvoriti uvjete za 350 milijuna eura investicija u projekte zdravstvenog turizma, a te bi te investicije mogle značiti i do dvije tisuće novih radnih mjesta. Time bi ukupne investicije u turizam u 2018. godini dosegnule gotovo 1,3 milijarde eura.⁵

K tome, u Hrvatskoj djeluje velik broj izvrsnih, profesionalnih, certificiranih klinika koje su postale centri izvrsnosti i mogu se usporediti s najjačim svjetskim klinikama, a koje su znatne napore i ulaganja usmjerile upravo u dugoročnu viziju otvaranja inozemnih tržišta te etabliranje Hrvatske kao destinacije za medicinski turizam.

⁴ Narodne novine, *Zakon o pružanju usluga u turizmu* (NN br. 130/2017), Zagreb: Narodne novine d.d.

⁵ T.R., Cappelli: U 2018. ukupna vrijednost očekivanih investicija u turizmu 1,3 milijarde eura, *novo j.d.o.o.* Dostupno na: <http://novo.hr/cappelli-2018-ukupna-vrijednost-ocekivanih-investicija-turizmu-13-milijarde-eura/>

Konkurentnost hrvatskih zdravstvenih ustanova

Rast potražnje za uslugama medicinskog turizma uzrokovan je statusom i organizacijom zdravstvenih sustava razvijenih zemalja, dugim listama čekanja te previsokim cijenama zdravstvenih usluga. Pri odabiru destinacije za primanje usluga medicinskog turizma, pacijenti se primarno fokusiraju na standard, sigurnost, kvalitetu i cijenu zdravstvenih usluga, stručnost medicinskog osoblja, korištenje najmodernijih tehnologija te samu atraktivnost destinacije.

Sve navedeno Hrvatska može iskoristiti kao prednost te se temeljem vlastite cjenovne konkurentnosti i vrhunske kvalitete privatnih zdravstvenih ustanova pozicionirati kao atraktivna destinacija za medicinski turizam.

Doprinos hrvatske dijaspor

U prilog Hrvatskoj ide i činjenica da je velik broj Hrvata koji žive u inozemstvu još uvijek emotivno vezan za domovinu te kao svoje odredište za godišnji odmor ali i kompleksnije zdravstvene zahvate i dalje bira Hrvatsku. Tu leži i potencijal za razvijanje suradnje između domovinske i iseljene Hrvatske te prilika za poticanje i privlačenje investicija iz dijaspor.

Nesezonalni karakter medicinskog turizma

Medicinski turizam je najbrže rastuća grana selektivnog turizma u svijetu. Jedna od karakteristika medicinskog turizma koja ga čini osobito atraktivnim je i njegov načelno nesezonalni karakter. Naime, s obzirom da je primarna karakteristika medicinskog turizma potražnja za cjenovno konkurentnim zdravstvenim uslugama, u kombinaciji s turističkim boravkom, medicinski turizam predstavlja dobar temelj za produljenje turističke sezone na veći broj mjeseci u godini no što to omogućava klasični turizam temeljen isključivo na atraktivnosti destinacije.

Zadržavanje i razvoj radne snage u zdravstvu

Daljnjim ciljanim ulaganjima u razvoj medicinskog turizma povećala bi se i potražnja za radnom snagom u ovom sektoru, odnosno omogućilo zapošljavanje većeg broja visoko kvalificiranih djelatnika u zdravstvu. Iz navedenoga proizlazi da bi aktivno poticanje razvoja ove grane turizma utjecalo i na trenutni trend iseljavanja radne snage, s naglaskom na mlade i visokoobrazovane osobe, te pomoglo zadržavanju kvalitetne radne snage u Hrvatskoj.

Povećanje potrošnje u turizmu

Jako je važno napomenuti i da medicinski turizam, odnosno prihodi generirani unutar tog sektora, ne utječu samo na sektor zdravstva već su i usko vezani za ukupne prihode od turizma na razini Hrvatske. Naime, turist korisnik usluga medicinskog turizma u prosjeku troši nekoliko puta više od klasičnog turista jer

inicijalno dolazi po zdravstvenu uslugu te u konačnici prelazi u ulogu klasičnog turista. Ovo direktno utječe na povećanje broja noćenja, povećanje broja posjetitelja, svakodnevnu potrošnju, veličinu prihoda od turizma, podizanje kvalitete sveukupne usluge i druge faktore, koji posljedično utječu na rast BDP-a.

Dobre prakse drugih zemalja

Turska

Turska već niz godina aktivno radi na izgradnji reputacije atraktivne destinacije za zdravstveni turizam. Turska je zemlja s najviše JCI (najpoznatija akreditacijska kuća na svijetu za kvalitetu pružanja medicinskih usluga i sigurnost pacijenata) akreditiranih ustanova u Europi (njih 48), a provodi i aktivne mjere jačanja zdravstvenog turizma, kao što su državno sufinanciranje marketinškog troška za ovaj oblik turizma i sufinanciranje avio-karata (u suradnji s prijevoznikom Turkish Airlines). Broj zdravstvenih turista u Turskoj dosegao je broj od 746.000 u 2015. godini s prihodom od 5,6 milijardi USD. U prvih jedanaest mjeseci 2017., prema podacima dobivenim od Turskog vijeća za zdravstveni turizam (THTC), 751.000 inozemnih pacijenata došlo je u Tursku na liječenje. Prema Turskom vijeću za zdravstveni turizam, cilj za 2018. je 800.000 zdravstvenih turista koji će generirati prihod od 7,5 milijardi USD.

U cilju daljnjeg jačanja pozicije Turske na međunarodnom tržištu zdravstvenog turizma, Ministarstvo gospodarstva pripremilo je Strategiju izvoza zdravstvenih usluga i nacrt akcijskog plana te s Ministarstvom zdravstva i Ministarstvom kulture i turizma potpisalo Protokol o razvoju i promicanju zdravstvenog turizma. Strategija je usmjerena na jačanje kvalitete usluga i konkurentne moći na području medicinskog i termalnog turizma, kao i turizma za starije osobe i osobe s invaliditetom. Uz neke općenitije ciljeve, kao što je povećanje broja medicinskih ustanova, odjela i liječnika s međunarodnom akreditacijom, strategija predviđa i neke inovativne mjere za jačanje zdravstvenog turizma. Primjerice, strategijom je predviđeno uvođenje „zdravstvenih viza“ za međunarodne pacijente i njihovu rodbinu, te izdavanje posebne dozvole boravka za pacijente i rodbinu čije bolesti zahtijevaju dugoročno liječenje. Predviđeno je i da se ciljane promotivne aktivnosti – koje će uključivati brendiranje, marketinške materijale (slogani, fotografije) – koordiniraju od strane Turskog vijeća za zdravstveni turizam.

Poljska

Prema podacima Poljske zajednice za medicinski turizam, na godišnjoj razini Poljsku u svrhe medicinskog turizma posjeti oko 400.000 ljudi. Poljska je također i jedan od primjera dobre prakse planiranja i usmjeravanja Strukturnih i investicijskih fondova Europske unije u poticanje razvoja i rasta sektora zdravstvenog turizma. U okviru trogodišnje gospodarske strategije za razdoblje 2012.-2015., medicinski turizam je odabran kao jedno od petnaest prioritarnih područja poljskog gospodarstva, za razvoj kojega su predviđena sredstva iz nacionalnih sredstava i fondova Europske unije. Program promocije medicinskog turizma je inicijativa Ministarstva gospodarstva i financirao se iz fondova Europske unije kao dio projekta "Promocija poljske ekonomije na međunarodnim tržištima".

U sklopu projekta, promocija sektora zdravstvenog turizma uključivala je izlaganja i sudjelovanje na međunarodnim konferencijama, oglašavanje, izradu promotivnih materijala (video materijali, brošure, katalogi, web stranice), radionice i marketing trening za pružatelje zdravstvenih usluga. Inkorporirano u program je i shvaćanje potrebe o promociji Poljske kao zdravstvene destinacije jer je ona nužna za privlačenje pacijenata iz inozemstva. Za provedbu trogodišnjeg programa promocije medicinskog turizma i klasičnog turizma u razdoblju od 2016. do 2019. godine alocirano je 4,9 milijuna PLN (1.163.000 EUR) prema podacima Poljske turističke organizacije.

Mađarska

Strateški razvoj zdravstvenog turizma u Mađarskoj uključuje ulaganje u istraživanje (marketinško, zdravstveno te u ljudske potencijale), razvijanje proizvoda, infrastrukturu, marketing, obrazovanje i regulatorne poslove. Ovo je na vrijeme prepoznato od strane mađarske vlade koja je predvidjela sredstva za poticanje razvoja zdravstvenog turizma: u razdoblju od 2007. do 2013. godine za razvoj zdravstvenog turizma u Mađarskoj provedeno je 35 projekata na koje je utrošeno ukupno 60 milijuna EUR iz fondova Europske unije.

Mađarska svoju reputaciju kvalitetne destinacije za zdravstveni turizam na međunarodnom tržištu temelji na ugledu, visoko kvalificiranom i stručnom medicinskom osoblju, kontroli kvalitete, akreditacijama kao dodatnoj potvrdi kvalitete, osiguranju, inovaciji i besprijekornoj usluzi. Važna komponenta uspjeha je i cjenovna konkurentnost: stomatološki tretmani su do 40-70%, a zahvat estetske kirurgije i više od 50% povoljniji u Mađarskoj u usporedbi s cijenama zapadne Europe i SAD-a.

Preporuke za razvoj medicinskog turizma

Temeljem navedenog, AmCham predlaže sljedeće korake za daljnje jačanje medicinskog turizma u Hrvatskoj:

Povećanje proračuna HTZ-a za oglašavanje usluga zdravstvenog turizma i poticanje suradnje države s akterima koji dolaze iz privatnog sektora

Proračun Hrvatske turističke zajednice trebalo bi povećati u nadolazećem razdoblju, s posebnim naglaskom na promociju putem digitalnih medija. Od ukupnog proračuna predviđenog za oglašavanje, 70% bilo bi preporučljivo usmjeriti na promociju putem digitalnog marketinga, a 30% na preostale marketinške aktivnosti u Hrvatskoj. Niže su navedeni primjeri na koje bi alocirana marketinška sredstva mogla biti usmjerena:

- Web stranice ili posebne odredišne stranice s fokusom na zdravstveni turizam;
- Web stranice usmjerene ciljanim tržištima poput hrvatske dijaspore;
- Društveni mediji s ciljanim oglasima ili promocijama koji povezuju odredišnu stranicu za zdravstveni turizam;
- AdWords oglasi za pretraživanje koji usmjeravaju osobe koje traže opcije za zdravstveni turizam na odredišnu stranicu;
- Ciljano ulaganje u direktnu promociju medicinskog turizma i doseg u Hrvatskoj kroz elemente kao što su leci na aerodromima, promotivni banneri u turističkim središtima, marinama, autoputu i sl.

Također ističemo potencijal i potrebu aktivnog razvijanja suradnje države s privatnim sektorom na realizaciji postavljenih ciljeva. Ovo može uključivati, primjerice, korištenje prakse udruženog oglašavanja za promociju medicinskog turizma te državno sufinanciranje oglašavanja.

Dio sredstava mogao bi se usmjeriti i u zajedničko sudjelovanje države i privatnog sektora u predstavljanju Hrvatske kao top destinacije za medicinski turizam na međunarodnim sajmovima, kongresima i konferencijama.

Jačanje drugih oblika podrške razvoju medicinskog turizma

Uz intenzivnije izravno ulaganje u marketing i promociju, aktivna podrška razvoju medicinskog turizma mogla bi se osigurati i kroz neke dodatne mjere.

Primjerice, podupiranje partnerstva privatnih pružatelja usluga medicinskog turizma s Croatia Airlinesom kao zrakoplovnom kompanijom u većinski državnom vlasništvu kako bi se osigurali povoljniji letovi za turiste koji bi u zemlju dolazili kao korisnici usluga medicinskog turizma, jedan je od mogućih koraka.

Također, osiguravanje posebnih viza za osobe koje bi u Hrvatsku dolazile kao korisnici usluga medicinskog turizma, a u skladu praksom drugih zemalja, poput Turske, također bi moglo biti poticajno za razvoj medicinskog turizma.

Strateško planiranje budućih natječaja za dodjelu bespovratnih potpora iz Strukturnih i investicijskih fondova EU u nadolazećem proračunskom razdoblju

Natječaje koji se financiraju sredstvima Strukturnih i investicijskih fondova EU trebalo bi planirati na način da isti uključuju i prilike za ciljano financiranje u sektoru privatnog medicinskog turizma.

Kroz natječaje za privatne zdravstvene ustanove mogla bi se omogućiti izravna ulaganja u infrastrukturu i uređenje poslovnih prostora, nove medicinske tehnologije, opremu i edukaciju djelatnika te niz drugih segmenata poslovanja. Alternativno bi se sredstva mogla učiniti dostupnima i kroz natječaje nespecifične za područje privatnog zdravstva.

Korist za državu u ovom bi slučaju bila očita, no potreban je aktivniji angažman Ministarstva zdravstva, Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta i Ministarstva regionalnog razvoja kako bi se ovakvi natječaji planirali i realizirali u narednom financijskom razdoblju.

Omogućiti korištenje postojećih poticaja privatnim akterima u području zdravstvenog turizma

Nacionalna strategija razvoja zdravstva od 2012. -2020. i Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma Republike Hrvatske prepoznaju zdravstveni turizam kao specifičnu granu cjelogodišnjeg turizma. Izmjenama Zakona o poticanju ulaganja iz ožujka 2018. godine⁶ omogućeno je korištenje poticaja koje administrira Agencija za investicije i konkurentnost i za zdravstveni turizam. Točnije, sukladno navedenim izmjenama, članak 12. navedenog zakona prepoznaje zdravstveni turizam kao jednu od „aktivnosti usluga visoke dodane vrijednosti“ za koje se mogu dodijeliti poticaji. Također, izmjenama i dopunama Zakona o zdravstvenoj zaštiti⁷ u navedeni je zakonski tekst i formalno unesena definicija zdravstvenog turizma.

Unatoč navedenome, pravnim subjektima koji obavljaju djelatnost zdravstvenog turizma u praksi je otežano korištenje državnih poticaja. Naime, Zakonom o poticanju ulaganja predviđeno je kako korisnici poticaja mogu biti poduzetnici, ali je iskustvo naših članova da nadležna tijela pod time ne podrazumijevaju i pravne osobe registrirane kao ustanove. Istovremeno, brojni subjekti koji se bave pružanjem usluga zdravstvenog turizma, zbog niza razloga uvjetovanih, između ostalog, također postojećim zakonskim okvirom, registriraju se kao ustanove.

⁶ Narodne novine, *Zakon o poticanju ulaganja* (NN br. 25/2018), Zagreb: Narodne novine d.d.

⁷ Narodne novine, *Zakon o zdravstvenoj zaštiti* (NN br. 100/2018), Zagreb: Narodne novine d.d.

Stoga je vrijedno razmotriti tumačenje postojećeg Zakona o poticanju ulaganja kako bi se i privatnim akterima u području zdravstvenog turizma koji djeluju kao ustanove omogućilo korištenje poticaja Agencije za investicije i konkurentnost. Na ovaj bi se način, istovremeno, omogućilo puno ispunjenje svrhe uključivanja kategorije zdravstvenog turizma na listu aktivnosti za koje je omogućeno korištenje državnih poticaja.

Poticanje akreditacije hrvatskih zdravstvenih ustanova

Poticanje akreditacije hrvatskih zdravstvenih ustanova, čime bi se osigurala uspostava minimalno prihvatljivog standarda kvalitete zdravstvene usluge, važan je korak u cilju povećanja sigurnosti i stupnja zadovoljstva korisnika. Akreditacija kao vanjska ocjena kvalitete zdravstvenih ustanova jedan je od prioriteta koje je Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske navelo u Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva 2012.-2020., objavljenoj u rujnu 2012. godine. Upravljanje kvalitetom u sustavu zdravstva Republike Hrvatske regulirano je relevantnim zakonskim okvirom, a provodi se najvećim dijelom kroz rad Agencije za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi.

Koristi od primjene sustava kvalitete u zdravstvu su višestruke, od postizanja bolje komunikacije, jednoznačno definiranog načina postupanja i odgovornosti, boljeg održavanja opreme do vođenja uredne dokumentacije, samoprocjene sustava te stvaranja obveze kontinuiranog praćenja rezultata i djelovanja u cilju stalnog poboljšanja. Ovaj je proces usmjeren ka kontinuiranom poboljšanju kvalitete zdravstvenih usluga i sigurnosti pacijenata, te ima dugoročan pozitivan utjecaj na planiranje i realizaciju planova, sustav upravljanja rizicima, implementaciji standarda i indikatora kvalitete.

Zaključak

Medicinski turizam ima potencijal doprinijeti aktivnom rješavanju problema sezonalnosti hrvatskog turizma te postati jedan od značajnih generatora investicija i rasta unutar turističke ponude Republike Hrvatske.

Usvajanjem AmCham-ovih preporuka omogućio bi se brži i strukturirani razvoj medicinskog turizma. Ovo bi posljedično zasigurno utjecalo na zadržavanje visoko kvalificiranog medicinskog osoblja u Hrvatskoj te s povećanjem broja aktivnih korisnika usluga medicinskog turizma vodilo i porastu potrošnje i investicija što posljedično utječe na rast BDP-a.

Za dodatne informacije molimo kontaktirajte:
Američka gospodarska komora u Hrvatskoj
Andrea Doko Jelušić,
Izvršna direktorica
T: 01 4836 777
E: andrea.doko@amcham.hr