

# Usporedba topličkog turizma u Hrvatskoj i Sloveniji na primjeru "Termi Tuhelj" i "Termi Olimia"

---

**Matejak, Mislav**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:784986>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-07**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



**Mislav Matejak**

**Usporedba topličkog turizma u Hrvatskoj i Sloveniji na  
primjeru „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“**

**Diplomski rad**

**Zagreb**

**2019.**



**Mislav Matejak**

**Usporedba topličkog turizma u Hrvatskoj i Sloveniji na  
primjeru „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“**

**Diplomski rad**

predan na ocjenu Geografskom odsjeku

Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu

radi stjecanja akademskog zvanja

magistra geografije

**Zagreb**

**2019.**

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija; smjer: Baština i turizam* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Vuka Tvrтка Opačića

Sveučilište u Zagrebu

Diplomski rad

Prirodoslovno-matematički fakultet

Geografski odsjek

## Usporedba topličkog turizma u Hrvatskoj i Sloveniji na primjeru „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“

Mislav Matejak

**Izvadak:** Toplički turizam je glavna vrsta turizma i u hrvatskoj općini Tuhelj i u slovenskoj općini Podčetrtek u kojima se nalaze termalni kompleksi „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“. „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ su povezane činjenicom da se nalaze u blizini jedne drugih, a dijele i vlasničku strukturu. Točnije, „Terme Tuhelj“ su u vlasništvu „Terme Olimia“. Zbog geografske blizine i zajedničke vlasničke strukture, njihova pozicija na tržištu i razvojne mogućnosti su jedinstveni. Ovaj rad uspoređuje „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ na temelju analize elemenata njihove turističke ponude, turističkog prometa u vidu turističkih dolazaka i ostvarenih noćenja, njihovog značaja za sveukupni turizam općina u kojima se nalaze te prostornog razvoja turizma u okolini oba kompleksa. Temelj analize su statistički podaci dobiveni izravno od „Terme Olimia“. Međutim, provođenje isključivo statističke analize moglo bi rezultirati zanemarivanjem nekih ključnih informacija. Upravo je s ciljem dobivanja boljeg uvida u proces razvoja topličkog turizma i probleme s kojima se suočava provedeno i nekoliko dubinskih intervjua.

92 stranice, 17 grafičkih priloga, 13 tablica, 63 bibliografske reference; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: toplički turizam, općina Tuhelj, općina Podčetrtek, prostorni razvoj turizma

Voditelj: izv. prof. dr. sc. Vuk Tvrтко Opačić

Povjerenstvo: izv. prof. dr. sc. Vuk Tvrтко Opačić

prof. dr. sc. Zoran Curić

dr. sc. Ivan Šulc

Tema prihvaćena: 8. 2. 2018.

Rad prihvaćen: 12. 9. 2019.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

University of Zagreb

Master Thesis

Faculty of Science

Department of Geography

**The comparison of thermal spa tourism in Croatia and Slovenia on the example of “Terme Tuhelj” and “Terme Olimia”**

Mislav Matejak

**Abstract:** Thermal spa tourism is the main type of tourism in both Croatian municipality of Tuhelj and Slovene municipality of Podčetrtek where thermal complexes “Terme Tuhelj” and “Terme Olimia” are located. “Terme Tuhelj” and “Terme Olimia” are connected through the fact that they are located near each other and they also share ownership structure. Precisely, “Terme Olimia” own “Terme Tuhelj”. Due to their geographical proximity and joint ownership, they have a unique market position and development opportunities. This paper compares “Terme Tuhelj” and “Terme Olimia” by analysing elements of their tourism offer, number of arrivals and overnight stays, their significance for the complete tourism of their respective municipalities and spatial development of tourism in areas surrounding the both complexes. Basis of the analysis was statistical data obtained directly from “Terme Olimia”. However, entirely statistical analysis could lead to missing some key information. With that in mind, couple of in-depth interviews were conducted to gain better insight into the process of thermal spa tourism development and challenges it faces.

92 pages, 17 figures, 13 tables, 63 references; original in Croatian

**Keywords:** thermal spa tourism, the municipality of Tuhelj, the municipality of Podčetrtek, spatial development of tourism

**Supervisor:** Vuk Tvrтко Opačić, PhD, Associate Professor

**Reviewers:** Vuk Tvrтко Opačić, PhD, Associate Professor

Zoran Curić, PhD, Full Professor

Ivan Šulc, PhD, Postdoctoral Researcher

**Thesis title accepted:** 08/02/2018

**Thesis accepted:** 12/09/2019

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. UVOD.....</b>   | <b>1</b>  |
| 1.1. Cilj i hipoteze istraživanja.....  | 1         |
| 1.2. Metode istraživanja.....   | 1         |
| 1.3. Prostor istraživanja.....  | 2         |
| 1.4. Vremenski okvir istraživanja.....  | 7         |
| 1.5. Pregled dosadašnjih istraživanja.....  | 7         |
| <b>2. GEOGRAFSKI ASPEKT TOPLIČKOG TURIZMA.....</b>                                  | <b>9</b>  |
| 2.1. Zdravstveni turizam.....   | 14        |
| 2.2. Medicinski turizam.....  | 17        |
| 2.3. <i>Wellness</i> .....  | 19        |
| 2.4. Lječilišni turizam.....  | 21        |
| 2.5. Ostali oblici turizma.....   | 23        |
| <b>3. POVIJESNI RAZVOJ TOPLIČKOG TURIZMA.....</b>                                   | <b>26</b> |
| 3.1. Svijet.....  | 27        |
| 3.2. Hrvatska.....  | 30        |
| 3.2.1. <i>Tuhelj</i> .....  | 32        |
| 3.3. Slovenija.....   | 34        |
| 3.3.1. <i>Podčetrtek</i> .....  | 36        |
| <b>4. ZNAČENJE TOPLIČKOG TURIZMA U TURISTIČKOJ PONUDI HRVATSKE I SLOVENIJE.....</b> | <b>38</b> |
| 4.1. Destinacije topličkog turizma Hrvatske i Slovenije.....                        | 38        |
| 4.2. Turistički promet.....   | 38        |
| <b>5. USPOREDBA „TERMI TUHELJ“ I „TERMI OLIMIA“.....</b>                            | <b>42</b> |



|   |            |
|---|------------|
| 5.1. Ponuda sadržaja topličkog turizma.....   | 42         |
| 5.2. Turistički promet.....   | 54         |
| 5.3. Značenje „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ u turističkoj ponudi općina<br>Tuhelj i Podčetrtek..... | 65         |
| 5.4. Prostorni razvoj topličkog turizma.....  | 67         |
| <b>6. REZULTATI INTERVJUIRANJA.....</b>   | <b>78</b>  |
| <b>7. RASPRAVA.....</b>   | <b>81</b>  |
| <b>8. PERSPEKTIVE RAZVOJA TOPLIČKOG TURIZMA „TERMI TUHELJ“ I<br/>„TERMI OLIMIA“.....</b>              | <b>83</b>  |
| 8.1. SWOT analiza.....  | 83         |
| <b>9. ZAKLJUČAK.....</b>  | <b>86</b>  |
| <b>LITERATURA.....</b>  | <b>88</b>  |
| <b>IZVORI.....</b>  | <b>90</b>  |
| <b>PRILOZI.....</b>   | <b>VII</b> |

## 1. UVOD

Problematika ovog rada vezana je uz toplički turizam Hrvatske i Slovenije, a kao studija slučaja (case study) analizirana su dva kompleksa, „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“. Oba kompleksa su specifična zbog svojeg geografskog položaja, nalaze se u blizini, ali su u različitim državama, a karakterizira ih zajednička vlasnička struktura. Konkretno, „Terme Tuhelj“ su u vlasništvu „Terme Olimia“. Zbog navedenih razloga zauzimaju jedinstven položaj na tržištu i kao takve su zanimljiv slučaj za istraživanje. U ovom poglavlju predstavljeni su cilj, hipoteze i metodologija istraživanja. Objašnjen je prostorni i vremenski obuhvat istraživanja te je napravljen pregled dosadašnjih istraživanja.

### 1.1. Cilj i hipoteze istraživanja

Toplički turizam kao vrsta turizma i s njim povezani oblici turizma su zastupljeni u literaturi, međutim nisu do kraja definirani pa je jedan od ciljeva rada istraživanje njegovog povijesnog i geografskog aspekta. Cilj rada je i istraživanje značenja topličkog turizma u ukupnoj turističkoj ponudi Hrvatske i Slovenije. Glavni cilj rada je usporediti „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ na temelju ponude sadržaja topličkog turizma, ostvarenog turističkog prometa, značenja za turizam općina u kojima se nalaze te prostornog razvoja turizma koji se dogodio iz njih kao središta. Prema glavnom cilju rada su postavljene i istražene sljedeće hipoteze:

H1: „Terme Olimia“ imaju razvijeniju turističku ponudu sadržaja topličkog turizma u odnosu na „Terme Tuhelj“.

H2: „Terme Olimia“ ostvaruju veći turistički promet u odnosu na „Terme Tuhelj“.

H3: „Terme Olimia“ su značajnije za turizam Općine Podčetrtek nego „Terme Tuhelj“ za turizam Općine Tuhelj.

H4: Općina Podčetrtek je razvijenija turistička destinacija od Općine Tuhelj.

### 1.2. Metode istraživanja

Za potrebe rada korištena je i analizirana dostupna relevantna stručna i znanstvena literatura domaćih i stranih autora. Analizirani su i relevantni izvori podataka, strategije razvoja, internetske stranice ključnih dionika te publikacije. Prikupljeni su i analizirani i sekundarni statistički podaci o turističkom prometu i strukturama turističkih dolazaka. Dio

statističkih podataka dobiven je iz publikacija nadležnih institucija Hrvatske i Slovenije (DZS, SURS), ali najrelevantniji podaci na kojima se temelji istraživanje dobiveni su izravno od „Terma Olimia“. Podaci su analizirani u programu Microsoft Excel, a kasnije i grafički prikazani putem istog programa te ArcGIS softvera. U sklopu istraživanja provedena su dva dubinska intervjua s nadležnim osobama kako bi se dobio uvid u određene procese koji nisu vidljivi na temelju analize samih podataka. Dubinski intervjui provedeni su u razdoblju od 29. srpnja do 14. kolovoza 2019. godine. Jedan intervju proveden je kao klasični razgovor, a drugi intervju je zbog okolnosti proveden na daljinu. Bilo je planirano i anketno istraživanje stavova i navika turista u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“, ali ono se nije moglo realizirati jer nije dobivena dozvola za njegovo provođenje, a u skladu s temom i ciljevima rada isključivo je anketiranje gostiju jednih i drugih toplica imalo smisla. Terensko istraživanje provedeno je u sklopu kolegija „Oblici turizma“ i samostalno. Na temelju istraživanja, a za ocjenjivanje perspektive razvoja, izrađena je SWOT analiza kojom se analiziraju prednosti, nedostaci, mogućnosti i opasnosti za razvoj određenog prostora ili objekta.

### 1.3. Prostor istraživanja

Prostor istraživanja obuhvaća dvije topličke općine, hrvatsku Općinu Tuhelj u kojoj se nalaze „Terme Tuhelj“ i slovensku Općinu Podčetrtek u kojoj se nalaze „Terme Olimia“. „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ analizirane su kao studija slučaja (case study), ali ovi turistički kompleksi ne mogu se promatrati kao zasebne točke u prostoru, izolirano od okolnog prostora općina u kojima se nalaze. Turizam je kompleksan fenomen kojem je glavni resurs prostor te se njegov razvoj manifestira upravo u okolnom prostoru. Dio istraživanja odnosi se na cijelu Republiku Hrvatsku i Republiku Sloveniju, odnosno na sve njihove topličke općine. U ovom potpoglavlju iznesena su osnovna obilježja općina Tuhelj i Podčetrtek.

Općina Tuhelj dio je regije Hrvatskog zagorja, a nalazi se u zapadnom dijelu Krapinsko-zagorske županije, odnosno sjeverozapadnom dijelu Republike Hrvatske. Općina graniči sa šest jedinica lokalne samouprave, četiri Općine i dva grada. Na sjeveru graniči s Općinom Desinić i gradom Pregradom, na istoku s Općinom Krapinske Toplice, također topličkom općinom, na jugu s Gradom Klanjcem, na jugoistoku s Općinom Veliko Trgovišće te na zapadu s Općinom Kumrovec. Općina Tuhelj se ne nalazi na samoj granici sa Slovenijom, ali je od nje udaljena tek nekoliko kilometara. Prometnogeografski položaj

Općine je povoljan, izgradnja autoceste A2 Zagreb-Macelj značajno je poboljšala dostupnost Općine, bez obzira na to što autocesta ne prolazi samim prostorom Općine. Općinom dominira brežuljkasti reljef s dominantnom Cesargradskom gorom u čijem se podnožju nalazi.

Izvori vode imali su ključnu ulogu u imenovanju mjesta, riječ Tuhelj dolazi od staroslavenskog „tuhl“ što znači udubina, vlažno mjesto. Tuhelj se u pisanim izvorima prvi put spominje 1403. godine te je kroz svoju povijest bio povijesno, crkveno, političko i kulturno središte, a danas je najznačajniji kao turističko središte. Općina je ustrojena 1993. godine te je nazvana prema naselju Tuhelj. Općina se proteže na 24,10 km<sup>2</sup> površine te u svojem sastavu ima 11 naselja, a to su: Banska Gorica, Črešnjevec, Glogovec Zagorski, Lenišće, Lipnica Zagorska, Pristava, Prosenik, Sveti Križ, Trsteno, Tuheljske Toplice i Tuhelj (19). Naselja Općine Tuhelj prikazana su na slici 1.

U Općini Tuhelj prema zadnjem popisu iz 2011. godine je živjelo 2 104 stanovnika. Naselje Tuhelj je prema broju stanovnika (205) tek 5. najmnogoljudnije naselje Općine, a više stanovnika imaju naselja Sveti Križ, Tuheljske Toplice, Pristava i Črešnjevec (5). Općinu karakterizira i velik broj stanova za odmor, tzv. vikendaštvo. Godine 2001. na području Općine bio je gotovo podjednak broj stanova za odmor i stanova za stalno stanovanje, najviše u naseljima Tuheljske Toplice, Sveti Križ i Črešnjevec (19).



Sl. 1. Naselja Općine Tuhelj i susjedne općine

Izvor: 2

Općina (slo. Občina) Podčetrtek dio je Savinjske statističke regije, a nalazi se na istoku Slovenije, uz državnu granicu s Republikom Hrvatskom. Općina graniči s pet slovenskih općina te dvije hrvatske. Na sjeveru graniči s topličkom Općinom Rogaška Slatina, na sjeverozapadu s Općinom Šmarje pri Jelšah, na zapadu s Općinom Šentjur, na jugozapadu s Općinom Kozje, na jugu s Općinom Bistrica ob Sotli te na istoku s Republikom Hrvatskom, točnije Općinama Zagorska Sela i Hum na Sutli. Prometnogeografski položaj Općine je razmjerno nepovoljan budući da se ne nalazi u blizini većih gradova niti kroz nju prolaze važniji prometni pravci. Površina iznosi 61 km<sup>2</sup>, a 2016. godine na njezinom području živjelo je oko 3 320 stanovnika (22).

Podčetrtek se od 1404. godine spominje kao trgovište, a poznat je srednjovjekovni dvorac. Općina je ustrojena 1995. godine. Najznačajnije djelatnosti su turizam i poljoprivreda (22). U sklopu Općine nalazi se 26 naselja, a to su: Brezovec pri Polju, Cmreška Gorca, Golobinjek ob Sotli, Gostinca, Imeno, Imenska Gorca, Jerčin, Lastnič,

Nezbiše, Pecelj, Podčetrtek, Polje ob Sotli, Prelasko, Pristava pri Lesičnem, Pristava pri Mestinju, Roginska Gorca, Rudnica, Sedlarjevo, Sela, Sodna vas, Sv. Ema, Verače, Vidovica, Virštanj, Vonarje i Olimje. Naselja Općine Podčetrtek prikazana su na slici 2. Većina (14) od 26 naselja ima manje od 100 stanovnika. Naselje Podčetrtek je središte i najveće naselje Općine, s 578 stanovnika. Ostala naselja s više od 200 stanovnika su: Imeno, Olimje, Pristava pri Mestinju te Virštanj (30).



Sl. 2. Naselja Opčine Podčetrtek i susjedne opčine

Izvor: 11

#### 1.4. Vremenski okvir istraživanja

Povijesni pregled razvoja topličkog turizma seže daleko u prošlost, do pojava koje su mu prethodile. Vremenski obuhvat provedenog istraživanja ograničen je dostupnim statističkim podacima. Odnosi se na razdoblje od 2011. do 2017. ili 2018. godine, a pojedini podaci su aktualni budući da su prikupljeni u 2019. godini. Dubinsko intervjuiranje provedeno je u razdoblju od 29. srpnja do 14. kolovoza 2019. godine. Fotografije su snimljene u rujnu 2019. godine.

#### 1.5. Pregled dosadašnjih istraživanja

Toplički turizam, odnosno zdravstveni turizam kao oblik turizma koji se najčešće javlja u toplicama, vrlo su prisutni u domaćoj, ali i stranoj literaturi. Jedan od prvih domaćih suvremenih radova *Zdravstveni turizam – pojmovni i koncepcijski okvir* piše Hitrec 1996. godine. U svom radu Hitrec (1996) definira zdravstveni turizam s teorijskog aspekta, analizira motivaciju turista, iznosi povijesni pregled razvoja te analizira tržišni segment. Topličkim turizmom u Hrvatskoj najviše se bavi Kušen (2006) koji postavlja teorijski okvir zdravstvenog turizma, prikazuje njegov povijesni razvoj u Hrvatskoj, analizira poziciju u odnosu na konkurenciju te piše o razlikama unutar samog zdravstvenog turizma. Razvojem zdravstvenog turizma u Hrvatskom zagorju, a time i u Tuhlju najviše se bavi Bučar (2004, 2006), Bučar i Renko (2007). Bučar (2004, 2006) daje povijesni pregled razvoja toplica Hrvatskog zagorja i piše o njihovom značenju za turizam tog područja, ali i sveukupni regionalni razvoj. Bučar i Renko (2007) provode anketno istraživanje o zadovoljstvu turista vanpansionskim sadržajima u toplicama Hrvatskog zagorja te prikazuju rezultate spomenutog anketnog istraživanja provedenog u četiri toplička središta Hrvatskog zagorja. Bučar i Renko (2007) na temelju anketnog istraživanja identificiraju problem nedostatka vanpansionskih sadržaja i slabi razvoj kompletnih topličkih destinacija u Zagorju, a taj problem je analiziran i u ovom radu. Jakovčić (2003) na temelju statističkih podataka detaljno analizira razvoj topličkog turizma na primjeru Krapinskih Toplica. Ivanišević (2016) iznosi suvremeniji teorijski osvrt na problematiku u kojem iznosi detaljne definicije zdravstvenog i lječilišnog turizma. U stranoj literaturi važno je spomenuti više relevantnih poglavlja u izdanju *Encyclopedia of Tourism* (ur. Jafari i Xiao) iz 2016. godine, a to su poglavlja: *Medical tourism, Wellbeing, Spa tourism*. Potpuni teorijski osvrt na zdravstveni i *wellness* turizam, regionalni pregled povijesnog razvoja s posebnim studijama slučaja te problematikom upravljanja topličkim destinacijama pišu Smith i Puczko 2009. godine u



knjizi *Health and Wellness Tourism*. Istraživanja koja se bave usporedbom topličkih destinacija najčešće se provode u sklopu strategija ili akcijskih planova razvoja.

## 2. GEOGRAFSKI ASPEKT TOPLIČKOG TURIZMA

Zdravstveni motivi su jedni od temeljnih motiva putovanja, a samim time i jedni od najstarijih. Ljudi su zbog spomenutih motiva putovali i prije pojave suvremenog turizma. Zbog te činjenice su potpuno opravdani pokušaji povezivanja zdravlja i turizma. Hitrec objašnjava vezu zdravlja i turizma te navodi da je „zdravlje zapravo jedan od najstarijih, trajnih i najjačih motiva turističkog gibanja te da turizam u svim svojim oblicima više-manje uvijek vrši i zdravstvenu funkciju (Alfieri, 1994 prema Hitrec, 1996, 254)“. Značenje zdravlja kao turističkog motiva dokazuju i Kušen i Klarić koji tvrde da se „cjelokupni turizam može smatrati zdravstvenim turizmom u najširem smislu (Kušen i Klarić, 1996 prema Kušen, 2006, 215)“. Promatranje veze zdravlja i turizma nije moguće bez definiranja pojma zdravlje. Svjetska zdravstvena organizacija kao najrelevantnija organizacija definira pojam zdravlje kao nešto više od izostanka bolesti, a naglašeno je pitanje blagostanja, s fizičkog, mentalnog i društvenog aspekta (32). Definicija zdravlja odbacuje dihotomijsku podjelu zdravlje – bolest te je u središtu pojam blagostanje koji se može povezati s turizmom. „Blagostanje je kompleksan pojam koji se može odnositi ili na fizička stanja ili na psihološka stanja. U turizmu, psihološki aspekti blagostanja su jednako važni turistima kao i domaćem stanovništvu (McCabe, 2016, 1018)“. Međutim, potrebno je provesti još istraživanja kako bi se konkretnije povezali određeni aspekti blagostanja s točno određenim turističkim iskustvima (McCabe, 2016). U navedenom primjeru pojam blagostanje je prijevod na hrvatski jezik pojma *wellbeing* iz engleskog jezika, ali pojam blagostanje koristi se i za prijevod još nekih pojmova iz engleskog jezika, među kojima je i pojam *welfare* koji označava blagostanje s financijskog aspekta, a često se koristi kao dio sintagme *welfare state* odnosno država blagostanja. Državu blagostanja moguće je povezati s topličkim središtima jer može kroz zdravstveni sustav usmjeriti tokove ljudi u toplička središta subvencijama boravka, a taj je fenomen, kako navode Smith i Puczko (2009), izražen u Srednjoj i Istočnoj Europi. Iako se državne subvencije liječenja ili rehabilitacije u topličkim središtima ne mogu smatrati negativnim fenomenom budući da služe za poboljšanje zdravstvenog stanja domicilnog stanovništva, one mogu ograničiti razvoj turizma. Smith i Puczko (2009) pišu o problemima miješanja gostiju kojima je cilj kurativa odnosno liječenje te gostiju kojima je cilj zabava, rekreacija ili rad na sebi u istom objektu, ali i o problemima upravljanja, pozicioniranja na tržištu i promocije ustanova kojima je dio kapaciteta ugovorno vezan za zdravstveni sustav. Kušen (2006) također piše o pojmu blagostanja i navodi da je: „Izglednost da se makar djelomično ostvari vjekovna težnja ljudi da što dulje ostanu zdravi,

mladi i lijepi raste s blagostanjem stanovnika razvijenih dijelova svijeta (Kušen, 2006, 220)“. Pojmovi zdravlje i blagostanje dva su vrlo povezana i bliska koncepta, a iz navedenih definicija slijedi da zdravlje ovisi o blagostanju.

Budući da su ljudi još u starom vijeku putovali u druge prostore jer su smatrali da će određene karakteristike tih prostora imati pozitivan utjecaj na njihovo zdravlje može se tvrditi da su poznavali i koristili ono što je danas u stručnoj literaturi poznato kao prirodni ljekoviti činitelji. Korištenje vode i klime u ljekovite svrhe povezuje se uz grčku i rimsku pa čak i starije civilizacije (Hitrec, 1996). Ivanišević (2016) iznosi definiciju: „Prirodni ljekoviti činitelji su dijelovi prirode, koji povoljno djeluju na očuvanje i unapređenje zdravlja, poboljšanje vrsnoće života te sprečavanje, liječenje, produženo liječenje, oporavak i rehabilitaciju različitih bolesti u bolesnika i drugih korisnika. Dije se na klimatske, morske i topličke (Ivanišević, 2016, 11)“.

Temeljni toplički odnosno balneološki prirodni činitelj su termomineralne vode, a ostali uključuju: peloide, naftalan, klimu, čistoću zraka, biljni pokrov, šetnice i staze, sunčevo zračenje. Prirodno liječenje topličkim ljekovitim činiteljima naziva se balneoterapija, a znanost koja se bavi utjecajima balneoloških prirodnih ljekovitih činitelja na zdrave ljude i ljude s određenim bolestima ili stanjima naziva se *balneologija* (Ivanišević, 2016). „Balneoterapija koristi termomineralne vode, peloide i naftalan kroz različite njihove postupke, od kojih su se razvili: hidroterapija, peloidoterapija i naftalanoterapija (Ivanišević, 2016, 14)“. Postoje različite klasifikacije voda s obzirom na njihova svojstva. Prema jednoj od klasifikacija vode se dijele na mineralne vode, termalne vode i ljekovite vode. Mineralne vode imaju određenu količinu otopljenih minerala u svojem sastavu (500 – 1000 g/l), termalne vode imaju temperaturu na izvoru od 30 do 32 °C, a ljekovite vode imaju medicinski dokazana ljekovita svojstva (Smith i Puczkó, 2009).

Ivanišević (2016) izdvaja dva načina primjene prirodnih ljekovitih činitelja: stručnu i slobodnu. Stručna se odvija u za to specijaliziranim ustanovama kao što su lječilišta ili bolnice i to pod liječničkim nadzorom, a slobodna se odnosi na boravak ljudi u mjestima u kojima postoje prirodni ljekoviti činitelji i njihovo korištenje s ciljem unapređenja zdravlja, ali izvan specijaliziranih ustanova i bez strogog liječničkog nadzora već samo uz preporuke liječnika (Ivanišević, 2016). Prirodni ljekoviti činitelji primjenjuju se kroz terapijsku aktivnost, složenu primjenu i doziranje. Terapijska aktivnost podrazumijeva primjenu

određenih činitelja od strane doktora, složena primjena znači primjenu svih dostupnih činitelja, a doziranje znači individualni pristup količini primjene činitelja (Ivanišević, 2016).

Prirodni ljekoviti činitelji temelj su razvoja zdravstvenog i lječilišnog turizma, ali i važan faktor razvoja turizma u cjelini. S obzirom na važnost zdravlja kao motivacije za putovanja i dugu povijest poznavanje termalne vode kao ljekovitog čimbenika potpuno je razumljivo da su toplička mjesta dio turizma od njegovih najranijih razvojnih faza. Povijesni pregled razvoja topličkog turizma detaljno je obrađen u kasnijem poglavlju.

Bez obzira na dugu tradiciju koju toplice imaju kao turistička središta, toplički turizam još uvijek nije do kraja definiran. Ovaj problem se ne javlja zbog malog broja radova koji obrađuju toplice kao turistička središta, već zbog velikog broja različitih oblika turizma koji se vezuju uz toplice, a i sami nisu do kraja definirani. Prije analize oblika turizma koji se javljaju u toplicama potrebno je definirati pojmove toplice i terme. Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2018) za toplice navodi: „prirodni izvori mineralnih, odnosno termomineralnih voda te kupališta i lječilišta nastala oko njih (12)“ dok je za terme navedeno „rimski naziv za javna (rjeđe i privatna) kupališta u kojima su se prostorije i voda zagrijavali posebnim uređajima (12)“. Danas su ova dva pojma gotovo sinonimi, njihova upotreba u imenovanju pojedinih objekata ovisi isključivo o volji vlasnika i njihovom marketinškom planu. Bučar i Renko (2007) tvrde da se pojam terme počeo koristiti zbog povezivanja pojma toplice sa starijim ljudima i lječilištima.

Turizam se u stručnoj literaturi dijeli na oblike i vrste. Podjela na posebne oblike turizma vrši se prema specifičnoj motivaciji turista. Podjela na vrste turizma ovisi o nizu kriterija kao što su: duljina boravka, stupanj mobilnosti turista, podrijetlo turista, način organiziranja putovanja, dob i obiteljski status turista te obilježja turističkog prostora (Čorak i dr., 2014). Za potrebe ovog rada najvažnija je podjela na vrste s obzirom na obilježja turističkog prostora. Čorak i dr. (2014) s obzirom na obilježja turističkog prostora izdvajaju: primorski turizam, jezerski turizam, termalno-kupališni turizam, planinski turizam, gradski turizam i seoski turizam. Termalno-kupališni turizam sinonim je za toplički turizam. „Jedna je od najstarijih vrsta turizma i vezan je za termalne izvore i sve aktivnosti koje oni omogućuju turistima (Čorak i dr., 2014, 120)“. Postoji više klasifikacija vrsta turizma s obzirom na prostor, ali one se ne razlikuju značajno. Jednu od tih klasifikacija iznose Bilen i Bučar u knjizi *Osnove turističke geografije* iz 2001. godine, a njihova klasifikacija se od ranije navedene razlikuje u tome što je umjesto pojma termalno-kupališni turizam korišten

pojam toplički (zdravstveni) turizam te je ostavljena mogućnost i za izdvajanje nekih drugih vrsta turizma. „Tako zdravstveni turizam može biti vezan uz termalne izvore ljekovitih voda, ali i uz ljekovita svojstva mora (talasoterapija), specifičnu klimu i sl. (Bilen i Bučar, 2001, 19)“.

Iznesene definicije jasno navode da je termalno-kupališni odnosno toplički turizam vezan za termalne izvore, a samim time i geografski determiniran, ali se i jasno navodi da toplički i zdravstveni turizam nisu sinonimi. Lokacije na kojima nastaju toplička središta podudaraju se s lokacijama izvora. Smith i Puczkó (2009) u raspravi o prirodnim ljekovitim činiteljima kao njihovu zajedničku karakteristiku navode upravo povezanost s određenom lokacijom, odnosno slabu mogućnost njihovog transportiranja ili premještanja. Termomineralnu vodu je moguće transportirati cjevovodima od izvora, ali upitna je isplativost takvog postupka zbog visokih troškova, a posebno ako se uzme u obzir da toplice same po sebi imaju visoku cijenu gradnje i velike troškove održavanja (Smith i Puczkó 2009). Osim same lokacije izvora na razvoj topličkog turizma utječe i njihov kapacitet, temperatura i kemijski sastav vode, ali i pravna regulacija vlasništva (Smith i Puczkó, 2009). Toplički turizam (termalno-kupališni turizam) kao vrsta turizma može uključivati specifične oblike turizma, a o tome pišu Čorak i dr. te navode da se: „u sklopu neke vrste turizma uočava više različitih posebnih oblika turizma (Čorak i dr., 2014, 117)“. Teoretski, u sklopu topličkog turizma može se javiti velik broj specifičnih oblika turizma, ali u praksi postoji nekoliko koji se javljaju najčešće pa su i samim time najvažniji. Specifični oblici turizma koji su najuže vezani uz toplički turizam analizirani su kasnije u ovom poglavlju. Svaki od tih oblika turizma izdvojen je na temelju specifične motivacije turista. Toplički turizam kao vrsta turizma nije izdvojen na temelju motivacije turista, ali analizom oblika turizma koji se javljaju u sklopu topličkog turizma može se zaključiti da turisti najčešće posjećuju toplice zbog zdravlja i rekreacije. Za potrebe ovog rada toplički turizam je prostorno određena vrsta turizma koja uključuje sve specifične oblike turizma koji se javljaju u topličkim turističkim središtima.

U stranoj literaturi se za toplice odnosno toplički turizam koriste pojmovi *spa* i *thermal spa tourism*. Postoji više teorija o podrijetlu pojma *spa* i načinu na koji je došao u engleski jezik i samim time i u međunarodnu literaturu. Kušen (2006) tvrdi da je ovaj pojam u engleski jezik stigao iz latinskog jezika i to od sintagme „*Salus per aquam*“ koja znači „Vodom do zdravlja“, ali napominje i da je Spa ime grada u Belgiji poznatog po mineralnom vrelu. Ramos i Untong (2016) tvrde da je vjerojatnija teorija o nastanku pojma *spa* iz imena

grada Spa u Belgiji koje je preuzeto iz rimskog naziva Aqua Spadanae te da se pojam proširio nakon što je grad postao središte hidroterapije na način da se ime grada poistovjetilo s proizvodom. Isti autori (2016) navode da je hipoteza o latinskom akronimu „Sanitas per aquam“, odnosno zdravlje kroz vodu, bez teorijskog uporišta, iako joj ne osporavaju popularnost.

Osim što postoje različite teorije o podrijetlu pojma spa, postoji i više tumačenja latinske sintagme. Kušen (2006) spominje sintagmu „Salus per aquam“ (salus, utis, f. – zdravlje; dobro; spas; čuvanje života), Bučar i Renko (2007) sintagmu „Sanus per aquam“ (sanus, adi. – zdrav; čitav; nepokvaren), a Ramos i Untong (2016) sintagmu „Sanitas per aquam“ (sanitas, atis, f. – zdravlje, pamet, razboritost). Iako je okvirno značenje u sva tri primjera jednako, zdravlje kroz vodu, ovaj primjer pokazuje problematiku definiranja pojmova u topličkom turizmu. U tri izvora koriste se tri različite riječi *salus*, *sanus* i *sanitas* za definiranje jednostavne rimske sintagme.

U knjizi *Encyclopedia of tourism* (ur. Jafari i Xiao) Ramos i Untong (2016) govore da ne postoji konsenzus u vezi pojma toplički turizam (*spa tourism*) koji se prema njima nalazi između pojmova zdravstveni turizam, turizam blagostanja (*wellbeing tourism*), medicinski turizam i *wellness* turizam, a u istoimenom poglavlju daju i vlastitu definiciju pojma toplički turizam odnosno *spa tourism*. „Toplički turizam je dio *wellness* turizma u kojem je iskustvo povezano s aktivnostima koje uključuju unapređenje zdravlja kroz hidroterapiju ili balneoterapiju (Ramos i Untong, 2016, 886)“.

U posljednje vrijeme javlja se proces kojeg Kušen (2006) naziva devalvacijom pojma te govori o relativnosti značenja. Etiketa *spa* pokušava se vezati uz što više proizvoda i usluga, slično je i s pojmom *wellnessa*. Širina pojma *spa* vidljiva je u kategorizaciji iz 2007. godine koju iznose ISPA (Međunarodno udruženje toplica) i *Spafinder Magazine*, a preuzimaju Smith i Puczkó (2009) pa su tako navedeni: *spa-klub* (Club *spa*), *dnevni spa* (Day *spa*), *spa hotel* (*Spa* hotel), *holistički spa* (Holistic *spa*), *medicinski spa* (Medical *spa*), *kupelj* (bath), *odmarališni spa* (Resort *spa*), *sportski spa* (Sport *spa*) i *strukturirani spa* (Structured *spa*). Kod korištenja pojma *spa* važan je i regionalni kontekst. ISPA predstavlja sjevernoameričko shvaćanje pojma *spa*, a ESPA (Europsko udruženje toplica) europsko. ISPA ima širok pristup zdravlju, a ESPA u središte stavlja prirodne ljekovite činitelje (Smith i Puczkó, 2009).

Ukoliko se pojam *spa* koristi u najširoj mogućoj mjeri dolazi do sve većeg odvajanja od njegove biti. Ako se pojam *spa* veže uz sve što ima i najmanju vezu s tim pojmom, postaje gotovo nemoguće da turisti iz naziva saznaju što je *spa* u užem smislu te riječi. Problem su i već spomenute regionalne razlike u korištenju pojma. Turist koji iz Europe putuje u SAD ima određenu sliku o tome što sve uključuje pojam *spa*, ali ta slika može biti potpuno različita od onoga što se u SAD-u reklamira kao *spa* pa može doći do nezadovoljstva turista. Različite definicije i regionalno korištenje pojmova dovode do problema u marketingu.

Nakon definiranja topličkog turizma kao cjeline potrebno je definirati i najvažnije selektivne oblike turizma koji se javljaju kao dio topličkog turizma.

## 2.1. Zdravstveni turizam

Najznačajniji od specifičnih oblika turizma koji se odvijaju u toplicama je zdravstveni turizam. Zdravstveni turizam se u radovima o toplicama ponekad koristi kao sinonim za toplički turizam, iako to nije opravdano. Sadržaj pojmova zdravstveni turizam i toplički turizam se poklapa do određene mjere, ali zdravstveni turizam se ne odvija isključivo u topličkim središtima te se u topličkim središtima javljaju i ostali oblici turizma. Ključna razlika je to što je toplički turizam vrsta turizma koja se izdvaja prema prostoru odvijanja, a zdravstveni turizam oblik turizma koji se izdvaja prema specifičnoj motivaciji turista. Međutim, zdravstveni turizam je svakako najsloženiji oblik turizma koji se javlja u topličkim središtima budući da obuhvaća najveći broj ostalih oblika turizma.

Zdravstveni turizam prema *Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva 2012-2020*. (2012) obuhvaća putovanja u lječilišta, s ciljem poboljšanja fizičkog stanja turista, a kao njegove vrste su izdvojeni: medicinski turizam, lječilišni turizam i *wellness* (14). Kušen (2006) iznosi pročišćenu definiciju zdravstvenog turizma: „Zdravstveni turizam je vrsta složene gospodarske aktivnosti u kojoj bitno mjesto zauzima stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, postupaka fizikalne medicine i programiranih fizičkih aktivnosti u svrhu održanja i unapređenja fizičkoga, mentalnoga i duhovnog zdravlja turista te poboljšanja kvalitete njihova života (Kušen, 2006, 226)“. Sveobuhvatnu definiciju zdravstvenog turizma iznosi Ivanišević (2016): „Zdravstveni turizam stručno i pod nadzorom koristi prirodne ljekovite činitelje i/ili postupke fizikalne i rehabilitacijske medicine u cilju očuvanja i unapređenja zdravlja i/ili poboljšanja vrsnoće života. Korisnik

je turist, hotelski, u kampu i/ili privatno smješten, živi odabranim načinom života i dio dana odvaja za primjenu spomenutih činitelja i postupaka. To su zdrave i/ili osobe s kroničnim oštećenjima sustava za kretanje, određenim bolestima dišnoga, krvožilnoga i drugih sustava i kože (Ivanišević, 2016, 15)“.

Ivaniševićeva (2016) definicija sadržava sve najvažnije odrednice zdravstvenog turizma: korištenje prirodnih ljekovitih čimbenika pod liječničkim nadzorom s ciljem očuvanja i unapređenja zdravlja te naglasak na tome da su korisnici – turisti zdrave osobe ili kronični bolesnici. Upravo na temelju ovih odrednica će se kasnije analizirati razlika između zdravstvenog i lječilišnog turizma. Osim samog definiranja zdravstvenog turizma potrebno je definirati i turiste: „Ako je turist svaki čovjek koji mijenja svoje boravište na određeno vrijeme, bilo u svojoj zemlji ili i u inozemstvu, a poradi poboljšanja i očuvanja zdravlja, tada s pravom govorimo o zdravstvenom turistu (Bačić i Medak, 2012, 212)“.

Nakon iznošenja najznačajnijih definicija zdravstvenog turizma u domaćoj literaturi, potrebno je analizirati način na koji je zdravstveni turizam definiran u relevantnoj stranoj literaturi. U literaturi na engleskom jeziku zdravstveni turizam se naziva *health tourism*.

U knjizi *Encyclopedia of Tourism* iz 2016. godine (ur. Jafari i Xiao) postoji poglavlje naziva *Health tourism*. Zdravlje i turizam se povezuju kroz zdravstvene rizike na putovanjima, navode se konkretni primjeri bolesti koje su negativno utjecale na turizam te problematika pružanja zdravstvene zaštite i informacija o zdravstvenim rizicima turistima (Bushell, 2016). Bushell (2016) ne daje definiciju zdravstvenog turizma kao takvog već poistovjećuje zdravstveni turizam s *wellness* turizmom te navodi proizvode *wellness* turizma: „Proizvodi *wellness* turizma variraju od meditacijskih skloništa, *life coaching* blagdana, alternativnih terapija, dnevnog *spa* do kozmetičkih operacija i medicinskih i dentalnih zahvata u luksuznim okruženjima (Bushell, 2016, 422)“.

Pojam zdravstveni turizam nije do kraja definiran te se zbog nedostatka konsenzusa oko definicija i značenja javlja problem različitog korištenja istih pojmova ovisno o državi ili organizaciji, pojmovi zdravstveni turizam, *wellness*, medicinski turizam i *spa* turizam se koriste kao sinonimi (Smith i Puczkó, 2009). Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (2018), zdravstveni turizam je krovni pojam za podtipove: *wellness* turizam i medicinski turizam. U *Studiji Europskog parlamenta* je navedeno: „Zdravstveni turizam je podsektor općeg turizma koji se sastoji od medicinskog, *wellness* i *spa* turizma (13, 9)“. Definicije spomenutih organizacija i institucija bliže su definicijama iz domaće literature te prave jasnu



podjelu oblika turizma u kojima se zdravstveni turizam smatra širim pojmom te se za njega kao sinonim ne može koristiti pojam *wellness* turizam. Smith i Puczkó (2009) tvrde da je „sektor zdravstvenog turizma različit i da se sastoji od brojnih pod-sektora (Smith i Puczkó, 2009, 104)“. Zdravstveni turizam je pojam više kategorije od *wellness* turizma od kojeg se razlikuje po tome što *wellness* turizam nema medicinsku dimenziju (Smith i Puczkó, 2009). Pod utjecajem holističkog pristupa zdravlju, zdravstveni turizam se također sve više smatra holističkim konceptom koji osim fizičkog obuhvaća i mentalno i psihološko zdravlje te su zbog toga definicije zdravstvenog turizma i *wellness* turizma sve bliže (Smith i Puczkó, 2009). *Wellness* kao koncept i kao oblik turizma će biti analizirani kasnije.

Mueller i Kaufmann (2001) iznose kompleksnu definiciju prema kojoj je zdravstveni turizam: „zbroj svih odnosa i fenomena koji proizlaze iz promjene mjesta stanovanja ljudi kako bi unaprijedili, stabilizirali i, prema potrebi, vratili fizičko, mentalno i društveno blagostanje koristeći zdravstvene usluge, a kojima mjesto boravka nije niti načelno niti trajno mjesto stanovanja ili rada (Kaspar, 1996 prema Mueller i Kaufmann, 2001)“. Carrera i Bridges (2006) na sličan način definiraju zdravstveni turizam i to kao „organizirano putovanje izvan lokalnog okruženja zbog održavanja, poboljšavanja ili obnove mentalnog i fizičkog blagostanja pojedinca (Carrera i Bridges, 2006, 3)“. Navedene definicije zdravstvenog turizma kao ključni pojam sadržavaju blagostanje (*wellbeing*), prva naglašava i važnost zdravstvenih usluga, a druga ne pa bi se zbog toga drugu definiciju moglo koristiti i za *wellness* turizam. Takav način definiranja je primjer konvergiranja definicija zdravstvenog i *wellness* turizma o kojem pišu Smith i Puczkó (2009). Hall (2011) definira zdravstveni turizam kao „komercijalni fenomen industrijskog društva koji uključuje putovanje osobe preko noći, dalje od uobičajenog kućnog okruženja, zbog izrazite koristi održavanja ili poboljšavanja zdravlja te ponudu i promociju ustanova i destinacija koje nastoje pružiti navedene prednosti (Hall, 2005 prema Hall, 2011, 5)“. Navedena definicija je relevantna jer zdravstveni turizam smatra fenomenom, navedeni su ključni motivi sa zdravljem kao najvažnijim pojmom, a obuhvaća i ustanove koje pružaju usluge.

U ovom potpoglavlju su izneseni primjeri definicija zdravstvenog turizma u domaćoj i stranoj literaturi. Zbog kompleksnosti pojma zdravstvenog turizma, prisutna je mnogobrojnost i velika razlika između definicija te preklapanje odnosno izjednačavanje s nekim drugim pojmovima (*wellness* turizam, medicinski turizam). Smith i Puczkó (2009) tu pojavu objašnjavaju različitim kulturološkim kontekstom, isti pojam može imati različito značenje u različitim zemljama. Nije moguće odrediti koja je najrelevantnija i najtočnija

definicija zdravstvenog turizma bez istraživanja posvećenog isključivo toj problematici. U ovom radu se relevantnima smatraju definicije prema kojima je zdravstveni turizam pojam nadređen pojmovima *wellness* (turizam), lječilišni turizam, medicinski turizam.

## 2.2. Medicinski turizam

Medicinski turizam je oblik zdravstvenog turizma. U literaturi na engleskom jeziku koristi se pojam *medical tourism*. Kod njegovog definiranja postoji manje nesuglasica nego kod definiranja zdravstvenog turizma. U *Nacionalnoj strategiji razvoja zdravstva 2012-2020*. (2012) je navedeno: „Medicinski turizam podrazumijeva putovanje u druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite (radi parcijalnih kirurških zahvata, stomatoloških, kozmetičkih, psihijatrijskih i alternativnih tretmana, a sve uz pripadajuće usluge njege i oporavka). Primarna motivacija putovanja na medicinske tretmane je da se uz niže troškove dobije vrhunska zdravstvena usluga u drugoj destinaciji, nemogućnost da se takvi tretmani realiziraju u vlastitoj zemlji ili brža realizacija zahvata (14, 337)“. *Studija Europskog parlamenta* navodi: „Medicinski turizam uključuje ljude koji putuju izričito kako bi pristupili medicinskom tretmanu (13, 9)“.

U knjizi *Encyclopedia of tourism* (ur. Jafari i Xiao) Choi (2016) piše poglavlje o medicinskom turizmu. Choi (2016) korištenje pojma medicinski turizam dovodi u vezu sa znanstvenim poljem koje ga koristi, odnosno tvrdi da svako znanstveno polje preferira određeni pojam. Prema njemu su kurativa, zdravstveni turizam, *wellness* turizam sinonimi s medicinskim turizmom, a različito ih koriste zdravstveni djelatnici, turistički djelatnici, ekonomisti, statističari i ostali povezani stručnjaci (Choi, 2016). Choi (2016) dovodi u pitanje korištenje naziva medicinski turizam, odnosno njegovo preferiranje ispred naziva medicinsko putovanje, pozivajući se na Whittaker (2008) koja o toj problematici piše: „Međutim, na mnogo načina, pojam medicinski turizam je pogrešan, budući da nosi konotacije užitka koji nije uvijek povezan s ovim putovanjem i zamagljuje razliku između očajnički bolesnih ljudi koji putuju zbog presađivanja bubrega ili terapije za karcinom te diskretnijim putovanjima zbog neobavezne kozmetičke kirurgije u kombinaciji s dokoličnim odsjedanjem u odmaralištima (Whittaker, 2008, 272)“. Iako postoji drastična razlika između svojevoljnog putovanja u svrhu obavljanja kozmetičkih zahvata i putovanja u svrhu liječenja ozbiljnih bolesti, ova dva fenomena mogu se povezati jer i ljudi koji putuju zbog ozbiljnih medicinskih zahvata često biraju objekte zdravstvenog turizma za rehabilitaciju (Whittaker, 2008).

Upravo su toplička središta, orijentirana na lječilišni turizam, jedna od glavnih središta medicinske reahabilitacije. Kombinacija ustanova sa stručnim kadrom i prirodnim ljekovitim činiteljima u vidu termomineralne i mineralne vode koja, ovisno o sastavu, ima blagotvoran učinak kod brojnih bolesti i stanja čini toplička središta pogodnima za medicinsku rehabilitaciju.

Postoji pet glavnih razloga medicinskih putovanja: *affordability*, *accessibility*, *availability*, *additionality* i *acceptability* (Reisman, 2010 prema Choi, 2016). Ako se ovi razlozi promatraju na način kako su izvorno navedeni, na engleskom jeziku, može ih se nazvati „pet A medicinskog turizma“. Potrebno je objasniti svaki od ovih razloga, međutim prijevod u ovom slučaju nema smisla budući da bi se za pojedine razloge na hrvatskom jeziku koristio isti pojam, a za neke ne postoji adekvatan prijevod.

*Affordability* se odnosi na dostupnost s obzirom na financije pacijenta. Ukoliko određeni zahvati nisu pokriveni osiguranjem brojni pacijenti ih ne mogu priuštiti u vlastitoj zemlji pa traže usluge u drugim zemljama. *Accessibility* je pojam koji se veže uz vremensku dostupnost, u određenim slučajevima pacijenti trebaju čekati mjesecima na pojedine zahvate. *Availability* je pojam koji se odnosi na usluge koje pacijentima jednostavno nisu dostupne u vlastitim zemljama. *Additionality* je pojam koji se odnosi na višu razinu kvalitete odnosno na dodatne usluge. *Acceptability* se odnosi na osjetljive medicinske postupke koji su u određenim državama zabranjeni ili nisu društveno prihvatljivi pa je kod njih potrebna diskrecija (Reisman, 2010 prema Choi, 2016).

Ključna odrednica medicinskog turizma je to što se putovanja ostvaruju u svrhu medicinskog tretmana. Zbog toga je ovaj oblik zdravstvenog turizma bolje definiran od samog zdravstvenog turizma, iako postoje neke nesuglasice vezane uz sam naziv pojma. Potražnja je velika jer brojni stanovnici razvijenih zemalja iz ranije navedenih razloga ne mogu ostvariti željene medicinske tretmane u sklopu zdravstvenih sustava vlastitih zemalja, a dio potražnje se odnosi i na stanovnike slabije razvijenih zemalja koji u svojim zemljama jednostavno nemaju pristup određenim medicinskim uslugama jer one kao takve ne postoje. Najveći potencijal za razvoj medicinskog turizma imaju zemlje koje ne spadaju u red najrazvijenijih zemalja, ali imaju kvalitetno medicinsko osoblje i konkurentne cijene. Međutim, ovo područje je kontroverzno te se javljaju pitanja o tome do koje razine će se komodificirati zdravstvo, odnosno u suprotnosti su etički i medicinski zahtjevi pojedinaca u odnosu na etičke zahtjeve grupa (Widdows, 2011 prema Hall, 2011).

### 2.3. *Wellness*

*Wellness* se može promatrati kao koncept i kao oblik turizma. Nakon što ga je u literaturu uveo Dunn 1959. godine, pojam se veoma proširio (Smith i Puczkó, 2009). Danas je prisutna inflacija tog pojma, etiketa *wellnessa* pokušava se staviti na sve više različitih turističkih proizvoda i usluga. Ovaj fenomen se može povezati s holističkom definicijom zdravlja navedenu ranije u poglavlju te stavljanjem blagostanja u njezino središte. Sam tvorac pojma ga definira kao: „posebno stanje zdravlja koje sadrži općenit osjećaj blagostanja te vidi „čovjeka“ sastojanog od tijela, duha i uma te ovisnog o svojoj okolini (Dunn, 1959 prema Smith i Puczkó, 2009, 54)“. Postoji iznimno velik broj faktora koji imaju utjecaj na svaku od navedenih komponenti blagostanja. Treba uzeti u obzir i posebnost svakog individualca, nekome će određena radnja pomoći ostvariti primjerice blagostanje uma, dok kod drugog pojedinca ta ista radnja neće imati jednak učinak. „*Wellness* je očito složeni koncept koji sjedinjuje elemente načina života, fizičkog, umnog i duhovnog blagostanja te odnosa pojedinca prema sebi, drugima i okolini (Smith i Puczkó, 2009, 54)“. Složenost koncepta *wellnessa* vidljiva je i u njegovim dimenzijama koje se često prikazuju u krugu kao „wheel of *wellness*“, a takav primjer daju i Smith i Puczkó (2009). Prva dimenzija je emocionalna, druga dimenzija je dimenzija zanimanja i zvanja, treća dimenzija obuhvaća fizički *wellness*, ishranu i *fitness*, četvrta dimenzija obuhvaća društvo, obitelj, zajednicu i okolinu, peta dimenzija je intelektualna te šesta duhovna i etička (Smith i Puczkó, 2009). Međutim, autori navode i da malo koje putovanje može pozitivno utjecati baš na sve dimenzije *wellnessa* (Smith i Puczkó, 2009).

Veza između *wellnessa* i turizma općenito može se promatrati na više načina, ovisno o tome smatra li se on konceptom ili oblikom turizma. U najširem smislu svako turističko putovanje doprinosi nekom aspektu blagostanja pa se sav turizam može smatrati *wellnessom*. „Putovanje može doprinijeti svim aspektima zdravlja ako uzmemo u obzir fizičke i mentalne prednosti odmora i opuštanja, socijalni aspekt miješanja s ostalim turistima i lokalnim stanovništvom te intelektualnu stimulaciju koja može proizaći iz učenja o novim mjestima (Smith i Puczkó, 2009, 40)“. Kako bi se *wellness* turizam mogao promatrati u odnosu na turizam općenito potrebno ga je definirati. Mueller i Kaufmann (2001) iznose cjelovitu definiciju *wellness* turizma na temelju Kasparove (1996) definicije zdravstvenog turizma prema kojoj je *wellness* turizam: „zbroj svih odnosa i fenomena koji proizlaze iz putovanja i smještaja ljudi čiji je glavni motiv očuvanje i promoviranje njihovog zdravlja. Oni odsjedaju u specijaliziranim hotelima koji pružaju profesionalno znanje i individualnu njegu.

Zahtijevaju opsežan paket usluga koji se sastoji od fizičkog *fitnessa*/njege ljepote, zdrave ishrane/dijete, opuštanja/meditacije i mentalne aktivnosti/edukacije (Kaspar, 1996 prema Mueller i Kaufmann, 2001, 3)“. Smith i Kelly (2006) raspravljaju o tome što sve sadrži suvremeno iskustvo *wellness* turizma: „potreban je namjerni doprinos psihološkom, duhovnom i emocionalnom blagostanju kao dodatak fizičkom (Smith i Kelly, 2006, 2)“. Iz navedenih definicija vidljive su glavne odrednice *wellness* turizma. „Ljudi putuju zbog *wellness* turizma kako bi održali ili poboljšali vlastito zdravlje ili blagostanje (Mainl i dr., 2017, 9)“. *Wellness* turisti su ljudi specifične motivacije. Kao glavni motiv ovih turista ističe se rad na svim komponentama sebe kako bi došlo do poboljšanja u cjelini. Smith i Puczkó u svojoj knjizi *Health and Wellness Tourism* iz 2009. godine detaljno analiziraju motivaciju i same osobine korisnika *wellness* turizma koje opisuju kao: „samosvjestne, aktivne tragače poboljšanja blagostanja, zdravlja i sreće. Naravno, *wellness* nije statičan koncept te je subjektivan i relativan, zbog toga se uvijek mijenja. Potrebe *wellnes* turista će očito drastično varirati u različitim vremenima i fazama njihovih života (Smith i Puczkó, 2009, 10)“. Upravo je riječ aktivnost možda i najviše vezana uz *wellness* turizam. Turisti su ljudi koji aktivno rade na svojem blagostanju, *wellness* je za njih životni stil i redovito upražnjavaju aktivnosti povezane s *wellnessom* u svakodnevnom životu, a turistička putovanja im često koriste za proširenje svoje spoznaje o *wellnessu* (Smith i Puczkó, 2009). „Ljudi koji konzumiraju usluge *wellnessa* obično imaju višu svijest o zdravlju od ostalih. Oni su željni napraviti nešto za zdraviji životni stil, oni su svjesni o svojoj prehrani i često fizički vježbaju (Smith i Puczkó, 2009, 40)“.

Popularnost *wellnessa* i *wellness* turizma javlja se kao odgovor na ubrzani način života pun stresa s kojim je suočen suvremeni čovjek. Iako za upražnjavanje aktivnosti *wellnessa* načelno nije potrebno turističko putovanje, zbog spomenutog ubranog načina života ljudi teško nalaze vrijeme za sebe pa im turistička putovanja često služe za rad na sebi. O ovom fenomenu pišu Smith i Puczkó (2009) koji analiziraju demografska obilježja *wellness* turista. Iako postoje razlike ovisno o lokacijama, aktivnostima i domenama *wellnessa*, najveći udio u strukturi korisnika čine žene i općenito ljudi iznad 30 godina, a muškarci i općenito mlađa populacija imaju značajno manji udio. Žene, za koje navedeni autori tvrde da su općenito sklonije *wellness* aktivnostima, imaju sve manje vremena za spomenute aktivnosti pa su im sve više potrebne ciljane, profesionalne *wellness* usluge. Muškarci za opuštanje najčešće biraju drugačije aktivnosti, kao što su sport i *fitness*, za koje autori tvrde da također imaju *wellness* dimenziju. Razlika u popularnosti *wellnessa* između

dobnih skupina 18 – 25 godina i 30 i više godina autori objašnjavaju tvrdnjom da su pripadnici mlađe dobne skupine u dobrom fizičkom stanju i pod manjom količinom stresa te im zbog toga *wellness* sadržaji nisu potrebni u mjeri u kojoj su potrebni pripadnicima dobne skupine iznad 30 godina. Međutim, ova problematika je i dalje dosta slabo istražena u stručnoj literaturi (Smith i Puczkó, 2009).

Zbog nedostatka istraživanja, ali i specifičnosti *wellnessa* i *wellness* turizma i njihove povezanosti s karakternim osobinama korisnika, korisnike je prikladnije promatrati kao skupinu ljudi kojima je zajedničko upražnjavanje aktivnosti s ciljem poboljšavanja razine zdravlja i blagostanja. Kao ključna komponenta nameće se aktivnost. „*Wellness* se obraća ljudskom zdravlju u holističkom ili opsežnom smislu i pretpostavlja da će svaka osoba aktivno sudjelovati u zaštiti svog zdravlja, prevenciji bolesti te neće to prepustiti liječenju (Smith i Puczkó, 2009, 40)“.

Položaj *wellness* turizma u podjelama oblika turizma izaziva dosta kontroverzi te ne postoji konsenzus u stručnoj literaturi. Ova problematika je detaljno iznesena u potpoglavlju o zdravstvenom turizmu budući da zbog pomaka u shvaćanju i definiranju zdravlja dolazi do sve snažnijeg preklapanja ova dva pojma. Nema sumnje da su ciljevi *wellness* turizma i zdravstvenog turizma vrlo slični te da su korisnici oba oblika turizma ljudi kojima je motivacija poboljšanje razine zdravlja. Međutim, zdravstveni turizam, prema brojnim definicijama navedenim u potpoglavlju o zdravstvenom turizmu, uključuje korištenje prirodnih ljekovitih činitelja pod liječničkim nadzorom dok za *wellness* turizam nisu nužni niti prirodni ljekoviti činitelji niti liječnički nadzor. U ovom radu je korištena podjela oblika turizma u kojoj je *wellness* turizam jedan od oblika zdravstvenog turizma.

#### 2.4. Lječilišni turizam

Lječilišni turizam je oblik zdravstvenog turizma koji mu je najbliži. *Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012-2020*. (2012) lječilišni turizam izdvaja kao jedan od najstarijih oblika zdravstvenog turizma: „u okviru kojega se stručno i kontrolirano koriste prirodni ljekoviti činitelji i postupci fizikalne terapije u cilju očuvanja i unapređenja zdravlja te poboljšanja vrsnoće života. Naglasak je na revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti čovjeka u okviru klimatskih, morskih i topličkih destinacija. U lječilištima se nude kure, posebni programi oporavka, uravnotežena prehrana i drugi sadržaji (14, 338)“.

Ova definicija je gotovo identična Ivaniševićevoj definiciji zdravstvenog turizma iz 2016. godine navedenoj u potpoglavlju o zdravstvenom turizmu. U istom radu Ivanišević (2016) iznosi i

definiciju lječilišnog turizma za koji navodi: „Lječilišni turizam stručno i pod nadzorom koristi prirodne ljekovite činitelje i/ili postupke fizikalne i rehabilitacijske medicine u lječilišnim ustanovama sa ciljem sprječavanja, liječenja, produženog liječenja i rehabilitacije korisnika s različitim bolestima sustava za kretanje, određenim bolestima dišnoga, krvožilnoga i drugih sustava i kože (Ivanišević, 2016, 15)“. Lječilišni turizam je turizam vrlo blizak zdravstvenom turizmu, a to je vidljivo i iz definicija koje daje Ivanišević (2016). Lječilišni turizam se odvija u lječilišnim ustanovama, dok je za zdravstveni turizam navedeno da su turisti smješteni u hotelima, kampu ili privatno.

Glavna razlika i razlog zbog kojeg se lječilišni turizam izdvaja kao posebni oblik turizma iz zdravstvenog turizma je motivacija odnosno profil turista. Korisnici lječilišnog turizma su osobe s određenim bolestima kojima je motiv liječenje, a korisnici zdravstvenog turizma su zdrave osobe ili osobe s kroničnim oštećenjima kojima je motiv očuvanje ili unapređenje zdravlja (Ivanišević, 2016). Vrkljan i Hendija (2016) navode da se: „usluge lječilišnog turizma se pružaju u specijalnim bolnicama za medicinsku rehabilitaciju i lječilištima, a uključuju pod liječničkim nadzorom stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja i fizikalne terapije radi unapređenja i očuvanja zdravlja (Vrkljan i Hendija, 2016, 86)“. Autori iznose definiciju lječilišnog turizma koja bi se s potpunim opravdanjem mogla koristiti i za zdravstveni turizam, a distinkciju prave prema mjestima odvijanja, eksplicitno su navedena lječilišta i specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju (Vrkljan i Hendija, 2016). *Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012-2020.* (2012) navodi klimatske, morske i topličke destinacije kao središta lječilišnog turizma (14). Vidljivo je da je lječilišni turizam geografski vezan uz toplička središta, iako ne isključivo uz njih.

Pojam lječilišni turizam i njegovo izdvajanje iz zdravstvenog turizma prisutnije je u domaćoj literaturi nego u inozemnoj literaturi na engleskom jeziku. Razlog je snažna tradicija topličkih lječilišta koja još uvijek uglavnom djeluju bez modernizacije i proširivanja sadržaja, između javnog i privatnog sektora. U *Encyclopedia of Tourism* iz 2016. godine se za toplička lječilišta navodi pojam *medical spa*, a Smith i Puczkó u *Health and Wellness Tourism* iz 2009. godine *health spa*. Međutim, analogni pojmovi *health spa tourism* odnosno *medical spa tourism* nisu ustaljeni u inozemnoj literaturi. Pojam *health spa tourism* koriste Vrkljan i Hendija u svojem radu iz 2016. godine kao prijevod pojma lječilišni turizam.

Zbog profila korisnika lječilišni turizam ima sličnosti s medicinskim turizmom. Korisnici oba oblika turizma su uglavnom osobe s određenim bolestima, iznimka su medicinski turisti koji putuju zbog estetskih zahvata. Razlika između lječilišnog turizma i medicinskog turizma je to što se kod lječilišnog turizma koriste prirodni ljekoviti činitelji, a kod medicinskog turizma medicinski zahvati. Budući da određeni autori, primjerice Whittaker (2008) dovode u pitanje opravdanost pojma medicinski turizam upravo zbog profila korisnika, analogno tome se u pitanje može dovesti i opravdanost pojma lječilišni turizam. Osoba s bolešću koja dolazi u topličko lječilište ili specijalnu bolnicu za medicinsku rehabilitaciju s ciljem liječenja te bolesti nije turist u najužem smislu, ona tamo ne provodi odmor i cilj putovanja joj nije užitak. Whittaker (2008) navodi užitak kao bitnu komponentu razlikovanja turizma od ostalih putovanja. Iz toga slijedi da bi opravdani alternativni naziv lječilišnog turizma mogao biti lječilišno putovanje, ali takav naziv se ne javlja u literaturi.

## 2.5. Ostali oblici turizma

S obzirom da je toplički turizam u ovom radu definiran kao vrsta turizma koji obuhvaća sve oblike turizma koji se pojavljuju u toplicama, dakle definiran je prema prostoru odvijanja, a ne prema motivaciji turista, on potencijalno može obuhvaćati velik broj specifičnih odnosno selektivnih oblika turizma koji se izdvajaju prema posebnoj motivaciji turista. Iako su primarni motivi zbog kojih ljudi dolaze u toplice vezani uz zdravlje, blagostanje i rad na sebi, motivacija može varirati ovisno o ponudi svakih od toplica. Primjerice ako se određene toplice, nakon istraživanja tržišta i konkurencije, odluče istaknuti svojom gastronomskom ponudom koja će poticati ljude na dolazak, tada je opravdano govoriti o gastronomskom turizmu u sklopu topličkog turizma. Konkretni primjer predstavljaju i obje toplice promatrane kao studija slučaja (case study). U sklopu ponude „Termi Olimia“, ali i „Termi Tuhelj“ postoje kongresne dvorane. Ukoliko neka tvrtka, organizacija ili ustanova organizira kongres u „Termama Tuhelj“ s trajanjem od nekoliko dana i predviđenim vremenom za turističke aktivnosti, može se govoriti u kongresnom turizmu. Budući da se u spomenutom slučaju kongresni turizam događa u topličkom središtu on se također smatra dijelom topličkog turizma. Još jedan konkretni primjer su Varaždinske Toplice. Suvremeno naselje nastalo je na temeljima rimskog naselja Aqua Iasae. Rimski civilizacija je jedna od prvih prepoznala vodu kao ljekoviti čimbenik, a o tome postoje i materijalni dokazi u vidu ostataka termi. Povijesni razvoj toplica analiziran je u sljedećem poglavlju. Varaždinske Toplice razvijaju toplički turizam, ali ulaže se i značajan trud u



interpretaciju rimske baštine pa se može govoriti i o kulturnom turizmu (Kušen i Kušen Tomljanović, 2015). U ovom primjeru kulturni turizam je dio topličkog turizma. Ova tri oblika turizma su navedena kao primjer, u teoriji se u toplicama može odvijati velik broj specifičnih oblika turizma, ukoliko su kompatibilni s prostornim karakteristikama samih toplica, odnosno ukoliko postoje uvjeti i percepcija o potrebi njihovog razvoja. Ovo potpoglavlje ne služi za nabranje svih specifičnih oblika turizma koji se mogu javljati u toplicama, budući da, s obzirom na njihov potencijalni broj, nabranje nema smisla.

Cilj ovog potpoglavlja je prikazivanje topličkog turizma kao složene vrste turizma te pojma više kategorije u odnosu na specifične oblike turizma koji se mogu javljati na prostoru toplica pa je on, na temelju jednog izmišljenog i dva stvarna primjera takvim i prikazan. Ostali specifični oblici turizma će, ovisno o njihovom javljanju, prema potrebi biti analizirani i objašnjeni na konkretnim primjerima u sklopu studije slučaja.

Osim što se u toplicama javljaju mnogi oblici turizma, one su i važna mjesta rekreacije. Prije razmatranja konkretne veze između topličkih središta i rekreacije taj je pojam potrebno definirati. Simmons i Moore (2016) u *Encyclopedia of Tourism* navode: „Rekreacija se smatra ugodnom, društveno prihvaćenom aktivnošću koja obnavlja pojedinca, istovremeno s iskustvom dokolice (Simmons i Moore, 2016, 777)“. Rekreacija nije do kraja definirana u literaturi, a postoje i rasprave o načinu na koji je povezana s turizmom (Simmons i Moore, 2016). Simmons i Moore (2016) tvrde da zadovoljstvo turista određenom destinacijom ovisi o primarnim resursima i rekreacijskim sadržajima. Kao rekreacijske sadržaje navode: „opsežnu listu *shoppinga*, zabave te pasivnih i aktivnih oblika rekreacije na otvorenom (kao što su: razgledavanje, *canoeing*, kampiranje, rafting, *trekking*, skijanje, sport i tako dalje). Mogućnosti rekreacije i povezanosti pogodnosti su također važni elementi u marketingu i stvaranju slike (imidža) destinacija (Simmons i Moore, 2016, 778)“. Rekreacijski sadržaji uglavnom služe kao dopunski sadržaji osnovnoj turističkoj ponudi, ali budući da mogu donijeti prevagu kod odabira destinacija vrlo su značajni.

Rekreacijski sadržaji u toplicama predstavljaju dopunu osnovnom sadržaju, odnosno proširivanje ponude. Uglavnom su to vodeni parkovi (često tematski) i posebni bazeni. Ovi sadržaji ne pripadaju ponudi zdravstvenog turizma s kojim imaju tek nekoliko dodirnih točaka. Budući da su toplice ponekad ekskluzivne s obzirom na cijenu, ali i na politiku prema djeci koja nisu dobrodošla u sve objekte zdravstvenog i lječilišnog turizma zbog toga što u takvim objektima ne postoje sadržaji za njih te narušavaju mir drugih posjetitelja, dopunski

rekreacijski sadržaji osiguravaju da obitelji s djecom, kao važan segment turističkog tržišta, ne budu u potpunosti odvojena od zdravstvenog turizma. Rekreacijske zone toplica koriste i turisti, ali i lokalno stanovništvo (Smith i Puczkó, 2009).

Smith i Puczkó (2009) ovaj tip objekata nazivaju *leisure spa* za koje navode da: „pružaju atrakcije i usluge za cijelu obitelj. Odvojene sekcije ciljaju djecu toboganima, dječjim bazenima i ostalim zabavnim sadržajima, a roditelje tihim zonama za odmor i bazenima, sauna parkovima i odjeljcima za tretmane (Smith i Puczkó, 2009, 89)“. Pojam *leisure spa* nema odgovarajući prijevod na hrvatski jezik, u doslovnom prijevodu taj pojam bi označavao dokoličarske toplice, ali u duhu jezika bolji prijevod bi glasio rekreacijske toplice. Bez obzira na prijevod, Smith i Puczkó (2009) ih slikovito nazivaju „supermarketima *wellnessa* koji, s iznimkom medicinskih tretmana, mogu pružiti nešto za cijelu obitelj (Smith i Puczkó, 2009, 89)“. Značajni dio ponude „Termi Tuhelj“, koje su u ovom radu proučavane kao studija slučaja, odgovara onome što Smith i Puczkó nazivaju *leisure spa*. Ponuda „Termi Tuhelj“, ali i „Termi Olimia“ detaljno je analizirana u kasnijem poglavlju.

Kao što je već navedeno za rekreacijske sadržaje općenito, tako i rekreacijski sadržaji (vodeni parkovi, prilagođeni bazeni) u toplicama mogu prevagnuti u slučaju neodlučnosti potencijalnih turista. Čak i toplička središta kojima je osnovna ponuda prilično daleko od rekreacijskih i zabavnih sadržaja na vodi upotpunjuju svoju ponudu upravo tom vrstom sadržaja. Kao primjer se mogu navesti Krapinske Toplice, tradicionalno središte lječilišnog turizma čija je osnovna ponuda najuže vezana uz rad Specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju. U Krapinskim Toplicama postoji i vodeni park *Aquae Vivae* s čitavim nizom rekreacijskih i zabavnih sadržaja koji nisu namijenjeni osobama koje se oporavljaju od operacije u specijalnoj bolnici. Očito se radi o proširivanju ponude i pokušaju privlačenja i korisnika drugih profila te snažnijem pozicioniranju na tržištu. Međutim, potrebno je detaljno planiranje kod ovakvih projekata proširivanja ponude budući da korisnici usluga lječilišnog turizma i korisnici kojima su toplice mjesta rekreacije nisu kompatibilne skupine.

### 3. POVIJESNI RAZVOJ TOPLIČKOG TURIZMA

Dok kod definiranja topličkog turizma, a posebno selektivnih oblika turizma koji se javljaju kao njegov dio, postoje neslaganja između autora, oko povijesnog razvoja toplica i topličkog turizma uglavnom postoji konsenzus. Ljudi su poznavali i koristili izvore tople vode prije više stotina tisuća godina (Hitrec, 1996). Temelji brojnih suvremenih *wellness* tretmana datiraju više tisuća godina u prošlost kao dio kineske i indijske civilizacije, a dolina rijeke Ind smatra se i ishodištem kulture kupelji zbog tamo pronađene kupališne infrastrukture (Smith i Puczkó, 2009). Iako su i ranije civilizacije poznavale neke oblike kupelji, u kontekstu razvoja toplica najveće zasluge imaju Rimljani koji su utemeljili neka od povijesno najvažnijih topličkih središta: Bath 76. godine, Spa, prije 100. godine i Baden-Baden 211. godine, a i u samom Rimu izgrađene su poznate Karakaline terme koje su korištene nekoliko stoljeća (Smith i Puczkó, 2009). O važnosti kulture kupanja za Rimljane svjedoči i činjenica da su imali više različitih tipova ustanova s različitim funkcijama. Izdvajaju se „therme“ koje je karakterizirao luksuz, a korištene su za zabavu i provođenje slobodnog vremena te „balnea“ koje su bile manje luksuzne, a koristile su se za liječenje (Smith i Puczkó, 2009). Naslijeđe Rimljana vidljivo je i u današnjem korištenju navedenih pojmova. Pojam „thermae“ odnosno terme često je korišten umjesto pojma toplice zbog marketinških razloga, a iz pojma „balnea“ razvio se pojam balneoterapija, definiran u prijašnjem poglavlju. Još jedna važna ostavština Rimljana su putovanja motivirana zdravljem, odnosno putovanja u područja povoljnije klime ili u mjesta s izvorima tople vode (*Vichy, Bath*) (Lomine, 2005 prema Smith i Puczko, 2009). Spomenuta putovanja ne mogu se smatrati zdravstvenim turizmom u suvremenom smislu, ali se zbog određenih dodirnih točaka mogu smatrati njegovom pretečom. Početak suvremenog turizma veže se uz Thomasa Cooka koji je 1841. godine organizirao prvo putovanje, a 1845. godine osnovao turističku agenciju (Bilen i Bučar, 2001). Fenomen toplica, ali i putovanja zbog zdravstvenih motiva očito su pojave koje su mnogo starije od samog turizma pa iz toga proizlazi i njihova velika uloga u početnim fazama razvoja turizma. Povijesni razvoj turizma moguće je podijeliti na dvije velike faze: *paleoturističku* i *neoturističku*. *Paleoturistička* faza traje od kraja 19. stoljeća do sredine 20. stoljeća, a zbog elitnog karaktera čitava faza poznata je i kao turizam gornjih odnosno viših slojeva. *Neoturistička* faza se javlja nakon Drugog svjetskog rata i tada turizam poprima masovni karakter zbog napretka u transportu, ali i zbog višeg standarda i veće količine slobodnog vremena (Marinović-Uzelac, 2001). Toplice su jedna od najznačajnijih turističkih mjesta u *paleoturističkoj* fazi razvoja. Budući da ovu fazu turizma

karakterizira elitni karakter, on je vidljiv i u topličkim središtima. Morfologijom topličkih središta u tom razdoblju dominirali su luksuzni hoteli, kockarnice te raskošno uređeni parkovi i perivoji, a elitni karakter odražavao se i u profilu posjetitelja toplica tog vremena te su one bile omiljena mjesta okupljanja bogatih i utjecajnih ljudi iz svih domena, uključujući i vladare odnosno aristokraciju pa su na neki način bile i mjesta u kojima su se donosile i važne političke odluke (Marinović-Uzelac, 2001). Iako se toplice danas u najvećoj mjeri povezuju sa zdravljem (preventivom ili kurativom), Marinović-Uzelac (2001) tvrdi da su u *paleoturističkoj* fazi motivi dolaska u toplice bili tek deklarativno zdravstveni, a u stvarnosti su dominirali dokoličarski motivi. Kao primjere toplica koje su bile središta okupljanja aristokracije i elite Marinović-Uzelac (2001) navodi: *Plombieres, Ems, Bad Ischl, Karlsbad, Montecatini* terme, a primjeri nekih od ostalih toplica značajnih u to vrijeme su: *Aix-les-Bains, Baden-Baden, Vichy*. Nakon Drugog svjetskog rata i početkom *neoturističke* faze razvoja, toplice gube svoj elitni karakter kao okupljališta aristokracije i okreću se zdravstvenom turizmu (Marinović-Uzelac, 2001). Smith i Puczkó (2009) pišu i o fenomenu državnog subvencioniranja boravka u toplicama karakterističnog za države Istočne Europe u razdoblju nakon Drugog svjetskog rata koji je za posljedicu imao probleme kod preorijentacije na tržišno gospodarstvo u kasnijem razdoblju. Danas su toplice osim središta zdravstvenog turizma i značajna mjesta rekreacije, a velik udio posjetitelja čine lokalni izletnici. Iako toplice nisu ekskluzivne, kao u *paleoturističkom* razdoblju, cijena posjeta i dalje može biti razmjerno visoka, a sve ovisi o vrsti turističkog posjeta. Izletnici koji toplice koriste za rekreaciju, odnosno isključivo kao kupališta, ne trebaju izdvojiti velika financijska sredstva za jednodnevno kupanje. Međutim, za pakete zdravstvenog turizma (kasnije i *wellness* turizma) je potrebno izdvojiti značajnija financijska sredstva, Smith i Puczkó (2009) navode primjere cijena od nekoliko tisuća eura.

### 3.1. Svijet

Cjelovit regionalni pregled povijesnog razvoja topličkog (i zdravstvenog) turizma iznose Smith i Puczkó u knjizi *Health and wellness tourism* iz 2009. godine. Na temelju njihove analize u ovom potpoglavlju su iznesene najvažnije odrednice razvoja topličkog turizma u pojedinim regijama svijeta.

Zbog pogodnih uvjeta, europski zdravstveni turizam se povijesno oslanjao na toplice i talasoterapiju. Europa je regija koja je kroz povijest najviše utjecala na današnji razvoj topličkog turizma, a to se posebno odnosi na tradiciju koju su započeli Rimljani. Utjecaj

Rimljana vidljiv je već u samom nazivu *spa*. Međutim, Rimljani su gradili infrastrukturno vrlo kompleksna kupališta koja su koristili i kao društvena središta, a putovali su u različite terme diljem prostranog carstva. Gotovo svaka država u Europi ima toplice s rimskom tradicijom. Nakon rimskog razdoblja značajan je period od 14. do 16. stoljeća kada nastaju brojni povijesni toplički gradovi (primjer: *Vichy*). Između 16. i 20. stoljeća toplice stagniraju pod utjecajem Crkve koja postaje temelj društvenog života, a na prijelazu 20. i 21. stoljeća doživljavaju novi uzlet. Unutar same Europe postoje regionalne razlike u razvoju topličkog turizma. Nakon Drugog svjetskog rata toplice Zapadne Europe stagniraju, a toplice Istočne Europe postaju dostupne široj populaciji zbog državnih subvencija te se uglavnom koriste kao lječilišta. Europske toplice su tradicionalno bile usmjerene na zdravlje s fizičkog aspekta te kurativu, ali u suvremeno vrijeme javljaju se drugi trendovi. Umjesto kurative sve je veći naglasak na preventivi, opuštanju te na duhovnosti, a zdravlje se sve više shvaća holistički (Smith i Puczkó, 2009).

Regija Bliskog Istoka i Sjeverne Afrike izdvaja se zbog dominantne arapske kulture. Arapi su kroz povijest bili poznati po medicini koja se u početku razvijala pod utjecajem Grka i Rimljana. Danas je ta tradicija vidljiva u razvoju medicinskog turizma. Međutim, kultura kupki razvila se prije Arapa budući da su egipatska i babilonska civilizacija koristile kupke kao rituale čišćenja duha. Egipatska civilizacija je poznavala termalne kupke, a Arapi su koristili parne kupelji poznate kao *hamami*. *Hamami* su usporedivi s rimskim kupeljima po infrastrukturi i društvenom značaju. Kao središte zdravstvenog turizma regije izdvaja se i Mrtvo more zbog iznimno slane vode, specifične klime i ljekovitog blata. U ovoj regiji se razvijaju i neki od najranijih oblika holističke medicine. U suvremenom razdoblju dolazi do hibridizacije, grade se toplice koje kombiniraju autohtonu arapsku arhitekturu sa zapadnjačkim stilom. Ovaj fenomen javlja se u turistički najatraktivnijim područjima regije, obalnom pojasu Katara, Saudijske Arabije, Omana i Ujedinjenih Arapskih Emirata (Smith i Puczkó, 2009).

Regija Azije i Pacifika jedno je od turistički najpropulzivnijih područja svijeta. Azijske civilizacije su u svojoj dugoj povijesti razvile specifične tradicionalne metode liječenja koje su se održale do danas, a u novije vrijeme sve više postaju dio turističke ponude u zemljama Zapada. Holistički pristup je vrlo raširen u Aziji, prirodno liječenje se temelji na duhovnosti, a prirodni ljekoviti čimbenici su zanemareni, s iznimkom Japana u kojem se koriste termalni izvori. Japanske toplice nazivaju se *onsen* i usporedive su s europskim toplicama i arapskim *hamamima* kao mjesta s izraženom društvenom funkcijom. Ostale

azijske zemlje nemaju razvijenu ponudu toplica ili je ona tek u razvojnoj fazi. Japan je domovina i nekoliko tehnika koje su danas vrlo raširene i popularne kao što su *shiatsu* i *reiki*. Indijska *ayurveda* smatra se najstarijom metodom liječenja te je također sve raširenija u Europi i Sjevernoj Americi. *Ayurveda* je životni stil kojemu je cilj balansiranje elemenata čovjeka. Indiju karakterizira i izrazita povezanost duhovnosti i zdravlja. Kineska tradicionalna medicina također je holistička i temelji se na balansiranju elemenata kroz duhovnost. Terapije se temelje na biljkama, akupunkturi i različitim masažama. Tajland je poznat po masaži koja je danas vrlo raširena i dostupna u velikom broju toplica diljem svijeta. Širenje tradicionalnih metoda i tehnika liječenja u svjetskim okvirima generira potražnju za autentičnim iskustvom. Na primjer, turist se odlučio po prvi puta isprobati *shiatsu* masažu u nekim od europskih toplica i to iskustvo ga se dojmilo u toj mjeri da sada želi isprobati *shiatsu* masažu u autentičnom okruženju te se javlja motivacija za posjet Japanu. Određene azijske zemlje poznate su i po snažnom razvoju medicinskog turizma. Posebno se ističu Tajland, Singapur i Indija, a razlog su pristupačne cijene, kvalitetno i stručno osoblje, atraktivan krajolik te diskrecija. Turistima ili pacijentima iz razvijenih zemalja Europe i Sjeverne Amerike je ponekad isplativije platiti put, operativni zahvat i nekoliko tjedana postoperativnog oporavka u nekoj od spomenutih azijskih zemalja nego u svojoj vlastitoj zemlji te im je zajamčena diskrecija ukoliko se radi o nekom osjetljivom zahvatu. Domorodački narodi Pacifika te Aboridžini također imaju vlastite tradicionalne metode i tehnike koje se sastoje od korištenja ljekovitog bilja, masaža i duhovnosti, a shvaćanje zdravlja je holističko. Australske toplice nude određene domorodačke tehnike kao dio svoje ponude. Novi Zeland zbog svoje geološke građe obiluje termalnim izvorima, a neki su turistički valorizirani. Najpoznatiji je grad Rotorua kojeg su osnovali Britanci, ali poznato je i da su domorodački Maori živjeli uz termalne izvore (Smith i Puczkó, 2009).

Subsaharska Afrika je regija sa slabo razvijenim topličkim i zdravstvenim turizmom. Tradicionalna medicina autohtonih plemena temelji se uglavnom na resursima iz prirode, najčešće biljkama. Tek su kolonizatori iz Europe u 19. i 20. stoljeću gradili suvremene objekte po uzoru na objekte iz matičnih krajeva. Toplice i planinske klimatske stacije građene su s jasnim ciljem, oporavkom od afričke klime i specifičnih bolesti. Također, učinak je bio i psihološki, budući da su objekti građeni po uzoru na objekte iz matičnih zemalja, posjetitelji su na taj način ostvarivali vezu s domom, iako su bili udaljeni tisućama kilometara. Brojem toplica u cijeloj regiji ističe se Južnoafrička Republika (Smith i Puczkó, 2009).

Posljednju regiju čine Sjeverna i Južna Amerika. Korištenje termalnih izvora u ovoj regiji započinju domorodački narodi Južne Amerike prije više tisuća godina, a smatra se da su začetnici narod Inka. Tradicije naroda Maya i danas su vidljive u topličkoj ponudi Meksika. Kao i kod većine domorodačkih naroda u ostalim dijelovima svijeta, tradicionalna medicina imala je i vrlo izraženu duhovnu dimenziju, česta je upotreba ljekovitog bilja, a kupanje se smatralo ritualom pročišćenja. Sjevernoamerička domorodačka plemena smatrala su izvore mjestima duhovnosti, a poznati su i po kolibama korištenima kao oblik saune. Prve suvremene toplice otvorene su u Saratogi 1806. godine, a u 19. i 20. stoljeću otvoren ih je velik broj. Destinacije Sjedinjenih Američkih Država danas pod terminom *spa* promoviraju najširu lepezu različitih proizvoda i usluga koja se značajno razlikuje od europskog poimanja termina *spa* (Smith i Puczkó, 2009).

### 3.2. Hrvatska

Hrvatski toplički turizam uglavnom se razvijao u istim fazama kao i europski, uz određene specifičnosti. Kao i u većini europskih zemalja, gradnja prvih toplica vezana je uz Rimljane. Međutim, poznavanje prirodnih ljekovitih činitelja u obliku termomineralnih izvora starije je od Rimljana i seže više tisuća godina u prošlost (Ivanišević, 2016). Ilirsko pleme Jasi koje je nastanjivalo dijelove današnje Hrvatske poznavalo je i koristilo izvore termalne vode prije dolaska Rimljana (Borović i dr., 2016). Rimska toplička središta na području Hrvatske su: *Aquae Iasae* (Varaždinske Toplice), *Aquae Balissae* (Daruvarske toplice), *Aquae Vivae* (Krapinske Toplice), *Ad Fines* (Topusko) te *Aquae Vitae* čija točna lokacija nije poznata (Borović i dr., 2016). *Aquae Iasae* dobile su ime prema već spomenutom ilirskom plemenu Jasi.

Nakon sloma Rimljana toplička mjesta gube svoj značaj koji se postepeno vraća kroz nekoliko stoljeća, a ponovno je na vrhuncu pojavom suvremenog turizma. Turizam je u početku bio iznimno ekskluzivan, a ta se karakteristika odražavala i u izgledu turističkih mjesta pa tako i toplica. Kušen (2006) navodi da su toplička središta karakterizirali klasicistički i secesijski hoteli te engleski i francuski perivoji. Izražena društvena uloga toplica tog vremena vidljiva je u činjenici da su osim osnovnih sadržaja (smještaj, ugostiteljstvo, lječilišni i sportski sadržaji) u ponudu bili uključeni i dodatni sadržaji (koncerti, ples, kulturne manifestacije) koji su se uglavnom odvijali u posebnim salonima (Kušen, 2006). Hrvatske toplice značajne u vrijeme turizma viših slojeva su: Varaždinske Toplice, Krapinske Toplice, Stubičke Toplice, Lipik, Daruvar, Topusko (Kušen, 2006).

Nakon Prvog svjetskog rata javlja se demokratizacija, a nakon Drugog turizam postaje masovni fenomen pa toplice gube svoje dotadašnje karakteristike i sve više postaju čiste zdravstvene ustanove (Kušen, 2006). Ovaj fenomen karakterističan je za većinu država Istočne Europe (Smith i Puczko, 2009). Položaj toplica između zdravstva i turizma imao je izrazito ograničavajuće djelovanje na njihov razvoj. Razvojni problem predstavljao je i odnos prema prirodnim ljekovitim činiteljima, Kušen (2006) navodi da je njihovo korištenje stavljeno izvan zakona 1965. godine, Ivanišević (2016) piše o njihovom korištenju u rimsko doba, oživljavanju u 18. stoljeću, slabljenju korištenja u klasičnoj medicini početkom 20. stoljeća, ali i održavanju njihovog korištenja u hrvatskim i svjetskim toplicama sve do danas dok se Marinović-Uzelac (2005) poziva na autore koji osporavaju termalnu vodu kao prirodni ljekoviti činitelj.

Uz navedene probleme nedefiniranog položaja i nejasnog odnosa prema ljekovitim činiteljima, Kušen (2006) piše i o zanemarivanju zdravstvenog turizma od strane turističkog sektora zbog nedostatka razumijevanja ovog fenomena kao i njegovih potencijala. U navedenim uvjetima dolazi do razvoja novih oblika turističke ponude u vidu vodenih parkova (Terme Tuhelj, Terme Sv. Martin) i *wellness* hotela (često na obali), a proširenje ponude odražava se i u profilu turista budući da posjetitelje vodenih parkova motivira zabava, a posjetitelje *wellness* hotela preventiva što znači da dolazi do odmaka od „pravog“ zdravstvenog turizma (Kušen, 2006). Na institucionalnoj razini zdravstveni turizam se nalazi između više sektora (zdravstva i turizma), a zbog nejasne nadležnosti često je i podrška njegovom razvoju bila tek deklarativna. Kušen (2006) navodi osnivanje Zajednice zdravstvenog turizma Hrvatske pri Hrvatskoj gospodarskoj komori 1995. godine kao poticaj razvoju zdravstvenog turizma, a kao članove navodi: specijalne bolnice, sljednike prirodnih lječilišta te ostale toplice i lječilišta.

Danas postoje pozitivni pomaci u razvoju topličkog turizma u vidu investicija (najčešće stranih). Također, nadležne institucije, posebno Hrvatska turistička zajednica, počinju ulagati u promociju zdravstvenog turizma, a u izradi je i istraživanje „Stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj – TOMAS Zdravstveni turizam 2018.“ Instituta za turizam (Crnjak, 2018). Rezultati navedenog istraživanja trebali bi dati jasnu sliku o stanju i problemima zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, ali i definirati smjer u kojem ga je potrebno razvijati.



### 3.2.1. Tuhelj

Tuhelj točnije Tuheljske Toplice imaju kraću tradiciju razvoja topličkog turizma od ostalih topličkih središta Hrvatskog zagorja, iako su prve analize vode objavljene već u 18. stoljeću (Bučar i Renko, 2007). Također, sam toponim Tuhelj dolazi od staroslavenskog „tuhl“ za kojeg Bučar i Renko (2007) navode da označava „vlažno mjesto u udubini“. Podrijetlo toponima sugerira da su izvori na ovom području bili poznati mnogo ranije. Na području Tuheljskih Toplica nalaze se dva veća izvora koja se nazivaju *Vrelo u bari* i *Dadino vrelo* te dva manja izvora. Prema samim karakteristikama izvori su izdašni, ali niske temperature (31,0–33,1 °C) što je uzrok neuspješnim nastojanjima da se pronađu topliji izvori, ali i vjerojatni razlog njihove razmjerno kasne valorizacije. Vodu karakterizira velika količina sumporovodika koji joj daju karakterističan miris. Iz toga proizlazi i stari naziv za toplice „smerdeće toplice“ (Šimunić i Hećimović, 2003). Čitavo naselje Tuheljske Toplice nekada se zvalo Smrdeće Toplice. Bučar i Renko (2007) kao ključnu karakteristiku vode navode radioaktivna svojstva koja su pogodna za ublažavanje simptoma reumatskih bolesti, oštećenja lokomotornog sustava te neuroloških bolesti, ali pišu i o ljekovitom blatu odnosno peloidu.

Izvori se počinju koristiti sredinom 19. stoljeća kada tadašnji vlasnik izvora uređuje kupalište. Uređenje kupališta događa se 1932. godine kada su izgrađena dva bazena na otvorenom, a od 1937. godine koriste se već spomenuti izvori *Vrelo u bari* i *Dadino vrelo* (17). Moderni vanjski bazeni izgrađeni su 1960-ih godina, a karakterizira ih to što su u zimskom dijelu sezone zatvoreni sustavom „balona“. Hotel „Mihanović“, nazvan prema obližnjem dvorcu Mihanović (prikazanom na slici 3), izgrađen je 1982. godine. Hotel je imao 300 kreveta, a čitav kompleks vanjske bazene (veliki s vodenim i zračnim masažama, bazen s valovima, dječji s četiri tobogana) i unutarnje bazene (plivački, dječji i dva bazena s masažama) te sportsku dvoranu i sportske terene (nogometno igralište, teren za boćanje). S obzirom na navedene sadržaje jasno je da je ponuda do 1990. godine bila usmjerena na sportske pripreme. Domovinski rat utjecao je na poslovanje kompleksa jer je dio hotelskih kapaciteta bio korišten za smještaj izbjeglica (ovaj fenomen javlja se i u ostalim toplicama Zagorja) (Bučar i Renko, 2007).

Privatizacija kompleksa događa se 2003. godine kada se ime mijenja u „Terme Tuhelj“. Vodeni park otvara se 2005. godine, a 2006. godine uređuju se unutrašnji bazeni te se otvara „Svijet sauna“ (Bučar i Renko, 2007). Kompleks „Terme Tuhelj“ prikazan je na

slici 4. Nakon privatizacije vidljiva su konstantna ulaganja u poboljšanje i proširivanje ponude. Sportska dvorana uređena je 2008. godine, 2009. godine uređen je kamp, a 2010. godine Mihanovićev perivoj. Značajna investicija ostvarena je 2012. godine kada je proširen *wellness*, izgrađen novi kongresni centar, preuređen postojeći hotel i izgrađen novi hotel „Well“ s 4 zvjezdice. Godine 2015. obnovljen je hostel „Vila“ te je rekonstruiran mural Ede Murtića (34). Nakon privatizacije i navedenih ulaganja u ponudu „Terme Tuhelj“ postaju najsnažnije topličko središte Hrvatskog zagorja, ali i jedno od glavnih turističkih središta Kontinentalne Hrvatske.



Sl. 3. Dvorac Mihanović, Tuheljske Toplice

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine



Sl. 4. Kompleks „Terme Tuhelj“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine

### 3.3. Slovenija

Slovenski i hrvatski toplički turizam, zbog određenih faktora, imaju velik broj zajedničkih razvojnih obilježja. Zbog geološki uvjetovane pojavnosti izvora, velik broj toplica nalazi se na malom prostoru, u pograničnom području Hrvatske i Slovenije u kojem prevladavaju i slični geografski uvjeti (klima, reljef). Osim sličnih prirodnih uvjeta razvoja, hrvatski i slovenski toplički turizam razvijali su se i u vrlo sličnim društveno – političkim uvjetima budući da su Hrvatska i Slovenija značajan dio svoje povijesti provele u sklopu iste države. Međutim, slični uvjeti razvoja kroz povijest nisu rezultirali jednakom razinom razvoja u sadašnjosti. Slovenski toplički turizam daleko je razvijeniji od hrvatskog prema svim relevantnim pokazateljima, a detaljnija analiza prikazana je u kasnijem poglavlju.

Poznavanje izvora termalne vode na području današnje Slovenije i korištenje njihovih blagotvornih učinaka sežu u daleku prošlost. Materijalni dokazi koji svjedoče o korištenju termalnih izvora vezani su uz Rimsko Carstvo, a prvi zapisi o korištenju datiraju

iz 1147. godine. Prve analize pojedinih izvora oko kojih se razvijaju lječilišta napravljene su već 1572. godine, a najstarije lječilište je Rogaška Slatina. S obzirom na stupanj razvoja medicine na prijelazu 16. i 17. stoljeća jasno je da su prirodni ljekoviti činitelji imali važnu ulogu u procesu liječenja, a isto tako je jasno da su ih uglavnom mogli koristiti samo bogatiji pripadnici društva (Rebeušek, 1997 prema Novak, 2009).

Krajem 19. stoljeća lječilišta Europe postaju najznačajnija kulturna i društvena središta, u razdoblju poznatom kao „turizam viših slojeva“, a sličan trend javlja se i u Sloveniji. Uz već spomenutu Rogašku Slatinu, otkriveni su izvori u Radencima, Šmarješkim Toplicama, Laškom, Portorožu, Bledu i Čatežu. Nakon Drugog svjetskog rata toplice se koriste kao središta za oporavak veterana i civila (Gojčić, 2005 prema Novak, 2009). Godina 1957. važna je za razvoj slovenskog topličkog turizma jer je tada osnovana „Zveza naravnih zdravilišč Ljudske republike Slovenije“ odnosno „Savez prirodnih lječilišta Narodne Republike Slovenije“. Osnivači su: „Terme Čatež“, „Toplice Dobrna“, „Zdravilišče Dolenjske Toplice“, „Zdravilišče Laško“, „Zdravilišče Radenci“, „Zdravilišče Rogaška“ i „Zdravilišče Šmarješke Toplice“, a s vremenom se povećavao broj članova zajednice. Godine 1964. pridružuje se „Zdravilišče Moravske Toplice“, 1972. godine „Zdravilišče Atomske Toplice Podčetrtek“, 1977. godine „Terme Topolšica“, 1983. godine „Terme Lendava“, 1984. godine „Terme Ptuj“ i „Zdravilišče Strunjan“, 1985. godine „Terme Hoteli Palace Portorož“ i kao posljednje 1990. godine „Terme Zreče“ (Rebeušek, 1997 prema Novak, 2009).

Godine 1960. stupa na snagu Zakon o uporabi činitelja u liječenju te toplice počinju djelovati samostalno, kao tržišno orijentirane organizacije, a ne kao zdravstvene ustanove (Snoj, 1992 prema Novak, 2009). Dobre poslovne rezultate prekinuo je već spomenuti Zakon iz 1965. godine kojim je korištenje prirodnih ljekovitih činitelja stavljeno izvan zakona. Slovenska lječilišta gube značajan dio gostiju te se usmjeravaju na druge ciljane skupine i nova tržišta (Gojčić, 2005 prema Novak, 2009). Godine 1995. lječilišta osnivaju gospodarsku interesnu grupu te se ponudom preventivnih programa sve više okreću stranom tržištu, a sve važniji dio ponude postaju i rekreacija, kultura te kulturno-povijesna baština. Međutim, razvijaju se i lječilišno-turistički programi za domaće turiste (Rebeušek, 1997 prema Novak, 2009).

„Skupnost slovenskih naravnih zdravilišč“ okuplja 15 slovenskih prirodnih lječilišta s priznatim statusom lječilišta što ih uključuje u sustav javnog zdravstva u vidu obavljanja

djelatnosti lječilišnog liječenja (Rumbak, 1997, prema Novak, 2009). Ciljevi udruživanja su partnerski odnos uključivanja u sustav javnog zdravstva, zajedničke marketinške aktivnosti, obrazovanje i zajedničko korištenje informacija. Udio gostiju koji u lječilišta dolaze preko Zavoda za zdravstveno osiguranje Slovenije iznosi tek oko 15 % te su se zbog toga lječilišta orijentirala na druga tržišta (Gojčič, 2005 prema Novak, 2009). Slovenska prirodna lječilišta (toplice) u posljednje vrijeme bilježe vrlo pozitivne turističke rezultate zbog toga što se turistička ponuda širi i razvija planski (Novak, 2009). Upravo je planski razvoj turističke ponude u skladu sa suvremenim trendovima turističke potražnje razlog zbog kojeg je slovenski toplički turizam razvijeniji od hrvatskog, bez obzira na to što prikazani povijesni kontekst razvoja ima mnogo zajedničkih obilježja.

### 3.3.1. Podčetrtek

Toplički turizam u općini Podčetrtek ima relativno kratku tradiciju, ali se razvijao velikom brzinom. U 50 godina od gradnje prvog bazena Podčetrtek se razvio u jednu od najснаžnijih topličkih destinacija Slovenije. Vjeruje se da su izvori bili poznati i korišteni već prije 400 godina, a njihova ljekovitost dokazana je 1935. godine. Ljekovitost se odnosi na oboljenja lokomotornog sustava, kožne bolesti, arterijske smetnje, postoperativna stanja i povrede mišića, kostiju i perifernog živčanog sustava. Godine 1966. gradi se drveni bazen te „Atomske toplice“ počinju s radom. Godine 1978. gradi se hotel „Atomske toplice“ koji se obnavlja 1994. godine i proširuje 1995. godine, a kasnije je preimenovan u hotel „Breza“ te to ime nosi i danas. Godine 1989. izgrađeno je apartmansko naselje koje se danas zove „Selo Lipa“, a godinu kasnije otvara se kompleks bazena „Termalija“. Godine 1995. grade se vanjski bazeni „Aqua“, a 1998. godine aparthotel „Rosa“ (33).

Godine 2000. dolazi do promjene imena iz „Atomske toplice“ u „Terme Olimia“, prema samostanu koji se nalazi u blizini kupališnog kompleksa. Godinu dana nakon promjene imena gradi se termalni park „Aqualuna“, a već nakon godinu dana se njegova ponuda proširuje izgradnjom dva tobogana. Godine 2003. izgrađen je bazen s umjetnim valovima, a 2004. godine obnavlja se „Termalija“ te se gradi centar sauna. Godine 2006. realizira se značajna investicija izgradnjom *Wellness* hotela „Sotelia“. Godine 2008. nadopunjuje se ponuda dječjih bazena te se gradi „Aqua jungle 1“. Godinu kasnije realizira se još jedna veća investicija izgradnjom kompleksa „*Wellness* Orhidelia“ te se dovršava obnova hotela „Breza“. Godina 2011. i 2012. grade se sadržaji koji nadopunjuju „Aqualunu“ – „Aqua Safari“ i „Aqua Jungle 2“, a 2013. godine gradi se novi tobogan „King Cobra“ (33).

Konstantno ulaganje u modernizaciju turističke ponude, u skladu sa suvremenim trendovima potražnje, za koje je ranije navedeno da je karakteristično za slovenske toplice, vidljivo je i na primjeru „Terme Olimia“. Dio kompleksa „Terme Olimia“ prikazan je na slici 5. Upravo su iz tog razloga u samo 50 godina postojanja postale jedno od najznačajnijih topličkih središta Slovenije.

Međutim, brzi rast ostavio je i ekološke posljedice. Izvor *Harina Zlaka* kapaciteta 3,7 l/s i temperature 33 °C koji se nalazi uz rijeku Sutlu na hrvatskoj strani presušio je nakon što su 1970-ih napravljene bušotine na slovenskoj strani u svrhu korištenja vode za potrebe toplica (Borović i Marković, 2014). Ekološke implikacije upravljanja vodnim bogatstvima u tom razdoblju nisu bila u središtu pažnje, a pitanje prekogranične suradnje nije postojalo jer su u tom razdoblju Slovenija i Hrvatska bile u sastavu iste države. Danas je situacija drugačija te su okolišna pitanja, pa tako i održivo korištenje vodnih resursa, jedna od ključnih pitanja čovječanstva. Budući da vodonosni slojevi mogu prelaziti državne granice, potrebno je zajednički regulirati njihovo korištenje, a Borović i Marković (2014) kao primjer dobre prakse navode takav sporazum između Slovenije i Mađarske te smatraju da bi se i Hrvatska trebala uključiti u taj sporazum, a sve s ciljem očuvanja količine, kemijskog sastava i temperature vode u zajedničkim vodonosnim slojevima.



Sl. 5. Prikaz dijela kompleksa „Terme Olimia“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine

## 4. ZNAČENJE TOPLIČKOG TURIZMA U TURISTIČKOJ PONUDI HRVATSKE I SLOVENIJE

U ovom poglavlju nabrojene su topličke turističke destinacije Hrvatske i Slovenije prema relevantnim i nadležnim institucijama. Uz samo nabranje, analizirano je i njihovo značenje u cjelokupnoj turističkoj ponudi jedne i druge države kroz analizu turističkog prometa i njegovog udjela u ukupnom turističkom prometu svake države.

### 4.1. Destinacije topličkog turizma Hrvatske i Slovenije

Definicija toplica je prilično jasna i razumljiva, ali različite institucije imaju različite popise topličkih destinacija. Hrvatski Državni zavod za statistiku u svojim publikacijama objavljuje kumulativnu statistiku prema vrstama turističkih mjesta, između ostalih uključena su i toplička. Međutim, nije navedeno koja sve mjesta obuhvaća ta statistika. Na upit Državnom zavodu za statistiku dobiven je odgovor da su toplička mjesta 2017.: Ivanić Grad, Donja Stubica, Krapinske Toplice, Stubičke Toplice, Tuhelj, Topusko, Varaždinske Toplice, Daruvar, Opatija, Bizovac, Makarska, Split, Opatalj, Vela Luka i Sveti Martin na Muri. Iako posjeduju specijalne bolnice, Split, Opatija, Vela Luka i Makarska su prema vrsti turističkih mjesta primorska mjesta. *Katalog projekata zdravstvenog turizma (2017)* navodi ukupno 20 specijalnih bolnica, lječilišta i toplica (15). Od ukupno 20 ustanova, topličkim središtima mogu se smatrati: Opatalj, Stubičke Toplice, Krapinske Toplice, Tuhelj, Sveti Martin na Muri, Varaždinske Toplice, Ivanić Grad, Topusko, Daruvar, Bizovac, Lipik, Donja Stubica, ukupno 12 topličkih destinacija. Njima je moguće pribrojiti i Generalski Stol u kojem se nalaze toplice „Lešće“ (15).

Statistični urad Republike Slovenije (SURs) izdvaja „zdraviliške občine“, odnosno topličke općine. Izdvojene općine su: Brežice, Dobrna, Dolenjske Toplice, Laško, Lendava, Moravske Toplice, Podčetrtek, Ptuj, Radenci, Rogaška Slatina, Šmarješke Toplice, Šoštanj, Veržej i Zreče. Republika Slovenija ima ukupno 14 topličkih općina (22).

### 4.2. Turistički promet

Značenje topličkog turizma u turističkoj ponudi Hrvatske i Slovenije analizirano je kroz turistički promet, turističke dolaske i ostvarena noćenja te njihovom udjelu u ukupnom turističkom prometu svake države, a ti podaci su prikazani u tablici 1.

Tab. 1. Turistički dolasci i ostvarena noćenja Hrvatske i Slovenije i njihovih topličkih mjesta te udio topličkih mjesta u ukupnom turističkom prometu svake države u razdoblju od 2011. do 2017. godine

| Godina | Hrvatska   |            | Toplička mjesta |           | Udio dolasci (%) | Udio noćenja (%) |
|--------|------------|------------|-----------------|-----------|------------------|------------------|
|        | Dolasci    | Noćenja    | Dolasci         | Noćenja   |                  |                  |
| 2011.  | 11 456 000 | 60 354 000 | 110 000         | 365 000   | 0,96             | 0,60             |
| 2012.  | 11 835 000 | 62 743 000 | 106 000         | 357 000   | 0,90             | 0,57             |
| 2013.  | 12 434 000 | 64 818 000 | 118 000         | 358 000   | 0,95             | 0,55             |
| 2014.  | 13 128 000 | 66 484 000 | 129 000         | 397 000   | 0,98             | 0,60             |
| 2015.  | 14 343 000 | 71 605 000 | 148 000         | 436 000   | 1,03             | 0,61             |
| 2016.  | 15 594 000 | 78 050 000 | 172 000         | 523 000   | 1,10             | 0,67             |
| 2017.  | 17 431 000 | 86 200 000 | 201 000         | 590 000   | 1,15             | 0,68             |
| Godina | Slovenija  |            | Toplička mjesta |           | Udio dolasci (%) | Udio noćenja (%) |
|        | Dolasci    | Noćenja    | Dolasci         | Noćenja   |                  |                  |
| 2011.  | 3 218 000  | 9 388 000  | 750 720         | 3 098 040 | 24               | 33               |
| 2012.  | 3 298 000  | 9 511 000  | 791 520         | 3 043 520 | 24               | 32               |
| 2013.  | 3 384 000  | 9 579 000  | 778 320         | 3 065 280 | 23               | 32               |
| 2014.  | 3 524 000  | 9 590 600  | 810 520         | 2 973 086 | 23               | 31               |
| 2015.  | 3 927 500  | 10 341 700 | 864 050         | 2 999 093 | 22               | 29               |
| 2016.  | 4 317 500  | 11 180 700 | 906 675         | 3 130 596 | 21               | 28               |
| 2017.  | 4 948 080  | 12 591 562 | 944 738         | 3 310 184 | 19               | 26               |

Izvor: 4, 9, 18, 23, 24, 25, 26, 27, 28

Ukupni turistički promet Hrvatske i Slovenije, prikazan u tablici 1, konstantno raste u promatranom razdoblju od 2011. do 2017. godine. Godine 2017. kao posljednje promatrane, Hrvatska je imala 17 431 000 turističkih dolazaka te je ostvareno 86 200 000 noćenja (10), a Slovenija 4 948 080 turističkih dolazaka i 12 591 562 ostvarena noćenja (18). Hrvatska u odnosu na Sloveniju ostvaruje znatno veće ukupne rezultate turističkog prometa, 252 % više turističkih dolazaka i 584 % više noćenja. Toplički turizam Hrvatske nakon 2013. godine raste konstantno i po broju turističkih dolazaka i po broju ostvarenih noćenja. Godine 2017. broj dolazaka je iznosio 201 000, a broj noćenja 590 000. Turistički promet slovenskog topličkog turizma ne pokazuje konstantan trend rasta, ali je u posljednjoj promatranoj godini, u odnosu na prvu promatranu godinu porastao za oko 200 000 turističkih dolazaka i ostvarenih noćenja te su ti brojevi iznosili 944 738 dolazaka i 3 310 184 noćenja. Slovenija ostvaruje 461 % više noćenja i 370 % više turističkih dolazaka u topličkim mjestima u odnosu na Hrvatsku. Udio topličkih mjesta u turističkim dolascima Hrvatske iznosi oko 1 %



u cijelom promatranom razdoblju, a udio noćenja je manji, oko 0,60 %. Udio topličkih mjesta Slovenije se u promatranom razdoblju smanjio s 24 % na 19 % u turističkim dolascima i s 33 % na 26 % u ostvarenim noćenjima. Ovo smanjivanje udjela se dogodilo zbog porasta turističkog prometa u ostalim vrstama turističkih mjesta, a ne zbog apsolutnog pada turističkog prometa topličkih turističkih mjesta. Publikacija *Turizam u 2017*. Državnog zavoda za statistiku iz 2018. godine pokazuje stupanj ovisnosti hrvatskog turizma o primorskim odredištima koja ostvaruju 83,16 % turističkih dolazaka i čak 93,20 % noćenja (10). Ovaj podatak je problematičan s obzirom na sezonski karakter turizma u primorskim mjestima. Nekoliko mjeseci se javljaju veliki gužve i stvara se pritisak na prostor, a ostatak godine gotovo i nema turizma. Publikacija *Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2017* Statističnog urada Republike Slovenije iz 2018. godine pokazuje raspodjelu turističkog prometa Slovenije po vrstama turističkih mjesta( 18). Planinske općine su po broju noćenja 2017. godine prvi put pretekle topličke općine te je njihov udio iznosio 27 %, udio topličkih općina iznosio je 26 %, udio primorskih 20 %, udio Ljubljane 12 %, udio gradova 7 % te udio ostalih općina 8 % (18). Raspodjela turističkog prometa je mnogo pravilnija i ujednačenija nego kod Hrvatske, ne postoji izrazita dominacija jedne vrste turističkih mjesta kao što primorska mjesta dominiraju u slučaju Hrvatske. Takva raspodjela turističkog prometa pogodnija je jer sugerira postojanje cjelogodišnjeg turizma, za razliku od sezonalnosti.

Iz podataka iz tablice 1 izvedeni su podaci prikazani u tablici 2 koji govore o duljini zadržavanja turista u Hrvatskoj i Sloveniji te njihovim topličkim mjestima.

Tab. 2. Prosječni boravak turista u Hrvatskoj i Sloveniji te njihovim topličkim mjestima u razdoblju od 2011. do 2017. godine.

| Godina | Prosječni boravak Hrvatska | Prosječni boravak Toplička mjesta | Prosječni boravak Slovenija | Prosječni boravak Toplička mjesta |
|--------|----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| 2011.  | 5,27                       | 3,32                              | 2,92                        | 4,13                              |
| 2012.  | 5,30                       | 3,37                              | 2,88                        | 3,85                              |
| 2013.  | 5,21                       | 3,03                              | 2,83                        | 3,94                              |
| 2014.  | 5,06                       | 3,08                              | 2,72                        | 3,67                              |
| 2015.  | 4,99                       | 2,96                              | 2,63                        | 3,47                              |
| 2016.  | 5,01                       | 3,04                              | 2,59                        | 3,45                              |
| 2017.  | 4,96                       | 2,94                              | 2,54                        | 3,50                              |

Izvor: 4, 9, 18, 23, 24, 25, 26, 27, 28

Prosječni boravak turista prikazan u tablici 2 pokazuje da je u Hrvatskoj u promatranom razdoblju ostvareno u prosjeku oko 5 noćenja po svakom turističkom dolasku. U Sloveniji taj omjer za isto razdoblje iznosi oko 2,7 noćenja po dolasku. To znači da u Hrvatskoj turisti ostvaruju dvostruko više noćenja po svakom dolasku. Toplička mjesta Hrvatske ostvarivala su u prosjeku oko 3 noćenja po dolasku, odnosno 2 manje od cijele države. To znači da se u hrvatskim toplicama turisti zadržavaju kraće nego što im traje prosječan boravak u državi. U slovenskim toplicama turisti ostvaruju u prosjeku 3,7 noćenja po dolasku što znači da se zadržavaju duže od državnog prosjeka. Slovenske toplice imale su veći omjer noćenja i dolazaka od hrvatskih u promatranom razdoblju.

I bez detaljnih analiza jasno je da je slovenski toplički turizam razvijeniji od hrvatskog. Ostvaruje više turističkog prometa u vidu turističkih dolazaka i noćenja, a veći omjer noćenja prema dolascima znači da se turisti duže zadržavaju, a to se može smatrati pokazateljem razvijenije ponude. Značenje slovenskog topličkog turizma u ukupnom turizmu Slovenije je mnogo veće od značenja hrvatskog topličkog turizma u turizmu Hrvatske. Hrvatski turizam se u velikoj mjeri ostvaruje u primorskim mjestima te ga karakterizira sezonalnost. Toplički turizam u ukupnom prometu sudjeluje s 1 %. U Sloveniji je toplički turizam do prije nekoliko godina bio najznačajniji po ostvarenom prometu. Iako Hrvatska u apsolutnom iznosu ostvaruje mnogo bolje turističke rezultate, spomenuta koncentracija turizma na obali je negativna jer turizam pokazuje sezonski karakter. Toplička središta imaju potencijal ublažavanja sezonalnosti jer ona nemaju izražen sezonski karakter, budući da je ponuda vezana uz termalne izvore koji su dostupni cijele godine. Ovakav potencijal još uvijek nije prepoznat, a pokazatelj toga je i spomenutih 1 % udjela u turističkom prometu. Naravno, turizam u toplicama se neće razviti sam od sebe, kao što se u velikoj mjeri razvija turizam na obali, jer su potrebna određena ulaganja, ali i stručna znanja za njegov razvoj. Do sada, osim deklarativnih, nije bilo konkretnih, sustavnih pokušaja razvoja kao što ih je bilo u Sloveniji što je i prikazano u poglavlju o povijesnom razvoju. Znakovito je to što najbolje rezultate ostvaruju „Terme Tuhelj“ i „Terme Sveti Martin“ koje su stranom vlasništvu. Iako toplice ne ostvaruju velik turistički promet na državnoj razini, važno je naglasiti da su određenim županijama ili čak regijama one nositelji ukupnog turističkog razvoja. Primjerice, u Hrvatskom zagorju je većina smještajnih kapaciteta vezana uz toplička središta. Trenutno, hrvatske toplice ne mogu konkurirati slovenskim, iako u odnosu na njih ne zaostaju kvalitetom termalne vode niti potencijalom.

## 5. USPOREDBA „TERMI TUHELJ“ I „TERMI OLIMIA“

U ovom poglavlju prikazana je usporedba „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ na temelju njihove ponude turističkih sadržaja, analize ostvarenog turističkog prometa, njihovog značenja u ukupnom turizmu općina Tuhelj i Podčetrtek te prostornog razvoja topličkog turizma.

### 5.1. Ponuda sadržaja topličkog turizma

U ovom radu toplički turizam je definiran kao složena vrsta turizma koja obuhvaća sve oblike turizma koji se javljaju u topličkim turističkim mjestima. Analogno tome, sadržajima topličkog turizma smatraju se svi turistički sadržaji u toplicama ili cijelim topličkim destinacijama, bez obzira na njihovu povezanost s termalnom vodom kao temeljnom odrednicom i temeljnim turističkim resursom toplica. U ovom potpoglavlju prikazana je kompletna ponuda „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“, a kompletna ponuda topličkih turističkih destinacija, u ovom slučaju općine Tuhelj i općine Podčetrtek prikazana je u potpoglavlju 5.4.

„Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ imaju raznovrsnu i složenu ponudu turističkih sadržaja. Za potrebe analize ponuda je podijeljena u više kategorija odnosno segmenata: ponuda smještaja, kupališno-zabavna ponuda, *wellness* i *spa* ponuda, gastronomska ponuda, ponuda sadržaja kongresnog turizma, ponuda paketa, sportska i rekreacijska ponuda te zdravstvena ponuda. Za analizu ponude korištene su internetske stranice „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ te statistički podaci dobiveni od „Termi Olimia“. Razvijenost određenog segmenta ocijenjena je na temelju kvantitativne analize i provedenog dubinskog intervjua.

Smještajni kapaciteti „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ su raznovrsni. Kompleksi uključuju hotele, hostele, apartmane te kampove. Ukupni smještajni kapaciteti, točan broj soba i kreveta, „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ prikazani su u tablici 3.

Tab. 3. Smještajni kapaciteti „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“

| Terme Tuhelj                          |                                 |                              | Terme Olimia  |                                 |            |
|---------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------|---------------------------------|------------|
| Objekt                                | Sobe/apartmani/<br><i>suite</i> | Postelje                     | Objekt        | Sobe/apartmani/<br><i>suite</i> | Postelje   |
| Well                                  | 264                             | 528 (100)                    | Sotelia       | 145                             | 290        |
| Vila                                  | 6                               | 22                           | Breza         | 185                             | 370        |
| /                                     | /                               | /                            | Rosa          | 42                              | 90         |
| /                                     | /                               | /                            | Lipa          | 136                             | 543        |
| Ukupno Tuhelj                         | 270                             | 650                          | Ukupno Olimia | 508                             | 1 239      |
| Kamp                                  | Parcele/šatori/<br>kućice       | Kapacitet*                   | Kamp          | Parcele/šatori/<br>kućice       | Kapacitet* |
| Kamp Vita                             | 56 (2)                          | 168                          | Kamp Natura   | 190                             | 570        |
| Ukupno Terme Tuhelj i<br>Terme Olimia |                                 | Sobe/apartmani/ <i>suite</i> | Postelje      |                                 |            |
|                                       |                                 | 778                          | 1 889         |                                 |            |
|                                       |                                 | Parcele/šatori/kućice        | Kapacitet     |                                 |            |
|                                       |                                 | 248                          | 738           |                                 |            |

Izvor: 20, 33, 34

\* Objekti prikazani u tablici 3 obuhvaćaju hotele, hostel, aparthotel i kampove.. Hotel „Well“ kao dio kapaciteta ima i pomoćne postelje koje su navedene u zagradi. Kod ukupnog zbroja postelja uračunate su i pomoćne postelje hotela „Well“. Kamp „Vita“ ima 2 noćne parcele koje su navedene u zagradi. Kod kampova „Vita“ i „Natura“ nije naveden točan kapacitet pa je on procijenjen na 3 osobe po parceli/šatoru/kućici, iako bi mogao biti i veći. Zbog metodološke ispravnosti analiza je vršena odvojeno jer bi kombiniranjem poznatih i procijenjenih podataka došlo do potpuno krivog broja kapaciteta.

Podaci prikazani u tablici 3 pokazuju da je ukupni broj smještajnih jedinica (sobe/apartmani/*suite*) koje posjeduju „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ 778. „Terme Tuhelj“ u ukupnom broju sudjeluju s 270 smještajnih jedinica ili 34,7 %, a „Terme Olimia“ s 508 smještajnih jedinica ili 65,3 %. Zajednički ukupni kapacitet termi iznosi 1 889 postelja. Kapacitet „Terme Tuhelj“ iznosi 650 postelja ili 34,4 %, a „Terme Olimia“ 1 239 postelja ili 65,6 %. Budući da su sve smještajne jedinice dvokrevetne, raspodjela je vrlo pravilna. „Terme Tuhelj“ imaju udio od 34,7 % u broju smještajnih jedinica i 34,4 % u broju postelja, a „Terme Olimia“ analogno tome udio od 65,3 % u broju smještajnih jedinica i 65,5 % u broju postelja. Kamp „Terme Tuhelj“ ima 56 parcela te 2 dodatne noćne parcele, a to znači ukupno 58 parcela odnosno 23,4 % od ukupnog broja parcela/šatora/kućica. Kamp „Terme Olimia“ ima ukupno 190 parcela/šatora/kućica odnosno 76,6 % od zajedničkog broja. Procijenjeni kapacitet kampova je dobiven množenjem broja parcela/šatora/kućica brojem

3. Tako je procijenjeni kapacitet kampa „Termi Tuhelj“ 168 osoba, a „Termi Olimia“ 570, a postoci su zbog metodologije isti. Podaci o kapacitetu kampova su tek ilustrativni.

„Terme Tuhelj“ imaju raznovrsnu smještajnu ponudu koja se sastoji od hotela, hostela i kampa, ali smještajna ponuda „Termi Olimia“ koja se sastoji od 2 hotela, aparthotela, apartmanskog naselja i kampa je mnogo razvijenija i prema raznovrsnosti i prema samom kapacitetu. Dio smještajnih objekata „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ prikazan je na slikama 6, 7 i 8.



Sl. 6. Hotel „Well“, „Terme Tuhelj“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine



Sl. 7. Hotel „Sotelia“, „Terme Olimia“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine



Sl. 8. Aparthotel „Rosa“, „Terme Olimia“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine

Nakon usporedbe ponude smještaja analizirana je ponuda kupališno-zabavnih sadržaja. Ponuda kupališno-zabavnih sadržaja odnosi se na bazene i s njima povezane atrakcije, primjerice tobogane. Glavninu kupališno-zabavne ponude „Terme Tuhelj“ čini „Vodeni planet“. „Vodeni planet“ obuhvaća 8 unutarnjih i vanjskih bazena ispunjenih termalnom vodom ukupne vodene površine veće od 5 000 m<sup>2</sup>. Vanjsko kupalište sastoji se od bazena s valovima, dječjeg bazena s 4 tobogana i vodenim topovima, bazena za najmlađe uzraste s vodenim igračkama, relaksacijskog bazena s gezirima, vodenim tornjevima i podvodnom masažom. Ponuda vanjskog kupališta uključuje i tobogan s 5 traka za spuštanje, 2 adrenalinska tobogana te tobogan „Kamikazu“. Bazeni su povezani kanalom dužine 250 m koji ima 2 lagune i podvodne masaže. Vanjski dio „Vodenog planeta“ s ponudom za najmlađe zove se „Tuhi land“, a obuhvaća 2 zatvorena tobogana, 2 otvorena tobogana te prskalice i slične sadržaje zanimljive najmlađim uzrastima. Unutarnji dio sastoji se od olimpijskog bazena dužine 25 m, zatvorenog tobogana, dječjeg bazena s toboganom i terapijskog bazena, *jacuzzi* s masažom, *wellness* bazen s vodenim slapovima, masažama i gezirima. Osim „Vodenog planeta“ kupališno-zabavnu ponudu čine i dva stara bazena na samom izvoru termalne vode (34). „Vodeni planet“ prikazan je na slici 9.



Sl. 9. „Vodeni planet“, „Terme Tuhelj“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine

Osnovicu kupališno-zabavnih sadržaja „Terme Olimia“ čini „Aqualuna“ s 3 000 m<sup>2</sup> vodenih površina. „Aqualuna“ je prikazana na slici 10. Termalni park je u potpunosti ispunjen termalnom vodom. Sastoji se od bazena za opuštanje koji nudi masažu, gejzire i vodeni slap, bazena s valovima, bazena za slijetanje s 9 tobogana, a dio za djecu naziva se „Aqua Jungle“. Tobogani su namijenjeni svim uzrastima, postoje oni za djecu, ali i oni za odrasle željne adrenalina. Ponudu čini ukupno 14 tobogana i vodenih staza. Dio kupališno-zabavnih sadržaja čini i ponuda Family *wellnessa* „Termalija“. „Termalija“ ima dio koji se zove „Oaza bazena“ i obuhvaća 2 000 m<sup>2</sup> vodenih površina raspoređenih u nekoliko bazena. Veliki bazen temperature 30 do 32 °C je djelomično unutarnji, a djelomično vanjski te sadrži masaže, rimske kupke, gejzire i slapove. Bazen „Aqua“ pod šatorom temperature 28 do 30 °C nudi vodene mlaznice, zatvoreni tobogan, a osim njega tu su i 2 dječja bazena (unutarnji i vanjski) temperature 32 do 36 °C te 3 *whirpoola* s temperaturom vode 34 do 36 °C (33).



Sl. 10. Termalni park „Aqualuna“, „Terme Olimia“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine



Kupališno-zabavna ponuda je podjednako razvijena. Vodene površine i ponuda sadržaja su na sličnoj razini, a glavna razlika je to što su u „Termama Tuhelj“ svi sadržaji objedinjeni u jednom kompleksu.

*Wellness i spa* ponuda „Terma Tuhelj“ sastoji se od „Svijeta sauna“ i „SPAeVITA centra“. „Svijet sauna“ uključuje 4 finske saune, panoramsku saunu, blatne, slane i duple parne saune, ledenu jamu, *kneipp* stazu, *jacuzzi* kade, hladni bazen, *Laconium* te nudističku terasu. Programi uključuju kromoterapiju, program čokoladom, termalnim blatom, mentom, aroma program, program za njegu kose i kože tijela i lica, solni program. Zbog naravi sauna općenito, ulaz osobama mlađima od 16 godina je ograničen, ali postoje dani s posebnim programima za obiteljsko sauniranje kada je dopušten ulazak djece. Jednako tako postoje i ženski dani s posebnim programom. „SPAeVITA centar“ u svojoj ponudi ima tursku kupelj *hamam*, masaže i terapije ljekovitim blatom koje se smatra vrlo kvalitetnim, specifične kućne masaže (opuštanje, *antistres*, termalne), masaže iz drugih krajeva (tajlandske, indijske, havajske), a tu su i tretmani za njegu kože, njegu lica, kupke (Kleopatrina) i oblozi, kao i posebni tretmani za njegu muške kože. Postoje i specijalizirani tretmani za djecu što je specifičnost (34).

*Wellness i spa* ponuda „Terma Olimia“ podijeljena je na više objekata. *Wellness* „Orhidelia“ je njezin glavni i najekskluzivniji dio. Ponudu čine termalni bazeni koji se zbog svojih karakteristika ne ubrajaju u kupališno-zabavnu ponudu. Unutarnji bazen temperature vode od 31 do 32 °C s otocima, ležaljka za masažu, gejzirima, 2 *whirpoola*, sporom rijekom, podvodnom glazbom te vanjski bazeni, jedan temperature 30 do 32 °C s ležaljka za masažu, gejzirima i *whirpoolom* te drugi s temperaturom vode od 29 do 32 °C i nudističkom terasom. „Orhidelia“ ima i vlastiti „Svijet sauna“ koji se sastoji od finskih i infracrvenih sauna, parnih kupki i tematskih odmorišta (soba s vodenim krevetima, hladni bazeni) iz kojih je moguće doći na vanjsku nudističku terasu. Posebni različiti programi u saunama se događaju svaki dan. Dio „Orhidelia“ je i „Spa Amala“ čija ponuda uključuje niz različitih masaža. S obzirom na ponudu, „Orhidelia“ ne dozvoljava ulaz djeci mlađoj od 16 godina. Drugi dio *wellness i spa* ponude čini „Termalija“, prikazana na slici 11. Dio je već analiziran kod kupališno-zabavne ponude. „Termalija“ ima „Svijet sauna“ koji se sastoji od 9 različitih sauna površine 1 550 m<sup>2</sup>. 4 su finske saune, 3 parne, a postoje još i slane saune, *Laconium* i *Tepidarium*. Tu su i dodatni tematski programi. „Termalija“ ima i „Spa & beauty center“ čija se ponuda sastoji od masaža i različitih tretmana. Masaže uključuju kućne masaže (olimia, amala, vitae), indijsku *ayurvedsku* masažu, tajlandske masaže, opuštajuće

masaže, a tretmani njegu lica, njegu tijela, anticelulitne tretmane, pedikuru i manikuru. Centar uključuje i hamam. *Wellness* i *spa* ponudu ima i hotel „Sotelia“ kroz vlastiti centar „Spa Armonia“. Ponuda uključuje kućne masaže (armonia, olimia, vitae), masažu stopala te različite kozmetičke tretmane. Uz sve nabrojeno, „Terme Olimia“ nude i *selfness* programe. *Selfness* je noviji koncept *wellnessa*, njegova svojevrsna nadogradnja, a podrazumijeva rad na sebi, odnosno težnju za poboljšavanjem samog sebe (33).



Sl. 11. Family *wellness* „Termalija“, „Terme Olimia“

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine

„Terme Olimia“ imaju značajno razvijeniju ponudu *wellness* i *spa* sadržaja. „Orhidelia“ je nagrađivani *wellness* centar i temeljni dio ponude „Terme Olimia“.

Gastronomska ponuda „Terme Tuhelj“ sastoji se od restorana „Dvorac Mihanović“ koji nudi tradicionalna zagorska jela, srednjovjekovna jela i zdravu „vitalnu hranu“. Restoran „Lati“ u hotelu „Well“ u ponudi ima autohtona domaća i strana jela. „Element bar“ ima à la carte ponudu s naglaskom na pizze i meksičku kuhinju. „Taverna Horizont“ nalazi se unutar kampa, a ponudu slastica ima „Terra lounge bar“. U sklopu „Vodenog planeta“ nalaze se „Grill bar“ i „Coctail bar“ (34).

Gastronomska ponuda „Termini Olimia“ je najviše vezana uz objekt „Lipa“ koji je i kavana i pivnica i restoran. S obzirom na to, ponuda je vrlo raznovrsna. Hotel „Sotelia“ ima dva hotelska restorana „Basilicum“ i „Gratiola“, bar „Barago“ i vinoteku „Virstain“. Hotel „Breza“ ima samoposlužni restoran i bar. Aparthotel „Rosa“ u apartmanima ima kuhinje za goste, a u sklopu se nalazi i „Loby bar“. „Orhidelia“ ima vlastiti restoran „Pomum“ koji nudi jela sa žara i salatna jela. „Termalija“ ima dva bara „Aqua“ i „Kneipp“. „Aqualuna“ ima vlastiti restoran „Kroki“ kao i dva bara, „Safari“ i „Jumbo“ (33).

Gastronomska ponuda „Termini Tuhelj“ je nešto snažnija zbog restorana „Dvorac Mihanović“ koji ima najbolju i najautentičniju ponudu u oba promatrana kompleksa.

Kongresna ponuda „Termini Tuhelj“ sastoji se od kongresnog centra hotela „Well“ i „Dvorca Mihanović“ koji zajedno nude 6 dvorana kapaciteta od 10 do 400 osoba, a po potrebi mogu se koristiti i druge dvorane, npr. restoran „Lati“. Dvorana Invigo je najveća, u kino postavu prima do 400 osoba, 200 osoba u postavu školskog sistema te 80 u U postavu. Može se podijeliti na 3 dijela koji su međusobno zvučno izolirani. Dvorana Vilina prima 140 osoba u kino sistemu, 80 osoba u školskom sistemu i 50 osoba u U postavu. Dvorane „Dvorca Mihanović“ primaju od 15 do 80 osoba. Uz sve dvorane nude se projektori, platna, zvučnici i ostala dodatna oprema. Dodatna ponuda uključuje *wellness* pakete za poslovne goste te *teambuilding*. *Teambuilding* ponuda uključuje: adrenalinsku (*paintball*, vožnja *quadom* te kombinaciju), zabavno-sportsku (tuheljsku olimpijadu, orijentacijsko hodanje, kućnu olimpijadu), zabavnu (večernju animaciju, kuharski show, srednjovjekovne viteške igre), sportsku (nogomet, košarka, mini golf, boćanje, odbojka na pijesku, vožnja e-biciklima, „bubble football“) te edukativnu ponudu (vilinska bajka u Velikom Taboru, *Art&spa* radionica, edukativne radionice). Novo u ponudi je i *selfness* kongres (34).

Kongresni centar „Termini Olimia“ ima površinu od 1 200 m<sup>2</sup> raspoređenu u 8 kongresnih dvorana i soba kapaciteta od 50 do 230 osoba, s tim da se neke dvorane mogu koristiti zajedno pa maksimalni kapacitet iznosi do 350 osoba. „Sotelia“ ima 5 kongresnih dvorana, a ostale se nalaze u hotelu „Breza“ i aparthotelu „Rosa“. Dvorane su opremljene suvremenom multimedijском opremom i njihov raspored je fleksibilan, što znači da se prema potrebi mogu prilagoditi različitim vrstama kongresa. *Teambuilding* ponuda uključuje adrenalinsku ponudu (gađanje glinenih golubova), zabavnu ponudu (igre, pool party, potragu za blagom), *wellness* (tjelovježba u bazenima, saune, masaže), razgled okolice

(muzej baštine, samostan, čokoladarnica, pivovara), gastronomsku ponudu, *selfness*, sportsku ponudu (golf) (33).

„Terme Olimia“ imaju nešto više kongresnih dvorana, a „Terme Tuhelj“ imaju razvijeniju ponudu *teambuilding* sadržaja koji se velikim dijelom reklamiraju zajednički. Kongresna ponuda značajniji je dio ponude „Terma Tuhelj“ nego „Terma Olimia“, zbog ključne prednosti, blizine i dobre povezanosti sa Zagrebom.

Ponuda paketa „Terma Tuhelj“ trenutno (kolovoz, 2019. godine) uključuje ukupno 5 paketa. „All inclusive ljetni praznici“ paket je koji je namijenjen za obitelji s djecom pa nudi i sadržaje za roditelje (saune) i sadržaje za djecu (animacijski program). „Odmor bez granica“ je paket koji uključuje 5 noćenja, 3 u „Termama Olimia“ i 2 u „Termama Tuhelj“ te je pogodan za obitelji. „Spa opuštanje“ obuhvaća kupanje i polupansion te je najpogodniji za parove. „Romantika u „Termama Tuhelj““ paket je namijenjen za parove, obuhvaća i korištenje sauna, masaže i romaničnu večeru. „Paket za umirovljenike“ uključuje domaću večeru, neograničeno kupanje i korištenje *fitnessa* (34).

Ponuda paketa „Terma Olimia“ trenutno (kolovoz, 2019. godine) uključuje ukupno 13 paketa. „Aqua fun paket“ uključuje polupansion i kupanje u „Termaliji“ i „Aqualuni“, namijenjen je obiteljima. „Magičnost „Orhideli““ je paket koji nudi polupansion i svakodnevni ulazak u „Orhideli“ pa je zbog toga najpogodniji za parove ili samce željne opuštanja. „Odmor bez granica“ je već naveden kod ponude „Terma Tuhelj“. „Čarobni odmor pod zvijezdama“ je „glamping“ paket koji je pogodan za parove, ali i obitelji, ovisno o šatoru. Dva paketa dijele naziv „Ljetni obiteljski odmor“, a razlikuju se po tome što jedan uključuje smještaj u hotelu „Sotelia“, a drugi u hotelu „Breza“. Oba paketa uključuju niz sadržaja i aktivnosti za roditelje, ali i djecu (npr. dječji program u sauni). „Paket za umirovljenike“ uključuje polupansion, kupanje te nordijsko hodanje i bicikliranje po okolici te upoznavanje kulturnih znamenitosti. „Mirisna „Orhideli““ uključuje polupansion i neograničeno korištenje sadržaja „Orhideli“ pa je ovaj paket najpogodniji za parove. Paket „Olimski doživljaj“ uključuje polupansion, kupanje i saune „Termalije“. Paket „Olimsko opuštanje“ uključuje polupansion te kupanje i animacije za djecu pa je pogodan za obitelji. Paket „Nova godina u *Wellness* hotelu „Sotelia““ uključuje neograničen ulaz u „Orhideli“, polupansion, večeru s live bendom. Paket „Nova godina u hotelu „Breza““ uključuje polupansion, novogodišnju večeru i ulaz u saune „Termalije“. „Romantični paket za 2

osobe u *Wellness* hotelu „Sotelia“ namijenjen je parovima, a uključuje romantičnu večeru, posebne *spa* tretmane i ulaz u „Orhideliu“ (33).

Ponuda paketa „Termi Olimia“ je znatno raznovrsnija i veća. Važno je naglasiti da svi paketi (s iznimkom „Romantičnog paketa“ u „Termama Olimia“) uključuju i kupanje u drugim termama, a paket „Odmor bez granica“ uz kupanje uključuje i noćenja i u jednim i u drugim termama. Terme imaju široku ponudu paketa prikladnu i za parove, obitelji s djecom te umirovljenike. Pokrivene su sve dobne skupine, bez obzira na dobna ograničenja određenih objekata. Također, ponuda paketa varira ovisno o godišnjim dobima.

Sportski i rekreacijski sadržaji „Termi Tuhelj“ se dijele na unutarnje i vanjske. Unutarnji sadržaji uključuju multifunkcionalnu sportsku dvoranu pogodnu za niz sportova (nogomet, košarka, rukomet, borilački sportovi), *fitness* centar opremljen spravama za vježbanje te veliki plivački bazen koji se nalazi u sklopu „Vodenog planeta“. Vanjski sadržaji uključuju trim stazu s 8 elemenata, nogometno igralište, 5 teniskih terena, multifunkcionalno betonsko igralište, teren za odbojku na travi, bočalište s 2 staze, 4 stola za stolni tenis i teren za mini golf te adrenalinski park (34).

„Terme Olimia“ u svojem kompleksu imaju *fitness* studio opremljen spravama za vježbanje, a na raspolaganju su i treneri. Ostali sadržaji ne nalaze se u samom topličkom kompleksu već u njegovoj neposrednoj blizini. Višenamjenska sportska dvorana Podčetrtek nudi mogućnost priprema za igranje rukometa, nogometa, košarke, tenisa, odbojke, badmintona te sportskog penjanja, a u ponudi su igrališta za tenis, badminton i squash te staza za penjanje. U blizini termi se nalazi i nogometno igralište s atletskom stazom. Sportski park „Gaj“, također u neposrednoj blizini termi nudi 4 teniska terena, igralište za odbojku na pijesku i igralište za uličnu košarku. Nekoliko kilometara je udaljen i teren za golf (33).

Sportski i rekreacijski sadržaji samog kompleksa „Termi Tuhelj“ su znatno veći i raznovrsniji, ali kada se uz „Terme Olimia“ promatraju sadržaji koji se nalaze u neposrednoj blizini i na raspolaganju su turistima, ponuda se može smatrati podjednakom.

Zdravstvena ponuda „Termi Tuhelj“ obuhvaća programe namijenjene osobama s bolestima ili teškoćama primarno vezanima uz lokomotorni sustav te bolestima srca i krvožilnog sustava, ali i osobama koje su pod stresom ili pate od kroničnog umora. Naglašen je holistički stav prema zdravlju. Ponuda uključuje medicinsku gimnastiku, terapiju ljekovitim blatom, gimnastiku u vodi, elektroterapiju i podvodnu masažu (34).

Centar zdravlja „Olimia“ primarno je fokusiran na bolesti i stanja kralježnice i cijelog lokomotornog sustava. Naglasak je na holističkom pristupu i kombinaciji tradicionalnih, klasičnih metoda i prirodnih ljekovitih činitelja. Ponuda uključuje tretiranje artroze, ispravljanje nepravilnog držanja kod djece, terapije za osteoporozu, postoperativne tretmane, olakšavanje određenih simptoma kod dijabetičara te antiage i antistres programe. Kao metode naglašavaju se zdravstveni pregledi, individualni pristup fizioterapeuta, terapije modernim uređajima i fizioterapije. Postoji čitav niz terapija u svakoj od navedenih kategorija. U ponudi je i više terapija s termalnom vodom. Osim ponude za turiste, postoje i terapije za pacijente. U suradnji sa slovenskim Zavodom za zdravstveno osiguranje nudi se stacionarno ili ambulantno liječenje za osobe oboljele od reume, osobe koje se oporavljaju od zahvata lokomotornog sustava ili osobe s određenim bolestima ili stanjima kože (33).

Zdravstvena ponuda „Termi Olimia“ je razvijenija i nudi veći broj različitih terapija te je prisutna i suradnja sa Zavodom za zdravstveno osiguranje što je indikator više razine kvalitete i stručnosti.

Segmenti turističke ponude „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ prikazani u ovom poglavlju sistematizirani su u tablici 4 koja prikazuje njihovu razvijenost. Broj 1 označava da je određeni segment ponude razvijeniji u pojedinim toplicama, znak = označava da je segment ponude jednako razvijen, a 0 ne znači da segment nije prisutan, već da je slabije razvijen.

Tab. 4. Razvijenost segmenata ponude turističkih sadržaja „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ u kolovozu 2019. godine

| Segment ponude        | Tuhelj | Olimia |
|-----------------------|--------|--------|
| Smještajni            | 0      | 1      |
| Kupališno-zabavni     | =      | =      |
| <i>Wellness i spa</i> | 0      | 1      |
| Gastronomski          | 1      | 0      |
| Kongresni             | 1      | 0      |
| Paketi                | 0      | 1      |
| Sport i rekreacija    | =      | =      |
| Zdravstveni           | 0      | 1      |

Izvor: Izradio autor

## 5.2. Turistički promet

U ovom potpoglavlju analiziran je turistički promet „Terma Tuhelj“ i „Terma Olimia“. Kao pokazatelji turističkog prometa korišteni su podaci o broju turističkih dolazaka, broju noćenja, njihovom omjeru te strukturi posjetitelja prema emitivnim državama. Svi analizirani podaci dobiveni su od „Terma Olimia“ i odnose se na razdoblje od 2011. do 2018. godine. Turistički promet kampova uračunat je u turistički promet hotela, „Terma Olimia“ ih ne izdvajaju u statistici pa je važno naglasiti da se korištenjem pojma hoteli obuhvaćaju i kampovi, iako nije naglašavano. Prvo su analizirani podaci o broju turističkih dolazaka, prikazani u tablici 5.

Tab. 5. Broj turističkih dolazaka u „Terma Tuhelj“ i „Terma Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine

| Terme  | Tuhelj | Olimia |           |        | Ukupno Tuhelj<br>i Olimia |
|--------|--------|--------|-----------|--------|---------------------------|
| Godina | Ukupno | Hoteli | Apartmani | Ukupno |                           |
| 2011.  | 18 673 | 43 878 | 14 457    | 58 335 | 77 008                    |
| 2012.  | 20 457 | 40 761 | 14 448    | 55 209 | 75 666                    |
| 2013.  | 29 623 | 43 720 | 13 525    | 57 245 | 86 868                    |
| 2014.  | 36 242 | 42 142 | 14 627    | 56 769 | 93 011                    |
| 2015.  | 38 531 | 44 370 | 15 375    | 59 745 | 98 276                    |
| 2016.  | 44 245 | 47 199 | 17 248    | 64 447 | 108 692                   |
| 2017.  | 46 301 | 48 158 | 17 935    | 66 093 | 112 394                   |
| 2018.  | 50 186 | 52 230 | 22 040    | 74 270 | 124 456                   |

Izvor: 20

Broj turističkih dolazaka „Terma Tuhelj“ konstantno raste u promatranom periodu od 2011. do 2018. godine. Godine 2011. broj dolazaka iznosio je 18 673, a 2018. godine taj broj je iznosio 50 186. To znači da se u promatranom razdoblju broj dolazaka povećao za 168,76 %. Ovakav rast broja turističkih dolazaka svakako je vezan uz proširenje kapaciteta „Terma Tuhelj“ otvaranjem hotela „Well“ 2012. godine. Dok je kod „Terma Tuhelj“ u tablici 5 prikazan isključivo ukupan broj turističkih dolazaka, kod „Terma Olimia“ podaci o dolascima su uz ukupne prikazani i na razini hotela i apartmana. Razlog je način na koji same „Terma Olimia“ vode statistiku.

Godine 2011. broj turističkih dolazaka u hotele „Terma Olimia“ iznosio je 43 878. Za razliku od „Terma Tuhelj“, nije prisutan konstantan rast broja dolazaka pa je tako 2012. godine taj broj pao za 7,1 % u odnosu na godinu ranije. Godine 2013. broj dolazaka se vratio

na razinu iz 2011. godine, a 2014. godine je pao za 3,61 % u odnosu na 2013. godinu. Od 2014. godine broj dolazaka u hotelima „Termi Olimia“ konstantno raste do 2018. godine kada je ostvaren najveći broj dolazaka, 52 230 što je povećanje od 19,03 % u odnosu na 2011. godinu. Godine 2011. broj dolazaka koji je ostvaren u apartmanima „Termi Olimia“ iznosio je 14 457, a godinu kasnije ostao je na gotovo identičnoj razini, smanjio se za 7 %. Godine 2013. broj dolazaka smanjio se za 6,39 % u odnosu na 2012. godinu. Nakon 2013. godine broj dolazaka konstantno raste do 2018. godine kada iznosi 22 040, a to znači da se u odnosu na 2011. godinu povećao za 52,45 %. Ukupan broj dolazaka „Termi Olimia“ prati trend dolazaka koje ostvaruju hoteli, rast je ostvaren u svim godinama osim u 2012. godini u odnosu na 2011. godinu i 2014. godini u odnosu na 2013 godinu. Godine 2011. hoteli i apartmani „Termi Olimia“ ukupno su ostvarili 58 335 turističkih dolazaka, a 2018. godine taj broj je iznosio 74 270 što znači da je u promatranom razdoblju ostvaren rast od 27,32 %. Prisutan je i trend porasta udjela dolazaka u apartmanima, 2011. godine udio apartmana iznosio je 24,78 %, a 2018. godine 29,68 % što je porast od 4,9 %.

Ukupan broj turističkih dolazaka „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ iznosio je 2011. godine 77 008 te je konstantno rastao, s iznimkom pada od 1,74 % 2012. godine, do 2018. godine kada je iznosio 124 456, što znači da se u promatranom periodu dogodio rast od 61,61 %. Udio „Termi Tuhelj“ u ukupnom broju dolazaka iznosio je 24,25 % 2011. godine te 40,32 % 2018. godine, a to znači da se povećao za 16,07 %. Udio dolazaka veći od 40 % posebno je značajan kada se uzme u obzir to da „Terme Tuhelj“ imaju tek 29,16 % (ili 34,41 % ako se računaju pomoćni kreveti hotela „Well“) udjela u ukupnom kapacitetu ova dva kompleksa. Porast udjela javlja se iz istog razloga kao i apsolutni porast, zbog otvaranja hotela „Well“ nakon čega Tuheljske Toplice postaju središte smještajnih kapaciteta čitavog Hrvatskog zagorja.

Glavni trend u promatranom razdoblju je porast broja turističkih dolazaka. Porast se javlja u svim kategorijama, zasebnim i ukupnim. Rast broja turističkih dolazaka nije konstantan u svim kategorijama, između određenih godina javlja se pad broja turističkih dolazaka, ali je u svakoj kategoriji prisutan u posljednjoj promatranom godini u odnosu na prvu. Porast broja turističkih dolazaka dinamičniji je u „Termama Tuhelj“ koje na početku promatranog razdoblja, 2011. godine, nisu imale dovoljno smještajnih kapaciteta za ostvarivanje većeg broja turističkih dolazaka. Nakon otvaranja hotela „Well“ i povećanja smještajnih kapaciteta javlja se i porast broja turističkih dolazaka. Brži porast broja turističkih dolazaka u „Termama Tuhelj“ znači i povećanje udjela u ukupnom broju



turističkih dolazaka ova dva kompleksa. Različita dinamika kretanja broja turističkih dolazaka je prisutna zato što „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ nisu u jednakoj fazi razvoja prema Butlerovom (1980) modelu. „Terme Olimia“ su na početku promatranog razdoblja bile u kasnijoj fazi razvoja destinacije. Detaljniji osvrt na Butlerov (1980) model prikazan je na kraju poglavlja. Porast broja turističkih dolazaka javlja se zbog raznovrsne ponude turističkih sadržaja prikazane u prijašnjem potpoglavlju, ali i konstantnih ulaganja u proširivanje ponude. Nije moguće navesti točne razloge zbog kojih se javlja pad broja turističkih dolazaka u „Termama Olimia“ između pojedinih godina. Budući da spomenuti pad broja dolazaka nije velik, vjerojatno se javlja kao posljedica određenih fluktuacija na emitivnim tržištima.

Nakon turističkih dolazaka potrebno je analizirati i ostvarena noćenja. Broj noćenja „Terma Tuhelj“ i „Terma Olimia“ prikazan je u tablici 6.

Tab. 6. Broj ostvarenih noćenja u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine

| Terme  | Tuhelj  | Olimia  |           |         | Ukupno Tuhelj i Olimia |
|--------|---------|---------|-----------|---------|------------------------|
|        |         | Hoteli  | Apartmani | Ukupno  |                        |
| Godina | Ukupno  |         |           |         |                        |
| 2011.  | 45 424  | 157 508 | 50 990    | 208 498 | 253 922                |
| 2012.  | 50 270  | 147 850 | 50 452    | 198 302 | 248 572                |
| 2013.  | 65 602  | 150 593 | 48 747    | 199 340 | 264 942                |
| 2014.  | 86 866  | 144 455 | 53 661    | 198 116 | 284 982                |
| 2015.  | 86 311  | 146 600 | 54 722    | 201 322 | 287 633                |
| 2016.  | 105 848 | 159 642 | 58 635    | 218 277 | 324 125                |
| 2017.  | 119 650 | 159 688 | 59 849    | 219 537 | 339 187                |
| 2018.  | 125 656 | 171 211 | 70 601    | 241 812 | 367 468                |

Izvor: 20

Broj ostvarenih noćenja u „Termama Tuhelj“ je u gotovo konstantnom porastu u razdoblju prikazanom u tablici 6. Jedini pad dogodio se 2015. godine u odnosu na 2014., a iznosio je manje od 1 % (0,64 %). Godine 2011. u „Termama Tuhelj“ ostvareno je ukupno 45 424 noćenja, a do 2018. godine taj broj je porastao na 125 656. U 8 promatranih godina broj ostvarenih noćenja povećao se za 176,63 %. Broj ostvarenih noćenja u „Termama Olimia“ analiziran je na jednak način kao i broj turističkih dolazaka.

Godine 2011. hoteli „Terma Olimia“ ostvarili su ukupno 157 508 noćenja. Godine 2012. taj broj se smanjio za 6,13 % u odnosu na 2011. godinu, a 2013. godine se povećao za 1,86 % u odnosu na 2012. godinu. Godine 2014. broj noćenja je pao za 4,08 % u odnosu na 2013. godinu. Od 2014. godine broj noćenja je u konstantnom porastu do posljednje promatrane godine, 2018., kada dolazi do maksimalne vrijednosti te iznosi 171 211. Broj noćenja ostvarenih u hotelima se u promatranom razdoblju povećao za 8,7 %. Godine 2011. broj noćenja ostvarenih u apartmanima „Terma Olimia“ iznosio je 50 990, a godinu kasnije ostao je na gotovo jednakoj razini, smanjio se za 1,06 %. Godine 2013. pad je iznosio 3,38 % u odnosu na 2012. godinu. Nakon tog pada u svim ostalim godinama zabilježen je porast broja noćenja pa je tako 2018. godine zabilježen najveći broj, 70 601. Usporedba 2011. i 2018. godine pokazuje da je u tom razdoblju broj noćenja porastao za 38,46 %. Ukupan broj ostvarenih noćenja „Terma Olimia“ prati trend ostvarenih noćenja u hotelima. U 2012. i 2014. godini javlja se pad u odnosu na prethodne godine, a u ostalim godinama javlja se rast. Ukupan broj noćenja „Terma Olimia“ iznosio je 2011. godine 208 498, a 2018. godine taj broj je iznosio 241 812 što predstavlja porast od 15,98 %. Prisutan je porast udjela noćenja u apartmanima u ukupnom broju noćenja, gotovo jednak porastu udjela u broju dolazaka. Godine 2011. udio noćenja u apartmanima iznosio je 24,46 %, a 2018. godine 29,20 % što znači da je u promatranom razdoblju udio porastao za 4,74 %.

Ukupan broj ostvarenih noćenja u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“ konstantno se povećava, osim 2012. godine kada je u odnosu na 2011. pao za 2,11 %. Godine 2011. broj noćenja iznosio je 253 922, a do 2018. godine se povećao na 367 468, za 44,72 %. Udio „Terma Tuhelj“ u ukupnom broju ostvarenih noćenja je 2011. godine iznosio 17,89 %, a do 2018. godine se povećao na 34,20 %, odnosno za 16,31 %.

Budući da je broj ostvarenih noćenja izravno vezan uz broj turističkih dolazaka, prisutni su jednaki trendovi. „Terme Tuhelj“ ostvaruju snažniji rast broja noćenja jer su još

u fazi razvoja destinacije. Ostvarivanjem snažnijeg rasta broja noćenja u odnosu na „Terme Olimia“, „Terme Tuhelj“ povećavaju svoj udio u ukupnom broju ostvarenih noćenja.

Iz podataka prikazanih u tablici 5 i tablici 6 izvedena je tablica 7 koja prikazuje prosječni boravak turista u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“. Prosječni boravak je podatak koji služi za ilustriranje duljine zadržavanja turista, a posredno sugerira i razinu razvoja destinacije.

Tab. 7. Prosječni boravak turista u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine

| Terme  | Tuhelj | Olimia |           |        | Ukupno Tuhelj i Olimia |
|--------|--------|--------|-----------|--------|------------------------|
|        |        | Hoteli | Apartmani | Ukupno |                        |
| Godina | Ukupno |        |           |        |                        |
| 2011.  | 2,43   | 3,59   | 3,53      | 3,57   | 3,30                   |
| 2012.  | 2,46   | 3,63   | 3,49      | 3,59   | 3,29                   |
| 2013.  | 2,21   | 3,44   | 3,60      | 3,48   | 3,05                   |
| 2014.  | 2,40   | 3,43   | 3,67      | 3,49   | 3,06                   |
| 2015.  | 2,24   | 3,30   | 3,56      | 3,37   | 2,93                   |
| 2016.  | 2,39   | 3,38   | 3,40      | 3,39   | 2,98                   |
| 2017.  | 2,58   | 3,32   | 3,34      | 3,32   | 3,02                   |
| 2018.  | 2,52   | 3,28   | 3,20      | 3,26   | 2,95                   |

Izvor: 20

Tablica 7 prikazuje da je godine 2011. za svaki turistički dolazak u „Terme Tuhelj“ ostvareno je 2,43 noćenja. Godine 2018. omjer je iznosio tek 3,7 % više, 2,52. Za razliku od broja dolazaka i noćenja u ovom slučaju nema izraženog trenda rasta niti je posljednja analizirana godina ona u kojoj su ostvarene maksimalne vrijednosti. U slučaju „Terma Tuhelj“ najveći broj noćenja u odnosu na broj dolazaka ostvaren je 2017. godine. U promatranom razdoblju od 2011. do 2018. godine u prosjeku je za svaki turistički dolazak ostvareno 2,4 noćenja.

Hoteli „Terma Olimia“ su 2011. godine ostvarivali 3,59 noćenja za svaki turistički dolazak, do 2018. taj omjer se smanjio na 3,28, odnosno za 8,64 %. U promatranom razdoblju hoteli „Terma Olimia“ ostvarivali su prosječno 3,42 noćenja po svakom dolasku. Najveća vrijednost promatranog razdoblja ostvarena je 2012. godine kada su ostvarivali 3,63 noćenja po dolasku. Apartmani „Terma Olimia“ su 2011. godine ostvarivali 3,53 noćenja po dolasku, a 2018. godine 3,2 noćenja po dolasku, što predstavlja smanjenje od 9,35 % u promatranom razdoblju. Najveći omjer dolazaka i noćenja ostvaren je 2014. godine kada je

iznosio 3,67. Prosjek za promatrano razdoblje iznosi 3,47 noćenja po dolasku. Ukupan omjer noćenja i dolazaka „Terma Olimia“ iznosio je 2011. godine 3,57, a 2018. godine 3,26 što znači da se u promatranom razdoblju smanjio za 8,68 %. Najviše noćenja po dolasku ostvareno je 2012. godine, 3,59. Prosjek noćenja po dolasku ostvarenih u „Termama Olimia“ u promatranom razdoblju iznosi 3,43.

Ukupni omjer noćenja i dolazaka „Terma Tuhelj“ i „Terma Olimia“ iznosio je 2011. godine 3,3, a do 2018. godine se smanjio na 2,95, odnosno za 10,61 %. Prosječno je u promatranom razdoblju ostvareno 3,07 noćenja po dolasku, a maksimalna vrijednost ostvarena je u prvoj promatranoj godini. U cijelom promatranom razdoblju u „Termama Olimia“ je u prosjeku ostvareno 1 noćenje više po svakom dolasku u odnosu na „Terma Tuhelj“. Budući da udio „Terma Tuhelj“ u ukupnom broju noćenja raste, ukupni omjer noćenja i dolazaka se smanjuje. Dulje zadržavanje turista u „Termama Olimia“ posljedica je razvijenije ponude prikazane u prethodnom potpoglavlju. Međutim, turisti se i u „Termama Olimia“, a posebno u „Termama Tuhelj“ zadržavaju relativno kratko. Ovaj fenomen javlja se kao posljedica trendova u turizmu. Više kraćih odmora zamjenjuje jedno dugo putovanje. Toplička središta je tradicionalno karakterizirao izrazito dug boravak turista. Podaci o zadržavanju turista u ovom slučaju sugeriraju da oni ostaju vikendom, što je u skladu s trendovima. Sve više mlađih ljudi koristi kraća putovanja za odmor od stresa svakodnevnog života, što je i cilj *wellnessa* koji je važan dio ponude terma.

Nakon analize turističkih dolazaka, ostvarenih noćenja te njihovog omjera kao pokazatelja dužine boravka, potrebno je analizirati i strukturu turističkih noćenja prema državi iz koje dolaze turisti. Podaci o broju noćenja prema emitivnoj državi prikazani su posebno za „Terma Tuhelj“ u tablici 8 i „Terma Olimia“ u tablici 9. Podaci se odnose na razdoblje od 2011. do 2018. godine i prikazani su u onom obliku u kojem su dobiveni od „Terma Olimia“. Države su navedene prema važnosti za pojedine terme što znači da su neke države u jednoj tablici navedene zasebno, a u drugoj kao dio cjeline ili u kategoriji ostalo.

Tab. 8. Udjeli (%) pojedinih emitivnih turističkih država u ukupnom broju ostvarenih noćenja u „Termama Tuhelj“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine

| Tržište                               | 2011. | 2012. | 2013. | 2014. | 2015. | 2016. | 2017. | 2018. |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Bosna i Hercegovina                   | 6     | 5     | 4     | 5     | 5     | 5     | 5     | 4     |
| Njemačka i Austrija                   | 4     | 5     | 15    | 16    | 14    | 12    | 13    | 11    |
| Hrvatska                              | 75    | 60    | 48    | 48    | 47    | 46    | 44    | 47    |
| Italija                               | 2     | 2     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     | 4     |
| Rusija                                | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Slovenija                             | 8     | 18    | 22    | 20    | 21    | 18    | 16    | 16    |
| Srbija, Crna Gora, Makedonija, Kosovo | 1     | 2     | 2     | 1     | 1     | 1     | 1     | 1     |
| Ostala tržišta                        | 3     | 7     | 4     | 5     | 7     | 13    | 16    | 16    |
| Ukupno                                | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |

Izvor: 20

Tržišni udjeli u broju noćenja prema emitivnim državama „Termi Tuhelj“ prikazani u tablici 8 pokazuju određene trendove. Udio noćenja koja su ostvarili turisti iz Bosne i Hercegovine je u prikazanom razdoblju gotovo konstantan jer, uz manja odstupanja, cijelo vrijeme iznosi oko 5 %. Udio noćenja turista iz Njemačke i Austrije je 2011. i 2012. godine iznosio 4 % odnosno 5 %, nakon toga je 2013. godine naglo porastao na 15 % te se u sljedećih nekoliko godina održao na toj razini. Od 2016. godine prisutan je blagi pad pa je 2018. godine udio ove dvije države 11 %. Domaći turisti su 2011. godine ostvarivali dvije trećine noćenja u „Termama Tuhelj“, 2012. godine započinje smanjenje njihovog udjela koji te godine iznosi 60 %. Od 2013. godine udio domaćih turista varira od 46 do 48 %, osim 2017. godine kada iznosi 44 %. Udio noćenja turista iz Italije je 2011. i 2012. godine iznosio 2 %, a od 2013. do kraja promatranog razdoblja iznosi 4 %. Udio noćenja turista iz Rusije iznosi konstantno 1 % u promatranom razdoblju. Turisti iz Slovenije su 2011. ostvarili 8 % noćenja, a 2012. godine javlja se porast od 10 %. Godine 2013., 2014. i 2015. njihov udio iznosi 20 % ili nekoliko postotaka više. Godine 2016. pada na 18 %, a 2017. na 16 % koliko iznosi i 2018. godine. Udio noćenja koja su ostvarivali turisti iz Srbije, Crne Gore, Makedonije i Kosova je konstantno 1 %, osim 2012. i 2013. godine kada je iznosio 2 %. Udio noćenja turista koji dolaze iz ostalih država se povećao s 3 % 2011. godine na 16 % 2018. godine.

Dominantan udio noćenja domaćih turista javlja se zbog činjenice da se „Terme Tuhelj“ nalaze u blizini Zagreba koji je glavno emitivno tržište Republike Hrvatske. Povezanost Zagreba i „Terma Tuhelj“ naglašena je i na internetskim stranicama „Terma Tuhelj“. Osim domaćih, najviše noćenja ostvaruju turisti iz Slovenije, Njemačke i Austrije te Bosne i Hercegovine. Usporedbom podataka o strukturi ostvarenih noćenja prema emitivnim turističkim državama „Terma Tuhelj“ i Republike Hrvatske (10) vidljivo je da su najvažnije emitivne turističke države „Terma Tuhelj“ ujedno i jedne od najvažnijih i na državnoj razini. Naravno, njihovi udjeli nisu jednaki. Turisti iz Njemačke ostvaruju najviše noćenja na državnoj razini, ali u „Termama Tuhelj“ nisu najznačajniji strani turisti te se u statistikama njihov broj ostvarenih noćenja zbraja zajedno s noćenjima koja ostvaruju turisti iz Austrije. Na razini Republike Hrvatske turisti iz Njemačke i Austrije ostvaruju trećinu svih noćenja (10), a u „Termama Tuhelj“ tek nešto više od 10 %. Njemačka i Austrija imaju razvijen toplički turizam pa je logično da im sadržaji topličkog turizma nisu primarna motivacija za dolazak u Hrvatsku što pokazuju i ovi podaci. Turisti iz Slovenije ostvaruju više noćenja od ostalih stranih turista. Jedan od razloga je to što se „Terme Tuhelj“ nalaze u blizini Slovenije, a drugi je to što zbog zajedničke vlasničke strukture s „Termama Olimia“ postoje bolje mogućnosti promocije na slovenskom tržištu na kojem su „Terme Olimia“ već snažno pozicionirane.

Tab. 9. Udjeli (%) pojedinih emitivnih turističkih država u ukupnom broju ostvarenih noćenja u „Termama Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine

| Tržište                  | 2011. | 2012. | 2013. | 2014. | 2015. | 2016. | 2017. | 2018. |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Države bivše Jugoslavije | 5     | 5     | 5     | 5     | 7     | 5     | 5     | 5     |
| Njemačka i Austrija      | 14    | 16    | 17    | 18    | 16    | 16    | 16    | 14    |
| Hrvatska                 | 5     | 5     | 5     | 5     | 6     | 5     | 6     | 7     |
| Italija                  | 16    | 17    | 16    | 16    | 15    | 16    | 15    | 13    |
| Slovenija                | 55    | 48    | 47    | 45    | 47    | 46    | 46    | 51    |
| Ostalo                   | 5     | 9     | 10    | 11    | 9     | 12    | 12    | 10    |
| Ukupno                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |

Izvor: 20

U tablici 9 koja prikazuje tržišne udjele u ostvarinim noćenjima „Termi Olimia“ vidljive su razlike u odnosu na tablicu 8. Tržište Bosne i Hercegovine nije posebno izdvojeno iz tržišta država bivše Jugoslavije te tržište Rusije nije navedeno zasebno. Udio noćenja turista iz država bivše Jugoslavije je konstantno 5 % u promatranom razdoblju, s iznimkom 2015. godine kada iznosi 7 %. Udio noćenja turista iz Njemačke i Austrije varira između 14 % i 18 %. Udio noćenja koja ostvaruju turisti iz Hrvatske je u prosjeku 6 % u promatranom razdoblju. Udio noćenja turista iz Italije je u prosjeku 16 %, a najmanji udio od 13 % imali su 2018. godine. Domaći turisti su najzastupljeniji, prosječan udio njihovih noćenja je 48 %, a maksimalni, 2011. godine, iznosio je 55 %. Udio noćenja turista iz ostalih država iznosio je 5 % 2011. godine, a od 2012. godine iznosio je prosječno 10 %, maksimalno 12 %, 2016. i 2017. godine.

Dominantan udio noćenja domaćih turista u „Termama Olimia“ javlja se zbog snažne pozicioniranosti na domaćem tržištu. Snažna pozicija javlja se zbog brendiranja kroz *wellness* sadržaje, a to je vidljivo na primjeru „Orhidelijske“ koja se brendira kao „Najbolji *wellness* u Sloveniji“. Osim domaćih turista, najviše noćenja ostvaruju turisti iz Italije, Njemačke i Austrije te Hrvatske. Ove četiri države su i među pet najvažnijih emitivnih turističkih država na razini Slovenije (18). Turisti iz Italije najbrojniji su strani turisti i u „Termama Olimia“ i u Sloveniji. Nakon njih slijede turisti iz Njemačke i Austrije koji zajedno ostvaruju više noćenja u „Termama Olimia“ u odnosu na turiste iz Italije, a na državnoj razini su drugi i treći po broju ostvarenih noćenja. Turisti iz Hrvatske su peti po broju noćenja ostvarenih u Sloveniji, a značajni su i u „Termama Olimia“ budući da

ostvaruju više noćenja od svih ostalih država bivše Jugoslavije zajedno (s iznimkom Slovenije). Najznačajnije emitivne turističke države „Terme Olimia“ i Slovenije su susjedne države te Njemačka koja se također nalazi u blizini. Italija, Njemačka i Austrija imaju brojna toplička središta, ali ih uglavnom karakterizira visoka cijena paketa. Slovenske toplice, pa i „Terme Olimia“, imaju razvijenu ponudu turističkih sadržaja i niže cijene te na taj način privlače turiste iz spomenutih država. Budući da se nalaze na samoj granici, „Terme Olimia“ su dostupne turistima iz Hrvatske, a privlače ih ponudom sadržaja koja je na višoj razini u odnosu na sve toplice u Hrvatskoj. Velik broj reklama uz autoceste u okolici Zagreba sugerira da je upravo Zagreb ciljano tržište u Hrvatskoj, što je u skladu s njegovom pozicijom glavnog emitivnog tržišta u Hrvatskoj.

„Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ pokazuju neke sličnosti, ali i određene razlike kada su u pitanju udjeli turista prema državama. Udio domaćih turista se u promatranom razdoblju u obje terme kreće oko 50 %, s razlikom naglog smanjenja udjela noćenja domaćih turista „Terme Tuhelj“ od 2011. do 2013. godine. Turisti iz Bosne i Hercegovine u „Termama Tuhelj“ u prosjeku imaju udio od 5 % noćenja, a ostali turisti s područja bivše Jugoslavije imaju prosječan udio od 1 %. U „Termama Olimia“ države bivše Jugoslavije imaju udio od 5 %, s tim da turisti iz Bosne i Hercegovine nisu posebno izdvojeni pa očito imaju veći značaj u „Termama Tuhelj“. Udio noćenja turista iz Italije je značajno veći u „Termama Olimia“, u prosjeku 16 %, a kod „Terme Tuhelj“ je njihov udio u prosjeku 4 %. Udio noćenja koja ostvaruju turisti iz Njemačke i Austrije u „Termama Olimia“ je u prosjeku 16 %, a u „Termama Tuhelj“ 11 %. Udio noćenja koja turisti iz Hrvatske ostvaruju u „Termama Olimia“ je u prosjeku 6 %, a udio turista iz Slovenije u „Termama Tuhelj“ 17 %. Udio noćenja turista iz ostalih zemalja u „Termama Olimia“ u prosjeku iznosi 10 %, a u „Termama Tuhelj“ 9 %. Općenito u „Termama Olimia“ su konstantniji udjeli noćenja, što sugerira određenu pozicioniranost na tržištu. „Terme Tuhelj“ su u promatranom razdoblju ostvarile značajan rast na nekim tržištima (Slovenija, Njemačka i Austrija) što sugerira da se još uvijek pozicioniraju na tržištu. Kod jednih i drugih termi je u posljednjoj promatranoj godini udio noćenja turista iz ostalih država značajno veći u odnosu na prvu promatranu godinu što bi moglo značiti da se obje terme probijaju na nova tržišta, iako je bez točne strukture turista iz ostalih država to nemoguće potvrditi.

Analizom turističkog prometa „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ može se izdvojiti nekoliko glavnih trendova. Broj turističkih dolazaka i ostvarenih noćenja raste. Rast nije konstantan, ali je u svim promatranim kategorijama (pojedinačnim i zajedničkim) prisutan u



posljednjoj u odnosu na prvu promatranu godinu. Također, apsolutno svi brojevi vezani uz turističke dolaske i ostvarena noćenja su najveći u 2018. godini. „Terme Tuhelj“ ostvaruju dinamičniji rast u odnosu na „Terme Olimia“, broj dolazaka se povećao za 168 %, a broj ostvarenih noćenja za 173 % u promatranom razdoblju, dok kod „Terme Olimia“ ta povećanja iznose 27 % dolazaka i 15 % noćenja. Iako je u posljednjoj promatranj godini, 2018., veći rast turističkih dolazaka i noćenja zabilježen u „Termama Olimia“. Ovi podaci sugeriraju da su „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ u različitim fazama razvoja.

Faze razvoja turističke destinacije izdvaja Butler (1980) prema kojem postoje: faza otkrivanja, faza uključivanja, faza razvoja, faza konsolidacije, faza stagnacije nakon koje se može javiti revitalizacija ili pad. Prema Butlerovom (1980) modelu ciklusa evolucije turističke destinacije, „Terme Tuhelj“ su u tipičnoj fazi razvoja, a „Terme Olimia“ na prijelazu između kasne faze razvoja i faze konsolidacije. Svaka faza Butlerovog (1980) modela ima određena specifična obilježja koja se mogu prepoznati u promatranom prostoru. Fazu razvoja karakteriziraju vidljive manifestacije turizma u prostoru, u obliku smještajnih kapaciteta, infrastrukture te različitih ostalih pratećih objekata. Broj dolazaka turista u fazi razvoja raste vrlo naglo, a prisutno je širenje na sve više emitivnih turističkih tržišta. „Terme Tuhelj“ svojom dinamikom rasta broja dolazaka i noćenja, širenjem na emitivna turistička tržišta i manifestacijom u prostoru pokazuju obilježja razvojne faze. Međutim, okolica „Terme Tuhelj“ još uvijek nije u fazi razvoja, već se nalazi u fazi uključivanja. To je vidljivo iz činjenice da lokalno stanovništvo u općini Tuhelj u posljednjih nekoliko godina otvara velik broj smještajnih kapaciteta što je tipično za fazu uključivanja. Točna dinamika razvoja smještajnih kapaciteta općine Tuhelj, ali i općine Podčetrtek analizirana je u kasnijem potpoglavlju. Fazu konsolidacije karakterizira smanjenje stopa rasta turističkog prometa (turističkih dolazaka i ostvarenih noćenja), ali i dalje sveukupni rast apsolutnog turističkog prometa. Ostale karakteristike su značajni udio turizma u gospodarstvu cijelog područja te provođenje snažnih marketinških kampanja na velikom broju tržišta. „Terme Olimia“ pokazuju obilježja karakteristična za fazu konsolidacije, ali budući da nisu definirane točne stope rasta turističkog prometa koje se javljaju u svakoj fazi, moguće je da se nalaze u kasnoj fazi razvoja (Butler, 1980).

Budući da ostvaruju dinamičniji rast, raste i udio „Terme Tuhelj“ u ukupnom turističkom prometu ova dva kompleksa. U promatranom razdoblju udio „Terme Tuhelj“ u dolascima i noćenjima se povećao za 16 %. Omjer noćenja i dolazaka stagnira u promatranom razdoblju. Turisti u prosjeku u „Termama Olimia“ ostvaruju 1 noćenje više po

svakom dolasku u odnosu na „Terme Tuhelj“. „Terme Olimia“ imaju razvijeniju turističku ponudu pa je ovaj podatak logičan. Međutim, u prosjeku turisti u ova dva kompleksa ostvaruju oko 3 noćenja po dolasku. Ovaj podatak sugerira da se turisti zadržavaju relativno kratko, posebno u odnosu na tradicionalno dugo zadržavanje turista u topličkim središtima. Međutim, u odnosu na to razdoblje promijenila se i demografska struktura posjetitelja toplica. Toplice sve više posjećuju mlađi ljudi kojima je zbog stresnog posla potreban odmor i opuštanje, a nekad su većinu turističkog prometa činile osobe starije dobi. Duga turistička putovanja sve više zamjenjuje više kraćih odmora, što je primjetno i u ovom slučaju.

Što se tiče najznačajnijih tržišta, „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ najveći dio, oko 50%, turističkog prometa ostvaruju na domaćim tržištima. Osim domaćeg, za „Terme Olimia“ su najvažnija još njemačko i austrijsko te talijansko, a za „Terme Tuhelj“ njemačko i austrijsko te slovensko tržište. Za obje terme značajna su i ostala tržišta koja su 2018. godine činila 10 % turističkog prometa „Terme Olimia“ i 16 % „Terme Tuhelj“. „Terme Olimia“ u promatranom razdoblju pokazuju konstantnije udjele na tržištima u odnosu na „Terme Tuhelj“ što je još jedan pokazatelj da su razvijenija destinacija pozicionirana na tržištu dok su „Terme Tuhelj“ još uvijek u nižoj fazi razvoja.

### 5.3. Značenje „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ u turističkoj ponudi općina Tuhelj i Podčetrtek

Nakon analize turističkog prometa samog za sebe, u ovom potpoglavlju analiziran je turistički promet termi u odnosu na ukupan turistički promet koji ostvaruju općina Tuhelj i općina Podčetrtek. Taj podatak pokazuje koliko je pojedina općina ovisna o pojedinim termama, odnosno koliko je razvijena općina kao turistička destinacija. Podaci o turističkom prometu prikazani su u tablici 10.

Tab. 10. Udjeli turističkog prometa „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ u turističkom prometu općine Tuhelj i općine Podčetrtek od 2011. do 2018. godine

| Godina | Dolasci    |        | %     | Noćenja    |         | %     |
|--------|------------|--------|-------|------------|---------|-------|
|        | Tuhelj     | Terme  |       | Tuhelj     | Terme   |       |
| 2011.  | 19 345     | 18 673 | 96,53 | 47 756     | 45 424  | 95,12 |
| 2012.  | /          | /      | /     | /          | /       | /     |
| 2013.  | 31 044     | 29 623 | 95,42 | 69 448     | 65 602  | 94,46 |
| 2014.  | 38 050     | 36 242 | 95,25 | 91 207     | 86 866  | 95,24 |
| 2015.  | 40 475     | 38 531 | 95,20 | 91 083     | 86 311  | 94,76 |
| 2016.  | 47 243     | 44 245 | 93,65 | 113 077    | 105 848 | 93,61 |
| 2017.  | 49 834     | 46 301 | 92,91 | 128 002    | 119 650 | 93,48 |
| 2018.  | 54 817     | 50 186 | 91,55 | 136 762    | 126 656 | 91,88 |
| Godina | Dolasci    |        | %     | Noćenja    |         | %     |
|        | Podčetrtek | Olimia |       | Podčetrtek | Olimia  |       |
| 2011.  | 94 575     | 58 335 | 61,68 | 348 981    | 208 498 | 59,74 |
| 2012.  | 89 974     | 55 209 | 61,36 | 331 899    | 198 302 | 59,75 |
| 2013.  | 92 695     | 57 245 | 61,76 | 330 350    | 199 340 | 60,34 |
| 2014.  | 92 134     | 56 769 | 61,62 | 322 313    | 198 116 | 61,47 |
| 2015.  | 93 971     | 59 745 | 63,58 | 316 737    | 201 322 | 63,56 |
| 2016.  | 99 308     | 64 447 | 64,90 | 336 111    | 218 277 | 64,94 |
| 2017.  | 102 904    | 66 093 | 64,23 | 339 378    | 219 537 | 64,69 |
| 2018.  | /          | /      | /     | /          | /       | /     |

Izvor: 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 20, 29

Podaci prikazani u tablici 10 pokazuju da „Terme Tuhelj“ imaju udio veći od 90 % i u turističkim dolascima i u ostvarenim noćenjima općine Tuhelj u cijelom promatranom razdoblju. Ipak, prisutan je blagi trend pada, udio pada u svim prikazanim godinama. Godine 2011. „Terme Tuhelj“ imale su udio od 96,53 % u turističkim dolascima i 95,12 % u ostvarenim noćenjima. Do 2018. godine taj udio je pao na 91,55 % kada su u pitanju turistički dolasci te na 91,88 % kada su u pitanju ostvarena noćenja. U promatranom razdoblju udio dolazaka pao je za nešto manje od 5 %, a udio noćenja za 3,24 %.

Udio „Terme Olimia“ u turističkim dolascima općine Podčetrtek varira između 61 i 65 %, a udio u ostvarenim noćenjima između 59 i 65 %. Udio dolazaka je od 2011. do 2014. godine na gotovo jednakoj razini, iznad 61 %. Godine 2015. je porastao na 63,53 %, godine 2016. na 64,90 %, a godine 2017. se smanjio u odnosu na prethodnu na 64,23 %. Udio u noćenjima iznosio je 2011. i 2012. godine nešto više od 59 %. Godine 2013. povećao se iznad 60 %, 2014. iznad 61 %, 2015. godine iznad 63 % dok je 2016. i 2017. godine iznosio više od 64 %. Udio dolazaka se u zadnjoj, u odnosu na prvu promatranu godinu povećao za

2,55%, a udio noćenja za 4,95 %. U ovom slučaju najveći udjeli nisu u posljednjoj promatranoj godini, 2017., već u godini ranije.

Podaci prikazani u tablici 10 jasno pokazuju da je cjelokupni turizam općine Tuhelj izrazito vezan uz „Terme Tuhelj“. Udjeli veći od 90 % i u turističkim dolascima i ostvarenim noćenjima su iznimno veliki, ali treba uzeti u obzir da su „Terme Tuhelj“ najznačajniji smještajni kapacitet cijelog Hrvatskog zagorja, ne samo općine Tuhelj. Ipak, prisutan je trend blagog smanjivanja oba udjela, što je dokaz pojave disperzije smještajnih kapaciteta koja je detaljnije analizirana u potpoglavlju 5.4. gdje je i prikazana na kartama. Disperzija u turizmu podrazumijeva širenje smještajnih kapaciteta i turističkih sadržaja u okolni prostor u odnosu na točku koja predstavlja njegovo žarište, odnosno točku u kojoj se počeo razvijati, u ovom slučaju same kupališne komplekse. Udio „Terma Olimia“ u dolascima i noćenjima općine Podčetrtek varira između 59 i 65 % s tendencijom blagog porasta. Udio od oko 60 % sugerira da su „Terme Olimia“ središte turizma općine Podčetrtek, ali i da se značajan dio dolazaka i noćenja ostvaruje izvan kompleksa termi.

To je jedan od pokazatelja razvijenosti turističke destinacije. Velik udio jednog objekta ili kompleksa znači da se turizam javlja gotovo isključivo u njemu, a smanjenje udjela sugerira širenje turizma u okolicu. Naravno, prikazani podaci su tek kvantitativni izraz dolazaka i noćenja i ne mogu u potpunosti prikazati koliki je značaj „Terma Tuhelj“ i „Terma Olimia“ kao nositelja turističkog razvoja čitavih općina odnosno destinacija. Turistički dolasci i noćenja ostvarena izvan termi također su vrlo snažno povezani uz terme i njihovu turističku ponudu koja privlači turiste. Velik dio smještajnih kapaciteta i elemenata turističke ponude koji postoje izvan termi ne bi postojao da ne postoje terme što znači da o njima ovise.

#### 5.4. Prostorni razvoj topličkog turizma

U ovom potpoglavlju analizirana je disperzija smještajnih kapaciteta i turističkih sadržaja iz samih topličkih kompleksa na područje čitavih topličkih destinacija, u ovom slučaju općina. Iako neki turistički sadržaji nisu specifični i mogu se javljati i u drugim vrstama turističkih destinacija, svi turistički sadržaji topličke destinacije su dio topličkog turizma. Postoje slučajevi u kojima „Terme Tuhelj“ ili „Terme Olimia“ surađuju s objektima koji se nalaze u nekom udaljenom prostoru pa su i oni obuhvaćeni jer predstavljaju disperziju. Smještajni kapaciteti općina, izvan samih topličkih kompleksa prikazani su u tablici 11.

Tab. 11. Smještajni kapaciteti Općine Tuhelj i Općine Podčetrtek izvan kompleksa „Termi Tuhelj i „Termi Olimia“ u kolovozu 2019. godine

| Općina     | Broj objekata | Broj smještajnih jedinica | Broj postelja | Broj pomoćnih kreveta | Ukupni kapacitet |
|------------|---------------|---------------------------|---------------|-----------------------|------------------|
| Tuhelj     | 27            | 48                        | 127           | 25                    | 152              |
| Podčetrtek | 17            | 89                        | 253           | /*                    | 253              |
| Ukupno     | 44            | 137                       | 380           | 25                    | 405              |

Izvor: 1, 21, 36

\* Objekti najčešće navode samo postojanje ili nepostojanje pomoćnih kreveta, a ne i njihov broj pa nije bilo moguće navesti taj podatak.

Podaci prikazani u tablici 11 pokazuju da trenutno (kolovoz 2019. godine) na području općine Tuhelj postoji 27 objekata koji pružaju uslugu smještaja, a nalaze se izvan kompleksa „Termi Tuhelj“. Objekti ukupno imaju 48 smještajnih jedinica kapaciteta 152 postelje, 127 stalnih i 25 pomoćnih. Na području općine Podčetrtek je u istom razdoblju bilo 17 objekata koji pružaju uslugu smještaja, a ne nalaze se unutar kompleksa „Termi Olimia“. Tih 17 objekata ukupno ima 89 smještajnih jedinica s 253 postelje i određenim brojem neevidentiranih pomoćnih kreveta.

Objekti na području općine Tuhelj u prosjeku imaju tek 1,7 smještajnih jedinica što znači da se u velikom broju slučajeva iznajmljuje tek 1 soba ili apartman. Svaka smještajna jedinica u prosjeku ima 2,65 postelja ili 3,17 ako se uračunaju i pomoćni kreveti. Svaki objekt u prosjeku ima 4,7 postelja, odnosno 5,63 ukoliko se uračunaju i pomoćni ležajevi. Objekti na području općine Podčetrtek u prosjeku imaju 5,23 smještajne jedinice. Smještajna jedinica u prosjeku ima 2,84 postelje, a svaki objekt u prosjeku 14,88 postelja. Iako općina Tuhelj ima veći broj objekata koji pružaju smještaj u odnosu na općinu Podčetrtek, 27 prema 17, objekti u općini Podčetrtek su značajno veći po broju smještajnih jedinica i po broju postelja.

Podaci dobiveni od TZ područja Tuhelja, Klanjca i Velikog Trgovišća pokazuju da je 13 od 27 objekata na području općine Tuhelj otvoreno 2018. i 2019. godine, a tek je jedan objekt otvoren prije 2010. godine. Ovaj podatak pokazuje da je prisutan snažan trend otvaranja novih smještajnih kapaciteta (48 % u zadnje nepune dvije godine), ali taj trend se javlja relativno kasno. Kasno otvaranje, mali kapaciteti i slabije razvijena dodatna ponuda

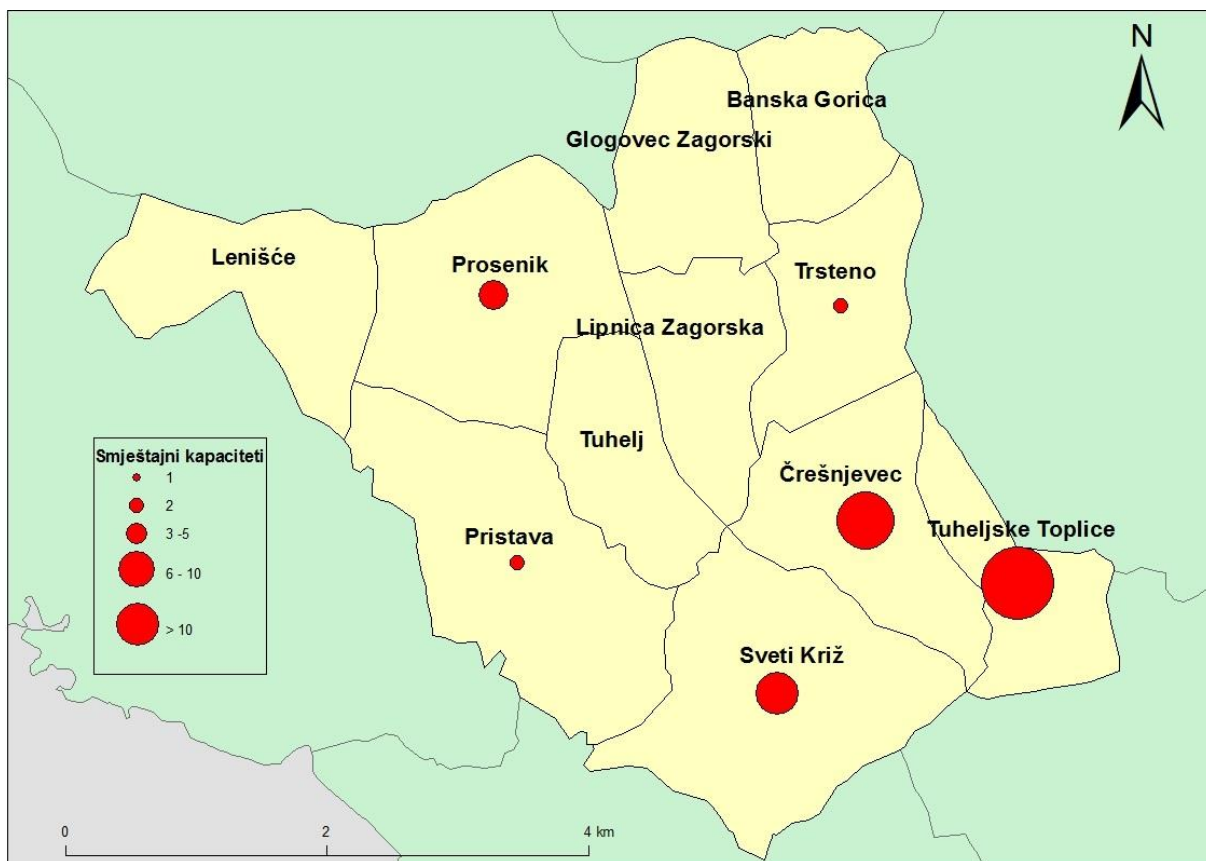
pokazuju značajni stupanj zaostajanja za privatnim smještajnim objektima općine Podčetrtek, bez obzira na njihov broj.

Prema podacima TZ Podčetrtek, Bistica ob Sotli in Kozje i internetske stranice booking.com te TZ područja Tuhelja, Klanjca i Velikog Trgovišća, analizirana je dodatna ponuda smještajnih kapaciteta na području obje općine. Smještajni kapaciteti na području općine Podčetrtek nude značajno više dodatnih sadržaja, a neki su vrlo specifični. Naravno, nema smisla nabrajati ponudu svakog pojedinog smještajnog kapaciteta pa su nabrojani samo najčešći i najspecifičniji elementi. Zbog svoje veličine ili vrste (seosko domaćinstvo), velik broj objekata nudi uslugu prehrane, u nekim slučajevima je to samo doručak, a neki objekti imaju vlastite restorane. Kao rekreativni sadržaji izdvajaju se dječja igrališta i mogućnost najma bicikla. Seoska domaćinstva nude vlastite proizvode, često vino budući da se nalaze u vinogradarskom kraju, a postoji i ponuda sudjelovanja u berbi. Neki objekti se ne naslanjaju na *wellness* ponudu „Termi Olimia“ već imaju vlastitu u obliku sauna, masažnih studija i hidromasažnih kada. Specifična ponuda uključuje pivovaru u sklopu imanja, biljni terapijski vrt, golf igralište te krdo životinja kao turističku atrakciju.

Često je kao prednost navedena i mogućnost kupnje karata za sadržaje koji su dio ponude „Termi Olimia“. S druge strane, objekti na području općine Tuhelj nude značajno manje dodatnih sadržaja. Promatrane stranice najčešće sadržavaju opis i tehničke karakteristike smještaja. Međutim, postoje objekti koji imaju vlastite bazene i *wellness* ponudu pa nisu ovisni o ponudi „Termi Tuhelj“. Također, neki objekti nude mogućnost korištenja bicikla ili automobila te prijevoz do aerodroma, a jedan objekt pruža usluge smještaja, ali je i restoran. U odnosu na smještajne kapacitete općine Podčetrtek nedostaje specifične ponude dodatnih sadržaja. Određeni objekti imaju toliko zanimljivu i specifičnu ponudu da privlače i turiste koji nisu odsjeli u samom objektu (pivovara, stado jelena i muflona). Sličnih sadržaja nedostaje smještajnim objektima općine Tuhelj. Također, nedostaje i kapaciteta s vlastitom proizvodnjom poljoprivrednih proizvoda (OPG-ova s uslugom smještaja). S obzirom da je proces otvaranja novih smještajnih kapaciteta na vrhuncu, vjerojatno će se u budućnosti dogoditi proširivanje njihove dodatne ponude, a kao pozitivan primjer mogu poslužiti kapaciteti općine Podčetrtek.

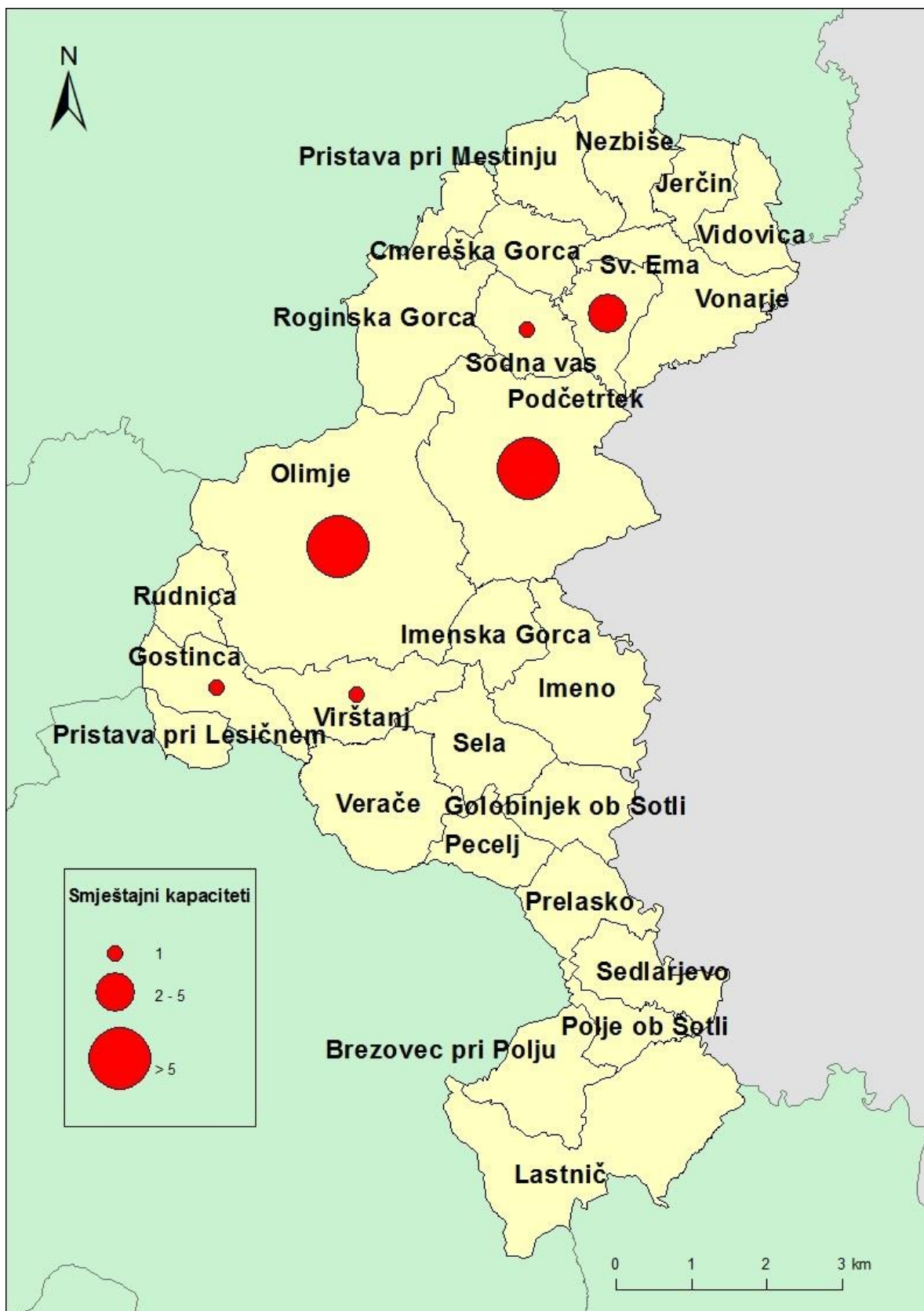
Nakon analize količine smještajnih kapaciteta i njihove dodatne ponude, potrebno je razmotriti i njihov prostorni raspored koji je prikazan na slikama 12 i 13. Najveći dio smještajnih kapaciteta općine Tuhelj nalazi se u naselju Tuheljske Toplice, ukupno 11.

Nakon Tuheljskih Toplica najviše ih je u naselju Črešnjevec, 8, a slijedi naselje Sveti Križ s 4 smještajna kapaciteta. Naselje Prosenik ima 2 smještajna kapaciteta, a Trsteno i Pristava po 1. Najviše smještajnih kapaciteta općine Podčetrtek nalazi se u naseljima Podčetrtek i Olimje, po 6. Naselje Sv. Ema ima 2 smještajna kapaciteta, a naselja Virštanj, Gostinca i Sodna vas po 1.



Sl. 12. Smještajni kapaciteti Općine Tuhelj izvan „Termi Tuhelj“ 2019. godine

Izvor: 2, 21



Sl. 13. Smještajni kapaciteti Općine Podčetrtek izvan „Termi Olimia“ 2019. godine

Izvor: 1, 11, 36



Ostali smještajni kapaciteti općine Tuhelj koncentrirani su u jugoistočnom dijelu općine, u 3 naselja, što je vidljivo na slici 12. Kada se uzme u obzir da se „Terme Tuhelj“ nalaze u naselju Tuheljske Toplice jasno je da je ovaj termalni kompleks žarište prostornog razvoja turizma. U samom naselju Tuheljske Toplice se razvilo najviše objekata koji pružaju uslugu smještaja, a nakon njega najviše ih je u susjednim naseljima Črešnjevci i Sveti Križ. „Terme Tuhelj“ se nalaze gotovo na tromeđi ova 3 naselja. Udaljenija naselja Trsteno, Prosenik i Pristava imaju tek 1 ili 2 smještajna kapaciteta, a 5 naselja uopće nema smještajnih kapaciteta, uključujući i općinsko središte Tuhelj. Ukoliko se nastavi trend otvaranja kapaciteta uskoro će ih brojem biti i više nego dovoljno pa se kao veći problemi javljaju pitanja njihovog kapaciteta i dodatne ponude.

Smještajni kapaciteti općine Podčetrtek raspoređeni su u 2 naselja koja čine osovinu, a to su Podčetrtek i Olimje te u njima susjednim naseljima Sv. Ema, Sodna vas, Gostinca i Virštanj. Ovakva raspodjela je logična s obzirom na količinu sadržaja u naseljima. „Terme Olimia“ nalaze se u naselju Podčetrtek, a Olimje je također poznato po samostanu i seoskim domaćinstvima. Postoje određeni ograničavajući faktori širenja kapaciteta na sjever i jug. Sa sjeverne strane nalazi se općina Rogaška Slatina koja je kao najstarije slovensko topličko središte privlačan prostor za otvaranje kapaciteta. Drugi faktor je to što velik dio općine Podčetrtek obuhvaća zaštićeno područje Kozjanski regionalni park čiji su dijelovi zaštićeni kao dio mreže NATURA 2000 pa i to može utjecati na otvaranje smještajnih kapaciteta. Još jedan faktor je pitanje potrebe budući da „Terme Olimia“ imaju veliku, ali i raznovrsnu ponudu smještajnih kapaciteta.

Osim smještajnih kapaciteta prostorni razvoj turizma određuju i turistički sadržaji koji se nalaze u okolici. Na svojim internetskim stranicama „Terme Tuhelj“ predstavljaju najvažnije elemente turističke ponude Hrvatskog zagorja: Muzej krapinskog pračovjeka, dvorce Trakošćan i Veliki Tabor, Klanjec i Kumrovec kao mjesta rođenja i života povijesno važnih osoba, Mariju Bistricu kao vjersko središte, ostala termalna središta, Krapinske Toplice i Stubičke Toplice, autohtonu gastronomsku i enološku ponudu te specifične drvene igračke i licitarske i medicarske proizvode. Kao preporuka za izlete navode se: Klanjec, Kumrovec, Krapina, Trakošćan i Veliki Tabor, Marija Bistrica i Zagreb za koji se navodi mogućnost organizacije. Kroz Tuhelj prolaze 3 biciklističke staze i 4 pješačke staze. „Putevima dvaju izvora“ biciklistička je staza duga 30-ak km koja spaja Tuheljske Toplice i Krapinske Toplice, „Biciklistička staza TD Tuhelj“ kružna je staza duga 36 km, a „Put kroz Dugnjevci“ kraća je, kružna biciklistička staza koja iz Tuheljskih Toplica prolazi preko

Črešnjevec, Tuhelja, Prosenika do najviše točke Dugnjevca pa preko Pristave i Tuhlja natrag do Tuheljskih Toplica. Pješačka ruta „Dubrovčan-Ravnice-Velika Erpenja-Tuheljske Toplice“ traje 2 i pol sata, a ishodište joj je restoran „Zelengaj“, ruta „Okolicom Tuheljskih Toplica“ je kružna, a očekivano trajanje je 3 sata. Kružna ruta „Dvorac Mihanović-Črešnjevec-„Terme Tuhelj““ prolazi kroz vinogradarsko područje. Posljednja ruta također započinje i završava u „Termama Tuhelj“, a prolazi kroz Rakovec, Sveti Križ i Črešnjevec. Na spomenutim stazama se uglavnom mogu vidjeti sakralni objekti okolice, uz određeni broj vinograda (34). Turistički sadržaji iz okolice koje na svojim internetskim stranicama predstavljaju „Terme Tuhelj“ prikazani su na slici 14. Posebno su označeni sadržaji u sklopu sustava „Wellcard“.



Sl. 14. Turistički sadržaji u okolini „Termi Tuhelj“ 2019. godine

Izvor: 2, 34

„Terme Olimia“ na svojim internetskim stranicama predstavljaju regionalni park Kozjansko i cijeli kozjanski kraj kojeg karakterizira biološka raznolikost, geološki fenomeni, sakralna i sekularna kulturna baština te seoska domaćinstva. Istaknut je samostan Olimje s ljekarnom (prikazan na slikama 16. i 17.), Muzej stare opreme Podčetrtrek, klet „Emino“,

dvorac Podsreda, repnice – specifični podrumi, Rogatec, muzej Blaga Rifinika, uzgajalište orhideja, promatranje zvijezda, dvorac Planina te Rogašku Slatinu. Predstavljeno je i nekoliko biciklističkih i pješačkih staza, raznih stupnjeva zahtjevnosti. Biciklistička staza do Rogaške Slatine duga je 15,8 km, biciklistička staza do Rudnice duga je 13,1 km, ali je teren zahtjevniji. Kružna biciklistička staza Podčetrtek-Olimje-Podčetrtek duga je 4,5 km, a vodi do samostana i čokoladarnice u Olimju. Najkraća biciklistička staza duga je samo 2,7 km, a vodi od „Terme Olimia“ do kleti „Emino“ te natrag. Lakša biciklistička staze je i „Laganim korakom po dolini Zdravlja“, također je kružna staza, a duljina joj iznosi 6 km. „Po slovenskim i hrvatskim brdima“ je međunarodna kružna biciklistička ruta duga 29 km. Pješačke i planinarske staze uključuju stazu „Kod Sv. Eme“ dugu 8 km i srednje zahtjevnosti, „Obiteljska staza“ duga je 5 km i primjerena je za obitelji s djecom, staza „Na Rudnicu“ je nešto zahtjevnija jer uključuje penjanje na 686 metara visok Plešivec, a duga je 13 km. „Geološka školska staza Rudnica – Virštanj“ upoznaje posjetitelje s prirodnom i kulturnom baštinom Kozjanskog, staza je srednje zahtjevnosti (33). Turistička zajednica Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje na svojim internetskim stranicama promovira pčelarstvo „Kozmus“, čokoladarnicu Olimje, Imanje „Haler“, Imanje „Amon“, „Jelenov greben“, „Kuću bajki“, Kozjanski park, dvorac Podsreda, Kravaričevo domaćinstvo, minoritski samostan Olimje, Muzej poljoprivredne opreme, Plištanj s okolicom, Kukovičičev mlin, Kroflnov mlin, greben s 5 svetišta, „Terme Olimia“ te proizvodnju biološkog sapuna. Na stranicama je i ukupno 14 ponuđenih izleta koji obuhvaćaju cijelo područje djelovanja TZ-a te su namijenjeni osobama svih uzrasta: „Doživljaj na „Jelenovu grebenu““, „Doživi Obsotelje i Kozjansko“, „Jednodnevni izlet po Kozjanskom“, „Golf igra i ručak na „Imanju Amon““, „Iz „Terma Olimia“ u Olimje“, „Kozjanski doživljaj za umirovljenike“, „Na izlet turističkim vlakićem“, „Kupanje i doživljaj za umirovljenike“, „Naš aktivni odmor uz opuštanje“, „Razgled zlatnog Olimja“, „Posjet kozjanskim domaćinstvima“, „Upoznajmo Kozjansko“, „Užitak i ugađanje“ i „Zabavni dan na Kozjanskom za cijelu obitelj“ (36). Cestovnim vlakom Hlapon moguće je osim navedenog izleta u Olimje posjetiti i vinske ceste i kleti u okolici, ali i Rogašku Slatinu (16). Turistički sadržaji iz okolice koje na svojim internetskim stranicama predstavljaju „Terme Olimia“ prikazani su na slici 15. Posebno su označeni sadržaji u sklopu sustava „Wellcard“.



Sl. 15. Turistički sadržaji u okolini „Termi Olimia“ 2019. godine

Izvor: 11, 33

Općina Podčetrtek ima mnogo razvijeniju ukupnu turističku ponudu od Općine Tuhelj koja osim biciklističkih i pješačkih staza te nekoliko sakralnih objekata ne može ponuditi mnogo toga potencijalnim turistima. Podčetrtek nudi čitav niz izleta koji služe za integraciju turističke ponude i na taj način se potiče disperzija, turisti ne ostaju isključivo u „Termama Olimia“ već ih se potiče da posjete cijelu općinu, ali i šire područje.

„Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ imaju klub pogodnosti „Wellcard klub“ koji korisnicima nudi popuste na određene usluge partnerskih objekata. Ovo je još jedan primjer poticanja disperzije turizma. Ovi popusti se odnose na objekte u Hrvatskoj i Sloveniji. Popusti u Hrvatskoj uključuju seoski turizam i vinogradarstvo „Vuglec Breg“ u okolici Krapine, seoski turizam „Stara vodenica“ u Klanjcu, restoran „Zelenjak“ u Kumrovcu, Muzeje Hrvatskog zagorja – sustav 5 muzeja: Dvorac Veliki Tabor, Staro selo Kumrovec, Muzej krapinskih neandertalaca, Galeriju Antuna Augustinčića u Klanjcu te Muzej Seljačkih buna u Gornjoj Stubici, Muzej suvremene umjetnosti u Zagrebu, Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu i stomatološku polikliniku „Visodent“ u Zagrebu i Splitu. Popusti u Sloveniji uključuju seosko domaćinstvo „Jelenov Greben“ u Olimju, restoran „Šempeter“ u Bistrici ob Sotli, restoran, vinariju i golf „Amon“ u Olimju, čokoladnu trgovinu „Syncerus“ u Olimju te seosko domaćinstvo i pivovaru „Haler“ (34).

Prikazani popusti još jednom potvrđuju činjenicu da općini Tuhelj nedostaje elemenata ponude jer ne postoji niti jedan objekt s područja općine koji se našao na popisu. Sva značajna ponuda općine koncentrirana je u „Termama Tuhelj“. Pozitivna je suradnja s ugostiteljskim objektima i muzejima Hrvatskog zagorja i šireg područja, ali potrebno je unaprijediti ponudu u neposrednoj okolici. Popusti koji se odnose na Sloveniju gotovo se u potpunosti odnose na objekte na području općine Podčetrtek te predstavljaju pozitivan primjer razvoja destinacije. Općinu Tuhelj zahvatio je snažan trend otvaranja smještajnih kapaciteta pa je potrebno uložiti napore u otvaranje novih sadržaja. Iako ih je manje, smještajni objekti općine Podčetrtek su veći kapacitetom, imaju raznovrsniju i bolju turističku ponudu te su zbog toga privlačniji turistima. Smještajni objekti na području općina kao komparativnu prednost ističu blizinu jednih ili drugih termi te mogućnost korištenja bicikla budući da su krajevi atraktivni za tu aktivnost. Terme zainteresiranim iznajmljivačima nude mogućnost povoljnije kupnje karata za svoje sadržaje, a neki iznajmljivači tu pogodnost koriste i navode kao prednost. Takav način poslovanja je još jedan primjer poticanja disperzije turizma u okolicu.



Sl.16. Samostan Olimje, Olimje

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine



Sl. 17. Dvorište samostana Olimje, Olimje

Izvor: Snimio autor, rujan 2019. godine

## 6. REZULTATI INTERVJUIRANJA

Kao dio istraživanja provedena su dva dubinska intervjua kojima je cilj bio uvid u odrednice razvoja topličkog turizma „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ koje nisu vidljive iz same analize statističkih podataka i turističke ponude. Intervjui su provedeni u razdoblju od 29. srpnja do 14. kolovoza 2019. godine.

Općina Tuhelj više nema vlastitu turističku zajednicu već je osnovana Turistička zajednica područja Tuhlja, Klanjca i Trgovišća. O aktivnostima Turističke zajednice, suradnji s „Termama Tuhelj“, poticanju razvoja turizma, nedostacima i planovima za budućnost, proveden je intervju s gospođom Tatjanom Petranović Capar, direktoricom Turističke zajednice. Budući da „Terme Tuhelj“ ostvaruju gotovo sav turistički promet općine Tuhelj, jasno je da nije prisutna disperzija turističkih sadržaja u prostoru. Direktorica Capar kao sadržaje koji nedostaju naglašava konkretne turističke točke. Uz turističke točke, nedostaju brošure koje bi služile kao katalog zanimljivih sadržaja, kao i internetska stranica Turističke zajednice koja je u izradi, a također bi služila za informiranje turista. Kao nedostatak ističe to što ne postoje putevi baštine koji bi spojili Tuhelj, Klanjec i Veliko Trgovišće, mali broj OPG-ova, ali i to što ne postoje konkretni autohotni proizvodi u obliku suvenira. Kao razvojne probleme naglašava isključivo zadržavanje turista u hotelu koje je djelomično vezano uz problem prijevoza i nedostatak organiziranih izleta. Hotelski gosti (kongresni turisti, sportaši) imaju vlastite pakete te im izleti nisu potrebni pa na izlete najčešće idu individualni turisti. Prisutan je nedostatak inicijative lokalnog stanovništva da se bavi turizmom ili popratnim djelatnostima poput prijevoza turista. Ostvaruje se suradnja sa susjednim turističkim zajednicama, Turističkom zajednicom područja Srce Zagorja i Turističkom zajednicom područja Kumrovec, Desinić i Zagorska Sela, a sa Turističkom zajednicom Podčetrtek, Bistrica ob Sotli i Kozje postoje razgovori i želja za suradnjom, ali ona još nije ostvarena. Konkretna suradnja s Turističkom zajednicom Kumrovec, Desinić i Zagorska Sela ostvarena je kroz zajedničku organizaciju edukacije za iznajmljivače, a planira se zajednički razvoj suvenira koji bi trebao biti autohton i tipičan za lokalno područje. Općina Tuhelj bilježi veliko povećanje broja objekata koji pružaju uslugu smještaja, a sugovornica navodi da se ono nije dogodilo kao posljedica sustavnog poticanja sa županijske ili općinske razine. Turistička zajednica je provela nekoliko edukacija i sastanaka s iznajmljivačima i potencijalnim iznajmljivačima. Na edukacijama su predstavljene specifične mogućnosti ponude, korištenje starih „klijeti“ za smještaj uz mala ulaganja, ali i pitanja vezana uz kategorizaciju objekata, potrebe ulaganja u infrastrukturu i izgled mjesta,

projekti koji se moraju financirati iz općinskog ili županijskog proračuna. Nakon ovog vala otvaranja objekata za smještaj, sugovornica navodi da je njihov broj u Tuhlju dostatan, ali u ostalim područjima koja obuhvaća Turistička zajednica postoji prostora za daljnje otvaranje. Jedna od aktivnosti kojom se bave je i posredovanje između „Terma Tuhelj“ i lokalnih iznajmljivača. Lokalni iznajmljivači imaju pogodnosti kod kupnje karata, a nedavno je uveden i popust na korištenje sadržaja „Terma Tuhelj“ za lokalno stanovništvo. Postoji suradnja i s lokalnim iznajmljivačima iz susjednih općina, a direktorica Capar je navela iznajmljivača iz Krapinskih Toplica kao primjer. Osim s lokalnim iznajmljivačima, posreduju i u suradnji „Terma Tuhelj“ i lokalnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova). Problem je mali broj OPG-ova koji bi se trebali udružiti u neki oblik zadruge. U planu je organiziranje tržnice kojom bi proizvođači lakše plasirali proizvode, a trenutno se proizvodi promoviraju na manifestacijama. „Terme Tuhelj“ su mjesto organizacije određenih manifestacija, a sugovornica kao najvažnije ističe: Tuheljsku noć, Art & spa, INA rally te Međunarodni susret zborova. Manifestacija koju sugovornica naglašava, a nije vezana samo uz „Terme Tuhelj“ su „Dani Mihanovića“ budući da u 3 dana spajaju sva 3 područja na kojima djeluje TZ. Kao kratkoročne planove i projekte, direktorica Capar, izdvaja dovršetak internetske stranice, tiskanje informativne brošure/prospekta te izradu karte s označenim biciklističkim i pješačkim stazama, a kao dugoročne daljnju suradnju s iznajmljivačima, poticanje turističke djelatnosti cijelog kraja te uređenje turističkih točaka i staza.

Razgovor o sličnostima i razlikama, odnosno specifičnostima ponude terma, profilu turista i suradnji sa subjektima u okolici obavljen je s gospođom Petrom Turner, voditeljicom marketinga „Terma Tuhelj“. Kao ključna identifikacijska odrednica „Terma Tuhelj“ naglašena je njihova pozicija najvećeg resorta kontinentalne Hrvatske koji ostvaruje značajni dio turističkog prometa Hrvatskog zagorja. „Terma Olimia“ svoj brend grade kroz „Orhideliu“, *wellness* centar koji je 10 godina u nizu proglašavan najboljim u Sloveniji. Sugovornica kao ciljane skupine jednih i drugih terma izdvaja: parove, obitelji i kongresne goste te naglašava da je prema tim skupinama prilagođena smještajna ponuda. Kao glavnu razliku izdvaja samu količinu smještajnih kapaciteta koja je značajno veća u „Terma Olimia“. Važnost određenih aspekata ponude, a samim time i profil turista varira ovisno o godišnjem dobu. Kao temelj ponude „Terma Tuhelj“ sugovornica naglašava *wellness* „SPAeVITA“ centra i „Svijeta sauna“, ali i „Vodeni planet“. U ljetnim mjesecima glavni motivi su zabava i relaksacija pa dolaze obitelji s djecom. U hladnijim mjesecima atraktivniji



su dijelovi „Vodenog planeta“ koji se temelje na opuštanju u termalnoj vodi. Jesenski i zimski praznici su također vrijeme kada je u obje terme pojačan dolazak obitelji s djecom. „Terme Olimia“ glavninu ponude temelje na *wellness* centru „Orhidelia“ u kojem je djeci zabranjen ulazak. Sugovornica naglašava da je iz tog razloga, kao kompenzacija, izgrađen *Family wellness* „Termalija“ čiji su sadržaji u velikoj mjeri primjereni i djeci. Kada je u pitanju vrsta turističkih kretanja, gospođa Turner naglašava da prevladavaju individualni dolasci, a da su grupni dolasci uglavnom vezani za inozemne turiste iz Njemačke, Austrije, Bosne i Hercegovine, Italije te Izraela za koje navodi da često ostaju tek jednu noć. Na pitanje o komplementarnosti destinacija, gospođa Turner odgovara da je smjer razvoja takav da se naglašavaju atributi po kojima je jedna destinacija jača, kako ne bi bili konkurencija sami sebi te kao primjer komparativnih prednosti jednih i drugih termi navodi „Orhideliu“ i restoran „Dvorac Mihanović“. Paralelni razvoj se potiče i tako što sve ponude smještaja uključuju kupanje u obje terme, a kreira se i posebni paket koji obuhvaća noćenja i u „Termama Tuhelj“ i u „Termama Olimia“. Ponuda „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ uključuje zamjenu hotelske večere večerom u restoranu „Dvorac Mihanović“ ili restoranu „Lipa“, a ostali objekti u okolici (seoska domaćinstva) preporučuju se prema željama turista. Poticanje razvoja turizma u okolici vidljivo je preko „Wellcard“ programa lojalnosti koji stalnim gostima omogućuje popust u nizu objekata. O poticanju razvoja turizma u okolici kroz suradnju s iznajmljivačima sugovornica navodi da ona postoji na način da iznajmljivači imaju povoljnije uvjete kupnje karata. Točna količina popusta ovisi o broju kupljenih karata. Osim s iznajmljivačima, suradnja se ostvaruje i s OPG-ovima kroz podržavanje njihovog rada i plasiranje proizvoda u ponudi restorana. Sugovornica ističe da se na taj način gostima, osobito strancima, približava tradicija i kultura područja. Obje terme u ponudi imaju kongresne sadržaje i pakete za goste kongresa, međutim, gospođa Turner ističe da je zbog blizine Zagreba organizacija kongresa daleko važniji prodajni segment kod „Termi Tuhelj“. Jedan od kongresa je i nedavno održan kongres Europskog udruženja toplica (ESPA) koji je također potvrda kvalitetne ponude. Od planova i projekata gospođa Turner naglašava izgradnju turističkog naselja s 30 kućica koje će zaokružiti ponudu kampa „Vita“, a kao dugoročne planove ističe kontinuirani rad na poboljšavanju usluge i kreiranju novih i boljih sadržaja za turiste.

## 7. RASPRAVA

Bez obzira na sve teorijske probleme i pitanja kod definiranja topličkog turizma i oblika turizma koji se najčešće javljaju kao njegov dio, tržišni trendovi pogoduju njegovom razvoju. Suvremeni način života prisiljava sve više ljudi na potragu za metodama i tehnikama otklanjanja stresa. Kao jedna od metoda javlja se *wellness*, sve važniji dio ponude topličkih središta. Toplička središta su ranije bila usmjerena na lječilišnu djelatnost i korisnici su bili uglavnom ljudi starije dobi. Danas su korisnici sve mlađe osobe, koje osjećaju posljedice života pod stresom te iz tog razloga dolaze u toplice, a ne zbog klasičnog liječenja. Ljudi sve više brinu o zdravlju koje se više ne shvaća samo kao fizičko zdravlje, već se javlja holističko, cjelovito shvaćanje pojma zdravlje. Cilj sve većeg broja ljudi je opuštanjem i zabavom pobijediti bolest prije nego što je nastala.

„Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ su svojom ponudom turističkih sadržaja dobro opremljene za zauzimanje značajne pozicije na ovom rastućem tržištu, a to pokazuju i pozitivni trendovi u njihovom turističkom prometu. Budući da turisti od toplica ne očekuju ono što su očekivali prije 20 ili 30 godina, one moraju biti opremljene različitim sadržajima kako bi se pokrio što veći segment tržišta. Danas u istim toplicama postoje ponude za obitelji s djecom, parove i umirovljenike što prije nije bio slučaj. Brzina i dinamika tržišta znače da je potrebno konstantno ulaganje u ponudu i izmišljanje novih turističkih proizvoda. Osim osnovne ponude, sve je važnija i dodatna ponuda turističkih sadržaja koja može biti presudna kod izbora odredišta.

Ponuda topličkih turističkih sadržaja „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ je slična. Ne može se izdvojiti niti jedan skup elemenata turističke ponude koji je prisutan u jednim toplicama, a da ne postoji u drugim. Razlika je to što je većina elemenata ponude razvijena u „Terme Olimia“ što za posljedicu ima i veći turistički promet koje ostvaruju u odnosu na „Terme Tuhelj“. Glavna razlika između ova dva kompleksa je to što je iz „Terme Olimia“ nastala kompletna turistička destinacija u kojoj postoji čitav niz sadržaja i različitih objekata. Iz „Terme Tuhelj“ se još uvijek nije razvila cjelovita turistička destinacija. Sa svojom okolicom ne čine jedinstvenu, komplementarnu cjelinu jer u okolici nedostaje turističkih sadržaja. U posljednjih nekoliko godina javlja se trend otvaranja privatnih smještajnih kapaciteta, a s vremenom će doći i do pojave novi elemenata turističke ponude.

Nakon provedenih analiza ponude turističkih sadržaja i turističkog prometa, pojmovi koji najbolje određuju „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ su *leisure spa* i „supermarketi

*wellness*“, koje u literaturu uvode Smith i Puczkó (2009). Koriste ih za opisivanje topličkih kompleksa raznovrsne ponude, namijenjenih cijelim obiteljima, ali s jasno definiranim sadržajima za odrasle posjetitelje kao i djecu. „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ su tipični primjeri budući da posjeduju *wellness* sadržaje isključivo za odrasle posjetitelje, ali i zabavne sadržaje u obliku vodenih parkova prilagođene najmlađim posjetiteljima. Kušen (2006) „Terme Tuhelj“ i „Terme Sv. Martin“ navodi kao primjere toplica koje se svojom ponudom zabavnih i rekreacijskih sadržaja udaljavaju od biti zdravstvenog turizma i njegove osnovne motivacije. Vodeni parkovi, naravno, nisu dio zdravstvenog turizma. Međutim, „Terme Tuhelj“, a osobito „Terme Olimia“ imaju određenu ponudu sadržaja zdravstvenog turizma. Također, ukoliko se *wellness* turizam promatra kao dio zdravstvenog turizma, a u ovom radu su relevantnim smatrane upravo navedene definicije, onda je značajan dio ponude „Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ vezan uz zdravstveni turizam u širem smislu. Upravo „Terme Tuhelj“ i „Terme Sv. Martin“ ostvaruju najbolje turističke rezultate u Hrvatskoj kada su u pitanju toplice što je svakako pokazatelj opravdanosti razvoja takvog tipa toplica. Naravno, potrebno je razvijati i toplice s klasičnom ponudom zdravstvenog i lječilišnog turizma budući da, za razliku od toplica s vodenim parkovima, nisu podložne nikakvom obliku sezonalnosti te ih karakterizira dug boravak turista.

„Terme Tuhelj“ i „Terme Olimia“ imaju specifičnu poziciju i samim time izrazitu komparativnu prednost razvoja. Budući da djeluju kao jedan sustav, mogu se razvijati kao komplementarne destinacije. Naglaskom prednosti svake od destinacija, zajedno mogu pokriti veći segment tržišta. „Terme Olimia“ su osvojile brojne nagrade za *wellness*, ali im nepovoljan prometnogeografski položaj ograničava mogućnost većeg razvoja kongresnog turizma. „Terme Tuhelj“ zbog povoljnog prometnog položaja mogu pokriti taj segment tržišta. Kao najbolji primjer razvoja komplementarnih destinacija važno je naglasiti pakete koji obuhvaćaju odmor u oba toplička središta.

## 8. PERSPEKTIVE RAZVOJA TOPLIČKOG TURIZMA „TERMI TUHELJ“ I „TERMI OLIMIA“

Perspektive razvoja topličkog turizma „Termini Tuhelj“ i „Termini Olimia“ ocijenjene su SWOT analizom – analizom koja obuhvaća prednosti, nedostatke, mogućnosti i opasnosti neke destinacije.

### 8.1. SWOT analiza

SWOT analiza provedena je zasebno za „Termini Tuhelj“ i „Termini Olimia“ te je prikazana u tablicama 12 i 13.

Prednost „Termini Tuhelj“ je povoljan prometnogeografski položaj kojeg karakterizira blizina autoceste, a samim time i dostupnost turistima iz Zagreba kao glavnog emitivnog tržišta Hrvatske. Prednost u odnosu na veći dio turističke ponude Hrvatske je izostanak sezonalnosti. Prednost je i razvijena ponuda sadržaja *wellness*-a i kupališnog turizma na temelju glavnog resursa termalne vode kao i razvijena i prepoznata kongresna ponuda koja je najviše vezana uz dostupnost Zagreba. Prednost su i veliki i raznovrsni smještajni kapaciteti, kao i bogata gastronomska ponuda. Prednost je i položaj najrazvijenijeg turističkog kompleksa u Hrvatskom zagorju te prepoznatljivost i potvrda vrijednosti kroz brojne nagrade.

Glavni nedostatak „Termini Tuhelj“ je to što je njihova neposredna okolica slabo turistički razvijena pa nije formirana jedinstvena, snažna turistička destinacija. U okolici ne postoji niti veći broj elemenata kulturne niti prirodne baštine. Nedostatak je i relativno kratko zadržavanje turista. Slab interes lokalnog stanovništva za bavljenje turizmom također je nedostatak.

Razvojne mogućnosti „Termini Tuhelj“ su vezane uz jedinstven sustav koji čine s „Termini Olimia“ što im omogućava da se razvijaju kao komplementarne destinacije. Mogućnost je i razvoj turizma u neposrednoj okolici kako bi se formirala jedinstvena destinacija. Kao mogućnost se ističe i daljnje proširivanje i unapređenje ponude. Mogućnost je i suradnja s ostalim topličkim središtima Hrvatskog zagorja kako bi se cijela regija brendirala kao toplička.

Opasnost za razvoj „Termini Tuhelj“ je nedostatak prepoznatljivosti topličkog turizma na državnoj razini koja se javlja zbog sustavnog zanemarivanja razvoja svih vrsta i oblika

turizma izvan primorskih destinacija. Opasnost za razvoj predstavljaju i konkurentske destinacije.

Tab. 12. SWOT analiza perspektive razvoja topličkog turizma „Termi Tuhelj“

| PREDNOSTI  | NEDOSTACI   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povoljan prometnogeografski položaj (blizina autoceste i dostupnost Zagreba)</li> <li>• Izostanak sezonalnosti</li> <li>• Razvijena ponuda (smještajna, <i>wellness</i>, kongresna, gastronomska, kupališna)</li> <li>• Položaj najrazvijenijeg turističkog kompleksa na regionalnoj razini</li> <li>• Prepoznatljivost kvalitete kroz nagrade</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Slab turistički razvoj okolice</li> <li>• Mali broj elemenata prirodne i kulturne baštine u okolici</li> <li>• Kratko zadržavanje turista</li> <li>• Slab interes lokalnog stanovništva za bavljenje turizmom</li> </ul> |
| MOGUĆNOSTI   | OPASNOSTI   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj kao komplementarna destinacija s Termama Olimia</li> <li>• Formiranje destinacije zajedno s okolicom</li> <li>• Proširivanje i unapređenje ponude</li> <li>• Suradnja s ostalim topličkim središtima Hrvatskog zagorja</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak prepoznatljivosti topličkog turizma na državnoj razini</li> <li>• Konkurentske destinacije</li> </ul>   |

Izvor: Izdradio autor

Prednost „Termi Olimia“ je bogata turistička ponuda s velikim brojem raznovrsnih smještajnih kapaciteta, velikim brojem zabavnih i *wellness* sadržaja. Prednost su i priznanja „Orhidelije“ kao najboljeg *wellnessa* u Sloveniji. Prednost je i to što okolica ima bogatu prirodnu (Kozjansko) i kulturnu baštinu te je s njom formirana jedinstvena destinacija. Prednost je činjenica da objekti u okolici imaju vlastitu specifičnu i raznovrsnu ponudu. Prednost je i to što je Slovenija prepoznata kao toplička destinacija i na taj način brendirana zbog suradnje i udruživanja samih dionika, odnosno toplica.

Glavni nedostatak „Termi Olimia“ je izrazito nepovoljan prometnogeografski položaj, nalaze se u pograničnom području između Hrvatske i Slovenije te su u odnosu na teritorij Slovenije položene rubno. Kao posljedica toga nedostupne su određenom segmentu

tržišta, primjerice turistima koji bi na putu prema Jadranu prenoćili, a dostupnost smanjuje privlačnost u segmentu kongresnog turizma.

Razvojna mogućnost jednaka je kao i kod „Termi Tuhelj“, a to je mogućnost razvoja komplementarnih destinacija. Funkcioniranje termi kao jedinstvenog sustava omogućava otklanjanje nekih nedostataka u ponudi. Mogućnost je i daljnje proširivanje i unapređenje ponude. Mogućnost je korištenje *wellness* ponude za pozicioniranje na tržištu širem od Slovenije.

Opasnost za razvoj „Termi Olimia“ predstavljaju konkurentske destinacije. Također, opasnost za razvoj predstavlja i relativno kratko zadržavanje turista s obzirom na bogatu i široku turističku ponudu. Međutim, ova opasnost se može objasniti trendovima na turističkom tržištu.

Tab. 13. SWOT analiza perspektive razvoja topličkog turizma „Termi Olimia“

| PREDNOSTI   | NEDOSTACI  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bogata turistička ponuda (smještajna, <i>wellness</i>)</li> <li>• Priznanja „Orhidelije“ kao najboljeg <i>wellnessa</i> u Sloveniji</li> <li>• Bogata prirodna i kulturna baština u okolini</li> <li>• Formiranost destinacije</li> <li>• Bogata turistička ponuda objekata u okolini</li> <li>• Brendiranje Slovenije kao topličke destinacije</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nepovoljan prometnogeografski položaj</li> <li>• Nedostupnost određenom segmentu tržišta</li> </ul>   |
| MOGUĆNOSTI  | OPASNOSTI  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj kao komplementarna destinacija s Termama Tuhelj</li> <li>• Proširivanje i unapređenje ponude</li> <li>• Pozicioniranje na međunarodnom tržištu kroz ponudu <i>wellnessa</i></li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurentske destinacije</li> <li>• Kratko zadržavanje turista u odnosu na ponudu sadržaja</li> </ul> |

Izvor: Izradio autor

## 9. ZAKLJUČAK

Toplički turizam ima dugu tradiciju u svim krajevima svijeta, u kojima se javlja u različitim oblicima. No, bez obzira na dugu tradiciju, postoje problemi kod definiranja njegovih oblika. U radu su prikazane neke relevantne definicije, no zbog prisutne situacije nije moguće jednoznačno definirati većinu pojmova. Međutim, ovi problemi ne otežavaju razvoj budući da toplički (zdravstveni) turizam pokazuje trendove rasta. U nastavku su prikazani rezultati istraživanja u odnosu na postavljene hipoteze.

Prva hipoteza: „Terme Olimia“ imaju razvijeniju turističku ponudu sadržaja topličkog turizma u odnosu na „Terme Tuhelj“ je djelomično potvrđena. Kada se promatraju kompleksi kao cjeline „Terme Olimia“ imaju razvijeniju ponudu. Međutim, kada se promatraju elementi ponude, „Terme Tuhelj“ imaju razvijeniju gastronomsku ponudu te kongresnu ponudu što je potvrdio i provedeni intervju.

Druga hipoteza: „Terme Olimia“ ostvaruju veći turistički promet u odnosu na „Terme Tuhelj“ je potvrđena. Analiza podataka dobivenih od „Terme Olimia“ pokazala je da „Terme Olimia“ imaju veći broj turističkih dolazaka te ostvarenih noćenja u odnosu na „Terme Tuhelj“, a i omjer noćenja i dolazaka je povoljniji.

Treća hipoteza: „Terme Olimia“ su značajnije za turizam Općine Podčetrtek nego „Terme Tuhelj“ za turizam Općine Tuhelj je odbačena. Iako u apsolutnim brojevima ostvaruju veći turistički promet, „Terme Olimia“ imaju manji udio u turističkom prometu Općine Podčetrtek nego „Terme Tuhelj“ u turističkom prometu Općine Tuhelj.

Četvrta hipoteza: Općina Podčetrtek je razvijenija turistička destinacija od Općine Tuhelj je potvrđena. Općina Podčetrtek ostvaruje veći turistički promet, ima veći smještajni kapacitet te mnogo više turističkih sadržaja na svom području od Općine Tuhelj. Općina Tuhelj je zbog trenda u posljednjih nekoliko godina u prednosti po broju objekata koji pružaju uslugu smještaja, ali su njihovi kapaciteti i dodatna ponuda značajno slabiji pa je taj trend nedovoljan da se ova hipoteza ne potvrdi.

„Terme Olimia“ i „Terme Tuhelj“ ostvaruju dobre turističke rezultate. „Terme Tuhelj“ su glavni smještajni kapacitet cijele regije Hrvatskog zagorja, a „Terme Olimia“ najbolji *wellness* u Sloveniji. Zajednički nastup na tržištu i komplementarnost ponude su velike komparativne prednosti. Inovativnost i česta ulaganja u sadržaje i kvalitetu ponude uzrok su dobrih turističkih rezultata. Iz „Terme Olimia“ se razvila cijela turistička destinacija

koju čini s okolicom pa se može tvrditi da su na višem stupnju razvoja od „Termi Tuhelj“ kod kojih se to još nije dogodilo i što je svakako najveća potreba. Brendiranjem „Termi Olimia“ kao najboljeg *wellnessa* u Sloveniji moguće je zauzeti stabilan udio tržišta.

Toplički turizam Slovenije razvijeniji je od topličkog turizma Hrvatske, a analogno tome „Terme Olimia“ su razvijenija toplička turistička destinacija od „Termi Tuhelj“. Slovenski toplički turizam ima podjednake uvjete razvoja kao i hrvatski, ali zbog planskog razvoja u skladu sa suvremenim potrebama daleko je razvijeniji. Znakovito je to što najbolje rezultate u Hrvatskoj ostvaruju toplice koje su u stranom vlasništvu, a primjer su i „Terme Tuhelj“. Njihova ponuda je u znatnoj mjeri usklađena s ponudom matičnih „Termi Olimia“, iako postoje posebnosti kod svakih toplica. „Terme Tuhelj“ imaju razvijeniju gastronomsku ponudu te razvijeniju ponudu kongresnog turizma, a „Terme Olimia“ imaju daleko razvijeniju ponudu *wellness* sadržaja. Glavna razlika je već spomenuti dosadašnji izostanak razvoja kompletne destinacije iz „Termi Tuhelj“. Kao posljedica toga turisti se zadržavaju isključivo u „Termama Tuhelj“. Iz „Termi Olimia“ se razvila kompletna turistička destinacija s različitom ponudom turističkih sadržaja. „Terme Olimia“ su i dalje nositelj razvoja turizma cijele destinacije, ali ne i jedini čimbenik tog razvoja kao što su „Terme Tuhelj“ u svojoj destinaciji. Uspješan model razvoja cjelovite topličke turističke destinacije prisutan u Općini Podčetrtek trebao bi se u budućnosti primijeniti i u Općini Tuhelj.



## LITERATURA

Bačić, I., Medak, M., 2012: Zdravstveni turizam u Hrvatskoj i Bjelovarsko-bilogorskoj županiji, *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru* 6, 211-214.

Bilen, M., Bučar, K., 2001: *Osnove turističke geografije*, Mikrorad, Zagreb.

Borović, S., Marković, I., 2015: Utilization and tourism valorisation of geothermal waters in Croatia, *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 44, 52-63.

Borović, S., Marković, T., Larva, O., Brkić, Ž., Mraz, V., 2016: Mineral and Thermal Waters in the Croatian Part of The Pannonian Basin, u: *Mineral and Thermal Waters of Southeastern Europe* (ur. Papić, P.), Springer International Publishing, Cham, 31-45.

Bučar, K., Renko, S., 2007: Kvaliteta usluga u termama Hrvatskog zagorja, *Poslovna izvrsnost* 1 (2), 47-62.

Bushell, R., 2016: Health tourism, u: *Encyclopedia of Tourism* (ur. Jafari, J. i Xiao, H.), Springer reference, Cham, 421-422.

Butler, R., W., 1980: The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *The Canadian Geographer* 24 (1), 5-12.

Carrera, P., M., Bridges, F., P., 2006: Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism, *Expert Review of Pharmacoeconomics and Outcomes Research* 6 447-454.

Choi, H., C., 2016: Medical tourism, u: *Encyclopedia of Tourism* (ur. Jafari, J. i Xiao, H.), Springer reference, Cham, 602-603.

Crnjak, M., 2018: Za zdravstveni turizam 3 mil. Kuna, *Poslovni dnevnik*, 2. listopada, <http://www.poslovni.hr/hrvatska/za-zdravstveni-turizam-3-mil-kuna-345579> (28.04.2019.).

Čorak, S., Mikačić, V., Trezner, Ž., Kožić, I., 2014: *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb.

Hall, C., M., 2011: Health and medical tourism: a kill or cure for global health?, *Tourism Review* 66 (1), 4-15.

Hitrec, T., 1996: Zdravstveni turizam – pojmovni i koncepcijski okvir, *Tourism and Hospitality Management* 2 (2), 253-264.

- Ivanišević, G., 2016: Prirodne pretpostavke zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin* 27, 11-23.
- Kušen, E., 2006: Zdravstveni turizam, u: *Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno* (ur. Čorak, S. i Mikačić, V.), Institut za turizam, Zagreb, 215-238.
- Kušen, E., Kušen Tomljanović, N., 2015: Aquae Iasae na razmeđu zdravstvenog i kulturnog turizma, *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin* 26, 73-92.
- Marinović-Uzelac, A., 2001: *Prostorno planiranje*, Dom i svijet, Zagreb.
- McCabe, S., 2016: Wellbeing, u: *Encyclopedia of Tourism* (ur. Jafari, J. i Xiao, H.), Springer reference, Cham, 1018-1019.
- Mueller, H., Kaufmann, E., L., 2001: Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, *Journal of Vacation Marketing* 7 (1), 5-17.
- Novak, M., 2009: *Zgodovina in razvoj turizma v Krkinih zdraviliščih*, Diplomski rad, Ljubljana: Univerza v Ljubljani.
- Ramos, V., Untong, A., 2016: Spa tourism, u: *Encyclopedia of Tourism* (ur. Jafari, J. i Xiao, H.), Springer reference, Cham, 886-888.
- Simmons, D., Moore, K., 2016: Recreation, u: *Encyclopedia of Tourism* (ur. Jafari, J. i Xiao, H.), Springer reference, Cham, 777-780.
- Smith, M., Kelly, C., 2006: Wellness Tourism, *Tourism Recreation Research*, 31 (1), 1-4.
- Smith, M., Puczko, L., 2009: *Health and Wellness Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Šimunić, A., Hećimović, I., 2003: Geološka građa okolice Tuheljskih toplica i njezino značenje za pojavu termalne vode, *Hrvatsko zagorje* 9 (1), 58-74.
- Vrkljan, S., Hendija, Z., 2016: Uspješnost poslovanja pružatelja usluga lječilišnog turizma u Republici Hrvatskoj, *Acta clinica Croatica* 55 (1), 79-85.
- Whittaker, A., 2008: Pleasure and pain: Medical travel in Asia, *Global Public Health: An International Journal for Research, Policy and Practice* 3 (3), 271-290.

## IZVORI

1. *Booking*, <https://www.booking.com> (20.08.2019.).
2. Digitalni atlas Republike Hrvatske (GIS podaci), GIS data, Zagreb, 2005 (13.12.2018.).
3. Državni zavod za statistiku (DZS), 2012: Turizam u 2011., Statistička izvješća 1463, Zagreb.
4. Državni zavod za Statistiku (DZS), 2013a: Turizam u 2012., Statistička izvješća 1491 , Zagreb.
5. Državni zavod za statistiku (DZS), 2013b: Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. godine: stanovništvo prema starosti i spolu, po naseljima, [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr) (22.07.2019.).
6. Državni zavod za statistiku (DZS), 2014: Turizam u 2013., Statistička izvješća 1515, Zagreb.
7. Državni zavod za statistiku (DZS), 2015: Turizam u 2014., Statistička izvješća 1539, Zagreb.
8. Državni zavod za statistiku (DZS), 2016: Turizam u 2015., Statistička izvješća 1564, Zagreb.
9. Državni zavod za statistiku (DZS), 2017: Turizam u 2016., Statistička izvješća 1594, Zagreb.
10. Državni zavod za statistiku (DZS), 2018: Turizam u 2017., Statistička izvješća 1616, Zagreb.
11. Geodetska uprava Republike Slovenije, 2009 <http://www.gu.gov.si/> (14.12.2018.).
12. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <http://www.lzmk.hr/> (01.12.2018.).
13. Mainil, T., Eijgelaar, E., Klijs, J., Nawijn, J., Peeters, P., 2017: *Research for TRAN Commitee – Health tourism in the EU: a general investigation*, European Parliment, Brussels,  
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL\\_STU\(2017\)601985\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf) (04.12.2018.).

14. Ministarstvo zdravlja Republike Hrvatske, 2012: Nacionalna strategija razvoja zdravstva 2012.–2020.,  
<https://zdravlje.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Programi,%20projekti%20i%20strategije/Nacionalna%20strategija%20zdravstva%20-%20za%20web.pdf> (04.12.2018.).
15. Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske, 2017: Katalog projekata zdravstvenog turizma,  
<https://zdravlje.gov.hr/UserDocsImages//2017%20dokumenti%20razni//Katalog%20projekata%20zdravstvenog%20turizma.pdf> (17.08.2019.).
16. Nastanitve, nastanitve.eu (17.08.2019.).
17. Općina Tuhelj, 2015: Strategija razvoja Općine Tuhelj 2015.-2020., <http://tuhelj.hr/wp-content/uploads/2018/10/Strategija-razvoja-Op%C4%87ine-Tuhelj-2015-2020.pdf> (28.04.2019.).
18. Sabljčić, N., 2018: *Prihodi in prenočitve turistov, Slovenija, 2017*, <https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7411> (17.08.2019.).
19. Službene stranice Općine Tuhelj, <https://tuhelj.hr/> (22.07.2019.).
20. Statistički podaci „Termi Olimia“, siječanj 2019.
21. Statistički podaci Turističke zajednice područja općine Tuhelj, grada Klanjca i općine Veliko Trgovišće, kolovoz, 2019.
22. Statistični urad Republike Slovenije (SURs), <https://www.stat.si/statweb> (22.07.2019.).
23. Statistični urad Republike Slovenije (SURs), 2012: Prihodi in prenočitve turistov po skupinah, (kategorijah) turističkih krajev 2011, <https://www.stat.si/StatWeb/> (17.08.2019.).
24. Statistični urad Republike Slovenije (SURs), 2013: Prihodi in prenočitve turistov po skupinah, (kategorijah) turističkih krajev 2012, <https://www.stat.si/StatWeb/> (17.08.2019.).
25. Statistični urad Republike Slovenije (SURs), 2014: Prihodi in prenočitve turistov po skupinah, (kategorijah) turističkih krajev 2013, <https://www.stat.si/StatWeb/> (17.08.2019.).
26. Statistični urad Republike Slovenije (SURs), 2015: Prihodi in prenočitve turistov po skupinah, (kategorijah) turističkih krajev 2014, <https://www.stat.si/StatWeb/> (17.08.2019.).

27. Statistični urad Republike Slovenije (SURS), 2016: Prihodi in prenočitve turistov po skupinah, (kategorijah) turističnih krajev 2015, <https://www.stat.si/StatWeb/> (17.08.2019.).
28. Statistični urad Republike Slovenije (SURS), 2017: Prihodi in prenočitve turistov po skupinah, (kategorijah) turističnih krajev 2016, <https://www.stat.si/StatWeb/> (17.08.2019.).
29. Statistični urad Republike Slovenije (SURS), 2018: Prihodi in prenočitve turistov po državah, občine, Slovenija, mesečni podatki do decembra 2017, <https://pxweb.stat.si/SiStat> (05.07.2019.).
30. Statistični urad Republike Slovenije (SURS), 2019: Prebivalci po spolu, občine in naselja, Slovenija, 1. januar 2019, <https://www.stat.si/statweb> (22.07.2019.).
31. Svjetska turistička organizacija (UNWTO), <http://www2.unwto.org/> (04.12.2018.).
32. Svjetska zdravstvena organizacija (WHO), <https://www.who.int> (04.12.2018.).
33. „Terme Olimia“, <https://www.terme-olimia.com/hr> (05.08.2019.).
34. „Terme Tuhelj“, <https://www.terme-tuhelj.hr/> (05.08.2019.).
35. Turistička zajednica općine Tuhelj, <http://www.tztuhelj.hr/> (17.08.2019.).
36. Turizem Podčetrtek, Bistrica ob Sotli in Kozje GIZ, <https://www.visitpodcetrtek.com> (17.08.2019.).

## **PRILOZI**

### Popis slika

|  |    |
|--|----|
| Sl. 1. Naselja Općine Tuhelj i susjedne općine.....                                    | 4  |
| Sl. 2. Naselja Općine Podčetrtek i susjedne općine.....                                | 6  |
| Sl. 3. Dvorac Mihanović, Tuheljske Toplice.....  | 33 |
| Sl. 4. Kompleks „Termi Tuhelj“.....  | 34 |
| Sl. 5. Prikaz dijela kompleksa „Termi Olimia“.....                                     | 37 |
| Sl. 6. Hotel „Well“, „Terme Tuhelj“.....   | 44 |
| Sl. 7. Hotel „Sotelia“, „Terme Olimia“.....  | 45 |
| Sl. 8. Aparthotel „Rosa“, „Terme Olimia“.....  | 45 |
| Sl. 9. „Vodeni planet“, „Terme Tuhelj“.....  | 46 |
| Sl. 10. Termalni park „Aqualuna“, „Terme Olimia“.....                                  | 47 |
| Sl. 11. Family <i>wellness</i> „Termalija, „Terme Olimia“.....                         | 49 |
| Sl. 12. Smještajni kapaciteti Općine Tuhelj izvan „Termi Tuhelj“ 2019. godine.....     | 70 |
| Sl. 13. Smještajni kapaciteti Općine Podčetrtek izvan „Termi Olimia“ 2019. godine..... | 71 |
| Sl. 14. Turistički sadržaji u okolici „Termi Tuhelj“ 2019. godine.....                 | 73 |
| Sl. 15. Turistički sadržaji u okolici „Termi Olimia“ 2019. godine.....                 | 75 |
| Sl. 16. Samostan Olimje, Olimje.....   | 77 |
| Sl. 17. Dvorište samostana Olimje, Olimje.....   | 77 |

## Popis tablica

|  |    |
|--|----|
| Tab. 1. Turistički dolasci i ostvarena noćenja Hrvatske i Slovenije i njihovih topličkih mjesta te udio topličkih mjesta u ukpnom turističkom prometu svake države u razdoblju od 2011. do 2017. godine..... | 39 |
| Tab. 2. Prosječni boravak turista u Hrvatskoj i Sloveniji te njihovim topličkim mjestima u razdoblju od 2011. do 2017. godine.....   | 40 |
| Tab. 3. Smještajni kapaciteti „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“.....   | 43 |
| Tab. 4. Razvijenost segmenata ponude turističkih sadržaja „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ u kolovozu 2019. godine.....   | 53 |
| Tab. 5. Broj turističkih dolazaka u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine.....  | 54 |
| Tab. 6. Broj ostvarenih noćenja u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“ u radoblju od 2011. do 2018. godine.....   | 56 |
| Tab. 7. Tab. 7. Prosječni boravak turista u „Termama Tuhelj“ i „Termama Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine.....  | 58 |
| Tab. 8. Udjeli (%) pojedinih emitivnih turističkih država u ukupnom broju ostvarenih noćenja u „Termama Tuhelj“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine.....  | 60 |
| Tab. 9. Udjeli (%) pojedinih emitivnih turističkih država u ukupnom broju ostvarenih noćenja u „Termama Olimia“ u razdoblju od 2011. do 2018. godine.....  | 62 |
| Tab. 10. Udjeli turističkog prometa „Termi Tuhelj“ i „Termi Olimia“ u turističkom prometu općine Tuhelj i općine Podčetrtek od 2011. do 2018. godine.....  | 66 |
| Tab. 11. Smještajni kapaciteti Općine Tuhelj i Općine Podčetrtek izvan kompleksa „Termi Tuhelj i „Termi Olimia“ stanje kolovoz 2019. godine.....   | 68 |
| Tab. 12. SWOT analiza perspektive razvoja topličkog turizma „Termi Tuhelj“.....  | 84 |
| Tab. 13. SWOT analiza perspektive razvoja topličkog turizma „Termi Olimia“.....  | 85 |