

**Doc. dr. Amra Čaušević**  
**Univerzitet u Sarajevu / University of Sarajevo**  
**Prirodno-matematički fakultet / Faculty of Science**  
[amra.causevic@pmf.unsa.ba](mailto:amra.causevic@pmf.unsa.ba)

**UDK 338.49-6 : 615 (497.6)**

## **RAZVOJ MEDICINSKOG TURIZMA U BOSNI I HERCEGOVINI**

### **MEDICAL TOURISM DEVELOPMENT IN BOSNIA AND HERZEGOVINA**

#### ***Sažetak***

*Medicinski turizam je moderan koncept, ali nije nova turistička praksa. Ljudi su uvijek putovali iz zdravstvenih razloga. Iako još uvijek nema međunarodne saglasnosti o definicijama i mjerenju ovog trenda, njegov značaj u razvoju turističke destinacije počeo se uzimati u obzir. U novije vrijeme, sa modernim dostignućima u liječenju i pružanju zdravstvene zaštite, raspon i opseg specijaliziranih medicinskih tretmana i lijekova vremenom su se povećavali. Ovaj rad istražuje i kritički analizira pitanja oko medicinskog turizma u Bosni i Hercegovini. Kako su troškovi liječenja u zapadnim zemljama veći, potrebe za medicinskim uslugama u zemljama u razvoju postepeno se povećavaju. U radu će se analizirati privlačnost destinacije Bosne i Hercegovine iz aspekta razvoja medicinskog turizma. Medicinski turizam će zasigurno postati sve značajniji u bliskoj budućnosti.*

***Ključne riječi:*** turizam, medicinski turizam, Bosna i Hercegovina

#### ***Summary***

*Even though medical tourism is a modern concept, as a tourism practice it is not new. People have been always travelling for health reasons. Although there was still no international agreement on the definition and measurement regarding this trend has not been reached yet, its importance in the development of tourist destinations has begun to be taken into account. More recently, with the cutting-edge advancement in the treatment and health care delivery, the available and specialized medical treatments and medicines in use have increased over time. This paper explores and critically analyzes the issues of medical tourism in Bosnia and Herzegovina. As treatment costs increase in Western countries, the need for medical services in developing countries may increase. The paper will analyze the attractiveness of Bosnia and Herzegovina destinations with the aspect of medical tourism development. Medical tourism is sure to become more significant in the near future.*

***Keywords:*** tourism, medical tourism, Bosnia and Herzegovina

## Uvod

Putovanja iz medicinskih razloga nisu nova pojava. Drevne priče i legende sadrže mnogo priča o putovanjima heroja koji traže napitke i lijekove za druge, često za njihove kraljeve ili kraljice.

Danas je medicinski turizam, uprkos svom drevnom postojanju, postao najnovija pojava, s ubrzanim razvojem, koji se podjednako susreće u vrlo razvijenim zemljama, kao i u ekonomijama u razvoju. Vremenom se stvari nisu mnogo promijenile, osim što su ideja i koncept evoluirali, te postaju prihvatljiviji novoj generaciji. Ljudi i dalje putuju iz zdravstvenih razloga i putuju tražeći lijekove za svoje tegobe.

Ovaj rad ukratko istražuje koncept medicinskog turizma i mogućnosti razvoja medicinskog turizma u Bosni i Hercegovini. Analizirat će se aspekti ponude i potražnje za proizvodima odnosno uslugama u modernom globalnom okruženju. Izvršit će se poređenje cijena medicinskih usluga Bosne i Hercegovine i susjednih zemalja. Rezultati ukazuju na povoljan položaj Bosne i Hercegovine u tom smislu. U Bosni i Hercegovini su cijene medicinskih usluga znatno niže nego u zemljama zapadne Evrope, ali i od susjednih zemalja. Rad nastoji ukazati na konkurentsku prednost Bosne i Hercegovine u razvijanju medicinskog turizma, te na važnost razvijanja ovakve vrste turističkog proizvoda koji može biti od velikog značaja za bosanskohercegovački turizam i za privredni razvoj Bosne i Hercegovine općenito.

## Pojam medicinskog turizma i turiste

Kada se govori o turistima, postoje brojne definicije za ovu grupu ljudi zavisno od svrhe definicije (Theobald 1998). Generalno je prihvaćeno da su turisti putnici koji su putovali i boravili podalje od mjesta svog stalnog prebivališta u trajanju od 24 sata ili više, često koristeći i smještajni objekt. Dakle, oni putnici koji borave kraće od 24 sata nazivaju se „posjetitelji“. Putnici koji putuju u inostranstvo za medicinske svrhe odgovarali bi definiciji turista. Medicinski turisti su putnici čija je glavna motivacija putovanja specifična svrha; medicinski turizam je oblik turizma od posebnog interesa (Douglas, Douglas i Derrett 2001).

Prilikom definisanja medicinskih turista dolazi se do različitih metodoloških tumačenja ovog problema, pa je općeprihvaćena interpretacija kako je riječ samo o osobama koje u potrazi za medicinskim liječenjem ili zdravstvenom

zaštitom putuju u drugu državu, iako je broj osoba koje unutar vlastite države putuju van mjesta stalnog boravka s ciljem korištenja medicinske usluge puno veći (Hrvatska turistička zajednica 2016).

Medicinski turist bio bi putnik koji putuje s primarnom svrhom prijema zdravstvenih usluga. Za one koji putuju u svrhu postupka liječenja poput operacije srca, liječenja raka ili drugih hiruskih zahvata putnik može putovati sam sa jednom ili više osoba koje pružaju podršku, roditelj ili prijatelj. Stoga će odredište imati koristi od posjete nekoliko ljudi koji bi ostali i potrošili svoje „turističke“ dolare tokom putovanja. Kao fokus na rast medicinskog turizma više se radi za ovu kategoriju turista. Nije neobično da luksuzni hoteli budu u neposrednoj blizini privatnih medicinskih centara ili objekata koji pružaju usluge medicinskog turizma (Lee 2007).

Medicinski turizam se definiše kao kretanje pacijenata preko državnih granica radi iskazane svrhe traženja medicinske skrbi (Pennings et al. 2008; Samir i Karim 2011; Smith 2012). Ne postoji jedna definicija za medicinski turizam. Međutim, opće je prihvaćeno da se ovaj izraz koristi za označavanje putničke aktivnosti koja uključuje medicinski postupak ili aktivnosti koje promovišu dobrobit turista (Lee 2007). Medicinski turizam zbirni je pojam koji obuhvaća putovanja primarno motivisana korištenjem medicinske usluge – stomatološke, hiruske, rehabilitacijske i sl. Medicinski turizam često se poistovjećuje sa zdravstvenim turizmom; međutim, glavna je razlika u tome što zdravstveni turizam obuhvata programe održavanja, poboljšanja zdravlja i prevencije bolesti, dok medicinski turizam obuhvata konkretne zahvate i intervencije s ciljem poboljšanja zdravlja. Najčešći pojavnici medicinskog turizma su dentalni i estetski turizam (Štiković 2017). Standardna medicinska pomoć koja se traži u inostranstvu uključuje operaciju srca, operaciju zglobova, operaciju oka i zamjenu kukova (Turner 2010; Smith 2012).

Posljednjih desetljeća, pojavom većeg broja putnika koji su, motivisani korištenjem medicinskih usluga, počeli putovati van granica vlastite države, predmetni fenomen ušao je u fokus interesa medija te izazvao snažniju ekspanziju posrednika u pružanju predmetnih usluga (agencije), kao i ekspanziju ponuđača komercijalnih medicinskih usluga koji se u većoj ili manjoj mjeri fokusiraju na korisnike iz inostranstva. Kombinacija različitih faktora – visok trošak zdravstvene brige van sistema javnog zdravstva u zemljama razvijenog Zapada, izostanak mogućnosti korištenja određenih medicinskih usluga van sistema javnog zdravstva, lakoća i sve niže cijene međunarodnih putovanja, brži razvoj medicinske tehnologije i standarda brige u pojedinim zemljama – dovela je do rasta popularnosti ovakvih putovanja (Hrvatska turistička zajednica 2016: 5).

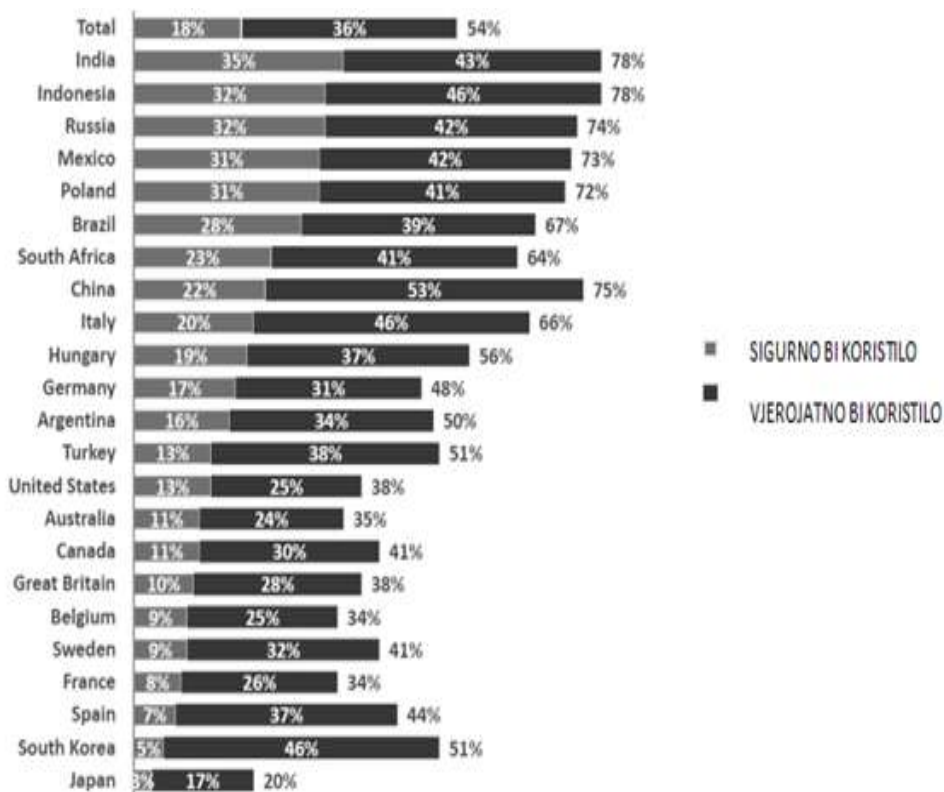
Dodatni faktori koji utječu na medicinski turizam jesu zaposlenici i garancija privatnosti. Zaposlenici u medicinskom turizmu mogu biti razlog privlačenja turista, odnosno faktor atraktivnosti. Ugledni stručnjaci i doktori s dugogodišnjim iskustvom i međunarodnom reputacijom privući će turiste u objekte u kojima su zaposleni. Na porast međunarodne potražnje za zdravstvenim uslugama utječe i garancija privatnosti prilikom korištenja određenih zdravstvenih usluga poput estetskih zahvata, liječenja HIV-a, promjene spola, liječenja neplodnosti i sl. (Štiković 2017: 20). Neki medicinski turisti provode specijalizirane tretmane u inostranstvu koji nisu dostupni ili su ilegalni u zemlji prebivališta ili kojima je njihov pristup ograničen. Ovi tretmani mogu biti dostupni u inostranstvu, poput surrogatstva, potpomognutog reproduktivnog tretmana, pobačaja ili medicinski potpomognutog samoubistva. Nedokazani tretmani predstavljaju visokorizičnu kategoriju medicinskih putovanja i uključuju tretmane matičnim ćelijama za širok raspon stanja i venoplastiku za multipla sklerozu (MS) (Crozier i Martin 2012). Uz sve navedene faktore utjecaja na porast potražnje za medicinskim turizmom, troškovne prednosti odnosno cijena najvažniji je faktor i glavni pokretač cjelokupnog medicinskog turizma (Štiković 2017: 20).

Medicinski turisti dolaze iz svih krajeva svijeta, ali većina ih dolazi iz Sjeverne Amerike, Evrope, Bliskog Istoka i Azije. Razlozi i motivi pojedinaca za poduzimanje ovakvog tipa putovanja variraju, no okvirno ih je moguće svrstati u nekoliko glavnih kategorija – cjenovnu kategoriju (mnoge vodeće receptivne destinacije medicinskog turizma u krugu su zemalja s relativno visokim cijenama komercijalnih zdravstvenih usluga), kategoriju potražnje za uslugama veće kvalitete od onih dostupnih na domicilnom nivou (tj. slučajeve kada pojedini specijalistički zahvati ili tretmani uopće nisu dostupni domicilno) te kategoriju mogućnosti dobivanja medicinske usluge u kraćem roku (Hrvatska turistička zajednica 2016).

Empirijski podaci o veličini medicinske turističke industrije i broju turista su oskudni i procjene se značajno razlikuju; međutim, većina se slaže da je velika i rastuća. Jedna procjena ukazuje na industriju vrijednu 60 milijardi američkih dolara i da raste 20 posto godišnje (MacReady 2007). Povećanje broja putovanja u medicinske svrhe potaknulo je pojedine zemlje na snažnije ulaganje u zdravstvenu infrastrukturu, wellness odmarališta, zdravstvena savjetovanja i jednostavnije postupke dobivanja viza. Više nije rijedak slučaj da se vodeće bolnice oglašavaju na međunarodnom tržištu, direktno ili putem posrednika koji kreiraju specijalne programe koji kombinuju medicinsku uslugu i turističke doživljaje (Hrvatska turistička zajednica 2016).

Temeljem istraživanja Ipsosa na uzorku od 18.713 ispitanika gotovo 18% ispitanika sigurno bi koristilo medicinske usluge izvan zemlje domicila ukoliko su iste pružene po znatno nižoj cijeni. Vjerojatno bi koristilo medicinske usluge izvan zemlje domicila njih 36%, što zajednički čini potencijal od gotovo 54% ispitanih (Štiković 2017: 21).

*Grafikon 1. Korištenje medicinskih i zubarskih usluga po nižoj cijeni*



Izvor: Medicinski turizam – međunarodni trendovi i perspektive, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb (2016), str. 6.

Činjenica je kako motivi za putovanja u drugu državu sa svrhom korištenja medicinske usluge nisu nužno finansijski (niža cijena predmetne usluge), već su često povezani s razlogom nemogućnosti dobivanja pojedine usluge u vlastitoj zemlji (posebno u slučaju vrlo specifičnih medicinskih zahvata koji nisu u širokoj primjeni), očekivanja dobivanja usluge znatno višeg stepena kvalitete (pouzdanosti) u drugoj zemlji, mogućnosti dobivanja usluge u znatno kraćem vremenu nego u vlastitoj zemlji i dr. Ipak, ukoliko se posmatraju rezultati predmetnog istraživanja, u osnovi se može zaključiti

kako je potražnja za medicinskim uslugama van vlastite države znatno veća u državama „ekonomijama u nastajanju“ (emerging economies), tj. manje je izražena u „tradicionalnim“ ekonomijama, društveno i socijalno konsolidovanim zemljama Zapada (Hrvatska turistička zajednica 2016: 6). Popularne destinacije za medicinske turiste zavise od traženih tretmana, zemlje iz koje pacijenti dolaze i unaprijed uspostavljenih sporazuma (Glinos, Baeten, Helble i Maarse 2010).

### **Atraktivnost Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije**

Pregled literature uključuje određene faktore koji imaju utjecaj na razvoj medicinskog turizma. Svi ti faktori su širi od kvalitete usluge, konkurentnosti destinacije i raznih drugih aspekta (Sultana, Haque, Momen i Yasmin 2014).

Iz aspekta konkurentnosti destinacije željena destinacija medicinskog turizma trebala bi imati bogatu infrastrukturu, kao i okolinu. Komparativna prednost može uključivati klimu, geografski položaj, floru i faunu, dok se konkurentska prednost može odnositi na područja zdravlja i zdravstvene zaštite, naslijeđe / historijske atrakcije, događaje, saobraćaj, vladinu politiku, stvarnu kvalitetu menadžmenta i vještine radnika (Al-Amin, Makarem i Pradhan 2011).

Jedan od najvažnijih faktora je svakako kvaliteta medicinske usluge u odredišnoj zemlji. Medicinski turisti se u velikoj mjeri fokusiraju na ovo pitanje. Iz tog razloga odredišna zemlja mora ispuniti očekivanja medicinskih turista kroz kvalitetnu uslugu i performanse (Parasuraman, Zeithaml i Berry 1994).

U turističkoj industriji stav kupaca ili turista prema bilo kojem odredištu je vrlo važan za njen uspjeh. Može varirati od osobe do osobe. Oni mogu biti različiti u određenim aspektima kao što su dob, spol, prihod, obiteljska struktura, rasa, kultura, društvena klasa i etnička pripadnost. Hrana, odjeća, politika i religija ključni su faktori za čovjekov stav. Stav osobe se može definisati kao „procjena osjećaja i sklonosti prema nekom predmetu ili ideji“ (Sultana, Haque, Momen i Yasmin 2014).

Potrošači su vrlo osjetljivi u pogledu troškova važnih za bilo koji proizvod ili uslugu. To vrijedi za sve vrste kupaca, posebno za kupce osjetljive na cijenu. Cijena bilo kojeg proizvoda ili usluge je ključni element za određivanje nivoa zadovoljstva bilo kojeg kupaca. Ne bi trebalo premašiti očekivanja kupaca (Hosseini 2010). U sektoru turizma destinacija može biti atraktivna

turistima samo kad su troškovi dobivanja usluga razumni. Može biti nekoliko izuzetnih slučajeva, ali troškovi utječu na izbor i zadovoljstvo turista. To uključuje određene vrste rashoda poput troškova smještaja, troškova prijevoza, troškova hrane i troškova za zabavne sadržaje itd. (Baum i Hagen 1999). Iz tog razloga u medicinskom turizmu trošak medicinske usluge ili naknade, troškovi smještaja, troškovi hrane i troškovi prijevoza su bitni za mjerenje atraktivnost destinacije.

Na temelju gore navedenog atraktivnost Bosne i Hercegovine će se analizirati kroz sedam faktora atraktivnosti destinacije i to: geografija, kultura, imidž destinacije, infrastruktura, okruženje, rizici i nagrade i cijena. Kada se analizira geografiju kao faktor atraktivnosti Bosne i Hercegovine kao destinacije za medicinski turizam, najbitnije je odrediti ciljno tržište. Naprimjer, turisti koji traže medicinsku pomoć u Velikoj Britaniji najčešće dolaze iz Španije, Turske, Belgije, Mađarske, Poljske i Češke. Turisti ne žele putovati po deset sati da bi koristili medicinsku uslugu u nekoj drugoj zemlji. Dakle, ne smije se preširoko definisati ciljno tržište. Ciljno tržište Bosne i Hercegovine bi trebali biti turisti iz zemalja koje su udaljene do tri sata leta. Fokus Bosne i Hercegovine bi trebao biti na zemljama Balkanskog i Apeninskog poluotoka, srednje, sjeverne i istočne Evrope, dijelu sjeveroistočne Afrike i dijelu jugozapadne Azije.

Naredni faktor atraktivnosti destinacije je kultura, jezik, religija i hrana. Bosna i Hercegovina predstavlja jednu veoma zanimljivu turističku destinaciju sa izuzetnim prirodnim ljepotama, kulturno-historijskim vrijednostima i povoljnim klimatskim uslovima. Na teritoriji Bosne i Hercegovine vijekovima su se ukrštale razne kulture, religije i tradicije, ostavljajući svoj pečat, što daje dodatnu vrijednost za stvaranje specifičnog turističkog proizvoda. Geografski položaj zemlje, koja je smještena u središtu Evrope, nudi potencijal za privlačenje velikog broja turista u krugu od tri sata letenja. Bosna i Hercegovina je prepoznata kao dobra destinacija po prihvatljivoj cijeni zbog relativno niske cijene usluga i dobre, ali ne i skupe ponude hrane i pića. Istraživanje provedeno 2014. godine u Sarajevu je pokazalo da su turisti vrlo zadovoljni gastronomskom ponudom u gradu, ali i kulturnim i historijskim sadržajima (Čaušević i Čizmić 2017). Shodno tome, kultura, jezik, religija i hrana mogu se tretirati kao snaga odnosno konkurentska prednost Bosne i Hercegovine.

Imidž Bosne i Hercegovine je dugo bio narušen ratnim dešavanjima, ali i zbog nestabilne političke situacije u državi. Međutim, sve je više turista koji posjećuju Bosnu i Hercegovinu, te se može zaključiti da je imidž zemlje u glavama turista mnogo bolji i povoljniji. Prema analizi „Turistički imidž

Bosne i Hercegovine sa aspekta turističkih posrednika u regionu“, ocjena turističkog imidža Bosne i Hercegovine je neutralna kao i ugled, kao njegova komponenta; međutim, zastupljeno je mišljenje da postoji dobra osnova za razvoj turizma u Bosni i Hercegovini. Prethodna posjeta i zastupljenost u ponudi i lokacije ne utječu na doživljeni imidž Bosne i Hercegovine, u provedenom istraživanju (Federalno ministarstvo okoliša i turizma 2008). Novija istraživanja su pokazala da je imidž glavnog grada, Sarajeva, ali i Bosne i Hercegovine pozitivan (Čaušević i Čizmić 2017). S obzirom na to da je imidž države bolji u odnosu na prethodne godine, isti bi se mogao svrstati u snagu, a ne slabost Bosne i Hercegovine.

Infrastruktura je naredni faktor pri analizi atraktivnosti Bosne i Hercegovine. Uspješnost na turističkom tržištu nije moguća bez dobro razvijene saobraćajne povezanosti destinacije s okruženjem. Brzi tehnološki napredak u svijetu očituje se i uvođenjem savremenijih, udobnijih i bržih saobraćajnih sredstava. Jedna od funkcija saobraćajnog sistema je posredovanje u prometnoj povezanosti turističkih destinacija s emitivnim tržištem, a ta će uloga postati još važnijom izgradnjom i modernizacijom saobraćajne infrastrukture Bosne i Hercegovine. Međutim, nažalost, mreža puteva u Bosni i Hercegovini je vrlo loša. Mreža puteva u Bosni i Hercegovini broji otprilike 22.600 km, od kojih 3.788 km čine glavni putevi, 4.842 regionalni, te 14.000 lokalne ceste. BiH ima četiri glavna aerodroma, koji su u skladu sa ICAO standardima, te koji operiraju međunarodnim letovima. Sarajevski aerodrom operira sa gotovo 90% ukupnog zračnog saobraćaja. Iako su svi aerodromi zabilježili razvoj u pogledu modernizacije i proširenja postojećih kapaciteta, uključujući i poboljšanja navigacijske opreme i drugih postrojenja, ipak je situacija u tom pogledu mnogo lošija u odnosu na susjedne zemlje. Kada se analizira i smještajne i ugostiteljske kapacitete, situacija ni u tom pogledu nije bolja. Jedino je u Sarajevu zabilježen rast smještajnih objekata. Iz tih razloga infrastruktura se može smatrati slabošću Bosne i Hercegovine iz aspekta atraktivnosti.

Turizam nije regulisan na državnom nivou. Međutim, učinjen je napor da se uspostavi Državna turistička asocijacija koja treba koordinirati razvoj turističke industrije u oba entiteta. Ni država ni entiteti nemaju politiku ili zakonske propise o održivom turizmu. Rješavanje političke fragmentiranosti će i dalje biti značajan izazov za kompleksnu državu poput Bosne i Hercegovine. Sa četiri upravna nivoa (država, entiteti, kantoni, općine) upravljanje okolišem i regulatorno-kontrolni sistemi su vrlo kompleksni i veoma često se preklapaju. Vlasti su iskazale predanost stavljanju okolinskih pitanja u vrh prioriteta u svom planu rada. Međutim, upravljanje okolišem nije bilo prioritet u procesu poslijeratnog ekonomskog oporavka u



Bosni i Hercegovini i upravljanje okolišem u cijeloj zemlji pati zbog neoptimalnog institucionalnog, strateškog i pravnog okvira. Kao rezultat toga politike, planovi i programi ne uzimaju u obzir utjecaj na okoliš. Zbog nepostojanja agencije za okoliš na državnom nivou međuentitetski pristup je bio dobar kompromis. Nepostojanje mandata, agencije i kapaciteta za upravljanje okolišem na državnom nivou i kontinuirano protivljenje bilo kakvom povećanju ovlasti na državnom nivou doprinose mnogobrojnim problemima, a posebno nepostojanju usaglašenih politika između države i entiteta. Upravljanje okolišem je i dalje primarna nadležnost dvaju entiteta, u skladu sa članom III.3 (a) Ustava (Ekonomska komisija Ujedinjenih naroda za Evropu 2011). Iz navedenog okoliš se također treba tretirati kao slabost, odnosno okoliš ne spada u konkurentsku prednost Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije.

Šesti faktor pri analizi atraktivnosti Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije su rizici i nagrade. U medicinskom turizmu, za razliku od ostalih oblika turizma, rizik je mnogo prisutniji. Medicinski turizam obuhvata opsežan spektar medicinskih procedura, od kojih se svaka suočava sa jedinstvenim rizicima. Medicinski putnici mogu se susresti sa brojnim fizičkim, emocionalnim i finansijskim rizicima za vrijeme i nakon njege u inostranstvu. Putovanje samo po sebi može biti rizično za bolesne pojedince. Doktori možda nisu upoznati sa medicinskom historijom pacijenta i kartoni se teže prenose između zemalja. Kulturne i jezičke razlike mogu smanjiti pacijentovo razumijevanje o njihovoj njezi, a pacijenti imaju ograničenu podršku prijatelja i porodice dok su u inostranstvu (Crozier i Martin 2012). Rizik je najčešće prisutan u kozmetičkoj hirurgiji, gdje svi postupci često ne idu prema planu. U najgorem mogućem scenariju, oporavak nakon operacije ne ide dobro i pacijent treba produžiti svoj boravak u destinaciji i samim tim postoje dodatni troškovi ili, ako se pacijent vrati kući, morao bi potražiti daljnju medicinsku njegu i liječenje u svojoj zemlji. To bi povećalo troškove cjelokupnog liječenja (Connell 2006). Nema autoritativnih brojeva o kliničkim ishodima ili stopama oporavka za medicinske putnike. Kvaliteta objekata uveliko varira, a pritom su komplikacije svugdje glavna briga i izgleda da su komplikacije visoke za medicinske putnike. Turner je identifikovalo 26 slučajeva smrti nakon kozmetičke i barijatrijske operacije u inostranstvu objavljenih u medijima, od čega se preko polovine dogodilo u Meksiku i Dominikanskoj Republici. Teške komplikacije i smrti su također prijavljeni za medicinske turiste koji su koristili tretmane matičnih ćelija i transplantaciju organima (Turner 2012).

Popularnost estetske hirurgije u Bosni i Hercegovini raste, te je povećana potražnja dovela i do širenja ponude. Žene su najčešći pacijenti, a jedna četvrtina pacijenata su muškarci. Veliki broj bh. dijaspore također koristi

tretmane estetske hirurgije, ali i stomatološke usluge. Bosna i Hercegovina je vrlo privlačna destinacija za estetski i dentalni turizam zbog vrlo kvalitetnih ordinacija i kvalifikovanog kadra. Također, veliki broj turista iz susjednih zemalja odlučuje se na medicinske tretmane u Bosni i Hercegovini zbog povoljnijih cijena usluga. Rizici i nagrade kao faktori atraktivnosti Bosne i Hercegovine predstavljaju konkurentsku prednost Bosne i Hercegovine.

Posljednji faktor koji će se posmatrati pri analizi atraktivnosti Bosne i Hercegovine kao turističke destinacije za razvoj medicinskog turizma je cijena. U narednoj tabeli je dat pregled cijena medicinskih usluga u Bosni i Hercegovini i susjednim zemljama.

*Tabela 1. Pregled cijena medicinskih usluga (u eurima)*

| <b>Zemlje</b>                   |                            |                 |               |                  |
|---------------------------------|----------------------------|-----------------|---------------|------------------|
|                                 | <b>Bosna i Hercegovina</b> | <b>Hrvatska</b> | <b>Srbija</b> | <b>Slovenija</b> |
| <b>Stomatologija</b>            |                            |                 |               |                  |
| Izbjeljivanje zuba              | 180                        | 340             | 190           | 300              |
| Straumann implantat             | 770                        | 693             | 700           | 750              |
| Keramička kruna                 | 82                         | 220             | 110           | 260              |
| <b>Estetska hirurgija</b>       |                            |                 |               |                  |
| Povećanje grudi                 | 2.707                      | 3.880           | 2.800         | 3.500            |
| Liposukcija                     | 1.025                      | 2.079           | 1.250         | 2.000            |
| Rinoplastika                    | 1.540                      | 2.495           | 2.000         | 3.500            |
| Face lifting                    | 3.076                      | 3.603           | 3.000         | 4.500            |
| <b>Oftalmologija</b>            |                            |                 |               |                  |
| Metoda LASIK skidanje dioptrije | 923                        | 1.900           | 1.025         | 1.190            |
| Katarakta                       | 1.692                      | 1.663           | 1.300         | 1.000            |

Izvor: Obrada autora

Cijene medicinskih usluga u prethodnoj tabeli su okvirne i mogu varirati od klinike do klinike. Cijene su preuzete sa web stranica najpoznatijih poliklinika iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Srbije i Slovenije. U Bosni i Hercegovini su cijene najniže u poređenju sa susjednim zemljama. Srbija cjenovno jedino može konkurirati Bosni i Hercegovini. Sve usluge vezane za stomatologiju, estetsku hirurgiju i oftalmologiju su značajno niže od drugih

zemalja. Uzme li se u obzir i kvaliteta usluga zajedno sa cijenom, Bosna i Hercegovina zasigurno ima konkurentsku prednost. S obzirom na to da je urađena analiza atraktivnosti Bosne i Hercegovine, u nastavku je prikazana analiza unutrašnjeg i vanjskog okruženja Bosne i Hercegovine u obliku SWOT analize.

*Tabela 2. SWOT analiza medicinskog turizma Bosne i Hercegovine*

| <b>SNAGE</b>   | <b>SLABOSTI</b>   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cjenovna konkurentnost</li> <li>- Dobar geografski položaj</li> <li>- Imidž Bosne i Hercegovine</li> <li>- Bogato kulturno i historijsko naslijeđe</li> <li>- Bogata gastronomska ponuda</li> <li>- Kvalifikovan kadar</li> <li>- Kvalitetne medicinske usluge u privatnim poliklinikama</li> <li>- Rast turističkih posjeta</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Loša infrastruktura</li> <li>- Loša saobraćajna povezanost sa drugim zemljama</li> <li>- Nedovoljna saradnja sa drugim učesnicima</li> <li>- Turizam nije regulisan na državnom nivou</li> <li>- Loši smještajni kapaciteti (kada se uzme u obzir kompletna BiH)</li> <li>- Nedostatak parking-prostora</li> <li>- Neuredne ulice</li> <li>- Nedostatak turističke signalizacije</li> <li>- Loša ekonomska i politička situacija u zemlji</li> <li>- Nedostatak promocije</li> </ul> |
| <b>PRILIKE</b>   | <b>PRIJETNJE</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rast potražnje za medicinskim uslugama</li> <li>- Stvaranje klastera medicinskog turizma</li> <li>- Privlačenje investicija</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Odlazak stručnog kadra</li> <li>- Prepoznatljivost susjednih zemalja kao destinacija medicinskog turizma, naročito Hrvatske</li> <li>- Kvaliteta usluga destinacija sa razvijenim medicinskim turizmom</li> <li>- Nedostatak finansijske podrške</li> </ul>  |

Izvor: Obrada autora

Iskorištavanjem prilika navedene snage mogu Bosnu i Hercegovinu afirmisati kao destinaciju medicinskog turizma.

## Zaključak

Bosna i Hercegovina kao destinacija medicinskog turizma još uvijek nije prepoznata na međunarodnom tržištu. U tom kontekstu treba se fokusirati na razvijanje dentalnog i estetskog turizma. Bosna i Hercegovina ima konkurentsku prednost što se tiče geografskog položaja, kulture, jezika, religije, hrane, imidža, rizika i cijena. Navedene snage trebaju se iskoristiti na adekvatan način koji će omogućiti pozicioniranje Bosne i Hercegovine kao atraktivne destinacije medicinskog turizma.

Medicinski turizam je selektivni oblik turizma koji ima tendenciju rasta. Cijene medicinskih usluga su u svijetu rastuće, naročito u zapadnim zemljama, te su sve duže liste čekanja. Iz tih razloga pacijenti sve češće odlaze u manje razvijene zemlje u potrazi za brzom, kvalitetnom, ali i jeftinom medicinskom uslugom. Zato novi turistički proizvod koji se razvija na temelju medicinskih usluga već razvija prve dobre marketinške modele u praksi. U Bosni i Hercegovini su cijene medicinskih usluga niže od susjednih zemalja i zemalja zapadne Evrope. To pruža idealnu priliku za osmišljavanje integrisanog paketa proizvoda koji se sastoji od medicinskih i hotelskih usluga (Krajnović, Babić i Bosna 2013). Preporuka za dalji razvoj medicinskog turizma u Bosni i Hercegovini je osnivanje klastera. Klaster je i grupa preduzeća i organizacija koja međusobnim umrežavanjem i kontaktima poboljšava svoj nastup na tržištu i postiže konkurentsku prednost, tj. stvara višak vrijednosti – dobit (profit). Za klastere medicinskog turizma glavne funkcije su transportni sistemi, pružatelji zdravstvenih i medicinskih usluga, uključujući bolnice i klinike, hotele, kao i ljudske resurse koji su potrebni za obavljanje ovih osnovnih funkcija. Najvažniji cilj uspostavljanja klastera je poboljšanje konkurentnosti na turističkom tržištu.

## Literatura

1. Al-Amin, M., Makarem, S. C., Pradhan, R. 2011. Hospital ability to attract international patients: a conceptual framework. *Int J Pharma Health Market*, 5 (3), str. 205–221.
2. Baum, T., Hagen, L. 1999. Responses to seasonality: the experiences of peripheral destination. *International journal of tourism research*, 1, str. 299–312.
3. Connell, J. 2006. Medical tourism: Sea, sun, sun and ...surgery. *Tourism Management*, 27, str. 1093–1100.
4. Crozier, G., Martin, D. 2012. How to address the ethics of reproductive travel to developing countries: a comparison of national self-sufficiency and

- regulated market approaches. *Developing World Bioethics*, 12 (1), str. 45–54.
5. Čaušević, A., Čizmić, E. 2017. Impact of Event Tourism in a Tourist Destination Quality of Experience – Case of the Sarajevo Film Festival. *Universal Journal of Management*, 5 (7), str. 332–340.
  6. Čaušević, A., Čizmić, E. 2017. Uticaj specifične manifestacije na percepciju turističke destinacije: Primjer Sarajevo Film Festivala. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Sarajevu*, 35, str. 30–50.
  7. Douglas, N., Douglas, N., Derrett, R. 2001. *Special Interest Tourism*. Australia: Wiley.
  8. Ekonomska komisija Ujedinjenih naroda za Evropu. 2011. Pregled stanja okoliša, Bosna i Hercegovina, drugi pregled [online]. Dostupno na: [http://www.bhas.ba/dokumenti/EPR\\_2\\_001\\_01-bh.pdf](http://www.bhas.ba/dokumenti/EPR_2_001_01-bh.pdf) [23. 9. 2019].
  9. Federalno ministarstvo okoliša i turizma. 2008. Strategija razvoja turizma Federacije Bosne i Hercegovine za period 2008–2018. [online]. Dostupno na: [http://www.ruralexextension.org/doc/Strategija%20razvoja%20turizma%20FBIH%202008-2018%20\(2008\).pdf](http://www.ruralexextension.org/doc/Strategija%20razvoja%20turizma%20FBIH%202008-2018%20(2008).pdf) [23. 9. 2019].
  10. Glinos, I. A., Baeten, R., Helble, M., Maarse, H. 2010. A typology of cross-border patient mobility. *Health & Place*, 16 (6), str. 1145–1155.
  11. Hosseini, H. 2010. Strategies to contain the high and rising costs of health: Will they increase existing health care disparities and are they ethical? *Humanomics*, 26 (2), str. 112–123.
  12. Hrvatska turistička zajednica. 2016. Medicinski turizam – međunarodni trendovi i perspektive [online]. Dostupno na: <https://htz.hr/sites/default/files/2016-11/Medicinski-turizam-Medunarodni-trendovi-i-perspektive.pdf> [16. 9. 2019].
  13. Krajnović, A., Babić, R., Bosna, J. 2013. Medicinski turizam – neki marketinški i etički aspekti, 1, str. 16–30.
  14. Lee, C. 2007. Medical tourism, an innovative opportunity for entrepreneurs. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3 (1).
  15. MacReady, N. 2007. Developing countries court medical tourists. *The Lancet*, 369 (9576), str. 1849–1850.
  16. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. 1994. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for future research. *Market*, 58, str. 111–124.
  17. Pennings, G. et al. 2008. ESHRE Task Force on Ethics and Law 15: Cross-border reproductive care. *Human Reproduction*, 23 (10), str. 2182–2184.
  18. Samir, N., Karim, S. 2011. An Insight: Medical Tourism, Local and International Perspective. *Oman Medical Journal*, 26 (4), str. 215–218.
  19. Smith, K. 2012. The problematization of medical tourism: a critique of neoliberalism. *Developing World Bioethics*, 12 (1), str. 1–8.
  20. Sultana, S., Haque, A., Momen, A., Yasmin, F. 2014. Factors Affecting the Attractiveness of Medical Tourism Destination: An Empirical Study on India- Review Article. *Iranian J Publ Health*, 43 (7), str. 867–876.

21. Štiković, I. 2017. Zdravstveni turizam – potencijal Istre u međunarodnom okruženju [online]. Dostupno na: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:1943/preview> [13. 9. 2019].
22. Theobald, F. T. 1998. The meaning, scope and measurement of travel and tourism. Drugo izdanje. Global Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann, str. 3–21.
23. Turner, L. 2010. „Medical tourism” and the global marketplace in health services: US patients, international hospitals, and the search for affordable health care. *International Journal of Health Services*, 40 (3), str. 443–467.
24. Turner, L. 2012. News media reports of patient deaths following ‘medical tourism’ for cosmetic surgery and bariatric surgery. *Developing World Bioethics*, 12 (1), str. 21–34.