

Turizam i rekreacija

Sečan, Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:647086>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

MARIJA SEČAN

TURIZAM I REKREACIJA

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

MARIJA SEČAN

TURIZAM I REKREACIJA

Završni rad

JMBAG: 0303043045, redovita studentica

Studijski smjer: Poslovna ekonomija - turizam

Predmet: Uvod u turizam

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentorica: prof.dr.sc. Jasmina Gržinić

Pula, rujan 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Marija Sečan, kandidat za prvostupnicu poslovne ekonomije, smjera turizam ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Marija Sečan dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom *Turizam i rekreacija* koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. Uvod | 7 |
| 2. Turizam kao fenomen | 9 |
| 2.1. Pojavnost turizma | 9 |
| 2.2. Turistički motivi i potrebe | 10 |
| 2.3. Počeci i razvoj turističkih putovanja | 13 |
| 3. Suvremeni trendovi u turizmu | 16 |
| 3.1. Promjene ponašanja potrošača | 17 |
| 3.2. Novi oblici turizma..... | 18 |
| 3.3. Uloga animacije u turizmu | 19 |
| 4. Međuovisnost turizma i rekreacije | 21 |
| 4.1. Slobodno vrijeme i aktivni odmor u turizmu | 21 |
| 4.2. Sportsko- rekreacijski turizam kao novi oblik turizma | 23 |
| 4.3. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turizmu | 24 |
| 4.4. Mogućnosti razvoja u Republici Hrvatskoj | 25 |
| 4.4.1. Natjecateljski sportski turizam..... | 26 |
| 4.4.2. Zimski sportsko-rekreacijski turizam | 26 |
| 4.4.3. Ljetni sportsko-rekreacijski turizam..... | 27 |
| 5. Međimurje i potencijali sportsko-rekreacijskog oblika turizma | 30 |
| 5.1. Pojavni oblici turizma u Međimurskoj županiji..... | 30 |
| 5.2. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turističkoj ponudi..... | 31 |
| 5.3. Biciklističke rute u razvoju sportsko-rekreacijskog turizma | 35 |
| 5.4. Stanje i mogućnosti razvoja..... | 36 |
| 6. Međuovisnost turizma i rekreacije na primjeru Terma Sveti Martin | 39 |
| 6.1. Turističke usluge Terma Sveti Martin..... | 39 |
| 6.2. Rekreacijski sadržaji | 41 |
| 6.2.1. Biciklizam – Bike hotel | 41 |
| 6.2.2. Bazeni – The Temple of Life | 42 |
| 6.2.3. Golf | 42 |
| 6.2.4. Profesionalni uvjeti..... | 43 |
| 6.3. Stanje i SWOT analiza terma | 44 |
| 6.4. Perspektive budućeg razvoja..... | 47 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 7. Zaključak | 51 |
| Literatura | 53 |
| Popis slika i tablica | 55 |
| Sažetak..... | 55 |
| Abstract | 57 |

1. Uvod

Predmet istraživanja u ovom završnom radu su turizam i rekreacija, odnosno međusobna povezanost tih dvaju pojmova, te funkcija rekreacije u turizmu. Turizam i rekreacija svojim su međusobnim djelovanjem i interakcijom doveli do stvaranja novog oblika turizma, tzv. sportsko-rekreacijski turizam. Na svakom turističkom putovanju ljudi se susreću sa nekim oblikom rekreacije, bilo da se radi o pasivnoj – sunčanje i kupanje ili aktivnoj rekreaciji – sudjelovanje u različitim sportskim aktivnostima, razgledavanju prirodnih i kulturnih znamenitosti ili različitim oblicima zabave.

Svrha ovog istraživanja je prikazati međuovisnost turizma i rekreacije, te moguće oblike sportsko-rekreacijskih sadržaja.

Cilj istraživanja jest obraditi problematiku sportsko-rekreacijskog turizma, s osvrtom na perspektive i mogućnosti budućeg razvoja u Republici Hrvatskoj i na području Međimurske županije.

Kao glavna hipoteza rada navodi se:

H0 Današnji suvremeni turizam zasniva se na rekreaciji kao motivu turističkih putovanja.

Nakon glavne hipoteze navode se još i dvije pomoćne:

H1 Međimurska županija ima potencijale za daljnji razvoj i napredak u turizmu i rekreaciji.

H2 Terme Sv. Martin su glavni adut sportsko-rekreacijskog oblika turizma na području Međimurske županije.

Istraživanje se sastoji od 7 poglavlja koja čine smislenu i zaokruženu cjelinu. U prvom, uvodnom poglavlju iznesen je predmet istraživanja, svrha i cilj rada, te su navedene hipoteze koje će se daljnjom razradom rada pokušati opravdati. Turizam kao fenomen i suvremeni trendovi u turizmu obrađeni su u drugom i trećem poglavlju istraživanja. Četvrto poglavlje detaljnije objašnjava međuovisnost turizma i rekreacije, sportsko-rekreacijski turizam i njegove sadržaje. Međimurje i potencijali

sportsko-rekreacijskog oblika turizma pojašnjeni su u petom poglavlju, dok je međuovisnost turizma i rekreacije na primjeru Terma Sveti Martin pojašnjena u šestom poglavlju. U posljednjem, sedmom poglavlju iznesene su zaključne spoznaje istraživanja.

Tijekom istraživanja korištene su metode analize, dokazivanja, deskripcije i kompilacije, te je korištena literatura domaćih i inozemnih autora, znanstvenika s područja turizma, sporta i rekreacije (Andrijašević, Bartoluci, Buckley, Cohen, Čavlek, De Knop, Gržinić, Hudson, Hunziker, Krapf, Marković, Maslow, Vukonić).

2. Turizam kao fenomen

Turizam se u današnje vrijeme smatra fenomenom 21. stoljeća, te je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava suvremenog doba. Ogledalo je razvijenosti i odraz proizvodnih i društvenih odnosa. Svojim dinamičnim razvojem, turizam je postao neizostavna aktivnost ili potreba, te način života suvremenog čovjeka.

2.1. Pojavnost turizma

Značenje i veličina turizma može se shvatiti samo ako se uoči uzrok zbog kojeg je do njega došlo i uvjeti u kojima se on razvijao. Takav pristup turizmu dovodi do točke oko koje se sve okreće i radi koje je sve nastalo, a tu osnovnu točku turizma predstavlja čovjek. Čovjek je subjekt turizma koji se nalazi u središtu ove složene društveno-ekonomske pojave.

„Važnost turizma kao društvene i ekonomske pojave potvrđuje sve veći broj ljudi uključenih u turizam. S jedne strane tu su turisti koji kupuju i troše turističke usluge i proizvode, a s druge su strane zaposleni u nekoj od djelatnosti koja pruža turističke usluge. Za prve je turizam potreba čije ostvarivanje ovisi o stupnju životnoga standarda i količini slobodnoga vremena, dok je za druge turizam izvor prihoda i temelj egzistencije“ (Weber i Mikačić., 2004;20).

Prema Marković (1990.) turizam se mogao pojaviti onda kad je čovjek uspio osigurati takve životne uvjete u kojima su bile namirene njegove primarne ili egzistencijalne potrebe (npr. hrana, odjeća, obuća, stan, ogrjev) i kada je bilo osigurano relativno mirno razdoblje života, osobito s gledišta ratne opasnosti. Prema tome, zadovoljenje primarnih potreba i sređene političke prilike osnovni su uvjeti za razvitak turizma, bez obzira na to kada i gdje se on pojavio. Na te osnovne uvjete moraju se nadovezati dva bitna činitelja o kojima ovisi postanak turizma: slobodno vrijeme (vrijeme koje čovjeku nije potrebno da bi održao egzistenciju) i slobodna sredstva (sredstva koja mu preostaju nakon zadovoljenja primarnih potreba).

Polovicom 20. stoljeća započeo je dinamičan rast i razvoj turizma, te se turizam ubrzano mijenjao i razvijao, pa je postao predmetom ozbiljnijih znanstvenih

istraživanja. Definicija pojmova turist i turizam ima gotovo koliko i autora iz raznih znanstvenih disciplina. Svjetska turistička organizacija definira turista kao osobu koja putuje izvan svoje sredine kraće od 12 mjeseci i čija glavna svrha putovanja nije vezana za obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje. Ova definicija rezultat je dugogodišnjih pokušaja ne samo pojedinih znanstvenika već i raznih udruženja i organizacija povezanih s turizmom. Jednu od najcitiranijih definicija pojma turist dao je sociolog turizma Erik Cohen (1974.): „*Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom dvosmjernom putovanju*“.

Kod definiranja turizma nailazimo na brojne definicije kao i kod definiranja pojma turist. Turizam je izuzetno kompleksna i polifunkcionalna aktivnost, te je teško kreirati jednu univerzalnu, općeprihvaćenu definiciju. Jedna od najstarijih definicija turizma je ona koju su osmislili švicarski teoretičari turizma W. Hunziker i K. Krapf 1942. godine i ona glasi: „*Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetilaca nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.*“ Ta je definicija dugo bila općeprihvaćena definicija turizma u svijetu, i danas se uvelike upotrebljava.

2.2. Turistički motivi i potrebe

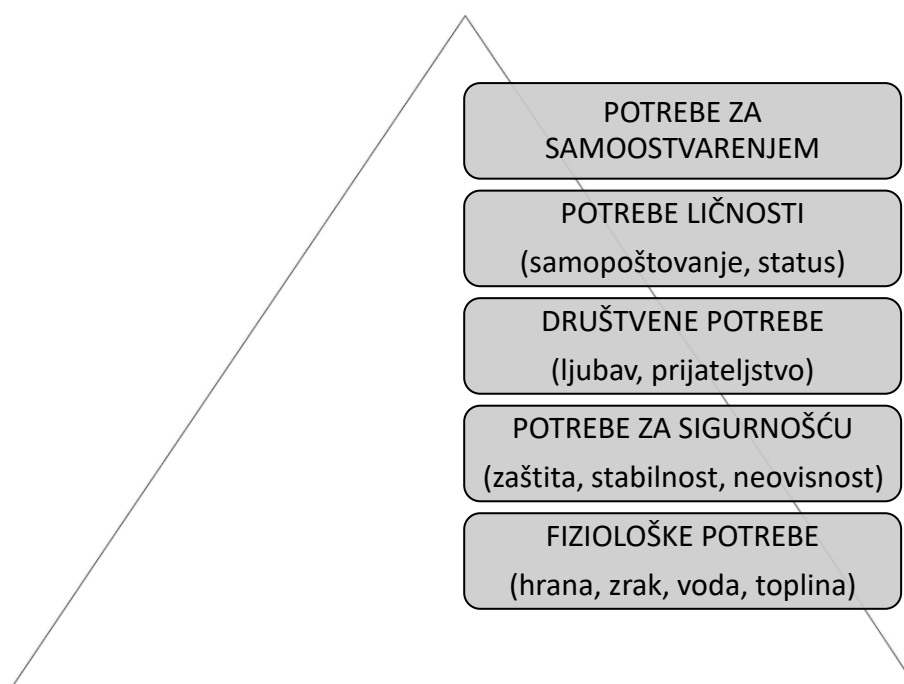
Za ostvarenje turističkog putovanja nužno je da pojedinac donese odluku o posjeti nekom mjestu ili odlasku na putovanje, a kako bi donio odluku, nužno je da osjeti potrebu i bude motiviran da tu svoju potrebu zadovolji.

Početak 19. stoljeća, nagli razvoj industrije dovodi do pojave velikih gradova, te tako i do nagle urbanizacije. S obzirom na užurbanost i sve izazove koje život stavlja pred društvo svakodnevnica postaje monotona. Dolazi do psihičke i/ili fizičke neravnoteže i javlja se potreba za promjenom okruženja, bijegom od svakodnevnice. Potrebe za promjenom okruženja, bijegom od svakodnevnice, druženjem i rekreacijom dovode do turističkih putovanja pa ih smatramo turističkim potrebama. Prema *Rječniku turizma* turističke se potrebe mogu definirati kao „*skup pojedinačnih potreba koje zajednički (skupno) zadovoljavaju pojedinca ili skupinu potrošača u*

njihovoj namjeri da se odmore i rekreiraju na turistički način, a to znači radi obnavljanja svoje psihičke i fizičke kondicije“ (Čavlek et al., 2011;32). Turističke potrebe spadaju u sekundarne ljudske potrebe. Iako ima mišljenja da se turističke potrebe primiču granici od koje će se postepeno dalje razvijati kao primarne potrebe (potrebe za aktivnim odmorom i rekreacijom) još uvijek su u domeni sekundarnih potreba. Do zadovoljenja turističkih potreba dolazi tek kada čovjek zadovolji svoje primarne potrebe te odluči da iz hijerarhije niza sekundarnih potreba može podmiriti i svoje turističke potrebe.

Poznati teoretičar Abraham Maslow (1943.) kategorizirao je različite ljudske potrebe i načinio hijerarhijsku strukturu ljudskih potreba. Hijerarhija ljudskih potreba započinje od najvažnijih potreba do onih čije zadovoljavanje nastupa kada se zadovolje osnovne, primarne potrebe. Prema Maslowu na prvom mjestu nalaze se fiziološke potrebe u koje spadaju hrana, zrak, voda, toplina, te smatra kako se iste moraju zadovoljiti i u turizmu. Zatim slijede potrebe za sigurnošću (zaštita, stabilnost, neovisnost), u turizmu to znači da turisti neće doći u destinaciju koja nije sigurna, bilo da se radi o političkoj situaciji, neočekivanim klimatskim promjenama koje uvjetuju prirodne katastrofe i sl. Na trećem mjestu su društvene potrebe (ljubav, prijateljstvo). Društvena potreba za druženjem i pripadanjem može se ispuniti provođenjem organiziranog odmora u grupi koji turistima omogućava stjecanje novih poznanstava, pa i prijateljstva. Potrebe ličnosti (samopoštovanje, status) u turizmu znače da pojedinci žele posjetiti destinacije koje su u društvu reprezentativne. Potrebe za samoostvarenjem se manifestiraju u potrebi turista da kroz turističku potrošnju na obilaske zadovolje svoje potrebe, kao što su posjećivanje kulturnih znamenitosti i učenje novih kultura, sportske aktivnosti i rekreacija, te zabava i razonoda.

Slika 1. Hijerarhija ljudskih potreba (A. Maslow)



Izvor: Vlastita izrada prema Weber i Mikačić., 2004;64

Splet različitih motiva potiče pojedince da zadovolje svoju vječnu težnju i potrebu za putovanjem i upoznavanjem novih krajolika i ljudi, tj. da zadovolje svoje turističke potrebe. Nekada su ljudi putovali radi trgovine, hodočašća ili edukacije. U današnje vrijeme turistička motivacija je složenija i najčešće obuhvaća više razloga za putovanje. Iako se često putuje i zbog obveza (posao, školovanje), ljudi najčešće putuju zbog odmora, zdravlja, zabave, rekreacije, druženja i kulture.

Motivi se mijenjaju s promjenama vrijednosnih sustava u društvu dok stil svakidašnjeg života i rada uvelike utječe na motivaciju za putovanje. Kako turisti imaju raznovrsne, brojne i uvijek nove potrebe, tako se i motivi i očekivanja neprestano mijenjaju. Današnji turisti su informirani i iskusni putnici, koji žele dinamičan i atraktivan turistički proizvod s obzirom na uloženi novac i vrijeme kojim raspolažu. Motivi koji pokreću turista na putovanje su prvenstveno psihički motivi, koji proizlaze iz ljudske želje za okrijepom kako duhovno, tako i tjelesno, te da se na aktivan i zdrav način iskoristi vrijeme i uloženi novac.

Tablica 1. Motivi dolaska u Hrvatsku

| RANG | MOTIVI DOLASKA | (u %) |
|-------------|---------------------------------|--------------|
| 1. | Pasivni odmor, opuštanje | 55% |
| 2. | Nova iskustva i doživljaji | 31% |
| 3. | Gastronomija | 29% |
| 4. | Upoznavanje prirodnih ljepota | 26% |
| 5. | Zabava | 24% |
| 6. | Sport, rekreacija | 20% |
| 7. | Kulturne znamenitosti/događanja | 12% |
| 8. | VFR | 10% |
| 9. | Wellness | 8% |
| 10. | Zdravstveni razlozi | 7% |
| 11. | Ronjenje | 6% |

Izvor: Istraživanje „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS 2017“, Institut za turizam, 2018.

Prema istraživanju „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS 2017“, osnovni motivi dolaska u Hrvatsku su pasivni odmor i opuštanje, upoznavanje prirodnih ljepota, gastronomija i zabava, dok su ostali motivi manje zastupljeni (tablica 1). S obzirom na prethodna istraživanja smanjila se važnost (pasivnog) odmora i zabave, a trend rasta gastronomije se nastavlja (22% → 26% → 29%). Također se bilježi i rast važnosti motiva povezanih s aktivnim odmorom, ali su još uvijek slabije zastupljeni od ostalih. Naime, motiv sporta i rekreacije nalazi se na šestom mjestu sa 20%, iako se svake godine postotak povećava.

2.3. Počeci i razvoj turističkih putovanja

„Iako se prva putovanja iz zadovoljstva javljaju već u antičko doba (npr. poznata su putovanja u antičkoj Grčkoj motivirana sportskim događajima, Olimpijskim igrama; ili

putovanja starih Rimljana radi odmora i razonode u lječilišna mjesta), što bi ih s obzirom na motive putovanja doista i moglo uvrstiti u turistička putovanja, ipak nemaju sva ona bitna obilježja prema kojima bi se mogla izjednačiti s turističkim putovanjima“ (Čavlek et al., 2011;41).

Pretečom turističkih putovanja smatra se „Grand Tour“ (veliko putovanje). U razdoblju od 1547. do 1830. godine mladi pripadnici povlaštenih klasa, osobito iz Engleske, sve su češće putovali Europom radi odgoja i obrazovanja. Ruta putovanja uobičajeno je sadržavala boravak u Parizu, posjet talijanskim renesansnim gradovima i u povratku Njemačku, te dolinom Rajne ponovno preko Francuske natrag u Englesku. Iako su ta putovanja postepeno postajala sve češća i brojnija ne možemo ih nazvati pravim turističkim putovanjima, ta vrsta putovanja još nisu imala karakter masovne društveno-ekonomske pojave. Dok je općenito teško precizno utvrditi koja je to godina koja se može smatrati početkom razvoja turizma u svijetu, u slučaju organiziranih turističkih putovanja teoretičari turizma nemaju nikakve dvojbe. Naime, svi se slažu da zasluga za prvo organizirano turističko putovanje s unaprijed određenim programom pripada Thomasu Cooku, koji je 5. srpnja 1841. godine organizirao izlet vlakom za 570 osoba iz Leicestera u Loughborough. Povod organizaciji izleta bio je godišnji kongres Antialkoholičarskoga društva (Čavlek et al., 2011;44). Nakon što je tim organiziranim turističkim putovanjem postigao veliki poslovni uspjeh osnovao je putničku agenciju koja se naglo razvijala, te je i dalje organizirao razna značajna turistička putovanja.

U 20. stoljeću, zahvaljujući tehničkom napretku naglo se razvija suvremeni, masovni turizam. Putovanja postaju brža i češća, sa sve većim brojem sudionika različitih društvenih skupina. Turistički tokovi usmjereni su iz industrijskih i urbaniziranih područja zapadne i središnje Europe prema jugu, tj. Sredozemnom moru te iz Amerike u Europu, a turizam poprima sve više sezonsko obilježje (putuje se pretežno ljeti i zimi). Prekretnicu u razvoju turizma donio je razvoj zračnog prometa, tj. zrakoplova većeg kapaciteta koji su emitivnim europskim zemljama približili mediteranske destinacije uz posredničku ulogu turoperatora koji su, nudeći paket-putovanja po povoljnim cijenama, učinili dostupnim i pristupačnim mnoge udaljene destinacije (Weber i Mikačić., 2004;49). Masovni turizam zbog svoje orijentacije na manji broj destinacija s velikim brojem posjetitelja, ostavlja, osim povoljnih i

nepovoljne posljedice. Neke od tih nepovoljnih posljedica su narušavanje izvorne ljepote nekog mjesta, destinacije, kao i zagađivanje okoliša zbog prekomjerne izgradnje turističkih objekata.

Kao odgovor na te negativne posljedice masovnog turizma, razvoj turizma u mnogim zemljama okreće se održivom razvoju turizma. Turizam se više okreće održivosti i očuvanju okoliša, te pojedincu kao sudioniku turističkoga putovanja i njegovim individualnim potrebama. Uz glavni odmor u godini koristi se i nekoliko kraćih odmora koji se provode u različitim turističkim destinacijama. Turisti se znatno više informiraju o destinacijama za koje se odlučuju, i znatno veću pozornost pridaju očuvanom i čistom okolišu.

Većina autora nije radila nikakve razlike u fazama u razvoju turizma u svijetu i u Hrvatskoj, dok Vukonić predlaže periodizaciju razvoja turizma u Hrvatskoj u šest faza, koje su prikazane u tablici 2.

Tablica 2. Faze razvoja turizma u Hrvatskoj

| Faza | Naziv |
|--------------|---|
| Prva faza | razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu |
| Druga faza | kraj 19. stoljeća, odnosno faza znatiželje |
| Treća faza | razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvoga svjetskog rata, odnosno faza „osvješćivanja“ |
| Četvrta faza | razdoblje između dva svjetska rata, odnosno faza prvih postignuća |
| Peta faza | razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja |
| Šesta faza | razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj |

Izvor: Čavlek et al., 2011;45

Tako je prema Vukonić prva faza razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu, druga faza je faza znatiželje. Treća, četvrta i peta faza su faza „osvješćivanja“, prvih postignuća i faza intenzivnog turističkog razvoja dok je šesta faza razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj.

U poglavlju 3. opisuju se suvremeni trendovi turizma kao i promjene ponašanja potrošača koje su dovele do pojave suvremenih trendova u turizmu.

3. Suvremeni trendovi u turizmu

Globalizaciju smatramo najpoznatijim općim trendom koji obilježava razvoj turizma i koji utječe na pojavu ostalih suvremenih trendova. Važnost Europe kao vodeće receptivne turističke regije svijeta se smanjuje i povećava se važnost Azijsko-pacifičke regije kao receptivnog turističkog tržišta. Dominacija nekoliko vodećih emitivnih tržišta se smanjuje i pojavljuju se nova emitivna tržišta.

„Međunarodni turizam godinama je bio koncentriran na obalnim područjima u ljetnoj sezoni, dok su se glavni motivi putovanja ograničavali na odmor i rekreaciju uz sunce more i plažu. Iako trend provođenja odmora i rekreacija na suncu, uz obale mora, rijeka ili jezera još uvijek dominira na tržištu, ipak su uočljive neke znatne promjene u načinu provođenja odmora pa se sve više traži mogućnost bavljenja raznim aktivnostima na odmoru s kojima se povezuju *doživljaji za pamćenje*“ (Čavlek et al., 2011;75). Osim mogućnosti bavljenja raznim aktivnostima turisti teže i trendovima navedenim u tablici 3.

Tablica 3. Suvremeni trendovi u turizmu

| Trendovi | Opis |
|--|--|
| Prekooceanska/daleka putovanja | povećani interes za manje poznatim i egzotičnim destinacijama |
| <i>Value for money</i> | povećana osjetljivost turističkih potrošača na cijene i kvalitetu usluga |
| Kraća putovanja više puta godišnje | npr. vikend putovanja, skijanje, ljetovanje |
| Korištenje različitih tehnologija | rezervacija i organizacija putovanja putem računala, <i>smartphonea</i> |
| Rast konkurentnosti između destinacija | vrlo visoka mogućnost supstitucije jedne destinacije drugom |
| Podizanje kvalitete usluga | specijalizacija i standardizacija kvalitete usluga |
| Kupovanje i sakupljanje doživljaja | bavljenje različitim aktivnostima na putovanju |

Izvor: Izrada autora

Navedeni trendovi (tablica 3.) samo su neki od suvremenih trendova koji se danas pojavljuju u turizmu. Suvremeni trendovi pojavili su se nakon društvenih promjena i promjena ponašanja potrošača i njihovih težnji za nečim novim, nepoznatim.

3.1. Promjene ponašanja potrošača

Turisti danas aktivno sudjeluju u procesu stvaranja turističkih iskustva i doživljaja – fleksibilniji su, individualniji i ekološki osvješteniji, te teže da ekološku ravnotežu osjete i u njoj uživaju barem na odmoru. Kako je povećan osjećaj za kvalitetu života turisti su postali osjetljiviji na kvalitetu turističkih proizvoda, povećala se osjetljivost turista na cijene i zahtjevi za višom kvalitetom usluga. S obzirom na veliku tehnološku ovisnost današnji turist je sve više informiraniji, sam istražuje i uspoređuje turističke ponude, komunicira sa drugim ljudima i razmjenjuje iskustva i potrebne informacije za neku od turističkih destinacija. Do svih potrebnih informacija dolazi iz udobnosti svog naslonjača i ne mora napustiti kuću kako bi se upoznao s turističkim atrakcijama vrijednih njegove pažnje (Gržinić i Bevanda., 2014;15). Iako su turisti svjesni da je kultura izmišljena i neautentična, bez ikakvih se problema prepuštaju neautentičnim iskustvima i atrakcijama (tematski parkovi, rekreacijski centri, trgovački centri).

Najveću pozornost turisti pridaju ugodnoj atmosferi i doživljajima na odmoru, sve više traže sadržajno bogatije i kvalitetnije usluge bez obzira na destinaciju, postaju sve zahtjevniji, putuju sve češće, ali kraće i sve se više okreću specifičnim oblicima turizma u potrazi za novim doživljajima. Mjerilo više nije samo broj noćenja i prihod države, već se mnogo više očekuje od kvalitete, raznolikosti i specifičnosti turističke ponude (Gržinić i Bevanda, 2014;6). Turističko tržište danas je tržište avanture, prirode, *wellness* ponude, dobrog života, zabave, oaze mira, zaštite prirode. Na turizam danas snažno utječu, sigurnost putovanja i boravka u destinaciji, ekologija i klimatske promjene, briga za očuvanje vlastita psihofizičkog zdravlja, veća briga za kulturu i izraženija cjenovna osjetljivost turista. Sve to uz uvjet da je za uloženi novac dobivena zadovoljavajuća kvaliteta usluga, tzv. „value for money“.

3.2. Novi oblici turizma

Navedene promjene ponašanja potrošača, tj. turista rezultirale su pojavom novih, tzv. specifičnih oblika turizma. Turisti u današnje vrijeme posjećuju raznovrsne destinacije u kojima mogu zadovoljiti svoje specifične interese i potrebe, bilo da se radi o posjetu nekom kulturnom ili sportskom događanju, bavljenju nekom sportskom aktivnošću ili hobbijem. Specifične oblike turizma moguće je definirati kao: „*Posebna skupina turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača.*“ (Čavlek et al., 2011;40).

Čavlek (2011.) specifične oblike turizma razvrstava u dvije osnovne skupine, pa nailazimo na specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima i specifične oblike turizma zasnovane na društvenim resursima. U specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima spadaju zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, ekoturizam, seoski (agro) turizam, lovni i ribolovni turizam, naturizam, robinzonski turizam i sl., dok u specifične oblike zasnovane na društvenim resursima spadaju kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događaja, vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, kasino-turizam i drugi.

Mnoga turistička mjesta svoj turistički uspon duguju *zdravstvenom* turizmu koji im je bio moguć ili zbog povoljne klime (primorske destinacije) ili zbog ljekovitih svojstava mora (npr. talasoterapija u Crikvenici) i posebnih termalnih izvora (različite toplice, naftalan i sl.). Današnji zdravstveni turizam u znatnoj mjeri uključuje i rekreativne sadržaje, jer se zbog česte izloženosti stresu mnogi žele odmoriti posvećujući pažnju zdravlju, pa destinacije nude različite programe boravka, a posebna pažnja se posvećuje zdravoj prehrani.

Prema Weber i Mikačić (2004.) nautički turizam pokazuje sve veći rast u usporedbi s ukupnim turističkim prometom u svijetu, a razvijaju ga zemlje s pogodnim prirodnim resursima. Nautički turizam u Hrvatskoj jedan je od najrazvijenijih u Europi, a većina marina pripada lancu *Adriatic Club International* (ACI) koji gostu pruža pogodnost ujednačenog standarda u svojim marinama. Razvoj nautičkog turizma važan je za

Hrvatsku jer koristi njene najljepše prirodne atrakcije, more i obalu, ali i otoke koji inače ne bi imali većih izgleda za uključivanje na međunarodno turističko tržište.

Velike europske metropole kao što su London, Pariz, Milano, Beč i Budimpešta razvijaju kulturni turizam, a s obzirom da su ti veliki gradovi često administrativna, prometna i poslovna središta vrlo često razvijaju i kongresni turizam. Kulturni turizam podrazumijeva posjet arhitektonskim znamenitostima koje su imale važnu ulogu u povijesti, ali i upoznavanje sa suvremenim životom nekog grada, dok kongresni turizam podrazumijeva organizaciju seminara, konferencija i kongresa.

Raznovrsne i mnogobrojne turističke potrebe stvaraju nove, tzv. specifične oblike turizma. Osim gore navedenih postoje još razne vrste specifičnih oblika turizma pomoću kojih ljudi zadovoljavaju svoje turističke potrebe. S obzirom na sve veću potrebu za aktivnošću, sve je više oblika turizma zasnovanih na nekoj sportskoj aktivnosti koji određuju i sve druge sadržaje nekog turističkog mjesta.

3.3. Uloga animacije u turizmu

Kod animacije vrlo je važno ostvariti uvjete za uspješnu komunikaciju s gostima i posjetiteljima, te se društveni kontakti mogu izvoditi prilikom informiranja gostiju o hotelu, mjestu, kulturi, gradu, državi u obliku predstave koju izvodi animator odnosno drugo stručno lice, ili sam gost kao aktivni igrač u igri.

Cerović (2008.) turističku animaciju definira kao „skup usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju“. Moderna animacija ima svoje korijene u razvoju grupnoga rada u Francuskoj. Godine 1949. osnovan je *Club Mediteranee*, a usporedno s njim pedesetih su godina nastala francuska sela za odmor koja su još od početka u svojoj turističkoj ponudi nudila animacijski program. Animaciju možemo smatrati sastavnim dijelom turističke ponude kao i sastavnim dijelom usluga. Mogli bi smo je nazvati unutrašnjom prodajom hotela jer organizacija programa i priredbi turističku ponudu čini kompleksnijom, bogatijom i konkurentnijom, a turistima omogućuje da bolje dožive odabranu turističku destinaciju ili objekt.

U sadržaje aktivne animacije možemo uvrstiti sadržaje sporta i rekreacije (vježbe i opuštanje, sportske igre u prirodi, turniri, škole u prirodi), sadržaje informacija i

učenja (izleti, društvene igre, izložbe), te sadržaje zabave (igre na moru, snijegu, u šumi, igre za djecu, ples). Zabavni, sportsko-rekreativni programi, igre i škole dio su animacijskih programa gdje turisti mogu aktivno sudjelovati, a animator ima ulogu organizatora i suca.

Sadržaji animacije u turizmu vrlo se precizno planiraju i prilagođavaju turistima, s obzirom da moramo poštovati njihove potrebe za osnovne fiziološke potrebe ali i potrebe za zabavom i aktivnošću. Osim raznovrsnosti u planiranju dnevnih aktivnosti turista moramo paziti i na određene sadržaje koji bi se morali odvijati svakoga dana u isto vrijeme, kao što je razgovor s animatorom, jutarnja rekreacija i sl. Na ovaj način se kod turista razvija navika da redovito sudjeluje u nekim aktivnostima.

Sadržaje animacije u turizmu možemo podijeliti u različite programe poput mini klub programa, jutarnjeg programa, programa uz vodu i bazen, program sportskih aktivnosti, kulturni program, večernji program, umjetnički program. Većina tih programa sadrži sportsko-rekreacijske aktivnosti kako bi gostu boravak u mjestu ili hotelu bio zanimljiv, raznovrstan i poučan, s obzirom da današnji turisti sve više teže aktivnom provođenju slobodnog vremena, kako u domicilu tako i u turističkom mjestu ili objektu koji posjećuju ili u kojem borave.

Za organizaciju i provođenje tih programa zadužen je animator koji ljude savjetuje, informira, te motivira za različite vrste programa i aktivnosti. Osim znanja i psihofizičkih sposobnosti animator mora imati smisao za humor, povjerenje u ljude i njihove sposobnosti, energiju i entuzijazam, te sposobnost organizacije.

Posredni ekonomski efekti animacije i sportske rekreacije odražavaju se u motivacijskim faktorima, produžetku turističke sezone, širenju tržišta, vanpansionskoj potrošnji, zadovoljnosti gostiju, usmenoj propagandi, te zadržavanju gostiju kod slabijih vremenskih prilika. Kod animacije je važno kreirati vlastite programe s obzirom da ti programi daju bolje financijske rezultate i veći interes, te zapošljavati domaće kadrove kako bi se postigla što bolja organizacija i provođenje tih programa.

4. Međuovisnost turizma i rekreacije

Sedamdesetih godina 20. st. Mirko Relac sa suradnicima počinje istraživati fenomene rekreacije, kao i sportske rekreacije i nastoji definirati osnovne koncepte. Tako Relac i Bartoluci (1987.) kažu da „rekreacija predstavlja cjelokupnu čovjekovu aktivnost izvan profesionalnih obveza, izabranu po želji, koja pridonosi razvoju stvaralaštva, očuvanju tjelesnog i duševnog zdravlja, održavanju vitalnosti, odmoru, osvježenju i rasonodi“. Andrijašević (2010.) rekreaciju definira kao „skup sadržaja i aktivnosti kojima se čovjek bavi u slobodnom vremenu radi zadovoljenja različitih osobnih interesa i potreba“, dok u *Rječniku turizma* (Vukonić i Čavlek, 2001.) rekreacija se, između ostalog, opisuje kao „ljudska djelatnost koja može obuhvatiti različite vrste ljudske aktivnosti: tjelesno vježbanje, aktivnosti u kulturi i umjetnosti, društveno-zabavne aktivnosti, sakupljačke aktivnosti, zanatske i tehničke aktivnosti, aktivnosti u prirodi“.

Turizam i rekreacija sve su više međusobno povezani, zbog suvremenog načina života kao i trenda aktivnog odmora. Naime, suvremeni način života doveo je do potrebe za turizmom kao i do potrebe za različitim vrstama rekreacije. Tako turizam danas nudi brojne mogućnosti revitalizacije i odmora, s obzirom da je čovjeku u tehnološki razvijenim zemljama tjelesna aktivnost na „minimumu“, a mentalna na „maksimumu“.

4.1. Slobodno vrijeme i aktivni odmor u turizmu

Skraćivanje radnog, a povećanje slobodnog vremena kod suvremenog čovjeka stvara novi problem, a to je kako kvalitetno ispuniti slobodno vrijeme. Kvalitativno korištenje slobodnim vremenom zbiva se u području dokolice.

Naime, teško je precizno definirati razliku između pojmova slobodnog vremena i dokolice. Slobodno vrijeme je ono vrijeme koje nam ostane nakon što smo ispunili sve radne obaveze. To vrijeme nije u potpunosti slobodno jer obuhvaća i obiteljske i društvene obaveze, a trenutke bez tih obaveza nazvali bismo dokolicom jer je pojedinac potpuno prepušten vlastitom izboru korištenja vremena. Iako se slobodno vrijeme i dokolica često isprepleću i nadopunjuju, može se reći kako je svaka

dokolica slobodno vrijeme, ali svako slobodno vrijeme nije dokolica. Danas je još uvijek aktualna definicija francuskog sociologa Joffrea Dumazediera (1962.), koji dokolicu vidi kao vrijeme koje ima trostruko značenje u čovjekovu životu - odmaranja, zabave i razvoja ličnosti. Dokolica je „skup aktivnosti kojim se pojedinac po svojoj volji može potpuno predati, bilo da se odmara ili zabavlja, bilo da povećava nivo svoje obaviještenosti ili svoje obrazovanje, bilo da se dobrovoljno društveno angažira ili da ostvaruje svoju slobodnu stvaralačku sposobnost pošto se oslobodi svojih profesionalnih, obiteljskih i društvenih obveza.“ (Dumazedier, 1962., navedeno u Bartoluci i Čavlek., 2007;72).

Čovjek ima iskonsku potrebu za kretanjem i aktivnostima, te je potrebno osigurati sadržajno i aktivno provođenje dokolice, kako u domicilu tako i u turističkoj dokolici. Danas se pasivno provođenje slobodnog vremena, koje je kreirano po formuli 3S (*sun, sea and sand*), smatra nedostatnim. Aktivno provođenje slobodnog vremena smatramo bitnim doprinosom dobrobiti života i velikim kapitalom suvremenog društva, zbog svog funkcionalnog cilja održanja psihofizičkog zdravlja, kao i podizanja razine kvalitete života. Istražujući čovjekovo ponašanje u slobodno vrijeme, došlo se do spoznaje da to ponašanje može biti produktivno ili djelatno i neproduktivno ili potrošačko. Za ljude koji svoju dokolicu provode neproduktivno, povećanje slobodnog vremena ne predstavlja dobitak, stoga u današnjem, suvremenom društvu sve veću ulogu imaju one djelatnosti koje pozitivno utječu na kvalitetno provođenje slobodnog vremena, među koje se s pravom mogu uvrstiti turizam i rekreacija (Bartoluci i Relac., 1987;27). Nakon istraživanja i definiranja slobodnog vremena još uvijek se ne može reći koje su to točno aktivnosti kojima bi se ljudi trebali baviti u slobodno vrijeme da bi poboljšali kvalitetu vlastitog života, pa se postavlja pitanje postoje li aktivnosti koje bi mogle osigurati kvalitetno provođenje slobodnog vremena, te koje su to aktivnosti. Prema mišljenju mnogih autora te aktivnosti su obrazovne, kulturne, sportsko-rekreacijske, turističke i neke druge aktivnosti, a mogu se provoditi u mjestu boravka ili izvan mjesta boravka (tj. domicila), odnosno u turizmu. Turizam je postao sastavnim dijelom suvremenog života i nema sumnje da aktivnosti koje se provode u turizmu utječu na kvalitativno provođenje slobodnog vremena za vrijeme odmora.

4.2. Sportsko- rekreacijski turizam kao novi oblik turizma

S obzirom da je danas suvremeni turist sve radoznaliji i postaje istraživač raznoraznih sadržaja i usluga u destinaciji koju posjećuje, njegova sve viša kulturno-obrazovna razina određuje mu drugačiji pristup korištenju godišnjeg odmora i dokolice, pri čemu sport i rekreacija, postaje sve važniji i učestaliji sadržaj turističkih kretanja ili provođenja slobodnog vremena. Aktivni odmor postaje ne samo dio već i glavni motiv putovanja u određenu turističku destinaciju.

Standevan i De Knop (1999.) sportski turizam definiraju kao sve oblike aktivnog i pasivnog bavljenja sportskom aktivnošću, sudjelujući u sportu ležerno ili na organiziran način iz nekomercijalnih ili poslovnih/komercijalnih razloga koji zahtijevaju putovanje izvan domicila i radnog mjesta, dok Hudson (2003.) kaže kako sportski turizam podrazumijeva putovanje za vrijeme odmora s ciljem bavljenja nekim sportom i rekreacijom, putovanje u destinacije kako bi se promatrao sportski događaj, te putovanje s ciljem posjeta sportskim atrakcijama. Turizam i sport postale su dvije vrlo popularne, društvene aktivnosti koje su se izrazito razvile i međusobno se nadopunjuju. Turizam kod kojeg su sport i tjelesni angažman glavni motivi putovanja i boravka turista može se nazvati sportsko-rekreacijskim turizmom. On se pojavljuje u različitim oblicima i to kao: zimski sportsko-rekreacijski turizam, ljetni sportsko-rekreacijski turizam, nautički, lovni, ribolovni, zdravstveno-preventivni i sl. (Bartoluci i Relac, 1987; 41).

Gammon i Robinson (1997.) imaju sličan pristup definiranju sportsko-rekreacijskog turizma, a turiste definiraju kao „hard“ ili „soft“ sudionike. Za „hard“ turiste kažu kako su to osobe koje putuju za aktivno ili pasivno uključanje u natjecateljski sport, stoga je sport njihova glavna motivacija za putovanje, dok za „soft“ turiste kažu kako su to turisti koji su prvenstveno uključeni u rekreaciju i slobodne aktivnosti, nego u natjecateljski sport.

Prema Buckley (2006.) sportsko-rekreacijski turizam je „big business“, veliki je dio turističke industrije i jedan od glavnih motiva zašto ljudi putuju. Mnogi turisti biraju sadržaje sporta i rekreacije kao glavni motiv zbog očuvanja i poboljšanja zdravlja, s obzirom da bavljenje sportom i rekreacijom pridonosi sprječavanju bolesti suvremene

civilizacije. Dok mnogi sadržaje sporta i rekreacije biraju zbog subjektivnih čimbenika kao što su moda, oponašanje, navike, prestiž i sl.

4.3. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turizmu

Kada govorimo o sportsko-rekreacijskim sadržajima, mislimo na sve sadržaje koji pozitivno utječu na obogaćivanje čovjekove osobnosti i u kojima on svojevoljno i aktivno sudjeluje prema osobnim željama i potrebama. Sastavni su dio cjelovitih programa turističke ponude, a cilj im je unaprijediti kvalitetu boravka i odmora turista. Danas se u turizmu neprestano osmišljavaju novi sadržaji, a trenutačno su popularni: rafting, speleologija, slobodno penjanje, planinarenje i alpinizam, orijentacijsko kretanje, nordijsko kretanje, *paragliding*, jedrenje, jahanje, ronjenje, obilazak prirodnih znamenitosti (nacionalni parkovi i parkovi prirode) i brojni drugi, te se sav turistički doživljaj temelji na kretanju u prirodi i tjelesnom angažmanu.

Sportsko-rekreacijski sadržaji namijenjeni djeci i mladima trebaju biti što raznovrsniji čime se postiže veća mogućnost izbora tijekom odrastanja te u kasnijoj životnoj dobi prilika za nastavak bavljenja ili opredjeljenja za neku aktivnost. Neki od sadržaja za djecu i mlade mogu biti sportske radionice i igraonice, plesne škole, aktivnosti u prirodi, škole plivanja i skijanja, te tematski kampovi i sportska natjecanja. Sportsko-rekreacijski sadržaji za odrasle osmišljavaju se s obzirom na suvremeni način života, tj. sjedilački način života, a ti sadržaji su organizirano vježbanje, *fitness*, aerobika različite vrste, ples, joga, pješaćenje, nordijsko hodanje, *jogging*, vožnja bicikla, reketaški sportovi (tenis, stolni tenis, badminton), sportovi na vodi (vaterpolo, veslanje, kajak/kanu, plivanje, rafting), borilački sportovi, boćanje, kuglanje, streličarstvo, planinarenje, špiljarenje, *team building*, pilates, *wellness*, skijanje i aktivnosti na snijegu, masaže, terapije, kupke, te natjecanja u različitim aktivnostima. Sadržaji sportske rekreacije za osobe starije životne dobi, iznad 65 godina, zahtijevaju poseban pristup. Sposobnost adaptacije organizma na određena opterećenja omogućuje postizanje kvalitativnih i kvantitativnih pozitivnih promjena i u poznoj životnoj dobi. Organizirano vježbanje, *fitness*, prilagođena aerobika, ples, aerobne aktivnosti poput pješaćenja, nordijskog hodanja, vožnje bicikla, boćanje, kuglanje, reketaški sportovi, kretanje u prirodi, pilates, vježbe s pomagalicama i

rekvizitima, masaže, terapije, kupke, te *wellness* prikladni su sadržaji sportske rekreacije za osobe starije životne dobi.

Tablica 4. Oblici sportsko-rekreacijskih sadržaja

| Slobodan izbor sportsko-rekreacijskih sadržaja | Organizirani oblici sportske rekreacije | Programirana sportska rekreacija | Kulturno-umjetnički i zabavni program | Obrazovni program |
|---|--|---|---|--------------------------------|
| kupanje, plivanje, ronjenje, jedrenje, veslanje | sportsko-rekreacijska natjecanja | <i>wellness</i> | glazba, folklor, umjetnost, promatranje, slušanje | seminari (prehrana, vježba) |
| šetnja, pješačenje, biciklizam, planinarenje | izleti, ture, orijentacijsko kretanje, safari itd. | zdravstveno-preventivni programirani aktivni odmori | sudjelovanje u plesu, glazbi i sl. | tečajevi |
| kuglanje, nogomet, tenis, badminton, stolni tenis, <i>fitness</i> | <i>team-building</i> | ciljani programirani aktivni odmori | društvene igre | predavanja, okrugli stol i sl. |

Izvor: Bartoluci, M., Čavlek, N. i sur., 2007; 100

Tablica 4. prikazuje nam kako se sportsko-rekreacijski sadržaji u turizmu provode u pet osnovnih oblika: slobodan izbor sportsko-rekreacijskih sadržaja, organizirani oblici sportske rekreacije, programirana sportska rekreacija, kulturno-umjetnički i zabavni program, te obrazovni program.

4.4. Mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Republici Hrvatskoj

Hrvatska je iznimno privlačna zemlja bogata prirodnim i ekološkim resursima bitnim za razvitak turizma (Andrijašević., 2010;308). Novi je tržišni subjekt koji uz dosta ulaganja može istaknuti turističku tradiciju, s obzirom da je oduvijek prepoznata i privlačna turistima koji su željni netaknute prirode, čistog mora i raznolikosti krajolika. Proteže se od podnožja Julijskih Alpa na sjeverozapadu i Panonske ravnice na istoku preko dinarskog lanca u središnjem dijelu do jadranske obale na jugu, te ima vrlo povoljan geoprometni položaj koji spaja srednjoeuropske, sjeverne i zapadnoeuropske zemlje s Mediteranom i jugoistočnom Europom (Andrijašević., 2010; 308-309). Do 1990. godine turizam je dosegao određen stupanj razvitka, ali

njegove komparativne prednosti nisu još dovoljno iskorištene, te ima prostora i mogućnosti za napredak i bolji razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja.

U Hrvatskoj još prevladava ponuda kapaciteta koji su orijentirani na glavnu sezonu (kućanstva, kampovi, autokampovi i sl.). Nedovoljan je broj hotela visoke kategorije koji mogu pružiti kvalitetnu uslugu cijele godine. Vremenska raspodjela boravka turista i dalje je dominantna u špici ljetne turističke sezone, bez obzira na to što se trendovi turističkih putovanja mijenjaju i podliježu novim pravilima turističke potražnje. Hrvatska turistička ponuda ima prepoznatljive prednosti kroz atraktivne primarne resurse, a nedostaci koje su uočili turisti ogledaju se u siromašnoj ponudi sadržaja, posebice sportsko-rekreacijskih.

Bartoluci (2004.) je razvoj sporta i sportske rekreacije u turizmu okarakterizirao kao sportski turizam koji se može razvijati u tri oblika: natjecateljski sportski turizam, zimski sportsko-rekreacijski turizam, te ljetni sportsko-rekreacijski turizam.

4.4.1. Natjecateljski sportski turizam

Kada govorimo o natjecateljskom sportskom turizmu, njegov razvitak prije svega ovisi o ukupnom razvitku natjecateljskog sporta, poglavito najkvalitetnijih sportova u kojima hrvatski sport sudjeluje u međunarodnim natjecanjima (Bartoluci i Čavlek., 2007; 104). Takvi oblici sportskog turizma najčešće se ostvaruju u većim gradovima Hrvatske, te je primjerice poznat međunarodni teniski turnir u Umagu, međunarodne jedriličarske regate (Split, Dubrovnik, Rovinj, Mošćenička Draga), međunarodni turnir u golfu na Brijunima, turniri u konjaničkom sportu u Zagrebu i Đakovu, Europsko prvenstvo u rukometu 2018. (Zagreb, Split, Poreč, Osijek, Varaždin). Takve sportske manifestacije ne donose samo ekonomsko dobro već i promociju Hrvatske i njezine turističke ponude u svijetu pa ih treba poticati i u budućnosti.

4.4.2. Zimski sportsko-rekreacijski turizam

Zimski sportsko-rekreacijski oblici turizma uspješno se mogu razvijati u planinskim područjima, toplicama, kao i na moru. U planinskim područjima poput masiva Velebita, Gorskog kotara i Medvednice postoje prirodni i infrastrukturni uvjeti za

planinarstvo, skijanje i neke druge zimske aktivnosti (sanjkanje, skijaško trčanje i sl.). U tim planinskim područjima postoje određeni smještajni kapaciteti koje bi trebalo poboljšati, izgraditi kvalitetnije prometnice te sportsko-rekreacijske objekte i sadržaje (trebalo bi urediti skijaške staze, žičare, te uvesti i druge rekreacijske sadržaje) (Bartoluci i Čavlek., 2007;105). Vrhunska skijaška postignuća i rezultati braće Janice i Ivica Kostelić proslavili su Hrvatsku u svijetu i stvorili skijaški imidž u Hrvatskoj. Tako je na Sljemen, u siječnju 2005. godine organizirano natjecanje unutar Svjetskog skijaškog kupa za žene. Sljeme je postalo nezaobilazno mjesto održavanja utrka Svjetskog kupa, a natjecanje je dobilo ime „Snježna kraljica“ u čast Janice Kostelić. Skijaški centar Sljeme osposobljen je za organizaciju natjecanja u skijaju, te su izgrađene i uređene tri skijaške staze od kojih dvije za natjecanje a jedna za rekreaciju. Te staze opremljene su opremom za proizvodnju umjetnog snijega, opremom za uređenje staza, žičarom, skijaškim servisom, te su upotpunjeni hotelijersko-ugostiteljski objekti. Iako dobro opremljeni, kapaciteti skijališta, smještaja, prilaznih cesta i ostalih usluga još uvijek su nedostatni za prijem većeg broja skijaša, rekreativaca i izletnika. Osim Sljemena u Hrvatskoj se još kao zimski sportsko rekreacijski centri ističu skijaški centar Platak, skijaški centar Rudnik, olimpijski centar Bjelolasica, Učka, Biokovo, Sjeverni i Srednji Velebit. Svi ti centri imaju potencijale za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma i uz nadogradnju i poboljšanje proizvoda i usluga bili bi ponos hrvatskog turizma.

Mogućnosti za razvitak zimskog sportsko-rekreacijskog turizma postoje i na moru i u toplicama, s obzirom da postoje odgovarajući sportsko-rekreacijski programi, ali i sportski objekti i sadržaji, kako uz obalu tako i u unutrašnjosti. U toplicama bi se određeni sportski programi mogli uspješno kombinirati s nekim programima zdravstvenog turizma, primjerice, za oporavak sportaša, osoba koje se bave sportom rekreativno, osoba s invaliditetom, unutar *wellness* programa i sl.

4.4.3. Ljetni sportsko-rekreacijski turizam

Ljetni sportsko-rekreacijski turizam pruža najveće mogućnosti za razvoj sportskog turizma, i to najviše na moru, ali i na rijekama, jezerima i u planinama. To je zbog činjenice da Hrvatska najveći turistički promet ostvaruje upravo u ljetnim mjesecima (Bartoluci i Čavlek., 2007;105). To nam pokazuje TOMAS istraživanje („Stavovi i

potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS“) koje prikazuje informacije o motivaciji dolaska turista u Hrvatsku i aktivnostima kojima se turisti bave tijekom svog boravka u primorskim destinacijama.

Tablica 5. Aktivnosti u destinaciji

| Rang | Aktivnosti | Rang | Aktivnosti |
|------|--------------------------------|------|---------------------------|
| 1. | plivanje/kupanje | 16. | bicikl |
| 2. | restorani | 17. | <i>jogging</i> /trčanje |
| 3. | slastičarnice/kafići | 18. | <i>adventure</i> sportovi |
| 4. | lokalne zabave | 19. | OPG |
| 5. | znamenitosti | 20. | koncerti |
| 6. | NP/zaštićena prirodna područja | 21. | tenis |
| 7. | izleti brodom | 22. | vinske ceste |
| 8. | ronjenje | 23. | ceste maslinovog ulja |
| 9. | kupnja | 24. | tematski parkovi |
| 10. | sportovi na vodi | 25. | ribolov |
| 11. | pješaćenje | 26. | kazalište/priredbe |
| 12. | ples/ <i>disco</i> | 27. | planinarenje |
| 13. | <i>wellness</i> | 28. | jahanje |
| 14. | muzeji/izložbe | 29. | golf |
| 15. | vodeni parkovi | | |

Izvor: Istraživanje „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS 2017“, Institut za turizam, 2018.

U tablici 5. prikazane su aktivnosti kojima se turisti bave za vrijeme boravka u nekoj destinaciji. S obzirom na prethodno istraživanje (TOMAS 2014.) došlo je do znatnog porasta u bavljenju sportsko-rekreacijskim aktivnostima. Turisti se sve više bave sportsko-rekreacijskim aktivnostima kao što je ronjenje i različiti sportovi na vodi, posjete zabavnim parkovima, bicikliranje, pješaćenje, *jogging*, trčanje, planinarenje, jahanje i golf.

„Hrvatska, osim prirodnih komparativnih prednosti, ima i niz mogućnosti za razvitak sadržajne turističke ponude; ona se prije svega odnosi na sportsko-rekreacijsku i zdravstvenu ponudu. Svjetsko turističko tržište percipira Hrvatsku kao iznimno turističko odredište koja u prvom redu ima prirodne ljepote, a dominira jadransko područje. Problem je što se Hrvatska svrstava u odredišta masovnog turizma s ograničenom turističkom ponudom niže kvalitete usluga“ (Međimursko veleučilište u Čakovcu., 2012;145). Kako bi se taj problem riješio i razvio sportsko-rekreacijski turizam potrebno je inovirati zastarjelu sportsko-rekreacijsku ponudu novim objektima i sadržajima prema suvremenim zahtjevima turističke potražnje, te bi postojeće

sportsko-rekreacijske objekte trebalo više orijentirati na individualne aktivnosti. Dosadašnja iskustva u Hrvatskoj, kao i u drugim razvijenim receptivnim turističkim zemljama pokazala su da ulaganje u razvoj sportsko-rekreacijskog turizma pridonosi unaprjeđenju ukupne kvalitete turizma, te da su takva ulaganja kvalitetna i profitabilna investicija.

U ovom poglavlju može se zaključiti kako su turizam i rekreacija vrlo dobro međusobno povezani. Naime, sve veća tendencija turista za rekreacijom i aktivnim odmorom dovodi do ponude raznih sportsko-rekreacijskih sadržaja na odmoru pa tako i do sportsko-rekreacijskog oblika turizma. Kako u drugim destinacijama tako i u Hrvatskoj postoje raznorazni sportsko-rekreacijski sadržaji za provođenje aktivnog odmora turista, ali naravno prostora za poboljšanje i unapređivanje ponuda i usluga uvijek ima. U poglavlju koje slijedi osvrnut ćemo se na Međimurje i potencijale koje ta županija pruža u sportsko-rekreacijskom turizmu.

5. Međimurje i potencijali sportsko-rekreacijskog oblika turizma

Međimurska županija, u administrativnom, a u zemljopisnom smislu Međimurje, područje je na krajnjem sjeveru Hrvatske omeđeno rijekama Murom i Dravom. Ova prostorno najmanja hrvatska županija jedan je od najgušće naseljenih dijelova naše zemlje. Tu završava Panonska nizina i počinju Alpe. Službena internetska stranica međimurske županije Međimurje opisuje kao: vinorodni brežuljkasti kraj na zapadu, obale Mure i Drave, plodne ravnice na istoku, te bogata flora i fauna odrednice su koje Međimurje izdvajaju od ostalih i daju mu za pravo da se naziva „cvjetnjakom Hrvatske“. Zahvaljujući svom položaju, ali i izgrađenoj prometnoj infrastrukturi, Međimurje danas predstavlja „vrata Hrvatske“. Međimurjem prolazi autocesta koja povezuje Rijeku i Zagreb s Budimpeštom, 1850. godine izgrađena je prva hrvatska željeznička pruga koja je glavni mađarski grad povezala s Trstom. U krugu od 300 kilometara nalaze se Beč, Bratislava, Budimpešta, Ljubljana, Zagreb, Graz i Trst. Stanovnici ovog dijela nadaleko su poznati po svojim razvijenim radnim navikama, poduzetnosti i inovativnosti, te je Međimurje regija s razvijenim obrtom i malim poduzetništvom, a razvijene su prehrambena, prerađivačka, tekstilna i građevinska industrija. Sve veći udio ima i IT sektor, te uslužne djelatnosti povezane s brzorazvijajućim turizmom. Međimurje je prepoznatljivo i po svojoj bogatoj enogastrološkoj ponudi. Brojni proizvođači vina i domaće, organski uzgojene hrane, očuvan krajolik, te blizina brojnih europskih metropola rezultat su sve većeg broja posjetitelja i razvoja turizma.

5.1. Pojavni oblici turizma u Međimurskoj županiji

Međimurje je destinacija koja se ističe kulturnom, povijesnom i tradicijskom baštinom, a tu baštinu upotpunjuje bogata i plodna priroda. Od mnogobrojnih oblika turizma u međimurskoj županiji pojavljuje se svega nekoliko oblika turizma, te se turistička ponuda međimurske županije bazira na tim oblicima turizma. Dakle, pojavljuje se sportsko-rekreacijski turizam, zdravstveni turizam, kulturni, enogastronomski turizam, poslovni, te manifestacijski turizam. Sportsko- rekreacijski turizam obuhvaća cikloturizam, pješaćenje, sportove na vodi, ribolov, adrenalinske sportove, zdravstveni turizam obuhvaća *wellness* i lječilišni turizam, dok kulturni turizam

obuhvaća kulturne i povijesne znamenitosti Međimurja, te etno baštinu. Enogastronomski turizam pojavljuje se kroz turizam vina i gastronomski turizam, poslovni se pojavljuje kroz poslovne skupove, konferencije i *team building*, a manifestacijski se pojavljuje kroz razne i mnogobrojne manifestacije koje se održavaju u mjestima diljem cijele Međimurske županije.

Od prirodnih područja u Međimurju, ističu se zaštićeno (UNESCO) područje rijeke Mure, rijeka Drava, Bedekovićeve grabe, poučna staza Murščak, te Mađerkin breg, dok se od kulturno-povijesnih ističu muzej Međimurja, etno zbirka obitelji Trstenjak, „prvo“ naftno polje u svijetu, spomen dom rudarstva, crkva Sv. Jakoba (Prelog), crkva Sv. Jeronima (Štrigova), mlin na rijeci Muri, centar Dr. Rudolfa Steinera, Oldtimer muzej Šardi. Da gastronomske ponude u Međimurju ne nedostaje dokazuju nam brojni tradicionalni restorani i vinska cesta Međimurja. Sportsko-rekreacijskih sadržaja također ne nedostaje, a Terme Sveti Martin, DG Sport, Accredo centar, Aton sportska dvorana, gradski bazeni „Marija Ružić“, te teniski tereni „Franjo Punčec“ samo su neki od tih sadržaja. Manifestacije koje se ističu i koje vrijedi posjetiti su Porcijunkulovo, Krampuslauf, Dani šibe i ribe, BIMEP, Ljeto u gradu Zrinskih, Forestland, Urbanovo, Vincekov pohod.

5.2. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turističkoj ponudi

U Međimurju sportsko-rekreacijskih sadržaja svakako ne nedostaje, iako neki od sadržaja nisu dovoljno turistički eksponirani i ponuđeni turistima i posjetiteljima. Posjetiteljima avanturističkog duha godit će rafting na Muri i Dravi, *paintball*, jahanje, vožnja *quadovima*, a promatrači željni adrenalina ne bi trebali propustiti *speedway*. Izdržljivima će se dopasti staze za trčanje i biciklizam, tereni za tenis, mogućnost plivanja u bazenima. Onima željnima kretanja dostupne su *trim* i staze za hodanje po nizinskim i brdskim predjelima, ali i golf tereni. I ribiči mogu doći na svoje zahvaljujući okruženosti rijekama koje su sportski ribolov ustoličile u Međimurju. (www.visitmedimurje.com, 21.2.2019.)

Od sportsko-rekreacijskih sadržaja svakako vrijedi izdvojiti nekoliko lokacija koje su izrazito važne u turističkoj ponudi međimurske županije. Najvažnija i najraznovrsnija lokacija svakako su Terme Sveti Martin. Više o termama i sportsko-rekreacijskim sadržajima koje nude biti će opisano i razrađeno u šestoj cjelini završnog rada. Od

ostalim lokacijama ističu se stadion SRC Mladost, gradski bazeni „Marija Ružić“ Čakovec, ATON – nacionalno gimnastički centar, DG-SPORT – rekreacijski centar, stadion *Speedway club* UNIA, teniski tereni „Franjo Punčec“, adrenalinski park ACCREDO.

- **Stadion SRC Mladost - Čakovec**

Stadion SRC Mladost uglavnom se koristi za odigravanje domaćih utakmica nogometnih klubova Čakovec i Međimurje, kao i za održavanje raznih atletskih natjecanja. Objekt se sastoji od nogometnih terena, atletske staze, terena za rukomet, košarku, odbojku, teretane, kuglane i boćališta.

Slika 2. Nogometno igralište



Izvor: <https://zsuiszmz.hr> (21.2.2019.)

Slika 3. Boćalište i sportski tereni



Izvor: <http://www.visitmedimurje.com> (21.2.2019.)

- **Gradski bazeni „Marija Ružić“ - Čakovec**

Objekt se sastoji od 5 unutarnjih bazena: bazen za plivače sa šest plivačkih staza, bazenom za neplivače, rekreacijskim bazenom s vodenim efektima, dječjim bazenom s malim toboganom, te *whirlpool* bazenom s hidromasažama. U objektu se također nalazi i *fitness* centar, te prostorije za masažu, saunu i solarij.

- **ATON – nacionalno gimnastički centar - Nedelišće**

Najsuvremeniji sportski centar u Hrvatskoj na 5.200 metara neto korisne površine, s ugrađenom vrhunskom opremom u skladu sa standardima Međunarodne gimnastičke federacije (FIG). Sastoji se od gimnastičke i sportske dvorane, *fitness* i

wellness centra, te nudi i mogućnost smještaja sportaša i grupa, ukupnog smještajnog kapaciteta do 38 osoba.

Slika 4. Gimnastička dvorana



Izvor: <http://www.visitmedimurje.com> (21.2.2019.)

- **DG Sport, rekreacijski centar – Prelog**

Kao dio sportsko-rekreacijskog centra DG Sport svojim gostima nudi niz sportskih sadržaja te bogatu ugostiteljsku ponudu u *caffe* baru, restoranu i pizzeriji. Centar se sastoji od sportske dvorane, vanjskih terena, *fitness* i *spa* centra. Sportska dvorana omogućuje trening kako za profesionalne sportaše tako i za rekreativce, a pogodna je za mali nogomet, košarku, badminton, odbojku, rukomet i stolni tenis, dok se vanjski tereni sastoje od terena za tenis, odbojke na pijesku i nogometnih terena s umjetnom travom.

- **Speedway stadion – Donji Kraljevec**

Speedway klub Unia osnovan je 2004. godine za razvoj ovog sporta u Hrvatskoj. Predsjednik i vlasnik stadiona Milenium je Zvonimir Pavlic, bivši *speedway* vozač i trostruki prvak Jugoslavije. Njegova ljubav za *speedwayom* nije prestala te je tako izgradio najljepši *speedway* stadion u ovom dijelu Europe na kojem se organiziraju međunarodne utrke.

Slika 5. Speedway stadion



Izvor: <https://zsuiszmz.hr/sportski-objekti/> (21.2.2019.)

- **Teniski tereni „Franjo Punčec“ – Čakovec**

Danas klub broji tristotinjak članova svih dobnih skupina, od polaznika škole tenisa i rekreativaca do uspješnih natjecatelja. Nekoliko kvalitetno uređenih zemljanih terena i klupske prostorije sa svim pratećim sadržajima (svlačionice, tenis servis, *caffè* bar, sobe za smještaj i dnevni boravak igrača) omogućuju organiziranje i najzahtjevnijih sportskih događaja.

Slika 6. Teniski tereni „Franjo Punčec“



Izvor: <https://zsuiszmz.hr/sportski-objekti/> (21.2.2019.)

- **Adrenalinski park ACCREDO**

Iz široke ponude sportsko-adrenalinskih sadržaja možemo izdvojiti: *paintball*, *Splatmaster* (*paintball* za djecu), penjanje na umjetnu stijenu, streličarstvo, streljaštvo, *pistol duel* (gađanje padajućih meta *airsoft* pištoljima), viseća kuglana, stolni tenis te kolektivni sportovi poput ljudskog stolnog nogometa i odbojke u vodi.

5.3. Biciklističke rute u razvoju sportsko-rekreacijskog turizma

Atraktivne i uređene biciklističke staze uz riječne tokove Mure i Drave ili po brežuljkastom međimurskom vinogorju pružaju mogućnost rekreativnog i zabavnog bicikliranja. Idealne su za obiteljski odmor i druženja. Biciklisti mogu birati između laganijih i zahtjevnijih dionica, cestovnih i *off road* trasa, a postoje i prilagođeni tereni za *XTC* i *cross* vožnju.

„Međimurje je prostorno relativno malo te se mogu u jednom danu kombinirati reljefno i sadržajno raznolike rute, te je tako idealan kraj za rekreativni turizam, a ponajviše za biciklizam, tj. cikloturizam. Cikloturizam (biciklizam + turizam) je aktivan oblik turizma gdje turisti (potrošači) posjećuju turističke lokacije vlastitim ili unajmljenim biciklom, u individualnom aranžmanu ili grupno s licenciranim bicikličkim vodičem. Za cikloturiste to je poseban doživljaj otkrivanja novih područja i ljepota koji bi tradicionalnim cestovnim i drugim transportom ostao posve nezamijećen. Jedan je od najbrže rastućih selektivnih oblika turizma u posljednjih nekoliko godina, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj“ (Međimursko veleučilište u Čakovcu, 2012., str. 266).

Biciklističke rute podijeljene su i označene u dvije osnovne kategorije: rekreativne i brdske. Rekreativne rute najvećim dijelom idu sporednim asfaltiranim ili šljunčanim puteljcima na kojima je promet rijedak, te prolaze lijepim krajolicima i povezuju različite kulturno-povijesne spomenike, restorane, vinske kuće, pansione, odmorišta i vidikovce. Usponi na tim rutama većinom su blagi i dohvatljivi za sve generacije, dok su s druge strane, brdske (*off-road*) rute namijenjene onima koji vole osjetiti adrenalin, te uglavnom prolaze kroz šume i livade gdje na nekim dionicama nema utabanih staza. Ponegdje sijeku korita potoka, strmine su zahtjevnije, a podloge su većinom zemlja i šljunak. Rute su označene karakterističnim plavim putokazima, a najam bicikla moguć je u restoranu Međimurski dvori u Lopatincu, restoranu Lovački dvori u Čakovcu, trgovini Beciklin u Prelogu i toplicama Sveti Martin, a servisi i trgovine rezervnim dijelovima nalaze se u Čakovcu i Prelogu.

Kada se govori o biciklizmu u Međimurskoj županiji, potrebno je istaknuti projekt Mura – Drava Bike. Cjelokupni projekt odnosi se na niz aktivnosti promocije i razvoja cikloturizma na području Hrvatske i Slovenije. Namjena projekta, u koji su uključene Slovenija (Pomurska i Podravska regija) i Hrvatska (Međimurska i Varaždinska

županija), jest oblikovanje zajedničkog turističkog proizvoda na području prekogranične regije. Cilj je razvoj biciklističkog turizma u regijama i razvoj pratećih uslužnih djelatnosti, a nastavak je postojećih austrijskih biciklističkih puteva uz Muru i Dravu. U sklopu projekta otvorile su se staze s kojima su se biciklističke rute uz Muru i Dravu povezale s poznatim austrijskim biciklističkim rutama „Murradweg“ i „Drauradweg“. Na taj način biciklistički turizam Međimurja postao je prepoznatljiv i na međunarodnom tržištu Europske unije. U Međimurju se također organiziraju i brojne manifestacije motivirane biciklizmom. Tako se u gradu Prelogu svake godine 1. svibnja organizira tradicionalna „Prvomajska biciklijada“, općina Nedelišće organizira proljetnu biciklijadu „Stazama općine Nedelišće“, a Međimurska županija i Međimurski savez sportske rekreacije „Sport za sve“ u povodu obilježavanja Dana Međimurske županije, Svjetskog dana zdravlja i Dana planeta Zemlje organiziraju BIMEP (Biciklima međimurskim putevima). Proteklih godina organiziralo se i nekoliko velikih biciklističkih pothvata. Od utrke *Tour of Croatia*¹, pa do jedne od fizički najzahtjevnijih utrka - HARD CRO².

5.4. Stanje i mogućnosti razvoja

Prema podacima Turističke zajednice Međimurja, na području Međimurske županije posluje 71 smještajni objekt, od kojih dominiraju hoteli sa 326 smještajnih jedinica i 695 ležajeva (od kojih 37 pomoćnih), a slijede apartmani, sobe za iznajmljivanje i kuće za odmor. Leadersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja, od 6 hotela koliko se nalaze u Međimurju ima Hotel *Spa Golfer* (Toplice Sveti Martin), s kapacitetom od 157 smještajnih jedinica i 343 ležajeva. Zatim slijedi Hotel Park (Čakovec), Hotel *Castellum* (Čakovec), Panorama hotel (Prelog), Hotel Kralj (Donji Kraljevec), te Hotel Prelog (Prelog). U Međimurju se nalazi 1 smještajni objekt agroturizma, 16 apartmanskih objekta, 3 hostela, 19 kuća za odmor, 3 pansiona, 14 soba za iznajmljivanje, 1 objekt studio apartmana, te 1 turističko-apartmansko naselje.

¹ Tour of Croatia međunarodno je biciklističko natjecanje kroz Hrvatsku čije se prvo izdanje održalo 2015. godine.

² HARD CRO - 100 vozača, 5 dana i 4 točke Hrvatske. Vozači nemaju unaprijed definirane rute, sami brinu o svojim rutama, mjestu spavanja i hrani koju unose, a upravo to cijeloj utrci daje dozu avanturizma.

Međimurje postaje sve popularnija i posjećenija destinacija kako zbog prirodnih tako i zbog turističkih i rekreacijskih sadržaja. U posljednjih nekoliko godina izgrađeni su brojni turistički kapaciteti, kako smještajni (Hotel *Castellum*, Hotel Panorama, Hotel Kralj) tako i sportsko-rekreacijski (DG Sport), te je vidljivo da je to uvelike pripomoglo povećanju turističkog prometa. U posljednjih pet godina Međimurska županija bilježi porast turista (izuzetak 2016. godina), pa tako i turističkih noćenja, što je vidljivo u tablici 6. Naime, 2014. i 2015. godine Međimurje posjećuje oko 50 000 turista, dok je u 2016. godini blagi pad na 45 880 turista. U 2017. i 2018. godini bilježi se veći porast na oko 70 000, a u 2018. godini do mjeseca studenog Međimurje je posjetilo 70 478 turista, a ostvareno je 173 231 noćenja.

Tablica 6. Turistički promet Međimurske županije

| Godina | Turisti | Noćenja |
|----------------|----------------|----------------|
| 2014. | 48 272 | 111 217 |
| 2015. | 56 442 | 127 190 |
| 2016. | 45 880 | 110 039 |
| 2017. | 70 337 | 168 146 |
| 2018. * | 70 478 | 173 231 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, * - siječanj-studeni 2018.

„Turizam i rekreacija u Međimurju zauzimaju sve veći značaj, ali još uvijek nedovoljan s obzirom na potencijale i mogućnosti kojima županija raspolaže. U Međimurju aktivan odmor posljednjih desetljeća postaje sve značajniji, ali još uvijek nije dovoljno iskorišten. Međimurje kao turistička destinacija idealno je mjesto za provedbu sportsko-rekreacijskih aktivnosti u prirodnom atraktivnom okruženju. Međimurje ima prirodne raznolikosti, ravničarski i brežuljkasti dio okružen s dvije rijeke Murom i Dravom, jezerom uz hidroelektranu te nekoliko jezera na bivšim šljunčarama. Takvo okruženje omogućuje provedbu različitih sportsko-rekreacijskih aktivnosti (npr. hodanje, trčanje, planinarenje, vožnju biciklom, veslanje, plivanje i sl.)“ (Međimursko veleučilište u Čakovcu., 2012;153).

U toplicama i brdovitom dijelu Međimurja postoje brojne mogućnosti razvoja zimskog sportsko-rekreacijskog turizma. Uz prirodne potencijale koji postoje za planinarstvo,

skijanje i neke druge slične sportove, trebalo bi poboljšati postojeće smještajne kapacitete, po potrebi izgraditi nove, te izgraditi sportsko-rekreacijske objekte i sadržaje poput skijaških staza, skijaških vučnica i drugih rekreacijskih sadržaja. Tim rekreacijskim sadržajima produžila bi se sezona i na zimske mjesec, a posjetitelja željnih adrenalina i rekreacije zasigurno ne bi nedostajalo.

„U smislu poboljšanja kvalitete i proširenja ponuđenih sadržaja koji bi služili u svrhu zadovoljenja potreba turista i razvoja sportsko-rekreacijskog turizma trebalo bi obaviti dodatna ulaganja u većinu postojećih centara proširenjem i uređenjem sportsko-rekreacijskih sadržaja i nabavom potrebnih rekvizita. Takvim ulaganjima bi se osigurali uvjeti za kvalitetnu i raznovrsnu sportsko-rekreacijsku ponudu koja bi zasigurno mogla privući velik broj gostiju svih dobnih skupina, te ih navesti na duži boravak i ponovni dolazak u Međimurje. Tako bi sportsko-rekreacijski turizam kroz sadašnje i nove sadržaje trebao biti pokretač turizma u Međimurskoj županiji, te kroz razne aktivnosti pomoći u razvoju drugih uslužnih i proizvodnih djelatnosti“ (Međimursko veleučilište u Čakovcu., 2012;158).

Međimurska županija u svojem Masterplanu razvoja turizma Međimurske županije do 2020. godine ima brojne planove kako bi se turizam i rekreacija što više razvili i ujedinili, te da sportsko-rekreacijski turizam dobije na značaju i postane još jedna konkurentna prednost županije.

Trebalo bi istražiti koje i kakve sportove i sportsko-rekreacijske sadržaje turisti žele, te bi sportsko-rekreacijsku ponudu trebalo usmjeriti prema trendovima koji se pojavljuju među ciljanim skupinama (sportaši, mladi, obitelji). Postojeću infrastrukturu trebalo bi obnoviti i nadopuniti sadržajima i rekvizitima, te bi se moglo ponuditi što veći broj aktivnosti u prirodnom okruženju na svježem zraku, uvažavajući specifičnosti određene destinacije.

6. Međuovisnost turizma i rekreacije na primjeru Terma Sveti Martin

Terme Sveti Martin su jedinstvena destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj za opuštanje i *wellness*, sport i aktivni odmor, kongres i *team building*, uz vrhunski gurmanski doživljaj i prekrasnu prirodu. Terme se nalaze u zaštićenoj prirodi gornjeg Međimurja, a opet u blizini urbanih sredina, zanimljivih događanja, festivala i znamenitosti.

Kako bi Terme Sveti Martin zadržale kvalitetu usluge i visinu standarda, uz najmodernije svjetske trendove brine se poznati slovenski brand *LifeClass* koji je od 2014. godine preuzeo upravljanje nad Termama Sveti Martin. Misija Terma Sveti Martin i branda *LifeClass* poklapaju se u tri stvari, a to je zdrav život, sport i rekreacija te lokalna gastronomija što se nalazi u zajedničkom sloganu koji glasi "Svijet zdravih užitaka". „Priroda, zdravo i lokalno proizvedene gastronomske delicije, moderan smještaj, preko 100 godina tradicije u kupališnom turizmu, nezaboravna *wellness* ponuda i bogata ponuda za profesionalne i rekreativne sportaše, to je svijet zdravih užitaka“ (www.spa-sport.hr, 19.03.2019.).

6.1. Turističke usluge Terma Sveti Martin

Terme Sveti Martin sastoje se od hotela *Spa Golfer* u sklopu kojeg se nalazi luksuzni *wellnes* centar, apartmanskog naselja Regina, restorana Mira, LeBatat, Vučkovec, *puba* Potkova, ljetnog *aquaparka*, *termomineralnog* kupališta „The Temple of Life“, od golf terena sa 9 rupa, sportske dvorane i sportskih igrališta za raznovrsne sportove, *bike zone* te *trim* staze.

Usluge smještaja Terme Sveti Martin pružaju u hotelu *Spa Golfer*, te u apartmanskom naselju Regina. Hotel usluge smještaja pruža u moderno opremljenim hotelskim sobama kojih ima 151, 138 standard soba, te 13 *executive* soba koje su opremljene svim potrebnim za bezbrižni užitak hotelskih gostiju. Usluge smještaja hotel pruža i u 6 suite-ova koji su idealan izbor za luksuzni odmor, a sastoje se od zasebnog dnevnog boravka, spavaće sobe, kupaonice, balkona ili terase. Apartmansko naselje Regina predstavlja idealan izbor za obiteljski odmor, cijelo

društvo ili odlazak na odmor s kućnim ljubimcem. Usluge smještaja pružaju se u 69 standard (za 2 do 3 osobe) i 29 *family* (za 4 do 5 osoba) apartmana. Apartmani su opremljeni sadržajima koje posjeduje svaki dom, a ugodan i topao interijer razlog je zbog kojeg će se gosti osjećati kao kod kuće.

Usluge pripreme hrane i pića pružaju se u restoranu Mira i LeBatat. Restoran Mira nudi raznovrsnu hranu i *buffet* uslugu iznimne kvalitete. LeBatat je mjesto na kojem se okusi tradicije spajaju s modernim okusima inovativnih kulinarskih ideja. Gostima restorana nude se isključivo zdrava jela pripremljena od lokalnih namirnica. Izvanpansionske usluge pripreme hrane i pića pružaju se u restoranu Vučkovec, *pubu* Potkovi, te u *Pool lounge* baru.

Kod kulturno-zabavnih usluga gostima, pružaju se različiti animacijski programi poput Mini kluba i izleta, organizirani doček Nove godine, organizacije djevojačkih večeri, vjenčanja i ostalih obiteljskih svečanosti, te svirke uživo vikendom u *pubu* Potkovi. Kroz raznovrsnu turističku ponudu, izlete i dugogodišnje stručno turističko vodstvo nudi se mogućnost da se doživi raskoš Međimurskog kraja i susjedne Varaždinske županije. Zdravstvene usluge pružaju se u *Wellness* centru koji se nalazi u sklopu hotela, Svijetu sauna, *termomineralnom* kupalištu „The Temple of Life“ i u *Lumbalis* centru zdravlja. Od ostalih usluga hotel gostima nudi mogućnost parkiranja u garaži uz nadoplatu, mjenjačnicu, bankomat, sef, spremište prtljage, pranje i glačanje rublja, praonicu i servisnu stanicu za bicikle, dječji vrtić, tj. usluge čuvanja djece, te usluge ureda za van (printanje, kopiranje, skeniranje).

Zahvaljujući kvalitetnom hotelskom smještaju, ugodnom apartmanskom naselju, prirodnim i kulturnim ljepotama te iznimnom domaćinstvu ljudi, *resort* je idealan izbor za organizaciju kongresa, seminara, sastanaka, *eventa* ili *team buildinga*, te tako korisnicima nudi i usluge iznajmljivanja poslovnih prostora. U hotelu se nalazi kongresna dvorana Mura koja veličinom i prozračnošću odgovara organizaciji *eventa* do 500 osoba, a postoji čak i opcija da se dvorana podijeli na 3 zvučno izolirana dijela, te se još nalaze i manje multifunkcionalne kongresne dvorane Drava I i Drava II koje mogu okupiti do 20 osoba i *Lounge* bar dvorana za 60 osoba.

6.2. Rekreativni sadržaji

Usluge rekreacije i sporta gostima se pružaju na hotelskom bazenu, ljetnom *aquaparku*, golf terenu, *bike zoni*, *trim* stazi, u *fitness* centru, te na igralištima za košarku, nogomet, tenis i odbojku, i u sportskoj dvorani. *Aquapark* nudi pregršt aktivnosti za sve uzraste, te se može pohvaliti s čak 2600 kvadratnih metara vodene površine, a sastoji se od velikog rekreativnog bazena s trakama za plivanje, dva *whirl-poola* na umjetnim otocima, bazena s toboganima, vodene staze za tri osobe, dječjeg plitkog bazena s pješčanom plažom i sunčališta s ležaljka. *Fitness* centar se nalazi u sportskoj dvorani udaljenoj 200 metara od hotela *Spa Golfer*, a opremljen je kvalitetnim trenažerima *LIFE FITNESS*, klimatiziran je i sadrži potrebnu audio i video tehnologiju. Sportska dvorana nudi sadržaje pogodne za sportske pripreme profesionalnih sportaša i sportski užitak rekreativnih sportaša, uključujući teren s pomičnim tribinama, svlačionice, vrhunsku teretanu, dvoranu za *fitness* ili borilačke sportove, te prostorije za trenere. Može poslužiti za održavanje natjecateljskog dijela, ali i rekreativne igre rukometa, malog nogometa, odbojke, košarke, stolnog tenisa. U sklopu dvorane nalaze se prostorije za *fitness*, *pilates*, aerobik i ples, a posjeduje i teretanu i dvoranu za rekreaciju te fizikalnu terapiju. *Trim* staza se prostire kroz šumu koja spaja Hotel *Spa Golfer* i termalno kupalište. Idealna je za jutarnje razgibavanje, sportske pripreme sportaša svih kategorija ili šetače željne svježeg zraka. Elementi su prilagođeni svim uzrastima i sadrže *info* table na kojima su slikovno i tekstualno opisane vježbe.

6.2.1. Biciklizam – *Bike hotel*

LifeClass Terme Sveti Martin su prvi *Bike Hotel* u kontinentalnoj Hrvatskoj koji nudi kompletnu infrastrukturu namijenjenu rekreativnim ali i profesionalnim biciklistima u sklopu *bike zone*. Infrastruktura *bike zone* uključuje čuvanje bicikla, pranje bicikla, alate za popravke bicikla, dnevno pranje sportske odjeće, najam bicikla, vođene biciklističke ture, educirano osoblje, te GPS sustav s označenim točkama od interesa, dok se biciklistima nude i sadržaji poput nutricionističkog doručka, ručka i večere, energetskih napitaka, *termomineralno* kupalište i centar za fizikalnu terapiju za oporavak nakon bicikliranja. Biciklistima u ponudi stoji 5 *road* i 6 MTB ruta te vodiči za te rute koji se besplatno mogu preuzeti na službenoj internet stranici Terma Sveti

Martin. U sklopu *bike* zone organiziraju se i razna biciklistička okupljanja. Tako se organizirao i *Weekend Bike Festival* koji je trodnevni skup svih onih kojima je bicikl dio života. Naime *Weekend Bike Festival* zamišljen je kao okupljalište cijele *bike* industrije, od proizvođača, servisera, profesionalnih i amaterskih biciklista, proizvođača i distributera opreme, iznajmljivača bicikala do hotela i turističkih agencija kojima je biciklizam interesantna rekreativna grana.

6.2.2. Bazen – *The Temple of Life*

Više od 100 godina *termomineralna* voda Termi Sveti Martin koristi se u svrhu unaprjeđenja zdravlja. Nekada dostupna samo kroz bunar, danas je na raspolaganju svima koji posjete *The Temple of Life* bazenski kompleks. U skladu s holističkom filozofijom u kojoj um, duša i tijelo moraju biti u ravnoteži za održavanje zdravlja nastao je koncept Hrama Života. Koncept isprepliće autentične lokalne elemente i dijelove antropozofske filozofije koju je izumio Rudolf Steiner s *LifeClass* filozofijom koja nadahnjuje kvalitetan život kombinirajući zdravlje i užitak.

Slika 7. Izgled *termomineralnih* bazena



Izvor: <https://www.spa-sport.hr/hr/terme-i-wellness/termalno-kupaliste> (19.03.2019.)

6.2.3. Golf

Za razliku od većine igrališta u Europi igranje na golf terenu Sveti Martin moguće je cijele godine. Naime, posebnost terena u Svetom Martinu svakako su grijani *greenovi*, *teeovi* od umjetne trave, grijanje pod nadstrešnicom i noćno osvjetljenje što

omogućuje igranje svih 12 mjeseci u godini 24/7 (i time spada u jedinstvenu grupu od 5 igrališta u Europi koji nude takvu ponudu). Natjecateljski golf igra se na natjecateljskim igralištima (*Championship*), a rekreativni na javnim (*Public*) igralištima. Teren ima 9 rupa te je namijenjen rekreativnom dijelu, a tokom godine organiziraju se turniri popraćeni sponzorima. U sklopu golf terena nalazi se vježbalište početnog udarca s 20 mjesta, golf vježbalište sa školom golfa i golf klub s 3D simulatorom golfa sa 36 svjetskih terena, *VIP* salonom i trgovinom golf opreme.

Slika 8. Golf igralište u sklopu Terma Sveti Martin



Izvor: <https://www.spa-sport.hr/hr/aktivnosti/rekreacija-i-zabava/golf-i-disc-golf> (19.03.2019.)

6.2.4. Profesionalni uvjeti

Terme Sveti Martin više su se puta profilirale kao destinacija sa svim preduvjetima za sportske pripreme. Osim hotelskog smještaja, koji je prilagođen za potrebe vrhunskih sportaša, sportska dvorana, teretana, neposredna blizina nogometnog terena, tražena priroda i potreban mir, činjenice su koje ispunjavaju i najviše kriterije tražene od klubova, reprezentacija i profesionalnih sportaša.

Sportašima je na raspolaganju i *trim* staza te Centar za kralježnicu i sportske ozljede – Poliklinika *Lumbalis*. *Trim* staza se prostire kroz šumu koja spaja *Hotel Spa Golfer* i termalno kupalište. Idealna je za jutarnje razgibavanje, sportske pripreme sportaša svih kategorija. Elementi *trim* staze sadrže elemente za razgibavanje i podizanje fizičke spremnosti te akumuliranje pričuvne tjelesne snage. Poliklinika *Lumbalis* moderan je i kvalitetno opremljen centar čije stručno osoblje čine redom viši fizioterapeuti i kineziolozi. Centar nudi specijalističke preglede fizioterapije,

specijalizirane terapije za kralježnicu, modernu fizikalnu terapiju, te sportsku medicinu. Nakon napornih priprema i treninga sportaši se mogu okrijepiti u ugostiteljskim objektima u sklopu terma, a opustiti se mogu u *wellness* centru u sklopu hotela.

Do sada su u termama svoje pripreme održali brojni europski, ali i svjetski klubovi i reprezentacije. Tako je i pripreme održala i Hrvatska muška i ženska nogometna reprezentacija, Nogometna reprezentacija UAE, te nekolicina nogometnih klubova poput NK Dinamo, NK Hajduk, NK Rijeka, FC *Everton*, FC *Slask Wroclaw*, FC *Vardar*. Košarkaške pripreme održali su: Hrvatska košarkaška reprezentacija (sve selekcije), Košarkaška reprezentacija Bosne i Hercegovine, Košarkaška reprezentacija Slovenije U18 i U20, Košarkaška reprezentacija Španjolske U18, KK Cibona, KK Cedevita, dok su rukometne pripreme održali: Hrvatska rukometna reprezentacija, Španjolska, Danska, Mađarska, Rukometna reprezentacija Makedonije, Slovenska i Češka, te Reprezentacija Saudijske Arabije, kao i klubovi PPD Zagreb, HC *Vrdar*, HC *Vežsprem*, RK Celje.

Slika 9. Hrvatska nogometna reprezentacija U21



Izvor: <https://www.spa-sport.hr/> (19.03.2019.)

Slika 10. Pripreme nogometaša



Izvor: <https://www.spa-sport.hr/> (19.03.2019.)

6.3. Stanje i SWOT analiza terma

Dolaskom *LifeClass branda* na upravljačku poziciju, Terme Sveti Martin okrenute su novoj viziji poslovanja koja se može iščitati i iz samog slogana terma koji glasi "Svijet zdravih užitaka". No, svijet zdravih užitaka nije okrenut samo prema gostima i zaposlenicima, već i prema okolišu u kojem tvrtka posluje. Projekt "Zelene Terme"

sastoji se od više različitih segmenata implementacije raznih certifikata i standarda kako bi osigurali "zeleno" poslovanje kompanije.

LifeClass Terme Sveti Martin trenutno zapošljavaju oko 170 stalno zaposlenih radnika koji gotovo svi dolaze sa područja Međimurske županije. Ujedno, Terme Sveti Martin su najveće turističko poduzeće koje u Županiji zapošljava najviše radnika. Njima je na raspolaganju najmodernija infrastruktura za rad, a ujedno nudi im se mogućnost cijelo-životnog obrazovanja kroz razne treninge i edukacije koje se provode u Hrvatskoj ali i inozemstvu.

Stanje Terma Sveti Martin najbolje ćemo prikazati SWOT analizom. Iz SWOT analize vidljive su snage, slabosti, prijetnje, ali i prilike koje postoje, za daljnji razvoj terma u budućnosti.

Tablica 7. SWOT analiza Terma Sveti Martin

| | |
|--|--|
| <p>SNAGE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - lokacija - bogata ponuda proizvoda i usluga - osoblje - opremljenost | <p>SLABOSTI:</p> <ul style="list-style-type: none"> - promocija - kapaciteti - ekonomska situacija |
| <p>PRILIKE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - proširenje - rekonstrukcija i izgradnja - veća prepoznatljivost | <p>PRIJETNJE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - konkurencija - loša ekonomska situacija |

Izvor: Vlastita izrada i prijedlozi

Prema ovoj SWOT analizi snage Terma Sveti Martin su lokacija, bogata ponuda proizvoda i usluga, osoblje i opremljenost. Terme Sveti Martin nalaze se na sjeveru Hrvatske, u kontinentalnom dijelu, točnije u zaštićenoj prirodi gornjeg Međimurja, a opet i u blizini urbanih sredina (Čakovec, Varaždin, nešto malo više od 1 sat vožnje do Zagreba), zanimljivih događaja, festivala i znamenitosti. Isto tako nalaze se i u blizini graničnih prijelaza sa Slovenijom i Mađarskom, te su tako terme u povoljnom

položaju ako se u obzir uzima lokacija pa lokaciju tako uvrštavamo i smatramo jednom od snaga Terma Sveti Martin. Terme se sastoje od hotela, apartmanskog naselja, ugostiteljskih objekata, prostorija za opuštanje i *wellness*, terena za sport i rekreaciju, aktivan odmor, te prostorija za kongres i *team building* pa tako svojim gostima i korisnicima pružaju bogatu ponudu proizvoda i usluga što se također smatra jednom od snaga. Stručno, iskusno i ljubazno osoblje (kuhari, fizioterapeuti, recepcionari, kineziolozi) također je snaga ovog *resorta*. Kao posljednja snaga Terma Sveti Martin navodi se opremljenost. Naime, hotel raspolaže moderno opremljenim smještajnim jedinicama, najsuvremenijom audio i video opremom u kongresnim dvoranama, te isto tako vrlo kvalitetnom opremom u *Wellness* centru, *termomineralnom* kupalištu, saunama i Centru zdravlja.

Kao slabosti Terma Sveti Martin navedene su promocija, kapaciteti i ekonomska situacija. Promocija je u SWOT analizi navedena u slabostima zato jer se promocija terma bazira na promociji ljetnog *aquaparka*, *termomineralnog* kupališta i hotela *Spa Golfer*, te je tako slaba promocija svih ostalih sadržaja koji se nalaze u kompleksu, a i ti ostali sadržaji su jednako bitni i obogaćuju ponudu proizvoda i usluga kompleksa. Mnogi gosti se žale na veličine bazena i kupališta pa tako kapacitete, odnosno veličine kapaciteta možemo smatrati jednom od slabosti terma. Ekonomska situacija također je navedena u slabostima jer se poduzeće suočava sa sporom otplatom investicije.

Prilike Terma Sveti Martin su proširenje, rekonstrukcija i izgradnja, te veća prepoznatljivost. Naime, kompleks ima bogatu ponudu proizvoda i usluga, ali ti proizvodi i usluge još se dodatno mogu obogatiti, te tako postoji mogućnost proširenja asortimana proizvoda i usluga što ujedno i čini prilike terma. Sljedeće prilike terma su rekonstrukcija postojećih i izgradnja nekih novih rekreacijskih sadržaja kako bi se osiguralo kvalitetno provođenje odmora za rekreativce ali i kvalitetno provođenje priprema za profesionalne sportaše. Od 2014. godine poznati slovenski *brand LifeClass* preuzeo je upravljanje nad Termama Sveti Martin pa je tako termama omogućena prilika za veću prepoznatljivost.

I kao prijetnje Terma Sveti Martin u SWOT analizi navedena je konkurencija te loša ekonomska situacija. Terme Sveti Martin nalaze se u samoj blizini ostalih toplica u

Republici Hrvatskoj i Sloveniji, tj. u samoj blizini konkurencije te se konkurencija smatra jednom od prijatnji. Naime, Terme Sveti Martin udaljene su samo 50 minuta vožnje od Varaždinskih toplica, 1 sat i 50 minuta vožnje od Krapinskih toplica, te 40 minuta vožnje od Moravskih toplica (Slovenija). Loša ekonomska situacija navodi se kao neka općenita prijatnja koja je uvijek moguća i prisutna u poslovanju poduzeća.

6.4. Perspektive budućeg razvoja

Ciljevi poslovanja Terma Sveti Martin su zapošljavati i educirati lokalno stanovništvo, kontinuirano unapređivati energetska učinkovitost tvrtke, koristiti samo prirodna sredstva u održavanju zelenih površina, maksimizirati korištenje lokalno uzgojenih namirnica u pripremi hrane, povećati suradnju s lokalnim dobavljačima hrane i pića, biti maksimalno involviran u razvoj lokalne zajednice kao turističke destinacije.

Osim gore navedenih ciljeva ističu se još tri vrlo važna cilja za poduzeće a to su maksimalno uključiti lokalnu zajednicu u razvoj *resorta*, „zeleno“ poslovanje i unaprijediti sportsko-rekreacijsku ponudu i profesionalne uvjete. Dalje u radu prikazati će se primjeri iz prakse vezani uz ta tri cilja i prijedlozi kako te ciljeve ostvariti i poboljšati poslovanje poduzeća.

- **CILJ 1:** Maksimalno uključivati lokalnu zajednicu u razvoj *resorta*

PRIMJERI IZ PRAKSE:

- terme trenutno zapošljavaju oko 170 stalno zaposlenih radnika koji gotovo svi dolaze s područja Međimurske županije
- zaposlenicima nude mogućnost obrazovanja kroz razne treninge i edukacije u Hrvatskoj ali i u inozemstvu
- suradnja s lokalnim dobavljačima hrane i pića

PRIJEDLOZI:

- zaposlenicima nuditi mogućnost posjeti ostalih hotela u grupaciji radi stjecanja *know-howa* koji je bitan za vlastiti osobni i poslovni razvoj

- organizirati „okrugle stolove“ i skupove o aktualnim temama mjesta i općine kako bi lokalna zajednica mogla sudjelovati

- mogli bi se organizirati važni događaji mjesta (npr. dani općine i sl.) u objektima *resorta* kako bi se lokalnu zajednicu što više uključilo i povezalo sa *resortom*

- organizirati sajam lokalnih proizvoda (voće, povrće, žitarice, ulja, vina) sa svrhom promocije lokalnih proizvođača i mogućnosti suradnje sa *resortom*

- **CILJ 2:** „Zeleno“ poslovanje

PRIMJERI IZ PRAKSE:

- provode se projekti energetske učinkovitosti s ciljem smanjenja emisija stakleničkih plinova iz stacionarnih uređaja za loženje

- raspolažu sa pet pročistača otpadnih voda koji su razmješteni po *resortu*

- sav otpad se prije predaje sakupljaču selektira i tada se predaje prema vrsti otpada

PRIJEDLOZI:

- redovitom edukacijom osoblja, pa i gostiju moglo bi se otvoriti vidike koliko je očuvanje okoliša zaista važno

- koristiti što više materijala koji se mogu reciklirati i kontinuirano smanjivati količine neselektivnog otpada

- **CILJ 3:** Unaprijediti sportsko-rekreacijsku ponudu i profesionalne uvjete

PRIMJERI IZ PRAKSE:

- terme raspolažu terenima za tenis, nogomet, odbojku, košarku, golf, boćalištem, teretanom, *trim* stazom, *aquaparkom*, sportskom dvoranom

- terme profiliraju kao destinacija sa svim preduvjetima za sportske pripreme, a hotelski smještaj, sportska dvorana, teretana, sportski tereni, *trim* staza samo su neki od njih

PRIJEDLOZI:

- kako bi se unaprijedila sportsko-rekreacijska ponuda terma, moglo bi se organizirati razna natjecanja i turniri kao npr. malonogometni turnir, turnir odbojke na pijesku, turnir u boćanju, golfu i sl.

- vikendom bi se mogli organizirati animacijski programi za djecu i mlade poput radionica, edukacija, kvizova i sportskih igara

- kako bi profesionalnim sportašima bili pruženi vrhunski uvjeti trebalo bi unaprijediti sportske terene i opremu, npr. proširiti nogometni teren ili izgraditi pomoćne nogometne terene, proširiti kapacitete teretane

Tablica 8. Sumarni prikaz ciljeva i perspektive razvoja

| CILJ | PRIMJER IZ PRAKSE | PRIJEDLOZI |
|--|---|--|
| Maksimalno uključivati lokalnu zajednicu u razvoj <i>resorta</i> | - 170 zaposlenika s područja međ. županije, mogućnost obrazovanja zaposlenika, suradnja s lokalnim dobavljačima | - mogućnost stjecanja <i>know-howa</i> , organizacija skupova, organizacija važnih događaja mjesta, sajam lokalnih proizvoda |
| „Zeleno“ poslovanje | - projekti energetske učinkovitosti, pročištači otpadnih voda, selektirani otpad | - edukacija osoblja i gostiju o očuvanju okoliša, korištenje recikliranih materijala |
| Unaprijediti sportsko-rekreacijsku ponudu i profesionalne uvjete | - tereni za razne sportove, preduvjeti za sportske pripreme | - organizacija natjecanja i turnira, animacijski programi vikendom, unaprjeđenje sportskih terena i opreme |

Izvor: Vlastita izrada autora

Ranije navedeni ciljevi terma Sveti Martin sumirano su prikazani u tablici 8, kao i njihovi prijedlozi i primjeri iz prakse. Primjeri i prijedlozi iz tablice 8 ujedno mogu poslužiti i kao perspektive za daljnji razvoj *resorta*, kao i za razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja u *resortu*.

Uspoređujući Terme Sveti Martin sa ostalim turističkim objektima u Međimurju lako se zaključi da raspolažu sa svim potrebnim sadržajima (od ugostiteljskih usluga, smještajnih, sportsko-rekreacijskih, zdravstvenih pa i zabavnih) kako bi prednjačile i bile glavni adut, barem na području Međimurske županije. Naime, ni jedan turistički objekt u međimurskoj županiji ne raspolaže sa toliko bogatom hotelijersko-ugostiteljskom kao ni sportsko-rekreacijskom ponudom pa se hipoteza H2³ može smatrati obranjenom.

³ Terme Sv. Martin su glavni adut sportsko-rekreacijskog oblika turizma na području Međimurske županije.

7. Zaključak

Turizam i rekreacija sve su više međusobno povezani. Suvremeni način života doveo je do potrebe za turizmom kao i do potrebe za različitim vrstama rekreacije. Kako je današnji suvremeni turist sve više radoznaliji i postaje istraživač raznoraznih sadržaja i usluga u destinaciji koju posjećuje, aktivan odmor postaje ne samo dio već i glavni motiv putovanja u neku destinaciju. Dakle, sport i rekreacija u suvremenom turizmu postaju nezaobilazan sadržaj boravka, a često i glavni motiv kraćih ili dužih putovanja, pa stoga možemo zaključiti kako je glavna hipoteza rada obranjena.

Zbog svog geoprometnog položaja i kulture Međimurje ima izrazito dobre i kvalitetne uvjete za razvoj turizma, a zbog svojih prirodnih raznolikosti dobre preduvjete za razvoj sportsko-rekreacijskog turizma i njegovih sadržaja. U posljednjih nekoliko godina izgrađeno je nekoliko turističkih kapaciteta, kako smještajnih (Hotel *Castellum*, Hotel Panorama, Hotel Kralj) tako i sportsko-rekreacijskih (DG Sport). U prirodi na otvorenom uređuju se šetnjice i prostori uz obale rijeke Mure i Drave, koji se obogaćuju sportsko-rekreacijskim sadržajima. Tako je na primjer u Murskom Središću uređena šetnjica uz obalu Mure, a u Prelogu i Donjoj Dubravi prostor uz obalu Drave uređen je i obogaćen sportsko-rekreacijskim sadržajima (u Prelogu su postavljene sprave za vježbanje, a u D. Dubravi izgrađen adrenalinski park za *paintball* i slične aktivnosti). Tako turizam i rekreacija u Međimurju zauzimaju sve veći značaj ali još uvijek nedovoljan s obzirom na potencijale i mogućnosti, pa je hipoteza H1 potvrđena.

Ciljevi (pogl. 2. i 4.) postavljeni istraživanjem su ispunjeni, te se istraživanjem uviđaju prednosti koje su nastale pojavom suvremenih trendova u turizmu kao i pojavom sportsko-rekreacijskog turizma: svijest o suvremenom turistu i njegovim motivima i potrebama, svijest o kvalitetnom provođenju slobodnog vremena, specijalizacija i standardizacija kvalitete usluga, svijest o zdravom načinu života i potrebom za aktivnim odmorom i rekreacijom. Rezultati istraživanja ukazuju kako današnjim trendom aktivnog odmora sportsko-rekreacijski turizam dobiva na značaju i mora se izdvojiti kao zasebna vrsta turizma. Velika je potražnja za sportsko-rekreacijskim uslugama u turizmu, pa je to ujedno i poticaj za razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja u turizmu, kao i sportsko-rekreacijskog oblika turizma.

Teorijski pregled turizma i sportsko-rekreacijskog oblika u ovom radu temeljem primjera prakse mogu poslužiti za daljnje diskusije i istraživanja. Buduća istraživanja ove problematike trebalo bi razvijati u smjeru potreba za aktivnom odmorom i rekreacijom, odnosno stvaranja niša unutar sportsko-rekreacijskog oblika turizma.

Literatura

a) KNJIGE:

1. ANDRIJAŠEVIĆ, M. (2009.), Upravljanje slobodnim vremenom sadržajima sporta i rekreacije, Sveučilište u Zagrebu, Kineziološki fakultet, Zagreb.
2. ANDRIJAŠEVIĆ, M., (2010.), Kineziološka rekreacija, Sveučilište u Zagrebu, Kineziološki fakultet, Zagreb.
3. BARTOLUCI, M. i RELAC, M. (1987.), Turizam i sportska rekreacija, Informator, Zagreb.
4. BARTOLUCI, M., (2004.), Menadžment u sportu i turizmu, Sveučilište u Zagrebu, Kineziološki fakultet, Zagreb.
5. BARTOLUCI, M. i ČAVLEK, N. (2007.), Turizam i sport – razvojni aspekti, Školska knjiga, Zagreb.
6. BARTOLUCI, M., (2013.), Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb.
7. BUCKLEY, R. (2006.), Adventure Tourism, International Centre for Ecotourism Research, Griffith University, Gold Coast, Australia
8. CEROVIĆ, Z. (2008.), Animacija u turizmu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
9. ČAVLEK, N. et al. (2011.), Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb.
10. DE KNOP, P. i STANDEVAN, J. (1999.) Sport Tourism, Human Kinetics
11. GAMMON, S. i ROBINSON, T. (1997.), Sport and tourism: a conceptual framework, Journal of Sport Tourism
12. GRŽINIĆ, J. i BEVANDA, V. (2014.), Suvremeni trendovi u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula.
13. HINCH, T. i HIGHMAN, J. (2009.), Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity, Elsevier
14. HUDSON, S. (2003.), Sport and adventure tourism, The Haworth Hospitality Press: New York, London, Oxford.
15. MARKOVIĆ, Z. (1990.), Osnove turizma, 4. izdanje, Školska knjiga, Zagreb.
16. VUKONIĆ, B. i ČAVLEK, N. (2001.), Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb.

17. WEBER, S. i MIKAČIĆ, V. (2004.), Osnove turizma, 9. izdanje, Školska knjiga, Zagreb.

b) ČLANCI:

1. ANDRIJAŠEVIĆ, M. (2012.), Sportsko-rekreacijski programi u turističkoj ponudi Hrvatske, na Međunarodna konferencija o menadžmentu u turizmu i sportu, Sveti Martin na Muri, 12.-13. travnja 2012., Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 143-151.
2. BRESLAUER, N. (2012.), Stanje i mogućnosti razvoja sportsko-rekreacijskog turizma u Međimurju, na Međunarodna konferencija o menadžmentu u turizmu i sportu, Sveti Martin na Muri, 12.-13. travnja 2012., Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 152-160.
3. TUBIĆ, D., BOSNIĆ, I. i BLAŽEVIĆ, Z. (2012.), Biciklističke rute u razvoju sportsko-rekreativnog turizma Međimurja, na Međunarodna konferencija o menadžmentu u turizmu i sportu, Sveti Martin na Muri, 12.-13. travnja 2012., Čakovec: Međimursko veleučilište u Čakovcu, str. 263-268.

c) WEB IZORI:

1. Uloga animacije – <http://www.tzbbz.hr/dogadanja-bbz/bjelovar/strucno-osposobljavanje-za-turisticke-animatore-bbz>, pristup 16.12.2018.
2. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turističkoj ponudi – www.visitmedimurje.com, pristup 21.02.2019.
3. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turističkoj ponudi – www.zsuismz.hr, pristup 21.02.2019.
4. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turističkoj ponudi – www.accredo.hr, pristup 21.02.2019.
5. Međuovisnost turizma i rekreacije na primjeru Terma Sveti Martin – www.spa-sport.hr, pristup 19.03.2019.

d) OSTALI IZVORI:

1. Strateški marketing plan turizma Međimurske županije 2014-2020 (2014.)
2. TOMAS 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj u 2017. godini, Institut za turizam, Zagreb, 2018.

Popis slika i tablica

SLIKE:

| | |
|--|----|
| Slika 1. Hijerarhija ljudskih potreba (A. Maslow)..... | 12 |
| Slika 2. Nogometno igralište | 32 |
| Slika 3. Boćalište i sportski tereni | 32 |
| Slika 4. Gimnastička dvorana..... | 33 |
| Slika 5. <i>Speedway</i> stadion..... | 34 |
| Slika 6. Teniski tereni „Franjo Punčec“..... | 34 |
| Slika 7. Izgled <i>termomineralnih</i> bazena..... | 42 |
| Slika 8. Golf igralište u sklopu Terma Sveti Martin..... | 43 |
| Slika 9. Hrvatska nogometna reprezentacija U21..... | 44 |
| Slika 10. Pripreme nogometaša..... | 44 |

TABLICE:

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Motivi dolaska u Hrvatsku..... | 13 |
| Tablica 2. Faze razvoja turizma u Hrvatskoj..... | 15 |
| Tablica 3. Suvremeni trendovi u turizmu..... | 16 |
| Tablica 4. Oblici sportsko-rekreacijskih sadržaja..... | 25 |
| Tablica 5. Aktivnosti u destinaciji..... | 28 |
| Tablica 6. Turistički promet Međimurske županije..... | 37 |
| Tablica 7. SWOT analiza Terma Sveti Martin..... | 45 |
| Tablica 8. Sumarni prikaz ciljeva i perspektive razvoje..... | 49 |

Sažetak

Turizam je masovni društveni i ekonomski fenomen koji se počeo širiti s pojavom industrijskog društva, te se i dalje razvija i širi, mijenja i prilagođava ovisno o društvenim pojavama koje se zbivaju tijekom vremena. Današnji suvremeni turisti sve su više orijentirani na specifične oblike turizma, a trend zdravog načina života i čovjekova istraživačka priroda doveli su do težnje za aktivnim odmorom. Stoga aktivni odmor postaje ne samo dio već i glavni motiv putovanja u određenu turističku destinaciju. Na svakom putovanju turisti se susreću s nekim oblikom rekreacije, bilo da se radi o razgledavanju grada ili bavljenje nekim sportom. Rekreacija se definira kao skup sadržaja i aktivnosti kojima se čovjek bavi u slobodnom vremenu radi zadovoljenja različitih osobnih interesa i potreba. Stalnim uključivanjem neke vrste rekreacije ili sporta u turizam nastao je novi specifični oblik turizma, tzv. sportsko-rekreacijski turizam. Sportsko-rekreacijskim turizmom smatra se oblik turizma kod kojeg su rekreacija i sport glavni motivi putovanja i boravka turista.

Ključne riječi: turizam, suvremeni turisti, aktivni odmor, rekreacija, sportsko-rekreacijski turizam

Abstract

Tourism is a massive social and economic phenomenon that has begun to expand with the emergence of industrial society, and is still developing and expanding, changing and adapting depending on the social phenomena occurring over time. Today's contemporary tourists are increasingly focused on specific forms of tourism, and the trend of healthy lifestyles and man's exploration nature has led to aspirations for active vacation. Therefore active vacation becomes not only a part but also a major motive for traveling to a particular tourist destination. On each trip, tourists encounter some form of recreation, whether it is a sightseeing tour or a sport. Recreation is defined as a set of content and activities that people are engaged in free time to meet different personal interests and needs. The constant incorporation of some type of recreation or sport into tourism created a new specific form of tourism, sports and recreational tourism. Sports and recreational tourism are considered as forms of tourism where recreation and sport are the main motives for travel and stay of tourists.

Key words: tourism, contemporary tourists, active vacation, recreation, sports and recreational tourism