

UNAPREĐENJE UPRAVLJANJA ZDRAVSTVENIM TURIZMOM U SRBIJI KAO TURISTIČKOJ DESTINACIJI – MOGUĆNOSTI I OČEKIVANI EFEKTI RAZVOJA

IMPROVING HEALTH TOURISM MANAGEMENT IN SERBIA AS A TOURISM DESTINATION – OPPORTUNITIES AND EXPECTED EFFECTS OF DEVELOPMENT

Milutinović Olivera | Univerzitet „Union – Nikola Tesla“, Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, Srbija | olivera.milutinovic@famns.edu.rs |
ORCID 0000-0002-9677-9025

Garabinović Dušan | Visoka poslovna škola strukovnih studija "Prof. dr Radomir Bojković", Kruševac, Srbija |
dusan.garabinovic.032@gmail.com | ORCID0000-0002-6247-3060

Andelić Slavica | Univerzitet „Union – Nikola Tesla“, Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, Srbija | slavica.andjelic@famns.edu.rs |
ORCID 0000-0003-4021-0822

Stojanović Milosav | Visoka poslovna škola strukovnih studija „Čačak“, Beograd, Srbija | milosav.r.stojanovic@gmail.com |
ORCID 0000-0001-5883-1286

JEL klasifikacija: L83

DOI: 10.5937/trendpos2501078M

UDK: 338.48-6:615.8(497.11)

005.511:005.412

COBISS.SR-ID 171179529

Sažetak

Zdravstveni turizam je oblik turizma koji ima rastući značaj u sveukupnom turističkom poslovanju. Republika Srbija prati svetske trendove i postaje sve konkurentnija u zdravstvenom turizmu. Međutim, iako potencijali za veći razvoj postoje, ti potencijali i dalje nisu u potpunosti iskorišćeni, što ukazuje da je potrebno adekvatnije upravljanje razvojem zdravstvenog turizma. U skladu sa tim, predmet ovog rada je unapređenje upravljanja zdravstvenim turizmom u Srbiji u pogledu analize mogućnosti za njegov razvoj i očekivanih efekata tog razvoja. Cilj ovog rada je ustanoviti: karakteristike željenog radnog mesta u zdravstvu/zdravstvenom turizmu, motive za rad u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom, upoznatost sa pojmovima iz domena zdravstvenog turizma, ocene menadžment i jezičkih kompetencija, atraktivnost pojedinih elemenata zdravstvenog sistema za razvoj zdravstvenog turizma u Srbiji, postojeće stanje razvijenosti zdravstvenog turizma u pojedinim elementima zdravstvenog sistema, finansijske i nefinansijske efekte uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam i stanje objekata, opreme i materijala u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom u poređenju sa ustanovama koje se bave nekim od klasičnih oblika zdravstvene zaštite. Sprovedeno je anketno istraživanje kako bi se ostvarili navedeni ciljevi. Dobijeni rezultati predstavljaju smernice za dalje unapređenje upravljanja razvojem Srbije kao destinacije zdravstvenog turizma.

Abstract

Health tourism is a form of tourism that has a growing importance in the overall tourism business. The Republic of Serbia follows world trends and is becoming increasingly competitive in health tourism. However, although there is potential for greater development, this potential is still not fully utilized, which indicates that more adequate management of the development of health tourism is needed. Accordingly, the subject of this paper is the improvement of the management of health tourism in Serbia.

in terms of analysing the possibilities for its development and the expected effects of that development. The aim of this paper is to establish: the characteristics of the desired workplace in health care/health tourism, motives for working in institutions dealing with health tourism, familiarity with terms from the domain of health tourism, evaluation of management and language competencies, the attractiveness of certain elements of the health system for the development of health tourism in Serbia, the current state of development of health tourism in certain elements of the health system, financial and non-financial effects of the inclusion of health institutions in health tourism and the state of facilities, equipment and materials in institutions that deal with health tourism compared to institutions that deal with some of the classic forms of health care. A survey was conducted in order to achieve the stated aims. The obtained results represent guidelines for the further improvement of the management strategy for the development of Serbia as a health tourism destination.

Ključne reči: *zdravstvo, turizam, zdravstveni turizam, menadžment turističke destinacije, motivacija, menadžment kompetencije, jezičke kompetencije, efekti razvoja zdravstvenog turizma*

Keywords: *health care, tourism, health tourism, tourism destination management, motivation, management competencies, language competencies, effects of health tourism development*

Uvod

Zdravstveni i medicinski turizam se često koriste kao sinonimi iako teorijski posmatrano nisu potpuno identični pojmovi. Zdravstveni turizam je „organizovano putovanje u drugu oblast radi održavanja, poboljšanja ili obnavljanja fizičkog i mentalnog zdravlja osobe“, dok je medicinski turizam „putovanje osobe do specijalizovane destinacije za specijalizovanu medicinsku negu, što predstavlja glavni razlog putovanja“ [1]. Zdravstveni turizam se može podeliti u dve osnovne grupe. Prva obuhvata čisto medicinski turizam (lečenje i rehabilitacija), a druga preventivni turizam (kombinacija poboljšanja opšteg zdravstvenog stanja i odmora) [1].

Medicinski turizam postaje sve popularniji u svetu. Sa druge strane, u Republici Srbiji trend razvoja navedenog oblika turizma javlja se sa zakašnjenjem. Srbija i pored toga postaje jedna od značajnih destinacija medicinskog turizma zahvaljujući potencijalima koje za njegov razvoj ima [2]. Potencijali, tj. mogućnosti razvoja se zasnivaju na ljudskim resursima iz oblasti medicine (obrazovanje i stručnost), prirodnim resursima (termo-geološki i mineralne vode), banjama, tradiciji upotrebe, nižim cenama za dobar kvalitet usluge u odnosu na druge destinacije [2] [3].

Rastuće interesovanje inostranih turista uključuje dolaske iz zemalja nekadašnje Jugoslavije, ali i mnogih drugih. Među oblastima medicine za kojima vlada velika tražnja u pogledu usluga su: oftalmologija, plastična hirurgija, ortopedija, fiziologija, kardiologija i dr. Srbija postaje popularna turistička destinacija za operacije srca, rehabilitaciju u banjama, ali sve više i za promenu pola (razlozi su niže cene, ugled stručnjaka u svetu, zakonska regulativa i dr.) i dentalni turizam (razlozi su niže cene i visok kvalitet usluga). Takođe, postoji tražnja i za uslugama iz domena estetske hirurgije. One uključuju operacije grudi, nosa, *fejslifting*, *lifting* stomaka, transplantaciju kose, korekciju kapaka i dr. [2]. Domaći turisti preferiraju banje [3]. Muhi i Đurković kao najznačajniji element medicinske turističke ponude izdvajaju stomatologiju, ali ne zanemarujući ni laparoskopiju, plastičnu hirurgiju, veštačku oplodnju i rehabilitaciju u banjama [3].

Upoređujući potencijale za razvoj medicinskog turizma i njegovu razvijenost, zaključuje se da u Srbiji postoji veliki prostor za dalji napredak u ovoj oblasti. Razlozi za navedeno stanje su brojni, ali se mogu izdvojiti: odlasci pacijenata iz Srbije u inostranstvo, nedostatak agencija koje su specijalizovane za poslove organizovanja medicinskih putovanja i neadekvatan nivo promovisanja analiziranog oblika turizma [2]. Primer za odsustvo optimalnog nivoa promocije vidi se u analizi *veb-sajtova* ustanova dentalnog turizma u Srbiji čiji rezultati su pokazali da postoji dosta mogućnosti za unapređenje [4]. Sa druge strane, upravo zbog nedostatka specijalizovanih agencija, medicinski turizam se u većini još uvek zasniva na pojedinačnim dolascima [3]. Najjednostavnije rečeno, zdravstveni turizam u Srbiji je trenutno u razvoju i teži ostvarivanju internacionalizacije [3].

Zdravstveni turizam ne bi trebalo posmatrati izdvojeno od ostalih oblika turizma. Kompleksnost posebnih oblika turizma proizilazi iz kompleksnosti turizma kao celine i uzrokuje njihovu međusobnu povezanost i isprepletanost. Na primer, ustanovljeno je da postoji značajna povezanost gastronomske ponude u okviru banja u Srbiji sa sveukupnim iskustvom medicinskog turizma [5]. Analizirajući konkurentnost banja u Srbiji, zaključuje se da su mnoge banje u Srbiji devastirane, usluge su većinom konvencionalne, a savremene usluge mogu se videti samo u nekoliko vodećih banjskih centara [6].

U Srbiji istorijski razvoj ne samo zdravstvenog, već i turizma u celini, može se poistovetiti sa razvojem banjskog turizma. Navedeno ukazuje na značaj ovog specifičnog elementa turističke ponude, odnosno oblika turizma. Dodatna potvrda značaja banja pronalazi se u činjenici da mnoga mesta u svom nazivu imaju reč „banja“. U Srbiji postoji veliki broj ne samo izvora mineralne vode, već i lokaliteta sa mineralnim gasovima i medicinskim blatom. Pojedini lokaliteti su poznati još od rimskog perioda. Banje u Srbiji su pogodne za lečenje mnogih bolesti, a pored banja koje se zasnivaju na termo-mineralnoj vodi, postoje i klimatske banje [3]. Klimatski faktori su veoma značajna determinanta razvoja zdravstvenog turizma u Srbiji [7].

Jedan od neizostavnih faktora daljeg razvoja medicinskog turizma u Srbiji je i sklonost ka preduzetništvu. Analizom značaja kulturnih dimenzija za usmerenost ka preduzetništvu u navedenom obliku turizma u Srbiji utvrđena je povezanost kulturnih prediktora i dimenzija preduzetničke orijentacije (Tabela 1) [8].

Tabela 1. Kulturne i preduzetničke dimenzije medicinskog turizma u Srbiji [8]

GLOBE kulturne dimenzije (prediktori)	Dimenzije preduzetničke orijentacije
„Izbegavanje neizvesnosti, usmerenost na učinak, grupni kolektivism, asertivnost“	Radna etika
„Grupni kolektivism, asertivnost“	Empatija
„Grupni kolektivism, asertivnost, ravnopravnost polova“	Inovativnost
„Grupni kolektivism, asertivnost“	Autonomija
„Izbegavanje neizvesnosti, grupni kolektivism, asertivnost“	Spremnost na preuzimanje rizika

Regionalna saradnja je takođe važan činilac potpunijeg razvoja zdravstvenog turizma u Srbiji. Ključne koristi ovakvog načina povezivanja su: veća posećenost banja, pristupačnost, bolji kvalitet, razvoj specifičnih proizvoda, bolji imidž, niži troškovi, veća atraktivnost, dodatna vrednost i uspešnost regije, viši nivo stručnosti i održivi razvoj [9]. Upravo zdravstveni turizam ima važno mesto u održivom razvoju Srbije [10]. Zdravstveni turizam može doprineti razvoju ruralnih područja Srbije koristeći karakteristike klime, flore i mineralnih voda, organske hrane i mogućnosti boravka u prirodnom okruženju [11]. Razvoj usluga zdravstvenog turizma kroz održivi menadžment destinacije može doprineti revitalizaciji nerazvijenih i slabije razvijenih područja Srbije [12].

U ostvarivanju ciljeva razvoja zdravstvenog turizma neizostavno je i pitanje ljudskih resursa. Oni se mogu posmatrati kao jedan od glavnih faktora uspešnog razvoja zdravstvenog turizma. Važno je unapređivati njihove kompetencije, prvenstveno obrazovanjem i obukom [13].

Predmet ovog rada je unapređenje upravljanja zdravstvenim turizmom u Srbiji u pogledu analize mogućnosti za njegov razvoj i očekivanih efekata tog razvoja. Cilj ovog rada je ustanoviti: 1) karakteristike željenog radnog mesta u zdravstvu/zdravstvenom turizmu; 2) motive za rad u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom; 3) upoznatost sa pojmovima iz domena zdravstvenog turizma; 4) ocene menadžerskih kompetencija ispitanika; 5) znanje stranih jezika ispitanika; 5) atraktivnost zdravstvenog turizma u Srbiji; 6) postojeće stanje zdravstvenog turizma u Srbiji; 7) finansijske efekte uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam; 8) nefinansijske efekte uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam; i 9) stanje objekata, opreme i materijala u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom u poređenju sa ustanovama koje se bave nekim od klasičnih oblika zdravstvene zaštite.

Opis istraživanja

Istraživanje je sprovedeno tokom juna i jula 2024. godine korišćenjem upitnika. Upitnik je distribuiran tradicionalno u štampanom obliku. Pitanja su bila zatvorenog tipa i to u formi: a) odabrati odgovor; b) odabrati jedan ili više odgovora; i c) oceniti na petostepenoj *Likert*-skali.

Upitnik je distribuiran licima koja ispunjavaju jedan od dva uslova: a) imaju srednje i/ili visoko obrazovanje iz oblasti zdravstva; b) zaposleni su i/ili su bili zaposleni u zdravstvu. Potrebno je da dodatno ispunjavaju još jedan uslov, a to je da su upućeni u tematiku zdravstvenog turizma. Prikupljeno je 107 validnih upitnika. Struktura ispitanika prikazana je u tabeli 2.

Tabela 2. Struktura ispitanika

Obeležje	Modalitet	Broj	%
Pol	Muški	23	21,50
	Ženski	84	78,50
Srednje/visoko obrazovanje - oblast	Zdravstvo	104	97,20
	Turizam i ugostiteljstvo	0	0,00
	Ostalo	4	3,74
Radni status	Zaposlen	92	85,98
	Nezaposlen	15	14,02
Delatnost trenutne zaposlenosti	Zdravstvo	86	80,37
	Turizam i ugostiteljstvo	1	0,93
	Ostalo	5	4,67
Ranija zaposlenost u zdravstvu	Da	5	4,67
	Ne	16	14,95
Ranija zaposlenost u turizmu i ugostiteljstvu	Da	16	14,95
	Ne	90	84,11

Većina ispitanika je ženskog pola, zaposlena (ili je nekada bila zaposlena) u oblasti zdravstva i ima srednje/visoko obrazovanje iz oblasti zdravstva. Ispitanici imaju u proseku 28,12 godina. Najstariji ima 57, a najmlađi 19 godina, što ukazuje da je interval varijacije 38. Medijana je 25, a modus 20. Na osnovu analize zaključuje se da većina ispitanika pripada tzv. generaciji „Z” i to, u zavisnosti od tumačenja obuhvata, u rasponu 60-70%.

Rezultati istraživanja i diskusija

Na početku su analizirane karakteristike željenog radnog mesta u zdravstvu/zdravstvenom turizmu (Tabela 3). Većina ispitanika je izjavila da bi želela da radi u ustanovi iz oblasti zdravstva/zdravstvenog turizma koja se (odgovori su poređani opadajućim značajem) nalazi u Srbiji (84,11%), urbanim područjima (81,31%), državnoj svojini (75,70%), bavi se nekim od standardnih oblika zdravstvene zaštite (71,96%), i to kao zaposleni u privrednom subjektu (70,09%). Nakon toga sledi rad u sopstvenom privrednom subjektu, ustanovi koja se bavi zdravstvenim turizmom, kao glavnom ili dodatnom delatnošću, privatnim ustanovama, ustanovama koja se nalaze u ruralnim područjima i inostranstvu.

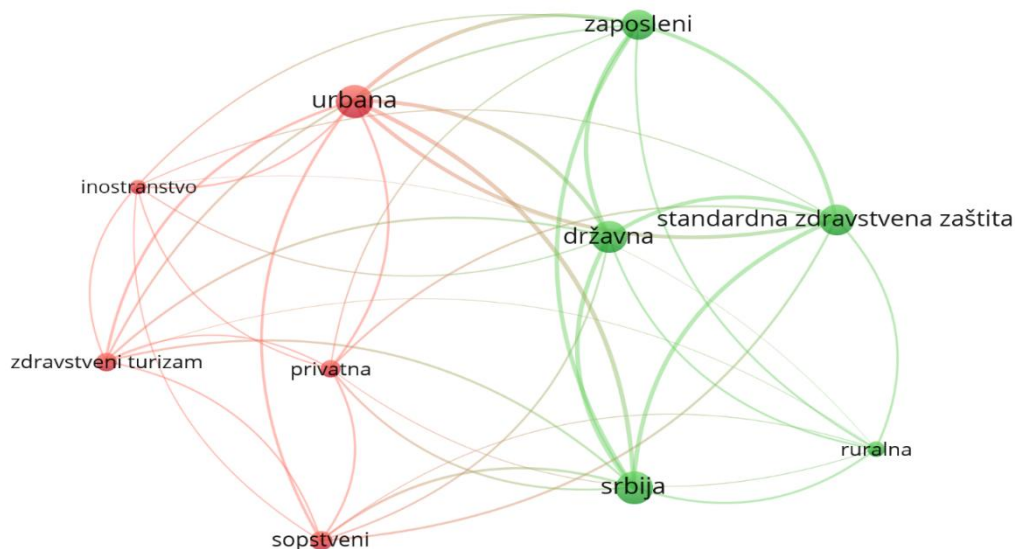
Tabela 3. Karakteristike željenog radnog mesta u zdravstvu/zdravstvenom turizmu

Kriterijum	Oblast	Broj	%
Država	Srbija	90	84,11
	Inostranstvo	17	15,89
Područje	Ruralna područja	20	18,69
	Urbana područja	87	81,31
Vrsta svojine	Privatna svojina	26	24,30

Kriterijum	Oblast	Broj	%
	Državna svojina	81	75,70
Vlasništvo	Sopstveni privredni subjekt	32	29,91
	Zaposleni u privrednom subjektu	75	70,09
Delatnost	Neki od standardnih oblika zdravstvene zaštite	77	71,96
	Zdravstveni turizam, kao glavna ili dodatna delatnost	30	28,04

Odabir Srbije kao destinacije za rad je ohrabrujući imajući u vidu dosadašnju tendenciju odlaska kvalifikovanog kadra u inostranstvo. Sa druge strane, odabir urbanih područja je u skladu sa težnjom ka komfornijem životu, što je oličeno i kroz smanjivanje broja stanovnika u ruralnim područjima Srbije. Odabir državnih zdravstvenih ustanova ukazuje na želju za sigurnošću u pogledu zaposlenja i redovnosti primanja zarada, što je aktuelna karakteristika državnog sektora u Srbiji. Preferencija ka privrednim subjektima koji se bave standardnim oblicima zdravstvene zaštite se može tumačiti kao želja za rad u klasičnoj zdravstvenoj delatnosti bez upliva korisnika koji su često podstaknuti motivima koji nisu prvenstveno zdravstveni. Odabir ispitanika da rade u svojstvu zaposlenog u privrednom subjektu ne iznenađuje kada se ima u vidu da su prethodno odabrane državne ustanove. Takođe, navedeni odabir se može objasniti i kroz potencijalnu nespremnost za prihvatanje preduzetničkog rizika i/ili odsustvo adekvatnih kompetencija za samostalno obavljanje delatnosti.

Korišćenjem programa *VOSviewer 1.6.19*, koji pruža mogućnosti u pogledu rudarenja teksta (eng. *Text Mining*) i vizuelizacije istog [14], izvršeno je povezivanje analiziranih karakteristika željenog radnog mesta. Veličina kruga prikazuje učestalost odgovora, linije povezanost odgovora, a debljina linija snagu povezanosti. Jedna karakteristika može pripadati samo jednom klasteru. Snaga povezanosti je određena korišćenjem metode normalizacije. Formiranje klastera je vršeno rezolucijom 1.00 i definisanjem najmanjeg broja karakteristika koje mogu biti u jednom klasteru, a to je 1. Na opisan način formirana su dva klastera (Slika 1).



Slika 1. Karakteristike željenog radnog mesta u zdravstvu/zdravstvenom turizmu – klasteri

Izvor: Autori

Prvi klaster (obojen crveno) uključuje radno mesto u ustanovi koja se nalazi u inostranstvu, privatnoj svojini, sopstvenom privrednom subjektu, urbanim područjima i bavi se zdravstvenim turizmom. Drugi klaster (obojen zeleno) uključuje radno mesto u ustanovi koja se nalazi u državnoj svojini, ruralnim područjima, Srbiji, bavi se standardnom zdravstvenom zaštitom i nije reč o sopstvenom privrednom subjektu, već o klasičnoj formi zaposlenja.

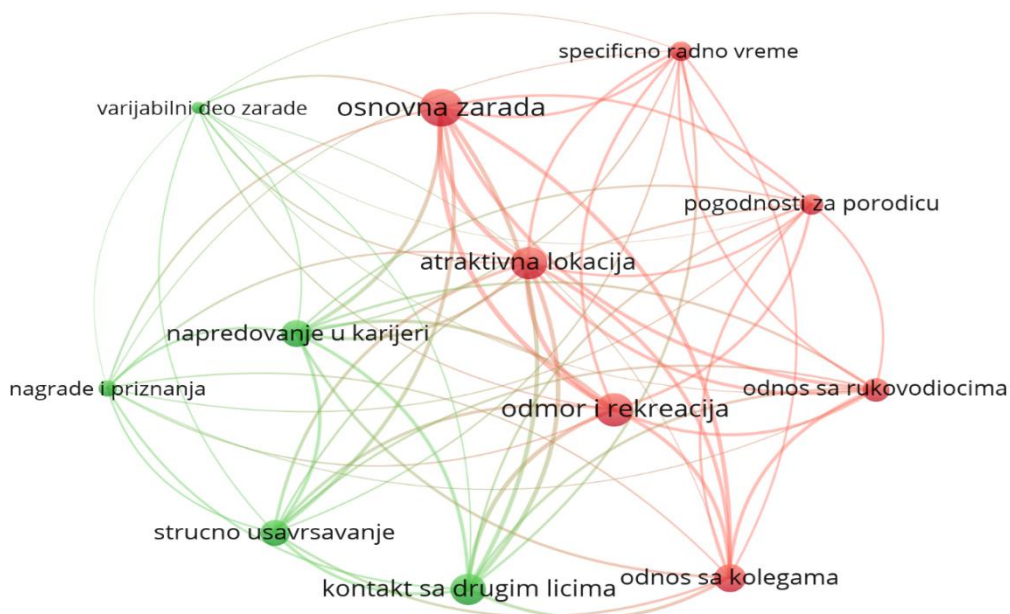
Nakon karakteristika željenog radnog mesta, analizirana je motivacija za rad u oblasti zdravstvenog turizma (Tabela 4). Trebalo bi napomenuti da su u tabeli 4 i narednim tabelama

stavke poredane po principu od najviše do najniže (prosečne) ocene. Najznačajniji motiv za rad u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom je veća osnovna zarada (75,70%). Većina ispitanika kao motive vidi i mogućnost za odmor i rekreaciju zaposlenih (57,01%), atraktivnu lokaciju (55,14%) i kontakt sa licima iz drugih delova Srbije i sveta (51,40%). Sa izuzetkom najčešćeg motiva (veća osnovna zarada), ostali motivi prisutni kod većine ispitanih su nefinansijske prirode.

Tabela 4. Motivi za rad u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom

Motiv	Broj	%
Veća osnovna zarada	81	75,70
Mogućnosti za odmor i rekreaciju zaposlenih	61	57,01
Atraktivna lokacija	59	55,14
Kontakt sa licima iz drugih delova Srbije i sveta	55	51,40
Bolji odnos sa kolegama	44	41,12
Bolje mogućnosti za napredovanje u karijeri	42	39,25
Mogućnosti za stručno usavršavanje	39	36,45
Bolji odnos sa rukovodiocima	32	29,91
Pogodnosti koje se odnose na porodicu (vrtić, besplatne ili povoljnije zdravstvene usluge i dr.)	23	21,50
Specifično radno vreme	21	19,63
Mogućnost dobijanja nagrada i priznanja	15	14,02
Varijabilni deo zarade	8	7,48

Korišćenjem programa *VOSviewer 1.6.19.*, uz iste definisane postavke kao i u slučaju karakteristika željenog radnog mesta, formirana su dva klastera motiva. Prvi klaster (obojen crveno) uključuje sledeće motive: atraktivna lokacija, bolji odnos sa kolegama, bolji odnos sa rukovodiocima, mogućnost za odmor i rekreaciju zaposlenih, pogodnosti koje se odnose na porodicu, specifično radno vreme i veća osnovna zarada. Drugi klaster (obojen zeleno) uključuje sledeće motive: bolje mogućnosti za napredovanje u karijeri, kontakt sa licima iz drugih delova Srbije i sveta, mogućnost dobijanja nagrada i priznanja, mogućnosti za stručno usavršavanje i varijabilni deo zarade.



Slika 2. Motivi za rad u ustanovi koja se bavi zdravstvenim turizmom – klasteri

Izvor: Autori

Dodatno je sprovedeno ispitivanje teorijske i stručne upoznatosti ispitanika sa pojedinim pojmovima iz domena zdravstvenog turizma (Tabela 5). Ispitanici su najbolje upoznati sa pojmom banjski turizam. Visoku informisanost imaju još o *wellness* i estetskom turizmu. Uopšteno upoznatost ispitanika sa pojmovima zdravstveni i medicinski, kao i dentalni turizam, je srednja – ni niska ni visoka. Jasno je da je neophodno unaprediti informisanost o navedenim oblicima zdravstvenog turizma, posebno zbog njihovog značaja za turizam Srbije ([2], [3]).

Tabela 5. Upoznatost sa zdravstvenim turizmom

	Veoma niska (1)		Niska (2)		Ni niska ni visoka (3)		Visoka (4)		Veoma visoka (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Banjski turizam	4	3,74	2	1,87	8	7,48	49	45,79	44	41,12	4,19	Visoka
<i>Wellness</i> turizam	6	5,61	6	5,61	25	23,36	47	43,93	23	21,50	3,70	Visoka
Estetski turizam	7	6,54	11	10,28	26	24,30	40	37,38	23	21,50	3,57	Visoka
Zdravstveni turizam	6	5,61	9	8,41	42	39,25	41	38,32	9	8,41	3,36	Ni niska ni visoka
Medicinski turizam	4	3,74	11	10,28	44	41,12	39	36,45	9	8,41	3,36	Ni niska ni visoka
Dentalni turizam	15	14,02	14	13,08	21	19,63	40	37,38	17	15,89	3,28	Ni niska ni visoka

U uvodnom delu rada ukazano je na značaj preduzetničkog delovanja u razvoju zdravstvenog turizma [8]. Sa druge strane, kao što se prethodno moglo videti, ispitanici su opisujući željeno radno mesto istakli da preferiraju rad u privrednom subjektu koji nije u njihovom vlasništvu. Bez obzira da li radili u svom privrednom subjektu ili ne, neophodno je posedovanje određenih menadžment kompetencija. U skladu sa tim, ispitanici su ocenjivali svoju kompetentnost iz osnovnih elemenata menadžment aktivnosti (Tabela 6). Sve kompetencije ispitanika iz domena menadžmenta su ocenjene kao visoke. Najbolje je pozicionirano organizovanje, a potom slede planiranje, kontrolisanje i rukovođenje. Iz navedenog se zaključuje da nedostatak menadžerskih kompetencija nije jedan od mogućih razloga zbog kojih većina ispitanika ne preferira rad u sopstvenom privrednom subjektu.

Tabela 6. Ocena menadžerskih kompetencija

	Veoma niska (1)		Niska (2)		Ni niska ni visoka (3)		Visoka (4)		Veoma visoka (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Organizovanje	2	1,87	1	0,93	30	28,04	51	47,66	23	21,50	3,86	Visoka
Planiranje	2	1,87	3	2,80	30	28,04	52	48,60	20	18,69	3,79	Visoka
Kontrolisanje	2	1,87	4	3,74	33	30,84	52	48,60	16	14,95	3,71	Visoka
Rukovođenje	2	1,87	4	3,74	38	35,51	44	41,12	19	17,76	3,69	Visoka

Jedan od osnovnih preduslova rada sa turistima iz inostranstva je znanje stranih jezika. Osnovni jezik u turizmu je engleski, ali je znanje drugih jezika, posebno onih koji se govore u zemljama iz kojih turisti najviše dolaze, i više nego poželjno. Tome u prilog ide podatak da je u toku 2023. godine većina turista u Srbiji bila iz inostranstva [15] i da je oko trećina svih turista u Srbiji bila iz zemalja van područja u kome se govore jezici koji su ranije bili poznati kao srpsko-hrvatski jezik (procena na osnovu [16]). Ocenjujući svoje znanje stranih jezika (Tabela 7), pokazalo se da se

izdvaja jedino engleski, koga ispitanici dobro znaju. Na drugom mestu se nalazi nemački jezik čije poznavanje se opisuje kao ni dobro ni loše. Nivo znanja nemačkog jezika može ukazati na potencijalnu pripremu ispitanika za rad u zemljama nemačkog govornog područja, za šta poslednjih godina postoji tendencija. Nasuprot tome, prethodno iskazana želja većine ispitanika za rad u Srbiji umanjuje značaj ovakve pretpostavke, ali je ne opovrgava u potpunosti. Ostale jezike ispitanici znaju veoma loše. Ispitanici su imali mogućnost da u upitnik unesu još neki strani jezik koji nije ponuđen, ali niko od ispitanika to nije učinio.

Tabela 7. Znanje stranih jezika

	Veoma loše (1)		Loše (2)		Ni dobro ni loše (3)		Dobro (4)		Veoma dobro (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Engleski	4	3,74	3	2,80	33	30,84	40	37,38	27	25,23	3,78	Dobro
Nemački	33	30,84	17	15,89	31	28,97	18	16,82	8	7,48	2,54	Ni dobro ni loše
Španski	73	68,22	19	17,76	13	12,15	1	0,93	1	0,93	1,49	Veoma loše
Ruski	73	68,22	23	21,50	5	4,67	6	5,61	0	0,00	1,48	Veoma loše
Italijanski	78	72,90	20	18,69	8	7,48	1	0,93	0	0,00	1,36	Veoma loše
Francuski	91	85,05	10	9,35	5	4,67	1	0,93	0	0,00	1,21	Veoma loše

Zdravstveni sistem je kompleksan i sastoji se iz različitih delatnosti, čija se atraktivnost u pogledu zdravstvenog turizma može razlikovati. Analizirajući Uredbu o klasifikaciji delatnosti [17] odabrani su elementi zdravstvenog sistema koji u osnovi mogu biti pogodni za razvoj turizma. Svi analizirani elementi zdravstvenog sistema imaju visoku atraktivnost u pogledu razvoja zdravstvenog turizma (Tabela 8). Redosled atraktivnosti je sledeći: stomatološka praksa, delatnost smeštaja ustanova sa medicinskom negom, specijalistička medicinska praksa, delatnost bolnica, opšta medicinska praksa i ostala zdravstvena zaštita.

Tabela 8. Atraktivnost pojedinih elemenata zdravstvenog sistema za razvoj zdravstvenog turizma

	Veoma niska (1)		Niska (2)		Ni niska ni visoka (3)		Visoka (4)		Veoma visoka (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Stomatološka praksa	1	0,93	5	4,67	23	21,50	36	33,64	42	39,25	4,06	Visoka
Delatnost smeštaja ustanova sa medicinskom negom	2	1,87	5	4,67	24	22,43	35	32,71	41	38,32	4,01	Visoka
Specijalistička medicinska praksa	1	0,93	3	2,80	23	21,50	48	44,86	32	29,91	4,00	Visoka
Delatnost bolnica	1	0,93	4	3,74	30	28,04	38	35,51	34	31,78	3,93	Visoka
Opšta medicinska praksa	1	0,93	6	5,61	48	44,86	38	35,51	14	13,08	3,54	Visoka
Ostala zdravstvena zaštita	2	1,87	10	9,35	37	34,58	45	42,06	13	12,15	3,53	Visoka

Nasuprot atraktivnosti, važno je ukazati i na postojeće stanje razvijenosti zdravstvenog turizma u odabranim elementima zdravstvenog sistema u Srbiji. Opšta razvijenost zdravstvenog turizma se može okarakterisati kao srednja, tj. ni niska ni visoka (Tabela 9). Jedino se stomatološka praksa odlikuje visokom razvijenošću u domenu zdravstvenog turizma, što je u skladu sa navedenim značajem dentalnog turizma [3].

Tabela 9. Postojeće stanje razvijenosti zdravstvenog turizma u pojedinim elementima zdravstvenog sistema

	Veoma niska (1)		Niska (2)		Ni niska ni visoka (3)		Visoka (4)		Veoma visoka (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Stomatološka praksa	1	0,93	9	8,41	44	41,12	42	39,25	11	10,28	3,50	Visoka
Specijalistička medicinska praksa	2	1,87	10	9,35	45	42,06	43	40,19	7	6,54	3,40	Ni niska ni visoka
Delatnost smeštaja ustanova sa medicinskom negom	5	4,67	15	14,02	60	56,07	21	19,63	6	5,61	3,07	Ni niska ni visoka
Delatnost bolnica	6	5,61	25	23,36	45	42,06	22	20,56	9	8,41	3,03	Ni niska ni visoka
Ostala zdravstvena zaštita	4	3,74	29	27,10	50	46,73	12	11,21	12	11,21	2,99	Ni niska ni visoka
Opšta medicinska praksa	4	3,74	35	32,71	46	42,99	15	14,02	7	6,54	2,87	Ni niska ni visoka

Efekti uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam su podeljeni na finansijske i nefinansijske. Finansijski efekti su prvenstveno definisani na osnovu glavnih elemenata bilansa stanja, bilansa uspeha i izveštaja o tokovima gotovine. Među finansijskim efektima najviše se ističu povećanje priliva gotovine, prihoda, vrednosti obrtno i stalne imovine (Tabela 10). Prema povećanju obaveza, rashoda i odliva gotovine ispitanici imaju neutralan stav – niti se slažu niti se ne slažu. Navedeni rezultati su u skladu sa ranijim istraživanjem koje je pokazalo da gotovo polovina ispitanika smatra da će doći do povećanja vrednosti obrtno imovine, trećina da će doći do povećanja vrednosti stalne imovine, a oko petine ispitanika da će doći do povećanja obaveza [18]. Zaključuje se da su očekivani finansijski efekti uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam uglavnom pozitivni.

Tabela 10. Finansijski efekti uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam

Povećanje	U potpunosti se slažem (1)		Ne slažem se (2)		Niti se slažem niti se ne slažem (3)		Slažem se (4)		U potpunosti se slažem (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Priliva gotovine	3	2,80	4	3,74	22	20,56	41	38,32	37	34,58	3,98	Slažem se
Prihoda	6	5,61	0	0,00	22	20,56	44	41,12	35	32,71	3,95	Slažem se
Obrtne imovine	1	0,93	5	4,67	28	26,17	47	43,93	26	24,30	3,86	Slažem se
Stalne imovine	3	2,80	6	5,61	30	28,04	38	35,51	30	28,04	3,80	Slažem se
Obaveza	3	2,80	9	8,41	65	60,75	25	23,36	5	4,67	3,19	Niti se slažem niti se ne slažem
Rashoda	7	6,54	12	11,21	54	50,47	26	24,30	8	7,48	3,15	Niti se slažem niti se ne slažem
Odliva gotovine	5	4,67	16	14,95	57	53,27	21	19,63	8	7,48	3,10	Niti se slažem niti se ne slažem

Kada je reč o efektima koji nisu direktno finansijske prirode, ispitanici se slažu sa nastankom svih analiziranih nefinansijskih efekata (Tabela 11). Najznačajniji nefinansijski efekat je povećanje svesti potencijalnih korisnika usluga o postojanju ustanove. Zaključuje se da uključivanjem zdravstvene ustanove u zdravstveni turizam dolazi do povećanja svesti i interesovanja potencijalnih korisnika usluga, njihove spremnosti da probaju usluge, kao i broja stalnih korisnika. Takođe, dolazi do poboljšanja međuljudskih odnosa između rukovodilaca, zaposlenih i korisnika usluga. Navedeno je posebno značajno iz razloga što poslovna komunikacija u turističkim privrednim subjektima ostvaruje pozitivne efekte u pogledu posvećenosti zaposlenih [19].

Tabela 11. Nefinansijski efekti uključivanja zdravstvenih ustanova u zdravstveni turizam

	U potpunosti se slažem (1)		Ne slažem se (2)		Niti se slažem niti se ne slažem (3)		Slažem se (4)		U potpunosti se slažem (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Povećanje svesti potencijalnih korisnika usluga o postojanju ustanove.	2	1,87	2	1,87	23	21,50	41	38,32	39	36,45	4,06	Slažem se
Povećanje interesovanja potencijalnih korisnika usluga za ustanovu.	3	2,80	4	3,74	20	18,69	50	46,73	30	28,04	3,93	Slažem se
Poboljšanje odnosa na relaciji zaposleni-korisnici.	3	2,80	7	6,54	18	16,82	47	43,93	32	29,91	3,92	Slažem se
Poboljšanje odnosa na relaciji zaposleni-zaposleni.	3	2,80	3	2,80	25	23,36	49	45,79	27	25,23	3,88	Slažem se
Povećanje broja stalnih korisnika usluga ustanove.	3	2,80	6	5,61	23	21,50	45	42,06	30	28,04	3,87	Slažem se
Poboljšanje odnosa na relaciji rukovodioci-korisnici.	3	2,80	2	1,87	27	25,23	51	47,66	24	22,43	3,85	Slažem se
Povećanje spremnosti potencijalnih korisnika da probaju usluge ustanove.	3	2,80	2	1,87	29	27,10	52	48,60	21	19,63	3,80	Slažem se
Poboljšanje odnosa na relaciji rukovodioci-zaposleni.	3	2,80	9	8,41	21	19,63	47	43,93	27	25,23	3,80	Slažem se
Poboljšanje odnosa na relaciji rukovodioci-rukovodioci.	1	0,93	6	5,61	33	30,84	50	46,73	17	15,89	3,71	Slažem se

Ispitanici se slažu da je stanje objekata, kvaliteta i savremenosti opreme i materijala, kao i količine opreme i materijala bolje u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom u odnosu na klasične zdravstvene ustanove (Tabela 12). Navedeno je očekivano iz razloga što svrha ustanova koje se bave zdravstvenim turizmom nije samo pružanje zdravstvenih, već i turističko-ugostiteljskih usluga, koje zahtevaju određeni viši nivo percipiranog kvaliteta od strane korisnika.

Tabela 12. Stanje objekata, opreme i materijala ustanova koje se bave zdravstvenim turizmom u odnosu na klasične zdravstvene ustanove

	U potpunosti se slažem (1)		Ne slažem se (2)		Niti se slažem niti se ne slažem (3)		Slažem se (4)		U potpunosti se slažem (5)		Prosečna ocena	
	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	%	Br.	Opis
Objekti	2	1,87	8	7,48	13	12,15	36	33,64	48	44,86	4,12	Slažem se
Kvalitet i savremen. opreme	3	2,80	5	4,67	30	28,04	41	38,32	28	26,17	3,80	Slažem se
Kvalitet i savremen. materijala	3	2,80	5	4,67	31	28,97	44	41,12	24	22,43	3,76	Slažem se
Količina opreme	3	2,80	12	11,21	22	20,56	43	40,19	27	25,23	3,74	Slažem se
Količina materijala	3	2,80	6	5,61	30	28,04	49	45,79	19	17,76	3,70	Slažem se
Napomene: Tvrdnje su bile formulisane na sledeći način – „_____ ustanova koje se bave zdravstvenim turizmom je bolje u odnosu na klasične zdravstvene ustanove”.												

Zaključak

Srbija ima potencijal da postane jedna od najznačajnijih destinacija zdravstvenog turizma u Evropi. Suština je da ustanove koje se bave razvojem zdravstvenog turizma isprate smernice i iskoriste mogućnosti koje postoje. Analizom rezultata o željenom radnom mestu u zdravstvu/zdravstvenom turizmu zaključuje se da postoji želja za radom u Srbiji čime bi potencijalno prestala praksa odlaska zdravstvenih radnika iz Srbije u inostranstvo, što bi u strateškom smislu trebalo iskoristiti. Trebalo bi razvijati zdravstvene centre u većim gradovima za šta postoji interesovanje potencijalnih zaposlenih. Naravno, u smislu klasične zdravstvene zaštite ključno je iskoristiti želju određenog broja lica, ali pre svega motivisati više njih da rade u ruralnim područjima kako bi se omogućio adekvatan nivo zdravstvene zaštite stanovništva. Primarni fokus bi trebalo da bude na razvoju državnih zdravstvenih ustanova za šta je najveće interesovanje ljudskih resursa. Sa druge strane, poželjno bi bilo stimulirati lica koja su spremna da preduzetničkim pristupom započnu obavljanje zdravstvene delatnosti, prvenstveno u oblasti zdravstvenog turizma, ali i motivisati ostale u pogledu razvoja preduzetničkog duha (kreativnost i inovativnost). Visoke kompetencije ispitanika iz domena menadžmenta, posebno u oblasti organizovanja, bi trebalo iskoristiti i dodatno unaprediti različitim oblicima edukacije.

Ostvarivanje prethodno navedenih ciljeva posebno u pogledu razvoja zdravstvenog turizma nije moguće odvojeno posmatrati u odnosu na načine motivisanja kadrova. Motivi koji bi podstakli lica na rad u ustanovama iz domena zdravstvenog turizma su prvenstveno veća osnovna zarada, ali i nefinansijski motivi koji se prvenstveno zasnivaju na karakteristikama turističkog poslovanja – mogućnost za odmor i rekreaciju zaposlenih, atraktivna lokacija i kontakt sa licima iz drugih delova Srbije i sveta. Iskorišćavanje navedenih motiva omogućilo bi razvoj zdravstvenog turizma i u oblastima koje su van velikih gradova, a u mestima koja se odlikuju prirodnim lepotama i imaju karakteristike banja (uključujući i vazdušne banje).

Potrebno je unaprediti informisanost o pojedinim oblicima zdravstvenog turizma, posebno onim koji imaju veliki značaj za razvoj turizma Srbije. Ključno je izvršiti bolje informisanje i promovisanje kako bi se postigao viši nivo atraktivnosti i stvorila svest o benefitima koje razvoj zdravstvenog turizma potencijalno donosi.

Očekuje se da uključivanje u zdravstveni turizam rezultira pozitivnim finansijskim i nefinansijskim efektima. Upravo bi efekti razvoja zdravstvenog turizma trebalo da predstavljaju osnov za motivisanje kadrova. Budući efekti predstavljaju izvor buduće motivacije – veća osnovna zarada, bolji međuljudski odnosi i sl. Bolje stanje objekata, kvaliteta i savremenosti opreme i materijala, kao i količine opreme i materijala u ustanovama koje se bave zdravstvenim turizmom u odnosu na klasične zdravstvene ustanove sugerise da je način za poboljšanje kvaliteta zdravstvenih usluga uključivanje u zdravstveni turizam. Povoljni uslovi za rad, sa druge strane, mogu predstavljati izvor motivisanja lica za rad u zdravstvenom turizmu.

Sve veći značaj stranih turista u turističkom prometu Srbije zahteva unapređenje znanja stranih jezika lica koja rade u turističko-ugostiteljskom i drugim povezanim oblastima. Tome u prilog ide činjenica da postoji dobro znanje engleskog i ni dobro ni loše znanje nemačkog jezika. Postoji prostor za poboljšanje znanja engleskog, ali i drugih stranih jezika, što bi trebalo da bude fokus ustanova koje se bave upravljanjem razvojem zdravstvenog turizma u Srbiji. Pritom je potrebno sprečiti ulaganja u usavršavanje jezičkih kompetencija zdravstvenih radnika koji će potom rezultirati njihovim odlaskom u inostranstvo.

Zdravstveni sistem u Srbiji ima visok nivo atraktivnosti za razvoj zdravstvenog turizma, ali razvijenost zdravstvenog turizma nije na zadovoljavajućem nivou i može se opisati kao srednja (ni niska ni visoka). Stomatološka praksa ima najviši nivo atraktivnosti, a ujedno je i jedina koja ima visoku razvijenost zdravstvenog turizma, tzv. dentalnog turizma. Trebalo bi praćenjem trendova na međunarodnom turističkom tržištu i upoređivanjem sa postojećim mogućnostima koje Srbija ima prilagoditi ponudu zdravstvenog turizma i odgovoriti zahtevima tražnje.

Bibliografija

- [1] Letunovska N., Kwilinski A., Kaminska B., Scientific research in the health tourism market: a systematic literature review, *Health Economics and Management Review*, 2020, 1: pp. 8-19. <https://doi.org/10.21272/hem.2020.1-01>
- [2] Ljubisavljević T., Živanović S., Prospects of medical tourism development in Serbia, *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja – TISC*, 2019, 4(2): pp. 687-704. Preuzeto sa <https://www.tisc.rs/proceedings/index.php/hitmc/article/view/322>
- [3] Muhi B., Đurković J. V., Analysis of health tourism in the Republic of Serbia and the Czech Republic. In V. Bevanda & S. Štetić (Eds.), *5th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era* (pp. 227-240), Belgrade, 2020, Association of Economists and Managers of the Balkans in cooperation with the Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid, North Macedonia. <https://doi.org/10.31410/tmt.2020.227>
- [4] Garabinović D., Anđelić S., Papić M., Website promotion of dental institutions: An example of Serbia as a dental tourism destination, *Ekonomika*, 2022, 68(4): pp. 43-56. <https://doi.org/10.5937/ekonomika2204043G>
- [5] Zrnić M., Food Challenges and Opportunities for Medical Tourism in Serbia, In V. Hassan, A. Albattat, & S. Basheer (Eds.), *Impact of AI and Robotics on the Medical Tourism Industry* (pp. 49-68), IGI Global, 2024. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2248-2.ch003>
- [6] Mišić T., Bradić-Martinović A., Medical tourism in Serbian spas – Are we competitive?, *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja – TISC*, 2020, 5(1): pp. 296-313. Preuzeto sa <https://www.tisc.rs/proceedings/index.php/hitmc/article/view/343> (26. septembar 2024.).
- [7] Marić Stanković A., Radonjić I., Petković M., Divnić D., Climatic Elements as Development Factors of Health Tourism in South Serbia, *Sustainability*, 2022, 14(23): 15757. <https://doi.org/10.3390/su142315757>

-
- [8] Nedeljković Knežević M., Pavluković V., The influence of GLOBE culture dimensions on entrepreneurial orientation in tourism and medical service sectors in Serbia, *Geographica Pannonica*, 2020, 24(2): pp. 157-167. <https://doi.org/10.5937/gp24-24303>
- [9] Ilic B. S., Djuric Z., Andjelic S., Djukic G. P., Kruskovic, T., Research and Development of Regional Cooperation in Serbian Tourism: An Overview of the Health Tourism Sector, In U. Akkucuk (Ed.), *Handbook of Research on Quality and Competitiveness in the Healthcare Services Sector* (pp. 97-116), IGI Global, 2023. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8103-5.ch006>
- [10] Anđelković D., Vapa Tankosić J., Petrović V., Liberakos A., The multidimensional role of health tourism as a part of the green economy in the function of sustainable development of the Republic Serbia, *Ekonomija: teorija i praksa*, 2024, 17(2): pp. 43-58. <https://doi.org/10.5937/etp2402043A>
- [11] Cvijanović D., Milićević S., Đorđević N., Health tourism in the function of developing rural destinations of Serbia, In *Proceedings, Second international scientific conference Challenges of tourism and business logistics in the 21st century*, ISCTBL, Stip, September 13th, 2019. (pp. 115-122), University "Goce Delcev" Shtip, Faculty of Tourism and Business Logistics, Gevgelija, North Macedonia. https://scidar.kg.ac.rs/bitstream/123456789/18272/1/Cvijanovic_Milicevic_Djordjevic_Sti_p_2019_ceo.pdf (26. septembar 2024.).
- [12] Garabinović D., Mladenović D., Perspektive razvoja usluga zdravstvenog turizma na primeru Bujanovačke banje: Smernice za održivi menadžment destinacije, U S. Nešković (Ed.), *Proceedings, Međunarodna naučna konferencija "Međunarodni izazovi, zdravstvo i Bujanovačka banja"*, Istaknuti tematski zbornik radova vodećeg nacionalnog značaja, Edicija "Bezbednost u postmodernom ambijentu", Knjiga XL (str. 317-338). Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti – CESNA B, Beograd, Međunarodna akademija nauka, umetnosti i bezbednosti – MANUB, Beograd, Univerzitet "Sveti Kiril i Metodij", Veliko Trnovo, 2024.
- [13] Dimitrov S., Dimitrova T., Human resources as main factor for the development of health tourism in Bulgaria, *Trakia Journal of Sciences*, 2021, 19(4): pp. 314-328. <https://doi.org/10.15547/tjs.2021.04.005>
- [14] Van Eck N. J., Waltman L., Text mining and visualization using VOSviewer, *ISSI Newsletter*, 2011, 7(3): pp. 50-54. <https://www.issi-society.org/media/1131/newsletter27.pdf> (26. 09. 2024.).
- [15] Republički zavod za statistiku Republike Srbije, Dolasci i noćenja turista po regionima i oblastima – godišnji podaci, (Datum ažuriranja: 14.2.2024.), <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/220201?languageCode=sr-Latn&displayMode=table> (26. septembar 2024.).
- [16] Republički zavod za statistiku Republike Srbije, Dolasci i noćenja stranih turista po zemljama iz kojih dolaze – godišnji podaci, (Datum ažuriranja: 27.11.2023.), <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/220206?languageCode=sr-Latn&displayMode=table> (26. septembar 2024.).
- [17] Uredba o Klasifikaciji delatnosti, "Službeni glasnik RS", broj 54 od 4. avgusta 2010.
- [18] Milutinović O. V., Anđelić S. S. (2023) Organizacioni efekti ulaska zdravstvenih ustanova u sistem zdravstvenog turizma, *Baština*, pp. 217-235. <https://doi.org/10.5937/bastina33-43729>
- [19] Novaković Božić N., Perić G., Cogoljević V.(2023) Uticaj interne poslovne komunikacije na posvećenost zaposlenih u turističkim preduzećima, *Trendovi u poslovanju*, 11(1): pp. 19-27. <https://doi.org/10.5937/trendpos2301019N>

Datum prijema rada:01.10.2024.

Datum prihvatanja rada:18.05.2025.