

Wellness turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Lučić, Lukas

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:557780>

Rights / Prava: [Attribution-ShareAlike 3.0 Unported](#)/[Imenovanje-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**WELLNESS TURIZAM U SPLITSKO-DALMATINSKOJ
ŽUPANIJI**

Mentorica:

prof. dr. sc. Silvija Golem

Student:

Lukas Lučić

Split, rujan 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, LUKAS LUCIĆ,
(ime i prezime)

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 06.09.2023 godine

Vlastoručni potpis: _____



SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. WELLNESS TURIZAM.....	3
2.1. Općeniti prikaz wellnesa i wellness turizma	4
2.2. Karakteristike wellness turizma i wellness turista.....	7
2.3. Push i pull čimbenici wellness turizma.....	10
2.4. Učinci wellness turizma.....	11
3. WELLNESS TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ I SVIJETU	13
3.1. Značajke, ponuda i problematika wellness turizma u Republici Hrvatskoj	13
3.2. Prikaz wellness turizma u drugim zemljama	15
4. WELLNESS TURIZAM SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE.....	18
4.1. Prikaz trenutne razvijenosti wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji	18
4.2. Ključne karakteristike wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji.....	25
4.3. Usporedba Istarske i Splitsko-dalmatinske županije	26
4.4. Mogućnosti razvoja wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji.....	29
5. ZAKLJUČAK	31
LITERATURA.....	33
SAŽETAK	36
ABSTRACT.....	37
POPIS TABLICA	38

1. UVOD

Wellness turizam, rastući sektor unutar globalne industrije turizma, predstavlja promjenu u načinu na koji pojedinci daju prioritet svom fizičkom, mentalnom i emocionalnom blagostanju. Ovaj trend u nastajanju nije samo traženje opuštanja ili uživanje u luksuznim spa tretmana; to je duboki odraz rastućeg društvenog prepoznavanja veze između nečijeg zdravlja i iskustava putovanja. Sam pojam wellness turizma obuhvaća širok spektar iskustava, a njegova bit leži u potrazi za holističkim blagostanjem kroz putovanja, s fokusom na pomlađivanje, opuštanje i samootkrivanje. Više od „običnog“ odmora, wellness turizam nudi priliku pojedincima da se odvoje od svakodnevne rutine, preusmjere svoje životne prioritete i urone u iskustva koja potiču fizičku, mentalnu i emocionalnu obnovu.

Wellness turizam uključuje promicanje holističkog blagostanja. Ova vrsta putovanja nudi širok raspon iskustava, uključujući odmore u toplicama i wellness avanture u prirodi. Wellness odredišta naglašavaju prirodno okruženje, ekološki prihvatljive prakse i mirnu atmosferu kako bi olakšali dobrobit. Wellness turisti su pojedinci koji aktivno traže iskustva putovanja koja daju prednost svom fizičkom, mentalnom i emocionalnom blagostanju. Često imaju povećanu svijest o zdravlju i blagostanju, a njihov odabir putovanja odražava želju za brigom o sebi i osobnim rastom. Wellness turisti dolaze iz različitih sredina, ali dijele zajednički interes za aktivnosti poput joge, meditacije, fitnessa i tretmana u toplicama. Ti turisti mogu birati odredišta na temelju svoje wellness ponude, kao što su wellness odmarališta, termalni izvori ili prirodne ljepote. Wellness turisti imaju tendenciju cijeniti iskustva u odnosu na materijalne posjede, tražeći osobnu transformaciju i ravnotežu kroz svoja iskustva putovanja.

Wellness turizam dobio je na snazi jer ljudi sve više traže destinacije koje zadovoljavaju njihovu fizičku i mentalnu dobrobit. Jedna od takvih destinacija koja postaje sve prepoznatljivija u ovoj tržišnoj niši je Splitsko-dalmatinska županija, smještena uz hrvatsku dalmatinsku obalu. Ono što izdvaja Splitsko-dalmatinsku županiju je sposobnost integracije svoje bogate povijesti sa suvremenom wellness scenom. Prirodne ljepote regije, uključujući netaknute plaže, nacionalne parkove i otoke, nude okruženje za razne wellness aktivnosti. Osim svoje prirodne privlačnosti, županija nudi raznolike wellness sadržaje i usluge. Putnici mogu uživati u tretmanima u toplicama

uz korištenje lokalnih sastojaka poput lavande i maslinovog ulja, uživati u mediteranskoj kuhinji koja promiče zdravlje i sudjelovati u sastancima svjesnosti i meditacije. Holistički pristup wellnessu u Splitsko-dalmatinskoj županiji ne obuhvaća samo tjelesno zdravlje, već i mentalno i emocionalno blagostanje.

Kako bi se analizirao wellness turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u drugom dijelu rada će se općenito prikazati wellness turizam, kroz definicije, glavne karakteristike wellness turizma i profil tipičnih wellness turista, push i pull čimbenike te učinke wellness turizma. Treći dio rada će se fokusirati na stanje wellness turizma u Republici Hrvatskoj i širom svijeta. Točnije, analizirat će se karakteristike, ponuda i izazovi wellness turizma u Hrvatskoj i drugim državama. U četvrtom dijelu rada će se detaljno prikazati wellness turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Analizirat će se trenutno stanje wellness turizma u toj regiji, istražiti specifične karakteristike wellness turizma, usporediti Splitsko-dalmatinska županija s Istarskom županijom u kontekstu wellness turizma, te će se, u konačnici, razmatrati potencijalne prilike za daljnji razvoj wellness turizma u ovoj regiji.

Ova struktura rada omogućuje sistematičan pristup analizi. Počinje općenitim pregledom wellness turizma, što pomaže čitatelju da razumije osnovne koncepte. Zatim se usredotočuje na stanje wellness turizma u Hrvatskoj i globalno, pružajući kontekst za Splitsko-dalmatinsku županiju. Potom, fokusira se na specifičnosti županije, pružajući dublje razumijevanje njenog trenutnog stanja i usporedbu s drugim regijama, poput Istarske županije. Na kraju, istražuje potencijalne prilike za budući razvoj wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Ova struktura omogućuje čitatelju da postupno produbi svoje razumijevanje teme i dobije cjelovitu sliku o wellness turizmu u Splitsko-dalmatinskoj županiji.

2. WELLNESS TURIZAM

U proteklim desetljećima dogodile su se značajne promjene u stavovima, ponašanju i ekonomskim okolnostima ljudi. Česte prirodne katastrofe i globalne ekonomske krize mnogima su donijele ekonomske poteškoće. Stalni problemi kao što su glad, pothranjenost, siromaštvo i nezaposlenost nisu samo doveli do ekonomskog pada, uključujući smanjenu potrošnju, štednju i ulaganja, već su također pridonijeli društvenom nezadovoljstvu i smanjenju ukupne sreće. Tekuća gospodarska kriza imala je dalekosežne posljedice, utječući na gotovo sve sektore nacionalnih gospodarstava, uključujući i industriju turizma. Međutim, u sferi turizma, usprkos ekonomskim izazovima i općem nezadovoljstvu, primjetan je pomak prema aktivnostima usmjerenim na opuštanje tijela, duše i uma. Ljudi se sve više okreću zdravlju i wellnessu kao sredstvu za pronalaženje utjehe i pomlađivanja. Točnije, došlo je do razvoja wellness turizma (Koncul, 2012).

Wellness turizam, koji se smatra alternativnim oblikom turizma, vjerojatno je najunosniji turistički proizvod budući da spaja slobodno vrijeme sa sveobuhvatnim zdravljem i blagostanjem (Tavlikou i Assimakopoulos, 2018). Rast wellness turizma, prema Peris-Ortiz i Álvarez-García (2015), obuhvaća one turiste koji su zainteresirani za prevenciju bolesti, tjelesno poboljšanje, duhovnu ravnotežu te kulturne programe i programe opuštanja. Nekoliko ključnih čimbenika pokreće razvoj wellness turizma i wellness usluga. Prvo, starenje europskog stanovništva ima značajnu ulogu, jer postoji sve veća želja da se živi dulje i zdravije. Uz to, postoji povećana svijest o globalnim zdravstvenim rizicima, što motivira ljude da daju prednost svojoj dobrobiti. Štoviše, postoji povećana potraga za jedinstvenim i novim iskustvima za slobodno vrijeme, što dodatno potiče potražnju za wellness turizmom. Brzi rast segmenta zdravstvenih putovanja također je potaknut demografskim promjenama i razvojem načina života, potrebom za smanjenjem stresa među radnom populacijom, pomakom u medicinskoj praksi prema prevenciji i alternativnim terapijama te prijelazom s masovnog turizma na prilagođenije oblike putovanja. Ovi čimbenici zajedno pridonose uspješnoj ekspanziji wellness turizma na globalnoj razini. Kazakov i Oyner (2020) navode kako je u 2017. godini wellness turizam imao tržišnu vrijednost od približno 639 milijardi dolara. Procjene ukazuju na to da će ova vrijednost doseći 919 milijardi dolara do 2024. godine.

2.1. Općeniti prikaz wellnessa i wellness turizma

Koncept wellnessa značajno se razlikuje u različitim kontekstima i zemljama. Na primjer, tradicionalna praksa odlaska u toplice u Europi prilično se razlikuje od duhovne tradicije Azije, a obje su u suprotnosti s modernijim izrazima wellnessa poput radionica psihologije rada ili odmora radi estetske kirurgije. Ipak, ono što je evidentno je rastuća globalizacija i miješanje wellness proizvoda i praksi. Istočnjačke filozofije i tradicije probijaju se u zapadni kontekst, tradicionalna lječilišta se šire kako bi obuhvatila emocionalno i duhovno blagostanje uz tjelesno zdravlje, a popularna psihologija stapa se s ezoterijskim tehnikama za promicanje mentalnog zdravlja (Smith i Puczkó, 2009).

Stoga, ne čudi kako se mišljenja o definiciji wellnessa znatno razlikuju. Za neke, to označava filozofsko stajalište koje uključuje promišljanje prave biti života, uključujući nečiju neizbježnu smrtnost. Za druge, wellness je povezan sa samorazvojem i postizanjem harmonije između tijela, uma i duha. Može imati oblik duhovnog ili mističnog putovanja ili može uključivati nesebičnost i usredotočenost na druge. Iznenadujuće, wellness može čak obuhvatiti i estetsku kirurgiju kao sredstvo za poboljšanje psihološke dobrobiti. Unatoč tome, postoji konsenzus između ovih različitih stajališta da wellness više nije ograničen samo na fizičke aspekte tijela. Čak i u slučajevima kada se autori koncentriraju na aktivnosti koje primarno uključuju tijelo (kao što su masaža, toplice ili alpsko opuštanje), oni također priznaju prisutnost duhovnih, psiholoških ili holističkih dimenzija unutar tih iskustava (Smith i Kelly, 2006). S obzirom na istaknuto, postoje četiri temeljna načela wellnessa (Smith i Kelly, 2006):

1. Wellness je višestruk i obuhvaća različite dimenzije zdravlja i blagostanja.
2. Wellness istraživanje i praksa trebaju se usredotočiti na utvrđivanje čimbenika koji promiču dobrobit, a ne samo na uzroke bolesti.
3. Wellness karakterizira ravnoteža, naglašavajući važnost ravnoteže u različitim aspektima života.
4. Wellness je relativan, subjektivan ili percepcijski, što ukazuje na to da pojedinci mogu različito percipirati i doživljavati wellness na temelju svojih jedinstvenih perspektiva i okolnosti.

Wellness turizam se može sveobuhvatno definirati samo kada se sagledaju različiti aspekti života ljudi, koji obuhvaćaju društvene i individualne dimenzije. Naglašava se višestruka priroda dobrog zdravlja pojedinca, koja kombinira fizičko i mentalno zdravlje sa društvenim i ekološkim elementima. Wellness se također povezuje s više aspekata osobe, te uključuje šest dimenzija: fizičku, emocionalnu, duhovnu, intelektualnu, socijalnu i okolišnu. Kako se konceptualni okvir za wellness turizam razvija, on se udaljava od konvencionalnog razumijevanja zdravlja prema holističkom fokusu na wellness (Dini i Pencarelli, 2021). Rančić Demir i Zečević (2022) wellness turizam definiraju kao cjelokupnost interakcija i pojava proizašlih iz putovanja i boravka pojedinaca prvenstveno motiviranih da održe ili poboljšaju svoju dobrobit. Pojedinci biraju boravak u specijaliziranom hotelu koji nudi stručno vodstvo i personaliziranu njegu. Ovi pojedinci traže sveobuhvatan paket usluga koji uključuje aspekte kao što su tjelesna spremnost i tretmani ljepote, hranjive opcije prehrane, prakse opuštanja i svjesnosti, kao i prilike za mentalnu stimulaciju i učenje.

Ferrero Ronda i sur. (2022) navode kako wellness turizam obuhvaća sve aspekte i iskustva koja proizlaze iz putovanja i boravka pojedinaca čija je primarna motivacija održati i unaprijediti svoje tjelesno, mentalno i psihičko blagostanje, zajedno s društvenim prosperitetom. Ti turisti obično traže hotele ili specijalizirane ustanove opremljene znanjem i stručnošću za pružanje individualizirani potreba. Ove potrebe uključuju različite usluge kao što su tjelesna spremnost, tretmani ljepote, zdrava prehrana, opuštanje, meditacija, mentalni angažman, obrazovanje, ekološka svijest i prilike za društvene interakcije. Smith i Puczkó (2016) pronalaze kako transformativni aspekti wellness turizma uključuju fizičku, emocionalnu/psihološku, egzistencijalnu, duhovnu, društvenu, kulturnu dimenziju i dimenziju okoliša. U biti, wellness turizam se smatra vrstom putovanja koja može donijeti pozitivne i značajne promjene u više aspekata života pojedinca.

Wellness turizam prepoznat je kao ključna istraživačka tema u području istraživanja turizma iz nekoliko razloga. Prvo, povezan je s usvajanjem zdravog načina života. Drugo, ima značaj zbog svog utjecaja na ekonomiju i proces globalizacije. Ovaj koncept uključuje rastuću nišu u turizmu gdje pojedinci ili grupe putuju u specijalizirana odmarališta i odredišta s primarnim ciljem održavanja fizičkog i mentalnog zdravlja. Postojeća literatura kategorizira wellness turizam u dva

glavna područja istraživanja: zdravstveni i wellness turizam. Zdravstveni wellness turizam uključuje liječenje bolesti, uključujući kirurške ili terapijske postupke, u domeni bioloških istraživanja. S druge strane, wellness turizam više je usklađen sa složenom paradigmom wellness istraživanja, koja se fokusira na balansiranje ljudskog uma, duha, tijela, okoliša i ukupne kvalitete života (Kazakov i Oyner, 2020).

Zapravo, prema DeMicco (2017), zdravstveni turizam prolazi kroz transformaciju u ono što je danas poznato kao wellness turizam. U ovom modelu koji se razvija, zdravstvene klinike dopunjuju se različitim uslugama, koje mogu uključivati psihološko savjetovanje, sadržaje za vježbanje, meditaciju i još mnogo toga. Temeljni koncept je da pacijenti svjesni zdravlja traže ne samo liječenje određenog zdravstvenog stanja, već i holistički pristup liječenju i poboljšanju svoje opće dobrobiti. Posljedično, opseg zdravstvenog turizma može obuhvatiti cijeli spektar zdravstvenih i wellness usluga. Stănciulescu i sur. (2015) predstavljaju definicije zdravstvenog, spa i wellness turizma (Tablica 1.)

Tablica 1. Definicije zdravstvenog, spa i wellness turizma

Zdravstveni turizam	Spa turizam	Wellness turizam
Zdravstveni turizam uključuje pružanje zdravstvenih usluga koje koriste prirodne resurse zemlje, posebice mineralnu vodu i klimu, u terapeutske svrhe. Ovaj oblik turizma namijenjen je klijentima koji imaju zdravstvene probleme i odluče putovati na	Spa turizam opće je priznat kao temeljna komponenta pokreta zdravlja i wellnessa. Obuhvaća širok raspon holističkih praksi usmjerenih na liječenje i prevenciju zdravstvenih problema.	Wellness se može opisati kao stanje ravnoteže koje obuhvaća harmoniju tijela, duha i uma. Ovaj holistički koncept uključuje temeljne aspekte kao što su samo odgovornost, pozornost na tjelesnu dobrobit i izgled, usmjerenost na zdravu prehranu, opuštanje, mentalni angažman i svijest o okolišu. Nadalje, wellness se promatra kao način života usmjeren na poticanje zdravog tijela, duha i uma pozitivnim djelovanjem utemeljenim na stečenom znanju. Tipično, pojedinci

<p>određena odredišta kako bi iskusili ljekovite terapije i tretmane.</p>		<p>koji traže wellness orijentirana iskustva putovanja već su dobrog zdravlja i zainteresirani su za terapije i prakse koje pridonose održavanju njihove dobrobiti.</p>
---	--	---

Izvor: rad autora, prema: Stănciulescu, G. C., Diaconescu, G. N. i Diaconescu, D. M. (2015). Health, Spa, Wellness Tourism: What is the Difference? *Knowledge Horizons - Economics*, 7(3), str. 159.

Konačno, Okumus (2022) navodi kako ključna razlika između wellnessa i medicinskog turizma može biti motiv putnika. Wellness putnici prvenstveno su motivirani na putovanje kako bi održali opću dobrobit, dok su medicinski putnici motivirani potrebom za liječenjem određenog zdravstvenog stanja. Međutim, budući da motivacija putnika često nije lako vidljiva, razlikovanje dvaju oblika turizma ponekad može biti izazovno.

2.2. Karakteristike wellness turizma i wellness turista

Wellness turizam važno je promatrati s obzirom na različite dimenzije (Tablica 2.) kako bi se shvatio njegov cjelokupni opseg. Koordiniranje svih ovih aspekata wellness turizma također je ključna. Osoba mora posvetiti više pažnje sebi i imati želju poboljšati svoje zdravlje i kvalitetu života ako želi biti sretan i zdrav. Wellness objekti, koji bi trebali biti opuštajuća mjesta, ali i mjesta gdje možete naučiti kako promijeniti svoj život na bolje i „preuzeti kontrolu“ nad svojim zdravljem imaju ključnu ulogu u tome (Gračanin, 2010).

Zdrave osobe koje žele očuvati svoje zdravlje ili poboljšati kvalitetu života ciljane su grupa za wellness turizam. Prednosti wellnessa za turističku industriju mogu se mjeriti putem izravnih ekonomskih učinaka pružanjem specifičnih sadržaja i sveobuhvatnih programa, kao i neizravnih učinaka, poput mogućnosti pružanja usluga tijekom cijele godine, što smanjuje problem sezonalnosti i produžuje turističku sezonu. Potonje, zauzvrat, poboljšava konkurentnost na turističkom tržištu, povećava promet i broj noćenja, što utječe na bolje iskorištavanje smještajnih kapaciteta. Wellness je važan jer njegove prednosti sežu dalje od pružatelja usluga i potrošača, do onih koji su uključeni u razvoj, promociju i provedbu različitih usluga wellnessa, uključujući proizvođače opreme i potrepština za radno mjesto, planere, dizajnere, konzultante, obrazovne

institucije, oglašivačke agencije i medije. Potrebni su određeni kriteriji, poput prirodnih resursa, objekata i sadržaja (prirodne ljepote, mora, jezera, šuma, termalnih izvora, vegetacije i kvalitete okoliša) kako bi se mogle pružati usluge wellnessa (Gračanin, 2010).

Tablica 2. Dimenzije wellness turizma

Dimenzija	Objašnjenje dimenzije
Fizička dimenzija	Naglašena je važnost fizičke aktivnosti, vježbanja i kretanja
Socijalna dimenzija	Naglašena je sposobnost komunikacije i interakcije s drugima
Emocionalna dimenzija	Naglašena je važnost emocionalnog zdravlja
Intelektualna dimenzija	Naglašava se čovjekova težnja za učenjem i upoznavanjem novoga
Profesionalna dimenzija	Naglasak je na važnosti zadovoljstva u profesiji
Duhovna dimenzija	Naglasak na važnosti duhovne snage i unutarnjeg mira
Ekološka dimenzija	Naglasak na važnosti zdravog okoliša za ljudsko zdravlje

Izvor: Gračanin, M. (2010). Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske. *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu*, 1 (1), str. 218.

Kunst i Tomljenović (2011) tvrde da većina pojedinaca koji posjećuju wellness ustanove to čine s namjerom poboljšanja svoje opće psihofizičke dobrobiti. Postizanje i održavanje postojeće razine tjelesne i mentalne kondicije je ključno. Drugim riječima, turisti u wellness objektima jednako cijene i vanjske (tjelesne) i unutarnje (mentalne) terapije. Iako svi dijele želju da se osjećaju dobro, tome cilju teže na različite načine. Slijede konkretni razlozi zašto ljudi traže ove sadržaje:

1. Želja da se osjećaju bolje kroz samozadovoljavanje i uživanje.
2. Oslobođanje od stresa ili njegovo smanjenje.
3. Želja za očuvanjem zdravlja radom na sebi.
4. Težnja za cjelovitim zdravljem.

Wellness turisti mogu se podijeliti na primarne i sekundarne. Primarni biraju odredišta za posebne wellness ponude, dok sekundarni imaju za cilj održati dobrobit tijekom putovanja (većina spada u ovu kategoriju) (Rančić Demir i Zečević, 2022). Primarni wellness turist odabire svoju destinaciju prvenstveno zbog wellnessa, dok je mnoge konvencionalne turiste bolje opisati

kao sekundarne wellness turiste. Ti sekundarni wellness turisti daju prednost wellnessu i uključuju se u wellness aktivnosti dok putuju u slobodno vrijeme ili poslovno. Sekundarni wellness turist aktivno traži zdrav smještaj, mogućnosti objedovanja i fitness sadržaje tijekom svojih putovanja. To može uključivati dan u termalnom izvoru kao dio većeg putovanja, posjet toplicama u odmaralištu na plaži, iskustvo tradicionalnih tretmana tijela za istraživanje lokalne kulture, korištenje hotela ili fitness centra na kruzaru ili uključivanje drugih wellness elemenata u njihovo cjelokupno iskustvo putovanja. Nasuprot tome, primarni cilj wellness turista tijekom putovanja je poboljšati svoje mentalno, fizičko i/ili duhovno blagostanje (Tablica 3.).

Tablica 3. Primarni i sekundarni wellness turisti

Primarni wellness turist	Sekundarni wellness turist
<p>Uživanje u bijegu u toplicama odredišta ili polazak na vikend izlet u toplice.</p> <p>Produljenje boravka u odmaralištu s toplim izvorima na duže razdoblje.</p> <p>Posjet zdravstvenoj i wellness ustanovi radi sveobuhvatne zdravstvene procjene.</p> <p>Boravak u toplicama za produženi boravak.</p> <p>Povlačenje u ašram ili bavljenje meditacijom i vježbama joge.</p> <p>Sudjelovanje u tzv. yoga retreatu koji uključuje opcije hrane i pića.</p> <p>Iskustva krstarenja.</p>	<p>Putnik, bilo poslovno ili u slobodno vrijeme, donosi izbore koji daju prednost zdravom smještaju, objedovanju i mogućnostima fitnesa tijekom putovanja.</p> <p>Obitelj na odmoru odlučuje ostati u odmaralištu s toplim izvorima.</p> <p>Ljubitelj avanture, nakon dana planinarenja, provodi noć u toplicama.</p> <p>Putnik na odmoru na plaži uključuje posjet toplicama kao dio svog putovanja.</p> <p>Član turističke grupe sudjeluje u kulturnim iskustvima kao što je hamam (turska kupelj, koja se obično nudi u zajedničkom kupatilu) ili se prepušta tajlandskoj masaži ili tretmanu refleksologije kao dio plana putovanja.</p>

Izvor: rad autora, prema: Okumus, B. i Linton Kelly, H. (2022). *Wellness Management in Hospitality and Tourism*. Goodfellow Publisher, str. 8.

2.3. Push i pull čimbenici wellness turizma

U literaturi se pronalaze različiti push i pull čimbenici koji utječu na wellness turiste, uključujući odnos između motiva putovanja, prihoda, spola i razine obrazovanja. Također se ističe privlačnost wellness destinacija poznatih po svojim prirodnim i kulturnim dobrima (Dini i Pencarelli, 2021). Težak Damijanić i Šergo (2013) ističu sljedeće push i pull čimbenike kod wellness turizma:

1. Push čimbenici:

- a. Bijeg od rutinskog života.
- b. Samoistraživanje i osobni rast.
- c. Potreba za opuštanjem i oslobađanjem od stresa.
- d. Želja za prestižom i luksuznim iskustvima.
- e. Jačanje obiteljskih i društvenih veza.

2. Pull čimbenici:

- a. Iskustva kulture i baštine.
- b. Rekreativne aktivnosti za vlastitu dobrobit.
- c. Sadržaji za udobnost i opuštanje.
- d. Prirodni krajolici.
- e. Moderni sadržaji i zabava.
- f. Domaća kuhinja i noćni život.
- g. Mogućnosti obrazovanja i osobnog razvoja.

Bočkus (2023) proširuje navedene push i pull čimbenike. Kao push čimbenike navodi: (a) izbjegavanje stresa: mnogi wellness turisti traže olakšanje od stresa modernog života, uključujući tjeskobu, depresiju i stres vezan uz posao. Motivirani su pobjeći od svakodnevne rutine i pronaći opuštanje, odmor i oslobađanje od stresa tijekom svojih wellness putovanja. To ukazuje na želju da se odmaknu od pritisaka i zahtjeva svojih uobičajenih života; (b) tjelesno zdravlje: neki turisti vođeni su željom da poboljšaju svoje tjelesno zdravlje. Mogu biti motivirani medicinskim razlozima, željom za uljepšavanjem, mršavljenjem ili poboljšanjem fizičkog izgleda. Ove motivacije ukazuju na poticaj prema boljem fizičkom blagostanju; (c) emocionalni čimbenici: ugađanje i samonagrađivanje emocionalni su motivi koji potiču turiste da traže zadovoljstvo, luksuz i priznanje tijekom wellness putovanja. Ovo ukazuje na želju za doživljavanjem pozitivnih

emocija i nagrađivanju sebe za naporan rad; (d) društveni čimbenici: druženje, uživanje u iskustvima s prijateljima ili obitelji i izgradnja odnosa društveni su motivi koji potiču pojedince da se uključe u wellness turizam. Ove motivacije odražavaju želju za povezivanjem s drugima i stvaranjem značajnih društvenih veza; (e) intelektualni čimbenici: novost i traženje znanja, isprobavanje novih stvari, znatiželja, samorazvoj i poboljšanje kvalitete života intelektualne su motivacije koje potiču turiste da traže nova iskustva i osobni rast tijekom wellness putovanja. Ove motivacije ukazuju na poticaj prema intelektualnoj stimulaciji i samopoboljšanju.

S druge strane, pull čimbenici su: (a) atrakcije temeljene na prirodi: prirodni okoliš i njegova terapijska svojstva, poput šuma, jezera, toplih izvora i slikovite ljepote, djeluju kao pull čimbenici kod wellness turista. Putnike privlače odredišta koja nude jedinstvena i autentična iskustva temeljena na prirodi; (b) kulturni i regionalni aspekti: lokalna kultura, tradicija, filozofija, religija i uvjerenja igraju značajnu ulogu u oblikovanju ponude wellness turizma. Na primjer, prakse poput meditacije i joge usko su povezane s određenim regijama i filozofijama. Ovi kulturni i regionalni elementi djeluju kao pull čimbenici koji privlače turiste koji traže autentična i duhovno obogaćujuća iskustva; (c) terapijski resursi: destinacije bogate prirodnim resursima s ljekovitim svojstvima, poput mineralne vode i blata, postaju privlačne turistima koji traže wellness usluge. Ti resursi nude neinvazivne terapijske postupke i privlače turiste koji traže tretmane povezane sa zdravljem; (d) jedinstvene usluge i prakse: wellness odredišta često nude jedinstvene usluge i prakse, kao što su meditacija i duhovne intervencije tijela i uma. Ove specijalizirane ponude djeluju kao čimbenici privlačenja za putnike zainteresirane za istraživanje određenih wellness praksi (Bočkus, 2023).

2.4. Učinci wellness turizma

Wellness turizam ima i pozitivne i negativne učinke, slično kao i drugi oblici turizma. Ti se učinci mogu kategorizirati u ekonomske, društveno-kulturne i ekološke aspekte. Glede ekonomskih učinaka, wellness turizam obično zahtijeva kvalificiranu radnu snagu, što dovodi do mogućnosti zapošljavanja u destinaciji. Wellness turisti često troše više od ostalih turista, pridonoseći lokalnom gospodarstvu. Njihova je potrošnja često koncentrirana u zdravstvenim i wellness ustanovama, što može dovesti do gospodarskog rasta u tim sektorima. Mala i srednja poduzeća mogu napredovati u wellness sektoru, što dovodi do gospodarskog rasta. Također, razvoj wellness

turizma može potaknuti diverzifikaciju i poboljšati kvalitetu proizvoda i usluga u destinaciji. To je ključno za destinacije u zreloj fazi svog životnog ciklusa, koje zahtijevaju nadogradnju i modernizaciju infrastrukture. Nadalje, wellness turizam utječe na ekonomski razvoj u obliku poboljšanja infrastrukture (Smith i Puczkó, 2009; Sheldon i Park, 2008).

U smislu društveno-kulturnih utjecaja, povijesne zgrade i mjesta u kojima se nalaze wellness objekti mogu profitirati od obnovljene popularnosti, dok popularnog destinacije wellness turizma može dovesti do rasta stanovništva u destinaciji. Također, uvođenje wellness usluga može učiniti lokalne zajednice održivijima stvaranjem mogućnosti zapošljavanja. Glede utjecaja na okoliš, wellness turizam može utjecati na lokalne ekosustave, osobito ako se oslanja na prirodna dobra poput ljekovite klime, špilja ili jezera. Razvoj povezan s wellness turizmom može promijeniti obrasce korištenja zemljišta, dok izgradnja novih objekata može promijeniti atmosferu prirodnih okruženja, bilo pozitivno očuvanjem lokalnih stilova ili negativno uvođenjem novih. S druge strane, iskustva wellness turizma koja uključuju prirodne resurse mogu doprinijeti očuvanju okoliša. Primjerice, filantropski turisti mogu sudjelovati u naporima za očuvanje, štiteći prirodnu ljepotu destinacije (Smith i Puczkó, 2009; Sheldon i Park, 2008).

Wellness turizam može se natjecati s drugim oblicima turizma, potencijalno dovodeći do pada drugih sektora poput hedonističkog turizma. To bi moglo utjecati na cjelokupni turistički ekosustav. Razvoj wellness turizma može zahtijevati i značajna ulaganja u infrastrukturu, standarde certificiranja i obuku osoblja. Neispunjavanje ovih zahtjeva moglo bi dovesti do pada kvalitete usluge i naštetiti ugledu destinacije. Problemi povezani s nekvalificiranom ponudom wellness turizma, kao što su sudski sporovi i nezadovoljstvo među turistima, mogu naštetiti ugledu destinacije (Sheldon i Park, 2008). Konačno, Smith i Puczkó (2009) navode kako utjecaji wellness turizma nisu ujednačeni i ovise o različitim čimbenicima, uključujući pojedinu destinaciju i politiku njezina razvoja. Učinkovito planiranje i upravljanje ključni su za ublažavanje negativnih utjecaja uz istovremeno povećanje koristi od ovog oblika turizma.

3. WELLNESS TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ I SVIJETU

U ovom dijelu rada istražit će se značajke, ponuda i izazovi wellness turizma u Republici Hrvatskoj, s naglaskom na njegov razvoj, strukturu ponude i problematiku regulacije. Analizirat će se ključni čimbenici koji utječu na razvoj wellness turizma u Hrvatskoj, kao i izazovi s kojima se zemlja suočava u nastojanju da postane konkurentna destinacija za wellness turiste iz cijelog svijeta. Također se predstaviti ponuda wellness turizma u drugim zemljama kako bi se bolje razumio kontekst i potencijal ovog sektora. S obzirom na rastući interes za očuvanjem zdravlja i dobrobiti, wellness turizam predstavlja važan segment turističke industrije, a Republika Hrvatska ima potencijal da iskoristi svoje prirodne ljepote i resurse kako bi privukla posjetitelje.

3.1. Značajke, ponuda i problematika wellness turizma u Republici Hrvatskoj

U Hrvatskoj je wellness turizam relativno novi oblik turizma osmišljen kako bi zadovoljio zahtjeve klijenata koji traže aktivnosti i usluge za oslobađanje od stresa i opuštanje (Kesar i Rimac, 2011.). Popić-Mileusnić (2017) navodi kako wellness turizam u Hrvatskoj svoje početke vuče iz ranog 21. stoljeća, obilježenog otvaranjem prvog hotela s pet zvjezdica u Opatiji pod nazivom Hotel Milenij 2000. godine. Unatoč rastu wellness turizma, precizni podaci o razmjerima ove industrije u Hrvatskoj nisu lako dostupni, a procjene se kreću od 80 do 200 takvih objekata. Primarni izvor wellness ponude u Hrvatskoj proizlazi iz hotelskih wellness centara koji su postali standard u hotelima viših kategorija (4* i 5*). Većina ovih wellness centara, njih više od 60, smještena je duž jadranske obale. Spektar wellness usluga uključuje raznoliku ponudu poput masaža, sauna, bazena, kozmetičkih tretmana i rekreacijskih aktivnosti.

Nadalje, odabrani broj pružatelja usluga wellnessa u Hrvatskoj također pruža usluge vezane uz prehranu, osobni razvoj i medicinski wellness, iako u manjem opsegu. Obično se wellness usluge nude kao samostalne usluge, iako postoje i paketi kao što su wellness vikendi. Osim hotela, nekoliko termalnih kompleksa u kontinentalnom dijelu zemlje nudi i wellness sadržaje, uključujući bazene s termalnom vodom. Razvijenost i raznolikost usluga koje se pružaju unutar wellness sektora u Hrvatskoj općenito su na visokoj razini, što ih čini konkurentnima u svjetskim razmjerima. Ipak, postoji manjkavost u regulativi koja se tiče kvalifikacija osoblja u wellness industriji, što koči inovacije i integraciju medicinskih elemenata u wellness usluge, posebice u

hotelima. Nadalje, samo manji dio objekata pridržava se standarda brenda, što ograničava potencijalni rast wellness turizma u Hrvatskoj. Stoga se wellness još uvijek percipira samo kao jedan od standardnih sadržaja hotela i kao pomoćna usluga koja prati ostale motive boravka (Popić-Mileusnić, 2017).

Telišman-Košuta i Marušić (2018) navode kako ponuda wellness turizma u Republici Hrvatskoj, koja je prvenstveno (ali ne isključivo) usmjerena na profitne zdravstvene ustanove s iskustvom u IVF-u, ortopediji, dermatologiji, estetskoj kirurgiji, stomatologiji i drugim specijaliziranim područjima, može zadovoljiti zahtjeve pacijenata unatoč trenutnoj skromnoj veličini. S jedne strane, jasna vizija i mjerljivi ciljevi su među preprekama koje sprječavaju Hrvatsku da snažnije uđe u industriju wellness turizma, dijelom i zato što nema dovoljno temeljnih pokazatelja podataka. Nedostatak zračne veze, nedostatak sredstava za oglašavanje, nedostatak interesa domaćih turističkih tvrtki i nedostatak sinergije drugi su izazovi. S druge strane, ugled Republike Hrvatske kao privlačne turističke destinacije za odmor pomaže u oblikovanju Republike Hrvatske kao privlačne destinacije za wellness turizam. Glavni čimbenici potencijalnog razvoja wellness turizma u Hrvatskoj su:

1. Odnos lokacije i blizina tržišta emisija.
2. Dostupnost kroz zrakoplove koji su izravni i po razumnoj cijeni.
3. europsko kulturno članstvo.
4. Sigurnost.
5. Izvrsna vrijednost za novac i međunarodno priznate vjerodajnice koje potvrđuju kalibar medicinskih tretmana.
6. Jezično poznavanje stranog jezika.

Značajan izazov za wellness turizma u Republici Hrvatskoj odnosi se na registraciju i dokumentaciju pružatelja usluga u zdravstvenom turizmu. Hrvatskoj nedostaju odgovarajući propisi koji reguliraju zdravstvene usluge u sektoru turizma, što otežava integraciju zdravstvenih, turističkih i ugostiteljskih usluga. Ostala pitanja obuhvaćaju definiranje uvjeta za organiziranje ponude wellness turizma i kriterija za subjekte koji pružaju te usluge (uključujući certifikate i

licence). Dodatno, primjena međunarodnih standarda kvalitete i medicinskih potvrda, prema stranim uzorima, predstavlja još jednu prepreku (Zhang i sur., 2019).

Barač Miftarević (2022) ističe kako se Republika Hrvatska suočava s brojnim izazovima u pogledu razvoja wellness turizma:

1. Nedostatak fokusa: relevantne institucije, poput Ministarstva zdravstva i Vlade, trebaju se bolje posveti razvoju wellness turizma. To uključuje implementaciju već postojećih strategija i akcijskih planova.
2. Nedostatak educiranog kadra i infrastrukture: Hrvatska se suočava s nedostatkom obučenih stručnjaka i infrastrukture potrebne za pružanje visokokvalitetnih usluga. Ovo otežava privlačenje sredstava iz Europske unije putem specijaliziranih fondova.
3. Potrebna infrastrukturna obnova: Stari i zastarjeli objekti te nedostatak državne podrške putem jasnih zakona i politika doprinose dezorganizaciji u sektoru wellness turizma. Modernizacija i obnova infrastrukture su ključni koraci.
4. Standard kvalitete smještaja i usluga: Hrvatska treba uložiti napore u poboljšanje kvalitete smještaja i popratnih usluga kako bi privukla više wellness turista. To uključuje područja poput prehrane i rekreacijskih centara.
5. Hitnost i prilika za razvoj: Hrvatska već kasni u razvoju wellness turizma. Ključno je brzo realizirati akcijske planove, poticati javno-privatna partnerstva, osigurati financiranje iz EU fondova za infrastrukturne projekte i stvaranje poticajnih uvjeta.

U zaključku, wellness turizam ima potencijal da značajno doprinese ekonomiji Republike Hrvatske. Ključno je djelovati brzo, usmjeriti resurse na obrazovanje i infrastrukturu te stvoriti povoljno okruženje za razvoj wellness turizma kako bi Hrvatska ostvarila svoju priliku kao poželjna destinacija za wellness turiste iz cijelog svijeta.

3.2. Prikaz wellness turizma u drugim zemljama

Unatoč stalnim trendovima prema globalizaciji i standardizaciji wellness sadržaja i usluga, svaka regija svijeta nudi jedinstvene wellness proizvode i iskustva zbog kojih vrijedi putovati. Ove jedinstvene značajke mogu uključivati prirodne resurse poput medicinskih i mineralnih voda u srednjoj i istočnoj Europi, vruće izvore na mjestima poput Novog Zelanda ili Islanda ili duhovne

tradicije u Aziji, poput masaže, joge ili meditacije. Osim toga, određene lokacije mogu ponuditi različite tretmane, kao što je talasoterapija uz Mrtvo more, tradicionalne turske kupelji u Turskoj ili arapske kupelji u Španjolskoj. Čak i u slučajevima kada se fizičko okruženje može činiti manje relevantnim, poput joge ili holističkog odmora, programa koji se temelje na fitnessu ili prehrane, medicinskog i kozmetičkog turizma, određena odredišta ostaju privlačnija od drugih. Posjetitelji koji traže wellness iskustva ponekad privlače specifični resursi, prekrasni krajolici, povoljna klima ili pristup zdravoj hrani. Često također traže priliku da se tijekom svog wellness putovanja osjećaju posebno. Posljedično, pružanje visokokvalitetnog, personaliziranog iskustva ključna je prodajna točka za bilo koju wellness destinaciju, bez obzira na njezin zemljopisni položaj (Smith i Puczkó, 2009).

Csirmaza i Petó (2015) prikazuju wellness turizam u drugim zemljama. Australijski wellness turizam usredotočen je na promicanje zdravog načina života i prevencije, prvenstveno potaknut malim i srednjim poduzećima. Wellness turizam u zemlji uključuje spa usluge i razne aktivnosti na otvorenom, s posebnim naglaskom na jednodnevne izlete u zemlji. Mnogi Australci smatraju ova domaća wellness putovanja privlačnima i financijski dostupnima. Nadalje, tijekom proteklog desetljeća wellness turizam doživio je značajan rast i u Aziji. Usluge dnevnih toplica, farme ljepote i fitness centri postali su istaknuti, nudeći opuštanje, terapijske i tretmane ljepote. Azijske zemlje iskorištavaju svoje kulturne i tradicionalne resurse, kao što su japanska i korejska kultura kupanja i tehnike tajlandske masaže, kako bi doprinijele svojoj ponudi zdravstvenog turizma.

Sjedinjene Države vodeće su u wellness turizmu, sa snažnim fokusom na promicanje tjelesne, intelektualne i duhovne dobrobiti kroz aktivnosti poput meditacije, tretmana ljepote, joge i sporta. Sektor lječilišta u Sjedinjenim Državama bilježi značajan rast, pri čemu dnevna lječilišta igraju značajnu ulogu. Kanadski wellness turizam kapitalizira svoje prirodne resurse i atrakcije na otvorenom. Wellness usluge su u porastu, posebice s naglaskom na prirodu i rekreaciju na otvorenom. Tržište nastavlja rasti, opskrbljujući one koji traže wellness iskustva u netaknutom okolišu Kanade (Csirmaza i Petó, 2015).

Unatoč blagom padu udjela u dolascima i приходima, Europa ostaje jedan od bitnih aktera u međunarodnom turizmu. Europski hoteli bilježe umjereni rast popunjenosti i prosječnih cijena. Austrija spaja svoje prirodno okruženje, kulturu i wellness usluge kako bi privukla turiste. Država

promiče „Alpine wellness“ kao jedinstvenu ponudu koja kombinira kvalitetu i svoju osebujnu alpsku prirodu kako bi gostima pružila autentično iskustvo. Austrija blisko surađuje s Njemačkom, značajnim tržištem zdravstvenog turizma. Više od polovice austrijskog stanovništva izražava interes za wellness ili medicinske usluge odmora. Wellness turizam u Mađarskoj pojavio se kasnih 1990-ih, potaknut sve većom potražnjom, ekonomskim promjenama i povećanom zdravstvenom i ekološkom svijesti. Wellness usluge dostupne su u različitim okruženjima, uključujući hotele, posebne kupke, zdravstvene centre i pružatelje usluga dnevnog wellnessa. Mađarska se pozicionira kao odredište i za wellness i za medicinski turizam, s ciljem pružanja usluga starijim putnicima koji su svjesni zdravlja i uslugama koje se temelje na načinu života (Csirmaza i Pető, 2015).

4. WELLNESS TURIZAM SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Još su prije više od 150 godina u srednjoj Dalmaciji izgrađeni prvi lječilišni hoteli. Stoga, ova regija ima dugu povijest lječilišnog turizma. Ovom su doprinijeli ljekovitosti sunčanog okoliša ovog područja, čisti morski zrak, hrana i ljekovito blato. Današnja turistička ponuda uključuje spa sadržaje, wellness centre po međunarodnim standardima te sve vrste suvremenih medicinskih putovanja. Moderna turistička industrija nudi brojne mogućnosti za njegu zdravlja, slobodno vrijeme ili rješavanje zdravstvenih poteškoća budući da je izgrađena na dugom nasljeđu očuvanja zdravlja koje je započelo gradnjom starih vila (Dalmatia.hr., 2023). U ovom dijelu rada predstaviti će se wellness turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji i to kroz prikaz trenutne razvijenosti, karakteristike, usporedbu s Istarskom županijom te, u konačnici, kroz prijedloge autora rada o unaprijeđenu wellness turizma ove županije.

4.1. Prikaz trenutne razvijenosti wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji

S bogatstvom stanovništva u industrijaliziranim zemljama, prastara želja ljudi da ostanu zdravi, mladoliki i privlačni što je dulje moguće se širi, a određeni sektori turističkog poslovanja imaju za cilj prikladno ispuniti ta očekivanja tržišta. Sadržaj turističke ponude namijenjene očuvanju i unapređenju tjelesnog, psihičkog i duhovnog zdravlja nejasna je zbog terminoloških nejasnoća. Bolnički ili medicinski turizam jedan je od četiriju oblika putovanja koji se razmatraju, uz wellness i medicinska putovanja. Teško je točno raspravljati o opsegu zdravstvenog turizma u Europi zbog regionalnih varijacija u jeziku i podacima. Međutim, neki izvori koji prate „zdravstvena i wellness“ putovanja procjenjuju da postoji više od 200 milijuna (domaćih i međunarodnih) posjeta godišnje i da postoji otprilike 115 milijardi eura ukupne potrošnje, s predviđenom godišnjom stopom rasta od 7% (Tomljenović i sur., 2018).

Visoka i postojana kvaliteta ponude te usklađene, strukturirane i cjelovite zdravstvene i spa/wellness usluge zaslužne su za privlačnost zdravstvenih i spa/wellness destinacija. U tom smislu, kvaliteta ponude određuje ishod konkurentske situacije. Vrhunska zdravstvena i/ili spa/wellness infrastruktura, širok izbor programa i/ili paketa usluga, vrhunska usluga (dobro obučeno i izuzetno susretljivo osoblje) te personaliziran pristup posjetiteljima/korisnicima usluga primjeri su kvalitetne usluge. S tim u vezi, Splitsko-Dalmatinska županija ima povoljne uvjete za

razvoj wellness turizma. Kao rezultat toga, mnoga su turistička odredišta dodana na nacionalni popis lječilišta, uključujući Bašku Vodu, Bol, Brela, Gradac, Hvar, Jelsu, Kaštel Lukić, Kaštel Novi, Kaštel Stari, Makarska, Milna, Omiš, Podgora, Stari Grad, Supetar, Sutivan, Trogir i Vis (Tomljenović i sur., 2018). Usprkos potencijalima, infrastruktura zdravstvenog i wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji nije optimalna. Ovo je prikazano u Tablici 4.

Tablica 4. Infrastruktura zdravstvenog i wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Klaster	Grad/Općina	Nositelj/ Ponuda Proizvoda	Tržišna spremnost	Atraktivnost
Makarska rivijera	Makarska	Lječilište Biokovka	Spremno	Visoka
	Baška Voda	Wellness Hoteli Meteor	Poluspremno	Visoka
	Brela	Bluesun Hotel Solin	Poluspremno	Visoka
Otok Brač Otok Brač	Bol	Wellness Hoteli Bretanide	Poluspremno	Visoka
		Blue Sun Hotela Elaphusa	Poluspremno	Visoka
Otok Hvar	Hvar	Wellness Hoteli Adriana Hvar Spa Hotel	Poluspremno	Visoka
Splitska rivijera	Split	Klinički Bolnički Centar Split	Nespremni	Visoka
		Splitske Toplice	Nespremni	Srednja
		Poliklinika J&J Medici	Nespremni	Srednja
		Poliklinika Obad	Nespremni	Srednja
		Poliklinika Dr Vlašić	Nespremni	Srednja
		Poliklinika Cito	Nespremni	Srednja
		Očna Poliklinika Medić-Jukić	Nespremni	Srednja

		Poliklinika Caktaš	Nespremni	Srednja
		Poliklinika Tranfić	Nespremni	Srednja
		Stomatološka Poliklinika Split Dent	Nespremni	Srednja
		Poliklinika Matulić	Nespremni	Srednja
		Wellness – Hoteli Atrium	Nespremni	Srednja
		Dioklecijan&Residence	Nespremni	Srednja
		Podstrana	Le Merdien Lav	Nespremni
	Trogir	Rotondo	Nespremni	Srednja
	Seget Donji	Hotel Ola	Spremno	Visoka

Izvor: Tomljenović, R., Krešić, D., Boranić Živoder, S., Kunst, I. i Čorak, S. (2018). *Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga*. Zagreb: Institut za turizam, str. 135.

S obzirom na podatke iz tablice, može se predstaviti nekoliko zaključaka:

1. Svi navedeni klasteri i lokacije imaju visoku razinu atraktivnosti za wellness turizam. Ovo je važno jer privlači potencijalne turiste koji su zainteresirani za opuštanje, spa tretmane i wellness aktivnosti.
2. Činjenica da većina lokacija nije spremna ukazuje na nedostatak infrastrukture i resursa za wellness turizam. To može ograničiti razvoj ove vrste turizma.
3. Unatoč nedostatku spremnosti, postoje neke lokacije koje nude wellness usluge. Nositelji ponuda na tim lokacijama mogu se istaknuti ako pruže visoku kvalitetu usluga.
4. S obzirom na nisku spremnost većine lokacija, regija Dalmacije može se suočiti s konkurencijom drugih destinacija koje su bolje opremljene za wellness turizam.
5. Iako trenutačno postoje izazovi u vezi s niskom spremnošću lokacija, postoji potencijal za rast wellness turizma ako se ulože resursi u razvoj infrastrukture i obuke osoblja.

Specifično, hotel-bolnica za medicinsku rehabilitaciju Biokovka nalazi se u blizini Makarske i nudi aktivan odmor uz medicinski nadzor, programe oporavka i očuvanja zdravlja. Privatne klinike i ordinacije pružaju niz medicinskih usluga. Svi luksuzni i veći hoteli uključuju wellness centre. Hotel Ola u Segetu Donjem, reklamira se kao zdravstveni i wellness hotel koji nudi wellness programe

za oporavak, oslobađanje od stresa i posebne dijeta (Tomljenović i sur., 2018). Osim vrhunskog smještaja, hotel Ola u Segetu Donjem nudi niz aktivnosti za dušu i tijelo. Oni to čine kako bi se izdvojili od ostalih opcija dostupnih u tom području. Organiziraju razne dobro isplanirane događaje usmjerene na inspiraciju i opuštanje, uključujući tečajeve kuhanja temeljene na vodećim načelima Paleo/LCHF prehrane, šetnje „Cestom zdravlja“ i još mnogo toga. 50 soba i 2 stana čine hotel. Važno je istaći da hotel ima prostor za dvije stomatološke ordinacije i ljekarnu. Zdravstvene usluge hotela uključuju terapiju smanjenja znojenja, 100% prirodne operacije faceliftinga, pomlađivanje vagine, zatezanje i pomlađivanje kože PRP plazmom za lice i tijelo te tretmane transplantacije kose (Hoteliolaval.com, n.d).

U Glavnom planu razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (Dalmatia.hr, n.d.), navodi se nekoliko infrastrukturnih projekata povezanih s wellness turizmom. Infrastrukturni projekti za wellness turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji predstavljaju značajnu priliku za razvoj turističke industrije u regiji. Analiza ovih projekata ukazuje na sljedeće:

1. Hotel Le Meridien, Split:
 - a. Lokacija: Podstrana, blizu Splita.
 - b. Opis: Ovaj projekt obuhvaća obnovu Grand Hotela Lav i njegovo pozicioniranje kao luksuznog hotela s pet zvjezdica. Namijenjen je gostima visokih platežnih mogućnosti.
 - c. Sadržaji: Hotel nudi raznolike sadržaje, uključujući kongresne dvorane, wellness centar i brojne restorane.
 - d. Ulaganja: Ukupna investicija iznosi 65,6 milijuna eura.
 - e. Koristi: Projekt će povećati hotelske kapacitete i tržišnu atraktivnost Splita i Dalmacije.
2. Turistički kompleks Garma Ravnice, Omiš:
 - a. Lokacija: Omiš.
 - b. Opis: Ovaj projekt uključuje obnovu prostora bivše tvornice cementa u odmorišni kompleks visoke kvalitete.
 - c. Sadržaji: Planirani su hoteli s pet i četiri zvjezdice, restorani, wellness centar, kasino i drugi sadržaji.

- d. Koristi: Projekt će doprinijeti razvoju turizma u Omišu i poboljšati ponudu za goste.
3. Hoteli Brela:
- a. Lokacija: Brela, Makarska rivijera.
 - b. Opis: Ovi projekti uključuju obnovu i podizanje kvalitete postojećih hotela na četiri zvjezdice te izgradnju novog hotela s pet zvjezdica.
 - c. Sadržaji: Ukupno će biti dostupno 889 smještajnih jedinica.
 - d. Ulaganja: Procijenjena ulaganja su između 9,5 i 11,5 milijuna eura.
 - e. Koristi: Projekt će poboljšati kvalitetu hotelske ponude na Makarskoj rivijeri i pridonijeti razvoju wellness turizma.
4. Hoteli Živogošće:
- a. Lokacija: Živogošće, Makarska rivijera.
 - b. Opis: Projekti uključuju privatizaciju, obnovu i podizanje kvalitete dvaju hotela na četiri zvjezdice.
 - c. Sadržaji: Ukupno će biti dostupno 415 smještajnih jedinica.
 - d. Ulaganja: Procijenjena ulaganja iznose između 12,5 i 14,5 milijuna eura.
 - e. Koristi: Projekt će poboljšati hotelsku ponudu Makarske rivijere i doprinijeti wellness turizmu.
5. Hotel Adriatic u Vrboskoj:
- a. Lokacija: Vrboska, otok Hvar.
 - b. Opis: Projekt uključuje gradnju luksuznog odmorišnog kompleksa s četiri i pet zvjezdica.
 - c. Sadržaji: Planira se hotel s 150 smještajnih jedinica, apartmani, wellness centar i športsko-rekreacijski sadržaji.
 - d. Ulaganja: Procijenjena ulaganja iznose između 30 i 36 milijuna eura.
 - e. Koristi: Projekt će povećati hotelske kapacitete na otoku Hvaru, privući više turista i doprinijeti wellness turizmu.
6. Projekt u Uvali Stonca na otoku Visu:
- a. Lokacija: Otok Vis.
 - b. Opis: Radi se o gradnji odmorišnog kompleksa s četiri i pet zvjezdica.

- c. Sadržaji: Planira se izgradnja smještajnih jedinica, restorana, wellness centra i sportskih sadržaja.
- d. Ulaganja: Procijenjena ulaganja iznose između 18 i 20 milijuna eura.
- e. Koristi: Projekt će povećati kapacitete na otoku Visu i doprinijeti razvoju wellness turizma.

Svi ovi projekti imaju potencijal za privlačenje gostiju visokih i visokih platežnih mogućnosti, povećanje kapaciteta i poboljšanje turističke ponude u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Također, naglasak na wellness sadržajima pridonosi raznolikosti turističke ponude i tržišnoj atraktivnosti regije. Osim toga, otvaraju se poslovne prilike za investitore i prilika za zapošljavanje lokalnog stanovništva, što će pozitivno utjecati na ekonomski razvoj regije.

Potencijal proizvoda uključenog u plan portfelja proizvoda Splitsko-dalmatinske županije u vezi s wellness turizmom ocjenjuje se u tablici u nastavku. Razmatran je najširi spektar turističkih obilježja, ali i onih specifičnijih.

Tablica 5. Potencijal proizvoda uključenog u plan portfelja proizvoda Splitsko-dalmatinske županije u vezi s wellness turizmom

Resursi i atrakcije	Ocjena	Važnost za proizvod	Rezultat
Prirodni resursi			
Klima	2	5	10
Okoliš	3	3	9
Životinjske i biljne vrste	2	3	6
Zanimljiva prirodna područja	3	3	9
Kulturni resursi			
Naslijeđe	3	3	9
Muzeji	2	1	2
Tradicionalni obrti	1	3	3
Glazba i koncerti	2	3	6
Tradicije i festivali	2	3	6
Legende	2	1	2

Gastronomija	2	5	10
Industrijski resursi			
Predindustrijsko naslijeđe	1	1	1
Postojeća industrija	1	1	1
Kvaliteta okoliša			
Kvaliteta vode i zraka	3	5	15
Čistoća	2	5	10
Očuvanje okoliša	3	5	15
Održavanje pročelja	1	3	3
Održavanje javnih prostora	2	5	10
Dobri uvjeti tranzita	1	5	5
Infrastruktura			
Cestovni pristup	2	5	10
Pristup željeznicom	1	5	5
Pristup morem	2	5	10
Pristup zrakom	2	5	10
Kanalizacija i sustav recikliranja otpada	2	5	10
Turistička infrastruktura			
Turističke informacije	2	5	10
Informacijski i interpretacijski centri	1	3	3
Vođene ture razgledanja	1	3	3
Izleti i ture	1	3	3
Označavanje	1	5	5
Usluge			
Kulturni centri	1	3	3
Prostori za izložbe	2	3	6
Usluge smještaja	2	5	10

Kongresne i konferencijske dvorane	1	5	5
Izložbeni centri	1	5	5
Kazalište	1	3	3
Kino	1	3	3
Ukupna ocjena	62	134	236

Izvor: rad autora, prema: Dalmatia.hr. (n.d.). *Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije*. [Microsoft Word - Glavni plan turizma SDZ v1 3 5 9- 19.06.07.doc \(dalmacija.hr\)](#)

Prema tablici, Splitsko-dalmatinska županija ima značajan potencijal za wellness turizam s ukupnom ocjenom od 236. Ključni čimbenici koji doprinose ovom potencijalu uključuju visoku kvalitetu okoliša, uključujući čistu vodu i zrak te očuvan okoliš. Također, dobar pristup i infrastruktura, kao što su ceste, pristup morem i zrakom, također su važni za privlačenje wellness turista. Kulturni resursi, uključujući naslijeđe, tradicionalne obrte i kulturne manifestacije, pružaju dodatnu vrijednost wellness iskustvu. Međutim, važnost muzeja i industrijskih resursa za ovu vrstu turizma čini se manjom. Ova županija može privući wellness turiste svojim prirodnim ljepotama, kvalitetom okoliša te infrastrukturom i uslugama smještaja. Pravilnim naglaskom na ove čimbenike i njihovom promocijom, destinacija može ostvariti veći uspjeh u privlačenju ove ciljane skupine turista.

Uz povoljne klimatske uvjete, Splitsko-dalmatinska županija ima kapacitete i alate potrebne za značajan uzlet u rastu wellness turizma. To uključuje Klinički bolnički centar Split, povijesne splitske terme te Medicinski fakultet sa svojim znanstvenim i stručnim studijima. Ponuda zdravstvenog i wellness turizma je mala i otežana institucionalnim ograničenjima na nacionalnoj razini, ali je wellness ponuda konzistentna i ne predstavlja posebnost spa/wellness karakteristika na lokacijama. Izvedivo je već sada krenuti s prilagodbom novim trendovima u razvoju, a ne fokusirati se na institucionalne i zakonske prepreke razvoju ovog oblika turizma (Tomljenović i sur., 2018).

4.2. Ključne karakteristike wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Klaster zdravstvenog turizma Splitsko-dalmatinske županije, poznat kao „Dalmatia“. predstavlja jedinstveni proizvod koji kombinira zdravstvene usluge i turistički sektor. Ovaj klaster nudi različite

medicinske, dentalne, kozmetičke, kirurške, implantološke, oftalmološke i anesteziološke zahvate i tretmane, kao i mogućnosti rehabilitacije. Klaster je usmjeren na privlačenje turista koji žele kombinirati medicinske tretmane s opuštajućim odmorom na obali Jadranskog mora. Ključne karakteristike wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji uključuju (Dalmatinskiportal.hr, 2019).

1. Stručnost u zdravstvu: Splitsko-dalmatinska županija ima stručnjake u različitim zdravstvenim područjima, a kvaliteta medicinske skrbi i usluga prepoznata je i cijenjena širom Europe.
2. Raznolika ponuda: Turisti koji dolaze radi medicinskih tretmana također mogu uživati u prirodnim ljepotama regije, uključujući more, planine, rijeke i nacionalne parkove, što pruža dodatnu vrijednost njihovom boravku.
3. Gospodarski razvoj: Wellness turizam pokazao se kao izvanredan za jačanje gospodarskog razvoja Splitsko-dalmatinske županije i poboljšanje zapošljavanja.
4. Međunarodna suradnja: Klaster 'Dalmatia' aktivno sudjeluje na međunarodnim događanjima i panelima kako bi promovirao regiju kao destinaciju za zdravstveni turizam i privukao partnere iz inozemstva.
5. Edukacija i promocija: Edukacija i promocija zdravstvenog turizma ključni su elementi uspjeha ovog sektora, a klaster igra važnu ulogu u povezivanju različitih dionika.
6. Unapređenje kvalitete: Splitsko-dalmatinska županija kontinuirano radi na unapređenju kvalitete usluga i ponude kako bi privukla zahtjevne turiste.

Klaster „Dalmatia“ ima potencijal da dalje razvije wellness turizam u Splitsko-dalmatinskoj županiji, privuče međunarodne turiste i stvori održivu ekonomsku korist za regiju. Ovaj oblik turizma naglašava važnost zdravlja, prirode i lokalne kulture te pruža jedinstveno iskustvo za posjetitelje.

4.3. Usporedba Istarske i Splitsko-dalmatinske županije

Istra se opisuje kao mozaik raznolike ponude, uključujući luksuzne hotele s wellness ponudom, lječilišni turizam, medicinske ustanove i stomatološke ordinacije. Ovo široko raznoliko ponuda privlači posjetitelje koji žele unaprijediti svoje zdravlje, korigirati izgled ili jednostavno smanjiti

stres. S druge strane, Istarski hoteli i wellness centri nude raznolike programe i tretmane prilagođene potrebama gostiju. Ovi objekti ističu se stručnim osobljem i visokim standardima opreme (HTZ, 2018). Wellness turizam u Istri ima ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja željnih zdravstvenih blagodati i opuštanja. Točnije, to je najpopularnija grana zdravstvenog turizma u Istri. Istra nudi široku ponudu wellness centara koji se nalaze u sklopu hotela ili kao samostalni wellness centri. Hoteli koji nude wellness usluge postaju izuzetno popularni među posjetiteljima. Različite vrste wellnessa, uključujući emocionalni, intelektualni, fizički, socijalni i duhovni wellness, omogućuju posjetiteljima da pronađu balans i obnovu na različite načine. Ovi programi uključuju očuvanje zdravlja, prevenciju, te aktivnosti posvećene ljepoti, rekreaciji i opuštanje (Zdravlje.hr, n.d.)

Neki od najboljih hotela s wellness područjima nalaze se u Istri, uključujući Kempinski Hotel Adriatic, Hotel Coral Plava Laguna, Hotel Ambassador i brojne druge. Danas postoji mnogo različitih vrsta wellness turizma, poput emocionalnog wellnessa, gdje se uči osjećati se dobro i optimistično, intelektualnog wellnessa, gdje se njeguje želja za učenjem i usavršavanjem, te fizičkog wellnessa, koji uključuje kondiciju i učinkovitost u svakodnevnom životu. Aktivnosti (Portalprivatnismjetaj.hr., n.d.).

Detaljnije, u Istri se trenutno nalazi 123 hotela, od kojih njih 43 posjeduje wellness centar. Ovi wellness hoteli čine značajan dio ukupne hotelske ponude, čak 35% hotela u regiji. U usporedbi s razinom wellness hotela u cijeloj Hrvatskoj, udio wellness hotela u Istri iznosi impresivnih 20,2%. Najveći broj wellness hotela koncentriran je u nekoliko ključnih gradova i općina. Poreč prednjači s čak devet wellness hotela, dok Rovinj ima šest takvih objekata. Umag se ističe s pet wellness hotela, dok Pula i Rabac imaju po četiri wellness hotela. Također, Novigrad ima tri wellness hotela, dok ostali gradovi i općine u regiji nude jedan ili dva wellness hotela. Kada analiziramo kvalitetu wellness hotela prema kategorijama odnosno broju zvjezdica, vidimo da većina njih, njih čak 72,09%, spada u kategoriju s četiri zvjezdice. Samo četiri wellness hotela u Istri nose pet zvjezdica, što je manje od 10% ukupnog broja wellness hotela. S tri zvjezdice kategorizirano je 16,30% wellness hotela, dok je jedan hotel nedefiniranog statusa. Istra se ponosi raznovrsnom wellness ponudom koja nije samo fizički orijentirana. Mnogi wellness hoteli u regiji ističu se raznim programima koji uključuju emocionalni, intelektualni, socijalni i duhovni wellness. Ovi programi

pružaju posjetiteljima mogućnost da pronađu balans i obnovu na više razina, potičući njihovu cjelokupnu dobrobit (HTZ, 2018).

Prema navedeno, Splitsko-dalmatinska županija i Istarska županija imaju značajne razlike i sličnosti u pogledu wellness turizma. S obzirom na atraktivnost destinacija, obje županije privlače turiste svojim prirodnim ljepotama i kulturnom baštinom. Splitsko-dalmatinska županija s obalnim destinacijama kao što su Makarska, Brela, Hvar i drugi otoci nudi popularne plaže i mediteransku atmosferu, dok Istra nudi kombinaciju obale, povijesti i kulture u gradovima poput Poreča, Rovinja i Pule. Oboje privlače posjetitelje koji traže opuštanje i wellness iskustvo.

Infrastruktura je ključni faktor. Istarska županija se ističe s impresivnih 35% wellness hotela u ukupnom broju hotela u regiji, dok Splitsko-dalmatinska županija ima niži udio wellness hotela. To znači da Istra ima veću infrastrukturnu spremnost za wellness turizam, što uključuje luksuzne hotele s visokim standardima opreme i usluge. Kvaliteta usluga je također značajna razlika. Istarska županija ima većinu wellness hotela kategoriziranih s četiri zvjezdice ili više, dok Splitsko-dalmatinska županija ima većinu wellness hotela s nižom kategorizacijom ili nespremnih za wellness turizam. Ovo ukazuje na bolju uslugu i luksuz u Istri, što privlači zahtjevnije goste.

Raznolikost ponude je još jedna bitna razlika. Istra nudi različite programe wellnessa koji uključuju emocionalni, intelektualni, socijalni i duhovni wellness. Ovi programi pružaju posjetiteljima mogućnost da pronađu balans na različitim razinama njihovog blagostanja. Splitsko-dalmatinska županija također ima potencijal za raznolike programe, ali trenutno se fokusira na osnovni wellness. Ekonomska korist wellness turizma također je značajna za obje regije. Oba područja vide wellness turizam kao izvanrednu priliku za jačanje gospodarskog razvoja i poboljšanje zapošljavanja. Infrastrukturni projekti u oba područja doprinose ekonomskom razvoju i privlače investitore. Međunarodna suradnja i promocija wellness turizma igraju ključnu ulogu u privlačenju međunarodnih gostiju u oba područja. Klaster „Dalmatia“ i Istarska županija aktivno sudjeluju na međunarodnim događanjima kako bi promovirali svoje destinacije za wellness turizam. Unapređenje kvalitete usluga i ponude kontinuirani je proces u oba područja. Oba područja rade na unapređenju kvalitete usluga kako bi privukli zahtjevne turiste i osigurali dugoročni uspjeh u wellness turizmu.

U zaključku, iako postoje razlike između Splitsko-dalmatinske županije i Istre u pogledu wellness turizma, obje regije imaju potencijal za daljnji razvoj i privlačenje turista zainteresiranih za wellness i zdravstvene tretmane. Istra se trenutno ističe većom infrastrukturom i kvalitetom usluga, dok Splitsko-dalmatinska županija ima potencijal za rast i unaprjeđenje svoje wellness ponude.

4.4. Mogućnosti razvoja wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Prema svemu istaknutom u radu, razvoj wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji donosi obilje mogućnosti za unaprjeđenje turističke industrije i stvaranje održivog gospodarskog rasta. Postoji nekoliko ključnih smjerova razvoja koji bi mogli promicati ovu regiju kao istaknutu destinaciju za wellness putnike.

Prema mišljenju autora rada, prva ključna mogućnost je **diversifikacija ponude**. S obzirom na bogatu prirodnu raznolikost regije, od prekrasnih obala Jadranskog mora do impresivnih planinskih krajolika, Splitsko-dalmatinska županija može razviti raznolike wellness proizvode i iskustva. To uključuje wellness programe prilagođene različitim interesima, kao što su sportski wellness za aktivne turiste, wellness za starije osobe koji traže opuštajuće tretmane te obiteljske wellness programe koji uključuju aktivnosti za sve generacije. Druga značajna mogućnost je **edukacija i obuka osoblja** u wellness industriji. Investicija u obuku i usavršavanje osoblja u spa centrima, wellness hotelima i klinikama može značajno podići kvalitetu usluge. Obučeno osoblje može pružiti personalizirane i visokokvalitetne wellness tretmane, što će privući zahtjevne turiste.

Dodatno, županije može promicati **wellness inovacije**. To uključuje istraživanje i razvoj novih wellness tretmana koji koriste lokalne prirodne resurse, poput ljekovitog bilja, minerala iz mora ili prirodnih ulja. Ovi inovativni tretmani mogu privući putnike koji traže autentična i jedinstvena iskustva. Splitsko-dalmatinska županija trebala bi intenzivirati svoje **marketinške aktivnosti** kako bi promovirala svoju wellness ponudu. To uključuje digitalni marketing, prisutnost na međunarodnim turističkim sajmovima te suradnju s turističkim agencijama kako bi se povećala vidljivost i privukao veći broj wellness putnika. **Ulaganje u infrastrukturu** je također ključno. Modernizacija wellness hotela, spa centara i drugih wellness objekata poboljšat će iskustvo gostiju i povećati kapacitete regije. Također, potrebno je osigurati pristupačnost wellness

objekata osobama s posebnim potrebama. Osim toga, partnerstva s **lokalnim zdravstvenim ustanovama** mogu stvoriti sinergiju između zdravstvenog i wellness turizma, pružajući turistima sveobuhvatne pakete koji kombiniraju medicinske usluge s wellness iskustvima. **Naglasak na održivosti**, kako ekološkoj tako i društvenoj, privući će odgovorne turiste koji cijene očuvanje okoliša i doprinos lokalnim zajednicama. Uz sve ove navedene mogućnosti, **kulturna i gastronomska ponuda** regije može se integrirati u wellness iskustva, pružajući posjetiteljima priliku da istraže lokalnu kulturu i tradiciju. S obzirom na sve ove faktore, **međunarodna suradnja** i **razmjena iskustava** s drugim wellness destinacijama i centrima u Europi mogla bi dodatno obogatiti wellness ponudu i privući međunarodne turiste. S pravilnim upravljanjem, strategijom i kontinuiranim naporima, Splitsko-dalmatinska županija može postati prepoznatljiva destinacija za wellness putnike, stvarajući održiv ekonomski rast i unapređenje turističke industrije.

5. ZAKLJUČAK

Wellness turizam označava ne samo brzorastući segment u industriji turizma, već i promjenu u samoj prirodi putovanja i turizma. Ovaj oblik putovanja donosi sa sobom dublji fokus na dobrobit putnika, istražujući holistički pristup koji se proteže preko različitih aspekata njihovog života. Osim tjelesnog zdravlja, wellness turizam uzima u obzir i emocionalno, duhovno, intelektualno, socijalno i okolišno blagostanje putnika. Sve više ljudi postaje svjesno važnosti brige o vlastitom zdravlju i dobrobiti, a wellness turizam pruža im priliku da spoje putovanje s poboljšanjem svojeg općeg blagostanja. Ovaj segment privlači raznolike turiste, bilo da su u potrazi za relaksacijom, tjelesnom aktivnošću, duhovnim iskustvima ili balansom između poslovnog i privatnog života. Svaka destinacija ima svoje jedinstvene ponude wellness turizma, bilo da se radi o termalnim izvorima, spa centrima ili drugim oblicima aktivnosti usmjerenih na dobrobit. Osim što donosi koristi putnicima, wellness turizam također ima značajan ekonomski utjecaj na destinacije, pridonoseći različitim sektorima, uključujući ugostiteljstvo, zdravstvo, fitness industriju i trgovinu.

U Republici Hrvatskoj, iako relativno nov, ovaj oblik turizma ima potencijal za daljnji rast, posebno zbog prirodnih ljepota i resursa zemlje. Međutim, postoje izazovi koji ograničavaju njegov puni potencijal, uključujući nedostatak regulacije, nedostatak obučenog osoblja i nedostatak modernizacije infrastrukture. Kako bi se postala konkurentna destinacija za wellness turiste iz cijelog svijeta, Hrvatska mora brzo djelovati, usmjeriti resurse na obrazovanje i infrastrukturu te stvoriti povoljno okruženje za razvoj wellness turizma. Prikaz wellness turizma u drugim zemljama pokazuje da svaka regija svijeta nudi jedinstvene wellness proizvode i iskustva. Ove raznolike ponude temelje se na prirodnim resursima, kulturnim tradicijama i specifičnim uslugama. Sjedinjene Države su vođa u promicanju tjelesne, intelektualne i duhovne dobrobiti, dok se zemlje poput Austrije fokusiraju na spoj prirodnog okruženja i wellness usluga. Europa ostaje značajno tržište, s državama poput Mađarske koje kombiniraju wellness i medicinski turizam kako bi privukle različite profile turista.

Splitsko-dalmatinska županija privlači turiste iz cijelog svijeta zbog svojih izvanrednih prirodnih ljepota i bogate povijesti turizma. Ova regija posjeduje sve što je potrebno za razvoj wellness turizma - čist morski zrak, ljekovito blato i prekrasne obale Jadranskog mora. Wellness turizam ima značajnu prisutnost u županiji, s wellness centrima koji pružaju raznovrsne usluge i programe.

Mnogi hoteli u regiji također su opremljeni wellness sadržajima koji privlače turiste željne opuštanja i revitalizacije. Unatoč postojećim potencijalima, infrastruktura wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji nije optimalna. Međutim, postoje planovi za obnovu i modernizaciju hotela te ulaganje u turističku infrastrukturu, što će unaprijediti kapacitete regije. Klaster „Dalmatia“ svakako ima ključnu ulogu u promociji županije kao wellness destinacije i suradnji s međunarodnim partnerima.

Postoje brojne mogućnosti koje bi trebale biti iskorištene kako bi se ostvario taj potencijal. Prva ključna mogućnost je raznovrsnost ponude. S obzirom na prirodnu raznolikost regije, uključujući obale Jadranskog mora i planinske krajolike, Splitsko-dalmatinska županija može razviti različite wellness proizvode i iskustva. To uključuje prilagođene wellness programe za različite interese, kao što su sportski wellness, wellness za starije osobe i obiteljski wellness programi. Raznovrsna ponuda privući će širi spektar turista. Druga važna mogućnost je investiranje u edukaciju i obuku osoblja u wellness industriji. Obučeno osoblje može pružiti visokokvalitetne i personalizirane wellness tretmane, što će poboljšati ukupno iskustvo gostiju i privući zahtjevne turiste. Promocija wellness inovacija također je ključna. Istraživanje i razvoj novih wellness tretmana koji koriste lokalne prirodne resurse mogu privući putnike koji traže jedinstvena iskustva. Također, intenziviranje marketinških aktivnosti, uključujući digitalni marketing i suradnju s turističkim agencijama, pomoći će povećanju vidljivosti regije kao wellness destinacije. Ulaganje u infrastrukturu, modernizacija wellness objekata i osiguranje pristupačnosti osobama s posebnim potrebama dodatno će unaprijediti kapacitete regije. Partnerstva s lokalnim zdravstvenim ustanovama mogu stvoriti sinergiju između zdravstvenog i wellness turizma, pružajući turistima sveobuhvatne pakete. Održivost, kako ekološka tako i društvena, treba biti naglasak, privlačeći odgovorne turiste koji cijene očuvanje okoliša i podržavaju lokalne zajednice. Integracija kulturnih i gastronomskih iskustava u wellness ponudu dodatno će obogatiti iskustvo posjetitelja. Kroz međunarodnu suradnju i razmjenu iskustava s drugim wellness destinacijama u Europi, Splitsko-dalmatinska županija može dodatno obogatiti svoju wellness ponudu i privući međunarodne turiste. Uz kontinuirane napore, strategiju i pravilno upravljanje, Splitsko-dalmatinska županija ima potencijal postati prepoznatljiva destinacija za wellness putnike, što će donijeti održiv ekonomski rast i unaprijediti turističku industriju regije.

LITERATURA

1. Barač Miftarević, S. (2022). Medical Tourism in Croatia: Where are we now? *Journal of applied health science*, 8(1), 121-131.
2. Bočkus, D. (2023). *The market perspectives of wellness tourism: A multiple case study*. Joensuu: University of Eastern Finland.
3. Csirmaza, É. i Pető, K. (2015). International trends in recreational and wellness tourism. *Procedia Economics and Finance*, 32, 755-762.
4. Dalmatia.hr. (2023). *Zdravstveni turizam*.
<https://www.dalmatia.hr/hr/topics/zdravstveni-turizam>
5. Dalmatia.hr. (n.d.). Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije. [Microsoft Word - Glavni plan turizma SDZ v1 3 5 9- 19.06.07.doc \(dalmacija.hr\)](#).
6. Dalmatinskiportal.hr (2019). Klaster Dalmatia: Zdravstveni turizam je velika prilika Splitsko-dalmatinske županije. <https://dalmatinskiportal.hr/zivot/klaster-dalmatia--zdravstveni-turizam-je-velika-prilika-splitsko-dalmatinske-zupanije/40606>
7. DeMicco, F. J. (2017). *Medical Tourism and Wellness: Hospitality Bridging Healthcare (H2H)*. Advances in Hospitality and Tourism Book Series. New Jersey: Apple Academic Press Inc.
8. Dini, M. i Pencarelli, T. (2021). Wellness tourism and the components of its offer system: a holistic perspective. *Tourism Review*, 77 (2), 394-412.
9. Dragičević, D. i Paleka, H. (2019) Health tourism market in Poland and Croatia – financial effects and potentials. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 219-232.
10. Ferrero Ronda, R., Batista Sánchez, E., Ochoa Reyes, M. i Hernández Carreón, N. (2022). Wellness tourism: A bibliometric analysis of research published on Scopus. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 18(1), 107-117.
11. Gračanin, M. (2010). Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske. *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu*, 1 (1), 215-223.
12. Hoteliolaval.com (n.d.). *Hoteli Ola*. <https://hoteliolaval.com/en/hotel-ola>
13. HTZ (2018). *Hrvatska: Zdravstveni turizam*. https://www.htz.hr/sites/default/files/2019-01/HTZ_2018_HR_zdravstvena-brosura.pdf

14. Kazakov, S. i Oyner, O. (2020). Wellness tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 58-63.
15. Kesar, O. i Rimac, K. (2011). Medical Tourism Development in Croatia. *International Review of Economics & Business*, 14 (2), str. 107-134.
16. Koncul, N. (2012). Wellness: A New Mode of Tourism. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, 25(2), 525-534.
17. Kunst, I. i Tomljenović, R. (2011). *Uloga zdravstvenog turizma u podizanju konkurentnosti ruralnih područja Republike Hrvatske*. Zagreb: Institut za turizam.
18. Smith, M. i Kelly, C. (2006). Editorial: Wellness Tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 1-4.
19. Smith, M. i Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
20. Smith, M. K., & Puczko, L. (2016). *The Routledge Handbook of Health Tourism*. London: Routledge.
21. Stănculescu, G. C., Diaconescu, G. N. i Diaconescu, D. M. (2015). Health, Spa, Wellness Tourism: What is the Difference? *Knowledge Horizons - Economics*, 7(3), 158-161.
22. Okumus, B. i Linton Kelly, H. (2022). *Wellness Management in Hospitality and Tourism*. Oxford: Goodfellow Publisher.
23. Peris-Ortiz, M. i Álvarez-García, J. (2015). *Health and Wellness Tourism: Emergence of a New Market Segment*. Cham: Springer International Publishing.
24. Popić-Mileusnić, P. (2017). *Wellness turizam u Hrvatskoj*. <https://www.uciliste-lovran.hr/wellness-turizam-u-hrvatskoj/>
25. Portalprivatnismjetaj.hr (n.d.). *Istra kao odredište zdravstvenog turizma*. <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/istra-kao-odrediste-zdravstvenog-turizma>
26. Rančić Demir, M. i Zečević, M. (2022). Wellness Tourism Research: Bibliometric Study of the Scientific Field. *Academica Turistica - Tourism and Innovation Journal, University of Primorska Press*, 15(1), 53-63.
27. Sheldon, P.J. i Park, S. (2008). Održivi wellness turizam: upravljanje i problemi poduzetništva. *Acta turistica*, 20 (2), 151-172.

28. Telišman-Košuta, N. i Marušić, Z. (2018). *Percepcija Hrvatske kao destinacije zdravstvenog turizma na tržištu posrednika - kvalitativno istraživanje*. Zagreb: Institut za turizam.
29. Težak Damijanić, A. i Šergo, Z. (2013). Određivanje motiva putovanja u kontekstu wellness turizma. *Ekonomska misao i praksa*, 22 (1), 3-20.
30. Tavlikou, A. i Assimakopoulos, C. (2018). Study on The Impact of Socio-Economic Crisis on Greek Wellness Tourists' Spending Behavior. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4 (2), 24-31.
31. Tomljenović, R., Krešić, D., Boranić Živoder, S., Kunst, I. i Čorak, S. (2018). *Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga*. Zagreb: Institut za turizam.
32. Zdravlje.hr. (n.d.). *Zdravstveni turizam Istre*.
<https://zdravlje.hina.hr/content/11134275/zdravstveni-turizam-istre>
33. Zhang, Y. Kostić, A. i Radović, T. (2019). *The wellness industry in Croatia*.
https://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/market_studies/2019_Croatia_Wellness_Industry.pdf

SAŽETAK

Wellness turizam predstavlja rastući segment turizma koji se sve više fokusira na sveobuhvatan pristup dobrobiti putnika, obuhvaćajući tjelesno, emocionalno, duhovno, intelektualno, socijalno i okolišno blagostanje. S obzirom na svoje iznimne prirodne resurse, Splitsko-Dalmatinska županija ima potencijal postati istaknuta destinacija za wellness turizam. Unatoč preprekama poput potrebne regulacije, edukacije osoblja i infrastrukturnih poboljšanja, regija pruža mnoge mogućnosti za prosperitet. Ključni čimbenici za uspjeh uključuju raznovrsnost ponude, obuku osoblja, promociju inovacija, modernizaciju infrastrukture i suradnju s lokalnim ustanovama. Naglasak na održivosti, uključujući ekološku i društvenu, uz integraciju kulturnih i gastronomskih iskustava, dodatno će obogatiti wellness turističku ponudu. Kroz pravilno upravljanje, Splitsko-dalmatinska županija ima potencijal postati prepoznatljiva destinacija za wellness putnike, potičući održiv ekonomski rast i unaprjeđujući turističku industriju regije. Stvaranje sinergije između bogate kulturne baštine i wellness doživljaja može pridonijeti privlačnosti ovog područja za putnike iz cijelog svijeta, donoseći koristi kako lokalnoj ekonomiji tako i zadovoljstvu turista.

Ključne riječi: turizam, wellness turizam, Splitsko-Dalmatinska županija

ABSTRACT

Wellness tourism represents a growing segment of the tourism industry that increasingly focuses on a holistic approach to travelers' well-being, encompassing physical, emotional, spiritual, intellectual, social, and environmental wellness. With its exceptional natural resources, Splitsko-Dalmatinska County has the potential to become a prominent destination for wellness tourism. Despite challenges such as the need for regulation, staff training, and infrastructure improvements, the region offers numerous opportunities for prosperity. Key success factors include diversifying offerings, staff training, promoting innovations, modernizing infrastructure, and collaborating with local institutions. Emphasizing sustainability, including ecological and social aspects, along with integrating cultural and culinary experiences, will further enrich the wellness tourism offerings. Through proper management, Splitsko-Dalmatinska County has the potential to become a recognizable destination for wellness travelers, fostering sustainable economic growth and enhancing the tourism industry in the region. Creating synergy between the rich cultural heritage and wellness experiences can contribute to the attractiveness of this area for travelers from around the world, benefiting both the local economy and tourist satisfaction.

Keywords: tourism, wellness tourism, Splitsko-Dalmatinska County

POPIS TABLICA

Tablica 1. Definicije zdravstvenog, spa i wellness turizma.....	6
Tablica 2. Dimenzije wellness turizma.....	8
Tablica 3. Primarni i sekundarni wellness turisti.....	9
Tablica 4. Infrastruktura zdravstvenog i wellness turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji.....	19
Tablica 5. Potencijal proizvoda uključenog u plan portfelja proizvoda Splitsko-dalmatinske županije u vezi s wellness turizmom.....	23