



Do 2028. hrvatsko tržište privatnog zdravstva premašit će milijardu eura

Do 2028. hrvatsko tržište privatnog zdravstva premašit će milijardu eura, zdravstveni turizam ubrzano raste i razvija se.



Zdravstveni turizam dio je turističke industrije koji ubrzano raste. Taj ogroman potencijal za gospodarski rast Hrvatske moramo kapitalizirati uz pomoć koordinirane komunikacije i promocije. O tome “Kako prodati zdravlje” na **Danima komunikacija** razgovarali su Ognjen Bagatin iz Poliklinike Sinteza i Gordan Turković iz CTA komunikacija, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore. “Procjenjuje se da je stopa rasta zdravstvenog turizma 20-ak posto godišnje. Taj potencijal za gospodarski rast moramo početi optimalno koristiti. Dodatno, procjene su da se u Hrvatskoj od zdravstvenog turizma uprihodi godišnje oko 150 milijuna eura. Gosti nas prepoznaju kao destinaciju za dentalnu medicinu, oftalmologiju, ortopediju, pa i onkologiju. Budući da bilježimo sve veći interes za investicije u zdravstveni turizam, Zajednica zdravstvenog turizma HGK potiče snažniji razvoj ove niše kroz otvaranje novih tržišta i kanala promocije, umrežavanje te edukacije poput ove danas”, istaknula je Andreja Vukojević, direktorica Sektora za turizam i voditeljica Službe za marketing i komunikacije HGK. Ognjen Bagatin i Andreja Vukojević / Foto: **Dani komunikacija** PR Sve više se Hrvatska profilira i kao destinacija za usluge estetske medicine, što također može značajno utjecati na tržište privatnog zdravstva u Hrvatskoj i na turističke rezultate izvan sezone. Ognjen Bagatin uvodno je naglasio da se procjenjuje kako će tržište privatnog zdravstva u Hrvatskoj do 2028. biti veće od



milijardu eura, dok će globalno tržište estetske medicine dosegnuti vrijednost od 26,7 milijardi USD u sljedećih pet godina: “Sjajno je to što se sve više govori o važnosti komunikacije u zdravstvu. Ovo je proces koji ide u više smjerova, promocije zdravih navika i brige o zdravlju, komunikacije suodnosa javnog i privatnog zdravstva te tržišne komunikacije zdravstvenih usluga i proizvoda. Pri tome je ključno da su korisnici uvijek potpuno i objektivno informirani. Komunikacija je važna i u promociji zdravstvenog turizma, gospodarske niše koja je u Hrvatskoj još nedovoljno razvijena, a ima potencijal cjelogodišnje aktivnosti. Zato smo prošle godine u HGK obnovili Zajednicu zdravstvenog turizma, a **Dani komunikacija** odlična su prilika da razgovaramo o tome ‘kako komunicirati i prodati zdravlje’”, istaknuo je Ognjen Bagatin, serijski poduzetnik, suvlasnik i direktor Poliklinike Sinteza. Pretplati se