



Tomas

zdravstveni turizam 2018.

stavovi i potrošnja korisnika usluga
zdravstvenog turizma u Hrvatskoj



Zagreb, 2019.



Tomas

zdravstveni turizam 2018.

stavovi i potrošnja korisnika usluga
zdravstvenog turizma u Hrvatskoj



Naručitelji:

Hrvatska turistička zajednica
Hrvatska gospodarska komora
Turistička zajednica Istarske županije
Turistička zajednica Primorsko-goranske županije
Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije
Turistička zajednica Grada Zagreba

Autori:

Zrinka Marušić, mag. math.
Mr. sc. Neda Telišman Košuta
Dr. sc. Ivan Sever

Suradnici:

Višnja Mezak, bacc. oec.
Zoran Petrović

Dizajn naslovnice:

Goran Curl

Zagreb, 2019.



SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| SAŽETAK/ EXECUTIVE SUMMARY | 5 |
| SAŽETAK | 7 |
| EXECUTIVE SUMMARY | 9 |
| 1. UVOD | 11 |
| 2. METODE ISTRAŽIVANJA | 15 |
| 3. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U ZDRAVSTVENOM TURIZMU | 23 |
| 3.1. Profil korisnika zdravstveno-turističkih usluga u Hrvatskoj | 25 |
| 3.2. Motivacija za dolazak i odabir zdravstvene ustanove | 27 |
| 3.3. Obilježja putovanja | 30 |
| 3.4. Boravak u destinaciji | 33 |
| 3.5. Boravak u zdravstvenoj ustanovi | 36 |
| 3.6. Potrošnja korisnika zdravstveno-turističkih usluga u Hrvatskoj | 39 |
| 4. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U WELLNESS TURIZMU | 43 |
| 5. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U LJEČILIŠNOM TURIZMU | 47 |
| 6. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U MEDICINSKOM TURIZMU | 51 |
| 7. ZAKLJUČAK | 55 |
| 8. LITERATURA I IZVORI PODATAKA | 59 |
| 9. PRILOZI | 63 |
| Prilog 1. Obilježja turističke potražnje u zdravstvenom turizmu prema glavnim segmentima potražnje | 71 |
| Prilog 2. Obilježja turističke potražnje u wellnesu prema glavnim emitivnim tržištima | 87 |
| Prilog 3. Obilježja turističke potražnje u lječilišnom turizmu prema glavnim emitivnim tržištima | 101 |
| Prilog 4. Obilježja turističke potražnje u medicinskom turizmu prema vrsti medicinskog tretmana | 113 |



SAŽETAK/ *EXECUTIVE SUMMARY*

SAŽETAK

| METODE ISTRAŽIVANJA | |
|---|---|
| TOMAS Zdravstveni turizam 2018. | <ul style="list-style-type: none"> Istraživanje Stavova i potrošnje korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj (jedno od istraživanja iz 'obitelji' istraživanja TOMAS) Provedeno u 2018. godini po prvi put – pilot istraživanje |
| Obuhvat | <ul style="list-style-type: none"> Sva tri segmenta zdravstvenog turizma: wellness, lječilišni i medicinski |
| Instrument istraživanja | <ul style="list-style-type: none"> Dva strukturirana upitnika - jedan za ispitanike u segmentu wellnessa i jedan za ispitanike u segmentu lječilišnog i medicinskog turizma Upitnici na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku |
| Način i razdoblje prikupljanja podataka | <ul style="list-style-type: none"> Osobni intervju (računalno potpomognut osobni intervju, CAPI) s posjetiteljima/ korisnicima usluga zdravstvenog turizma Od srpnja do prosinca 2018. |
| Uzorak (veličina i alokacija) | <ul style="list-style-type: none"> 2.540 ispitanika (1.331 korisnika wellness usluga, 793 korisnika lječilišnih usluga, 416 korisnika medicinskih usluga) 43 objekta/ centra zdravstvenog turizma u Hrvatskoj (28 hotelskih objekata s wellness ponudom, 10 toplica i specijalnih bolnica, 5 poliklinika/ klinika s ponudom medicinskih usluga) |
| PROFIL KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU | |
| Nacionalna struktura | <ul style="list-style-type: none"> Korisnici wellness i medicinskih usluga pretežito su stranci (82% i 73%) te dolaze iz bližih tradicionalnih emitivnih turističkih tržišta dok su korisnici lječilišnih usluga pretežito domaći gosti (67%) |
| Dob | <ul style="list-style-type: none"> Zdravstveno-turističke usluge kupuju pretežito pojedinci srednje i starije dobi Najmlađi su u prosjeku korisnici wellness usluga (43 godine), a najstariji korisnici usluga u lječilišnom turizmu (58 godina) |
| Obrazovanje | <ul style="list-style-type: none"> Korisnici različitih zdravstveno-turističkih usluga značajno se razlikuju prema razini obrazovanja Najveći udio fakultetski obrazovanih gostiju je u wellnessu (53%) |
| Mjesečni prihodi | <ul style="list-style-type: none"> Wellness gosti su, prema mjesečnim primanjima kućanstva, najbolje platežne moći, a slijede korisnici medicinskih pa lječilišnih usluga |
| Učestalost putovanja motiviranih zdravstvenim uslugama | <ul style="list-style-type: none"> Oko polovice korisnika wellness i medicinskih usluga te oko dvije-trećine korisnika lječilišnih usluga odlazi na jedno do tri zdravstvenim razlozima motivirana putovanja godišnje; istodobno, oko trećine gostiju nije koristilo ovu vrstu usluga do sada |
| Motivacija | <ul style="list-style-type: none"> Glavni motivi zdravstveno-turističkih putovanja su relaksacija, fizikalna terapija, stomatološki zahvati i rehabilitacija |
| Čimbenici koji utječu na odabir ustanove | <ul style="list-style-type: none"> Stručnost liječnika i reputacija ustanove najvažniji su čimbenici odabira ustanove u lječilišnom i medicinskom segmentu Za 25% do 30% gostiju wellness ponuda je presudna za odabir destinacije/ objekta |
| Izvori informacija | <ul style="list-style-type: none"> Internet je najvažniji izvor informacija za wellness goste (29%), a korisnici lječilišnih i medicinskih usluga u najvećoj se mjeri oslanjaju na preporuke, i to liječnika u lječilišnom segmentu (47%), a rodbine i prijatelja u medicinskom (63%) |

| | |
|--|---|
| Učestalost dolaska u Hrvatsku | <ul style="list-style-type: none"> Inozemni gosti motivirani zdravstveno-turističkim boravkom vrlo su dobri poznavatelji Hrvatske te ih je oko polovica posjetila zemlju šest i više puta; korisnici medicinskih usluga lojalniji su od ostalih segmenata, dok lječilišna ponuda generira najveći udio novih inozemnih korisnika |
| Prijevozno sredstvo | <ul style="list-style-type: none"> Cestovni prijevoz najučestaliji je način putovanja za korisnike svih oblika zdravstveno-turističke ponude |
| Rezervacija smještaja | <ul style="list-style-type: none"> Wellness gosti najviše rezerviraju on-line (57%), u lječilišnom segmentu najčešća je off-line rezervacija (74%), a u medicinskom trećina rezervira smještaj izravno preko medicinske ustanove |
| Pratnja na putovanju | <ul style="list-style-type: none"> Wellness i medicinski gosti najčešće dolaze u pratnji (68% wellness gostiju dolazi samo s partnerom, a 60% korisnika medicinskih usluga putuje samo s partnerom ili s drugim članovima obitelji); polovica korisnika lječilišta dolazi bez pratnje |
| Duljina boravka | <ul style="list-style-type: none"> Pretežito jednodnevna potražnja u medicinskom turizmu (61%), dok većina wellness i lječilišnog segmenta ostvaruje noćenja, i to wellness segment u prosjeku 6, a lječilišni 12 noćenja |
| Vrsta smještaja | <ul style="list-style-type: none"> Wellness gosti u najvećoj mjeri odsjedaju u hotelima (84%), lječilišni gosti pretežito biraju hotele (62%), dok segment medicinskog turizma podjednako koristi hotele i obiteljski smještaj (46% odsjeda u hotelima, 42% u obiteljskom smještaju) |
| Preferirane aktivnosti u destinaciji | <ul style="list-style-type: none"> Najaktivniji gosti u destinaciji su wellness gosti, slijede lječilišni gosti, iako u puno manjoj mjeri, dok čak trećina medicinskih gostiju nema vremena za aktivnosti u destinaciji |
| Zadovoljstvo ponudom i namjera preporuke destinacije | <ul style="list-style-type: none"> Svi segmenti gostiju izrazito su zadovoljni ponudom destinacije, pri čemu se posebno ističe ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, atmosfera u destinaciji i gostoljubivost lokalnog stanovništva Iskazana je i izrazito visoka namjera preporuke destinacije |
| Korištenje tematskih/ specijalističkih paketa zdravstvenih usluga | <ul style="list-style-type: none"> Svi segmenti gostiju u zdravstvenom turizmu rijetko se opredjeljuju za korištenje tematskih/ specijalističkih paketa usluga, najčešće zbog pomanjkanja interesa za takvu vrstu ponude Od wellness usluga najviše se koriste masaže (66%), a od sadržaja bazen (87%), jacuzzi (60%) i saune (54%) |
| Zadovoljstvo stručnim uslugama u objektu | <ul style="list-style-type: none"> Svi segmenti gostiju su iskazali vrlo visok stupanj zadovoljstva uslugama u objektima, pri čemu se najviše ističu stručnost i ljubaznost osoblja Najvišu razinu zadovoljstva iskazuju korisnici medicinskih usluga |
| Potrošnja jednodnevnih posjetitelja u destinaciji | <ul style="list-style-type: none"> Wellness segment: 48 € (od toga 22 € za zdravstvene usluge) Lječilišni segment: 82 € (od toga 63 € za zdravstvene usluge) Medicinski segment: 450 € (od toga 423 € za zdravstvene usluge) |
| Prosječna dnevna potrošnja višednevnih posjetitelja | <ul style="list-style-type: none"> Wellness segment: 149 € (82 € za smještaj, 11 € za zdravstvene usluge) Lječilišni segment: 63 € (34 € za smještaj, 16 € za zdravstvene usluge) Medicinski segment: 292 € (31 € za smještaj, 221 € za zdravstvene usluge) |
| Izdaci na putovanje i boravak u Hrvatskoj u odnosu na očekivanja | <ul style="list-style-type: none"> Većina korisnika usluga u zdravstvenom turizmu ocijenila je svoje izdatke u skladu s očekivanjima |

EXECUTIVE SUMMARY

| RESEARCH METHOD | |
|---|---|
| TOMAS Health Tourism 2018. | <ul style="list-style-type: none"> Survey on attitudes and expenditures of visitors to health tourism facilities in Croatia (part of the TOMAS survey 'family') Conducted in 2018 for the first time – pilot survey |
| Scope | <ul style="list-style-type: none"> Three market segments in health tourism: wellness, health spa and medical |
| Research instrument | <ul style="list-style-type: none"> Two structured questionnaires – one for the wellness segment and one for the health spa and medical segment Questionnaires in Croatian, English, German, Italian and Slovenian languages |
| Type and period of data collection | <ul style="list-style-type: none"> Personal interview (computer aided personal interview, CAPI) with visitors/ users of health tourism services From July to December 2018 |
| Sample (size and allocation) | <ul style="list-style-type: none"> 2.540 interviews (1.331 users of wellness services, 793 users of health spa services, 416 users of medical services) 43 facilities/ health tourism centers in Croatia (28 hotels with wellness centers, 10 spa centers and special hospitals, 5 clinics with medical tourism services) |
| VISITOR PROFILE | |
| Nationality | <ul style="list-style-type: none"> Users of wellness and medical tourism services are predominantly foreigners (82% and 73%) coming from Croatia's traditional, close-by tourism generating markets; users of health spa services are mostly domestic guests (67%) |
| Age | <ul style="list-style-type: none"> Health tourism services are purchased mostly by middle age and older individuals Users of wellness services are on average the youngest (43 years), while users of health spa services tend to be the oldest (58 years) |
| Education | <ul style="list-style-type: none"> Users of different types of health tourism services differ significantly in education levels The largest share of visitors with a university degree is observed in wellness segment |
| Income | <ul style="list-style-type: none"> Measured in terms of household monthly income, wellness users have the highest purchasing power, followed by medical and health spa users |
| Frequency of travel motivated by health related services | <ul style="list-style-type: none"> Approximately half of wellness and medical services users and about two-thirds of health spa users take one to three health motivated trips per year; at the same time, about a third of the visitors had not traveled for health related services up to now |
| Motivation | <ul style="list-style-type: none"> Main motives of health tourism trips are relaxation, physical therapy, dental work and rehabilitation |
| Factors influencing choice of facility | <ul style="list-style-type: none"> Physician expertise and facility reputation are the most important factors influencing choice of facility for both health spa and medical tourism segments For 25% to 30% of visitors, the wellness offer is key in choosing destination/ facility |
| Sources of information | <ul style="list-style-type: none"> The Internet is the most important information source for wellness guests (29%), while users of health spa and medical services rely mostly on recommendations, i.e. health spa users on doctor's recommendations (47%) and medical services users on those from relatives and friends (63%) |

| | |
|--|--|
| Frequency of travel to Croatia | <ul style="list-style-type: none"> Health motivated foreign visitors in Croatia are very familiar with the country, about a half having visited six or more times in the past; users of medical services are more loyal than other two segments, while health spas are generating the largest share of new foreign users |
| Mode of transport | <ul style="list-style-type: none"> Road transport is the most frequent way of accessing the destination for all health tourism segments |
| Booking of accommodation | <ul style="list-style-type: none"> Wellness users mostly book accommodation online (57%), health spa users prefer off-line booking by far (74%), while a third of medical services users book their accommodation through the medical facility |
| Travel party | <ul style="list-style-type: none"> Wellness and medical services users mostly travel with a party (68% of wellness users are accompanied only by a partner and 60% of medical services users travel either with only a partner or with several family members); half of health spa users travel alone |
| Length of stay | <ul style="list-style-type: none"> Users of medical services for the most part undertake same day trips (61%), while majority of wellness and health spa users realize overnights; wellness guests average 6 nights and health spa users 12 nights per stay |
| Type of accommodation | <ul style="list-style-type: none"> Wellness users mostly stay in hotels (84%), majority of health spa visitors also choose hotels (62%), while those traveling for medical services are almost equally interested in both hotels (46%) and family accommodation (42%) |
| Preferred activities in destination | <ul style="list-style-type: none"> Wellness users most actively enjoy the destination, followed by health spa visitors, while as many as a third of medical services users do not have the time for destination activities |
| Level of satisfaction and likelihood to recommend destination | <ul style="list-style-type: none"> All demand segments express very high level of satisfaction with destination offer and particularly with beauty of nature and scenery, personal safety, atmosphere in destination and friendliness of local population All demand segments are also highly likely to recommend the destination |
| Use of thematic/ specialty health services packages | <ul style="list-style-type: none"> All demand segments seldom purchase thematic/ specialty health services packages, mainly due to the lack of interest for such type of offer Most frequently used wellness services are massages (66%), while most frequently used parts of wellness centers are swimming pools (87%), jacuzzis (60%) and saunas (54%) |
| Level of satisfaction with professional services in facility | <ul style="list-style-type: none"> All demand segments have expressed quite high satisfaction with professional services in facilities, especially emphasizing expertise and friendliness of staff Users of medical services express the highest levels of satisfaction |
| Expenditure of same day visitors in destination | <ul style="list-style-type: none"> Wellness segment: 48 € (of which 22 € for health related services) Health spa segment: 82 € (of which 63 € for health related services) Medical segment: 450 € (of which 423 € for health related services) |
| Average daily expenditure of overnight visitors | <ul style="list-style-type: none"> Wellness segment: 149 € (82 € for accommodation, 11 € for health related services) Health spa segment: 63 € (34 € for accommodation, 16 € for health related services) Medical segment: 292 € (31 € for accommodation, 221 € for health related services) |
| Expenditure for travel to and stay in Croatia in relation to expected | <ul style="list-style-type: none"> Most health service users consider their expenditures in line with the expected |



1

UVOD

1. UVOD

Zdravstveni turizam složen je turistički proizvod koji obuhvaća velik broj specijaliziranih sadržaja i usluga na putovanjima motiviranim potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života. *Strategija razvoja turizma RH do 2020.*¹ kao i *Nacionalna strategija razvoja zdravstva Hrvatske 2012.-2020.*², ali i dokumenti Europske komisije³, prepoznaju tri oblika zdravstvenog turizma i to: wellness, lječilišni i medicinski turizam. Wellness turizam odvija se pretežito u hotelima, toplicama i lječilištima, lječilišni u lječilištima, toplicama i specijalnim bolnicama, a medicinski pretežito u medicinskim ordinacijama, klinikama/ poliklinikama i specijalnim bolnicama.

Lječilišni turizam je u Hrvatskoj najstariji, a još uvijek i izrazito značajan segment zdravstvenog turizma. Toplički centri, gotovo svi smješteni u unutrašnjosti Hrvatske, predstavljaju ne samo respektabilnu turističku ponudu kontinentalnog dijela Hrvatske danas, nego još više i veliki resursni potencijal za razvoj kontinentalnog turizma. Dobre primjere takvog razvoja možemo vidjeti u nekim nama susjednim zemljama čije standarde Hrvatska uglavnom još nije dosegla. Hrvatska također ima respektabilnu tradiciju talasoterapijskih centara na jadranskoj obali, a proteklih desetak godina razvijaju se hotelski wellness centri konkurentni u regionalnom okruženju. Uz to, zadnjih godina raste broj specijaliziranih privatnih zdravstvenih ustanova koje čine temelj za razvoj medicinskog turizma.

Zdravstveni turizam (wellness, lječilišni te medicinski turizam) prepoznat je i kao jedan od proizvoda zamašnjaka razvoja turizma u *Strategiji razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine*, a jedna od mjera *Nacionalnog programa – akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma*⁴ odnosi se na uspostavu sustava statističkog praćenja zdravstvenog turizma kao temelja za bolje razumijevanje, razvoj i promociju zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. S ciljem proširivanja informacijske osnovice o obilježjima posjetitelja/ korisnika zdravstveno-turističkih centara, njihovom zadovoljstvu zdravstveno-turističkim uslugama i potrošnji, Hrvatska turistička zajednica naručila je od Instituta za turizam provođenje istraživanja **TOMAS Zdravstveni turizam 2018. - Stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj**, a njegovo provođenje podržali su i Hrvatska gospodarska komora te turističke zajednice Grada Zagreba, Istarske, Primorsko-goranske i Splitsko-dalmatinske županije.

TOMAS Zdravstveni turizam 2018. dio je 'obitelji' istraživanja TOMAS ili, punog naziva, *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*. Istraživanje TOMAS Zdravstveni turizam 2018. prvo je u nizu istraživanja TOMAS koje je usmjereno na obilježja potražnje zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Radi se o longitudinalnim istraživanjima različitih segmenta turističke potražnje na nacionalnoj, regionalnoj i destinacijskoj razini ili na razini turističkih proizvoda, koje je Institut za turizam postavio i provodi od 1987. godine. Najdulji kontinuitet ima istraživanje turističke potražnje ljetnog odmorišnog turizma, *TOMAS Ljeto*, koje se kontinuirano provodi od 1987. godine, a 2017. godine provedeno je deseti put u tridesetogodišnjem razdoblju. Osim istraživanja TOMAS Ljeto definiran je metodološki okvir prema kojem su provedena i druga istraživanja TOMAS usmjerena na druge segmente turističke potražnje kao što su, primjerice, nautički turizam, uključujući 'jahting' (TOMAS Nautika Jahting od 2001. do 2017.) i 'kruzing' (TOMAS Međunarodna brodska krstarenja 2006.), kulturni turizam (TOMAS Kulturni turizam 2008.), turizam u zaštićenim područjima (TOMAS Nacionalni parkovi i parkovi prirode 2006.) te tranzitni turizam (TOMAS Tranzit 2005.), kao i turizam u Zagrebu (TOMAS Zagreb od 1998. do 2012.) i Dubrovniku (TOMAS Dubrovnik 2018.).

¹ Ministarstvo turizma RH (2013), *Strategija razvoja turizma RH do 2020.*, Zagreb

² Ministarstvo zdravlja RH (2012), *Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012.-2020.*, Zagreb

³ Europska komisija (2017), Directorate General for Internal Policies, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism, Research for TRAN Committee - Health tourism in the EU: a general investigation.

⁴ Ministarstvo turizma RH i Institut za turizam (2014.), *Nacionalni program-Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, Zagreb

U ovom se završnom izvještaju, nakon uvoda i opisa metodološkog okvira istraživanja, prikazuju glavni nalazi istraživanja, usporedno za sva tri segmenta potražnje u zdravstvenom turizmu. U četvrtom, petom i šestom poglavlju ukratko se prikazuju obilježja potražnje za svaki od tri segmenta zdravstvenog turizma zasebno. U zaključku se daje osvrt na provedeno istraživanje i buduće pravce razvoja informacijske osnovice zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. U prilogu su, u tablicama svrstanim u četiri poglavlja, osim rezultata istraživanja za tri glavna segmenta potražnje, prikazani i rezultati prema glavnim emitivnim tržištima za wellness i lječilišni turizam, te prema vrsti medicinskog zahvata za medicinski turizam.

Na kraju, najljepše zahvaljujemo predstavnicima zdravstvenih ustanova i djelatnicima hotela te svima drugima koji su svojom podrškom i pružanjem pomoći anketarima omogućili prikupljanje podataka i provođenje istraživanja TOMAS Zdravstveni turizam 2018.



2

METODE ISTRAŽIVANJA

2. METODE ISTRAŽIVANJA

Istraživanje **TOMAS Zdravstveni turizam 2018. - Stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj** je primarno istraživanje u kojem se podaci prikupljaju izravno od korisnika usluga u zdravstvenom turizmu. Osnovni cilj istraživanja je dobivanje relevantnih, pouzdanih i aktualnih kvalitativnih i kvantitativnih podataka o turističkoj potražnji zdravstvenog turizma u Hrvatskoj za tri glavna segmenta potražnje: wellness, lječilišni i medicinski. Time se, prije svega, pridonosi razvoju informacijske osnove za praćenje obilježja i učinaka zdravstvenog turizma u Hrvatskoj. Specifični ciljevi istraživanja su:

- utvrđivanje profila korisnika usluga u zdravstvenom turizmu, prema glavnim segmentima potražnje,
- utvrđivanje glavnih prednosti i slabosti ponude u zdravstvenom turizmu, prema glavnim segmentima potražnje,
- procjena prosječne potrošnje korisnika usluga u zdravstvenom turizmu, prema segmentima potražnje,
- utvrđivanje početnih vrijednosti za praćenje trendova obilježja turističke potražnje u zdravstvenom turizmu.

S obzirom na to da se istraživanje obilježja potražnje u zdravstvenom turizmu provodi u Hrvatskoj po prvi puta, jedan od ciljeva je i prilagodba metodološkog okvira specifičnostima tog segmenta potražnje te postavljanje metodološkog okvira za buduća slična istraživanja.

Metode istraživanja TOMAS Zdravstveni turizam 2018. (tablica 2.1.) slijede metodološki okvir istraživanja TOMAS, uz neophodne prilagodbe istraživanom segmentu potražnje. Time se istraživanjem, osim usporedbe obilježja između tri različita segmenta potražnje u zdravstvenom turizmu (wellness, lječilišni i medicinski), omogućuje i usporedba obilježja potražnje zdravstvenog turizma s drugim segmentima turističke potražnje u Hrvatskoj.

Tablica 2.1.
METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA TOMAS ZDRAVSTVENI TURIZAM 2018.

| | |
|-------------------------------------|--|
| Sadržaj istraživanja | <ul style="list-style-type: none"> • Profil posjetitelja centara zdravstvenog turizma/ korisnika zdravstveno-turističkih usluga (zemlja stalnog boravka, dob, spol, stupanj obrazovanja, mjesečni prihodi kućanstva, razlozi/ motivi posjeta, učestalost odlaska na putovanja motivirana zdravljem ili prevencijom, pratnja na putovanju) • Obilježja putovanja (učestalost dolaska u Hrvatsku i destinaciju, izvori informacija, organizacija putovanja, način rezervacije smještaja, korišteno prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju, duljina boravka) • Aktivnosti/ učestalost korištenja cjelokupne ponude centara zdravstvenog turizma i turističke ponude okolice • Zadovoljstvo posjetitelja elementima zdravstveno-turističke ponude u centrima zdravstvenog turizma u Hrvatskoj te usporedba s ponudom u sličnim centrima u okruženju, te • Izdaci posjetitelja/ korisnika zdravstvenih usluga i struktura izdataka • Sadržaj istraživanja definiran je na temelju sadržaja TOMAS istraživanja i pregleda stručne i znanstvene literature vezane uz obilježja potražnje zdravstvenog turizma te je prilagođen svakom pojedinom segmentu potražnje (wellness, lječilišni i medicinski). U području medicinskog turizma sadržaj istraživanja dodatno je provjeren i s predstavnicima odabranih poliklinika |
| Instrument istraživanja | <ul style="list-style-type: none"> • Dva strukturirana upitnika veličine četiri A4 stranice - jedan za ispitanike u segmentu wellnessa i jedan za ispitanike u segmentu lječilišnog i medicinskog turizma • Upitnici su bili dostupni na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom i slovenskom jeziku |
| Metoda prikupljanja podataka | <ul style="list-style-type: none"> • Računalom potpomognut osobni intervju (CAPI – computer aided personal interview) |

Tablica 2.1. Nastavak

| | |
|---|--|
| Populacija od interesa | <ul style="list-style-type: none"> • Posjetitelji (turisti i jednodnevni posjetitelji, domaći i inozemni) – korisnici zdravstveno-turističkih usluga u centrima zdravstvenog turizma u Hrvatskoj u 2018. godini, u razdoblju od srpnja do prosinca • Centri zdravstvenog turizma su: hoteli, centri talasoterapije, toplice, lječilišta, specijalne bolnice i medicinske ustanove/ privatne poliklinike |
| Ispitanik | <ul style="list-style-type: none"> • Turist ili jednodnevni posjetitelj – korisnik usluga u zdravstvenom turizmu – u dobi od 18 ili više godina, pred krajem svog boravka u centru zdravstvenog turizmu |
| Dizajn uzorka | <ul style="list-style-type: none"> • Kvotni uzorak (Ova vrsta uzorka nužna je zbog toga što ne postoje službeni statistički podaci, a niti pouzdane procjene, o fizičkom prometu u zdravstvenom turizmu – broju korisnika i/ili broju putovanja, niti ukupno, niti prema segmentima potražnje) |
| Veličina uzorka | <ul style="list-style-type: none"> • 2.540 ispitanika, od čega: <ul style="list-style-type: none"> → 1.331 ispitanik/ korisnik wellness usluga (u hotelima) → 793 ispitanika/ korisnika lječilišnih usluga (u toplicama i specijalnim bolnicama) → 416 ispitanika/ korisnika medicinskih usluga (u poliklinikama) • Planirana veličina uzorka (2.500 ispitanika) u potpunosti je ostvarena. Prema segmentima, najniža stopa povrata zabilježena je u medicinskom turizmu (416 od prvotno planiranih 514 ispitanika, odnosno 81%), a najviša u segmentu lječilišnog turizma (117%) |
| Alokacija uzorka | <ul style="list-style-type: none"> • 43 objekta/ centra zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, od toga: <ul style="list-style-type: none"> → 28 hotela s wellness ponudom → 10 toplica i specijalnih bolnica → 5 poliklinika/ klinika s ponudom medicinskih usluga • Uzorkom hotela s wellness ponudom obuhvaćeni su hoteli s većim wellness centrima (prema kvadraturi wellness centra*), vodeći računa o zastupljenosti regija. • Uzorkom toplica i specijalnih bolnica obuhvaćena je većina takvih ustanova u Hrvatskoj • Privatne poliklinike/ klinike su odabrane na temelju rezultata kvalitativnog istraživanja raspoložive ponude provedenog početkom 2018. godine**. Od prvotno planiranih deset poliklinika s kojima je ostvaren kontakt, samo je njih pet na kraju dozvolilo anketiranje pacijenata u svojim prostorima. Kvote predviđene za ustanove koje nisu dozvolile anketiranje preraspoređene su na preostale ustanove. Sudjelovanjem pet poliklinika/ klinika u istraživanju bila je osigurana zastupljenost različitih medicinskih/ stomatoloških tretmana (stomatologija, oftalmologija, estetska kirurgija, ortopedija, fizikalna rehabilitacija) |
| Organizacija prikupljanja podataka (anketiranja) | <ul style="list-style-type: none"> • Za prikupljanje podataka (anketiranje turista i jednodnevnih posjetitelja u centrima zdravstvenog turizma) bila je angažirana specijalizirana agencija IPSOS. Institut za turizam bio je odgovoran za cjelokupnu pripremu terenskog istraživanja, uključujući definiranje sadržaja, dizajn i pripremu upitnika, pripremu uputa za anketare, dizajn uzorka te alokaciju uzorka. Institut za turizam je, također, tijekom cijelog razdoblja anketiranja bio aktivno uključen u kontrolu provođenja anketiranja • Hrvatska turistička zajednica je, putem županijskih turističkih zajednica, o provođenju istraživanja pismeno obavijestila sve objekte/ ustanove u kojima je bilo planirano anketiranje gostiju/ korisnika zdravstveno-turističkih usluga. Institut za turizam je dodatno, telefonski i elektronskom poštom, kontaktirao sve odabrane objekte/ ustanove i zatražio dozvolu za anketiranje. Neki od objekata su, većinom hoteli, usprkos prethodnim obavijestima i višestrukim osobnim kontaktima i dodatnim objašnjenjima istraživanja od strane istraživača Instituta, odbili sudjelovanje u istraživanju i nisu odobrili anketiranje gostiju u krugu svojih objekata. U takvim je slučajevima anketiranje provedeno u drugim objektima, u neposrednoj okolini hotela, odnosno kvota ispitanika je raspoređena na druge, uzorkom obuhvaćene, objekte/ hotele unutar županije |

Tablica 2.1. Nastavak

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Za ispitanike u medicinskim poliklinikama Hrvatska turistička zajednica je osigurala i promotivne poklone (licitarska srca) u cilju povećanja stope povrata • Zbog specifičnog načina provođenja istraživanja i nemogućnosti provođenja klasičnih mjera kontrole rada anketara, bio je organiziran stalni nadzor nad prikupljanjem podataka i rad anketara je praćen putem više međusobno povezanih mjera (kontakti s djelatnicima objektima/ ustanova u kojima su se anketirali korisnici zdravstveno-turističkih usluga; povremene, nasumične terenske kontrole; logička kontrola načina popunjenosti upitnika) |
| Razdoblje prikupljanja podataka | <ul style="list-style-type: none"> • 20. 7. 2018. – 15. 12. 2018. |

Napomene:

*Temeljem baze hotela s wellness centrima Hrvatske gospodarske komore – Zajednice zdravstvenog turizma i dodatnih informacija o veličini centara prikupljenih putem mrežnih stranica i/ili telefonskim kontaktom s pojedinim hotelima/ wellness centrima.

**Institut za turizam (2018), Percepcija hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika – kvalitativno istraživanje, Zagreb, travanj 2018.

Struktura uzorka prema glavnim segmentima potražnje unutar wellness, lječilišnog i medicinskog segmenta prikazana je u tablicama 2.2. do 2.4.

Tablica 2.2.
**BROJ ISPITANIKA U SEGMENTU WELLNESS POTRAŽNJE
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA ISPITANIKA**

| Zemlja porijekla ispitanika | Broj ispitanika |
|-----------------------------|-----------------|
| Hrvatska | 245 |
| Njemačka | 175 |
| Slovenija | 143 |
| Austrija | 126 |
| Italija | 91 |
| Velika Britanija | 72 |
| Bosna i Hercegovina | 48 |
| Ostale zemlje | 431 |
| UKUPNO | 1.331 |

Tablica 2.3.
**BROJ ISPITANIKA U LJEČILIŠNOM SEGMENTU
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA ISPITANIKA**

| Zemlja porijekla ispitanika | Broj ispitanika |
|-----------------------------|-----------------|
| Domaći | 534 |
| Strani | 259 |
| UKUPNO | 793 |

Tablica 2.4.
**BROJ ISPITANIKA U MEDICINSKOM SEGMENTU
PREMA VRSTI TRETMANA/MEDICINSKE USLUGE**

| Vrsta medicinskog tretmana/ usluge | Broj ispitanika |
|------------------------------------|-----------------|
| Stomatološki tretman/ usluga | 232 |
| Ostali medicinski tretmani/ usluge | 184 |
| UKUPNO | 416 |

Prosječna dnevna potrošnja korisnika wellness usluga procijenjena je s točnošću od +/- 6 eura (koeficijent varijacije 2%) te se s 95%-tnom pouzdanošću nalazi u intervalu od 143 do 155 eura (tablica 2.5.). S obzirom na manji broj ispitanika i, istodobno, veću varijaciju u dnevnim izdacima korisnika lječilišnih usluga, nešto je manja preciznost procjene prosječne dnevne potrošnje (+/- 6 eura), s koeficijentom varijacije nešto manjim od 5%, postignuta u tom segmentu potražnje. Uslijed najmanjeg uzorka ispitanika koji su iskazali svoje troškove u segmentu medicinskog turizma i, istodobno, znatno veće varijacije u njihovim izdacima, prosječna dnevna potrošnja u segmentu medicinskog turizma procijenjena je s točnošću od +/- 71 euro (koeficijent varijacije 12,5%). S obzirom na to da je povećanje uzorka, uz očekivanu nepromijenjenu stopu povrata, jedina mjera kojom se može osigurati i veća preciznost procjena dobivenih istraživanjem, u sljedećim je istraživanjima potražnje u medicinskom turizmu za postizanje veće preciznosti procjena nužno, prije svega, osigurati veću podršku ponuđača usluga, odnosno veći broj poliklinika/ klinika u kojima se anketiraju korisnici usluga.

Tablica 2.5.
**PRECIZNOST PROCJENE PROSJEČNE DNEVNE POTROŠNJE VIŠEDNEVNIH POSJETITELJA
 U ISTRAŽIVANJU TOMAS ZDRAVSTVENI TURIZAM 2018. PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE**

| Segmenti zdravstvenog turizma | N | Srednja vrijednost (€) | Standardna pogreška (€) | 95% interval donja granica (€) | 95% interval gornja granica (€) | CV (%) |
|-------------------------------|-------|------------------------|-------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------|
| Wellness | 1.122 | 149,25 | 2,98 | 143,40 | 155,10 | 2,0 |
| Lječilišni | 585 | 63,06 | 3,02 | 57,14 | 68,99 | 4,8 |
| Medicinski | 135 | 292,02 | 36,38 | 220,68 | 363,36 | 12,5 |

Metode obrade podataka i napomene za interpretaciju rezultata

U Izvješčaju su u postocima date marginalne distribucije svih obilježja. Podaci su u tablicama zaokruženi na jednu decimalu. Kod kvantitativnih podataka, kao što su podaci o dobi, duljini boravka ili potrošnji prikazane su aritmetičke sredine.

Metodološke napomene vezane uz obradu turističke potrošnje

Ispitanici su iskazivali svoje izdatke za putovanje i boravak u destinaciji u jednoj od pet ponuđenih valuta (hrvatska kuna, euro, britanska funta, švicarski franak, američki dolar). U analizi podataka o potrošnji gostiju, svi su iznosi preračunati u eure prema srednjem mjesečnom tečaju Hrvatske narodne banke za srpanj, kolovoz, rujna, listopada i prosinca 2018. godine. Osim izdataka ispitanici su navodili i podatak o broju osoba na koje se iskazani izdaci odnose.

Prosječni dnevni izdaci turista i jednodnevnih posjetitelja u ovom istraživanju ne uključuju izdatke za prijevoz od mjesta stanovanja do destinacije anketiranja i natrag. Izdaci za smještaj uključuju i prehranu vezanu uz uslugu smještaja („all inclusive“, puni pansion, polupansion ili noćenje s doručkom). Procjena prosječnih dnevnih izdataka za višednevne posjetitelje izračunata je kao omjer ukupnih izdataka boravka i broja noćenja.

Metodološke napomene vezane uz obradu stupnja zadovoljstva korisnika usluga u zdravstvenom turizmu

Stupanj zadovoljstva korisnika usluga u zdravstvenom turizmu u ovom je istraživanju temeljen na ocjenama različitih elemenata ponude zdravstvenih usluga u objektu/ ustanovi te različitih elemenata turističke ponude destinacije. Ispitanici su ocjenjivali stupanj svoga zadovoljstva svakim od elemenata ocjenama od 1 (vrlo loše) do 7 (odlično). Rang pojedinih elemenata ponude definiran je prema zbroju ocjena 6 i 7. Prema tako dobivenim pokazateljima načinjeno je pet vrijednosnih skupina, kako bi se na što ilustrativniji način ukazalo na elemente kojima su gosti najzadovoljniji i koji se mogu smatrati prednostima, odnosno na elemente koji su najlošije ocijenjeni i koji se mogu smatrati nedostacima zdravstveno-turističke ponude Hrvatske. Elementi su prema zbroju ocjena ‘6’ i ‘7’ podijeljeni u sljedeće vrijednosne skupine:

- prvu skupinu elementa čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 veći od 80% tj. tim elementima se pridružuje ocjena VRLO VISOK stupanj zadovoljstva,
- drugu skupinu čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 od 70 do 79,9%, tj. pridružuje im se ocjena - VISOK stupanj zadovoljstva,
- treću skupinu čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 od 60 do 69,9%, tj. ocjena - SREDNJI stupanj zadovoljstva,
- četvrtu skupinu čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 od 50% do 59,9%, tj. ocjena - NIZAK stupanj zadovoljstva i
- petu, posljednju skupinu čine oni elementi turističke ponude mjesta čiji je zbroj ocjena 6 i 7 manji od 50%, tj. ocjena - VRLO NIZAK stupanj zadovoljstva gostiju.

Napomene vezane uz interpretaciju rezultata

U nastavku se navode napomene važne za lakšu interpretaciju rezultata:

- zbog zaokruživanja iznosa u tekstu, zbrojevi pojedinačnih stavki ponekad ne odgovaraju ukupnoj vrijednosti prikazanoj u tablici;
- tablice u kojima su prikazani rezultati pitanja na koja je bilo moguće dati više odgovora imaju uz naslov zvjezdicu (*);
- nepostojeća vrijednost (*missing*) za neko promatrano obilježje označena je u tablicama točkom (.).
- vrijednost koja nije primjenjiva za neko obilježje (*not applicable*) označena je u tablicama crticom (-)



3

OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U ZDRAVSTVENOM TURIZMU

3. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U ZDRAVSTVENOM TURIZMU

3.1. Profil korisnika usluga u zdravstvenom turizmu u Hrvatskoj

Nacionalna struktura

- Korisnici wellness i medicinskih usluga pretežito su stranci te dolaze iz bližih tradicionalnih emitivnih turističkih tržišta dok su korisnici lječilišnih usluga pretežito domaći gosti.

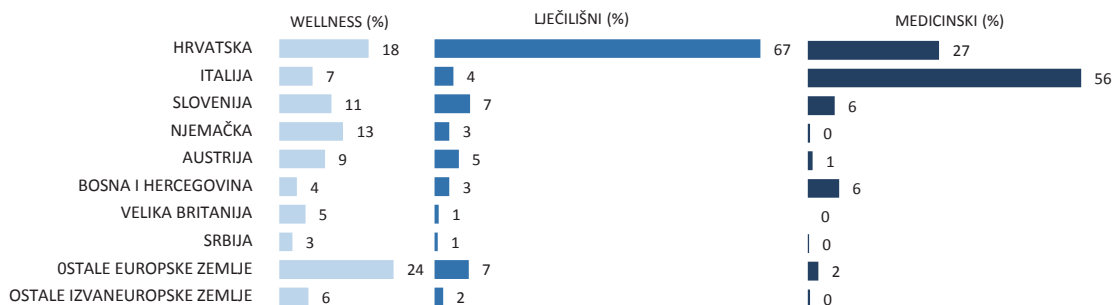
Wellness: Gosti wellnessa većinom su inozemni posjetitelji (82%). U strukturi emitivnih tržišta pojedinačno najvažnija tržišta su domaće tržište (18%), Njemačka (13%), Slovenija (11%), Austrija (9%), Italija (7%) te Velika Britanija (5%).

Lječilišni turizam: Korisnici lječilišnih usluga u najvećoj su mjeri domaći gosti (67%). Izdvajaju se i gosti iz Slovenije (7%) i Austrije (5%) te u manjoj mjeri i iz Italije (4%), Njemačke (3%) i BiH (3%).

Medicinski turizam: Italija predstavlja najveće tržište za usluge medicinskog turizma (56%). Slijedi domaće tržište (27%), a također su primjetna i tržišta BiH (6%) i Slovenije (6%).

Slika 3.1.

ZEMLJA STALNOG BORAVKA KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE



Spol

- Žene i muškarci podjednako su zainteresirani za usluge zdravstvenog turizma.

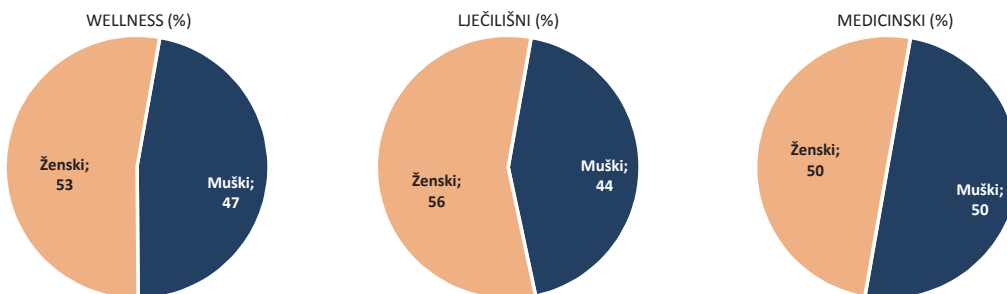
Wellness: Wellness usluge kupuje nešto veći broj žena (53%), iako je udio zainteresiranih muškaraca također značajan.

Lječilišni turizam: Žene pokazuju viši interes za usluge lječilišnog turizma (56%) od muškaraca.

Medicinski turizam: Udio žena i muškaraca zainteresiranih za usluge u medicinskom turizmu je jednak (50%).

Slika 3.2.

SPOL KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE



Dob

- Zdravstveno-turističke usluge kupuju pretežito pojedinci srednje i starije dobi.

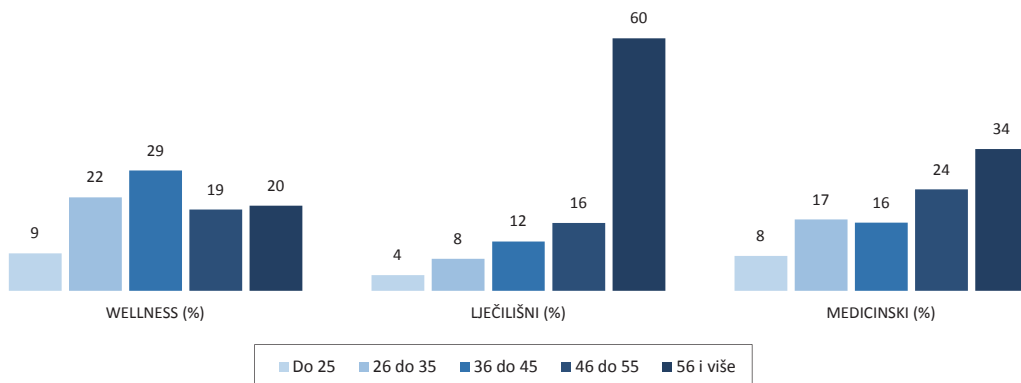
Wellness: Prosječna dob korisnika wellnessa iznosi 43 godine. S izuzetkom mladih do 25 godina (9%), interes za wellnessom relativno je ujednačen između ostalih dobnih skupina (oko 20%).

Lječilišni turizam: Prosječna dob korisnika lječilišnih usluga je 58 godina te segment 56+ godina dominira potražnjom (60%).

Medicinski turizam: Prosječna dob korisnika medicinskih usluga iznosi 48 godina. Više od polovice korisnika (58%) ima iznad 46 godina.

Slika 3.3.

DOB KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE (U GODINAMA)



Obrazovanje

- Korisnici različitih zdravstveno-turističkih usluga značajno se razlikuju prema razini obrazovanja.

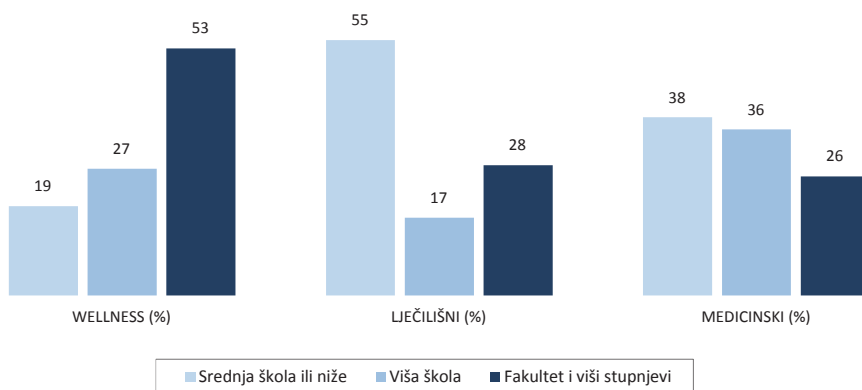
Wellness: Najveći udio wellness gostiju ima najmanje fakultetsko obrazovanje (53%).

Lječilišni turizam: U lječilišnom turizmu najveća je skupina korisnika sa srednjom školom ili niže (55%).

Medicinski turizam: U medicinskom turizmu su podjednako zastupljeni korisnici sa srednjom (38%) i višom školom (36%).

Slika 3.4.

STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE



Mjesečna primanja kućanstva:

- Wellness gosti su, prema mjesečnim primanjima kućanstva, najbolje platežne moći, a slijede korisnici medicinskih pa lječilišnih usluga.

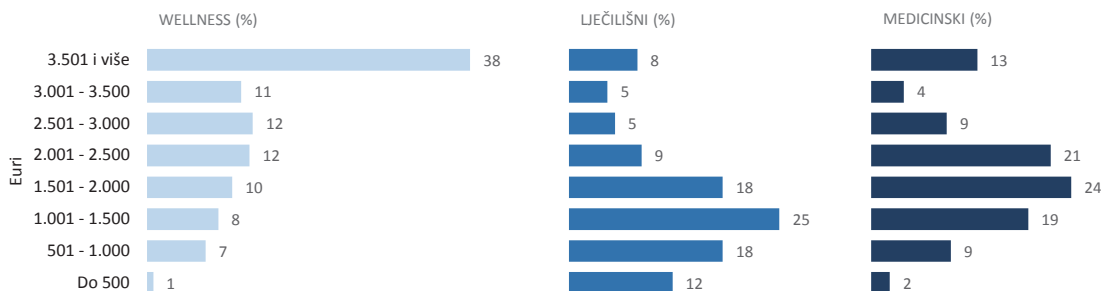
Wellness: Gotovo svaki drugi korisnik (49%) wellness usluga ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura.

Lječilišni turizam: Korisnici lječilišnih usluga većinom (73%) se ubrajaju u skupine s mjesečnim primanjima kućanstva do 2.000 eura, a samo 13% ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura.

Medicinski turizam: Nešto više od polovice (54%) korisnika medicinskih usluga ima mjesečna primanja kućanstva do 2.000 eura, 75% raspolaže s mjesečnim primanjima kućanstva do 2.500 eura, a 16% ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura.

Slika 3.5.

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA USLUGA U ZDRAVSTVENOM TURIZMU PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE



3.2. Motivacija za dolazak i odabir zdravstvene ustanove

Učestalost putovanja motiviranih zdravstvenim uslugama

- Oko polovice korisnika wellness i medicinskih usluga te oko dvije-trećine korisnika lječilišnih usluga odlazi na jedno do tri zdravstvenim razlozima motivirana putovanja godišnje. Istodobno, oko trećine gostiju nije koristilo ovu vrstu usluga do sada.

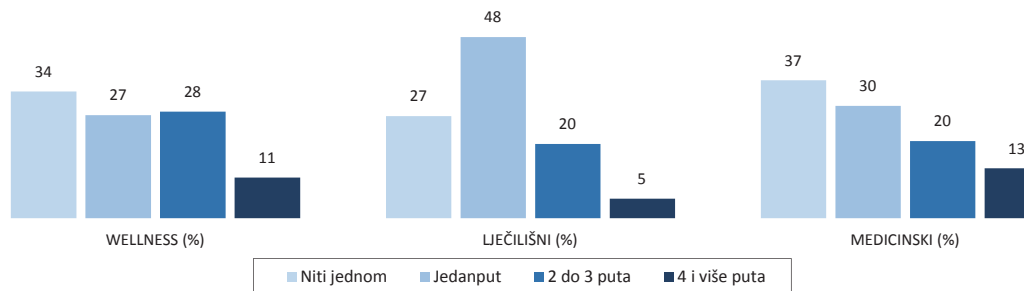
Wellness: Nešto više od polovice korisnika wellnessa (55%) koristi ovu vrstu usluge na putovanjima jednom do tri puta godišnje.

Lječilišni turizam: Skoro polovica korisnika lječilišnih usluga (48%) čini to redovno jednom godišnje, a dodatnih 20% odlazi na ovu vrstu tretmana dva do tri puta godišnje.

Medicinski turizam: Polovica korisnika medicinskih usluga (50%) putuje jednom do tri puta godišnje zbog zdravstvenih razloga.

Slika 3.6.

UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM RAZLOZIMA /ILI WELLNESSOM TIJEKOM GODINE PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA



Motivi zdravstveno-turističkih putovanja

- Glavni motivi zdravstveno-turističkih putovanja su relaksacija, fizikalna terapija, stomatološki zahvati i rehabilitacija.

Wellness: Daleko najvažniji motiv korištenja wellness usluga je relaksacija ili 'punjenje baterija' (79%), a potom ublažavanje stresa (27%). Među korisnicima wellness usluga njih 20% putuje upravo radi wellnessa. Tek svaki deseti korisnik wellness usluga na putovanju koristi wellness sadržaje ili odlazi na masaže i u mjestu stalnog boravka.

Lječilišni turizam: Lječilišni segment motiviran je primarno uslugama fizikalne terapije (44%) i rehabilitacije (28%).

Medicinski turizam: Stomatološki zahvati danas su dominantan motiv putovanja u medicinskom turizmu (56%).

Tablica 3.1.

PRIMARNI MOTIV PUTOVANJA/ KORIŠTENJA WELLNESS USLUGA* PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

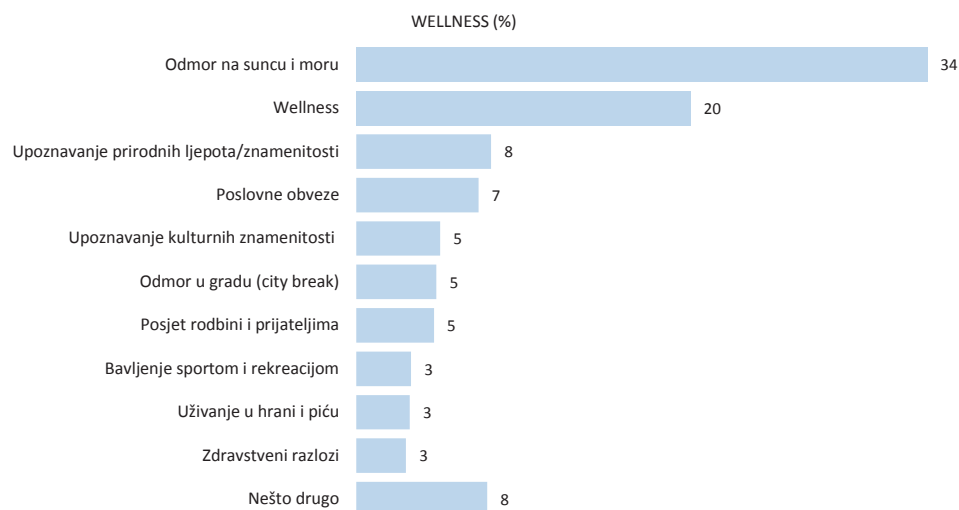
| Primarni motiv | WELLNESS** | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|------------|------------|------------|
| Relaksacija / 'punjenje baterija' | 79,3 | 13,5 | 2,2 |
| Fizikalna terapija | – | 44,0 | 0,7 |
| Stomatološki zahvat | – | 0,5 | 55,8 |
| Rehabilitacija | – | 27,6 | 0,2 |
| Ublažavanje/ upravljanje stresom | 27,3 | 0,5 | . |
| Pročišćavanje/ detoks organizma | 17,5 | 0,4 | . |
| Unapređenje fizičke kondicije | 15,9 | 1,4 | . |
| Ljepota/ njega lica/ tijela | 14,9 | 0,4 | . |
| Kirurški zahvat (npr. estetska kirurgija, ortopedija) | – | 2,6 | 16,8 |
| Dijagnostika | – | 2,1 | 14,2 |
| Ublažavanje kroničnih boljki (npr. alergije, nesanica, bol) | 8,8 | 2,9 | . |
| Nešto drugo | 12,6 | 4,0 | 10,1 |
| UKUPNO | – | 100,0 | 100,0 |

* Motiv korištenja wellness usluga za goste wellnessa odnosno motiv putovanja za korisnike lječilišnih i medicinskih usluga.

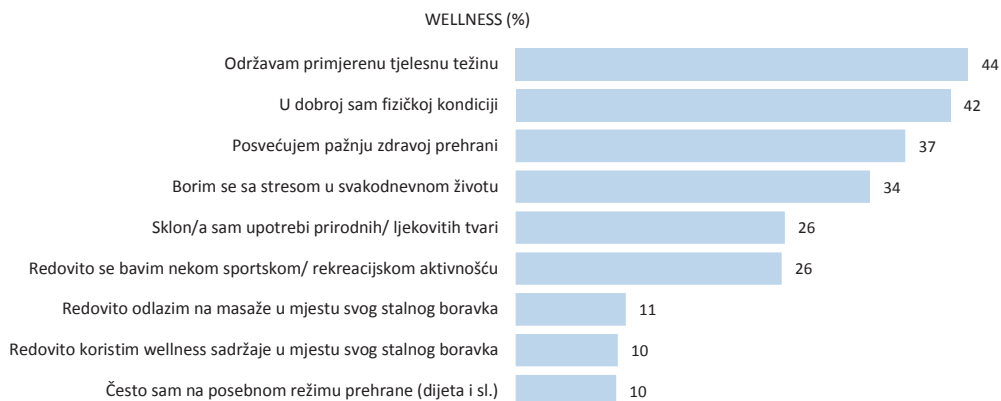
** Mogućnost više odgovora.

Slika 3.7.

PRIMARNI RAZLOG PUTOVANJA ZA GOSTE WELLNESSA



Slika 3.8.
ŽIVOTNI STIL WELLNESS GOSTIJU



Čimbenici odabira zdravstvene ustanove

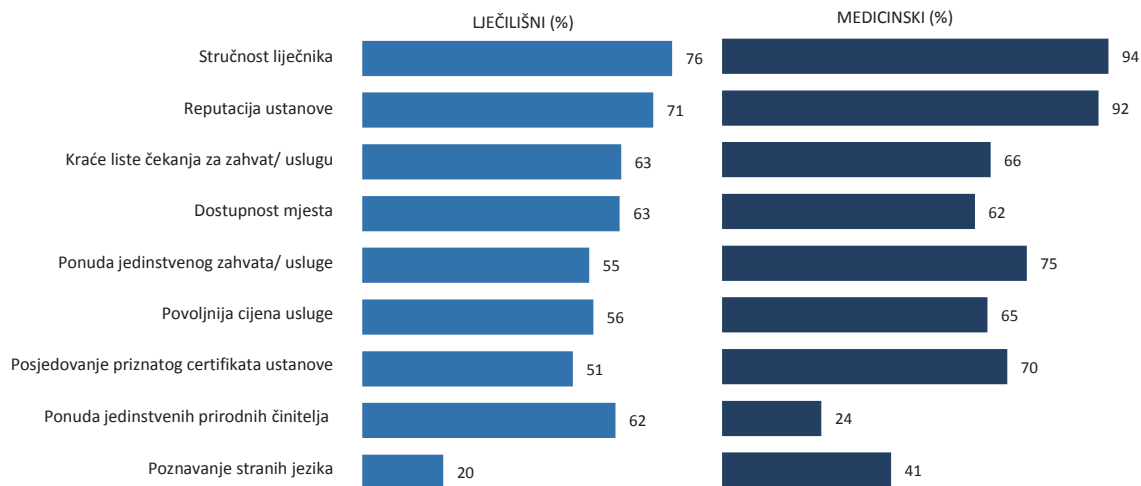
- Glavnim čimbenicima u odabiru lječilišne ili medicinske ustanove korisnici ističu stručnost liječnika i reputaciju ustanove.

Wellness: Ponuda wellnessa presudna je pri izboru destinacije za 26% ispitanika, odnosno određuje izbor smještajnog objekta za 30% ispitanika.

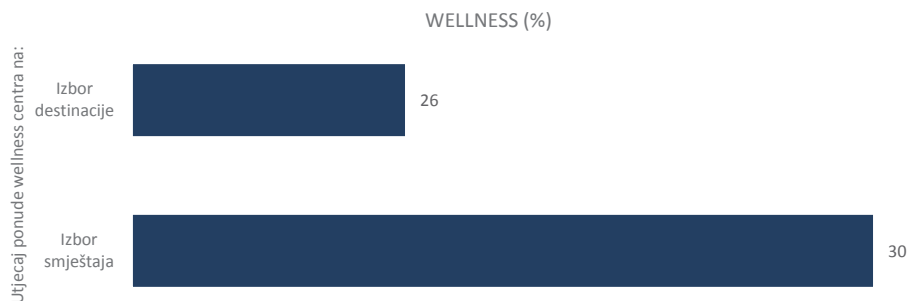
Lječilišni turizam: Za korisnike lječilišnih usluga najvažniji čimbenici pri odabiru ustanove za provođenje tretmana su stručnost liječnika (76%) i reputacija ustanove (71%). Više od polovice korisnika smatra i ostale čimbenike jako važnima, uz izuzetak poznavanja stranih jezika što ne iznenađuje s obzirom na to da većinu korisnika čine domaći gosti.

Medicinski turizam: Korisnici medicinskih usluga naročito naglašavaju stručnost liječnika (94%) i reputaciju ustanove (92%) kao najvažnije čimbenike pri odabiru mjesta liječenja ili tretmana. Najmanje važni pri njihovom odabiru su poznavanje stranih jezika i ponuda jedinstvenih prirodnih činitelja.

Slika 3.9.
**VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA**



Slika 3.10.
UTJECAJ PONUDE WELLNESS CENTRA NA ODABIR SMJEŠTAJA I DESTINACIJE



3.3. Obilježja putovanja

Izvori informacija o zdravstveno-turističkoj ponudi

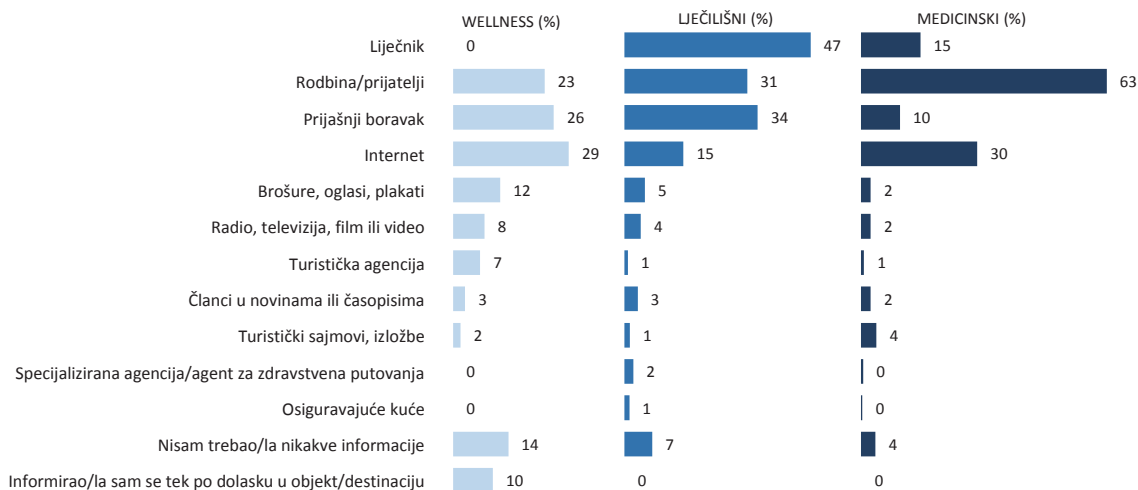
- Najvažniji izvori informacija o ponudi zdravstvenog turizma su preporuke, vlastito prijašnje iskustvo i internet. Korisnici koji se informiraju na internetu najviše koriste stranice ponuđača usluga i stranice smještajnih objekata. Pri tome je za wellness goste internet najvažniji izvor informacija, dok je za lječilišne goste to preporuka liječnika, a za korisnike medicinskih usluga preporuka rodbine i prijatelja.

Wellness: Najveći udio wellness gostiju informira se o ponudi preko interneta (29%), slijede vlastito prijašnje iskustvo (26%) i preporuke prijatelja (23%). Oni koji se informiraju putem interneta to u najvećoj mjeri čine pregledavajući stranice smještajnih objekata, odnosno koristeći usluge online agencija i informacije na društvenim medijima. Relativno značajan udio korisnika wellnessa nije trebao nikakve informacije (14%).

Lječilišni turizam: Preporuka liječnika najvažniji je izvor informacija o lječilišnim uslugama (47%), slijede prijašnji boravak (34%) i preporuke rodbine i prijatelja (31%).

Medicinski turizam: U medicinskom turizmu daleko najvažniji izvor informacija su preporuke rodbine i prijatelja (63%), a potom internet (30%), i to specifično internet stranice zdravstvene ustanove, dok su preporuke liječnika (15%) relativno manje važan izvor.

Slika 3.11.
IZVORI INFORMACIJA O WELLNESS/ LJEČILIŠNIM/ MEDICINSKIM USLUGAMA PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE ZDRAVSTVENOG TURIZMA



Učestalost dolaska u Hrvatsku

- Inozemni gosti motivirani zdravstveno-turističkim boravkom vrlo su dobri poznavatelji Hrvatske te ih je oko polovica posjetila zemlju šest i više puta. Pri tome su korisnici medicinskih usluga lojalniji od ostalih segmenata, dok lječilišna ponuda generira najveći udio novih inozemnih korisnika.

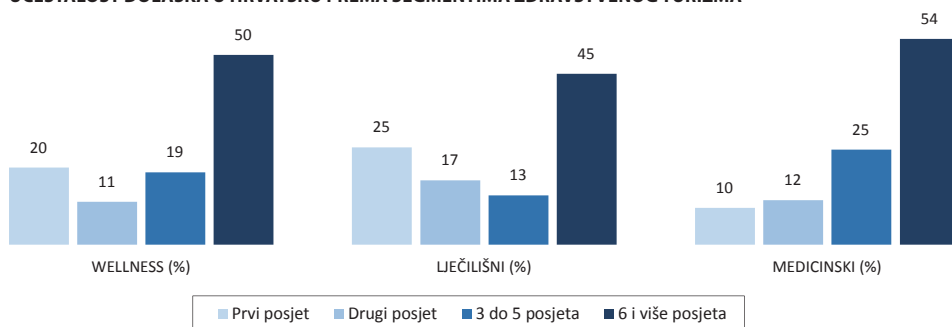
Wellness: Velika većina inozemnih wellness gostiju (80%) višestruko je boravila u Hrvatskoj. Pri tome je najveći udio inozemnih wellness gostiju (50%) posjetio Hrvatsku čak šest i više puta.

Lječilišni turizam: Najveći udio inozemnih lječilišnih gostiju (45%) boravio je u Hrvatskoj šest i više puta, dok su oko četvrtina korisnika (25%) novi gosti u prvom posjetu našoj zemlji.

Medicinski turizam: Inozemni gosti motivirani medicinskim tretmanima u izuzetno se visokoj mjeri višestruko vraćaju u Hrvatsku (90%), pri čemu su najbrojniji oni sa šest i više posjeta (54%).

Slika 3.12.

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA



Učestalost korištenja wellness/ lječilišnih/ medicinskih usluga u Hrvatskoj

- I višestruko korištenje zdravstveno-turističkih usluga na putovanju u Hrvatskoj je učestalo među gostima, posebice među korisnicima lječilišnih i wellness usluga. Medicinski i wellness segment generiraju pak najviši udio novih korisnika tih usluga u Hrvatskoj.

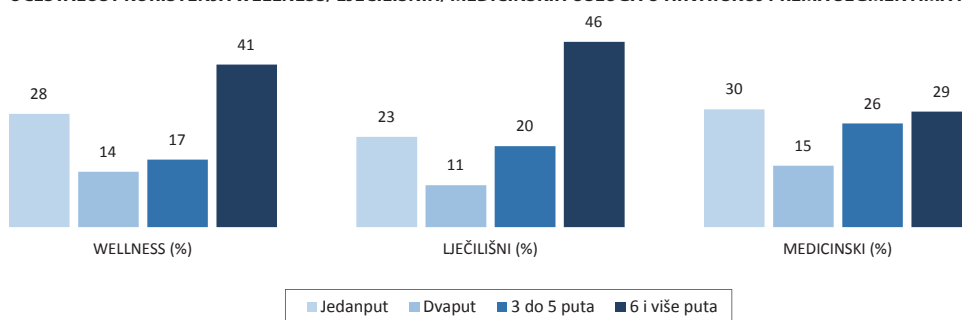
Wellness: Velika većina (72%) inozemnih wellness gostiju već je koristila wellness sadržaje i/ili usluge u Hrvatskoj. Među njima je 41% koristilo te sadržaje/ usluge u Hrvatskoj već šest ili više puta. Istodobno, znatan je udio inozemnih gostiju (28%) koji su prvi put koristili wellness usluge u Hrvatskoj.

Lječilišni turizam: I lječilišni gosti dobro su upoznati s ponudom lječilišnih usluga. Samo je 23% korisnika po prvi put koristilo takve usluge u Hrvatskoj.

Medicinski turizam: Među korisnicima medicinskih usluga najveći je udio 'novih' korisnika – 30%. Samo nešto manje od toga je vrlo dobro upoznato ponudom medicinskih usluga jer su ih koristili već šest ili više puta (29%).

Slika 3.13.

UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS/ LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U HRVATSKOJ PREMA SEGMENTIMA POTRAŽNJE



Korišteno prijevozno sredstvo

- Cestovni prijevoz najučestaliji je način putovanja za korisnike svih oblika zdravstveno-turističke ponude.

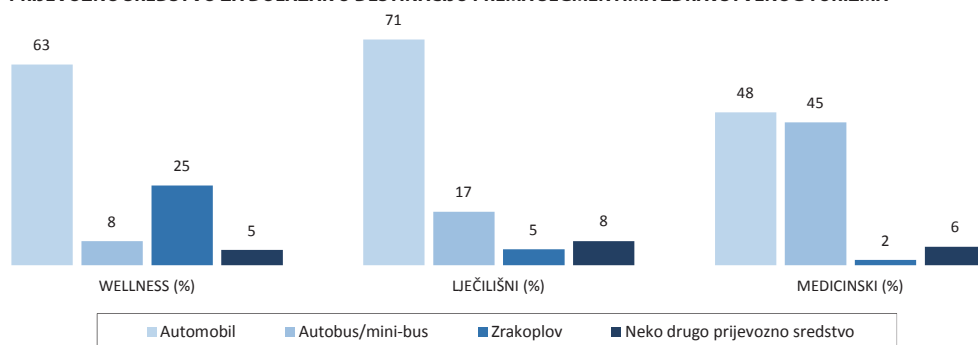
Wellness: Korisnici wellness usluga u najvećoj mjeri putuju do odredišta automobilom (63%). Oni su ujedno i jedini segment koji značajnije koristi zrakoplov (25%), pri čemu blizu polovice gostiju (47%) koristi niskotarifne zračne prijevoznike.

Lječilišni turizam: Korisnici lječilišnih usluga pretežito se oslanjaju na prijevoz automobilom (71%).

Medicinski turizam: Gosti motivirani medicinskim uslugama u gotovo podjednakoj mjeri putuju automobilom (48%) i organiziranim prijevozom autobusom/ mini-busom (45%).

Slika 3.14.

PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA



Način rezervacije smještaja

- Wellness gosti najviše rezerviraju on-line, u lječilišnom segmentu najčešća je off-line rezervacija, a specifičnost u medicinskom turizmu je rezerviranje smještaja posredstvom medicinske ustanove.

Wellness: Gosti wellnessa pretežito se oslanjaju na rezerviranje smještaja preko on-line posrednika (38%), a značajniji dio također rezervira izravno sa smještajnim objektom bilo osobnim kontaktom (21%) ili preko on-line rezervacijskog sustava smještajnog objekta (19%).

Lječilišni turizam: Dominantan oblik rezervacije smještaja u lječilišnom turizmu je izravan, osobni kontakt sa smještajnim objektom (69%).

Medicinski turizam: Korisnici medicinskih usluga pretežito rezerviraju smještaj ili osobnim kontaktom izravno sa smještajnim objektom (34%) ili posredstvom medicinske ustanove čije usluge planiraju koristiti (33%).

Tablica 3.2.

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (ZOKI, %) (%)

| Rezervacija smještaja | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom | 21,1 | 68,5 | 34,0 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Airbnb, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 38,1 | 11,2 | 11,8 |
| Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom) | 19,3 | 7,5 | 13,2 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom | 13,4 | 5,7 | 4,2 |
| Posredstvom ustanove/ poliklinike čije medicinske/ lječilišne usluge koristim | - | 5,7 | 33,3 |
| Na neki drugi način | 0,9 | 1,0 | |
| Nisam rezervirao/la smještaj unaprijed | 7,3 | 0,5 | 3,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su noćili u komercijalnom smještaju.

Pratnja na putovanju

- Na zdravstveno turistička putovanja se, s izuzetkom lječilišnog turizma, odlazi pretežito s partnerom ili u krugu više članova obitelji.

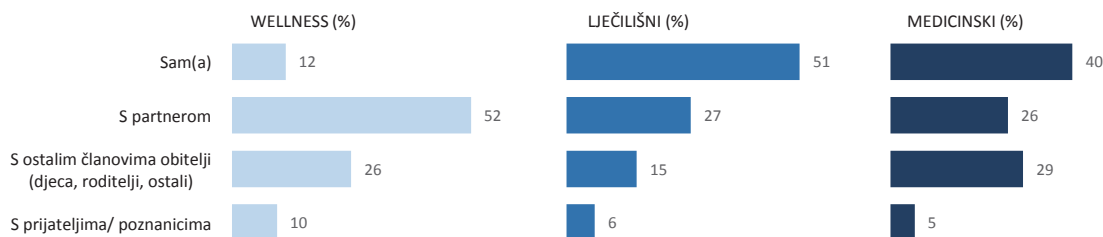
Wellness: Većina gostiju wellnessa putuje u društvu, prije svega s partnerom (52%), ali i u krugu šire obitelji (26%).

Lječilišni turizam: Polovica korisnika usluga u lječilišnom turizmu dolaze sami, a značajan je i udio onih koji dolaze s partnerom (27%).

Medicinski turizam: Više od polovice korisnika usluga medicinskog turizma dolazi u pratnji (29% s članovima obitelji, a 26% samo s partnerom). Znanat dio putuje i bez pratnje (40%).

Slika 3.15.

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA



3.4. Boravak u destinaciji

Duljina boravka u mjestu i preferirane vrste smještaja

- Potražnja u medicinskom turizmu pretežito je jednodnevnog karaktera, dok wellness i lječilišni gosti u najvećoj mjeri ostvaruju noćenja. Prosječna duljina boravka kreće se od, najkraćeg, četverodnevnog boravka gostiju na medicinskim zahvatima do najduljeg, 12-to dnevnog boravka lječilišnih gostiju. Hotelski i obiteljski smještaj preferirani su oblici smještajne ponude za sve segmente zdravstveno-turističke potražnje.

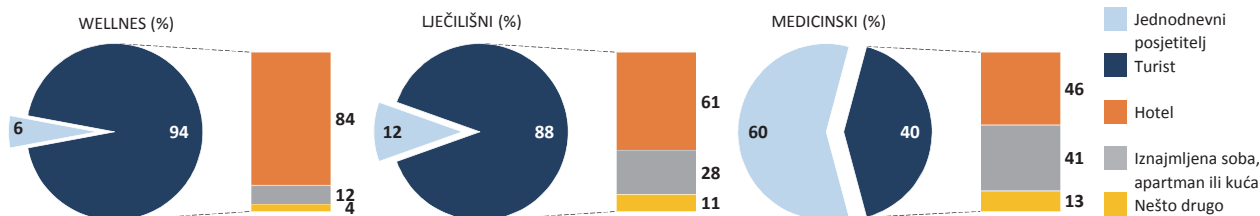
Wellness: Daleko najveći udio korisnika wellnessa su turisti — posjetitelji na višednevnom boravku (94%). Prosječno ostvare u mjestu šest noćenja. Korisnici wellnessa izrazito su orijentirani na hotelski smještaj (84%) i tek manji dio iznajmljuje sobe, apartmane ili kuće u obiteljskom smještaju (12%).

Lječilišni turizam: Lječilišni gosti pretežito su višednevni gosti (88%) koji u relativno sličnim omjerima ostvaruju boravke od 4-7, 8-10, 11-14 odnosno 15-21 noćenje, realizirajući u prosjeku 12 noćenja. Korisnici lječilišnih usluga većinom odsjedaju u hotelima (62%) i to u onima lociranim u sklopu lječilišnog kompleksa (92%), dok se 28% gostiju opredjeljuje za obiteljski smještaj.

Medicinski turizam: Pretežit udio korisnika medicinskih usluga su jednodnevni posjetitelji (61%). Među onima na višednevnom putovanju, najveći udio ostvaruje 2-3 noćenja (54%), odnosno 4-7 noćenja (29%) te u prosjeku ostvare u mjestu četiri noćenja. Gosti na medicinskim tretmanima podjednako se opredjeljuju za boravak u hotelima (46%), koji mogu biti u sklopu (59%), ali i izvan (41%) medicinske ustanove, i u obiteljskom smještaju (42%).

Slika 3.16.

STRUKTURA POSJETITELJA PREMA DULJINI BORAVKA I VRSTI SMJEŠTAJA U DESTINACIJI



Tablica 3.3.

DULJINA BORAVKA U MJESTU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

(%)

| Broj noćenja u mjestu | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-----------------------|----------|------------|------------|
| 1 | 4,5 | 0,6 | 8,5 |
| 2 do 3 | 26,2 | 6,5 | 54,3 |
| 4 do 7 | 49,2 | 20,3 | 29,3 |
| 8 do 10 | 10,1 | 27,0 | 2,4 |
| 11 do 14 | 7,3 | 20,7 | 1,8 |
| 15 i više | 2,7 | 25,0 | 3,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(aritmetička sredina)

| | | | |
|------------------------|-----|------|-----|
| Prosječan broj noćenja | 6,1 | 12,3 | 4,2 |
|------------------------|-----|------|-----|

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Preferirane aktivnosti u destinaciji

- Wellness gosti najaktivniji su korisnici sadržaja koji se nude u destinaciji, slijede lječilišni gosti, iako u puno manjoj mjeri, dok čak trećina medicinskih gostiju nema vremena za aktivnosti u destinaciji.

Wellness: Svi wellness gosti konzumiraju neki od sadržaja u destinaciji. Najviše su zainteresirani za gastronomsku ponudu (68%), rekreacijsku ponudu poput kupanja (66%) te pješačenja i trčanja (33%), odnosno za razgledavanje prirodnih (55%) i kulturnih znamenitosti (44%).

Lječilišni turizam: Korisnici lječilišnih usluga relativno rjeđe koriste destinacijske sadržaje. Među preferiranima su rekreacijska ponuda kupanja (44%), pješačenja i trčanja (35%), a nešto više od trećine također razgledava prirodne znamenitosti. Oko 12% gostiju nije imalo interesa za destinacijske sadržaje.

Medicinski turizam: Preferirane aktivnosti medicinskih gostiju u destinaciji su odlazak u restorane (30%) i u kupnju (29%). Najveći udio, međutim, iskazuje da ili nema vremena (34%) ili interesa (9%) za destinacijske sadržaje.

Tablica 3.4.

AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

(%)

| Rang | Aktivnosti | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|------|--|----------|------------|------------|
| 1. | Plivanje/ kupanje u moru/ bazenu (izvan wellness/ spa usluga) | 65,8 | 44,0 | 8,4 |
| 2. | Odlazak u restorane | 68,1 | 26,4 | 30,0 |
| 3. | Razgledavanje prirodnih znamenitosti | 55,1 | 35,7 | 15,9 |
| 4. | Razgledavanje kulturnih znamenitosti | 43,8 | 21,1 | 17,8 |
| 5. | Pješačenje ('trekking', nordijsko hodanje i sl.), jogging/ trčanje | 33,1 | 34,6 | 10,3 |
| 6. | Odlazak u kupnju (osim svakodnevnih potrepština) | 29,1 | 15,9 | 28,8 |
| 7. | Posjet muzejima/ izložbama | 27,4 | 4,9 | 10,1 |
| 8. | Posjet kulturnim manifestacijama/ koncertima | 22,2 | 7,3 | 7,9 |
| 9. | Sportske i rekreacijske aktivnosti (osim pješačenja/ trčanja/ vožnje biciklom) | 19,2 | 6,3 | 0,7 |
| 10. | Obilazak tematskih cesta i/ili OPG-ova | 13,7 | 8,2 | 4,3 |
| 11. | Vožnja biciklom označenim biciklističkim stazama | 14,2 | 6,3 | 1,4 |
| 12. | Ništa od navedenog - nisam imao/la interesa | - | 11,7 | 9,1 |
| 13. | Ništa od navedenog - nisam imao/la vremena | - | 6,2 | 34,1 |
| 14. | Nešto drugo | 1,6 | 6,4 | 1,4 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Zadovoljstvo turističkom ponudom destinacije

- Svi segmenti gostiju u zdravstvenom turizmu izrazito su zadovoljni većinom sadržaja turističke ponude destinacije. Posebno se ističu ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, atmosfera u destinaciji i gostoljubivost lokalnog stanovništva.

Wellness: Korisnici wellness usluga izražavaju najvišu razinu zadovoljstva ljepotom prirode i krajolika u destinaciji (94%), atmosferom i ugođajem (88%) te gostoljubivosti lokalnog stanovništva (85%). U najvećoj mjeri također su izrazito zadovoljni ukupnim boravkom u destinaciji (89%). Najmanje zadovoljavajući elementi su kvaliteta ponude kulture (67%) i kvaliteta lokalnog prijevoza (62%).

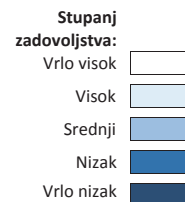
Lječilišni turizam: Gosti lječilišta u najvećoj su mjeri izrazito zadovoljni ukupnim boravkom u destinaciji (85%). U ponudi se posebno ističu ljepota prirode i krajolika (92%), osobna sigurnost (90%) i gostoljubivost lokalnog stanovništva (84%). Najniže ocjenjeni sadržaji ponude su mogućnosti za kupnju (58%) i kvaliteta lokalnog prijevoza (54%). Korisnici lječilišnih usluga u izrazito su visokoj mjeri (92%) spremni preporučiti destinaciju drugima.

Medicinski turizam: Korisnici usluga medicinskog turizma gotovo su unisoni u iskazivanju visokog zadovoljstva ukupnim boravkom u destinaciji (95%), ali i svim pojedinačnim elementima ponude destinacije. Također je izrazito visok udio (97%) spreman preporučiti destinaciju drugima.

Tablica 3.5.
**STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA**

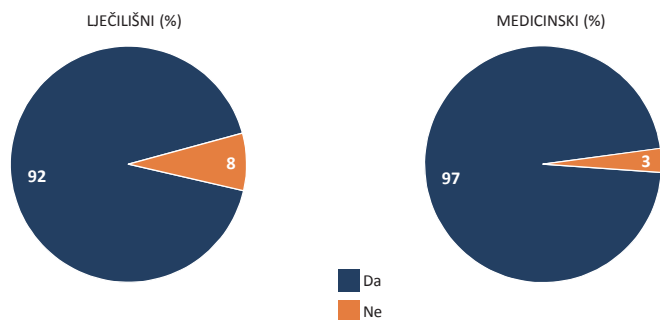
| Rang* | Elementi ponude | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------|--------------------------------------|----------|------------|------------|
| 1. | Ljepota prirode i krajolika | 94,3 | 91,5 | 92,3 |
| 2. | Ukupni boravak | 88,8 | 84,7 | 95,4 |
| 3. | Atmosfera, ugođaj | 87,8 | 81,3 | 92,6 |
| 4. | Osobna sigurnost | 82,3 | 89,6 | 94,5 |
| 5. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 85,1 | 83,6 | 93,0 |
| 6. | Prometna dostupnost destinacije | 79,4 | 82,0 | 92,4 |
| 7. | Kvaliteta informacija u destinaciji | 80,8 | 74,4 | 88,9 |
| 8. | 'Vrijednost za novac' | – | 75,8 | 87,7 |
| 9. | Kvaliteta smještajne ponude | 79,2 | 75,3 | 90,9 |
| 10. | Kvaliteta ugostiteljske ponude | 80,1 | 65,8 | 89,0 |
| 11. | Mogućnosti za sport i rekreaciju | 77,5 | 70,5 | 88,6 |
| 12. | Kvaliteta ponude kulture | 66,5 | 62,3 | 92,8 |
| 13. | Mogućnost za kupnju | – | 57,9 | 86,3 |
| 14. | Kvaliteta lokalnog prijevoza | 61,8 | 54,3 | 84,7 |

(%)



* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Slika 3.17.
**NAMJERA PREPORUKE DESTINACIJE
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA**



3.5. Boravak u wellness centru/ zdravstvenoj ustanovi

Korištenje tematskih/ specijalističkih paketa zdravstvenih usluga

- Svi segmenti gostiju u zdravstvenom turizmu rijetko se opredjeljuju za korištenje tematskih/ specijalističkih paketa usluga.

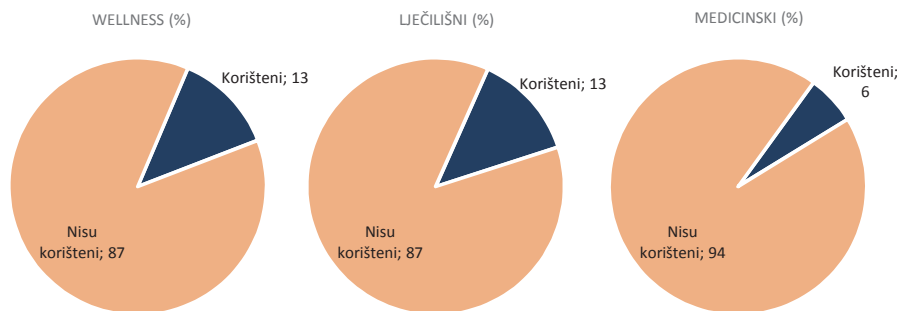
Wellness: Velika većina wellness gostiju ne koristi pakete zdravstvenih usluga (87%), iako ih oko 22% izjavljuje da preferira strukturirani wellness program koji se kupuje kao paket. Postojeće pakete ne koriste uglavnom iz razloga što nisu zainteresirani za takvu vrstu ponude (78%), odnosno što s njome nisu bili upoznati (17%). Na razini pojedinačnih elemenata ponude, wellness gosti daleko se najviše opredjeljuju za korištenje uobičajeno besplatnih tzv. 'mokrkih' sadržaja poput bazena (87%), jacuzzi/ whirlpool kada (60%) i sauna (54%), odnosno od plaćenih usluga za masaže (65%). Široka paleta ostalih usluga, od kozmetičkih tretmana, preko usluga specijalista, do alternativnih terapija privlači male udjele, maksimalno do oko 20% gostiju.

Lječilišni turizam: Lječilišni gosti u najvećoj mjeri ne koriste paketirane zdravstvene usluge (87%), najčešće zato što za njih nisu zainteresirani (82%).

Medicinski turizam: Korisnici medicinskih usluga u principu ne kupuju pakete tematskih/ specijalističkih usluga (94%), pri čemu blizu polovice nisu za njih zainteresirani (46%), dok nešto više od trećine to nije učinilo jer nisu bili upoznati s mogućnosti takve kupnje (37%).

Slika 3.18.

KORIŠTENJE TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA



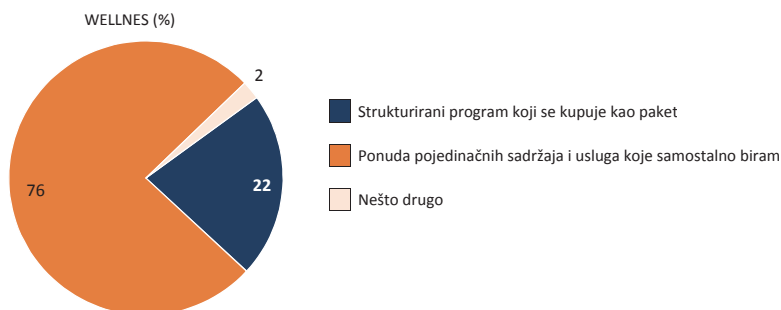
Tablica 3.6.

KORIŠTENJE ZDRAVSTVENIH/ WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA TIJEKOM BORAVKA U HOTELU

| Korišteni zdravstveni/ wellness sadržaji i usluge tijekom boravka u hotelu | (%) |
|--|-----------------|
| | WELLNESS |
| Bazen | 86,6 |
| Masaže | 64,7 |
| Jacuzzi/ whirlpool kade | 60,1 |
| Saune | 54,2 |
| Fitnes i/ili vježbanje | 34,3 |
| Kozmetički tretmani | 21,7 |
| Manikura i/ili pedikura | 19,5 |
| Savjetodavne usluge terapeuta/ liječnika/ stručne osobe | 11,2 |
| Meditacija/ yoga | 8,3 |
| Specijalističke usluge terapeuta | 7,4 |
| Usluge osobnog trenera | 6,8 |
| Specijalističke liječničke usluge | 5,6 |
| 'Alternativne terapije' (akupunktura, ayurveda i sl.) | 5,1 |
| Nešto drugo | 0,1 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Slika 3.19.
PREFERIRANI TIP ORGANIZACIJE WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA



Stupanj zadovoljstva zdravstvenim sadržajima i uslugama

- Svi segmenti gostiju izrazito su zadovoljni sadržajima i uslugama raspoloživim u wellness centrima i zdravstvenim ustanovama. Naročito se ističu ljubaznost i stručnost osoblja. Općenito najvišu razinu zadovoljstva iskazuju korisnici medicinskih usluga.

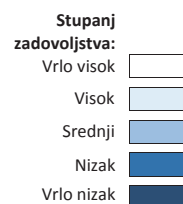
Wellness: Korisnici wellnessa najviše ističu zadovoljstvo ljubaznošću (88%) i stručnošću (87%) osoblja. Također su izrazito zadovoljni atmosferom i ugođajem (85%), čistoćom wellness centra (85%), pridržavanjem termina narudžbi (84%) te kvalitetom pojedinačnih tretmana (82%) i potpunošću informacija o tretmanima (82%). Najniža razina zadovoljstva iskazana je u odnosu na inovativnost ponude (70%) i prilagođenost wellness centra osobama s posebnim potrebama (67%). Uspoređujući wellness sadržaje/ usluge s onima koje su koristili u nekoj drugoj zemlji, korisnici wellnessa većinu elemenata ponude u Hrvatskoj ocjenjuju boljima u odnosu na druge zemlje. Ističe se samo raznolikost opreme/ sadržaja/ usluga koju je 26% ispitanika ocijenilo boljom, a 20% lošijom u Hrvatskoj u odnosu na druge zemlje. Raznolikost wellness ponude ocijenjena je lošijom u usporedbi s Austrijom (37% korisnika ocjenjuje je lošijom, a 18% boljom; ostali smatraju da je podjednaka). U usporedbi sa Slovenijom raznolikost ponude wellnessa ocijenjena je podjednakom (18% korisnika ocjenjuje je lošijom, a 17% boljom u Hrvatskoj).

Lječilišni turizam: Korisnici lječilišnih usluga iskazuju najvišu razinu zadovoljstva stručnošću (84%) i ljubaznošću osoblja (82%), odnosno pridržavanjem termina narudžbi (82%) i kvalitetom pojedinačnih tretmana (81%). Najkritičniji su u odnosu na inovativnost ponude (58%). Izrazito visok broj spreman je preporučiti zdravstvenu ustanovu (95%). Uspoređujući lječilišne sadržaje/ usluge u centrima lječilišnog turizma u Hrvatskoj s ponudom sličnih ustanova u Sloveniji ili Austriji, lječilišni gosti ocjenjuju stručnost i ljubaznost osoblja, atmosferu u centru te, prije svega, odnos cijene i kvalitete lječilišnih sadržaja i usluga u Hrvatskoj znatno boljima u Hrvatskoj u usporedbi sa Slovenijom i Austrijom. Potpunost informacija o ponudi tretmana ocijenjena je podjednakom u sve tri zemlje. Međutim, kvaliteta opreme/ sadržaja/ usluga ocijenjena je boljom u Sloveniji (za 18% korisnika kvaliteta je bolja u Sloveniji, njih 5% smatra da je bolja u Hrvatskoj dok je svi ostali smatraju podjednakom), a još boljom u Austriji (za 27% korisnika kvaliteta je bolja u Austriji, a 6% je ocjenjuje boljom u Hrvatskoj). I dostupnost mjesta ocijenjena je nešto boljom u Sloveniji te znatno boljom u Austriji.

Medicinski turizam: Preko 95% korisnika medicinskih usluga izrazito je zadovoljno sa svim sadržajima i uslugama u medicinskim ustanovama, uz jedinu iznimku pridržavanja termina narudžbi (82%). Oni su također gotovo bez iznimke (99%) spremni preporučiti zdravstvenu ustanovu.

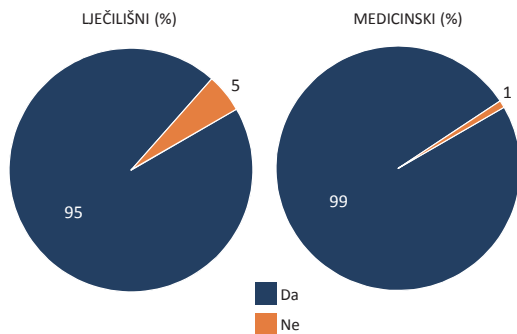
Tablica 3.7.
**STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA** (%)

| Rang* | Elementi | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------|---|----------|------------|------------|
| 1. | Ljubaznost osoblja | 88,3 | 81,8 | 99,5 |
| 2. | Stručnost osoblja | 86,6 | 83,7 | 98,5 |
| 3. | Ukupna ponuda ustanove | – | 79,7 | 98,3 |
| 4. | Čistoća prostora | 85,4 | 77,8 | 99,3 |
| 5. | Atmosfera/ ugođaj | 85,4 | 78,3 | 96,4 |
| 6. | Kvaliteta pojedinačnih tretmana/ procedura | 81,8 | 81,2 | 98,8 |
| 7. | Potpunost informacija o tretmanima/ procedurama | 81,9 | 79,5 | 95,9 |
| 8. | Pridržavanje termina narudžbi | 84,2 | 82,1 | 82,4 |
| 9. | Organizacija prijevoza i/ili boravka | – | 74,3 | 96,3 |
| 10. | Dostupnost informacija o ponudi | 78,7 | 74,6 | 96,6 |
| 11. | Kvaliteta opreme | 77,9 | 73,5 | 99,0 |
| 12. | Odnos cijene i kvalitete zdravstvenih sadržaja/ usluga | 75,1 | 77,4 | 96,8 |
| 13. | Raznolikost ponuđenih usluga | 76,9 | 69,2 | 97,6 |
| 14. | Veličina prostora za tretmane/ zahvate (terapijskih sadržaja, bazena, vježbališta i sl.) | 75,5 | 69,7 | 94,7 |
| 15. | Prilagođenost ustanove osobama s posebnim potrebama | 66,8 | 77,0 | 95,3 |
| 16. | Raznolikost opreme/ sadržaja | 74,3 | – | – |
| 17. | Inovativnost ponude | 69,7 | 58,1 | 96,9 |



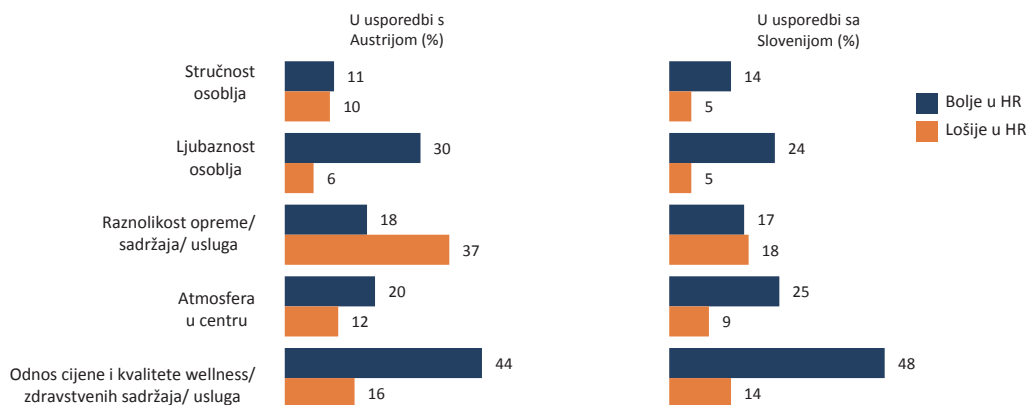
* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Slika 3.20.
**NAMJERA PREPORUKE ZDRAVSTVENE USTANOVE PRIJATELJIMA/
 POZNANICIMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA**



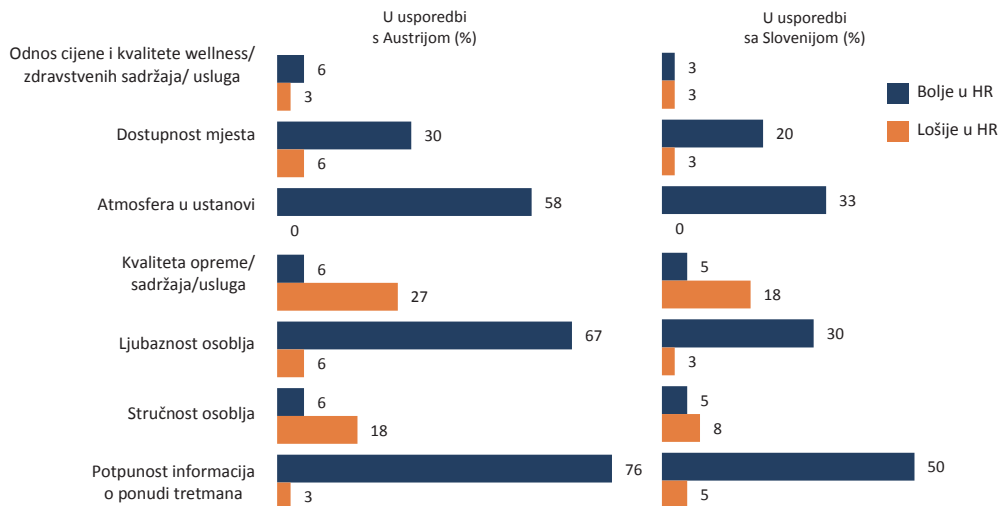
Slika 3.21.

OCJENA ELEMENATA PONUDE U ODNOSU NA KONKURENTSKE ZEMLJE U WELLNESS SEGMENTU



Slika 3.22.

OCJENA ELEMENATA PONUDE U ODNOSU NA KONKURENTSKE ZEMLJE U LJEČILIŠNOM SEGMENTU



3.6. Potrošnja korisnika zdravstveno-turističkih usluga u Hrvatskoj

Prosječna dnevna potrošnja na višednevnim putovanjima

- Prosječna dnevna potrošnja na višednevnim putovanjima motiviranim korištenjem usluga zdravstvenog turizma kretala se od 63 eura u lječilišnom do 292 eura u medicinskom turizmu.

Wellness: Wellness gost hotela trošio je prosječno dnevno 149 eura. Više od polovice tog iznosa (55%) odnosilo se na trošak smještaja u hotelu, a sljedeći izdaci za hranu i piće u restoranima i barovima (20%) te izdaci u trgovini (8%). Oko 7% ukupnih dnevnih izdataka ili 11 eura izdvajalo se na dodatne zdravstvene/ wellness usluge.

Lječilišni turizam: Korisnici lječilišnih usluga na višednevnim su boravcima u toplicama ili specijalnim bolnicama izdvajali u prosjeku 63 eura dnevno. Više od polovice tog iznosa, slično kao i kod wellness gostiju, izdvajalo se na smještaj (54%). Gosti lječilišta su, međutim, relativno znatno više izdvajali za zdravstvene usluge – 16 eura dnevno ili

25% ukupnih dnevnih izdataka. Na hranu i piće izvan smještaja izdvajali su oko 10%, a na usluge trgovine 7% ukupnih dnevnih izdataka.

Medicinski turizam: Korisnici medicinskih usluga na višednevnom su putovanju izdvajali u prosjeku 292 eura dnevno, od čega tri četvrtine na medicinsku uslugu, a tek 11% na uslugu smještaja. Za hranu i piće u restoranima i barovima te trgovinu trošili su 6%, odnosno 5% dnevnih izdataka.

Tablica 3.8.
PROSJEČNI DNEVNI IZDACI KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (€)

| Prosječni dnevni izdaci | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 149 | 63 | 292 |
| Smještaj | 82 | 34 | 31 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 6 | 1 | 3 |
| Hrana u restoranima i barovima | 30 | 6 | 16 |
| Usluge trgovine | 12 | 4 | 16 |
| Zdravstvene usluge | 11 | 16 | 221 |
| Kultura, zabava, sport, rekreacija, izleti i ostalo | 9 | 2 | 5 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Prosječna potrošnja na jednodnevnim putovanjima

- Na jednodnevnim putovanjima motiviranim korištenjem usluga zdravstvenog turizma prosječna potrošnja kreće se od 48 eura u wellnessu do 450 eura u medicinskom turizmu.

Wellness: Prosječna potrošnja na jednodnevnom wellness putovanju iznosi 48 eura, bez izdataka za prijevoz do destinacije i natrag. Gotovo polovica tog iznosa (45%) odnosi se na plaćanje zdravstvenih usluga, a slijede izdaci za hranu i piće u restoranima i barovima (38%). Izdaci za kupnju čine 9%, a svi ostali izdaci 8% ukupnih dnevnih izdataka.

Lječilišni turizam: Na jednodnevnom posjetu toplicama ili specijalnim bolnicama u prosjeku se izdvaja 82 eura. Više od tri četvrtine tog iznosa (77%) odnosi se na zdravstvene usluge, a slijede izdaci za ugostiteljstvo (14%). Svi ostali izdaci čine samo 7% ukupnih izdataka.

Medicinski turizam: Na jednodnevnom putovanju motiviranom korištenjem medicinskih usluga u prosjeku se izdvaja 450 eura po osobi. Većinu tog iznosa čine izdaci za medicinske usluge (94%).

Tablica 3.9.
PROSJEČNI IZDACI KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (€)

| Prosječni izdaci | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 48 | 82 | 450 |
| Smještaj | - | - | - |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 0 | 2 | 2 |
| Hrana u restoranima i barovima | 19 | 11 | 12 |
| Usluge trgovine | 4 | 2 | 13 |
| Zdravstvene usluge | 22 | 63 | 423 |
| Kultura, zabava, sport, rekreacija, izleti i ostalo | 4 | 3 | 0 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Ostvareni izdaci u odnosu na očekivanja

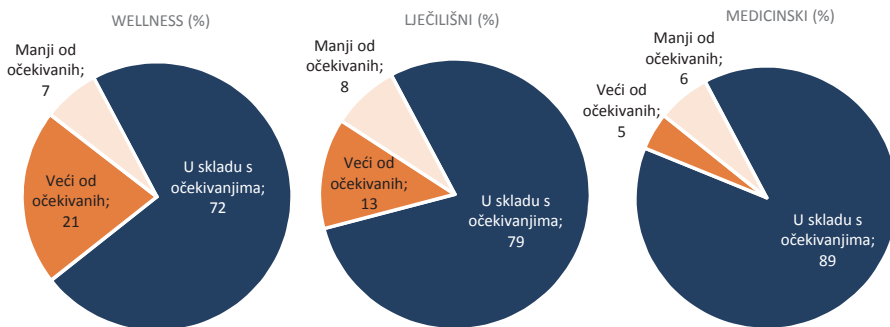
- Većina korisnika usluga u zdravstvenom turizmu ocijenila je svoje izdatke u skladu s očekivanjima.

Wellness: U segmentu wellnessa najveći je udio onih koji su svoje izdatke ocijenili većim od očekivanja (21%). Za 72% korisnika wellness usluga izdaci su bili u skladu s očekivanjima, a za njih 7% i manji od očekivanih.

Lječilišni turizam: Više od tri četvrtine (79%) korisnika lječilišnih usluga ocijenilo je svoje izdatke u skladu s očekivanjima, za 13% oni su bili iznad očekivanja, a za 8% i manji od očekivanja.

Medicinski turizam: Za gotovo 90% korisnika usluga medicinskog turizma izdaci su bili u skladu s očekivanjima. U ovom je segmentu i najmanje onih koji su svoje izdatke ocijenili većim od očekivanih (5%).

Slika 3.23.
**IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA**





OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U WELLNESS TURIZMU

4. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U WELLNESS TURIZMU

| | |
|---|--|
| Nacionalna struktura | <ul style="list-style-type: none"> U wellnessu je 82% inozemnih gostiju među kojima su najbrojniji gosti iz Njemačke (13%), Slovenije (11%), Austrije (9%), Italije (7%) i Velike Britanije (5%) Domaće tržište (18%) pojedinačno je najvažnije tržište |
| Dob | <ul style="list-style-type: none"> Prosječna dob korisnika wellnessa iznosi 43 godine Stariji od prosjeka su gosti iz Austrije (49 godina), Njemačke (48 godina), Italije (46 godina) i Slovenije (45 godina) |
| Obrazovanje | <ul style="list-style-type: none"> U wellnessu su najbrojniji gosti s fakultetskim obrazovanjem (53%) |
| Mjesečna primanja kućanstva | <ul style="list-style-type: none"> Svaki drugi korisnik (49%) wellness usluga ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura Gosti prosječno više platežne moći dolaze iz Austrije, Italije, Velike Britanije i Njemačke |
| Učestalost putovanja motiviranih zdravstvenim uslugama | <ul style="list-style-type: none"> Nešto više od polovice korisnika wellnessa (56%) koristi ovu vrstu usluge na putovanjima jednom do tri puta godišnje Domaći gosti i gosti iz Austrije češće od prosjeka koriste wellness sadržaje i usluge |
| Motivacija | <ul style="list-style-type: none"> Među korisnicima wellness usluga, njih 20% putuje upravo radi wellnessa Primarni motiv korištenja wellness usluga je relaksacija/ 'punjenje baterija' (79%), a slijedi ublažavanje/ upravljanje stresom (27%), pročišćavanje/ detoks organizma, unapređenje fizičke kondicije i ljepota/ njega lica/ tijela (15% do 18%) Britanci se ističu iznadprosječnim korištenjem wellness usluga zbog relaksacije (89%), domaći gosti zbog ublažavanja/ upravljanja stresom (38%), Slovenci zbog ublažavanja kroničnih boljki (15%), Talijani zbog unapređenja fizičke kondicije (22%) i njege lica (24%) |
| Čimbenici odabira zdravstvene ustanove | <ul style="list-style-type: none"> Za 26% gostiju wellness ponuda bila je presudna za odabir destinacije Za 30% gostiju wellness ponuda bila je presudna za odabir smještajnog objekta |
| Izvori informacija | <ul style="list-style-type: none"> Internet (29%), prijašnji boravak (26%) i preporuke prijatelja (23%) su glavni izvori informacija o wellness ponudi |
| Učestalost dolaska u Hrvatsku | <ul style="list-style-type: none"> 20% inozemnih wellness gostiju u prvom je posjetu Hrvatskoj Većina je u višestrukome posjetu, 50% već je šest i više puta posjetilo Hrvatsku Najviše 'novih' gostiju je među Britancima (46%) |
| Učestalost korištenja wellness usluga u Hrvatskoj | <ul style="list-style-type: none"> 72% inozemnih wellness gostiju već je koristilo wellness sadržaje i/ili usluge u Hrvatskoj Najviše 'novih' korisnika wellness ponude je među Britancima (58%) |
| Prijevozno sredstvo | <ul style="list-style-type: none"> Većina dolazi automobilom (63%), 25% je doputovalo zrakoplovom Iznadprosječna zastupljenost zračnog prijevoza (88%) je među Britancima |
| Rezervacija smještaja | <ul style="list-style-type: none"> 57% on-line booking (38% preko agencije, 19% izravno sa smještajnim objektom) 35% off-line booking (13% posredstvom agencije, 21% izravno sa smještajnim objektom) 7% bez rezervacije |
| Pratnja na putovanju | <ul style="list-style-type: none"> Dolazak s partnerom je dominantan (69%); 26% gostiju dolazi s obitelji |

| | |
|---|--|
| Duljina boravka | <ul style="list-style-type: none"> • 94% gostiju wellnessa ostvaruju noćenje u destinaciji • U prosjeku se ostvaruje 6 noćenja tijekom boravka • 6% korisnika su jednodnevni posjetitelji, a najviše jednodневnih posjetitelja je među domaćim gostima (19%) te posjetiteljima iz susjednih zemalja, Bosne i Hercegovine (15%) i Slovenije (9%) |
| Vrsta smještaja | <ul style="list-style-type: none"> • Wellness gosti najčešće odsjedaju u hotelima (84%), a gotovo svi u istom objektu i koriste usluge wellnessa |
| Preferirane aktivnosti u destinaciji | <ul style="list-style-type: none"> • Wellness gosti također su zainteresirani za odlazak u restorane (68%), kupanje (66%), razgledavanje prirodnih (55%) i kulturnih (44%) znamenitosti, kao i za pješačenje (33%) i kupovina (29%) • Najaktivniji su Austrijanci i Talijani, a zatim Nijemci i Britanci; potonji se posebno ističu višim interesom za različitim sadržajima kulture |
| Zadovoljstvo ponudom destinacije | <ul style="list-style-type: none"> • Gosti najzadovoljniji: ljepota prirode i krajolika (94%), ugođaj (88%), gostoljubivost lokalnog stanovništva (85%), osobna sigurnost (82%), kvaliteta informacija (81%) i ugostiteljska ponuda (80%) • Najniže zadovoljstvo: ponuda kulture (67% zadovoljno) i kvaliteta lokalnog prijevoza (62% zadovoljno) • Ponudom su općenito najzadovoljniji Austrijanci i Britanci te gosti iz Hrvatske i BiH, a najkritičniji su gosti iz Slovenije, Italije i Njemačke |
| Korištenje paketa wellness usluga | <ul style="list-style-type: none"> • 87% wellness gostiju ne koristi pakete usluga, najčešće zato jer nisu zainteresirani (78%) |
| Učestalost korištenja wellness usluga | <ul style="list-style-type: none"> • 87% bazen; 65% masaže, 60% jacuzzi/ whirlpool kade; 54% saune, 34% fitnes/ vježbanje, 22% kozmetički tretmani, 20% manikura/ pedikura, 11% savjetodavne usluge terapeuta/ liječnika/ stručne osobe, 8% meditacija/ yoga, 8% specijalističke usluge terapeuta, 7% usluge osobnog trenera, 6% specijalističke liječničke usluge, 5% alternativne terapije • Nijemci, Austrijanci i posebice Talijani iznadprosječno su zainteresirani za širu paletu wellness sadržaja i naročito usluga |
| Zadovoljstvo wellness uslugama | <ul style="list-style-type: none"> • Gosti najzadovoljniji: ljubaznost osoblja (88%), stručnost osoblja (87%), ugođaj i čistoća (85%), pridržavanje termina narudžbi (84%), kvaliteta pojedinačnih tretmana (82%), potpunost informacija o tretmanima (82%) • Najniže zadovoljstvo: inovativnost ponude (70%) i prilagođenost ustanove osobama s posebnim potrebama (67%) • Općenito najzadovoljniji ponudom su Austrijanci, Britanci, Hrvati i gosti iz BiH, dok su najkritičniji Nijemci, Slovenci i posebno Talijani • Raznolikost wellness ponude ocijenjena je lošijom u usporedbi s Austrijom (37% korisnika ocjenjuje je lošijom, a 18% boljom; ostali smatraju da je podjednaka); u usporedbi sa Slovenijom 18% korisnika ocjenjuje je lošijom, a 17% boljom u Hrvatskoj |
| Prosječna dnevna potrošnja na višednevnim putovanjima | <ul style="list-style-type: none"> • 149 € (82 € ili 54% za smještaj, 30 € ili 20% za hranu i piće u restoranima i barovima, 11 € ili 7% za dodatne wellness/ zdravstvene usluge) • Najbolji potrošači su Britanci (169 €) i Nijemci (165 €) |
| Prosječna dnevna potrošnja na jednodnevnim putovanjima | <ul style="list-style-type: none"> • 48 € (45% za dodatne wellness/ zdravstvene usluge, 38% za hranu i piće u restoranima i barovima, 9% za kupnju i 8% za sve ostalo bez izdataka za prijevoz do destinacije i natrag) |



5

OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U LJEČILIŠNOM TURIZMU

5. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U LJEČILIŠNOM TURIZMU

| | |
|---|---|
| Nacionalna struktura | <ul style="list-style-type: none"> • Prevladavaju domaći gosti (67%) pa gosti iz Slovenije (7%) i Austrije (5%) |
| Dob | <ul style="list-style-type: none"> • Prosječna dob korisnika lječilišnih usluga je 58 godina, a segment 56+ godina dominira potražnjom (60%) • Domaći gosti u prosjeku su nešto stariji (59 godina) od inozemnih (55 godina) |
| Obrazovanje | <ul style="list-style-type: none"> • Najbrojniji su korisnici sa srednjom školom ili nižeg stupnja obrazovanja (55%) • Inozemni gosti višeg su stupnja obrazovanja (48% fakultetski obrazovanih) u odnosu na domaće (19% fakultetski obrazovanih) |
| Mjesečna primanja kućanstva | <ul style="list-style-type: none"> • Većina korisnika lječilišnih usluga (73%) ima primanja kućanstva do 2.000 eura • Samo je 13% korisnika s mjesečnim primanja kućanstva većim od 3.000 eura • 31% inozemnih u odnosu na 4% domaćih gostiju ima primanja iznad 3.000 eura |
| Učestalost putovanja motiviranih zdravstvenim uslugama | <ul style="list-style-type: none"> • Skoro polovica korisnika lječilišnih usluga (48%) čini to redovno jednom godišnje, a dodatnih 20% odlazi na ovu vrstu tretmana dva do tri puta godišnje |
| Motivacija | <ul style="list-style-type: none"> • Primarni motiv je fizikalna terapija (44%), slijedi rehabilitacija (28%) i relaksacija (14%) • Inozemni gosti su više od domaćih motivirani relaksacijom (19% prema 11%), kozmetičkim tretmanima (7% prema 1%), kirurškim zahvatom (8% prema 0,2%) i dijagnostikom (5% prema 1%), a manje od domaćih fizikalnom terapijom i rehabilitacijom |
| Čimbenici koji utječu na odabir ustanove | <ul style="list-style-type: none"> • Stručnost liječnika (76%), reputacija ustanove (71%), kraće liste čekanja (63%), dostupnost mjesta (63%), ponuda jedinstvenih prirodnih činitelja (62%); najmanje je važno poznavanje stranih jezika • Za inozemne goste je znatno važnije nego za domaće da lječilišna ustanova posjeduje certifikat (64% prema 45%) i da osoblje govori strane jezike (43%), a manje je važna dostupnost mjesta (55% prema 67%) |
| Izvori informacija | <ul style="list-style-type: none"> • Preporuke liječnika (47%), prijašnji boravak (34%), preporuke rodbine i prijatelja (31%), internet (15%) • Inozemni gosti su se u većoj mjeri od domaćih oslanjali na internet (21% prema 12%), razne medije i preporuke, a manje na preporuku liječnika |
| Učestalost dolaska u Hrvatsku | <ul style="list-style-type: none"> • 26% inozemnih korisnika usluga u prvom je posjetu Hrvatskoj • Većina je u višestrukom posjetu, 45% već je šest i više puta posjetilo Hrvatsku |
| Učestalost korištenja lječilišnih usluga u Hrvatskoj | <ul style="list-style-type: none"> • 23% korisnika po prvi put koristi takve usluge u Hrvatskoj, 11% domaćih i 47% inozemnih |
| Prijevozno sredstvo | <ul style="list-style-type: none"> • Većina dolazi automobilom (71%), 17% autobusom, 5% zrakoplovom |
| Rezervacija smještaja | <ul style="list-style-type: none"> • 19% on-line booking (11% preko agencije, 8% izravno sa smještajnim objektom) • 74% off-line booking (6% posredstvom agencije, 69% izravno sa smještajnim objektom) • 6% posredstvom ustanove u kojoj koristi lječilišne usluge • Inozemni gosti značajno češće od domaćih koriste usluge agencije, bilo on-line ili off-line (41% prema 3%), a češće od domaćih smještaj rezerviraju i posredstvom ustanove u kojoj borave (9% prema 4% domaćih) |

| | |
|--|---|
| Pratnja na putovanju | <ul style="list-style-type: none"> Dolazak bez pratnje je dominantan (51%), slijedi dolazak samo s partnerom (27%) Inozemni gosti najčešće dolaze samo s partnerom (50%), a domaći bez pratnje (65%) |
| Duljina boravka | <ul style="list-style-type: none"> 88% gostiju ostvaruje noćenje (97% inozemnih i 84% domaćih), 12% je jednodnevnih posjetitelja (16% domaćih i 4% inozemnih) Korisnici u prosjeku ostvaruju 12 noćenja tijekom boravka |
| Vrsta smještaja | <ul style="list-style-type: none"> Korisnici najčešće odsjedaju u hotelima (62%), većinom u sklopu lječilišta/ toplica (92%), zatim u obiteljskom smještaju (28%) |
| Preferirane aktivnosti u destinaciji | <ul style="list-style-type: none"> Rekreativno kupanje (44%), razgledavanje prirodnih znamenitosti (36%), pješačenje (35%), odlazak u restorane (26%), razgledavanje kulturnih znamenitosti (21%) Inozemni gosti su aktivniji u destinaciji – češće odlaze na kupanje, u restorane, u razgledavanje prirodnih i kulturnih znamenitosti, u posjet raznim događanjima, a češće se bave i sportsko-rekreativnim aktivnostima, uključujući i vožnju biciklom 12% gostiju nije imalo interesa za destinacijske sadržaje (16% domaćih i 3% inozemnih), 6% nije imalo vremena |
| Zadovoljstvo ponudom destinacije | <ul style="list-style-type: none"> Gosti najzadovoljniji: ljepota prirode i krajolika (92%), osobna sigurnost (90%), gostoljubivost lokalnog stanovništva (84%), prometna dostupnost (82%), ugođaj (81%) Najniže zadovoljstvo: kvaliteta lokalnog prijevoza (54% zadovoljno), mogućnosti za kupnju (58% zadovoljno) Inozemni su gosti kritičniji u svojoj ocjeni destinacije – većinu elemenata ocijenili su lošije od domaćih (uključujući i kvalitetu smještajne ponude), uz iznimku ponude gastronomije, kulture, kupnje pa i kvalitetu lokalnog prijevoza 92% je spremno preporučiti destinaciju drugima (94% domaćih i 88% inozemnih) |
| Korištenje tematskih/ specijalističkih paketa zdravstvenih usluga | <ul style="list-style-type: none"> Lječilišni gosti u najvećoj mjeri ne koriste paketirane zdravstvene usluge (87%), najčešće zato što za njih nisu zainteresirani (82%) Inozemni gosti su takve pakete koristili u većoj mjeri (23% prema 9%) |
| Zadovoljstvo lječilišnim uslugama | <ul style="list-style-type: none"> Gosti najzadovoljniji: stručnost osoblja (84%), ljubaznost osoblja (82%), pridržavanje termina narudžbi (82%), kvaliteta tretmana (81%) Najniže zadovoljstvo: inovativnost ponude (58%), raznolikost usluga (69%) Inozemni gosti ocijenili su sve lječilišne sadržaje/ usluge, izuzev inovativnosti ponude, nižim ocjenama u usporedbi s domaćim gostima Stručnost i ljubaznost osoblja, atmosferu u centru te, prije svega, odnos cijene i kvalitete lječilišnih sadržaja i usluga u Hrvatskoj ocijenjeni su znatno boljima u Hrvatskoj u usporedbi sa Slovenijom i Austrijom; potpunost informacija o ponudi tretmana ocijenjena je podjednako u sve tri zemlje; međutim, kvaliteta opreme/ sadržaja/ usluga ocijenjena je boljom u Sloveniji, a još boljom u Austriji; i dostupnost mjesta ocijenjena je nešto boljom u Sloveniji te znatno boljom u Austriji 95% bi preporučilo medicinsku ustanovu drugima (96% domaćih i 93% inozemnih) |
| Prosječna dnevna potrošnja na višednevnim putovanjima | <ul style="list-style-type: none"> 63 € (34 € ili 54% za smještaj, 16 € ili 25% za zdravstvene usluge) 41 € domaći i 108 € inozemni korisnici Za 79% korisnika lječilišnih usluga izdaci su bili u skladu s očekivanjima, za 13% iznad očekivanja (20% inozemnih i 10% domaćih), a za 8% i manji od očekivanja |



6

OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U MEDICINSKOM TURIZMU

6. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE U MEDICINSKOM TURIZMU

| | |
|---|---|
| Nacionalna struktura | <ul style="list-style-type: none"> • U medicinskom turizmu najviše je Talijana (56%) pa domaćih gostiju (27%), gostiju iz BiH (7%) i Slovenije (5%) • Među korisnicima stomatološkog zahvata/ tretmana gotovo svi (95%) su Talijani, dok je među korisnicima svih drugih tretmana najviše domaćih gostiju (58%), a slijede gosti iz susjednih BiH (15%) i Slovenije (13%) |
| Dob | <ul style="list-style-type: none"> • 48 godina u prosjeku (50 godina oni na stomatološkom tretmanu, 46 godina svi ostali) • 58% ima više od 46 godina |
| Obrazovanje | <ul style="list-style-type: none"> • Podjednako su zastupljeni korisnici usluga sa srednjom (38%) i višom školom (36%) • Najmanje je fakultetski obrazovanih korisnika (26%) • Korisnici stomatoloških usluga u prosjeku su nižeg obrazovanja od korisnika ostalih medicinskih usluga (13 % prema 42% gostiju s fakultetskim obrazovanjem) |
| Mjesečna primanja kućanstva | <ul style="list-style-type: none"> • 75% korisnika s primanjima do 2.500 eura • 16% ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura |
| Učestalost putovanja motiviranih zdravstvenim uslugama | <ul style="list-style-type: none"> • 50% putuje jednom do tri puta godišnje zbog zdravstvenih razloga • Korisnici stomatoloških usluga putuju češće od ostalih zbog zdravstvenih razloga (48% ih putuje dva ili više puta godišnje u usporedbi s 15% korisnika drugih usluga) |
| Motivacija | <ul style="list-style-type: none"> • Od nestomatoloških usluga, najviše je korisnika kirurških zahvata (38%) i dijagnostike (32%) |
| Čimbenici koji utječu na odabir ustanove | <ul style="list-style-type: none"> • Stručnost liječnika (94%), reputacija ustanove (92%), ponuda jedinstvenog zahvata/ usluge (75%), posjedovanje priznatog certifikata ustanove (70%), kraće liste čekanja (66%), povoljnija cijena (65%), dostupnost mjesta (62%), poznavanje stranih jezika (41%) • Dok je za korisnike stomatoloških usluga važnija ponuda jedinstvenog zahvata/ usluge i povoljnija cijena usluge, za korisnike ostalih medicinskih usluga važnije je posjedovanje certifikata, reputacija ustanove i kraće liste čekanja |
| Izvori informacija | <ul style="list-style-type: none"> • Preporuke rodbine i prijatelja (63%), internet (30%), preporuke liječnika (15%) • Dok se korisnici stomatoloških usluga češće oslanjaju na preporuke rodbine ili prijatelja, korisnici drugih medicinskih usluga oslanjaju se u većoj mjeri na internet (41% prema 21%) i to na mrežne stranice ustanove, preporuku liječnika (32% prema 2%) i prijašnji boravak (20% prema 2%) |
| Učestalost dolaska u Hrvatsku | <ul style="list-style-type: none"> • 10% inozemnih korisnika usluga je u prvom posjetu Hrvatskoj (13% korisnika stomatoloških usluga i 3% korisnika drugih medicinskih usluga) • Većina je višestruko posjetila Hrvatsku, 54% već šest i više puta (43% korisnika stomatoloških usluga i 78% korisnika drugih medicinskih usluga) |
| Učestalost korištenja medicinskih usluga u Hrvatskoj | <ul style="list-style-type: none"> • 30% 'novih' korisnika, bez razlike s obzirom na vrstu zahvata |
| Prijevozno sredstvo | <ul style="list-style-type: none"> • 48% dolazi automobilom, 45% organiziranim prijevozom autobusom/ mini-busom • Autobusom/ mini-busom češće dolaze korisnici stomatoloških usluga (63% prema 22%) |

| | |
|--|---|
| Rezervacija smještaja | <ul style="list-style-type: none"> • 25% on-line booking, 12% preko agencije, 13% izravno sa smještajnim objektom • 38% off-line booking (4% posredstvom agencije, 34% izravno sa smještajnim objektom) • 33% posredstvom medicinske ustanove (12% korisnika stomatoloških usluga i 56% korisnika svih drugih medicinskih usluga) |
| Pratnja na putovanju | <ul style="list-style-type: none"> • 31% dolazi samo s partnerom, 29% s ostalim članovima obitelji, 24% bez pratnje • Bez pratnje dolaze češće korisnici nestomatoloških usluga (39% prema 12%) |
| Duljina boravka | <ul style="list-style-type: none"> • 61% jednodnevnih posjetitelja, 39% turista (ostvaruju noćenje) • U jednodnevnom posjetu su nešto češće korisnici stomatoloških usluga (67% prema 53%) • 5 noćenja u prosjeku (63% ostvaruje jedno do tri noćenja) • Prosječno dulji boravak ostvaruju korisnici nestomatoloških usluga (5 prema 4 noćenja) |
| Vrsta smještaja | <ul style="list-style-type: none"> • 46% odsjeda u hotelima, 42% u obiteljskom smještaju |
| Preferirane aktivnosti u destinaciji | <ul style="list-style-type: none"> • Odlazak u restorane (30%), kupovina (29%), razgledavanje kulturnih (19%) i prirodnih (16%) znamenitosti • Korisnici stomatoloških usluga nešto su aktivniji gosti u destinaciji • 34% nije imalo vremena za aktivnosti u destinaciji, 9% nije imalo interesa |
| Zadovoljstvo ponudom destinacije | <ul style="list-style-type: none"> • Gosti izrazito zadovoljni svim elementima ponude: osobna sigurnost (95%), gostoljubivost lokalnog stanovništva (93%), ugođaj (93%), ljepota prirode i krajolika (92%), kvaliteta smještajne ponude (91%), nema značajnih razlika u zadovoljstvu s obzirom na vrstu usluge • 97% bi preporučilo destinaciju drugima |
| Korištenje tematskih/ specijalističkih paketa zdravstvenih usluga | <ul style="list-style-type: none"> • Ne kupuju pakete tematskih/ specijalističkih usluga (94%), zato što nisu za njih zainteresirani (46%) i/ili nisu bili upoznati s mogućnosti takve kupnje (37%) • Oni koji koriste pakete usluga gotovo su isključivo korisnici stomatoloških usluga |
| Zadovoljstvo medicinskim uslugama | <ul style="list-style-type: none"> • Gosti izrazito zadovoljni svim elementima usluge, nema značajnih razlika u zadovoljstvu s obzirom na vrstu usluge (korisnici stomatoloških usluga nezadovoljniji su od prosjeka pridržavanjem termina narudžbi) • 99% ih je spremno preporučiti zdravstvenu ustanovu. |
| Prosječna dnevna potrošnja na višednevnim putovanjima | <ul style="list-style-type: none"> • 292 € (31 € ili 11% za smještaj, 221 € ili 76% za zdravstvene usluge) • 328 € korisnici stomatoloških usluga (od čega 215 € za stomatološku uslugu), 272 € korisnici drugih medicinskih usluga (od čega 225 € za medicinsku uslugu) • Za 89% korisnika usluga medicinskog turizma izdaci su bili u skladu s očekivanjima, 5% je ocijenilo izdatke većim od očekivanih |
| Prosječna dnevna potrošnja na jednodnevnim putovanjima | <ul style="list-style-type: none"> • 450 €, od čega 423 € na medicinske usluge • 627 € korisnici stomatoloških usluga (od čega 596 € na stomatološku uslugu), 183 € korisnici drugih medicinskih usluga (od čega 161 € na medicinsku uslugu) |



7

ZAKLJUČAK

7. ZAKLJUČAK

Zdravstveni turizam jedan je od selektivnih oblika turizma kojem se posljednjih godina u Hrvatskoj pridaje sve veći značaj. *Strategija razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine* postavlja zdravstveni turizam kao jedan od proizvoda zamašnjaka turističkog razvoja u zemlji. Razvoj nekog (turističkog) proizvoda je, međutim, teško poticati bez odgovarajuće informacijske podrške. Stoga se i jedna od mjera *Nacionalnog programa – akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma* odnosi upravo na uspostavu sustava statističkog praćenja zdravstvenog turizma kao temelja za njegovo bolje razumijevanje, razvoj i promociju. Potrebu relevantne i pouzdane informacijske osnove za praćenje zdravstvenog turizma prepoznali su i dionici u zdravstvenom turizmu u Hrvatskoj u okviru istraživanja percepcije Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika. Većina dionika specificirala je potrebu uspostavljenja statističkog praćenja zdravstvenog turizma u dva smjera: (i) uspostavljenje statističkog praćenja fizičke, ali i financijske, veličine potražnje te (ii) uspostavljenje sustava praćenja obilježja potražnje i trendova u zdravstvenom turizmu.

Istraživanje **TOMAS Zdravstveni turizam 2018. - Stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj**, čiji su rezultati predstavljeni u ovom izvještaju, jedan je od prvih koraka u smjeru praćenja obilježja potražnje. Istraživanja TOMAS, punog naziva Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, su longitudinalna istraživanja različitih segmenata turističke potražnje na nacionalnoj, regionalnoj i destinacijskoj razini ili na razini turističkih proizvoda, koje je Institut za turizam postavio i provodi od 1987. godine. U 2018. godini istraživanjem TOMAS po prvi je put obuhvaćena i potražnja u zdravstvenom turizmu, usmjeravajući se na sagledavanje obilježja potražnje sva tri segmenta zdravstvenog turizma: wellnessa, lječilišnog i medicinskog turizma.

Rezultati istraživanja ukazuju na profil i stavove inozemnih i domaćih turista i posjetitelja koji koriste zdravstveno-turističke usluge na svojim putovanjima, njihove stavove o ponudi tih usluga, ali i turističkoj ponudi destinacije, te na njihove izdatke. Rezultati se, zbog neraspodivnosti informacija o veličini pojedinog segmenta zdravstvenog turizma ne prikazuju ukupno, za zdravstveni turizam u cjelini, već prema segmentima, posebno za wellness, lječilišni i medicinski segment. Profil wellness gostiju dodatno se prikazuje prema glavnim tržištima, profil korisnika lječilišnih usluga prikazuju se za domaće i inozemne goste, a profil korisnika medicinskih usluga prikazuju se prema vrsti usluge, posebno za stomatološke i sve druge medicinske usluge.

Istraživanje TOMAS Zdravstveni turizam 2018. pruža ulazne podatke za buduće planske dokumente razvoja pojedinih segmenata zdravstvenog turizma (strategije, marketinške planove), pruža neophodnu podlogu za izračun ekonomskih učinaka zdravstvenog turizma u okviru satelitskog računa zdravstvenog turizma u budućnosti, a rezultati istraživanja su i podloga za 'benchmarking' i usporedne analize turističke potražnje u zdravstvenom turizmu. Nadalje, rezultati ukazuju i na moguće pravce unapređenja proizvoda i njegove promocije. Istraživanje TOMAS Zdravstveni turizam 2018. predstavlja stoga jednu od važnih podloga za upravljanje zdravstvenim turizmom na svim razinama turističkog sustava.



LITERATURA I IZVORI PODATAKA

8. LITERATURA I IZVORI PODATAKA

- Deming, W. E. (1966). *Some Theory of Sampling*. New York: Dover Publications.
- Europska komisija (2017). Directorate General for Internal Policies, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Transport and Tourism, Research for TRAN Committee - *Health tourism in the EU: a general investigation*.
- Eurostat (2012). *Methodological manual for tourism statistics*, Version 1.2. Methodologies and Working Papers, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Frechtling, D.C. (2006). An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal of Travel Research*, 45 (1):26-35.
- Groves, R. M.; Fowler, F. J.; Couper, M. P.; Lepkowski, J. M.; Singer, E.; Tourangeau, R. (2009). *Survey Methodology* (2nd ed.), New Jersey, John Wiley & Sons. Inc.
- Hansen, M.H., Hurwitz, W.H., Madow W.G. (1953). *Sample Survey Methods and Theory*, Vol.1 Methods and applications, John Wiley & Sons, New York.
- Hrvatska turistička zajednica (2018). Sustav *eVisitor*.
- Institut za turizam (2009). *TOMAS trendovi - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 1987-2008*. Urednici Čorak S. i Marušić, Z. Znanstvena edicija, Institut za turizam, Zagreb.
- Institut za turizam (2018). *Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika – kvalitativno istraživanje*, Zagreb, travanj 2018.
- Institut za turizam (2018). *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2017*.
- Johnston, K., Puczkó, L., Smith, M., & Ellis, S. (2011). Wellness tourism and medical tourism: where do spas fit? Paper presented at the *Global Spa Summit 2011*, New York.
- Kesar, O., & Mikulić, J. (2017, January). Medical tourist satisfaction and dissatisfaction with dental care services: an exploratory case study. In 4th *International Scientific Conference ToSEE-Tourism in Southern and Eastern Europe 2017*.
- Kish, L. (2003). *Selected papers. Wiley Series in Survey Methodology*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kish, L. (1995). *Questions/ Answers from the Survey Statistician 1978-1994*. Libourne: International Association of Survey Statisticians.
- Malgarini, M. (2005). Efficient sample design and weighting methodologies: Analysis of Key Issues and Recommendations. *Joint European Commission - OECD Workshop on International Development of Business and Consumer Tendency Surveys*. Brussels, 14–15 November, Task Force on Harmonisation of Survey Operation and Technical Design.
- Marković, S., Raspor, S., & Komšić, J. (2011, January). Who are wellness customers? An empirical study in the Croatian hotel industry. In *Advances in Tourism Marketing Conference ATMC 2011: Transforming experiences-Tourism marketing from both sides of the counter*.
- Ministarstvo turizma RH (2013), *Strategija razvoja turizma RH do 2020.*, Zagreb.
- Ministarstvo turizma RH i Institut za turizam (2014), *Nacionalni program-Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma*, Zagreb.
- Ministarstvo zdravlja RH (2012), *Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012.-2020.*, Zagreb.

- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5-17.
- Nor, A., Mohd, S., Mohd, H. H., & Muhammad, I. Z. (2017). Medical tourism: tourist information sources, satisfaction and post behavioral. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 9(2), 23-34.
- Sainaghi, R. (2012). Tourist expenditures: the state of the art. *Anatolia*, 23 (2):217-233.
- Sakalova, K. (2017). *Slovenia as a spa, wellness and health tourism destination for the Russian market* (Doctoral dissertation, Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž).
- Smith, M., & Kelly, C. (2006). Wellness Tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 1-4.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2010). Taking your life into your own hands? New trends in European health tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 161-172.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel* (2 ed.). London (UK): Routledge.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2015). More than a special interest: Defining and determining the demand for health tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 205-219.
- Smith, M., Puczkó, L., Michalkó, G., Kiss, K., & Sziva, I. (2016). *Balkan wellbeing and health tourism study*. Final Report.
- SAS/ STAT Software Enhancements, Version 8.2 (2007), SAS Institute Inc.
- Teddlie, C.; Yu, F. (2007). Mixed methods sampling a typology with examples, *Journal of mixed methods research*, 1(1), str. 77-100.
- *Thermal tourism, thalassotherapy and spas: the water in the health and wellness tourism*, Special issue of Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal (ET), Vol. 6, No 1 (2016).
- *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework* (TSA: RMF 2008). United Nations Statistics Division (UNSD), Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), World Tourism Organization (UNWTO), 2008.



9

PRILOZI

Popis tablica u prilogima

Prilog 1.

Obilježja turističke potražnje u zdravstvenom turizmu prema glavnim segmentima potražnje

Prilog 2.

Obilježja turističke potražnje u wellnesu prema glavnim emitivnim tržištima

Prilog 3.

Obilježja turističke potražnje u lječilišnom turizmu prema glavnim emitivnim tržištima

Prilog 4.

Obilježja turističke potražnje u medicinskom turizmu prema vrsti medicinskog tretmana

Napomene vezane uz interpretaciju rezultata

U nastavku se navode napomene važne za lakšu interpretaciju rezultata:

- zbog zaokruživanja iznosa u tekstu, zbrojevi pojedinačnih stavki ponekad ne odgovaraju ukupnoj vrijednosti prikazanoj u tablici;
- tablice u kojima su prikazani rezultati pitanja na koja je bilo moguće dati više odgovora imaju uz naslov zvjezdicu (*);
- nepostojeća vrijednost (*missing*) za neko promatrano obilježje označena je u tablicama točkom (.)
- vrijednost koja nije primjenjiva za neko obilježje (*not applicable*) označena je u tablicama crticom (-)

Popis tablica u prilogima

Prilog 1.

Obilježja turističke potražnje u zdravstvenom turizmu prema glavnim segmentima potražnje

Tablica P1.1.

ZEMLJA STALNOG BORAVKA KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.2.

SPOL KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.3.

DOB KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.4.

STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.5.

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.6.

UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.7.

PRIMARNI RAZLOG PUTOVANJA ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA

Tablica P1.8.

ŽIVOTNI STIL KORISNIKA WELLNESS USLUGA

Tablica P1.9.

PRIMARNI MOTIV KORIŠTENJA WELLNESS USLUGA/PUTOVANJA* PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.10.

VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.11.

UTJECAJ PONUDE WELLNESS CENTRA NA ODABIR SMJEŠTAJA I DESTINACIJE ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA

Tablica P1.12.

IZVORI INFORMACIJA O WELLNESS/LJEČILIŠNIM/MEDICINSKIM USLUGAMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.13.

INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O WELLNESS/LJEČILIŠNIM/MEDICINSKIM USLUGAMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.14.

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.15.

UČESTALOST DOLASKA U MJESTO PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.16.

UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS/ LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U HRVATSKOJ PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.17.

UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS/LJEČILIŠNIH/MEDICINSKIH USLUGA U USTANOVI PROVOĐENJA ANKETIRANJA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.18.

PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.19.

KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU U HRVATSKU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.20.

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.21.

KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.22.

USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.23.

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.24.

VRSTA POSJETITELJA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.25.

VRSTA SMJEŠTAJA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.26.

VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.27.

DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.28.

DULJINA BORAVKA U MJESTU PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.29.

AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.30.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.31.

KORIŠTENJE ZDRAVSTVENIH/WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA TIJEKOM BORAVKA U HOTELU ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA

Tablica P1.32.

PREFERIRANI TIP ORGANIZACIJE WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA

Tablica P1.33.

KORIŠTENJE TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.34.

RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.35.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.36.

NAMJERA PREPORUKE PRIJATELJIMA/POZNAJNICIMA PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Tablica P1.37.

Ocjena elemenata ponude u odnosu na konkurentske zemlje u wellness segmentu

Tablica P1.38.

Ocjena elemenata ponude u odnosu na konkurentske zemlje u lječilišnom segmentu

Tablica P1.39.

Prosječni izdaci korisnika zdravstvenih usluga na višednevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma u Eurima

Tablica P1.40.

Struktura prosječnih izdataka korisnika zdravstvenih usluga na višednevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma

Tablica P1.41.

Prosječni izdaci korisnika zdravstvenih usluga na jednodnevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma u Eurima

Tablica P1.42.

Struktura prosječnih izdataka korisnika zdravstvenih usluga na jednodnevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma

Tablica P1.43.

Prosječni dnevni izdaci korisnika zdravstvenih usluga na višednevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma u Eurima

Tablica P1.44.

Struktura prosječnih dnevnih izdataka korisnika zdravstvenih usluga na višednevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma

Tablica P1.45.

Prosječni izdaci korisnika zdravstvenih usluga na jednodnevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma u Eurima

Tablica P1.46.

Struktura prosječnih izdataka korisnika zdravstvenih usluga na jednodnevnom putovanju prema segmentima zdravstvenog turizma

Tablica P1.47.

Izdaci za putovanje i boravak u Hrvatskoj u odnosu na očekivanja prema segmentima zdravstvenog turizma

Prilog 2.

Obilježja turističke potražnje u wellnessu prema glavnim emitivnim tržištima

Tablica P2.1.

Spol korisnika wellness usluga prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.2.

Dozvoljena zemlja wellness usluga prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.3.

Stupanj obrazovanja korisnika wellness usluga prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.4.

Mjesečna primanja kućanstva korisnika wellness usluga prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.5.

Učestalost odlaska na putovanja motivirana zdravstvenim razlozima i/ili wellnessom prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.6.

Primarni razlog putovanja prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.7.

Životni stil korisnika wellness usluga prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.8.

Primarni motiv korištenja wellness usluga prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.9.

Utjecaj ponude wellness centra na odabir smještaja i destinacije prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.10.

Izvori informacija o wellness uslugama prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.11.

Internet kao izvor informacija o wellness uslugama prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.12.

Učestalost dolaska u Hrvatsku prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.13.

Učestalost dolaska u mjesto prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.14.

Učestalost korištenja wellness usluga u Hrvatskoj prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.15.

Učestalost korištenja wellness usluga u ustanovi provođenja anketiranja prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.16.

Prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.17.

Korištenje niskotarifnih zračnih prijevoznika u dolasku u Hrvatsku prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.18.

Način rezervacije smještaja prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.19.

Korištenje paketa aranžmana prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.20.

Usluge uključene u paket aranžman prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.21.

Pratnja na putovanju prema zemlji porijekla wellness gostiju

Tablica P2.22.

VRSTA POSJETITELJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.23.

VRSTA SMJEŠTAJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.24.

VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.25.

DULJINA BORAVKA U MJESTU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.26.

AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.27.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.28.

KORIŠTENJE ZDRAVSTVENIH/WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA TIJEKOM
 BORAVKA U HOTELU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.29.

PREFERIRANI TIP ORGANIZACIJE WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.30.

KORIŠTENJE TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA
 USLUGA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.31.

RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH
 PAKETA USLUGA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.32.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.33.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.34.

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA NA VIŠEDNEVNOM
 PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P2.35.

IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA
 OČEKIVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

Tablica P3.4.

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.5.

UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM
 RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.6.

PRIMARNI MOTIV PUTOVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.7.

VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE PREMA
 ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.8.

IZVORI INFORMACIJA O LJEČILIŠNIM USLUGAMA PREMA ZEMLJI
 PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.9.

INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O LJEČILIŠNIM USLUGAMA PREMA
 ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.10.

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
 KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.11.

UČESTALOST DOLASKA U MJESTO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.12.

UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U
 HRVATSKOJ PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.13.

UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U
 USTANOVU PROVOĐENJA ANKETIRANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
 KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.14.

PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU PREMA ZEMLJI
 PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.15.

KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU U
 HRVATSKU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.16.

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.17.

KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.18.

USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
 KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.19.

PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.20.

VRSTA POSJETITELJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH
 USLUGA

Tablica P3.21.

VRSTA SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH
 USLUGA

Tablica P3.22.

VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
 LJEČILIŠNIH USLUGA

Prilog 3.

Obilježja turističke potražnje u lječilišnom
 turizmu prema glavnim emitivnim tržištima

Tablica P3.1.

SPOL KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
 KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.2.

DOB KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
 KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.3.

STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA PREMA ZEMLJI
 PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.23.

DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.24.

DULJINA BORAVKA U MJESTU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.25.

AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.26.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.27.

KORIŠTENJE TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA
USLUGA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.28.

RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH
ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA
KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.29.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.30.

NAMJERA PREPORUKE PRIJATELJIMA/ POZNANICIMA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.31.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.32.

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA NA VIŠEDNEVNOM
PUTOVANJU U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA
LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.33.

PROSJEČNI IZDACI NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.34.

STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P3.35.

IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA
OČEKIVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

Tablica P4.4.

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.5.

UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM
RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.6.

PRIMARNI MOTIV PUTOVANJA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.7.

VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.8.

IZVORI INFORMACIJA O MEDICINSKIM USLUGAMA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.9.

INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O MEDICINSKIM USLUGAMA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.10.

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.11.

UČESTALOST DOLASKA U MJESTO
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.12.

UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U
HRVATSKOJ PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.13.

UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH
USLUGA U USTANOVU PROVOĐENJA ANKETIRANJA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.14.

PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.15.

KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU
U HRVATSKU PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.16.

NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.17.

KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.18.

USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.19.

PRATNJA NA PUTOVANJU
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.20.

VRSTA POSJETITELJA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.21.

VRSTA SMJEŠTAJA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.22.

VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Prilog 4.

Obilježja turističke potražnje u medicinskom
turizmu prema vrsti medicinskog tretmana

Tablica P4.1.

SPOL KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.2.

DOB KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.3.

STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.23.

DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.24.

DULJINA BORAVKA U MJESTU PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.25.

AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.26.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.27.

KORIŠTENJE TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.28.

RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.29.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.30.

NAMJERA PREPORUKE PRIJATELJIMA/ POZNANICIMA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.31.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI VIŠEDNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA U EURIMA

Tablica P4.32.

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA VIŠEDNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.33.

PROSJEČNI IZDACI JEDNODNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA U EURIMA

Tablica P4.34.

STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA JEDNODNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

Tablica P4.35.

IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA



9

Prilog 1

Obilježja turističke potražnje u zdravstvenom turizmu
prema glavnim segmentima potražnje

Tablica P1.1.
 ZEMLJA STALNOG BORAVKA KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Zemlja stalnog boravka | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-----------------------------|----------|------------|------------|
| HRVATSKA | 18,4 | 67,3 | 27,2 |
| ITALIJA | 6,8 | 3,9 | 56,5 |
| SLOVENIJA | 10,8 | 7,3 | 5,5 |
| NJEMAČKA | 13,2 | 3,0 | 0,5 |
| AUSTRIJA | 9,5 | 5,0 | 1,0 |
| BOSNA I HERCEGOVINA | 3,6 | 3,0 | 6,5 |
| VELIKA BRITANIJA | 5,4 | 0,9 | . |
| SRBIJA | 2,7 | 0,6 | 0,2 |
| ŠVEDSKA | 2,5 | 0,8 | 0,2 |
| FRANCUSKA | 2,6 | 0,1 | . |
| MAĐARSKA | 2,3 | 0,5 | . |
| ČEŠKA | 2,3 | 0,3 | . |
| BELGIJA | 2,0 | 0,4 | . |
| ŠVICARSKA | 1,6 | 0,3 | 1,4 |
| NIZOZEMSKA | 1,4 | 0,9 | . |
| OSTALE EUROPSKE ZEMLJE | 9,0 | 3,9 | 0,5 |
| OSTALE IZVANEUROPSKE ZEMLJE | 6,0 | 1,8 | 0,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.2.
 SPOL KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Spol | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--------|----------|------------|------------|
| Muški | 47,1 | 43,9 | 50,0 |
| Ženski | 52,9 | 56,1 | 50,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.3.
 DOB KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Dob (godine) | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-----------------------|----------|------------|------------|
| Do 25 | 9,0 | 3,8 | 8,4 |
| 26 do 35 | 22,4 | 7,7 | 17,1 |
| 36 do 45 | 28,8 | 11,9 | 16,3 |
| 46 do 55 | 19,5 | 16,3 | 24,3 |
| 56 i više | 20,4 | 60,4 | 33,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| (aritmetička sredina) | | | |
| Prosječna dob | 43,4 | 57,5 | 48,2 |

Tablica P1.4.
 STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Završena škola | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---------------------------|----------|------------|------------|
| Srednja škola ili niže | 19,3 | 55,1 | 38,5 |
| Viša škola | 27,3 | 16,8 | 35,8 |
| Fakultet i viši stupnjevi | 53,3 | 28,1 | 25,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.5.
MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA USLUGA ZDRAVSTVENOG TURIZMA
PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Mjesečna primanja kućanstva (u eurima) | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| Do 500 | 0,8 | 12,2 | 2,2 |
| 501 - 1.000 | 6,9 | 18,2 | 9,4 |
| 1.001 - 1.500 | 8,4 | 24,8 | 18,5 |
| 1.501 - 2.000 | 10,1 | 18,2 | 23,6 |
| 2.001 - 2.500 | 12,1 | 8,6 | 21,2 |
| 2.501 - 3.000 | 12,5 | 5,4 | 8,9 |
| 3.001 - 3.500 | 11,1 | 4,5 | 3,8 |
| 3.501 i više | 38,2 | 8,1 | 12,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.6.
UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM
PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Prosječni godišnji broj odlazaka na putovanja motivirana zdravstvenim razlozima i/ili wellnessom | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| Niti jednom | 33,6 | 27,1 | 36,5 |
| Jedanput | 27,3 | 48,0 | 29,8 |
| 2 do 3 puta | 28,2 | 19,7 | 20,4 |
| 4 i više puta | 10,8 | 5,2 | 13,2 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.7.
PRIMARNI RAZLOG PUTOVANJA
ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA (%)

| Primarni razlog putovanja | WELLNESS |
|--|----------|
| Odmor na suncu i moru | 33,7 |
| Wellness | 19,8 |
| Upoznavanje prirodnih ljepota/ znamenitosti | 8,0 |
| Poslovne obveze (uključujući i posjet/sudjelovanje na konferenciji) | 7,2 |
| Upoznavanje kulturnih znamenitosti | 5,0 |
| Odmor u gradu (city break) | 4,7 |
| Posjet rodbini i prijateljima | 4,6 |
| Bavljenje sportom i rekreacijom | 3,2 |
| Uživanje u hrani i piću | 3,2 |
| Zdravstveni razlozi | 2,9 |
| Posjet kulturnim manifestacijama/ koncertima | 1,2 |
| Odmor u ruralnim područjima | 1,2 |
| Vjerski razlozi | 1,1 |
| Kupovina | 0,8 |
| Nešto drugo | 3,5 |
| UKUPNO | 100,0 |

Tablica P1.8.
 ŽIVOTNI STIL KORISNIKA
 WELLNESS USLUGA (%)

| U kojoj Vas mjeri opisuju sljedeće rečenice? | WELLNESS |
|--|----------|
| Održavam primjerenu tjelesnu težinu. | 43,6 |
| U dobroj sam fizičkoj kondiciji. | 41,8 |
| Posvećujem pažnju zdravoj prehrani. | 37,5 |
| Borim se sa stresom u svakodnevnom životu. | 34,1 |
| Sklon/a sam upotrebi prirodnih/ ljekovitih tvari. | 25,9 |
| Redovito se bavim nekom sportskom/ rekreacijskom aktivnošću. | 25,6 |
| Redovito odlazim na masaže u mjestu svog stalnog boravka. | 10,6 |
| Redovito koristim wellness sadržaje u mjestu svog stalnog boravka. | 9,8 |
| Često sam na posebnom režimu prehrane (dijeta i sl.). | 9,7 |

Napomena: Udio ocjena 1 i 2 na skali od 1 (To sam baš ja!) do 7 (To uopće nisam ja!).

Tablica P1.9.
 PRIMARNI MOTIV KORIŠTENJA WELLNESS USLUGA/PUTOVANJA*
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Primarni motiv | WELLNESS** | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|------------|------------|------------|
| Relaksacija / 'punjenje baterija' | 79,3 | 13,5 | 2,2 |
| Fizikalna terapija | – | 44,0 | 0,7 |
| Stomatološki zahvat | – | 0,5 | 55,8 |
| Rehabilitacija | – | 27,6 | 0,2 |
| Ublažavanje/ upravljanje stresom | 27,3 | 0,5 | . |
| Pročišćavanje/ detoks organizma | 17,5 | 0,4 | . |
| Unapređenje fizičke kondicije | 15,9 | 1,4 | . |
| Ljepota/ njega lica / tijela | 14,9 | 0,4 | . |
| Kirurški zahvat (npr. estetska kirurgija, ortopedija) | – | 2,6 | 16,8 |
| Dijagnostika | – | 2,1 | 14,2 |
| Ublažavanje kroničnih boljki (npr. alergije, nesanica, bol) | 8,8 | 2,9 | . |
| Učenje o promjeni životnog stila | 4,4 | . | . |
| Meditacija/ postizanje duhovne ravnoteže | 3,6 | 0,3 | 0,2 |
| Kozmetički i/ili dermatološki tretmani | – | 2,8 | 0,2 |
| Mršavljenje/ upravljanje tjelesnom težinom | 3,2 | . | . |
| Oftalmološki zahvat | – | 0,1 | 0,5 |
| Nešto drugo | 1,5 | 0,9 | 9,1 |
| UKUPNO | – | 100,0 | 100,0 |

* Motiv korištenja wellness usluga za goste wellnessa odnosno motiv putovanja za korisnike lječilišnih i medicinskih usluga.

** Mogućnost više odgovora.

Tablica P1.10.
 VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Rang* | Čimbenici | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------|---|----------|------------|------------|
| 1. | Stručnost liječnika | – | 75,8 | 94,5 |
| 2. | Reputacija ustanove | – | 71,1 | 92,1 |
| 3. | Kraće liste čekanja za zahvat/uslugu | – | 63,3 | 65,6 |
| 4. | Dostupnost mjesta | – | 62,9 | 61,8 |
| 5. | Ponuda jedinstvenog zahvata/usluge | – | 55,5 | 74,5 |
| 6. | Povoljnija cijena usluge | – | 56,5 | 64,9 |
| 7. | Posjedovanje priznatog certifikata ustanove | – | 51,5 | 69,7 |
| 8. | Ponuda jedinstvenih prirodnih činitelja | – | 61,9 | 24,3 |
| 9. | Poznavanje stranih jezika | – | 19,8 | 41,3 |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (Uopće nije bilo važno) do 7 (Bilo je jako važno).

Tablica P1.11.
 UTJECAJ PONUDE WELLNESS CENTRA NA ODABIR SMJEŠTAJA I DESTINACIJE
 ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA (%)

| Utjecaj ponude wellness centra na: | WELLNESS |
|------------------------------------|----------|
| Izbor smještaja | 30,1 |
| Izbor destinacije | 25,6 |

Napomena: Zbroj postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (Uopće nije utjecala) do 7 (Imala je presudan utjecaj).

Tablica P1.12.
 IZVORI INFORMACIJA O WELLNESS/LJEČILIŠNIM/MEDICINSKIM USLUGAMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Izvori informacija o wellness/ lječilišnim/ medicinskim uslugama | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| Preporuka liječnika | – | 47,4 | 15,1 |
| Preporuke rodbine ili prijatelja | 23,2 | 31,3 | 62,5 |
| Prijašnji boravak | 25,5 | 33,9 | 9,9 |
| Internet | 29,4 | 15,0 | 29,6 |
| Brošure, oglasi, plakati | 11,9 | 5,2 | 2,4 |
| Radio, televizija, film ili video | 8,0 | 4,2 | 2,4 |
| Preporuke turističke agencije ili kluba/ katalog | 6,8 | 0,9 | 0,7 |
| Članci u novinama ili časopisima | 3,0 | 3,4 | 2,4 |
| Turistički sajmovi, izložbe | 1,8 | 1,4 | 3,8 |
| Preporuka specijalizirane agencije/ agenta za zdravstvena putovanja | – | 2,3 | 0,5 |
| Osiguravajuće kuće | – | 1,3 | 0,2 |
| Nisam trebao/la nikakve informacije | 14,1 | 7,1 | 3,6 |
| Informirao/la sam se tek po dolasku u objekt/ destinaciju | 10,1 | – | – |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P1.13.
 INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O WELLNESS/LJEČILIŠNIM/MEDICINSKIM USLUGAMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Internet kao izvor informacija o wellness/ lječilišnim/ medicinskim uslugama | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| Stranice ove zdravstvene ustanove/wellness centra | 8,6 | 12,2 | 24,5 |
| Stranice smještajnih objekata | 18,0 | 4,8 | 4,3 |
| Društveni mediji (Facebook, TripAdvisor, Instagram, Twitter...) | 12,3 | 4,2 | 9,1 |
| Online turističke agencije: Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 13,1 | 2,9 | 2,2 |
| Stranice hrvatskih turističkih zajednica/ ureda (nacionalne, lokalnih) | 8,1 | 3,2 | 3,1 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P1.14.
 UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Broj posjeta Hrvatskoj | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|------------------------|----------|------------|------------|
| Prvi posjet | 20,2 | 25,5 | 9,6 |
| Drugi posjet | 11,2 | 16,9 | 11,6 |
| 3 do 5 posjeta | 18,9 | 12,9 | 24,9 |
| 6 i više posjeta | 49,7 | 44,7 | 53,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne goste.

Tablica P1.15.
 UČESTALOST DOLASKA U MJESTO
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Broj posjeta mjestu | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---------------------|----------|------------|------------|
| Prvi posjet | 37,6 | 27,6 | 25,7 |
| Drugi posjet | 19,1 | 14,1 | 12,7 |
| 3 do 5 posjeta | 19,4 | 23,3 | 23,5 |
| 6 i više posjeta | 23,9 | 35,0 | 38,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.16.
 UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS/ LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U HRVATSKOJ
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Učestalost korištenja wellness/ lječilišnih/ medicinskih usluga u Hrvatskoj | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| Jedanput | 28,4 | 22,6 | 29,6 |
| Dvaput | 13,9 | 10,6 | 15,5 |
| 3 do 5 puta | 17,0 | 20,4 | 26,0 |
| 6 i više puta | 40,7 | 46,4 | 29,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.17.
 UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS/LJEČILIŠNIH/MEDICINSKIH USLUGA U USTANOVU PROVOĐENJA ANKETIRANJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Učestalost korištenja wellness/lječilišnih/ medicinskih usluga u ustanovi provođenja anketiranja | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| Jedanput | 49,3 | 41,1 | 46,1 |
| Dvaput | 20,4 | 18,6 | 17,7 |
| 3 do 5 puta | 15,1 | 21,1 | 22,4 |
| 6 i više puta | 15,1 | 19,2 | 13,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.18.
 PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Prijevozno sredstvo | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--------------------------------|----------|------------|------------|
| Automobil | 62,7 | 70,6 | 47,8 |
| Autobus/ mini-bus | 7,5 | 16,8 | 44,7 |
| Zrakoplov | 24,9 | 5,0 | 1,7 |
| Motocikl | 2,9 | 1,0 | . |
| Vlak | 0,8 | 1,3 | 4,8 |
| Brod/ trajekt | 1,1 | 2,0 | . |
| Neko drugo prijevozno sredstvo | . | 3,3 | 1,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P.19.
 KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU U HRVATSKU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Niskotarifni prijevoznik | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--------------------------|----------|------------|------------|
| Korišten | 47,3 | 21,6 | 42,9 |
| Nije korišten | 52,7 | 78,4 | 57,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne turiste koji su u dolasku u Hrvatsku koristili zrakoplov - redoviti let.

Tablica P1.20.
 NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Rezervacija smještaja | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 21,1 | 68,5 | 34,0 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Airbnb, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 38,1 | 11,2 | 11,8 |
| Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom) | 19,3 | 7,5 | 13,2 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 13,4 | 5,7 | 4,2 |
| Posredstvom ustanove/ poliklinike čije medicinske/ lječilišne usluge koristim | - | 5,7 | 33,3 |
| Na neki drugi način | 0,9 | 1,0 | |
| Nisam rezervirao/la smještaj unaprijed | 7,3 | 0,5 | 3,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su noćili u komercijalnom smještaju.

Tablica P1.21.
 KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Korištenje paket aranžmana | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Da | 18,9 | 12,4 | 7,0 |
| Ne | 81,1 | 87,6 | 93,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.22.
 USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Usluge uključene u paket aranžman | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| Smještaj | 90,0 | 91,4 | 79,3 |
| Hrana | 86,1 | 86,4 | 65,5 |
| Lječilišne/ medicinske usluge | 59,8 | 88,9 | 82,8 |
| Međunarodni prijevoz | 43,4 | 16,0 | 13,8 |
| Lokalni prijevoz (u Hrvatskoj) | 31,9 | 19,8 | 13,8 |
| Izleti | 6,0 | 12,3 | . |
| Najam automobila, bicikla, opreme i sl. | 2,4 | 1,2 | . |
| Ulaznice za koncerte, priredbe, muzeje i sl. | 1,6 | 1,2 | . |
| Nešto drugo | . | 3,7 | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P1.23.
 PRATNJA NA PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Pratnja na putovanju | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Sam(a) | 11,7 | 51,2 | 39,9 |
| S partnerom | 52,4 | 27,2 | 25,7 |
| S ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali) | 26,1 | 15,4 | 29,1 |
| S prijateljima/ poznanicima | 9,8 | 6,2 | 5,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.24.
 VRSTA POSJETITELJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Vrsta posjetitelja | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------------------------|----------|------------|------------|
| Jednodnevni posjetitelj | 6,2 | 12,2 | 60,6 |
| Turist | 93,8 | 87,8 | 39,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.25.
 VRSTA SMJEŠTAJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Vrsta smještaja | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------------------------------------|----------|------------|------------|
| Hotel | 83,6 | 61,5 | 45,7 |
| Iznajmljena soba, apartman ili kuća | 11,9 | 27,7 | 41,5 |
| Kod rodbine ili prijatelja | 3,4 | 7,5 | 6,7 |
| Vlastiti stan/ kuća | 1,0 | 3,3 | 3,7 |
| Negdje drugdje | 0,1 | . | 2,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P1.26.
 VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Hotelski smještaj | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| U sklopu lječilišta/ medicinske/ wellness ustanove | 97,5 | 92,1 | 58,7 |
| Izvan lječilišta/ medicinske/ wellness ustanove | 2,5 | 7,9 | 41,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P1.27.
 DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Broj noćenja u Hrvatskoj | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--------------------------|----------|------------|------------|
| 1 | - | 0,6 | 8,5 |
| 2 do 3 | - | 6,0 | 45,7 |
| 4 do 7 | - | 19,3 | 31,1 |
| 8 do 10 | - | 26,1 | 2,4 |
| 11 do 14 | - | 19,8 | 7,3 |
| 15 do 21 | - | 19,8 | 3,7 |
| 22 do 28 | - | 3,7 | . |
| 29 i više | - | 4,6 | 1,2 |
| UKUPNO | - | 100,0 | 100,0 |

(aritmetička sredina)

| | | | |
|------------------------|---|------|-----|
| Prosječan broj noćenja | - | 12,8 | 5,0 |
|------------------------|---|------|-----|

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P1.28.
 DULJINA BORAVKA U MJESTU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Broj noćenja u mjestu | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-----------------------|----------|------------|------------|
| 1 | 4,5 | 0,6 | 8,5 |
| 2 do 3 | 26,2 | 6,5 | 54,3 |
| 4 do 7 | 49,2 | 20,3 | 29,3 |
| 8 do 10 | 10,1 | 27,0 | 2,4 |
| 11 do 14 | 7,3 | 20,7 | 1,8 |
| 15 do 21 | 1,7 | 18,8 | 2,4 |
| 22 do 28 | 0,5 | 2,7 | . |
| 29 i više | 0,6 | 3,4 | 1,2 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(aritmetička sredina)

| | | | |
|------------------------|-----|------|-----|
| Prosječan broj noćenja | 6,1 | 12,3 | 4,2 |
|------------------------|-----|------|-----|

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P1.29.
 AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

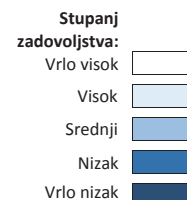
| Rang | Aktivnosti | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|------|--|----------|------------|------------|
| 1. | Plivanje/ kupanje u moru/ bazenu (izvan wellness/ spa usluga) | 65,8 | 44,0 | 8,4 |
| 2. | Odlazak u restorane | 68,1 | 26,4 | 30,0 |
| 3. | Razgledavanje prirodnih znamenitosti | 55,1 | 35,7 | 15,9 |
| 4. | Razgledavanje kulturnih znamenitosti | 43,8 | 21,1 | 17,8 |
| 5. | Pješačenje ('trekking', nordijsko hodanje i sl.), jogging/ trčanje | 33,1 | 34,6 | 10,3 |
| 6. | Odlazak u kupnju (osim svakodnevnih potrepština) | 29,1 | 15,9 | 28,8 |
| 7. | Posjet muzejima/ izložbama | 27,4 | 4,9 | 10,1 |
| 8. | Ništa od navedenog - nisam imao/la vremena | - | 6,2 | 34,1 |
| 9. | Posjet kulturnim manifestacijama/ koncertima | 22,2 | 7,3 | 7,9 |
| 10. | Sportske i rekreacijske aktivnosti (osim pješačenja/ trčanja/ vožnje biciklom) | 19,2 | 6,3 | 0,7 |
| 11. | Obilazak tematskih cesta i/ili OPG-ova | 13,7 | 8,2 | 4,3 |
| 12. | Vožnja biciklom označenim biciklističkim stazama | 14,2 | 6,3 | 1,4 |
| 13. | Ništa od navedenog - nisam imao/la interesa | - | 11,7 | 9,1 |
| 14. | Nešto drugo | 1,6 | 6,4 | 1,4 |
| 15. | Ništa od navedenog | 1,4 | - | - |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P1.30.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Rang* | Elementi ponude | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------|--------------------------------------|----------|------------|------------|
| 1. | Ljepota prirode i krajolika | 94,3 | 91,5 | 92,3 |
| 2. | Ukupni boravak | 88,8 | 84,7 | 95,4 |
| 3. | Atmosfera, ugođaj | 87,8 | 81,3 | 92,6 |
| 4. | Osobna sigurnost | 82,3 | 89,6 | 94,5 |
| 5. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 85,1 | 83,6 | 93,0 |
| 6. | Prometna dostupnost destinacije | 79,4 | 82,0 | 92,4 |
| 7. | Kvaliteta informacija u destinaciji | 80,8 | 74,4 | 88,9 |
| 8. | 'Vrijednost za novac' | - | 75,8 | 87,7 |
| 9. | Kvaliteta smještajne ponude | 79,2 | 75,3 | 90,9 |
| 10. | Kvaliteta ugostiteljske ponude | 80,1 | 65,8 | 89,0 |
| 11. | Mogućnosti za sport i rekreaciju | 77,5 | 70,5 | 88,6 |
| 12. | Kvaliteta ponude kulture | 66,5 | 62,3 | 92,8 |
| 13. | Mogućnost za kupnju | - | 57,9 | 86,3 |
| 14. | Kvaliteta lokalnog prijevoza | 61,8 | 54,3 | 84,7 |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).



Tablica P1.31.
 KORIŠTENJE ZDRAVSTVENIH/WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA
 TIJEKOM BORAVKA U HOTELU ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA (%)

| Korišteni zdravstveni/wellness sadržaji i usluge tijekom boravka u hotelu | WELLNESS |
|---|----------|
| Bazen | 86,6 |
| Masaže | 64,7 |
| Jacuzzi/ whirlpool kade | 60,1 |
| Saune | 54,2 |
| Fitnes i/ili vježbanje | 34,3 |
| Kozmetički tretmani | 21,7 |
| Manikura i/ili pedikura | 19,5 |
| Savjetodavne usluge terapeuta/ liječnika/ stručne osobe | 11,2 |
| Meditacija/ yoga | 8,3 |
| Specijalističke usluge terapeuta | 7,4 |
| Usluge osobnog trenera | 6,8 |
| Specijalističke liječničke usluge | 5,6 |
| 'Alternativne terapije' (akupunktura, ayurveda i sl.) | 5,1 |
| Nešto drugo | 0,1 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P1.32.
 PREFERIRANI TIP ORGANIZACIJE WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA
 ZA KORISNIKE WELLNESS USLUGA (%)

| Preferirani tip organizacije wellness sadržaja i usluga | WELLNESS |
|---|----------|
| Strukturirani program koji se kupuje kao paket | 21,9 |
| Ponuda pojedinačnih sadržaja i usluga koje samostalno biram | 75,9 |
| Nešto drugo | 2,2 |
| UKUPNO | 100,0 |

Tablica P1.33.
 KORIŠTENJE TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

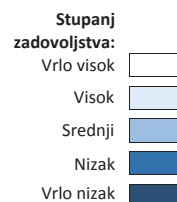
| Tematski/ specijalistički zdravstveni paketi usluga | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| Korišteni | 12,8 | 13,4 | 6,3 |
| Nisu korišteni | 87,2 | 86,6 | 93,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.34.
 RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Razlog | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|------------------------------|----------|------------|------------|
| Nije bilo u ponudi | 4,6 | 3,9 | 16,7 |
| Nisam znao/la da je u ponudi | 16,5 | 14,0 | 37,4 |
| Nisam bio/la zainteresiran/a | 77,5 | 82,0 | 45,6 |
| Nešto drugo | 1,4 | 0,1 | 0,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P1.35.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Rang* | Elementi | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|-------|--|----------|------------|------------|
| 1. | Ljubaznost osoblja | 88,3 | 81,8 | 99,5 |
| 2. | Stručnost osoblja | 86,6 | 83,7 | 98,5 |
| 3. | Ukupna ponuda ustanove | – | 79,7 | 98,3 |
| 4. | Čistoća prostora | 85,4 | 77,8 | 99,3 |
| 5. | Atmosfera/ ugođaj | 85,4 | 78,3 | 96,4 |
| 6. | Kvaliteta pojedinačnih tretmana/ procedura | 81,8 | 81,2 | 98,8 |
| 7. | Potpunost informacija o tretmanima/ procedurama | 81,9 | 79,5 | 95,9 |
| 8. | Pridržavanje termina narudžbi | 84,2 | 82,1 | 82,4 |
| 9. | Organizacija prijevoza i/ili boravka | – | 74,3 | 96,3 |
| 10. | Dostupnost informacija o ponudi | 78,7 | 74,6 | 96,6 |
| 11. | Kvaliteta opreme | 77,9 | 73,5 | 99,0 |
| 12. | Odnos cijene i kvalitete zdravstvenih sadržaja/ usluga | 75,1 | 77,4 | 96,8 |
| 13. | Raznolikost ponuđenih usluga | 76,9 | 69,2 | 97,6 |
| 14. | Veličina prostora za tretmane/ zahvate (terapijskih sadržaja, bazena, vježbališta i sl.) | 75,5 | 69,7 | 94,7 |
| 15. | Prilagođenost ustanove osobama s posebnim potrebama | 66,8 | 77,0 | 95,3 |
| 16. | Raznolikost opreme/ sadržaja | 74,3 | – | – |
| 17. | Inovativnost ponude | 69,7 | 58,1 | 96,9 |



* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Tablica P1.36.
 NAMJERA PREPORUKE PRIJATELJIMA/POZNANICIMA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Namjera preporuke | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|----------------------|----------|------------|------------|
| Zdravstvene ustanove | – | 94,9 | 99,0 |
| Destinacije | – | 92,2 | 96,7 |

Napomena: Zbroj postotaka za ocjene 4 i 5 na skali od 1 (sigurno ne bih) do 5 (sigurno bih).

Tablica P1.37.
 OCJENA ELEMENATA PONUDE U ODNOSU NA KONKURENTSKE ZEMLJE
 U WELLNESS SEGMENTU

| Elementi ponude | Bolje u Hrvatskoj u usporedbi s: (u %) | | | | | |
|--|---|-----------|------------|----------|-------------|--------|
| | UKUPNO | AUSTRIJOM | SLOVENIJOM | ITALIJOM | ŠPANJOLSKOM | GRČKOM |
| Stručnost osoblja | 20,2 | 11,0 | 13,7 | 29,9 | 29,8 | 34,1 |
| Ljubaznost osoblja | 30,3 | 30,3 | 23,5 | 32,8 | 40,4 | 31,7 |
| Raznolikost opreme/ sadržaja/ usluga | 25,7 | 18,3 | 16,7 | 38,8 | 38,3 | 31,7 |
| Atmosfera u centru | 30,1 | 20,2 | 24,5 | 43,3 | 38,3 | 39,0 |
| Odnos cijene i kvalitete wellness/ zdravstvenih sadržaja/ usluga | 44,0 | 44,0 | 48,0 | 56,7 | 40,4 | 17,1 |
| Elementi ponude | Slično u Hrvatskoj u usporedbi s: (u %) | | | | | |
| | UKUPNO | AUSTRIJOM | SLOVENIJOM | ITALIJOM | ŠPANJOLSKOM | GRČKOM |
| Stručnost osoblja | 73,5 | 78,9 | 81,4 | 64,2 | 68,1 | 61,0 |
| Ljubaznost osoblja | 63,7 | 63,3 | 71,6 | 59,7 | 57,4 | 58,5 |
| Raznolikost opreme/ sadržaja/ usluga | 54,1 | 45,0 | 65,7 | 47,8 | 48,9 | 65,9 |
| Atmosfera u centru | 60,9 | 67,9 | 66,7 | 49,3 | 53,2 | 56,1 |
| Odnos cijene i kvalitete wellness/ zdravstvenih sadržaja/ usluga | 37,7 | 40,4 | 38,2 | 32,8 | 29,8 | 46,3 |
| Elementi ponude | Lošije u Hrvatskoj u usporedbi s: (u %) | | | | | |
| | UKUPNO | AUSTRIJOM | SLOVENIJOM | ITALIJOM | ŠPANJOLSKOM | GRČKOM |
| Stručnost osoblja | 6,3 | 10,1 | 4,9 | 6,0 | 2,1 | 4,9 |
| Ljubaznost osoblja | 6,0 | 6,4 | 4,9 | 7,5 | 2,1 | 9,8 |
| Raznolikost opreme/ sadržaja/ usluga | 20,2 | 36,7 | 17,6 | 13,4 | 12,8 | 2,4 |
| Atmosfera u centru | 9,0 | 11,9 | 8,8 | 7,5 | 8,5 | 4,9 |
| Odnos cijene i kvalitete wellness/ zdravstvenih sadržaja/ usluga | 18,3 | 15,6 | 13,7 | 10,4 | 29,8 | 36,6 |

Tablica P1.38.
 OCJENA ELEMENATA PONUDE U ODNOSU NA KONKURENTSKE ZEMLJE
 U LJEČILIŠNOM SEGMENTU

| Elementi ponude | Bolje u Hrvatskoj u usporedbi s: (u %) | | |
|---|---|------------|-----------|
| | UKUPNO | SLOVENIJOM | AUSTRIJOM |
| Potpunost informacija o ponudi tretmana | 4,1 | 2,5 | 6,1 |
| Stručnost osoblja | 24,7 | 20,0 | 30,3 |
| Ljubaznost osoblja | 43,8 | 32,5 | 57,6 |
| Kvaliteta opreme/ sadržaja/ usluga | 5,5 | 5,0 | 6,1 |
| Atmosfera u ustanovi | 46,6 | 30,0 | 66,7 |
| Dostupnost mjesta | 5,5 | 5,0 | 6,1 |
| Odnos cijene i kvalitete wellness/ zdravstvenih sadržaja/ usluga | 61,6 | 50,0 | 75,8 |
| Elementi ponude | Slično u Hrvatskoj u usporedbi s: (u %) | | |
| | UKUPNO | SLOVENIJOM | AUSTRIJOM |
| Potpunost informacija o ponudi tretmana | 93,2 | 95,0 | 90,9 |
| Stručnost osoblja | 71,2 | 77,5 | 63,6 |
| Ljubaznost osoblja | 56,2 | 67,5 | 42,4 |
| Kvaliteta opreme/ sadržaja/ usluga | 72,6 | 77,5 | 66,7 |
| Atmosfera u ustanovi | 49,3 | 67,5 | 27,3 |
| Dostupnost mjesta | 82,2 | 87,5 | 75,8 |
| Odnos cijene i kvalitete wellness/ zdravstvenih sadržaja/ usluga | 34,2 | 45,0 | 21,2 |
| Elementi ponude | Lošije u Hrvatskoj u usporedbi s: (u %) | | |
| | UKUPNO | SLOVENIJOM | AUSTRIJOM |
| Potpunost informacija o ponudi tretmana | 2,7 | 2,5 | 3,0 |
| Stručnost osoblja | 4,1 | 2,5 | 6,1 |
| Ljubaznost osoblja | 1,0 | . | . |
| Kvaliteta opreme/ sadržaja/ usluga | 21,9 | 17,5 | 27,3 |
| Atmosfera u ustanovi | 4,1 | 2,5 | 6,1 |
| Dostupnost mjesta | 12,3 | 7,5 | 18,2 |
| Odnos cijene i kvalitete wellness/ zdravstvenih sadržaja/ usluga | 4,1 | 5,0 | 3,0 |

Tablica P1.39.
 PROSJEČNI IZDACI KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA U EURIMA

(po osobi u eurima)

| Prosječni izdaci na putovanju | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 1.104 | 869 | 1.350 |
| Smještaj | 515 | 431 | 134 |
| Prijevoz u dolasku do destinacije i povratku (karte za avion, bus, vlak, gorivo, cestarine i sl.) | 166 | 72 | 98 |
| Ostali prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.) | 36 | 15 | 12 |
| Hrana u restoranima i barovima | 186 | 76 | 69 |
| Usluge trgovine | 78 | 56 | 67 |
| Zdravstvene usluge | 66 | 200 | 950 |
| Kultura i zabava | 24 | 4 | 15 |
| Sport i rekreacija | 13 | 5 | 2 |
| Izleti | 14 | 4 | 2 |
| Ostalo | 5 | 6 | 2 |

Tablica P1.40.
 STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Prosječni izdaci na putovanju | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | 46,7 | 49,6 | 10,0 |
| Prijevoz u dolasku do destinacije i povratku (karte za avion, bus, vlak, gorivo, cestarine i sl.) | 15,0 | 8,3 | 7,2 |
| Ostali prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.) | 3,3 | 1,7 | 0,9 |
| Hrana u restoranima i barovima | 16,9 | 8,7 | 5,1 |
| Usluge trgovine | 7,1 | 6,5 | 4,9 |
| Zdravstvene usluge | 6,0 | 23,0 | 70,3 |
| Kultura i zabava | 2,2 | 0,5 | 1,1 |
| Sport i rekreacija | 1,2 | 0,6 | 0,2 |
| Izleti | 1,3 | 0,4 | 0,1 |
| Ostalo | 0,4 | 0,7 | 0,2 |

Tablica P1.41.
 PROSJEČNI IZDACI KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA U EURIMA (€)

| Prosječni izdaci na putovanju | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 77 | 92 | 496 |
| Smještaj | - | - | - |
| Prijevoz u dolasku do destinacije i povratku (karte za avion, bus, vlak, gorivo, cestarine i sl.) | 28 | 10 | 46 |
| Ostali prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.) | 0 | 2 | 2 |
| Hrana u restoranima i barovima | 19 | 11 | 12 |
| Usluge trgovine | 4 | 2 | 13 |
| Zdravstvene usluge | 22 | 63 | 423 |
| Kultura i zabava | 2 | 0 | 0 |
| Sport i rekreacija | 1 | 2 | 0 |
| Izleti | 0 | 0 | 0 |
| Ostalo | 1 | 1 | 0 |

Tablica P1.42.
 STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Prosječni izdaci na putovanju | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|--|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | - | - | - |
| Prijevoz u dolasku do destinacije i povratku (karte za avion, bus, vlak, gorivo, cestarine i sl.) | 36,9 | 11,0 | 9,2 |
| Ostali prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.) | 0,0 | 2,0 | 0,4 |
| Hrana u restoranima i barovima | 24,1 | 12,3 | 2,5 |
| Usluge trgovine | 5,4 | 2,6 | 2,6 |
| Zdravstvene usluge | 28,4 | 68,7 | 85,3 |
| Kultura i zabava | 2,8 | 0,0 | 0,0 |
| Sport i rekreacija | 0,7 | 2,2 | 0,0 |
| Izleti | . | 0,4 | 0,0 |
| Ostalo | 1,7 | 0,9 | 0,0 |

Tablica P1.43.
 PROSJEČNI DNEVNI IZDACI KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA U EURIMA (€)

| Prosječni dnevni izdaci | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 149 | 63 | 292 |
| Smještaj | 82 | 34 | 31 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 6 | 1 | 3 |
| Hrana u restoranima i barovima | 30 | 6 | 16 |
| Usluge trgovine | 12 | 4 | 16 |
| Zdravstvene usluge | 11 | 16 | 221 |
| Kultura i zabava | 4 | 0 | 3 |
| Sport i rekreacija | 2 | 0 | 1 |
| Izleti | 2 | 0 | 0 |
| Ostalo | 1 | 0 | 0 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P1.44.
 STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Prosječni dnevni izdaci | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | 54,9 | 54,1 | 10,7 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 3,9 | 1,8 | 1,0 |
| Hrana u restoranima i barovima | 19,9 | 9,5 | 5,5 |
| Usluge trgovine | 8,4 | 7,0 | 5,3 |
| Zdravstvene usluge | 7,1 | 25,1 | 75,8 |
| Kultura i zabava | 2,5 | 0,5 | 1,2 |
| Sport i rekreacija | 1,4 | 0,6 | 0,2 |
| Izleti | 1,5 | 0,4 | 0,1 |
| Ostalo | 0,5 | 0,8 | 0,2 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P1.45.
 PROSJEČNI IZDACI KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA U EURIMA (€)

| Prosječni izdaci | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 48 | 82 | 450 |
| Smještaj | – | – | – |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 0 | 2 | 2 |
| Hrana u restoranima i barovima | 19 | 11 | 12 |
| Usluge trgovine | 4 | 2 | 13 |
| Zdravstvene usluge | 22 | 63 | 423 |
| Kultura i zabava | 2 | 0 | 0 |
| Sport i rekreacija | 1 | 2 | 0 |
| Izleti | 0 | 0 | 0 |
| Ostalo | 1 | 1 | 0 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P1.46.
 STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA KORISNIKA ZDRAVSTVENIH USLUGA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Prosječni izdaci | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | - | - | - |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | . | 2,2 | 0,5 |
| Hrana u restoranima i barovima | 38,3 | 13,9 | 2,8 |
| Usluge trgovine | 8,6 | 2,9 | 2,8 |
| Zdravstvene usluge | 45,0 | 77,2 | 93,9 |
| Kultura i zabava | 4,4 | . | 0,0 |
| Sport i rekreacija | 1,1 | 2,4 | . |
| Izleti | . | 0,4 | . |
| Ostalo | 2,6 | 1,0 | 0,0 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P1.47.
 IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA
 PREMA SEGMENTIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA (%)

| Izdaci za putovanje i boravak u Hrvatskoj | WELLNESS | LJEČILIŠNI | MEDICINSKI |
|---|----------|------------|------------|
| U skladu s očekivanjima | 72,1 | 78,7 | 88,9 |
| Veći od očekivanih | 21,1 | 13,2 | 4,6 |
| Manji od očekivanih | 6,8 | 8,1 | 6,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |



Prilog 2

Obilježja turističke potražnje u wellnessu
prema glavnim emitivnim tržištima

Tablica P2.1.
 SPOL KORISNIKA WELLNESS USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Spol | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Muški | 47,1 | 37,1 | 54,9 | 49,0 | 51,6 | 48,4 | 43,1 | 56,3 |
| Ženski | 52,9 | 62,9 | 45,1 | 51,0 | 48,4 | 51,6 | 56,9 | 43,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(%)

Tablica P2.2.
 DOB KORISNIKA WELLNESS USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Dob (godine) | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Do 25 | 9,0 | 9,4 | 8,0 | 6,3 | 4,0 | 3,3 | 11,1 | 8,3 |
| 26 do 35 | 22,4 | 24,1 | 14,3 | 16,8 | 14,3 | 19,8 | 29,2 | 22,9 |
| 36 do 45 | 28,8 | 34,3 | 22,9 | 30,8 | 18,3 | 30,8 | 30,6 | 29,2 |
| 46 do 55 | 19,5 | 19,6 | 22,3 | 26,6 | 31,0 | 16,5 | 11,1 | 20,8 |
| 56 i više | 20,4 | 12,7 | 32,6 | 19,6 | 32,5 | 29,7 | 18,1 | 18,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(aritmetička sredina)

| | | | | | | | | |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Prosječna dob | 43,4 | 41,2 | 47,8 | 45,0 | 49,2 | 46,0 | 42,5 | 42,6 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|

Tablica P2.3.
 STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA WELLNESS USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Završena škola | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Srednja škola ili niže | 19,3 | 26,9 | 14,9 | 21,7 | 13,5 | 14,3 | 16,7 | 29,2 |
| Viša škola | 27,3 | 24,9 | 31,4 | 28,7 | 27,0 | 34,1 | 36,1 | 22,9 |
| Fakultet i viši stupnjevi | 53,3 | 48,2 | 53,7 | 49,7 | 59,5 | 51,6 | 47,2 | 47,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(%)

Tablica P2.4.
MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA WELLNESS USLUGA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Mjesečna primanja kućanstva (u eurima) | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Do 500 | 0,8 | 1,2 | 1,7 | 0,7 | . | . | . | 2,1 |
| 501 - 1.000 | 6,9 | 15,5 | 11,4 | 4,9 | 1,6 | 6,6 | 4,2 | 14,6 |
| 1.001 - 1.500 | 8,4 | 24,9 | 1,7 | 6,3 | 1,6 | 4,4 | 8,3 | 12,5 |
| 1.501 - 2.000 | 10,1 | 24,9 | 5,7 | 7,7 | 3,2 | 6,6 | 2,8 | 12,5 |
| 2.001 - 2.500 | 12,1 | 14,3 | 9,7 | 21,0 | 11,9 | 3,3 | 9,7 | 16,7 |
| 2.501 - 3.000 | 12,5 | 7,8 | 10,9 | 15,4 | 11,9 | 13,2 | 15,3 | 18,8 |
| 3.001 - 3.500 | 11,1 | 3,3 | 5,1 | 20,3 | 13,5 | 12,1 | 15,3 | 10,4 |
| 3.501 i više | 38,2 | 8,2 | 53,7 | 23,8 | 56,3 | 53,8 | 44,4 | 12,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.5.
UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Prosječni godišnji broj odlazaka na putovanja motivirana zdravstvenim razlozima i/ili wellnessom | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Niti jednom | 33,6 | 22,9 | 23,4 | 23,1 | 30,2 | 25,3 | 66,7 | 37,5 |
| Jedanput | 27,3 | 26,1 | 41,1 | 32,2 | 20,6 | 33,0 | 22,2 | 18,8 |
| 2 do 3 puta | 28,2 | 31,8 | 30,9 | 28,0 | 38,9 | 34,1 | 9,7 | 27,1 |
| 4 i više puta | 10,8 | 19,2 | 4,6 | 16,8 | 10,3 | 7,7 | 1,4 | 16,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.6.
PRIMARNI RAZLOG PUTOVANJA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Primarni razlog putovanja | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Odmor na suncu i moru | 33,7 | 24,9 | 31,4 | 23,1 | 38,1 | 40,7 | 47,2 | 43,8 |
| Wellness | 19,8 | 37,1 | 22,9 | 29,4 | 16,7 | 25,3 | . | 14,6 |
| Upoznavanje prirodnih ljepota/ znamenitosti | 8,0 | 2,9 | 10,9 | 3,5 | 12,7 | 4,4 | 4,2 | 2,1 |
| Poslovne obveze (uključujući i posjet/ sudjelovanje na konferenciji) | 7,2 | 13,5 | 2,9 | 9,1 | 4,0 | 3,3 | 2,8 | 10,4 |
| Upoznavanje kulturnih znamenitosti | 5,0 | 2,9 | 7,4 | 2,1 | 4,8 | 7,7 | 6,9 | 2,1 |
| Odmor u gradu (city break) | 4,7 | 2,4 | 9,1 | 4,2 | 8,7 | 3,3 | 6,9 | . |
| Posjet rodbini i prijateljima | 4,6 | 4,1 | 0,6 | 3,5 | 5,6 | . | 6,9 | 6,3 |
| Bavljenje sportom i rekreacijom | 3,2 | 3,7 | 3,4 | 4,9 | 1,6 | 2,2 | 1,4 | 4,2 |
| Uživanje u hrani i piću | 3,2 | 0,8 | 5,7 | 4,2 | 4,0 | 12,1 | 4,2 | . |
| Zdravstveni razlozi | 2,9 | 4,5 | 0,6 | 7,0 | 0,8 | . | 1,4 | 2,1 |
| Posjet kulturnim manifestacijama/ koncertima | 1,2 | 0,8 | 1,1 | 0,7 | . | . | . | 2,1 |
| Odmor u ruralnim područjima | 1,2 | 1,6 | 2,3 | 2,1 | 0,8 | . | . | . |
| Vjerski razlozi | 1,1 | . | 0,6 | 2,1 | 0,8 | 1,1 | 2,8 | . |
| Kupovina | 0,8 | . | . | 2,8 | 0,8 | . | 1,4 | 6,3 |
| Nešto drugo | 3,5 | 0,8 | 1,1 | 1,4 | 0,8 | . | 13,9 | 6,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.7.
 ŽIVOTNI STIL KORISNIKA WELLNESS USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| U kojoj Vas mjeri opisuju sljedeće rečenice? | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Održavam primjerenu tjelesnu težinu. | 43,6 | 37,6 | 32,0 | 37,8 | 40,5 | 33,0 | 52,8 | 52,1 |
| U dobroj sam fizičkoj kondiciji. | 41,8 | 34,7 | 30,9 | 37,8 | 38,1 | 24,2 | 56,9 | 56,3 |
| Posvećujem pažnju zdravoj prehrani. | 37,5 | 34,3 | 29,7 | 34,3 | 38,1 | 27,5 | 51,4 | 37,5 |
| Borim se sa stresom u svakodnevnom životu. | 34,1 | 42,0 | 25,1 | 38,5 | 35,7 | 30,8 | 20,8 | 50,0 |
| Sklon/a sam upotrebi prirodnih/ ljekovitih tvari. | 25,9 | 33,1 | 20,0 | 30,1 | 22,2 | 22,0 | 26,4 | 27,1 |
| Redovito se bavim nekom sportskom/rekreacijskom aktivnošću. | 25,6 | 18,8 | 16,6 | 22,4 | 24,6 | 13,2 | 48,6 | 25,0 |
| Redovito odlazim na masaže u mjestu svog stalnog boravka. | 10,6 | 9,4 | 9,7 | 11,9 | 8,7 | 11,0 | 9,7 | 14,6 |
| Redovito koristim wellness sadržaje u mjestu svog stalnog boravka. | 9,8 | 9,4 | 9,7 | 7,0 | 7,9 | 9,9 | 9,7 | 10,4 |
| Često sam na posebnom režimu prehrane (dijeta i sl.). | 9,7 | 7,3 | 7,4 | 15,4 | 5,6 | 12,1 | 18,1 | 8,3 |

Napomena: Udio ocjena 1 i 2 na skali od 1 (To sam baš ja!) do 7 (To uopće nisam ja!).

Tablica P2.8.
 PRIMARNI MOTIV KORIŠTENJA WELLNESS USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Primarni motiv korištenja wellness usluga | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Relaksacija / 'punjenje baterija' | 79,3 | 84,5 | 70,3 | 79,7 | 81,7 | 74,7 | 88,9 | 83,3 |
| Ublažavanje/ upravljanje stresom | 27,3 | 37,6 | 27,4 | 32,2 | 25,4 | 29,7 | 11,1 | 31,3 |
| Pročišćavanje/ detoks organizma | 17,5 | 20,4 | 17,1 | 18,9 | 17,5 | 16,5 | 13,9 | 16,7 |
| Unapređenje fizičke kondicije | 15,9 | 15,1 | 12,6 | 13,3 | 11,9 | 22,0 | 13,9 | 18,8 |
| Ljepota/ njega lica/ tijela | 14,9 | 15,1 | 12,6 | 14,7 | 14,3 | 24,2 | 18,1 | 16,7 |
| Ublažavanje kroničnih boljki (npr. alergije, nesanica, bol) | 8,8 | 7,8 | 7,4 | 14,7 | 10,3 | 12,1 | 1,4 | 12,5 |
| Učenje o promjeni životnog stila | 4,4 | 4,1 | 7,4 | 2,8 | 1,6 | 7,7 | 9,7 | 4,2 |
| Meditacija/ postizanje duhovne ravnoteže | 3,6 | 3,7 | 5,7 | 4,2 | 0,8 | 2,2 | 4,2 | 4,2 |
| Mršavljenje/ upravljanje tjelesnom težinom | 3,2 | 3,3 | 1,1 | 1,4 | 4,0 | 5,5 | 1,4 | 2,1 |
| Nešto drugo | 1,5 | 1,6 | 0,6 | . | 2,4 | . | 1,4 | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P2.9.
 UTJECAJ PONUDE WELLNESS CENTRA NA ODABIR SMJEŠTAJA I DESTINACIJE
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Utjecaj ponude wellness centra na: | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|------------------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Izbor smještaja | 30,1 | 38,7 | 28,0 | 36,2 | 38,7 | 42,7 | 13,9 | 39,0 |
| Izbor destinacije | 25,6 | 34,7 | 22,3 | 33,8 | 29,0 | 32,6 | 11,1 | 41,5 |

Napomena: Zbroj postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (Uopće nije utjecala) do 7 (Imala je presudan utjecaj).

Tablica P2.10.
 IZVORI INFORMACIJA O WELLNESS USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Izvori informacija o wellness uslugama | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Internet | 29,4 | 24,9 | 34,9 | 24,5 | 27,8 | 28,6 | 25,0 | 14,6 |
| Prijašnji boravak | 25,5 | 38,8 | 24,0 | 38,5 | 32,5 | 39,6 | 6,9 | 33,3 |
| Preporuke rodbine ili prijatelja | 23,2 | 22,9 | 22,9 | 20,3 | 16,7 | 29,7 | 19,4 | 22,9 |
| Brošure, oglasi, plakati | 11,9 | 10,2 | 17,7 | 11,2 | 13,5 | 8,8 | 20,8 | 4,2 |
| Radio, televizija, film ili video | 8,0 | 4,9 | 12,0 | 6,3 | 3,2 | 9,9 | 9,7 | 2,1 |
| Preporuke turističke agencije ili kluba/ katalog | 6,8 | 1,2 | 12,0 | 4,9 | 6,3 | 5,5 | 8,3 | 4,2 |
| Članci u novinama ili časopisima | 3,0 | 4,1 | 2,9 | 1,4 | 1,6 | 7,7 | 1,4 | . |
| Turistički sajmovi, izložbe | 1,8 | 0,4 | 4,6 | 0,7 | 2,4 | 2,2 | 2,8 | . |
| Nisam trebao/la nikakve informacije | 14,1 | 16,7 | 8,0 | 11,9 | 8,7 | 4,4 | 31,9 | 20,8 |
| Informirao/la sam se tek po dolasku u objekt/ destinaciju | 10,1 | 4,9 | 8,6 | 11,9 | 8,7 | 5,5 | 6,9 | 16,7 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P2.11.
 INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O WELLNESS USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Internet kao izvor informacija o wellness uslugama | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Stranice smještajnih objekata | 18,0 | 15,5 | 19,4 | 12,6 | 22,2 | 17,6 | 11,1 | 6,3 |
| Online turističke agencije: Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 13,1 | 7,8 | 18,3 | 8,4 | 16,7 | 15,4 | 9,7 | 6,3 |
| Društveni mediji (Facebook, TripAdvisor, Instagram, Twitter...) | 12,3 | 12,2 | 12,6 | 10,5 | 10,3 | 14,3 | 13,9 | . |
| Stranice ove zdravstvene ustanove/ wellness centra | 8,6 | 6,1 | 9,1 | 7,7 | 6,3 | 11,0 | 8,3 | 4,2 |
| Stranice hrvatskih turističkih zajednica/ ureda (nacionalne, lokalnih) | 8,1 | 2,9 | 9,1 | 5,6 | 4,8 | 8,8 | 11,1 | 2,1 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P2.12.
 UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Broj posjeta Hrvatskoj | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Prvi posjet | 20,2 | – | 16,1 | 5,3 | 14,0 | 14,9 | 46,3 | 4,3 |
| Drugi posjet | 11,2 | – | 10,6 | 5,3 | 10,5 | 10,3 | 25,4 | 2,1 |
| 3 do 5 posjeta | 18,9 | – | 18,6 | 10,7 | 15,8 | 17,2 | 14,9 | 10,6 |
| 6 i više posjeta | 49,7 | – | 54,7 | 78,6 | 59,6 | 57,5 | 13,4 | 83,0 |
| UKUPNO | 100,0 | – | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne goste.

Tablica P2.13.
 UČESTALOST DOLASKA U MJESTO
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Broj posjeta mjestu | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Prvi posjet | 37,6 | 15,0 | 40,4 | 15,3 | 35,1 | 34,5 | 64,2 | 17,0 |
| Drugi posjet | 19,1 | 17,1 | 23,6 | 14,5 | 23,7 | 16,1 | 17,9 | 14,9 |
| 3 do 5 posjeta | 19,4 | 25,2 | 16,1 | 35,1 | 19,3 | 24,1 | 6,0 | 19,1 |
| 6 i više posjeta | 23,9 | 42,7 | 19,9 | 35,1 | 21,9 | 25,3 | 11,9 | 48,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.14.
 UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS USLUGA U HRVATSKOJ
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Učestalost korištenja wellness usluga u Hrvatskoj | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Jedanput | 28,4 | 4,3 | 26,7 | 21,4 | 28,9 | 28,7 | 58,2 | 21,3 |
| Dvapat | 13,9 | 6,8 | 14,3 | 13,7 | 14,0 | 8,0 | 26,9 | 10,6 |
| 3 do 5 puta | 17,0 | 18,8 | 14,3 | 19,1 | 16,7 | 16,1 | 9,0 | 14,9 |
| 6 i više puta | 40,7 | 70,1 | 44,7 | 45,8 | 40,4 | 47,1 | 6,0 | 53,2 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.15.
 UČESTALOST KORIŠTENJA WELLNESS USLUGA U USTANOVU PROVOĐENJA ANKETIRANJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Učestalost korištenja wellness usluga u ustanovi provođenja anketiranja | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Jedanput | 49,3 | 25,6 | 49,7 | 35,9 | 47,4 | 43,7 | 76,1 | 42,6 |
| Dvapat | 20,4 | 20,9 | 23,0 | 19,8 | 22,8 | 14,9 | 16,4 | 17,0 |
| 3 do 5 puta | 15,1 | 20,5 | 16,8 | 24,4 | 12,3 | 21,8 | 4,5 | 17,0 |
| 6 i više puta | 15,1 | 32,9 | 10,6 | 19,8 | 17,5 | 19,5 | 3,0 | 23,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.16.
PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Prijevozno sredstvo | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Automobil | 62,7 | 85,3 | 73,7 | 82,5 | 78,6 | 82,4 | 5,6 | 91,7 |
| Autobus/ mini-bus | 7,5 | 11,0 | 5,7 | 9,1 | 11,1 | 3,3 | 5,6 | 8,3 |
| Motocikl | 2,9 | 0,8 | 0,6 | 5,6 | 3,2 | 1,1 | 1,4 | . |
| Vlak | 0,8 | . | 1,1 | 1,4 | 1,6 | . | . | . |
| Zrakoplov | 24,9 | 0,8 | 18,9 | 1,4 | 5,6 | 3,3 | 87,5 | . |
| Brod/ trajekt | 1,1 | 2,0 | . | . | . | 9,9 | . | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.17.
KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU U HRVATSKU
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Niskotarifni prijevoznik | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Korišten | 47,3 | 50,0 | 45,5 | 50,0 | 57,1 | 33,3 | 58,7 | . |
| Nije korišten | 52,7 | 50,0 | 54,5 | 50,0 | 42,9 | 66,7 | 41,3 | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | . |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne turiste koji su u dolasku u Hrvatsku koristili zrakoplov - redoviti let.

Tablica P2.18.
NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Rezervacija smještaja | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Airbnb, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 38,1 | 23,8 | 47,6 | 27,9 | 35,0 | 42,7 | 52,9 | 17,6 |
| Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 21,1 | 45,8 | 15,1 | 23,8 | 20,3 | 13,5 | 14,7 | 44,1 |
| Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom) | 19,3 | 17,9 | 16,9 | 27,9 | 22,8 | 31,5 | 13,2 | 5,9 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 13,4 | 4,2 | 15,1 | 12,3 | 21,1 | 11,2 | 10,3 | 14,7 |
| Na neki drugi način | 0,9 | 4,8 | . | 0,8 | . | . | . | . |
| Nisam rezervirao/la smještaj unaprijed | 7,3 | 3,6 | 5,4 | 7,4 | 0,8 | 1,1 | 8,8 | 17,6 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su noćili u komercijalnom smještaju.

Tablica P2.19.
 KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Korištenje paket aranžmana | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|----------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Da | 18,9 | 27,3 | 15,4 | 22,4 | 15,1 | 6,6 | 34,7 | 25,0 |
| Ne | 81,1 | 72,7 | 84,6 | 77,6 | 84,9 | 93,4 | 65,3 | 75,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.20.
 USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Usluge uključene u paket aranžman | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Smještaj | 90,0 | 89,6 | 81,5 | 90,6 | 94,7 | 66,7 | 92,0 | 100,0 |
| Hrana | 86,1 | 92,5 | 81,5 | 100,0 | 78,9 | 50,0 | 84,0 | 100,0 |
| Lječilišne/ medicinske usluge | 59,8 | 92,5 | 37,0 | 87,5 | 57,9 | 50,0 | 28,0 | 66,7 |
| Međunarodni prijevoz | 43,4 | - | 70,4 | 6,3 | 42,1 | 33,3 | 100,0 | 8,3 |
| Lokalni prijevoz (u Hrvatskoj) | 31,9 | 14,9 | 25,9 | 3,1 | 21,1 | . | 76,0 | 8,3 |
| Izleti | 6,0 | 1,5 | 7,4 | . | 10,5 | 16,7 | 8,0 | 8,3 |
| Najam automobila, bicikla, opreme i sl. | 2,4 | 1,5 | 3,7 | . | 5,3 | . | . | . |
| Ulaznice za koncerte, priredbe, muzeje i sl. | 1,6 | . | . | . | 5,3 | . | . | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P2.21.
 PRATNJA NA PUTOVANJU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Pratnja na putovanju | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Sam(a) | 11,7 | 22,4 | 5,1 | 11,2 | 7,9 | 7,7 | 12,5 | 14,6 |
| S partnerom | 52,4 | 44,9 | 60,6 | 55,2 | 64,3 | 52,7 | 50,0 | 35,4 |
| S ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali) | 26,1 | 21,2 | 27,4 | 27,3 | 23,0 | 28,6 | 27,8 | 41,7 |
| S prijateljima/ poznanicima | 9,8 | 11,4 | 6,9 | 6,3 | 4,8 | 11,0 | 9,7 | 8,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.22.

VRSTA POSJETITELJA

PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Vrsta posjetitelja | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|-------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Jednodnevni posjetitelj | 6,2 | 18,8 | . | 9,1 | 1,6 | 2,2 | . | 14,6 |
| Turist | 93,8 | 81,2 | 100,0 | 90,9 | 98,4 | 97,8 | 100,0 | 85,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.23.

VRSTA SMJEŠTAJA

PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Vrsta smještaja | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|-------------------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Hotel | 83,6 | 82,4 | 94,9 | 85,4 | 91,1 | 85,4 | 88,9 | 75,6 |
| Iznajmljena soba, apartman ili kuća | 11,9 | 7,0 | 2,9 | 9,2 | 8,1 | 14,6 | 8,3 | 12,2 |
| Kod rodbine ili prijatelja | 3,4 | 8,5 | 1,1 | 5,4 | 0,8 | . | 2,8 | 7,3 |
| Vlastiti stan/ kuća | 1,0 | 2,0 | 1,1 | . | . | . | . | 4,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P2.24.

VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA

PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Hotelski smještaj | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|----------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| U sklopu wellness ustanove | 97,5 | 98,2 | 98,8 | 96,4 | 98,2 | 97,4 | 95,3 | 100,0 |
| Izvan wellness ustanove | 2,5 | 1,8 | 1,2 | 3,6 | 1,8 | 2,6 | 4,7 | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P2.25.
 DULJINA BORAVKA U MJESTU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Broj noćenja u mjestu | UKUPNO | | | | | | | |
|------------------------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|-------|
| | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA | |
| 1,00 | 4,5 | 15,6 | 0,6 | 5,4 | 1,6 | 1,1 | 2,8 | . |
| 2 do 3 | 26,2 | 46,7 | 23,4 | 42,3 | 21,8 | 11,2 | 16,7 | 39,0 |
| 4 do 7 | 49,2 | 23,1 | 55,4 | 43,8 | 50,0 | 67,4 | 51,4 | 36,6 |
| 8 do 10 | 10,1 | 6,5 | 10,3 | 4,6 | 15,3 | 11,2 | 9,7 | 14,6 |
| 11 do 14 | 7,3 | 4,0 | 8,0 | 3,8 | 9,7 | 7,9 | 9,7 | 4,9 |
| 15 do 21 | 1,7 | 3,0 | 1,7 | . | 1,6 | . | 2,8 | 2,4 |
| 22 do 28 | 0,5 | . | . | . | . | . | 5,6 | . |
| 29 i više | 0,6 | 1,0 | 0,6 | . | . | 1,1 | 1,4 | 2,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| (aritmetička sredina) | | | | | | | | |
| Prosječan broj noćenja | 6,1 | 4,5 | 6,5 | 4,6 | 6,7 | 6,8 | 8,0 | 5,9 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P2.26.
 AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Rang | Aktivnosti | UKUPNO | | | | | | | |
|------|--|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|------|
| | | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA | |
| 1 | Odlazak u restorane | 68,1 | 51,8 | 69,1 | 62,9 | 71,4 | 76,9 | 77,8 | 79,2 |
| 2 | Plivanje/ kupanje u moru/ bazenu (izvan wellness/ spa usluga) | 65,8 | 43,3 | 70,3 | 51,0 | 69,8 | 81,3 | 69,4 | 56,3 |
| 3 | Razgledavanje prirodnih znamenitosti | 55,1 | 40,4 | 61,1 | 37,1 | 63,5 | 62,6 | 56,9 | 39,6 |
| 4 | Razgledavanje kulturnih znamenitosti | 43,8 | 22,9 | 50,9 | 32,9 | 45,2 | 46,2 | 62,5 | 27,1 |
| 5 | Pješačenje ('trekking', nordijsko hodanje i sl.), jogging/trčanje | 33,1 | 23,7 | 34,3 | 29,4 | 27,0 | 34,1 | 44,4 | 27,1 |
| 6 | Odlazak u kupnju (osim svakodnevnih potrepština) | 29,1 | 16,7 | 30,9 | 20,3 | 36,5 | 25,3 | 50,0 | 27,1 |
| 7 | Posjet muzejima/ izložbama | 27,4 | 14,3 | 30,3 | 14,0 | 36,5 | 30,8 | 45,8 | 16,7 |
| 8 | Posjet kulturnim manifestacijama/ koncertima | 22,2 | 10,6 | 25,1 | 13,3 | 29,4 | 29,7 | 33,3 | 6,3 |
| 9 | Sportske i rekreacijske aktivnosti (osim pješačenja/trčanja/vožnje biciklom) | 19,2 | 10,6 | 20,6 | 17,5 | 23,8 | 24,2 | 9,7 | 10,4 |
| 10 | Vožnja biciklom označenim biciklističkim stazama | 14,2 | 8,6 | 14,9 | 12,6 | 21,4 | 18,7 | 8,3 | 6,3 |
| 11 | Obilazak tematskih cesta i/ili OPG-ova | 13,7 | 6,1 | 17,7 | 6,3 | 18,3 | 23,1 | 12,5 | 6,3 |
| 12 | Nešto drugo | 1,6 | 4,1 | 0,6 | 1,4 | . | . | . | . |
| 13 | Ništa od navedenog | 1,4 | 6,1 | . | 2,1 | . | . | . | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P2.27.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Rang* | Elementi ponude | UKUPNO | HRVATSKA | NIJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|-------|--------------------------------------|--------|----------|-----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| 1 | Ljepota prirode i krajolika | 94,3 | 97,1 | 94,2 | 92,9 | 95,2 | 87,8 | 94,2 | 100,0 |
| 2 | Ukupni boravak | 88,8 | 92,6 | 90,6 | 86,0 | 94,4 | 83,5 | 92,8 | 89,6 |
| 3 | Atmosfera, ugođaj | 87,8 | 90,5 | 86,6 | 87,2 | 89,6 | 82,4 | 93,1 | 93,3 |
| 4 | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 85,1 | 91,7 | 85,2 | 85,0 | 90,1 | 73,0 | 89,2 | 81,4 |
| 5 | Osobna sigurnost | 82,3 | 92,2 | 80,0 | 78,4 | 83,2 | 69,3 | 93,8 | 93,6 |
| 6 | Kvaliteta informacija u destinaciji | 80,8 | 80,2 | 79,6 | 80,0 | 87,0 | 76,1 | 85,9 | 85,4 |
| 7 | Kvaliteta ugostiteljske ponude | 80,1 | 73,0 | 84,9 | 73,1 | 90,3 | 83,5 | 81,2 | 71,7 |
| 8 | Prometna dostupnost destinacije | 79,4 | 79,0 | 80,6 | 79,7 | 83,1 | 79,1 | 85,5 | 89,6 |
| 9 | Kvaliteta smještajne ponude | 79,2 | 83,5 | 78,0 | 77,6 | 85,5 | 73,9 | 88,9 | 78,0 |
| 10 | Mogućnosti za sport i rekreaciju | 77,5 | 78,2 | 81,4 | 72,0 | 81,7 | 79,3 | 82,0 | 88,0 |
| 11 | Kvaliteta ponude kulture | 66,5 | 56,0 | 74,5 | 50,9 | 77,0 | 64,7 | 80,4 | 74,2 |
| 12 | Kvaliteta lokalnog prijevoza | 61,8 | 50,5 | 71,2 | 47,2 | 72,4 | 56,7 | 75,0 | 58,8 |



* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Tablica P2.28.
 KORIŠTENJE ZDRAVSTVENIH/WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA TIJEKOM BORAVKA U HOTELU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Korišteni zdravstveni/wellness sadržaji i usluge tijekom boravka u hotelu | UKUPNO | HRVATSKA | NIJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|-----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Bazen | 86,6 | 89,0 | 89,7 | 83,9 | 89,7 | 82,4 | 90,3 | 83,3 |
| Masaže | 64,7 | 62,0 | 71,4 | 71,3 | 75,4 | 70,3 | 54,2 | 54,2 |
| Jacuzzi/ whirlpool kade | 60,1 | 59,2 | 75,4 | 60,8 | 58,7 | 70,3 | 45,8 | 33,3 |
| Saune | 54,2 | 67,3 | 53,7 | 58,0 | 54,0 | 57,1 | 45,8 | 50,0 |
| Fitnes i/ili vježbanje | 34,3 | 23,7 | 36,6 | 30,1 | 40,5 | 30,8 | 36,1 | 39,6 |
| Kozmetički tretmani | 21,7 | 13,9 | 21,7 | 22,4 | 27,0 | 29,7 | 16,7 | 20,8 |
| Manikura i/ili pedikura | 19,5 | 11,8 | 21,1 | 19,6 | 23,8 | 28,6 | 20,8 | 4,2 |
| Savjetodavne usluge terapeuta/ liječnika/ stručne osobe | 11,2 | 9,0 | 12,6 | 8,4 | 18,3 | 15,4 | 4,2 | 10,4 |
| Meditacija/ yoga | 8,3 | 3,7 | 13,1 | 6,3 | 9,5 | 9,9 | 8,3 | 2,1 |
| Specijalističke usluge terapeuta | 7,4 | 4,1 | 7,4 | 7,0 | 7,1 | 11,0 | 8,3 | 4,2 |
| Usluge osobnog trenera | 6,8 | 1,6 | 14,9 | 3,5 | 4,8 | 12,1 | 6,9 | 2,1 |
| Specijalističke liječničke usluge | 5,6 | 1,6 | 6,9 | 7,0 | 5,6 | 8,8 | 9,7 | 4,2 |
| 'Alternativne terapije' (akupunktura, ayurveda i sl.) | 5,1 | 1,6 | 6,9 | 3,5 | 4,8 | 8,8 | 5,6 | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P2.29.
 PREFERIRANI TIP ORGANIZACIJE WELLNESS SADRŽAJA I USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

| Preferirani tip organizacije wellness sadržaja i usluga | UKUPNO | HRVATSKA | NIJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|-----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Strukturirani program koji se kupuje kao paket | 21,9 | 22,4 | 17,7 | 23,1 | 21,4 | 26,4 | 25,0 | 19,1 |
| Ponuda pojedinačnih sadržaja i usluga koje samostalno biram | 75,9 | 71,0 | 81,1 | 74,1 | 78,6 | 72,5 | 72,2 | 76,6 |
| Nešto drugo | 2,2 | 6,5 | 1,1 | 2,8 | . | 1,1 | 2,8 | 4,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.30.
 KORIŠTENJE TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Tematski/ specijalistički zdravstveni paketi usluga | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Korišteni | 12,8 | 7,3 | 14,3 | 11,2 | 17,5 | 24,2 | 5,6 | 6,3 |
| Nisu korišteni | 87,2 | 92,7 | 85,7 | 88,8 | 82,5 | 75,8 | 94,4 | 93,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.31.
 RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Razlog | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|------------------------------|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| Nije bilo u ponudi | 4,6 | 2,2 | 6,0 | 7,1 | 5,8 | 5,8 | 7,4 | . |
| Nisam znao/la da je u ponudi | 16,5 | 12,3 | 18,0 | 25,2 | 14,4 | 13,0 | 20,6 | 15,6 |
| Nisam bio/la zainteresiran/a | 77,5 | 81,5 | 75,3 | 66,9 | 79,8 | 81,2 | 72,1 | 82,2 |
| Nešto drugo | 1,4 | 4,0 | 0,7 | 0,8 | . | . | . | 2,2 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P2.32.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU (%)

| Rang* | Elementi | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|-------|--|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|------------------|---------------------|
| 1 | Ljubaznost osoblja | 88,3 | 93,4 | 83,0 | 88,8 | 90,4 | 75,3 | 95,7 | 97,9 |
| 2 | Stručnost osoblja | 86,6 | 91,1 | 82,4 | 84,9 | 86,9 | 77,0 | 93,0 | 90,9 |
| 3 | Atmosfera/ugodaj | 85,4 | 91,0 | 81,2 | 83,0 | 89,3 | 85,6 | 90,1 | 84,4 |
| 4 | Čistoća prostora | 85,4 | 89,3 | 80,1 | 81,1 | 90,4 | 76,9 | 94,4 | 91,7 |
| 5 | Pridržavanje termina narudžbi | 84,2 | 92,8 | 80,0 | 84,0 | 88,5 | 78,8 | 83,9 | 92,3 |
| 6 | Potpunost informacija o tretmanima/ procedurama | 81,9 | 84,5 | 78,2 | 81,6 | 85,6 | 73,8 | 80,9 | 91,9 |
| 7 | Kvaliteta pojedinačnih tretmana/ procedura | 81,8 | 88,4 | 83,0 | 75,8 | 90,0 | 73,8 | 90,0 | 81,8 |
| 8 | Dostupnost informacija o ponudi | 78,7 | 78,1 | 78,2 | 80,3 | 85,1 | 70,5 | 81,3 | 88,6 |
| 9 | Kvaliteta opreme | 77,9 | 81,9 | 75,8 | 73,8 | 81,5 | 77,1 | 80,6 | 73,8 |
| 10 | Raznolikost ponuđenih usluga | 76,9 | 78,1 | 79,0 | 71,2 | 84,7 | 71,9 | 79,7 | 74,4 |
| 11 | Veličina prostora za tretmane/ zahvate (terapijskih sadržaja, bazena, vježbališta i sl.) | 75,5 | 80,6 | 77,1 | 70,4 | 80,6 | 67,0 | 75,4 | 88,6 |
| 12 | Odnos cijene i kvalitete zdravstvenih sadržaja/ usluga | 75,1 | 80,3 | 72,1 | 71,3 | 79,8 | 68,5 | 79,4 | 78,3 |
| 13 | Raznolikost opreme/ sadržaja | 74,3 | 74,0 | 79,1 | 68,7 | 78,7 | 72,8 | 80,6 | 75,0 |
| 14 | Inovativnost ponude | 69,7 | 72,4 | 72,2 | 59,8 | 72,5 | 67,1 | 78,6 | 65,7 |
| 15 | Prilagođenost ustanove osobama s posebnim potrebama | 66,8 | 65,5 | 71,7 | 54,1 | 77,6 | 63,6 | 71,2 | 64,7 |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).



Tablica P2.33.
PROSJEČNI DNEVNI IZDACI NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(€)

| Prosječni dnevni izdaci | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Ukupno | 149 | 90 | 165 | 133 | 159 | 153 | 169 | 99 |
| Smještaj | 82 | 57 | 97 | 75 | 98 | 89 | 85 | 58 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 6 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 7 | 3 |
| Hrana u restoranima i barovima | 30 | 13 | 32 | 25 | 27 | 32 | 34 | 15 |
| Usluge trgovine | 12 | 7 | 12 | 9 | 11 | 8 | 23 | 11 |
| Zdravstvene usluge | 11 | 8 | 11 | 13 | 11 | 14 | 5 | 8 |
| Kultura i zabava | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 7 | 3 |
| Sport i rekreacija | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| Izleti | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 5 | 0 |
| Ostalo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P2.34.
STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Prosječni dnevni izdaci | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|--|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| Ukupno | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | 54,9 | 62,8 | 59,1 | 56,4 | 61,8 | 57,8 | 50,4 | 59,0 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 3,9 | 2,1 | 3,0 | 3,1 | 2,4 | 3,5 | 4,0 | 2,5 |
| Hrana u restoranima i barovima | 19,9 | 14,3 | 19,7 | 19,1 | 16,8 | 20,9 | 20,3 | 15,0 |
| Usluge trgovine | 8,4 | 7,7 | 7,0 | 7,1 | 6,9 | 5,2 | 13,7 | 11,2 |
| Zdravstvene usluge | 7,1 | 8,8 | 6,4 | 9,6 | 7,2 | 8,8 | 3,1 | 7,6 |
| Kultura i zabava | 2,5 | 2,4 | 1,5 | 1,6 | 1,8 | 1,2 | 4,1 | 2,5 |
| Sport i rekreacija | 1,4 | 0,7 | 1,7 | 1,4 | 1,8 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| Izleti | 1,5 | 0,6 | 1,2 | 0,9 | 1,0 | 0,8 | 3,1 | 0,4 |
| Ostalo | 0,5 | 0,7 | 0,5 | 0,9 | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,6 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P2.35.
IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA
PREMA ZEMLJI PORIJEKLA WELLNESS GOSTIJU

(%)

| Izdaci za putovanje i boravak u Hrvatskoj | UKUPNO | HRVATSKA | NJEMAČKA | SLOVENIJA | AUSTRIJA | ITALIJA | VELIKA BRITANIJA | BOSNA I HERCEGOVINA |
|---|--------|----------|----------|-----------|----------|---------|---------------------|------------------------|
| U skladu s očekivanjima | 72,1 | 84,9 | 72,0 | 81,8 | 75,4 | 68,1 | 55,6 | 81,3 |
| Veći od očekivanih | 21,1 | 13,1 | 24,6 | 12,6 | 17,5 | 24,2 | 26,4 | 14,6 |
| Manji od očekivanih | 6,8 | 2,0 | 3,4 | 5,6 | 7,1 | 7,7 | 18,1 | 4,2 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |



Prilog 3

Obilježja turističke potražnje u lječilišnom turizmu
prema glavnim emitivnim tržištima

Tablica P3.1.
 SPOL KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Spol | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--------|--------|--------|--------|
| Muški | 43,9 | 41,6 | 48,6 |
| Ženski | 56,1 | 58,4 | 51,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.2.
 DOB KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Dob (godine) | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|-----------------------|--------|--------|--------|
| Do 25 | 3,8 | 3,9 | 3,5 |
| 26 do 35 | 7,7 | 8,4 | 6,2 |
| 36 do 45 | 11,9 | 10,9 | 13,9 |
| 46 do 55 | 16,3 | 12,4 | 24,3 |
| 56 i više | 60,4 | 64,4 | 52,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| (aritmetička sredina) | | | |
| Prosječna dob | 57,5 | 58,7 | 54,9 |

Tablica P3.3.
 STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Završena škola | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---------------------------|--------|--------|--------|
| Srednja škola ili niže | 55,1 | 67,6 | 29,3 |
| Viša škola | 16,8 | 13,9 | 22,8 |
| Fakultet i viši stupnjevi | 28,1 | 18,5 | 47,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.4.
 MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Mjesečna primanja kućanstva (u eurima) | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--|--------|--------|--------|
| Do 500 | 12,2 | 17,6 | 1,2 |
| 501 - 1.000 | 18,2 | 24,7 | 4,6 |
| 1.001 - 1.500 | 24,8 | 26,4 | 21,6 |
| 1.501 - 2.000 | 18,2 | 18,4 | 17,8 |
| 2.001 - 2.500 | 8,6 | 6,7 | 12,4 |
| 2.501 - 3.000 | 5,4 | 2,6 | 11,2 |
| 3.001 - 3.500 | 4,5 | 2,2 | 9,3 |
| 3.501 i više | 8,1 | 1,3 | 22,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.5.
 UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Prosječni godišnji broj odlazaka na putovanja motivirana zdravstvenim razlozima i/ili wellnessom | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--|--------|--------|--------|
| Niti jednom | 27,1 | 27,2 | 27,0 |
| Jedanput | 48,0 | 46,6 | 51,0 |
| 2 do 3 puta | 19,7 | 19,5 | 20,1 |
| 4 i više puta | 5,2 | 6,7 | 1,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.6.
 PRIMARNI MOTIV PUTOVANJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Primarni motiv | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Fizikalna terapija | 44,0 | 50,2 | 31,3 |
| Rehabilitacija | 27,6 | 30,3 | 22,0 |
| Relaksacija / 'punjenje baterija' | 13,5 | 11,0 | 18,5 |
| Ublažavanje kroničnih boljki (npr. alergije, nesanica, bol) | 2,9 | 3,0 | 2,7 |
| Kozmetički i/ili dermatološki tretmani | 2,8 | 0,7 | 7,0 |
| Kirurški zahvat (npr. estetska kirurgija, ortopedija) | 2,6 | 0,2 | 7,7 |
| Dijagnostika | 2,1 | 0,6 | 5,4 |
| Unapređenje fizičke kondicije | 1,4 | 1,5 | 1,2 |
| Stomatološki zahvat | 0,5 | 0,2 | 1,2 |
| Ublažavanje/ upravljanje stresom | 0,5 | 0,4 | 0,8 |
| Ljepota/ njega lica/ tijela | 0,4 | 0,2 | 0,8 |
| Pročišćavanje/ detoks organizma | 0,4 | 0,2 | 0,8 |
| Meditacija/ postizanje duhovne ravnoteže | 0,3 | . | 0,8 |
| Oftalmološki zahvat | 0,1 | 0,2 | . |
| Nešto drugo | 0,9 | 1,3 | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.7.
 VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Rang* | Čimbenici | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|-------|---|--------|--------|--------|
| 1. | Stručnost liječnika | 75,8 | 80,3 | 66,4 |
| 2. | Reputacija ustanove | 71,1 | 72,8 | 67,6 |
| 3. | Kraće liste čekanja za zahvat/ uslugu | 63,3 | 64,8 | 60,2 |
| 4. | Dostupnost mjesta | 62,9 | 66,7 | 55,2 |
| 5. | Ponuda jedinstvenih prirodnih činitelja | 61,9 | 61,2 | 63,3 |
| 6. | Povoljnija cijena usluge | 56,5 | 57,1 | 55,2 |
| 7. | Ponuda jedinstvenog zahvata/ usluge | 55,5 | 54,5 | 57,5 |
| 8. | Posjedovanje priznatog certifikata ustanove | 51,5 | 45,3 | 64,1 |
| 9. | Poznavanje stranih jezika | 19,8 | 8,6 | 42,9 |
| 10. | Nešto drugo | 50,0 | 0,0 | 100,0 |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (Uopće nije bilo važno) do 7 (Bilo je jako važno).

Tablica P3.8.
 IZVORI INFORMACIJA O LJEČILIŠNIM USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Izvori informacija o lječilišnim uslugama | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Preporuka liječnika | 47,4 | 58,6 | 24,3 |
| Prijašnji boravak | 33,9 | 42,7 | 15,8 |
| Preporuke rodbine ili prijatelja | 31,3 | 29,6 | 34,7 |
| Internet | 15,0 | 12,0 | 21,2 |
| Brošure, oglasi, plakati | 5,2 | 2,1 | 11,6 |
| Radio, televizija, film ili video | 4,2 | 4,7 | 3,1 |
| Članci u novinama ili časopisima | 3,4 | 0,7 | 8,9 |
| Preporuka specijalizirane agencije/ agenta za zdravstvena putovanja | 2,3 | 0,9 | 5,0 |
| Turistički sajmovi, izložbe | 1,4 | 0,4 | 3,5 |
| Osiguravajuće kuće | 1,3 | . | 3,9 |
| Preporuke turističke agencije ili kluba/ katalog | 0,9 | 0,4 | 1,9 |
| Nisam trebao/la nikakve informacije | 7,1 | 7,9 | 5,4 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P3.9.
 INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O LJEČILIŠNIM USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Internet kao izvor informacija o lječilišnim uslugama | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--|--------|--------|--------|
| Stranice ove zdravstvene ustanove/ wellness centra | 12,2 | 10,3 | 16,2 |
| Stranice smještajnih objekata | 4,8 | 3,7 | 7,0 |
| Društveni mediji (Facebook, TripAdvisor, Instagram, Twitter...) | 4,2 | 2,1 | 8,5 |
| Stranice hrvatskih turističkih zajednica/ ureda (nacionalne, lokalnih) | 3,2 | 1,5 | 6,6 |
| Online turističke agencije: Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 2,9 | 0,2 | 8,5 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P3.10.
 UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Broj posjeta Hrvatskoj | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|------------------------|--------|--------|--------|
| Prvi posjet | 25,5 | – | 25,5 |
| Drugi posjet | 16,9 | – | 16,9 |
| 3 do 5 posjeta | 12,9 | – | 12,9 |
| 6 i više posjeta | 44,7 | – | 44,7 |
| UKUPNO | 100,0 | – | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne goste.

Tablica P3.11.
 UČESTALOST DOLASKA U MJESTO
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Broj posjeta mjestu | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---------------------|--------|--------|--------|
| Prvi posjet | 27,6 | 17,7 | 48,2 |
| Drugi posjet | 14,1 | 13,0 | 16,5 |
| 3 do 5 posjeta | 23,3 | 28,2 | 12,9 |
| 6 i više posjeta | 35,0 | 41,1 | 22,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.12.
 UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U HRVATSKOJ
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Učestalost korištenja lječilišnih/ medicinskih usluga u Hrvatskoj | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Jedanput | 22,6 | 11,1 | 46,7 |
| Dvaput | 10,6 | 7,5 | 16,9 |
| 3 do 5 puta | 20,4 | 20,3 | 20,4 |
| 6 i više puta | 46,4 | 61,0 | 16,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.13.
 UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U USTANOVU PROVOĐENJA ANKETIRANJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Učestalost korištenja lječilišnih/ medicinskih usluga u ustanovi provođenja anketiranja | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Jedanput | 41,1 | 29,8 | 64,7 |
| Dvaput | 18,6 | 18,5 | 18,8 |
| 3 do 5 puta | 21,1 | 26,7 | 9,4 |
| 6 i više puta | 19,2 | 25,0 | 7,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.14.
 PRIJEVOZNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Prijevozno sredstvo | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--------------------------------|--------|--------|--------|
| Automobil | 70,6 | 73,6 | 64,5 |
| Autobus/ mini-bus | 16,8 | 17,4 | 15,4 |
| Zrakoplov | 5,0 | 0,2 | 15,1 |
| Brod/ trajekt | 2,0 | 2,8 | 0,4 |
| Vlak | 1,3 | 0,7 | 2,3 |
| Motocikl | 1,0 | 0,4 | 2,3 |
| Neko drugo prijevozno sredstvo | 3,3 | 4,9 | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.15.
 KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU U HRVATSKU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Niskotarifni prijevoznik | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--------------------------|--------|--------|--------|
| Korišten | 21,6 | . | 22,2 |
| Nije korišten | 78,4 | 100,0 | 77,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne turiste koji su u dolasku u Hrvatsku koristili zrakoplov - redoviti let.

Tablica P3.16.
 NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Rezervacija smještaja | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 68,5 | 85,7 | 38,0 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Airbnb, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 11,2 | 1,8 | 27,8 |
| Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom) | 7,5 | 5,2 | 11,6 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 5,7 | 1,6 | 13,0 |
| Posredstvom ustanove/ poliklinike čije medicinske/ lječilišne usluge koristim | 5,7 | 3,9 | 8,8 |
| Na neki drugi način | 1,0 | 1,6 | . |
| Nisam rezervirao/la smještaj unaprijed | 0,5 | 0,3 | 0,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su noćili u komercijalnom smještaju.

Tablica P3.17.
 KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Korištenje paket aranžmana | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|----------------------------|--------|--------|--------|
| Da | 12,4 | 13,8 | 10,4 |
| Ne | 87,6 | 86,2 | 89,6 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.18.
 USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Usluge uključene u paket aranžman | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--|--------|--------|--------|
| Smještaj | 91,4 | 90,7 | 92,6 |
| Lječilišne/ medicinske usluge | 88,9 | 94,4 | 77,8 |
| Hrana | 86,4 | 88,9 | 81,5 |
| Lokalni prijevoz (u Hrvatskoj) | 19,8 | 16,7 | 25,9 |
| Međunarodni prijevoz | 16,0 | - | 48,1 |
| Izleti | 12,3 | 7,4 | 22,2 |
| Ulaznice za koncerte, priredbe, muzeje i sl. | 1,2 | . | 3,7 |
| Najam automobila, bicikla, opreme i sl. | 1,2 | . | 3,7 |
| Nešto drugo | 3,7 | 5,6 | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P3.19.
 PRATNJA NA PUTOVANJU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Pratnja na putovanju | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Sam(a) | 51,2 | 65,0 | 22,8 |
| S partnerom | 27,2 | 16,1 | 50,2 |
| S ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali) | 15,4 | 12,5 | 21,2 |
| S prijateljima/ poznanicima | 6,2 | 6,4 | 5,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.20.
 VRSTA POSJETITELJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Vrsta posjetitelja | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|-------------------------|--------|--------|--------|
| Jednodnevni posjetitelj | 12,2 | 16,1 | 4,2 |
| Turist | 87,8 | 83,9 | 95,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.21.
 VRSTA SMJEŠTAJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Vrsta smještaja | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| Hotel | 61,5 | 61,8 | 60,9 |
| Iznajmljena soba, apartman ili kuća | 27,7 | 28,6 | 26,2 |
| Kod rodbine ili prijatelja | 7,5 | 7,8 | 6,9 |
| Vlastiti stan/ kuća | 3,3 | 1,8 | 6,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P3.22.
 VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Hotelski smještaj | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---------------------|--------|--------|--------|
| U sklopu lječilišta | 92,1 | 98,9 | 79,5 |
| Izvan lječilišta | 7,9 | 1,1 | 20,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P3.23.
 DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Broj noćenja u Hrvatskoj | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|--------------------------|--------|--------|--------|
| 1,00 | 0,6 | 0,9 | . |
| 2 do 3 | 6,0 | 6,3 | 5,6 |
| 4 do 7 | 19,3 | 7,1 | 41,1 |
| 8 do 10 | 26,1 | 31,0 | 17,3 |
| 11 do 14 | 19,8 | 25,9 | 8,9 |
| 15 do 21 | 19,8 | 24,3 | 11,7 |
| 22 do 28 | 3,7 | 2,7 | 5,6 |
| 29 i više | 4,6 | 1,8 | 9,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| (aritmetička sredina) | | | |
| Prosječan broj noćenja | 12,8 | 13,0 | 12,5 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P3.24.
 DULJINA BORAVKA U MJESTU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Broj noćenja u mjestu | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|------------------------|--------|--------|--------|
| 1,00 | 0,6 | 0,9 | . |
| 2 do 3 | 6,5 | 6,5 | 6,5 |
| 4 do 7 | 20,3 | 7,1 | 44,0 |
| 8 do 10 | 27,0 | 31,9 | 18,1 |
| 11 do 14 | 20,7 | 26,8 | 9,7 |
| 15 do 21 | 18,8 | 22,8 | 11,7 |
| 22 do 28 | 2,7 | 2,2 | 3,6 |
| 29 i više | 3,4 | 1,8 | 6,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| (aritmetička sredina) | | | |
| Prosječan broj noćenja | 12,3 | 12,9 | 11,4 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P3.25.
 AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Rang | Aktivnosti | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|------|---|--------|--------|--------|
| 1. | Plivanje/ kupanje u moru/ bazenu (izvan wellness/ spa usluga) | 44,0 | 38,2 | 56,0 |
| 2. | Razgledavanje prirodnih znamenitosti | 35,7 | 33,7 | 39,8 |
| 3. | Pješačenje ('trekking', nordijsko hodanje i sl.), jogging/ trčanje | 34,6 | 35,8 | 32,0 |
| 4. | Odlazak u restorane | 26,4 | 20,0 | 39,4 |
| 5. | Razgledavanje kulturnih znamenitosti | 21,1 | 17,0 | 29,3 |
| 6. | Odlazak u kupnju (osim svakodnevnih potrepština) | 15,9 | 11,4 | 25,1 |
| 7. | Obilazak tematskih cesta i/ili OPG-ova | 8,2 | 5,6 | 13,5 |
| 8. | Posjet kulturnim manifestacijama/ koncertima | 7,3 | 4,3 | 13,5 |
| 9. | Vožnja biciklom označenim biciklističkim stazama | 6,3 | 4,1 | 10,8 |
| 10. | Sportske i rekreacijske aktivnosti (osim pješačenja/ trčanja/ vožnje biciklom) | 6,3 | 3,7 | 11,6 |
| 11. | Posjet muzejima/ izložbama | 4,9 | 3,7 | 7,3 |
| 12. | Ništa od navedenog - nisam imao/la interesa | 11,7 | 15,9 | 3,1 |
| 13. | Ništa od navedenog - nisam imao/la vremena | 6,2 | 7,3 | 3,9 |
| 14. | Nešto drugo | 6,4 | 9,6 | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P3.26.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

| Rang* | Elementi ponude | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|-------|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| 1. | Ljepota prirode i krajolika | 91,5 | 96,9 | 80,5 |
| 2. | Osobna sigurnost | 89,6 | 96,4 | 75,8 |
| 3. | Ukupni boravak | 84,7 | 89,7 | 74,5 |
| 4. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 83,6 | 89,4 | 73,3 |
| 5. | Prometna dostupnost destinacije | 82,0 | 88,1 | 70,2 |
| 6. | Atmosfera, ugođaj | 81,3 | 85,0 | 74,0 |
| 7. | 'Vrijednost za novac' | 75,8 | 79,0 | 70,5 |
| 8. | Kvaliteta smještajne ponude | 75,3 | 80,9 | 67,8 |
| 9. | Kvaliteta informacija u destinaciji | 74,4 | 77,4 | 70,0 |
| 10. | Mogućnosti za sport i rekreaciju | 70,5 | 73,6 | 66,1 |
| 11. | Kvaliteta ugostiteljske ponude | 65,8 | 64,7 | 67,5 |
| 12. | Kvaliteta ponude kulture | 62,3 | 57,9 | 67,4 |
| 13. | Mogućnost za kupnju | 57,9 | 53,1 | 65,7 |
| 14. | Kvaliteta lokalnog prijevoza | 54,3 | 50,9 | 58,0 |

Vrlo visok
 Visok
 Srednji
 Nizak
 Vrlo nizak
 Stupanj zadovoljstva:

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Tablica P3.27.
 KORIŠTENJE TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

| Tematski/ specijalistički zdravstveni paketi usluga | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| Korišteni | 13,4 | 8,8 | 22,8 |
| Nisu korišteni | 86,6 | 91,2 | 77,2 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.28.
 RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

| Razlog | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| Nisam bio/la zainteresiran/a | 82,0 | 82,8 | 80,0 |
| Nisam znao/la da je u ponudi | 14,0 | 13,3 | 15,5 |
| Nije bilo u ponudi | 3,9 | 3,7 | 4,5 |
| Nešto drugo | 0,1 | 0,2 | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P3.29.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA

| Rang* | Elementi | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|-------|--|--------|--------|--------|
| 1. | Stručnost osoblja | 83,7 | 87,9 | 75,3 |
| 2. | Pridržavanje termina narudžbi | 82,1 | 85,7 | 75,4 |
| 3. | Ljubaznost osoblja | 81,8 | 84,2 | 76,8 |
| 4. | Kvaliteta pojedinačnih tretmana/ procedura | 81,2 | 85,2 | 74,3 |
| 5. | Ukupna ponuda ustanove | 79,7 | 83,0 | 73,0 |
| 6. | Potpunost informacija o tretmanima/ procedura | 79,5 | 82,2 | 74,9 |
| 7. | Atmosfera/ ugođaj | 78,3 | 80,1 | 74,5 |
| 8. | Čistoća prostora | 77,8 | 80,3 | 72,6 |
| 9. | Odnos cijene i kvalitete zdravstvenih sadržaja/ usluga | 77,4 | 80,0 | 72,8 |
| 10. | Prilagođenost ustanove osobama s posebnim potrebama | 77,0 | 82,1 | 68,3 |
| 11. | Dostupnost informacija o ponudi | 74,6 | 76,3 | 71,3 |
| 12. | Organizacija prijevoza i/ili boravka | 74,3 | 78,2 | 67,9 |
| 13. | Kvaliteta opreme | 73,5 | 76,2 | 68,6 |
| 14. | Veličina prostora za tretmane/ zahvate (terapijskih sadržaja, bazena, vježbališta i sl.) | 69,7 | 70,1 | 68,9 |
| 15. | Raznolikost ponuđenih usluga | 69,2 | 69,6 | 68,5 |
| 16. | Inovativnost ponude | 58,1 | 57,4 | 59,3 |

Vrlo visok
 Visok
 Srednji
 Nizak
 Vrlo nizak
 Stupanj zadovoljstva:

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Tablica P3.30.
 NAMJERA PREPORUKE PRIJATELJIMA/ POZNANICIMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Namjera preporuke | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|----------------------|--------|--------|--------|
| Zdravstvene ustanove | 94,9 | 96,0 | 92,7 |
| Destinacije | 92,2 | 94,3 | 87,9 |

Napomena: Zbroj postotaka za ocjene 4 i 5 na skali od 1 (sigurno ne bih) do 5 (sigurno bih).

Tablica P3.31.
 PROSJEČNI DNEVNI IZDACI NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (€)

| Prosječni dnevni izdaci | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| UKUPNO | 63 | 41 | 108 |
| Smještaj | 34 | 30 | 43 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 1 | 0 | 3 |
| Hrana u restoranima i barovima | 6 | 3 | 13 |
| Usluge trgovine | 4 | 3 | 8 |
| Zdravstvene usluge | 16 | 5 | 37 |
| Kultura i zabava | 0 | 0 | 1 |
| Sport i rekreacija | 0 | 0 | 1 |
| Izleti | 0 | 0 | 1 |
| Ostalo | 0 | 0 | 1 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P3.32.
 STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA NA VIŠEDNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Prosječni dnevni izdaci | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | 54,1 | 72,1 | 39,8 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 1,8 | 1,1 | 2,4 |
| Hrana u restoranima i barovima | 9,5 | 6,4 | 12,0 |
| Usluge trgovine | 7,0 | 6,1 | 7,8 |
| Zdravstvene usluge | 25,1 | 13,0 | 34,7 |
| Kultura i zabava | 0,5 | 0,2 | 0,8 |
| Sport i rekreacija | 0,6 | 0,3 | 0,9 |
| Izleti | 0,4 | 0,1 | 0,7 |
| Ostalo | 0,8 | 0,6 | 0,9 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P3.33.
 PROSJEČNI IZDACI NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU U EURIMA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (€)

| Prosječni izdaci | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| UKUPNO | 82 | 77 | – |
| Smještaj | – | – | – |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 2 | 2 | – |
| Hrana u restoranima i barovima | 11 | 8 | – |
| Usluge trgovine | 2 | 2 | – |
| Zdravstvene usluge | 63 | 63 | – |
| Kultura i zabava | 0 | 0 | – |
| Sport i rekreacija | 2 | 2 | – |
| Izleti | 0 | 0 | – |
| Ostalo | 1 | 1 | – |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Napomena: Nedovoljna količina uzorka za inozemne jednodnevne posjetitelje.

Tablica P3.34.
 STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA NA JEDNODNEVNOM PUTOVANJU
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Prosječni izdaci | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | – |
| Smještaj | – | – | – |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 2,2 | 2,2 | – |
| Hrana u restoranima i barovima | 13,9 | 9,8 | – |
| Usluge trgovine | 2,9 | 2,2 | – |
| Zdravstvene usluge | 77,2 | 82,0 | – |
| Kultura i zabava | 0,0 | 0,0 | – |
| Sport i rekreacija | 2,4 | 2,6 | – |
| Izleti | 0,4 | 0,1 | – |
| Ostalo | 1,0 | 1,1 | – |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Napomena: Nedovoljna količina uzorka za inozemne jednodnevne posjetitelje.

Tablica P3.35.
 IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA
 PREMA ZEMLJI PORIJEKLA KORISNIKA LJEČILIŠNIH USLUGA (%)

| Izdaci za putovanje i boravak u Hrvatskoj | UKUPNO | DOMAĆI | STRANI |
|---|--------|--------|--------|
| U skladu s očekivanjima | 78,7 | 83,0 | 69,9 |
| Veći od očekivanih | 13,2 | 10,1 | 19,7 |
| Manji od očekivanih | 8,1 | 6,9 | 10,4 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |



Prilog 4

Obilježja turističke potražnje u medicinskom turizmu
prema vrsti medicinskog tretmana

Tablica P4.1.
 SPOL KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Spol | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--------|--------|----------------------|-----------------|
| Muški | 50,0 | 52,2 | 47,3 |
| Ženski | 50,0 | 47,8 | 52,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.2.
 DOB KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Dob (godine) | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|-----------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Do 25 | 8,4 | 4,7 | 13,0 |
| 26 do 35 | 17,1 | 14,2 | 20,7 |
| 36 do 45 | 16,3 | 16,4 | 16,3 |
| 46 do 55 | 24,3 | 28,4 | 19,0 |
| 56 i više | 33,9 | 36,2 | 31,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| (aritmetička sredina) | | | |
| Prosječna dob | 48,2 | 49,9 | 46,1 |

Tablica P4.3.
 STUPANJ OBRAZOVANJA KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Završena škola | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Srednja škola ili niže | 38,5 | 42,7 | 33,2 |
| Viša škola | 35,8 | 44,4 | 25,0 |
| Fakultet i viši stupnjevi | 25,7 | 12,9 | 41,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.4.
 MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Mjesečna primanja kućanstva (u eurima) | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--|--------|----------------------|-----------------|
| Do 500 | 2,2 | 1,3 | 3,3 |
| 501 - 1.000 | 9,4 | 6,5 | 13,0 |
| 1.001 - 1.500 | 18,5 | 16,4 | 21,2 |
| 1.501 - 2.000 | 23,6 | 25,0 | 21,7 |
| 2.001 - 2.500 | 21,2 | 24,1 | 17,4 |
| 2.501 - 3.000 | 8,9 | 11,2 | 6,0 |
| 3.001 - 3.500 | 3,8 | 4,7 | 2,7 |
| 3.501 i više | 12,5 | 10,8 | 14,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.5.
 UČESTALOST ODLASKA NA PUTOVANJA MOTIVIRANA ZDRAVSTVENIM RAZLOZIMA I/ILI WELLNESSOM
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Prosječni godišnji broj odlazaka na putovanja motivirana zdravstvenim razlozima i/ili wellnessom | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--|--------|----------------------|-----------------|
| Niti jednom | 36,5 | 20,3 | 57,1 |
| Jedanput | 29,8 | 31,5 | 27,7 |
| 2 do 3 puta | 20,4 | 27,2 | 12,0 |
| 4 i više puta | 13,2 | 21,1 | 3,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.6.
 PRIMARNI MOTIV PUTOVANJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Primarni motiv | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------------|----------------------|-----------------|
| Stomatološki zahvat | 55,8 | 100,0 | . |
| Kirurški zahvat (npr. estetska kirurgija, ortopedija) | 16,8 | . | 38,0 |
| Dijagnostika | 14,2 | . | 32,1 |
| Relaksacija / 'punjenje baterija' | 2,2 | . | 4,9 |
| Fizikalna terapija | 0,7 | . | 1,6 |
| Oftalmološki zahvat | 0,5 | . | 1,1 |
| Rehabilitacija | 0,2 | . | 0,5 |
| Kozmetički i/ili dermatološki tretmani | 0,2 | . | 0,5 |
| Meditacija/ postizanje duhovne ravnoteže | 0,2 | . | 0,5 |
| Nešto drugo | 9,1 | . | 20,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.7.
 VAŽNOST ČIMBENIKA U ODABIRU ZDRAVSTVENE USTANOVE
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Rang* | Čimbenici | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|-------|---|--------|----------------------|-----------------|
| 1. | Stručnost liječnika | 94,5 | 93,1 | 96,2 |
| 2. | Reputacija ustanove | 92,1 | 89,2 | 95,7 |
| 3. | Ponuda jedinstvenog zahvata/ usluge | 74,5 | 84,9 | 61,4 |
| 4. | Posjedovanje priznatog certifikata ustanove | 69,7 | 59,5 | 82,6 |
| 5. | Kraće liste čekanja za zahvat/ uslugu | 65,6 | 62,1 | 70,1 |
| 6. | Povoljnija cijena usluge | 64,9 | 89,2 | 34,2 |
| 7. | Dostupnost mjesta | 61,8 | 65,1 | 57,6 |
| 8. | Poznavanje stranih jezika | 41,3 | 57,8 | 20,7 |
| 9. | Ponuda jedinstvenih prirodnih činitelja | 24,3 | 27,2 | 20,7 |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (Uopće nije bilo važno) do 7 (Bilo je jako važno).

Tablica P4.8.
 IZVORI INFORMACIJA O MEDICINSKIM USLUGAMA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Izvori informacija o medicinskim uslugama | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Preporuke rodbine ili prijatelja | 62,5 | 78,4 | 42,4 |
| Internet | 29,6 | 20,7 | 40,8 |
| Preporuka liječnika | 15,1 | 2,2 | 31,5 |
| Prijašnji boravak | 9,9 | 1,7 | 20,1 |
| Turistički sajmovi, izložbe | 3,8 | 6,9 | . |
| Brošure, oglasi, plakati | 2,4 | 2,6 | 2,2 |
| Članci u novinama ili časopisima | 2,4 | 2,2 | 2,7 |
| Radio, televizija, film ili video | 2,4 | 3,4 | 1,1 |
| Preporuke turističke agencije ili kluba/ katalog | 0,7 | 0,4 | 1,1 |
| Preporuka specijalizirane agencije/ agenta za zdravstvena putovanja | 0,5 | 0,9 | . |
| Osiguravajuće kuće | 0,2 | 0,4 | . |
| Nisam trebao/la nikakve informacije | 3,6 | 1,3 | 6,5 |

Tablica P4.9.
 INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA O MEDICINSKIM USLUGAMA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Internet kao izvor informacija o medicinskim uslugama | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--|--------|----------------------|-----------------|
| Stranice ove zdravstvene ustanove/ wellness centra | 24,5 | 13,8 | 38,0 |
| Društveni mediji (Facebook, TripAdvisor, Instagram, Twitter...) | 9,1 | 9,1 | 9,2 |
| Stranice smještajnih objekata | 4,3 | 6,5 | 1,6 |
| Stranice hrvatskih turističkih zajednica/ ureda (nacionalne, lokalnih) | 3,1 | 4,3 | 1,6 |
| Online turističke agencije: Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 2,2 | 3,0 | 1,1 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P4.10.
 UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Broj posjeta Hrvatskoj | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Prvi posjet | 9,6 | 12,7 | 2,6 |
| Drugi posjet | 11,6 | 14,5 | 5,3 |
| 3 do 5 posjeta | 24,9 | 29,5 | 14,5 |
| 6 i više posjeta | 53,8 | 43,4 | 77,6 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne goste.

Tablica P4.11.
 UČESTALOST DOLASKA U MJESTO
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Broj posjeta mjestu | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Prvi posjet | 25,7 | 20,7 | 30,6 |
| Drugi posjet | 12,7 | 17,9 | 7,7 |
| 3 do 5 posjeta | 23,5 | 26,3 | 20,8 |
| 6 i više posjeta | 38,1 | 35,2 | 41,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.12.
 UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U HRVATSKOJ
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Učestalost korištenja lječilišnih/ medicinskih usluga u Hrvatskoj | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Jedanput | 29,6 | 29,6 | 29,5 |
| Dvaput | 15,5 | 18,4 | 12,6 |
| 3 do 5 puta | 26,0 | 25,1 | 26,8 |
| 6 i više puta | 29,0 | 26,8 | 31,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.13.
 UČESTALOST KORIŠTENJA LJEČILIŠNIH/ MEDICINSKIH USLUGA U USTANOVU PROVOĐENJA ANKETIRANJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Učestalost korištenja lječilišnih/ medicinskih usluga u ustanovi provođenja anketiranja | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Jedanput | 46,1 | 32,4 | 59,6 |
| Dvaput | 17,7 | 19,0 | 16,4 |
| 3 do 5 puta | 22,4 | 24,0 | 20,8 |
| 6 i više puta | 13,8 | 24,6 | 3,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.14.
 PRIJEVNO SREDSTVO ZA DOLAZAK U DESTINACIJU
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Prijevozno sredstvo | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--------------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Automobil | 47,8 | 34,9 | 64,1 |
| Autobus/ mini-bus | 44,7 | 62,5 | 22,3 |
| Vlak | 4,8 | . | 10,9 |
| Zrakoplov | 1,7 | 1,7 | 1,6 |
| Neko drugo prijevozno sredstvo | 1,0 | 0,9 | 1,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.15.
 KORIŠTENJE NISKOTARIFNIH ZRAČNIH PRIJEVOZNIKA U DOLASKU U HRVATSKU
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Niskotarifni prijevoznik | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Korišten | 42,9 | 75,0 | . |
| Nije korišten | 57,1 | 25,0 | 100,0 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Odnosi se samo na inozemne turiste koji su u dolasku u Hrvatsku koristili zrakoplov - redoviti let.

Tablica P4.16.
 NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Rezervacija smještaja | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom | 34,0 | 54,1 | 12,9 |
| Posredstvom ustanove/ poliklinike čije medicinske/ lječilišne usluge koristim | 33,3 | 12,2 | 55,7 |
| Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom) | 13,2 | 20,3 | 5,7 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Airbnb, Expedia, Holidaycheck.de i sl. | 11,8 | 6,8 | 17,1 |
| Posredstvom turističke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/ telefaksom, e-mailom | 4,2 | 5,4 | 2,9 |
| Nisam rezervirao/la smještaj unaprijed | 3,5 | 1,4 | 5,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su noćili u komercijalnom smještaju.

Tablica P4.17.
 KORIŠTENJE PAKET ARANŽMANA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Korištenje paket aranžmana | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|----------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Da | 7,0 | 4,3 | 10,3 |
| Ne | 93,0 | 95,7 | 89,7 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.18.
 USLUGE UKLJUČENE U PAKET ARANŽMAN
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Usluge uključene u paket aranžman | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|-----------------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Lječilišne/ medicinske usluge | 82,8 | 50,0 | 100,0 |
| Smještaj | 79,3 | 40,0 | 100,0 |
| Hrana | 65,5 | . | 100,0 |
| Međunarodni prijevoz | 13,8 | 40,0 | . |
| Lokalni prijevoz (u Hrvatskoj) | 13,8 | 40,0 | . |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P4.19.
 PRATNJA NA PUTOVANJU
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Pratnja na putovanju | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Sam(a) | 39,9 | 40,9 | 38,6 |
| S partnerom | 25,7 | 28,4 | 22,3 |
| S ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali) | 29,1 | 24,1 | 35,3 |
| S prijateljima/ poznanicima | 5,3 | 6,5 | 3,8 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.20.
 VRSTA POSJETITELJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Vrsta posjetitelja | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|-------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Jednodnevni posjetitelj | 60,6 | 66,8 | 52,7 |
| Turist | 39,4 | 33,2 | 47,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.21.
 VRSTA SMJEŠTAJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Vrsta smještaja | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|-------------------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Hotel | 45,7 | 44,2 | 47,1 |
| Iznajmljena soba, apartman ili kuća | 41,5 | 54,5 | 29,9 |
| Kod rodbine ili prijatelja | 6,7 | . | 12,6 |
| Vlastiti stan/ kuća | 3,7 | 1,3 | 5,7 |
| Negdje drugdje | 2,4 | . | 4,6 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.22.
 VRSTA HOTELSKOG SMJEŠTAJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Hotelski smještaj | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|------------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| U sklopu medicinske ustanove | 58,7 | 14,7 | 95,1 |
| Izvan medicinske ustanove | 41,3 | 85,3 | 4,9 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P4.23.
 DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Broj noćenja u Hrvatskoj | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|--------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| 1 | 8,5 | 13,0 | 4,6 |
| 2 do 3 | 45,7 | 48,1 | 43,7 |
| 4 do 7 | 31,1 | 35,1 | 27,6 |
| 8 do 10 | 2,4 | 1,3 | 3,4 |
| 11 do 14 | 7,3 | . | 13,8 |
| 15 do 21 | 3,7 | 2,6 | 4,6 |
| 22 do 28 | . | . | . |
| 29 i više | 1,2 | . | 2,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(aritmetička sredina)

| | | | |
|------------------------|-----|-----|-----|
| Prosječan broj noćenja | 5,0 | 3,8 | 6,1 |
|------------------------|-----|-----|-----|

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P4.24.
DULJINA BORAVKA U MJESTU
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Broj noćenja u mjestu | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|-----------------------|--------|----------------------|-----------------|
| 1 | 8,5 | 13,0 | 4,6 |
| 2 do 3 | 54,3 | 55,8 | 52,9 |
| 4 do 7 | 29,3 | 27,3 | 31,0 |
| 8 do 10 | 2,4 | 1,3 | 3,4 |
| 11 do 14 | 1,8 | . | 3,4 |
| 15 do 21 | 2,4 | 2,6 | 2,3 |
| 22 do 28 | . | . | . |
| 29 i više | 1,2 | . | 2,3 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(aritmetička sredina)

| | | | |
|------------------------|-----|-----|-----|
| Prosječan broj noćenja | 4,2 | 3,6 | 4,7 |
|------------------------|-----|-----|-----|

Napomena: Samo za goste koji su bili na višednevnom putovanju.

Tablica P4.25.
AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U DESTINACIJI
PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Rang | Aktivnosti | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|------|--|--------|----------------------|-----------------|
| 1. | Odlazak u restorane | 30,0 | 38,8 | 19,0 |
| 2. | Odlazak u kupnju (osim svakodnevnih potrepština) | 28,8 | 27,2 | 31,0 |
| 3. | Razgledavanje kulturnih znamenitosti | 17,8 | 22,0 | 12,5 |
| 4. | Razgledavanje prirodnih znamenitosti | 15,9 | 19,4 | 11,4 |
| 5. | Pješaćenje ('trekking', nordijsko hodanje i sl.), jogging/ trčanje | 10,3 | 13,8 | 6,0 |
| 6. | Posjet muzejima/ izložbama | 10,1 | 11,2 | 8,7 |
| 7. | Plivanje/ kupanje u moru/ bazenu (izvan wellness/ spa usluga) | 8,4 | 5,6 | 12,0 |
| 8. | Posjet kulturnim manifestacijama/koncertima | 7,9 | 4,3 | 12,5 |
| 9. | Obilazak tematskih cesta i/ili OPG-ova | 4,3 | 5,2 | 3,3 |
| 10. | Vožnja biciklom označenim biciklističkim stazama | 1,4 | 2,6 | . |
| 11. | Sportske i rekreacijske aktivnosti (osim pješaćenja/ trčanja/ vožnje biciklom) | 0,7 | 0,9 | 0,5 |
| 12. | Ništa od navedenog - nisam imao/la vremena | 34,1 | 32,3 | 36,4 |
| 13. | Ništa od navedenog - nisam imao/la interesa | 9,1 | 2,6 | 17,4 |
| 14. | Nešto drugo | 1,4 | . | 3,3 |

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Tablica P4.26.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

| Rang* | Elementi ponude | Stupanj zadovoljstva (%) | | |
|-------|--------------------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------|
| | | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
| 1. | Ukupni boravak | 95,4 | 95,1 | 95,8 |
| 2. | Osobna sigurnost | 94,5 | 91,8 | 97,9 |
| 3. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 93,0 | 93,9 | 91,9 |
| 4. | Kvaliteta ponude kulture | 92,8 | 91,8 | 94,1 |
| 5. | Atmosfera, ugođaj | 92,6 | 90,1 | 96,3 |
| 6. | Prometna dostupnost destinacije | 92,4 | 90,0 | 95,9 |
| 7. | Ljepota prirode i krajolika | 92,3 | 93,4 | 90,6 |
| 8. | Kvaliteta smještajne ponude | 90,9 | 91,2 | 90,0 |
| 9. | Kvaliteta ugostiteljske ponude | 89,0 | 89,1 | 88,8 |
| 10. | Kvaliteta informacija u destinaciji | 88,9 | 86,7 | 91,9 |
| 11. | Mogućnosti za sport i rekreaciju | 88,6 | 90,1 | 85,4 |
| 12. | 'Vrijednost za novac' | 87,7 | 87,5 | 88,1 |
| 13. | Mogućnost za kupnju | 86,3 | 84,1 | 89,4 |
| 14. | Kvaliteta lokalnog prijevoza | 84,7 | 84,5 | 84,9 |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).



Tablica P4.27.
 KORIŠTENJE TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

| Tematski/ specijalistički zdravstveni paketi usluga | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Korišteni | 6,3 | 10,8 | 0,5 |
| Nisu korišteni | 93,8 | 89,2 | 99,5 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.28.
 RAZLOG NEKORIŠTENJA TEMATSKIH/ SPECIJALISTIČKIH ZDRAVSTVENIH PAKETA USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

| Razlog | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|------------------------------|--------|----------------------|-----------------|
| Nije bilo u ponudi | 16,7 | 4,3 | 30,6 |
| Nisam znao/la da je u ponudi | 37,4 | 54,1 | 18,6 |
| Nisam bio/la zainteresiran/a | 45,6 | 41,1 | 50,8 |
| Nešto drugo | 0,3 | 0,5 | . |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Tablica P4.29.
 STUPANJ ZADOVOLJSTVA ZDRAVSTVENIM SADRŽAJIMA I USLUGAMA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

| | | | | | (%) |
|-------|--|--------|----------------------|-----------------|-----------------------|
| Rang* | Elementi | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI | |
| 1. | Ljubaznost osoblja | 99,5 | 99,1 | 100,0 | Vrlo visok |
| 2. | Čistoća prostora | 99,3 | 99,1 | 99,5 | |
| 3. | Kvaliteta opreme | 99,0 | 98,2 | 100,0 | Visok |
| 4. | Kvaliteta pojedinačnih tretmana/ procedura | 98,8 | 97,7 | 100,0 | |
| 5. | Stručnost osoblja | 98,5 | 97,4 | 100,0 | Srednji |
| 6. | Ukupna ponuda ustanove | 98,3 | 97,8 | 98,9 | |
| 7. | Raznolikost ponuđenih usluga | 97,6 | 96,3 | 99,3 | Nizak |
| 8. | Inovativnost ponude | 96,9 | 94,9 | 99,4 | |
| 9. | Odnos cijene i kvalitete zdravstvenih sadržaja/ usluga | 96,8 | 97,7 | 95,5 | Vrlo nizak |
| 10. | Dostupnost informacija o ponudi | 96,6 | 93,5 | 100,0 | |
| 11. | Atmosfera/ ugođaj | 96,4 | 94,4 | 98,9 | Stupanj zadovoljstva: |
| 12. | Organizacija prijevoza i/ili boravka | 96,3 | 94,8 | 98,5 | |
| 13. | Potpunost informacija o tretmanima/ procedurama | 95,9 | 93,5 | 98,9 | |
| 14. | Prilagođenost ustanove osobama s posebnim potrebama | 95,3 | 94,8 | 95,7 | |
| 15. | Veličina prostora za tretmane/ zahvate (terapijskih sadržaja, bazena, vježbališta i sl.) | 94,7 | 91,5 | 98,8 | |
| 16. | Pridržavanje termina narudžbi | 82,4 | 70,4 | 97,3 | |

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Tablica P4.30.
 NAMJERA PREPORUKE PRIJATELJIMA/ POZNANICIMA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA

| | | | | (%) |
|----------------------|--------|----------------------|-----------------|-----|
| Namjera preporuke | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI | |
| Zdravstvene ustanove | 99,0 | 99,6 | 98,4 | |
| Destinacije | 96,7 | 97,7 | 95,4 | |

Napomena: Zbroj postotaka za ocjene 4 i 5 na skali od 1 (sigurno ne bih) do 5 (sigurno bih).

Tablica P4.31.
 PROSJEČNI DNEVNI IZDACI VIŠEDNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA U EURIMA

| | | | | (€) |
|---|--------|----------------------|-----------------|-----|
| Prosječni dnevni izdaci | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI | |
| Ukupno | 292 | 328 | 272 | |
| Smještaj | 31 | 41 | 26 | |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 3 | 5 | 2 | |
| Hrana u restoranima i barovima | 16 | 28 | 10 | |
| Usluge trgovine | 16 | 28 | 8 | |
| Zdravstvene usluge | 221 | 215 | 225 | |
| Kultura i zabava | 3 | 7 | 1 | |
| Sport i rekreacija | 1 | 1 | 0 | |
| Izleti | 0 | 1 | 0 | |
| Ostalo | 0 | 0 | 1 | |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P4.32.
 STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA VIŠEDNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Prosječni dnevni izdaci | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Ukupno | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | 10,7 | 12,6 | 9,5 |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 1,0 | 1,6 | 0,6 |
| Hrana u restoranima i barovima | 5,5 | 8,6 | 3,5 |
| Usluge trgovine | 5,3 | 8,7 | 3,1 |
| Zdravstvene usluge | 75,8 | 65,6 | 82,6 |
| Kultura i zabava | 1,2 | 2,2 | 0,4 |
| Sport i rekreacija | 0,2 | 0,4 | 0,0 |
| Izleti | 0,1 | 0,2 | 0,1 |
| Ostalo | 0,2 | 0,1 | 0,2 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P4.33.
 PROSJEČNI IZDACI JEDNODNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA U EURIMA (€)

| Prosječni izdaci | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Ukupno | 450 | 627 | 183 |
| Smještaj | – | – | – |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 2 | 2 | 2 |
| Hrana u restoranima i barovima | 12 | 17 | 6 |
| Usluge trgovine | 13 | 11 | 15 |
| Zdravstvene usluge | 423 | 596 | 161 |
| Kultura i zabava | 0 | 0 | 0 |
| Sport i rekreacija | 0 | 0 | 0 |
| Izleti | 0 | 0 | 0 |
| Ostalo | 0 | 0 | 0 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P4.34.
 STRUKTURA PROSJEČNIH IZDATAKA JEDNODNEVNIH POSJETITELJA-KORISNIKA MEDICINSKIH USLUGA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Prosječni izdaci | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|----------------------|-----------------|
| Ukupno | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| Smještaj | – | – | – |
| Prijevoz (gorivo, cestarine, karte za bus, rent-a-car, taxi i sl.)* | 0,5 | 0,3 | 1,1 |
| Hrana u restoranima i barovima | 2,8 | 2,7 | 3,2 |
| Usluge trgovine | 2,8 | 1,8 | 7,9 |
| Zdravstvene usluge | 93,9 | 95,2 | 87,7 |
| Kultura i zabava | 0,0 | 0,0 | 0,1 |
| Sport i rekreacija | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Izleti | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Ostalo | 0,0 | 0,0 | 0,0 |

* Bez izdataka za prijevoz u dolasku do destinacije i povratku.

Tablica P4.35.
 IZDACI ZA PUTOVANJE I BORAVAK U HRVATSKOJ U ODNOSU NA OČEKIVANJA
 PREMA VRSTI MEDICINSKOG TRETMANA (%)

| Izdaci za putovanje i boravak u Hrvatskoj | UKUPNO | STOMATOLOŠKI TRETMAN | OSTALI TRETMANI |
|---|--------|-------------------------|--------------------|
| U skladu s očekivanjima | 88,9 | 85,3 | 93,5 |
| Veći od očekivanih | 4,6 | 3,9 | 5,4 |
| Manji od očekivanih | 6,5 | 10,8 | 1,1 |
| UKUPNO | 100,0 | 100,0 | 100,0 |



Tomas

zdravstveni turizam 2018.

stavovi i potrošnja korisnika usluga
zdravstvenog turizma u Hrvatskoj



Naručitelji:

