

Zdravstveni turizam u ruralnom području kao okosnica razvoja turizma u općini Bizovac

Semialjac, Stjepan

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Virovitica University of Applied Sciences / Veleučilište u Virovitici**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:165:539628>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**

Repository / Repozitorij:



[Virovitica University of Applied Sciences Repository - Virovitica University of Applied Sciences Academic Repository](#)



VELEUČILIŠTE U VIROVITICI

Stručni prijediplomski studij Menadžment

STJEPAN SEMIALJAC

ZDRAVSTVENI TURIZAM U RURALNOM PODRUČJU KAO OKOSNICA

RAZVOJA TURIZMA U OPĆINI BIZOVAC

ZAVRŠNI RAD

VIROVITICA, 2023

VELEUČILIŠTE U VIROVITICI

Stručni prijediplomski studij Menadžment

Stjepan Semialjac

ZDRAVSTVENI TURIZAM U RURALNOM PODRUČJU KAO OKOSNICA

RAZVOJA TURIZMA U OPĆINI BIZOVAC

ZAVRŠNI RAD

Predmet: Agroturizam

Mentor:

doc.dr.sc. Dejan Tubić, prof. struč. stud.

Student:

Stjepan Semialjac

VIROVITICA, 2023.



Veleučilište u Virovitici

OBRAZAC 2

ZADATAK ZAVRŠNOG / DIPLOMSKOG RADA

Student/ica: STJEPAN SEMIALJAC **JMBAG:** 0307016728

Studij: Menadžment **Modul:** Menadžment ruralnog turizma

Imenovani mentor: doc.dr.sc. Dejan Tubić, prof.struč.stud.

Imenovani komentor:

Naslov rada:

Zdravstveni turizam u ruralnom području kao okosnica razvoja turizma u općini Bizovac

Puni tekst zadatka rada:

Temeljem proučene literature, student će kroz završni rad terminološki odrediti pojam masovni turizam i specifični oblici turizma. Na temelju proučene relevantne literature definirat će pojam zdravstveni turizam, prikazati ključna obilježja i motive putovanja, kao i prednosti i ograničenja ovog specifičnog oblika. Nakon toga će poseban fokus usmjeriti na razdiobu i određenje osnovnih terminoloških pojmova zdravstvenog turizma te će se kroz daljnji rad posebno usmjeriti na ljecilišni turizam, i to na teorijskoj i empirijskoj razini.

Datum uručenja zadatka studentu/ici: 23. 10. 2023.

Rok za predaju gotovog rada: 16. 11. 2023.

Mentor:

doc.dr.sc. Dejan Tubić, prof.struč.stud.

Dostaviti:

1. Studentu/ici
2. Povjerenstvu za završni i diplomski rad - tajniku

ZDRAVSTVENI TURIZAM U RURALNOM PODRUČJU KAO OKOSNICA RAZVOJA TURIZMA U OPĆINI BIZOVAC

HEALTH TOURISM IN A RURAL AREA AS THE BACKBONE OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE MUNICIPALITY OF BIZOVAC

SAŽETAK – Tema ovog završnog rada bila je zdravstveni turizam s posebnim osvrtom na lječilišni turizam kao pod grupu ove vrste turizma. Zdravstveni turizam kao takav ima specifična obilježja, pa i kada se promatraju njegove pod grupe na koje se dijeli vidljivo je da i tu postoje brojne razlike. Dok medicinski i wellness turizam pružaju blagodati da se o istima može donijeti odluka, da su izbor, da za iste možemo naći vrijeme i vrijeme birati, lječilišni turizam ne pruža ove izbore. Lječilišni turizam je briga o zdravlju dok još postoji ili kada je već izgubljeno. Lječilišni turizam ne pruža mogućnost izbora, dok čovjek ima zdravlje ima sve, a jednom izgubljeno zdravlje podsjeća čovjeka da nema više ništa, pa ni mogućnost izbora. Ovaj rad daje mogućnost dubljeg uvida u trenutačno stanje lječilišnih destinacija u Republici Hrvatskoj, s posebnim osvrtom na stanje istoga u Općini Bizovac, odnosno na Bizovačkim toplicama. Završni rad temelji se na uočenim razlikama između izbora i potreba. U svrhu istog provedena je i anketa jer je bilo potrebno istražiti da li su ljudi upoznati sa izrazom lječilišni turizam te što im je prioritet kada se spomene ovaj termin. Cilj rada bio je da li je povećanje smještajnih kapaciteta u Bizovačkim toplicama dovoljno kako bi se povećao broj posjetitelja u samom lječilištu ili je ipak potrebno učiniti i puno više kako bi se na ovu destinaciju privuklo više ljudi. Budući da Bizovačke toplice imaju jedan od najtoplijih geotermalnih izvora vode u Europi i kako kapacitet te iste vode nije u cijelosti iskorišten ideja je bila ispitati kako bi turisti prihvatili ideju smještaja u bungalovima koji bi bili sastavni dio lječilišnog kompleksa. Investirati u ovu ideju bilo bi moguće jer osnovni motiv zatvaranja velikog hotela bio je ekonomskog karaktera – broj smještajnih jedinica nije mogao pokriti troškove koje je isti hotel stvarao i tako je s vremenom postao neprofitabilan. Sada je u Općini Bizovac prisutno nekoliko privatnih iznajmljivača smještaja koji uz mali broj smještajnih jedinica na samom lječilištu ne zadovoljava trenutne potrebe, posebno iz razloga što je lječilište udaljeno od samog sela. Uz činjenicu da postoje prirodni resursi koji bi uvelike smanjili cijenu smještaja u ovom radu želja mi je bila istražiti i da li je povećanje samog kompleksa dovoljno da se zadovolje potrebe potencijalnih turista ili je ipak potrebno raditi i na drugim sadržajima. Istraživanje koje je provedeno potvrdilo je da turisti koji trebaju usluge lječilišnog turizma uglavnom percipiraju ovu uslugu kroz vezanost za cjelodnevne aktivnosti koje lječilište ima u ponudi i da im je bitno zdravlje prije svih ostalih aktivnosti, ali da postoje i oni koji bi uz ovu ponudu voljeli imati na izbor i neke druge mogućnosti. Bizovac je mjesto koje može pružiti puno više nego što pruža sada. Pomnijom analizom i suradnjom Općine i lječilišta Bizovačke toplice, uz promociju, mogućnost povlačenja sredstava iz EU fondova u svrhu investiranja izgradnje novih kapaciteta i bolje ponude samog mjesta, ustanovilo se da bi lječilišni turizam privukao puno više turista, ne samo onih koji zbog zdravlja moraju doći, nego i onih koji bi ovo mjesto posjetili i kako

bi zdravlje sačuvali. Ljepota prirode, prirodni zdravstveni resursi, zdrava prehrana, prometna povezanost i ljubaznost zaposlenih bogatstvo su koje bi ovom mjestu moglo dati mogućnost razvoja u lječilišnu oazu kontinentalnog ruralnog područja.

Ključne riječi: *zdravstveni turizam, lječilišni turizam, kontinentalni ruralni turizam, Bizovačke toplice*

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA.....	3
3. TURIZAM NEKADA I DANAS	5
4. ZDRAVSTVENI TURIZAM	8
4.1. Pojam i karakteristike zdravstvenog turizma.....	9
4.2. Motivi putovanja.....	11
4.3. Perspektive i nedostaci.....	12
5. LJEČILIŠNI TURIZAM.....	13
6. OBILJEŽJA LJEČILIŠNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	18
7. ODRŽIVI TURIZAM.....	19
8. RAZVOJ TURISTIČKE PONUDE LJEČILIŠNOG TURIZMA U BIZOVAČKIM TOPLICAMA	22
9. KARAKTERISTIKE ISPITANIKA LJEČILIŠNOG TURIZMA I MOTIVI ISPITANIKA ZA KORIŠTENJEM USLUGA LJEČILIŠNOG TURIZMA NA BIZOVAČKIM TOPLICAMA ...	24
9.1. Svrha i cilj istraživanja.....	24
9.2. Instrument i uzorak istraživanja.....	25
9.3. Rezultati istraživanja.....	25
10. ZAKLJUČAK.....	35
11. POPIS LITERATURE	37
12. POPIS ILUSTRACIJA	41

1. UVOD

Zdravstveni turizam i lječilišni turizam u kontinentalnoj Hrvatskoj pojmovi su koji su odavno i jako dobro poznati. Zdravstveni turizam kao oblik specifičnog turizma prepoznat je odavno jer je uvijek postojala potreba za zdravljem i očuvanjem istog. Ljekovita svojstva voda koje izviru iz srca zemlje budila su maštu jer je voda oduvijek budila u čovjeku osjećaj čistoće, zdravlja i pročišćenja. Razvitkom ljudskog roda, njegovom povećanom brigom o zdravlju, ali i povećanom financijskom moći voda više nije bila dovoljna. Čovjek današnjice traži trenutak, ali i mogućnost izbora kako upotpuniti slobodno vrijeme koje je otrgnuo od svakodnevnice. Današnji čovjek više ne zna i ne može se odvojiti od luksuza koji su mu potrebni, pa i kada misli da se opušta u stvari ima potrebu zadovoljiti pojam opuštanja. Nekim ljudima je opuštanje šetnja, nekima plivanje, dok je nekima opuštanje fina hrana, odlazak u shopping centar ili isprobavanje domicilne hrane i pića.

U ovom radu pružit će se uvid u pojam zdravstvenog i lječilišnog turizma, odnosno pokušat će se predstaviti prednosti i nedostaci istih pojmova koji su već dugo prisutni. Zdravstveni turizam u ruralnom području kao okosnica razvoja turizma u Općini Bizovac je motiv koji je pokrenuo izradu rada, odnosno postoji li način i mogućnost da se spriječi daljnja stagnacija ove destinacije i što se može napraviti da se iskoriste resursi koji postoje. Pitanje je da li su kapaciteti smještajnih jedinica koji su postojeći i dovoljni i da li bi samo povećanje kapaciteta smještaja u vidu izgradnje bungalova u sklopu hotela koji bi kao primarnu energiju koristili obnovljivu snagu geotermalne vode povećao broj turista koji bi došli u lječilište Bizovačke toplice.

Dva su glavna dijela od kojih je rad sastavljen, teorijski dio koji je napravljen uz pomoć proučavanja i istraživanja literature i empirijski dio koji se sastoji od rezultata provedene ankete i zaključaka do kojih se došlo. U prvom poglavlju obrađen je pojam specifičnih oblika turizma. Drugo poglavlje daje uvid u turizam nekada i sada, koje su razlike i što se promijenilo kroz povijest. U trećem poglavlju opisan je pojam zdravstvenog turizma, a četvrto poglavlje slijedi kao objašnjenje posebnog oblika zdravstvenog turizma – lječilišni turizam. U petom poglavlju razrađena je tema obilježja lječilišnog turizma u Republici Hrvatskoj. Što je potrebno da bi turizam postao održivi turizam opisano je u šestom poglavlju. Sedmo poglavlje polazišne osnove razvoja turističke ponude lječilišnog turizma u Bizovačkim toplicama uvod je u empirijski dio rada koji je

imao za cilj istražiti na čemu je potrebno raditi kako bi se ovo lječilište pretvorilo u destinaciju koja bi privukla turiste i na koji način je potrebno tu istu destinaciju održavati takvom. U zaključku osvrnut će se na sve što je proučeno kroz literaturu i na rezultate provedenog istraživanja, te će se dati smjernice što je potrebno učiniti i na koji način. Rad će biti upotpunjen popisom literature koja je korištena, popisom slika i grafikona koji su ovaj rad oplemenili vizualnim dojmom i poslužili kao nadopuna već rečenog i navedenog.

2. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA

Prema W. F. Theobald (1994) pruža se uvid u njegovoj definiciji riječi „turizam“ te navodi da je pojam proistekao najvjerojatnije iz dvije riječi, jedna je latinskog podrijetla „tornare“ i druga je grčkog podrijetla „tornos“ što bi u grubom prijevodu značilo kretanje u krugu ili oko neke centralne osi (Šuran, 2016). Ako se zamisli crtanje kruga koje kreće iz jedne točke i završava ocrtavanjem kružnice na istoj toj točki, tada se vrlo jednostavno može protumačiti i pojam turizma. Jednostavno rečeno, to je putovanje sa jedne točke, točke polaska i vraćanje na istu tu točku, točku povratka. Upravo odlazak na neku destinaciju i povratak kući je ono što je glavno obilježje turista koji putovanje koristi u svrhu koja je njemu u tom momentu prioritet, bilo da se isto koristi zbog prikupljanja informacija, zbog razonode, učenja jezika, iz duhovnih razloga ili nekih drugih pobuda. Prema Šimić (1994), turizam se pojavljuje kao djelatnost nove ere koja se razvija radi želja i potreba ljudi da napuste svoje stalno prebivalište na određeno vrijeme te posijete i prožive neka nova iskustva. Turizam se počeo naglo razvijati rastom urbanih dijelova svijeta, te radi toga ljudi žele pobjeći od statičnog i monotonog života.

Prema Čavlek i sur. (2011), naglašavaju se da je u pokušaju definiranja turizma potrebno imati na umu nekoliko činjenica. Ova grupa autora tako navodi da su bitni faktori prostor, odnosno da putovanje treba ići rutama koje su posve drugačije od svakodnevnih kretanja. Zatim, navode vrijeme koje se provodi na putovanju i ono treba biti više od 24 sata i manje od godine dana. Obilježje putovanja mora biti takvo da je provedeno na vlastitu inicijativu i da je potrebno da osoba koja putuje ima spoznaju o povratku na svoju adresu stanovanja, te da to isto putovanje mora imati svoju svrhu, a u ovom slučaju oni navode odmor i rekreaciju (Miljković i sur., 2018).

Za razliku od masovnog turizma koji se javlja u šezdesetim godinama prošlog stoljeća i koji ima obilježja prodaje aranžmana za slobodno vrijeme (Miljković i sur., 2018 prema Poon, 1993) po fiksnim cijenama velikom broju ljudi, a u ponudu su uključeni prijevoznici i hotelijeri koji nude smještaje te veliki turoperator koji takva putovanja osmišljavaju po principu ekonomije velikih brojeva (Miljković i sur., 2018 prema Rabotić, 2013), pojam specifičnih oblika turizma počinje se javljati 1990-ih kao prijevod za pojam koji se koristio u engleskom jeziku *special interest tourism* (Dujmović, 2014 prema Luković, 2008), a isti naziv se u ranom 21. stoljeću pretvara u izraz turizam specijalnih interesa (Dujmović, 2014). Dok masovni turizam ili popularno nazvan *on size fits all* s vremenom poprima negativna obilježja u vidu uništavanja okoliša i uznemiravanja domicilnog stanovništva, u ljudima koji su željni putovanja javlja se razmišljanje o tome da li žele

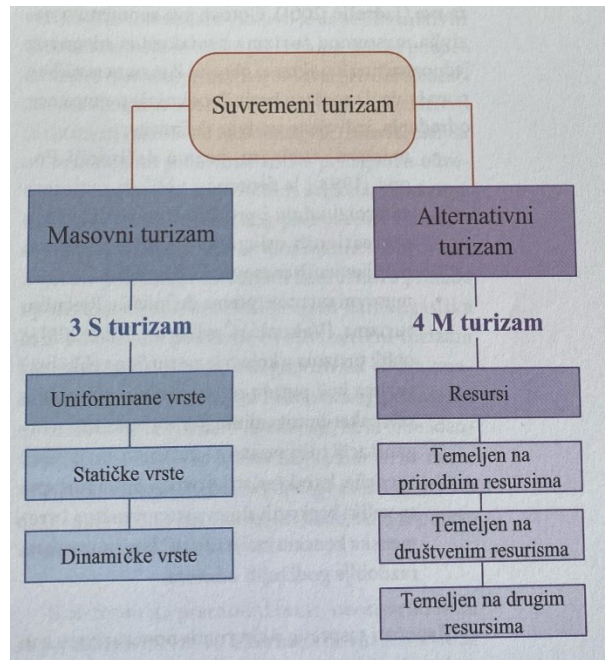
da ih se takvim smatra, da li je to putovanje ispunilo njihova očekivanja i da li je doživljaj odlaska na takvo putovanje učinio nešto na njihovom osobnom rastu (Miljković i sur., 2018).

Specifični oblici turizma javljaju se kao odgovor ljudima koji svoje slobodno vrijeme žele iskoristiti kao dokolicu, jer svaka dokolica je slobodno vrijeme koje je svrhovito i kvalitativno ispunjeno, a u ovom slučaju to je vrijeme koje je ukradeno iz svakodnevnice koja je obilježena brzim i nepredvidivim životnim okolnostima. Ovakav oblik turizma javlja se kao oblik svijesti u ljudima koji sa jedne strane teže ka tome da zaštite okoliš, a sa druge strane imaju potrebu za svojim osobnom dobrobiti u smislu osobnog rasta i osobne socijalne dobrobiti (Miljković i sur., 2018).

Svjetska turistička organizacija (WTO) tako definira da je specifični oblik turizma „...*odraz nove vrijednosti koja uključuje povećanu važnost aktivnosti na otvorenom prostoru, svijest o ekološkim problemima, edukativno napredovanje, estetsko prosuđivanje i napredak društva i samog pojedinca.*“ (Dujmović, 2014. prema Genov, 2008). Specifični oblici turizma privlače sve više ljudi, istomišljenika, koji su motivirani specifičnim potrebama te se ti njihovi interesi svrstavaju u tzv. turističkih niša i njihovih podniša. Turisti postaju sve iskusniji i zahtjevniji, a činjenica je da ovakav oblik turizma privlači manji broj ljudi sve se više javlja potreba za razvojem drugačije i neobične ponude (Dujmović, 2014).

Na Slici 1. pobliže su prikazane glavne razlike između masovnog turizma i alternativnog turizma, točnije rečeno specifičnih oblika turizma. Masovni turizam je zasnovan na modelu tri S turizma koji se sastoji od sunca, mora i pijeska. Takav oblik turizma se najviše osvrće na sezonu koja traje određeni period kroz godinu, te je statičan i ne promjenjiv, u tom slučaju takav oblik turizma ukazuje na velike brojeve, a ne na kvalitetu proizvoda.

Slika 1. Podjela suvremenog turizma



Izvor: Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije, Virovitica, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, str. 55

Alternativni turizam je oblik turizma koji pokušava ublažiti masovni turizam pošto masovni turizam ima veliku štetu na okoliš i samu destinaciju. Alternativni turizam ima nisku sezonalnost, te je temeljen na resursima koji se mogu pronaći u destinaciji, od prirodnih, društvenih do financijskih. Alternativni oblik turizma nastaje iz želja turista koji žele sudjelovati u proizvodu, uživati u ljepoti prirode, upoznati različite kulture te upoznati gastronomiju. Takav oblik turizma ne nanosi velike štete destinaciji i prirodi pošto se razvija organski, te ima ograničen broj ljudi koji mogu primiti navodi Tubić, D u knjizi Ruralni turizam: od teorije do empirije.

3. TURIZAM NEKADA I DANAS

Promatrati pojam turizma kroz povijest vrlo je zanimljivo, jer spoznaja da on nije uvijek bio ono čime se danas smatra navodi na razmišljanje kada i gdje su bili začeci pojave turizma i što se iz današnje perspektive može nazvati turizmom tada i danas. Pojam turizma poznat je već u prijelazu iz 17. u 18. stoljeće kada je putovanje kao takvo bilo moguće samo onima malobrojnima koji su za ista imali financijska sredstva i ta su im putovanja bila u svrhu dodatne naobrazbe. Protok vremena od tada do danas, mnogobrojni zapisi i tumačenja potrebe za putovanjima daju nam uvid

da se turizam kao takav mijenjao i da je kroz tijek vremena poprimao sasvim drugačije dimenzije. Međutim, ono što je svojstveno čovjeku od samog postanka vremena je činjenica da je u korijenima ljudskog roda potreba za društvom drugog čovjeka nešto iskonsko i neiskorjenjivo (Šuran, 2016).

Abraham Maslow je bio poznati psiholog koji je bio začetnik grane psihologije pod nazivom humanistička psihologija. Maslow je hijerarhiju ljudskih potreba podijelio u više grupa, pa tako prvu grupu sačinjavaju fiziološke potrebe kao što su glad, žeđ, toplina umor, izbjegavanje boli. Drugu grupu čine potrebe za sigurnošću kao što su dom, odjeća i potreba za financijskom sigurnošću te zaštita od kriminalnih radnji. Treća grupa odnosi se na potrebu za ljubavlju i pripadanjem, bilo obitelji ili društvu, odnosno onima sa kojima smo u socijalnim kontaktima. Četvrtu grupu ljudskih potreba sačinjava potreba za poštovanjem, odnosno potreba za priznanjem, statusom, pohvalom, prestižem. Peta grupu čini ljudska potreba za samoaktualizacijom. Ova potreba je svojstvena ljudima koji se žele ostvariti na poljima koja su njima bitna, naučiti strani jezik, putovati, istražiti, naučiti svirati glazbeni instrument ili svoja znanja proširiti na poljima umjetnosti, estetike, glazbe (Dujmović, 2014).

Zanemarimo li spoznaju da se turističkim putovanjem smatra odlazak od kuće na više od dvadeset i četiri sata kako bi se boravilo na jednoj ili više destinacija različitim od mjesta stanovanja, svakako je bitno u prvi plan staviti činjenicu turizma kao društvene discipline. Naime, u momentu kada putovanja više ne ovise samo o velikoj financijskoj moći i kada su postala dostupna svima onima koji nisu više živjeli da bi radili, nego su počeli raditi da bi živjeli u prvi plan se promaknula činjenica da turizam utječe na stvaranje novih međuljudskih interakcija i novih društvenih mreža i da time stvara i nova pojedinačna i kolektivna ponašanja (Šuran, 2016).

Od sedamnaestog stoljeća koje se smatra začetkom modernog turizma prema brojnim teoretičarima, pa do današnjih dana puno se toga promijenilo od načina putovanja, organizacije putovanja i ljudi koji su si putovanja mogli priuštiti, ali ono što se ne mijenja je činjenica da svako putovanje oplemenjuje i kulturno obogaćuje svakog čovjeka, da svakom novom spoznajom čovjek raste i proširuje horizonte svoga znanja. (Šuran, 2016).

Koliko je turizam interesantan pojam govori i činjenica da ga proučava mnoštvo disciplina, svaka sa svog stajališta interesa. Ekonomiste interesiraju brojke, zeleni se bave promatranjem koliko masovni turizam utječe na zagađivanje okoliša, psiholozi promatraju ljudske interakcije i kako i na koji način putovanja utječu na ljudsku dobrobit. Postoji još puno različitih disciplina

kojima je interes upravo sam turizam, pa stoga ni ne čudi što je postojala potreba da se definicija turizma i turista kroz vrijeme mijenja i prilagođava trenutnim trendovima.

Turizam kao pojam potrebno je odvojiti od pojma putovanja. Iako turizam sam po sebi podrazumijeva putovanje, on se razlikuje od pojma putovanja na posao koji se nalazi izvan mjesta stanovanja (Miljković i sur., 2018).

Svjetska turistička organizacija turizam definira kroz pojam aktivnosti osoba koje se odlučuju na putovanje izvan svog mjesta boravka iz bilo kojeg razloga na vrijeme koje nije duže od godine dana. Bez obzira što je razlog odlaska na putovanje, rekreacija, zdravlje – prevencija bolesti ili samo liječenje bolesti, zabava i opuštanje itd. posjetitelji se dijele na tri grupe, a to su:

- turisti, posjetitelji koji izbivaju iz svog mjesta boravka jednu ili više noći iz bilo kojeg njima znanog razloga;

- jednodnevni posjetitelji, to su posjetitelji koji izbivaju iz svog mjesta boravka manje od 24 sata, bez noćenja u svrhu zabave, rekreacije, druženja – team buildinga;

- poludnevni posjetitelji, odnose se na pojam jednodnevnih posjetitelja, ali je njihovo vrijeme boravka izvan uobičajenog mjesta stanovanja kraće od tri sata (Miljković i sur., 2018).

Šuran (2016) u knjizi *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: Sociološki pristup* navodi još jednu interesantnu podjelu posjetitelja, te ih on dijeli u dvije grupe, strance i tuđince. Pod pojmom stranca podrazumijeva osobu koja boravi daleko od svog mjesta prebivališta, dolazi iz zajednice koja je drugačija od zajednice koju posjećuje, ali se zadržava u mjestu koje pripada državi u kojoj živi. Drugi pojam je tuđinac i to je osoba koja je izvan mjesta svog boravka i boravi u zemlji u kojoj ne živi.

Ne postoji jedinstvena podjela turizma i nemoguće je istu napraviti prema jasno zadanim kriterijima. Robinson i Novelli (2005) prave podjelu te dijele turizam na masovni i individualni turizam, pri čemu individualni turizam nazivaju turizmom posebnih interesa, turizmom niša ili selektivnim turizmom. U prilog činjenici da je turizam teško razvrstati ide i činjenica da se u zadnje vrijeme pojavljuje novi oblik turizma koji je spoj individualnog i masovnog turizma pod nazivom YO2 Your Own Tour, u čijoj organizaciji sudjeluje agencija osiguravajući prijevoz, smještaj i jednodnevni izlet uz pratnju vodiča, a sve ostale aktivnosti daju se putnicima na izbor (Miljković i sur., 2018).

Kao što je nemoguće napraviti jedinstvenu podjelu turizma tako nije jednostavno napraviti niti podjelu motivacija koje ljudsko biće pokreću i motiviraju da krenu na putovanje. Prema već

spomenutoj hijerarhiji ljudskih potreba ponekad će to biti nedostatak u zadovoljenju neke od potreba ili smanjenje neke neugode ili jednostavno ponovno jačanje samoga sebe kroz neko pozitivno iskustvo prijašnjeg putovanja. Motivacija kao takva javljat će se u čovjeku ovisno o njegovim životnim ciklusima, potrebama, ali i o financijskim sredstvima koje posjeduje. Na putovanjima mogu se sresti svakakvi ljudi od onih koji su cijeli život štedjeli ne bi li si priuštiti putovanje života do onih koji su spremni financijski ući u rizik i zbog prestiža kreditno se zadužiti (Miljković, 2018).

Neovisno o pobudama, životnoj dobi ili očekivanjima, svako putovanje ima svoje lijepe strane ukoliko se odvije na onaj način kako smo to očekivali. Odlazak na nesigurne destinacije povlači za sobom i moguća neugodna iskustva, dok nekima takva putovanja budu putovanja života, iznenadne situacije poput nemira, rata, elementarnih nepogoda ljudima koji su se u tom trenutku zatekli tamo i neizvjesnost povratka pratili iz sata u sat takvo će putovanje biti obilježeno sasvim drugačijim sjećanjima i iskustvima.

Slika 2. Usporedba suvremenog turizma sa turizmom iz prošlosti

TURIZAM U PROŠLOSTI	SUVREMENI TURIZAM
Unificirani masovni turizam	Diferenciran i segmentiran turizam
Prevladava jedna vrsta odmora	Različite vrste putovanja
Turist kao opušten, inertan dokoličar	Dinamičan i aktivan turist
Odmaranje, kupanje, sunčanje kao glavne turističke aktivnosti	Doživljaji i učenje kao glavne aktivnosti
Nemaran odnos prema okolišu	Turist postaje ekološki svjestan
Odmor jednom godišnje	Kraći i češći odmori više puta godišnje
Unificiran paket aranžman	Aranžmani krojeni po mjeri turista

Izvor: Hajdinjak, K. (2017): Ruralni turizam u funkciji ruralnog razvoja, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 7 prema Hendija, Z. (2014): Međunarodni turizam, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, str. 13.

4. ZDRAVSTVENI TURIZAM

Odavno je poznato da je biti zdrav blagoslov i za pojedinca i za društvo, ali isto tako potrebno je biti svjestan i činjenice da je zdravlje resurs koji je potrebno održavati. Svaka država iz razloga blagostanja i sigurnosti socijalnih i gospodarskih prihoda gradi sebi svojstvene strategije kako bi se održala sigurnost zdravlja njezinih građana. Jedna od najpoznatijih i najboljih definicija zdravlja

je upravo definicija Svjetske zdravstvene organizacije iz 1948. godine u kojoj je navedeno da zdravlje nije samo puka odsutnost bolesti i slabosti nego da je zdravlje i psihičko, fizičko i socijalno blagostanje. Pravo na zdravlje jedno je od temeljnih ljudskih prava i kao takvo je nepovredivo i svaka zemlja ima obvezu brinuti o zdravlju svojih stanovnika (Zavod za javno zdravstvo Republike Hrvatske, 2016).

Prema Garcia – Altes, A. (2005) u prilog činjenici koliko je specifičan oblik zdravstvenog turizma iznosi kako je gostu potrebno omogućiti najoskudnije stvari i kako mu je isto tako potrebno osigurati one stvari koje nekom drugom turistu inače nisu potrebne. Potrebno je omogućiti jedinstvena pravila kako bi svaka usluga bila pravilno i profesionalno isporučena. Potrebno je s posebnom brigom raditi na promotivnim aktivnostima kako bi potencijalni turisti vidjeli potrebne sadržaje. Kvalitetu brige treba podići na višu razinu kako bi gosti vjerovali destinaciji u koju su došli. Radnici koji rade sa gostima moraju imati posebne dozvole za rad kako bi znali isporučiti obećan proizvod profesionalno. Potrebno je posjedovati tehnologiju kako bi bili u koraku sa konkurencijom i mogli omogućiti uslugu koja je tek došla na tržište jer se tako stvara najveća konkurentna prednost.

4.1. Pojam i karakteristike zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam pripada u grupu najstarijih oblika turizma. Svojim razvojem, ali i pod utjecajem sve svjesnijeg promatranja blagostanja zdravlja u današnjem društvu ovaj oblik turizma poprima svojstva složenog turističkog proizvoda (Institut za turizam, 2014: 8).

Zdravstveni turizam kao takav podrazumijeva putovanja zbog zdravstvenih ili medicinskih usluga, a obuhvaća slijedeće segmente: medicinski turizam što podrazumijeva liječenje bolesti, operativne zahvate i lijekove, lječilišni turizam ili jednostavno rečeno pojedinačnu brigu svakog čovjeka za svoje zdravlje te brigu za prevenciju i wellness turizam, kombinaciju putovanja te wellness i spa tretmana.¹

¹ Zane.hr, Zdravstveni turizam – golema niša u hrvatskom turizmu , <http://www.zane.hr/wps/wcm/connect/d6d9cab6-5855-4988-9d0df3a69b669364/ZANE+Bilten+0313.pdf?MOD=AJPERES>, (11.10.2023.)

Slika 3. Oblici zdravstvenog turizma i pružatelji zdravstveno turističkih usluga

OBJEKTI UGOSTITELJSKE PONUDE		ZDRAVSTVENE USTANOVE	
Wellness ponuda (hoteli, toplice, centri)	Prirodna lječilišta		Klinike/Bolnice
	Lječilišta	Specijalne bolnice	
Holistički wellness	Holistički wellness	Medicinski wellness	Medicinski wellness
Medicinski wellness	Medicinski wellness	Lječilišni turizam	
Wellness usluge			
	Lječilišne usluge		
		Medicinske usluge	

Izvor: Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, 2014., 8. str.

Za zdravstveni turizam osnovno je obilježje da se stručno i kontrolirano koriste prirodni ljekoviti resursi, te da postupci fizikalne medicine i fizičke aktivnosti budu usmjereni u svrhu održanja i unapređenja fizičkog, psihičkog i duhovnog zdravlja turista, s jasnim ciljem kako bi se poboljšala njegova kvaliteta života (Dujmović, 2014).

Život današnjeg čovjeka užurban je, stresan i nepredvidiv, često povezan sa sjedilačkim načinom života. Teške misli, depresije, pretilost i nesаницe pojave su koje su neposredno utječu na zdravlje kako pojedinca tako i njegove obitelji. Iako je putovanje uvijek bilo rasterećenje i najjači motiv kako bi se razbila svakodnevnica, današnji čovjek zahvaljujući svojim primanjima i informatičkoj dostupnosti može ciljano odlaziti na destinacije koje će mu pružiti upravo onu uslugu koja mu je potrebna (Ivandić i sur., 2015).

Činjenici da je zdravstveni turizam najzastupljeniji na području Europe svakako idu brojna istraživanja koja upućuju na starenje stanovništva. Jedno je takvo istraživanje provedeno u Europi i SAD-u nad generacijom rođenom neposredno nakon drugog svjetskog rata, tzv. baby-boom generacijom. Kada su Cleaver i Muller 2002. godine radili istraživanje utvrdili su da su to tada bili ljudi u dobi od 50-60 godina i da je ova generacija u Engleskoj kontrolirala 80% ukupnog engleskog bogatstva. Budući da su posjedovali znatna financijska osiguranja, a da su bili već u godinama kada su se bojali starenja i bolesti utvrđeno je da su baš ti ljudi bili najveći konzumenti zdravstvenih proizvoda koje nudi zdravstveni turizam, oni su trošili da bi ugodili sebi (Dujmović, 2014).

Iako javno zdravstvo i turistički sektor pričaju različitim jezicima i njeguju posve različitu poslovnu kulturu, ipak imaju zajednički cilj, a on je izgradnja kapaciteta i promicanje fizičkog i

mentalnog zdravlja svojih stanovnika, ali i turista koji će doći (Blake i sur., 2016).

4.2. Motivi putovanja

Motivi koji pokreću čovjeka kada je u pitanju zdravstveni turizam su očuvati zdravlje, spriječiti bolest i ako je već bolest prisutna provesti bolničko liječenje ili bolnički zahvat, odnosno cilj je ili sanirati neku bolest ili popraviti ukupno psihofizičko stanje, što u globalu znači da su jednako važni i psihički i tjelesni tretmani (Dujmović, 2014).

Prema istraživanju Instituta za turizam (2018) najčešći motiv putovanja u inozemstvo u potrazi za uslugama zdravstvenog turizma je osigurati si onu uslugu koja na domaćem tržištu nije dostupna, uslugu koja nije pokrivena nacionalnim zdravstvenim osiguranjem ili ako su za istu uslugu dugi redovi čekanja. Čovjek 21. stoljeća svjestan činjenice da je izgled presudan za prihvaćanje društva i okupiran informacijama koje su mu dostupne shvaća da je spreman prihvatiti sve novosti koje mu se pružaju na poljima koje mu nudi zdravstveni turizam. Ovaj čovjek ugađa sebi, osim ako se ne radi o prijeko potrebnoj usluzi kada je u pitanju zdravlje (Institut za turizam, 2014: 7).

Najčešći motivi putovanja u svrhu zdravstvenog turizma su nužni medicinski zahvati koji iziskuju da ih čovjek sam plati jer nisu pokriveni zdravstvenim osiguranjem ili ih država u kojoj žive ne pruža, ponekad vrijeme igra značajnu ulogu u potrebi pa lista čekanja nije opcija ili je zahvat u drugoj zemlji puno financijski povoljniji i provjeren, a jedan od razloga je i nepovjerenje u vlastiti zdravstveni sustav. U istraživanju Instituta za turizam je tako navedeno da u Velikoj Britaniji, Njemačkoj i Italiji najčešće zdravstvene usluge koje se traže u drugim destinacijama su usluge stomatologije, estetskih zahvata, skidanja dioptrije, te usluge liječenja prirodnim ljekovitim sredstvima kao što su blato, more, klima, termalne vode (Institut za turizam, 2014: 7 – 8).

Na žalost, Republika Hrvatska uz sve svoje prednosti koje ima, nije dovoljno prepoznata kao zemlja u koju bi se putovalo zbog zdravstvenog turizma. Iako je sigurna zemlja, povezana sa svijetom sa svim prijevoznim sredstvima, članica Europske unije, iako su usluge dostupne i povoljne za građane zemalja koje imaju bolja primanja, te posjeduje prirodna bogatstva u vidu mora, klime, toplica, zdravstveni turizam kao takav nije dovoljno zastupljen. More i morska klima jesu proizvod koji se najbolje prodaje, ali nedostaje interes i znanje u agencijama za organizaciju putovanja za ponudu kontinentalnih proizvoda poput ljekovitih toplica u ruralnim krajevima Republike Hrvatske (Institut za turizam, 2014: 7 – 8).

4.3. Perspektive i nedostaci

Prostor Republike Hrvatske bogat je prirodnim resursima, osim mora i morske klime, postoji još niz drugih faktora koji bi uvelike mogli poboljšati turističku ponudu, a posebno ponudu zdravstvenog turizma. Međutim, postoji snažno nerazumijevanje između onih koji ponudu kroje i onih koji svojim novcima plaćaju. Naime, zaboravlja se činjenica da je nekada davno zdravstveni turizam u Republici Hrvatskoj bio preteča svim drugim oblicima turizma. Dragutin Alfier poznati turistički teoretičar često je navodio da su liječenje i turizam skoro kao sinonimi, jer turizam kao takav je uvijek za cilj imao zdravstvenu funkciju (Ivanišević, 2001).

Svjedoci smo kako se turistička ponuda Republike Hrvatske svela na turistička putovanja koja se čine kao bijeg iz svakodnevnice. Zabava, sunčanje i kupanje postali su sinonimi odmora. Osim što takav vid turističkog putovanja ima učinak da se turista vraća svojoj kući umorniji nego što je došao on ima za učinak da se ruši prava slika zemlje, odnosno da Republika Hrvatska gubi svoj identitet po kojem se razlikuje od ostalih sredozemnih zemalja (Vlahović, 2000).

Kada se turizam promatra iz perspektive brige za zdravlje tada slika hrvatske turističke ponude izgleda sasvim drugačije. Današnji čovjek je sve više zaokupljen brigom za zdravlje i proširivanjem svojih kulturoloških horizonata te takvi pojedinci teže odmoru i putovanju gdje će doći do susreta duhovnih, fizičkih i psihičkih segmenata. Iz tog razloga nameće se potreba stvaranja aranžmana koji mogu odgovoriti na ove potrebe, ali da bi programi postigli cilj potrebno je u njih uključiti interdisciplinarni pristup, odnosno pristup više stručnjaka na svojim područjima. Iznimno je važno uključiti razne segmente kao što su medicina, kultura, umjetnost, nutricionizam ili jednostavno rečeno turistička ponuda zdravstvenog turizma treba uključiti sve ono što je po mjeri čovjeka (Ivanišević, 2001).

U strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine kao osnovni nedostatak turizma u Republici Hrvatskoj naveden je problem najizraženije sezonalnosti među mediteranskim zemljama. Isto tako jedan od planova i ciljeva održivog razvoja turizma Republike Hrvatske je povećati ponudu kvalitetne zdravstvene infrastrukture, povećati ulaganja u smještaje, kvalitetu zdravstvenih usluga i u oglašavanje kako bi se problem sezonalnosti umanjio i kako bi se povećala dodana vrijednost, a time i razvoj turizma u unutrašnjosti, ali bi se na taj način očuvala i sigurnost radnih mjesta u turizmu (Ministarstvo turizma i sporta, 2022: 30 – 33).

5. LJEČILIŠNI TURIZAM

U Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske navedeno je da je zdravstveni turizam specifičan proizvod koji ima više specijaliziranih sadržaja i usluga, te da je osnovni motiv putovanja koji za cilj ima korištenje usluga ovog vida turizma unapređenje zdravlja i bolja kvaliteta života. Zdravstveni turizam dijeli se na tri podvrste, a to su:

- wellness turizam – podijeljen u dvije podvrste medicinski wellness i holistički wellness. Medicinski wellness podrazumijeva provođenje zdravstveno-preventivnih programa sa ciljem kako bi se prevenirale bolesti i kako bi se unaprijedilo postojeće zdravstveno stanje. Prilikom provođenja medicinskog wellnessa potreban je multidisciplinarni pristup svih struka koje u svojim znanjima doprinose tome da se čovjek bolje osjeća i da u budućnosti svjesno brine o svom zdravlju, pa tako taj multidisciplinarni tim čine liječnik, kineziolog, nutricionista, fizioterapeut i drugo stručno osoblje gdje svatko iz svoje struke pridonosi znanjem koje ima. Holistički wellness odnosi se na programe koji u svom sastavu imaju ostalu ne-medicinsku ponudu.

- medicinski turizam – turizam kojem je glavni pokretač posjeta medicinskim ordinacijama, klinikama i poliklinikama potreba za boljom zdravstvenom zaštitom koju im ne pruža vlastiti zdravstveni sustav poput skupih zahvata, dugih lista čekanja ili jednostavno nemogućnost obavljanja istog zahvata u zemlji kojoj pripadaju.

- lječilišni turizam – motiv za putovanje ovog oblika je odlazak u lječilišta ili specijalne bolnice gdje podvrgnuti kontroliranom korištenju prirodnih ljekovitih činitelja i uz fizikalnu terapiju turisti obnavljaju svoje psiho-fizičke sposobnosti u klimatskim, morskim i topličkim lječilištima (Institut za turizam, 2014: 8).

Pojam lječilišnog turizma vezan je uz aktivnosti kojima je primarna aktivnost liječenje i prevencija različitih bolesti i bolesnih stanja, oporavak i sprječavanje bolesti uz stručnu primjenu ljekovitih činitelja i postupaka fizikalne medicine i rehabilitacije (Dujmović, 2014).

Lječilišni turizam tako utječe na stvaranje grupe onih pojedinaca koje prepoznaju njegove blagodati u smislu sprječavanja ili prevencije onih čimbenika koji mogu ugroziti zdravlje, bilo da su oni već prisutni ili se tek mogu dogoditi, a sve to uz prirodne ljekovite činitelje. Republika Hrvatska je zemlja koja obiluje resursima prirodnih ljekovitih činitelja i zbog toga je vrlo bitno znati ih iskoristiti u vremenima kada briga za zdravlje postaje prioritet u cijelom svijetu (Musliu i sur., 2015).

Iskonska je veza između čovjeka i prirode, oduvijek je čovjek u prirodi pronalazio hranu, vodu i prirodne lijekove kojima je liječio svoje tijelo od raznih bolesti. Daleko u prošlosti o čemu svjedoče i brojni dokazi ljudi su vjerovali u blagodati toplih izvora vode. Mnoge toplice u Europi, a i u Hrvatskoj doživjele su svoje preporode još u rimsko doba kada je boravak u istima bio namijenjen onima koji su svojim boravkom naglašavali svoj status u društvu. Danas tome nije tako jer je blagodati odmora i kupanja u toplim vodama zamijenio trend medicinskog liječenja i nagli razvoj kliničkih znanosti.

Svoj procvat ljekoviti činitelji doživljavaju u 18. stoljeću od kada se razvijaju balneologija (balneum-kupelj, logos-znanost) i klimatologija (klima-nagib, logos-znanost), znanosti koje proučavaju prirodne ljekovite činitelje mora, kopna i atmosfere, odnosno kakav utjecaj imaju na zdravi i bolesni organizam (Ivanišević, 2001).

Slika 4. Tablica podjele prirodnih ljekovitih čimbenika

Klimatski	Morski	Toplični (balneološki)
promjena klimatskog mjesta	klima	termomineralne vode
klimatska počela i činitelji	čistoća zraka	peloidi
klimatski postupci	morska voda	naftalan
čistoća zraka	alge	klima
sunčevo zračenje	biljni pokrov	čistoća zraka
morski činitelji	šetnice i staze	biljni pokrov
kraške špilje	sunčevo zračenje	šetnice i staze
rudnici soli	pijesak	sunčevo zračenje
	solanski peloid	
	morski peloid (liman)	

Izvor: Gržinić, J. (2019): Uvod u turizam – pojmovi i konceptijski okvir. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 174.

Medicina razlikuje tri načina liječenja prema vrsti korištenja prirodnih ljekovitih činitelja, koji uz primjerene lječilišne uvjete utječu na bolesti i na rehabilitaciju bolesne osobe. Lječilišni uvjeti koji su potrebni za optimalnu primjenu prirodnih ljekovitih činitelja su dnevni raspored koji se odnosi na raspored obroka, liječenja, odmora i slobodnog vremena, zatim zdrava ili po potrebi dijetalna prehrana, isključivanje pušenja, konzumiranja alkohola i drugih štetnih navika, jutarnja tjelovježba, boravak na čistom zraku, društveni programi te isključenje buke i zagađenja zraka (Ivanišević 2001).

Prvi način liječenja je klimatoterapija gdje dozirani klimatski podražaji izazivaju reakcije organizma i time ljekovito djeluju na njega. Talasoterapija, marinoterapija ili morsko liječenje drugi je način korištenja ljekovitih činitelja u liječenju, a koristi se na način da se primjenjuju prirodni činitelji svojstveni moru i primorju u zdravstvene svrhe. Treći je oblik balneoterapija, kod primjene prirodnih činitelja u ovom obliku koristi se mineralna voda, poleoid i naftalan u ljekovite svrhe (Ivanišević 2001).

Ako se promatra način razmišljanja današnjeg čovjeka tada je vidljivo da je suvremeno vrijeme donijelo velike promjene u percepciji razmišljanja o zdravlju. Zdravstveni, pa tako i lječilišni turizam poprima oblike masovnog odmora, a na tu činjenicu utjecali su brojni razlozi:

- demografske promjene – bolja zdravstvena zaštita i kvalitetniji život utječu na produženje životnog vijeka. Svjedoci smo porasta broja osoba treće životne dobi, dok sa druge strane demografske promjene u pogledu pada nataliteta imaju za rezultat bolje promišljanje o svom zdravlju. Dok su nekada mlađi članovi obitelji brinuli o osobama starije životne dobi u zajedničkim domaćinstvima, danas je taj trend prekinut i svatko se brine sam za sebe.

- ekonomske promjene – pojava tzv. srednje klase ljudi koji si mogu svojim prihodima priuštiti putovanja u svrhu poboljšanja i očuvanja zdravlja.

- životni stil – nezdrava prehrana, preveliki stres, nesanica, psihološki problemi bolesti su čovjeka današnjice i vremena u kojem taj isti čovjek živi, radi, podiže djecu, stambeno se zbrinjava, otplaćuje kredite i preživljava (Institut za turizam, 2014: 17).

Da zdravstveni, pa tako i lječilišni turizam u Europi ima svoju budućnost vidljivo je iz nekoliko pokazatelja koji će utjecati na nove oblike pojavnosti:

- demokratizacija potražnje i specijalizacija proizvoda – blagodati tople vode i holistički pristup pojedincu neće biti rezerviran samo za osobe starije životne dobi, nego će biti usmjeren i na osobe mlađe životne dobi kojima će se nuditi tretmani poput lifestayl programa, detox programa i cjelokupna revitalizacija tijela i duha.

- osiguravajuća društva – po principu bolje spriječiti nego liječiti, osiguravajuća društva će u svojim ponudama davati prvenstvo zdravstvenoj preventivi jer ona ima znatno manju cijenu nego što ima liječenje.

- brendiranje ponude – kako bi se istaklo u sve brojnijoj konkurenciji bit će potrebno brendirati proizvod i destinaciju kako bi bila prepoznatljiva.

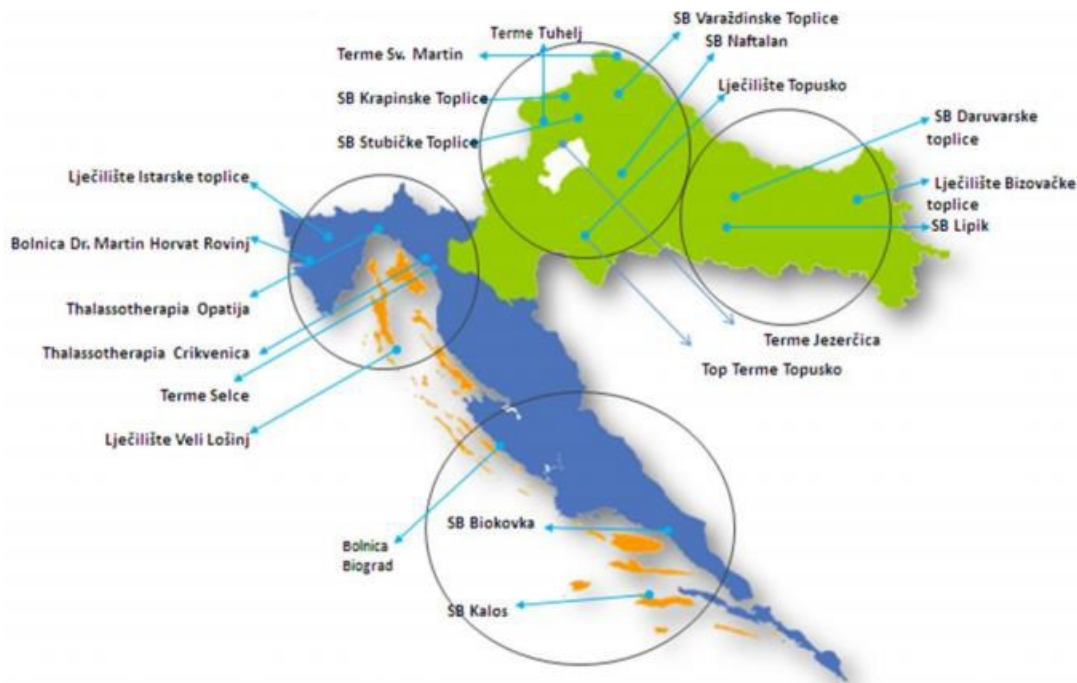
- tehnološke inovacije – svjesnost o napretku tehnologije i stalnim novijim i boljim pristupima ići će zajedno sa potrebom ulaganja u istu, kao i potrebom o edukaciji osoblja koje je zaposleno u ustanovama koje će pružati zdravstvene i lječilišne tretmane.

- autentičnost – iako lječilišni turizam još uvijek nije poprimio oblike masovnog turizma, ne znači da u skoroj budućnosti do toga neće doći, zato je vrlo bitno da se sačuva identitet destinacije, odnosno da se sačuvaju hrana, okoliš i ljekoviti činitelji koji ovu destinaciju čine onakvom kakva je sada i u budućnosti.

- okolišna osjetljivost – briga svih, i lječilišne destinacije i onih koji će doći treba biti briga o okolišu, sačuvati što više, ne uništavati, nego stvoriti nove vrijednosti (Institut za turizam, 2014: 17). Primjer okolišne osjetljivosti može biti i izgradnja novih stambenih kapaciteta u vidu naselja bungalova u lječilištu u Bizovcu gdje voda na izvorištu postiže toliku temperaturu da se za potrebe liječenja rashlađuje, a za potrebe grijanja i hlađenja stambenih jedinica to ne bi bilo potrebno.

Budućnost razvoja zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj su zaposlenici koji svojim znanjima i kvalitetnim radom osiguravaju zadovoljstvo turista koji je dobio kvalitetu za uložena novčana sredstva. Prirodna bogatstva i ekološki sačuvani prostori, vode bogate ljekovitim svojstvima, more, klima, hrana uzgojena na prirodan način i sigurnost destinacije esencija su naše turističke ponude zdravstvenog, pa tako i lječilišnog turizma. Iz godine u godinu u Republici Hrvatskoj bilježi se porast broja kreveta u lječilištima i bolnicama za medicinsku rehabilitaciju. Tako je 2022. godine u ovim ustanovama ukupno registrirano 4360 kreveta. I broj medicinskog i nemedicinskog osoblja također je u porastu, pa je 2022. godine ukupno bilo zaposleno 3477 ljudi. Služba za zdravstveni turizam Ministarstva zdravstva je u svrhu razvoja zdravstvenih ustanova – specijalnih bolnica za medicinsku rehabilitaciju i lječilišta pripremila projekte u vrijednosti 163.034.313,25 € bez PDV-a (203.792.891,56 € s PDV-om) (Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske, 2022: 5).

Slika 5. Termalne (SPA) i lječilišne destinacije u Hrvatskoj



Izvor: Institut za turizam, Katalog projekata zdravstvenog turizma, 2022., dostupno na <https://zdravlje.gov.hr/UserDocsImages//2017%20dokumenti%20razni//Katalog%20projekata%20zdravstvenog%20turizma.pdf>, str.2.

Kao što je vidljivo iz slike Republika Hrvatska cijelom svojom površinom obiluje zdravstvenom turističkom ponudom. Zdravstvena lječilišta su najzastupljenija u kontinentalnom dijelu. Iako brojna od njih imaju i dugu tradiciju svoga postojanja, pa i ako lječilišni i zdravstveni turizam imaju tendenciju porasta broja posjetitelja potrebno je još puno učiniti kako bi neke od tih destinacija zauzele mjesto koje im pripada.

Slika 6. Pružatelji usluga zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj

OBJEKTI UGOSTITELJSKE PONUDE		ZDRAVSTVENE USTANOVE	
Wellness ponuda (hoteli, toplice)	Prirodna lječilišta		Klinike/ Bolnice
	Lječilišta ⁴	Specijalne bolnice ⁵	
Hoteli: – Oko 80 hotela s wellness sadržajima Toplice (sa smještajem): – Terme Tuhelj – Terme Jezerčica – Terme Sveti Martin – Toplice Lešće	– Lječilište Topusko – Top Terme, Topusko – Bizovačke Toplice – Veli Lošinj – Istarske Toplice	– Varaždinske Toplice – Stubičke Toplice – Krapinske Toplice – Daruvarske Toplice – Lipik – Naftalan, Ivanić Grad – Thalassotherapie, Opatija – Thalassotherapie, Crikvenica – Kalos, Vela Luka – Biokovka, Makarska	Javne zdravstvene ustanove: – Klinički bolnički centri (5) – Kliničke bolnice (3) – Klinike (5) – Opće bolnice (20) – Poliklinike Privatne zdravstvene ustanove: – Oko 800 subjekata; Veći: – SB Sv. Katarina – SB Akromion – SB Dr. Nemeč – Klinika Magdalena – Poliklinika Medico

Izvor: Republika Hrvatska, Ministarstvo turizma, Institut za turizam, Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma 2014, dostupno na

https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf str.7.

6. OBILJEŽJA LJEČILIŠNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Godine 2019. Institut za turizam objavio je publikaciju Stavovi i ponašanja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, a istraživanje je provedeno preko agencije Tomas u 2018. godini, u periodu od srpnja do prosinca. Istraživanje je provedeno na sva tri segmenta potražnje zdravstvenog turizma, na wellness, medicinskoj i lječilišnoj razini. Za potrebe istraživanja koristile su se metode strukturiranog upitnika, te metoda intervjua. U području lječilišnog turizma ispitano je 793 korisnika lječilišnih usluga, a uključeno je bilo 10 toplica i specijalnih bolnica (Institut za turizam, 2019: 7).

Prema podatcima koji su dostupni nakon istraživanja utvrđeno je da u segmentu lječilišnog turizma prevladavaju domaći gosti, nešto manje gosti iz Austrije i Italije. Prosječna dob korisnika lječilišnog turizma je 58 godina, dok grupa ljudi 56+ preferira ovakvu ponudu, te da su domaći gosti stariji od inozemnih gostiju. Najbrojniji su gosti sa srednjom stručnom spremom ili su nižeg stupnja obrazovanja, dok je među inozemnim gostima najviše onih sa fakultetom. Dok domaći gosti u prosjeku imaju primanja do 2000 €, među inozemnim gostima su oni koji u prosjeku imaju primanja veća od 3000 €. Skoro polovica korisnika lječilišnih usluga koristi iste jednom godišnje,

a jedan dio ih ističe da to ponavljaju i 2-3 puta godišnje. Primarni razlog dolaska domaćim turistima je fizikalna terapija, zatim rehabilitacija i relaksacija, dok inozemni gosti više navode kao razloge svoga dolaska relaksaciju, kozmetičke tretmane i dijagnostiku, te manje polažu na razloge koji prevladavaju kod ljudi iz Hrvatske. Većina turista u lječilišni destinaciju dolazi osobnim automobilom, a najviše domaćih gostiju ističe da dolaze po preporuci liječnika. Domaći turisti najviše rezerviraju dolaske na način da direktno kontaktiraju lječilište, dok inostrani gosti napominju da koriste usluge agencija. Korisnici u prosjeku borave 12 noćenja i većina i domaćih i stranih gostiju ističu da u ovom vidu zdravstvenog turizma žele biti u hotelu ili u drugim oblicima objekata smještenim neposredno uz lječilište. Iz ankete je također vidljivo da ovakvi turisti u prvi plan stavljaju aktivnosti poput plivanja i šetnji, a tek onda su im bitni obilazak, poznate destinacije, restorani i trgovine. Najveće zadovoljstvo izražavaju u ocjenjivanju stručnosti osoblja, ljubaznosti osoblja, pridržavanju vremena tretmana i kvaliteti tretmana. Iako inozemni gosti imaju veću kupovnu moć i mogu si puno više priuštiti nego domaći gosti i jedni i drugi ističu da bi preporučili prijateljima i rođacima da posjete ove destinacije (Institut za turizam, 2019: 8).

7. ODRŽIVI TURIZAM

Budući da je Republika Hrvatska izložena najvećoj sezonalnosti turizma u Europi potrebno je veću potenciju staviti na razvoj održivog turizma kako bi se izbjegli negativni utjecaji koje ovakav turizam nanosi. Ministarstvo turizma i sporta je 2021. godine objavilo Stratešku studiju utjecaja na okoliš (Ministarstvo turizma i sporta, 2021: 1). Ova je strateška studija nastala vezano za dokument Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Zakonom o zaštiti okoliša (NN 80/13, 153/13, 78/15, 12/18, 118/18) ova je strategija bila potrebna u svrhu procjene vjerojatno značajnih utjecaja na okoliš koji mogu nastati provedbom Strategije o razvoju održivog turizma do 2030. godine, odnosno da se planovi i programi koji su u navedenom dokumentu predloženi moraju slagati sa činjenicom da je potrebno zaštititi okoliš, prostor i klimu (Ministarstvo turizma i sporta, 2021: 6).

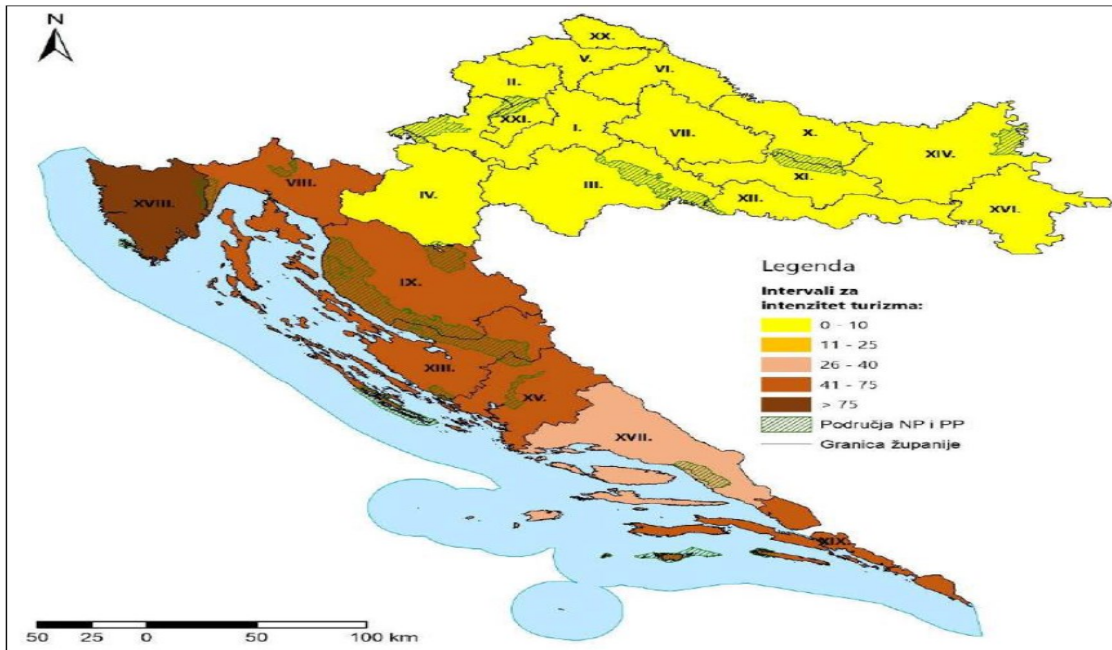
U Republici Hrvatskoj prisutan je model turizma u kojem je 92,5% svih smještajnih kapaciteta na području Jadranske obale što za sobom nosi negativne posljedice na taj prostor, te ta područja nisu održiva niti društveno niti okolišno. Stoga je jedan od prioritarnih ciljeva u turističku ponudu uključiti slabije razvijena područja te tako smanjiti opterećenja na Jadranskoj obali za

vrijeme sezone. Stavlja se potencija da se zajedno sa ostalim sektorima, npr. sa ribarstvom i poljoprivredom ide ka tome da se razvijaju posebni oblici turizma (Ministarstvo turizma i sporta, 2021: 25).

Osim utjecaja na okoliš, prostor i klimu kada se govori o održivom turizmu posebno se stavlja pažnja i na sezonalnost poslova. Naime, već dugo je poznato da rad u sezoni nije rješenje za cijelu godinu. Radna snaga, a posebno mladi ljudi odlaze na druge sigurne destinacije gdje imaju stalnost posla, odnosno prihode koji im omogućavaju život i egzistenciju kroz cijelu godinu. Svjedoci smo silne potražnje za radnom snagom kada počinje sezona i smanjivanjem broja nezaposlenih na burzi rada, dok sa prestankom sezone slika poprima sasvim drugačije oblike. Osim nedostatka radne snage javlja se i problem kvalitete radnika u ugostiteljstvu. Razvijanjem strategije održivog turizma potencija bi se stavila na školovanje ljudi i stalne edukacije jer bi im posao bio siguran kroz cijelu godinu i ne bi bilo potrebe za razvijanjem naziva i zapošljavanja osoba pod nazivom „stalni sezonac“ (Ministarstvo turizma i sporta, 2021: 27).

Turizam u Republici Hrvatskoj ima veliki udio u BDP-u, stoga je potrebno svim sredstvima tražiti napredak u ostvarivanju dodanih vrijednosti kako bi se otkrilo kako i na koji način se mogu iskoristiti manje zastupljeni resursi. Kontinentalna Hrvatska bogata je termalnim, geotermalnim i mineralnim nalazištima, međutim resursi kojima raspolaže i koji su preduvjet za razvoj svih oblika zdravstvenog turizma nisu dovoljni ukoliko se ne uloži u infrastrukturu, promociju, dodatne smještajne kapacitete i školovanje ljudi te je iz tog razloga potrebno riješiti probleme domaćeg zdravstvenog sustava, kvalitetne zdravstvene infrastrukture i usmjeriti se na povećani dotok investicija i na proaktivni razvoj koji treba biti usklađen između svih ključnih dionika (Ministarstvo turizma i sporta, 2021: 172).

Slika 7. Intenzitet turizma u Hrvatskoj (izražen po stanovniku županije) 2016. god.



Izvor: Ministarstvo turizma i sporta – Strateška studija utjecaja na okoliš, 2021., dostupno na https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/220721_strategija_spuo_2030.pdf, str.

128

Da bi se ostvario projekt održivog turizma potrebno je odrediti prihvatni turistički kapacitet pojedine destinacije. Pod prihvatnim ili nosivim kapacitetom smatra se „...maksimalni broj turističkih korisnika koji istodobno posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja prostorno-fizičkog, biološkog, ekonomskog, društveno-socijalnog i kulturnog okoliša, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetitelja. Stoga je određivanje prihvatnog turističkog kapaciteta destinacije, koji će u obzir uzeti i svu potrebnu infrastrukturu za boravak turista (promet, vodoopskrba i odvodnja, gospodarenje otpadom, energetika...) prioritet kod planiranja razvoja novih i unaprjeđenja postojećih turističkih destinacija.” (Ministarstvo turizma i sporta, 2021: 282).

8. RAZVOJ TURISTIČKE PONUDE LJEČILIŠNOG TURIZMA U BIZOVAČKIM TOPLICAMA

Ugostiteljstvo je od pamtivijeka, od antičkog doba od kada datiraju prvi zapisi, pa sve do današnjih dana temelj i preduvjet razvoja turizma. Pružiti sigurnost smještaja, hrane i pića oduvijek je bila bit ugostiteljstva, od početaka putovanja do danas kada putovanja zahtijevaju puno više, pa i bolji smještaj (Ćorluka, 2015). U ugostiteljstvu se stalno bilježi tendencija rasta, a kada je u pitanju globalnost i snaga ove djelatnosti o njoj svjedoči činjenica da je najviše globalnih korporacija upravo u hotelijerstvu (Čavlek i sur., 2011). Hotelijerstvo kao takvo može se svesti na definiciju gospodarske djelatnosti, ono je glavna komponenta ugostiteljstva, a za osnovnu djelatnost ima ponudu usluge smještaja i ostale usluge sa svrhom zadovoljenja potreba i motiva gostiju. Hotelijerstvo je zajednički naziv za sva poduzeća koja gostima pružaju uslugu smještaja i druge usluge koje gosti kao turisti traže (Vritprah i Pavelić, 2005). Hotelijerstvo nije samo usluga kojom se zadovoljava potreba gosta za smještajem, hranom, pićem i drugim turističkim uslugama nego je i proizvod koji se na tržištu nudi sa ciljem ostvarivanja profita kojim si uprava i radnici plaćaju određene životne standarde (Cerović, 2003).

Hotelske se usluge nude izravno, osobno, one se koriste tamo gdje ih se prodaje i na mjestu prodaje se i proizvode. Hotelske usluge nude se na mjestima gdje za istima postoji potreba, tako da po principu potražnje se locira i mjesto gdje će objekt koji ispunjava potražnju i nastati. S obzirom na lokaciju ugostiteljskog objekta – hotela možemo razlikovati gradske hotele, hotele za odmor, lječilišne hotele i druge (Ćorluka, 2015).

Kada je u pitanju ponuda i potražnja za turističkim uslugama koje nudi pojedina destinacija ona uvelike ovisi o preferencijama samog turista, naime turist prema svojim potrebama bira turističku destinaciju, a zatim bira i smještajnu opciju unutar odabrane turističke destinacije na osnovu svojih preferencija (Kim, 2010).

Prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine HOTELI (NN 56/2016) članak 27 objekti se sukladno ugostiteljskim uslugama razvrstavaju na hotel baština (heritage), difuzni hotel, aparthotel, turističko naselje, turističke apartmane, pansione, integralne hotele, lječilišne vrste: lječilišni hotel baština, lječilišni hotel, lječilišni aparthotel, lječilišno turističko naselje, lječilišni turistički apartmani, lječilišni pansion, lječilišni difuzni hotel i lječilišni integralni hotel te na hotele posebnog standarda kao što su Hotel business, Hotel meetings, Hotel congress, Hotel club, Hotel casino, Hotel holiday resort, Hotel

coastal holiday resort, Hotel family, Hotel small & friendly, Hotel senior citizens, Hotel health & fitness, Hotel wellness, Hotel diving club, Hotel motel, Hotel ski, Hotel za osobe s invaliditetom i Hotel bike.²

U Bizovcu i Bizovačkim toplicama evidentan je nedostatak kvalitetnih smještajnih kapaciteta. Međutim, već duže vremena ovakvo je stanje „normalno“ i ne poduzimaju se ozbiljne akcije kako bi se istražilo tržište i napravila promocija ove destinacije sa ciljem procjene da li bi povećanje kapaciteta utjecalo na dolazak većeg broja turista i da li bi povećanje broja turista utjecalo i na povećanje ponude u samom mjestu Bizovac. U prilog tome ide i činjenica da Bizovac osim aktivnih izvora geotermalne vode posjeduje i velike količine iste te vode koja neiskorištena leži pod površinom jer nema potrebe da se ista traži i iskopava.

Geotermalna energija je unutrašnja pohranjena energija u velikim termalnim masama zemljine kore, plašta i jezgre. Unutarnji energetske tokovi od vrućih područja u dubinama prema površini nazivaju se geotermalni energetske tokovi. Temperatura zemljinog plašta povećava se s povećanjem dubine u skladu sa zakonima provođenja topline te tako da energetske sadržaj po jedinici materijala raste s dubinom. Povećanje temperature po jedinici dubine naziva se geotermalni gradijent. Stoga, što je veća temperatura medija koji prenose unutrašnju energiju na površinu u određenom području, to je izvjesnija proizvodnja geotermalne energije.³ Istraživanjima koja su provedena utvrđeno je da su u ispitivanom području kontinentalne Hrvatske geotermalna nalazišta s obzirom na vrijednost geotermalnog gradijenta odlična, a posebno u Osječko-baranjskoj županiji te je moguće detektirati srednji potencijal, a nalazišta s temperaturama od 90 °C imaju odličan potencijal. Ovo područje nalazi se u prostoru bivšeg Panonskog mora, a najbolji primjer iskorištavanja geotermalne energije u Osječko-baranjskoj županiji je Bizovac gdje se termalna voda koristi za grijanje i toplice. U jedinom geotermalnom nalazištu koje radi u Osječko-baranjskoj županiji (Bizovac), dominira turističko korištenje te osim mnogih bušotina izbušenih za potrebe traženja nafte i prirodnog plina, postoji nekoliko testnih bušotina koje daju pozitivne

² Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine HOTELI (NN 56/2016) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html

³ Program suradnje Mađarska-Hrvatska 2014-2020., Prekogranična regija, gdje rijeke spajaju, a ne razdvajaju. Obnovljivi izvori energije i energetska učinkovitost za ruralna područja. https://bib.irb.hr/datoteka/984785.rures_cro_final_2018_12_24.pdf str. 54.

rezultate što kao rezultat u budućnosti može uspostaviti nove geotermalne udaljene sustave grijanja u Osječko-baranjskoj županiji.⁴

Iz navedenog vrlo je lako zaključiti da bi od neiskorištenih kapaciteta geotermalne vode koristili imali mnogi, Bizovac, Bizovačke toplice, pa i sama Osječko-baranjska županija. Nije prošlo previše godina otkako se pričalo da će se cijelo selo grijati na geotermalnu vodu, ali se do danas ništa od toga nije iskoristilo. Dok Europska Unija zagovara obnovljive izvore energije i ulaže silna financijska sredstva u iste, ovdje ne postoji ni volja ni želja da se nešto promjeni i učini na planu razvoja ovog dijela Slavonije koji ima dugu tradiciju lječilišnog turizma.

9. KARAKTERISTIKE ISPITANIKA LJEČILIŠNOG TURIZMA I MOTIVI ISPITANIKA ZA KORIŠTENJEM USLUGA LJEČILIŠNOG TURIZMA NA BIZOVAČKIM TOPLICAMA

U radu je prikazan zdravstveni turizam i njegov posebni dio – lječilišni turizam. Nakon što je istraženo kroz literaturu što je pojam zdravstvenog turizma i što podrazumijeva lječilišni turizam te koje su njegova obilježja, u empirijskom dijelu rada obuhvaćeni su rezultati vlastitog istraživanja koje je provedeno sa ciljem kako bi se utvrdilo koje su karakteristike ispitanika za korištenjem lječilišnog turizma te koji su motivi ispitanika za korištenje lječilišnog turizma specifično na Bizovačkim toplicama.

9.1. Svrha i cilj istraživanja

Svrha provedenog istraživanja bila je utvrditi koje su karakteristike ispitanika za korištenjem usluga lječilišnog turizma te koji su mogući motivi koji pokreću ispitanike kako bi koristili ponude i usluge ovog specifičnog pod oblika zdravstvenog turizma, u ovom slučaju specifično na Bizovačkim toplicama. Bitno je primijetiti da druga dva pod oblika zdravstvenog turizma, medicinski i wellness turizam u puno segmenata su drugačiji vidovi turizma u odnosu na lječilišni turizam. Dok u wellnessu čovjek opušta duh i tijelo, u medicinskom „popravlja“ ono što mu priroda nije dala i nagradila ga kvalitetom, lječilišni dio turizma je turizam koji se bazira na

⁴ Program suradnje Mađarska-Hrvatska 2014-2020., Prekogranična regija, gdje rijeke spajaju, a ne razdvajaju. Obnovljivi izvori energije i energetska učinkovitost za ruralna područja. https://bib.irb.hr/datoteka/984785.rures_cro_final_2018_12_24.pdf str. 56.

zdravstvenom stanju. Nije bitno koliko godina čovjek ima, nije bitno da li želi putovati ili ne, lječilišni turizam vezan je uz trenutno zdravstveno stanje i ono ima za cilj pomoći mu kako bi živio kvalitetnijim i boljim životom.

Glavni cilj u ovom istraživanju bio je otkriti profil turista koji preferira lječilišni turizam. Prvi dio istraživanja usmjeren je na dobivanje informacije o tome koliko ljudi razumiju termin lječilišnog turizma, dok je drugi dio ankete namijenjen otkrivanju motiva izabira lječilišnog turizma, odnosno specifično na Bizovačkim toplicama. Naime dok su neki možda koristili ovaj vid turizma i dobro su mu poznate ponude, način rada lječilišnih destinacija i što je bitno, neki možda nisu bili u životnoj situaciji da im je lječilišni turizam bio potreban, ali odgovori tipa „šta bi bilo kad bi bilo“ mogu dati uvid na kojim dijelovima ove ponude treba posebno poraditi i poboljšati uslugu iz ove domene. Posebna je potencija stavljena na smještajne kapacitete, odnosno na pitanje da li korisnici lječilišnog turizma preferiraju smještaj u krugu hotela zbog cjelodnevnih aktivnosti i ako je tome tako što je potrebno učiniti osim povećanja kvalitetnih smještajnih kapaciteta da bi se povećao broj ljudi koji će te iste kapacitete i popuniti.

9.2. Instrument i uzorak istraživanja

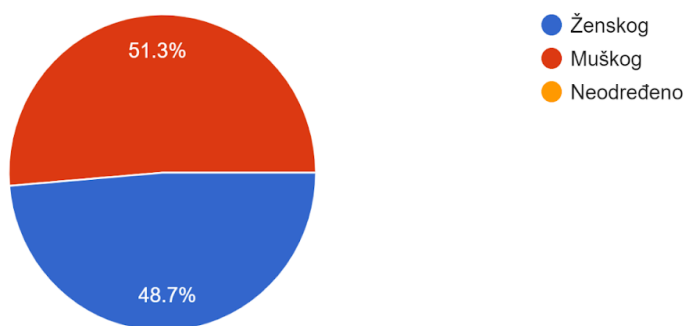
Za potrebe istraživanja formirana je anonimna anketa koja će biti kreirana na online alatu Google. Kako bi se prikupilo što više potrebnih odgovora anketa će biti objavljena na društvenim mrežama (Facebook, Instagram). Anketa će biti podijeljena na dva odjeljka/sekcije. U prvom odjeljku/ sekciji bit će formirano sedam zatvorenih pitanja koja će se odnositi samog ispitanika, odnosno kako bi se dobio uvid u karakteristike ispitanika za uslugama lječilišnog turizma. Druga sekcija/odjeljak imat će devet pitanja zatvorenog tipa. Ova pitanja imat će za cilj prikupiti odgovore koji će biti pokazatelj motiva za korištenjem usluge lječilišnog turizma u Bizovačkim toplicama.

9.3. Rezultati istraživanja

U ovom istraživanju fokus je bio na istraživanju motiva koji su ljudima bitni kada se spomene izraz „lječilišni turizam“. U obradi teme završnog rada često sam nailazio na činjenicu da ljudi ne razlikuju termine medicinskog, lječilišnog i zdravstvenog turizma, odnosno da često

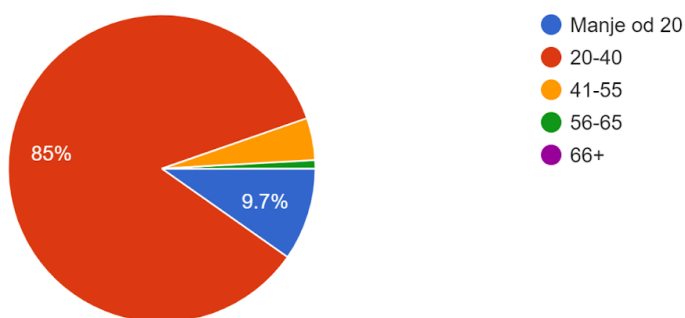
poistovjećuju ove pojmove. Iz tog razloga je anketa objavljena na google obrascima bila namijenjena i mlađoj i starijoj populaciji. Anketa je provedena na 113 ispitanika od datuma 31. listopada do 5. studenog 2023. godine. Kroz prvi dio ankete istražene su njihove sociodemografske karakteristike, dok je drugi dio ankete usmjeren na istraživanje njihovog znanja i poznavanja ponude Bizovačkih toplica. Rezultati ankete bit će prikazani kroz daljnji tekst. *Grafikon 1.* prikazuje da je u anketi sudjelovalo ukupno 113 ispitanika, od čega je 51,3% (58), muškog spola, 48,7% (55) je ženskog spola, a kao neodređeni nitko se nije izjasnio.

Grafikon 1. Sociodemografski podaci ankete



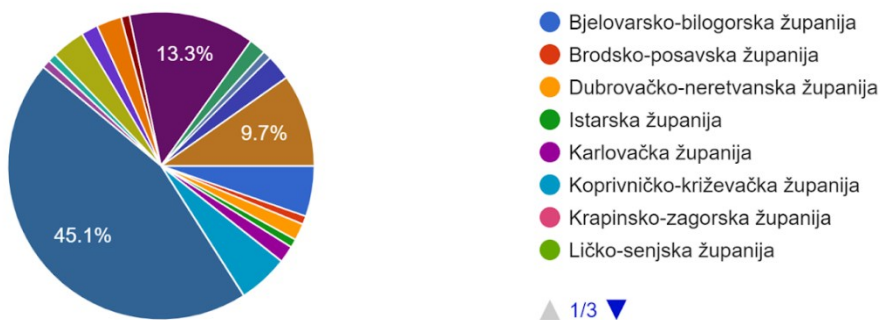
Grafikon 2. daje se uvid da je u anketi sudjelovalo 9,7% (11) ispitanika mlađih od 20 godina, 85% (96) ispitanika u rasponu od 20-40 godina, 4,4% (5) ispitanika u rasponu od 41-55 godina, 0,9% (1) ispitanik u rasponu od 56-65 godina i 0% ispitanika sa 66 + godina. Naglasak je na mlađoj populaciji, dok su u manjoj mjeri odgovarali ispitanici sa više godina.

Grafikon 2. sociodemografski podaci ankete



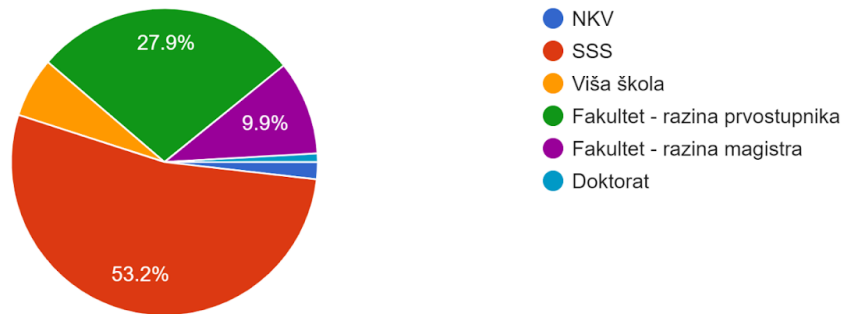
Za potrebe ankete ispitanici su odgovarali i iz koje županije dolaze kako bi se dobio uvid koliko im je poznato lječilište Bizovačke toplice, odnosno ponuda istog lječilišta. *Grafikon 3.* tako daje uvid da je na ovo pitanje najviše odgovora stiglo iz Osječko-baranjske županije 45,1% (51), a da je iz ostalih županija odaziv bio u nešto manjem omjeru. Virovitičko-podravska županija 13,3% (15), Grad Zagreb 9,7% (11), Koprivničko-križevačka županija 5,3% (6), Bjelovarsko-bilogorska županija 5,3% (6), Sisačko-moslavačka 3,5% (4), Zagrebačka županija 2,7% (3), Šibensko-kninska županija 2,7% (3), Karlovačka županija 1,8% (2), Dubrovačko-neretvanska 1,8% (2), Vukovarsko-srijemska županija 1,8% (2), Splitsko-dalmatinska županija 1,8% (2), Istarska županija 0,9% (1), Brodsko-posavska županija 0,9% (1), Zadarska županija 0,9% (1), Varaždinska županija 0,9% (1), Primorsko-goranska županija 0,9% (1), Požeško-slavonska županija 0,9% (1), dok iz Međimurske županije i Ličko-senjske županije nije bilo ispitanika.

Grafikon 3. Sociodemografski podaci ankete



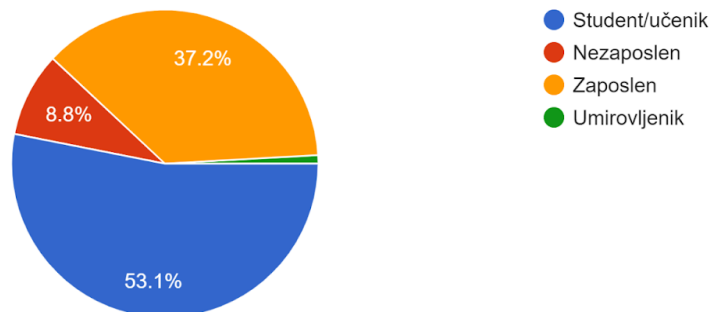
Grafikon 4. daje rezultate ispitivanja obrazovne strukture ispitanika. Najviše zastupljenih ispitanika ima srednju stručnu spremu 53,2%, a u nešto manjoj mjeri ispitanici imaju fakultet – razina prvostupnika 27,9% (31), fakultet – razina magistra 9,9% (11), viša škola 6,3% (7), dok je najmanje odgovora stiglo iz grupa koje imaju stupanj obrazovanja doktorat 2,7 (3) i NKV 1,8% (2). Dobna struktura za ovo istraživanje je bitna zbog percepcije ispitanika o temi lječilišnog turizma i odnosa prema preferencijama što se od istoga očekuje.

Grafikon 4. Sociodemografski podaci ankete



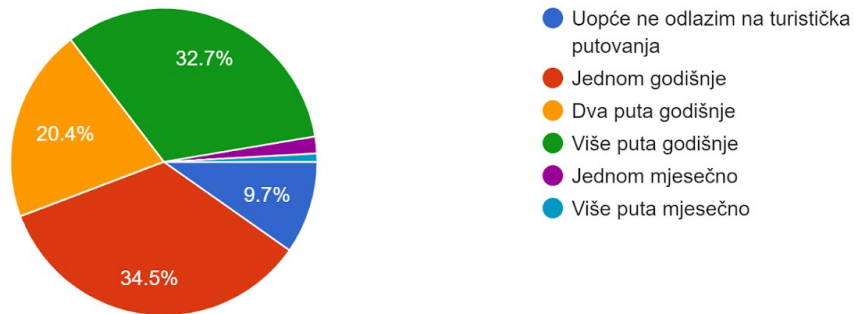
Grafikon 5. odnosi se na radni status ispitanika jer za putovanja i odlaske u lječilišta kada potencija nije samo na liječenju nego i na drugim aktivnostima potrebno je imati i financijska sredstva. Najveći broj ispitanika su studenti 53,1% (60), ali velik je postotak zastupljenosti odgovora ispitanika koji rade 37,2% (42), dok je puno manje onih ispitanika koji su nezaposleni 8,8% (10) i koji su umirovljenici 0,9% (1).

Grafikon 5. Sociodemografski podaci ankete



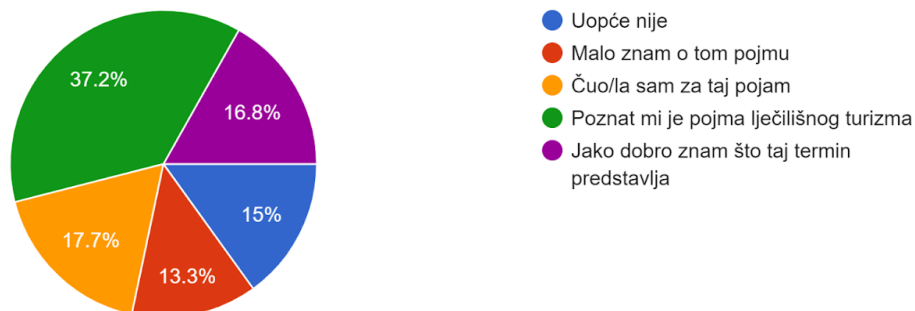
Grafikon 6. prikazuje koliko često ispitanici napuštaju svoje mjesto prebivališta kako bi posjetili neku drugu destinaciju. Iako su većina ispitanika studenti rezultati ukazuju da su turistička putovanja njima dostupna. Najveći broj ispitanika odlazak od kuće u svrhu turističkog putovanja prakticira jednom godišnje 34,5% (39), približno isti postotak 32,7% (37) ispitanika ista putovanja si omogućuje više puta godišnje. U nešto manjem postotku su ispitanici koji na turističko putovanje odlaze dva puta godišnje 20,4% (23), jednom mjesečno 1,8% (2) i više puta mjesečno 0,9% (1).

Grafikon 6. Učestalost turističkih putovanja



Grafikon 7. prikazuje koliko je ispitanicima poznat termin “lječilišnog turizma”. Iako postoji bojazan da će se ovaj termin poistovjetiti sa terminom zdravstvenog i medicinskog turizma istraživanje je pokazalo da većina ispitanika tvrdi da im je taj pojam poznat 37,2% (42), da su čuli za taj pojam 17,7% (20) i da jako dobro znaju što taj pojam predstavlja 16,8% (19). Otprilike jedna trećina ispitanika taj pojam uopće nije poznat 15% (17) ili malo zna o tom pojmu 13,3% (15). Budući je većina ispitanika mlađe dobi i pretpostavka je da do sada nisu trebali usluge lječilišnog turizma za razumjeti je da se nisu sretali niti sa ovim terminom.

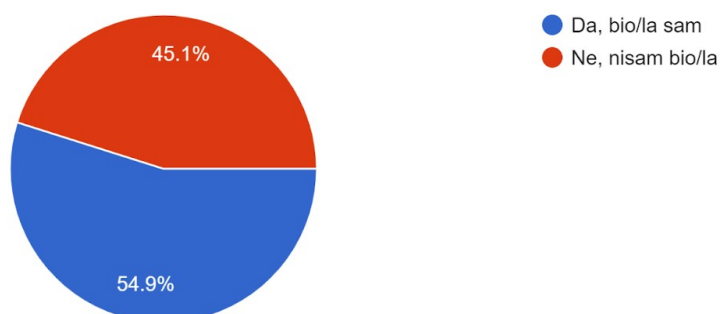
Grafikon 7. Poznavanje pojma “lječilišni turizam”



Grafikon 8. daje uvid koliko je ispitanika do sada posjetilo Bizovačke toplice. Najveći broj ispitanika je iz Osječko-baranjske županije, a Bizovačke toplice nisu samo mjesto lječilišnog turizma nego su i destinacija koju mnogi posjete za vrijeme ljeta kada su otvoreni atraktivni bazeni sa toboganom i umjetnim valovima. Unatoč navedenom, omjer onih koji su bili i onih koji nisu je skoro pola-pola. Ispitanika koji su posjetili Bizovačke toplice je 54,9% (62), dok je onih koji nisu 45,1% (51). Iako se kroz anketu dobio uvid o čestim putovanjima, destinacija Bizovačke toplice

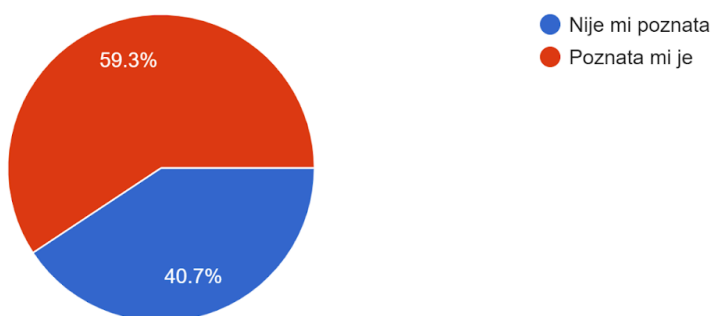
duboko u kontinentalnoj Hrvatskoj nisu izbor, pa stoga ipak je moguće zaključiti da bi određenje ove destinacije prema lječilišnom turizmu ipak bio sretniji odabir.

Grafikon 8. Postotak posjetitelja



Grafikon 9. daje uvid koliko ispitanici bez obzira da li su bili ili nisu na Bizovačkim toplicama poznaju ponudu istih. Većina izjavljuje da im je ponuda poznata 59,3% (67) što je veći postotak od onih koji su stvarno posjetili ovu destinaciju, dok ih 40,7% (46) izjavljuje da im nije poznata ponuda Bizovačkih toplica, što u konačnici može značiti da su upoznati samo sa djelom ponude koju su i sami iskusili ili čuli za nju.

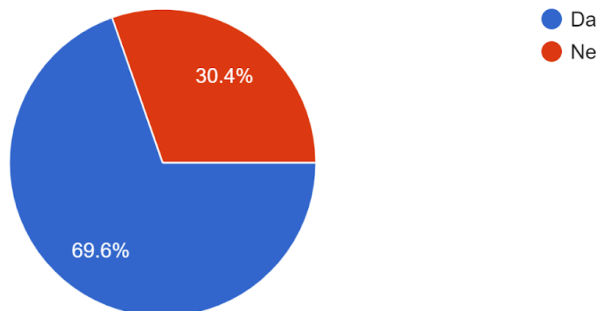
Grafikon 9. Poznavanje ponude Bizovačkih toplica



Grafikon 10. daje uvid u odgovore ispitanika na pitanje da imaju zdravstvenih problema da li bi iste izabrali kao lječilište. Većina ispitanika odlučilo bi se izabrati Bizovačke toplice 69,6% (78), dok je manji broj onih koji istu destinaciju ne bi izabrali kao mjesto gdje bi koristili uslugu

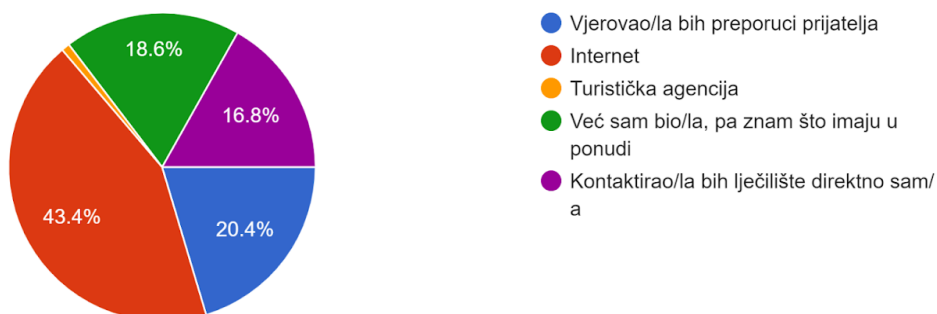
lječilišnog turizma 30,4% (35).

Grafikon 10. Izbor destinacije Bizovačke toplice u svrhu liječenja



Grafikon 11. daje uvid kako bi ispitanici prikupili informacije o destinaciji liječenja. Budući je većina ispitanika mlađe dobi rezultati se razlikuju od onih koji su dostupni u publikaciji Stavovi i ponašanja korisnika usluga zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, a istraživanje je provedeno preko agencije Tomas u 2018. godini. Dok su tada ispitanici preferirali direktni kontakt sa lječilištem, istraživanje u anketi je dalo slijedeće rezultate: najviše se ispitanika izjasnilo da bi koristilo Internet 43,4% (49), preporuku prijatelja koristilo bi 20,4% (23), onih koji su bili i upoznati su sa ponudom je 18,6% (21), onih koji bi zvali direktno lječilište je 16,8% (19), dok se samo jedan ispitanik izjasnio da bi za istu uslugu kontaktirao agenciju 0,9% (1).

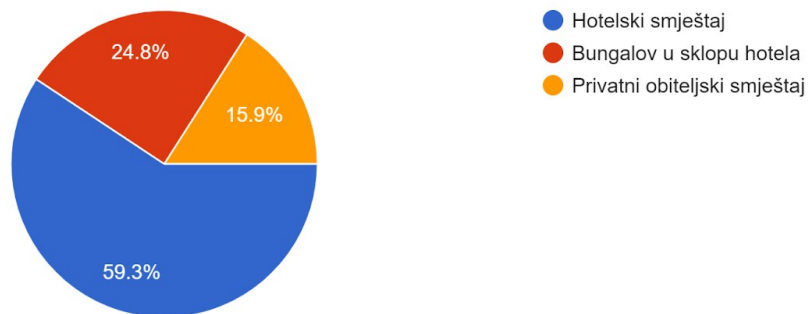
Grafikon 11. Prikupljanje informacija o destinaciji



Kada je u pitanju smještaj prilikom korištenja usluga lječilišnog turizma *Grafikon 12.*

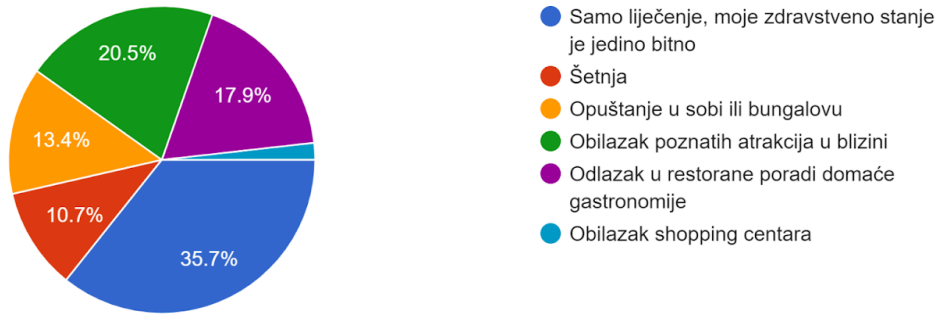
ispitanici se izjašnjavaju da bi u najvećem broju koristili hotelski smještaj 59,3% (67). U puno manjem postotku se izjašnjavaju da bi im izbor bio bungalovi u sklopu hotela 24,8% (28) ili privatni smještaj 15,9% (18). Kada bi naselje bungalova koji bi se grijali na termalnu vodu bilo povezano sa hotelom i kada gosti ne bi morali prolaziti mokri vanjskim dijelom možda bi udobnost bungalova privukla veći broj turista, nego što bi to bilo sa hotelskim sobama.

Grafikon 12. Izbor smještaja



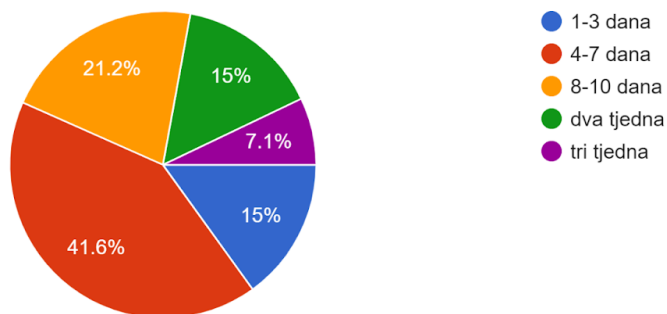
U *Grafikonu 13* se dobiva uvid o preferencijama ispitanika što im je bitno, odnosno kojim bi uslugama bile zadovoljene njihove želje, odnosno da li pod pojmom “lječilišni turizam” podrazumijevaju samo liječenje ili su motivi njihovog dolaska u lječilište puno širi. Vidljivo je u grafikonu da su očekivanja puno šira budući je u ispitivanju najveći broj mladih osoba. Tako ostaje prioritet liječenja 35,7% (40), dok je veliki broj izabrao i druge aktivnosti poput obilaska znamenitosti 20,5% (23), obilazak restorana 17,9% (20). Opuštanje u sobi/bungalovu izabralo je njih 13,4% (15), šetnju 10,7% (12) te odlazak u shopping centre njih 1,8% (3). Preferencije mlađe populacije bitne su zbog usmjeravanja dodatnih usluga lječilišnog turizma jer se njihova očekivanja uvelike razlikuju od očekivanja osoba kojima je u velikom postotku bitno samo liječenje.

Grafikon 13. Zadovoljenje potreba uslugama



Iako neka istraživanja ukazuju da su se ispitanici izjašnjavali kako je u lječilišnom turizmu vrijeme boravka u lječilištu bitno i da bi ono trebalo biti barem tri tjedna u ovom istraživanju potvrđeni su sasvim drugačiji rezultati. *Grafikon 14* tako daje uvid da su se ispitanici u najvećem broju izjasnili da je njihovo vrijeme boravka idealno u trajanju od 4-7 dana 41,6% (47). U nešto manjem broju 21,2% (24) izjašnjavaju se za boravak od 8-10 dana, dok se za dužinu boravka u trajanju od 1-3 dana 15% (17) i 2 tjedna izjašnjava isti broj 15% (17). Najmanji broj ispitanika izjašnjava se za dužinu boravka od 3 tjedna 7,1% (8). Ovi rezultati su jako bitni u svrhu dodatne ponude koja bi mogla zadržati turiste ovog tipa duže na destinaciji.

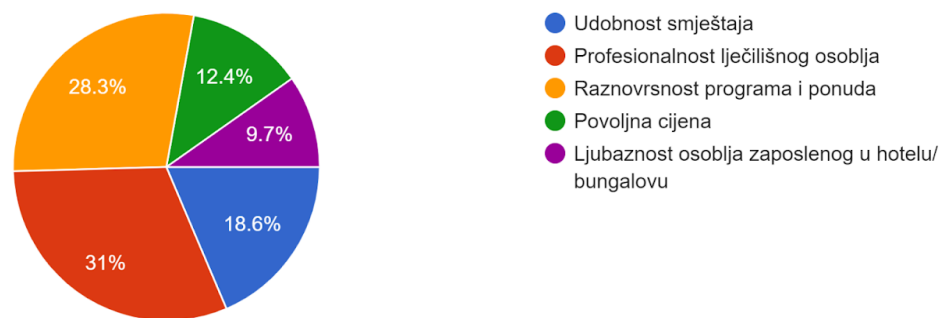
Grafikon 14. Predviđeno vrijeme boravka



Da postoji potreba za razvojem dodatnih proizvoda koji bi posjetitelju, turistu upotpunili doživljaj i probudili želju da se vrati na destinaciju lječilišnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj ukazuju rezultati koje prikazuje *Grafikon 15*. Na pitanje koji dio ponude bi vam bio najvažniji da

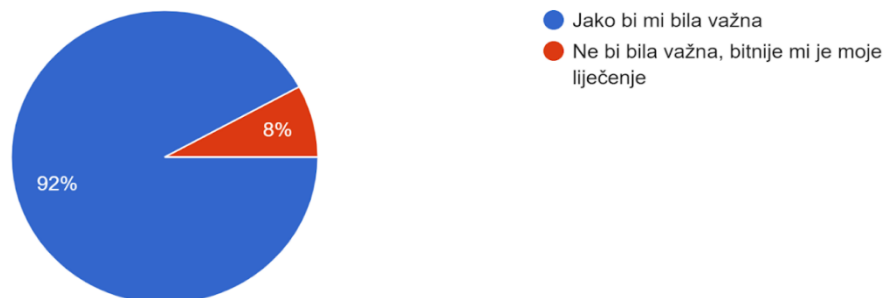
u Bizovačkim toplicama boravite duže od deset dana najveći broj ispitanika ističe da je to profesionalnost liječničkog osoblja 31% (35), međutim nemali je broj onih koji ističu i raznovrsnost ponude 28,3% (32). Na trećem mjestu ispitanici ističu da im je bitno da i smještaj bude udoban 18,6% (21). Vidljivo je da ispitanici cijenu stavljaju na predzadnje mjesto, odnosno da su spremni platiti i više, ako je usluga vrijedna cijene 12,4% (14), a najmanji broj ispitanika ističe da im je bitna ljubaznost hotelskog osoblja 9,7% (11).

Grafikon 15. Boravak duži od 10 dana - očekivanja



Na pitanje koliko je ispitanicima važna udobnost smještaja kada bi koristili usluge liječničkog turizma u Bizovačkim toplicama vidljivo je iz *Grafikona 16* da je 92% (104) ispitanika izjavilo da im je jako važna, dok njih 8% (9) izjavljuje da im nije važna i da su im bitniji učinci liječenja. Usmjeravanje destinacije Bizovačkih toplica ka proširenjima kapaciteta jako je bitno jer je to jedan od segmenata kojim bi se upotpunila ponuda i turistu ponudila mogućnost da bolje koristi ponudu samog hotela.

Grafikon 16. Važnost udobnosti smještaja



10. ZAKLJUČAK

Cilj ovoga rada bio je dati prikaz specifičnog oblika turizma, zdravstvenog turizma i podvrste ovog turizma – lječilišnog turizma. Svjedoci smo da je sve veća potreba ljudi za odmorom u destinacijama koje ne nude samo sunce, more i kupanje, nego da sa povećanom financijskom moći dolazi i do potražnje za posve drugačijim sadržajima. Zdravstveni turizam kao takav može ponuditi puno. Isto je tako jako bitno shvatiti što je sama srž lječilišnog turizma. Često se taj pojam povezuje sa ležećim i nepokretnim ljudima koji u lječilištima pokušavaju povratiti izgubljene životne funkcije. Međutim, lječilišni turizam ima i drugu stranu, stranu prevencije kada zdravi ljudi dolaze u lječilišta kako bi zadržali svoje životne funkcije i dali si vremena za zdrav život i opuštanje. Dok masovni turizam nudi kratku sezonu, gužve i odmor koji se često pretvori u umor, sa druge strane svjedoci kako kontinentalni krajevi Republike Hrvatske imaju potencijale koji nisu iskorišteni u onoj mjeri u kojoj bi trebali biti. Nepresušni izvori geotermalnih voda koje su ljekovite i koje su osim toga veliki izvori potencijalne obnovljive energije nisu iskorišteni. Povećati kapacitete lječilišta nema smisla ako se uz razvoj istih ne uključe sve druge mogućnosti ponude koja bi turistima pružila puni doživljaj. Svjesni činjenice da je turizam nepresušan i da se pojavljuju stalno novi oblici poput sporog turizma gdje se ljudi zadržavaju na destinacijama koje im pružaju puno više od udobnog smještaja i tople vode ili digitalnih nomada koji i u Republici Hrvatskoj dobivaju vize za rad i boravak u trajanju od godine dana kako bi sa izabrane udaljene destinacije radili na daljinu. Postoji veliki broj onih turista koji traže mirne oaze, zdravu hranu, čist okoliš, a da opet imaju mogućnost izbora usluga koje im se nude.

Empirijski dio rada upravo je potvrdio očekivanja koja su bila postavljena. Udobnost smještaja turista koji posjećuje lječilišnu destinaciju jako je bitno, ali bitna mu je i raznovrsnost ponude. Bizovac kao takav ima potencijale, ali oni nisu iskorišteni. Povećanje kapaciteta smještaja imalo bi smisla i bilo bi isplativo u smislu prihvatljivog načina korištenja vruće geotermalne vode za grijanje i hlađenje istih prostora, ali samo ako bi se uz navedeno vezala i povećana mogućnost izbora aktivnosti koje turisti preferiraju u toku dana. Krivo je razmišljati da je dovoljno u ponudu uvrstiti samo proizvode koje nudi hotel, što je u slučaju Bizovačkih toplica bio slučaj dugi niz godina. Bizovac i Bizovačke toplice nikada nisu srasli kao jedna cjelina, smještene izvan centra sela nikada nije ništa poduzeto da bi se turistu na bilo koji način „natjeralo“ da dođe i vidi, osim ako je to sam poželio. Prometna povezanost Bizovca sa cijelom Hrvatskom jako je dobra, pa bilo

kojim prometnim sredstvom da turista odluči doći moguće je bez imalo problema. Tražiti krivca zašto je ovo lječilište zatvorilo veliki hotel, smanjilo kapacitete i otpustilo veliki broj ljudi nema smisla. Dobro je primijetiti da postoje mladi ljudi koji su svjesni kako je moguće ostati ovdje i pokušati nešto napraviti, a oni bi trebali biti i pokretačka snaga inovacija i novih proizvoda.

Kontinentalni turizam treba biti puno zastupljeniji, a neće biti sve dok se ne stvore dovoljno jaki pritisci prema onima koji su zaduženi za prepoznavanje ovih mogućnosti. Lokalna uprava treba biti pokretačka snaga, stajati sa strane i ništa ne činiti nije rješenje. Mogućnost financiranja iz fondova Europske unije nepresušna je, samo ako dobar projekt opravda potražnju za istima. Za povlačenjem sredstava potrebno je znanje, a promatrajući sadašnju situaciju ili ga nema ili to nikome nije u interesu. Brojati mlade ljude koji su u proteklih deset godina napustili Bizovac postalo je „normalna stvar“. Isto tako dok naša državna vlast ne prestane očekivati punjenje državne blagajne samo od turističke sezone na Jadranu, kontinentalni turizam i razvoj lječilišta neće biti moguć. Pričati o „crnim“ brojkama masovnog turizma moguće je samo onima koji znaju što taj turizam čini okolišu, zraku, moru i ljudima koji žive takav život svake godine tri do četiri mjeseca. Oni koji znaju nisu dovoljno glasni, puno su glasniji oni koji takav turizam propagiraju, oni koji na njemu zarađuju i ne pitaju se što će sutra biti, što će se ostaviti u nasljedstvo onima koji tek dolaze. Pokušati je puno bolje nego uopće ne probati, Slavonija je jednom davno imala more koje nije nestalo, nego se sakrilo i čeka da ponovno bude otkriveno.

11. POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Blake, A. i sur. (2016) Exploring well-being as a tourism product resource. Economics in the School of Tourism, Bournemouth University, UK, Tourism Management, 55, str. 94–105.
2. Cerović, Z. (2003): Hotelski menadžment, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment.
3. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb, Školska knjiga.
4. Čorluka, G. (2015) Analiza utjecaja obilježja hotela na sezonalnost poslovanja. Doktorski rad. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, str. 1-263.
5. Dujmović, M. (2014): Kultura turizma, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
6. Garcia-Altes, A. (2005), The development of health tourism services, Fundacion Instituto de Investigacion en Servicios de Salud, Spain, Anals of Tourism research, Vol. 32, No 1, str. 266-268.
7. Hajdinjak, K. (2017): Ruralni turizam u funkciji ruralnog razvoja, Split, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet.
8. Hitrec, T. (1996): Zdravstveni turizam – pojmovi i koncepcijski okvir, Zagreb, Institut za turizam.
9. Hrvatski zavod za javno zdravstvo (2016): Zdravlje je temelj ljudskih prava i preduvjet za dostojanstven život! Zagreb: Hrvatski zavod za javno zdravstvo, dostupno na: <https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/medunarodni-dan-ljudskih-prava-zdravlje-je-temelj-ljudskih-prava-i-preduvjet-za-dostojanstven-zivot/> (10.10.2023.).
10. Ivandić N.,Kunst I.,Telišman-Košuta N. (2015): Planiranje razvoja zdravstveno-turističkih destinacija Kvarnera, Zagreb, Institut za turizam.
11. Ivanišević, G. (2021): Zdravstveni turizam u Hrvatskoj, knjiga izlaganja na znanstvenom skupu Veli Lošinj. Zagreb, akademija medicinskih znanosti Hrvatske.
12. Kim, H. S., (2010), Hotel property characteristics and occupancy rate: Examining super deluxe 1st class hotels in Seoul, Korea, International Journal of Tourism Science, Vol. 10, No. 2, str. 25-47.

13. Miljković, D., Rijavec, M., Miljković Krečar, I. (2018): Psihologija u turizmu, Zagreb, Printera.
14. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2022): Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf (11.10.2023.).
15. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2014): Nacionalni program – akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske i Institut za turizam RH, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf (10.10.2023.).
16. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2019): Tomas - Stavovi i ponašanja korisnika usluga zdravstvenog turizma u RH. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske i Institut za turizam RH, dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/201907/Tomas%20ZDRAVSTVENI%20TURIZAM%202018.pdf> (17.10.2023.).
17. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2021): Strateška studija utjecaja na okoliš. Zagreb: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/220721_strategija_spuo_2030.pdf (18.10.2023.).
18. Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske (2022): Katalog projekata zdravstvenog turizma. Zagreb. Ministarstvo zdravstva RH i Uprava za primarnu zdravstvenu zaštitu, zdravstveni turizam, lijekove i medicinske proizvode, javno zdravstvo i javnozdravstvenu zaštitu, dostupno na: <https://zdravlje.gov.hr/UserDocsImages/2023%20OBJAVE/Katalog%20projekata%20zdravstvenog%20turizma%202022..pdf> (16.10.2023.).
19. Musliu, T. i sur. (2015): Lječilišni aspekt zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj, Čakovec, Međimursko Veleučilište.
Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine HOTELI (NN 56/2016), dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html. (16.10.2023)

20. Program suradnje Mađarska-Hrvatska 2014-2020., Prekogranična regija, gdje rijeke spajaju, a ne razdvajaju. Obnovljivi izvori energije i energetska učinkovitost za ruralna područja. https://bib.irb.hr/datoteka/984785.rures_cro_final_2018_12_24.pdf (19.10.2023.)
21. Šuran, F. (2016): Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup, Pula, Gradska tiskara Osijek d.d.
22. Tubić, D. (2019): Ruralni turizam: od teorije do empirije, Virovitica, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
23. Vlahović, D. (2000): Njegovanje i afirmacija hrvatskih prepoznatljivih turističkih vrijednosti, Zagreb, HAZU.
24. Vrtiprah, V., Pavlić, I. (2005), Menadžerska ekonomija u hotelijerstvu, Dubrovnik, Sveučilište u Dubrovniku.

Internet izvori:

1. Službena stranica Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, dostupno na:
<https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/medunarodni-dan-ljudskih-prava-zdravlje-je-temelj-ljudskih-prava-i-preduvjet-za-dostojanstven-zivot/> (10.10.2023.)
2. Službena stranica instituta za turizam, dostupno na:
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf (10.10.2023.)
3. Zane.hr, Zdravstveni turizam – golema niša u hrvatskom turizmu, dostupno na:
<http://www.zane.hr/wps/wcm/connect/d6d9cab6-5855-4988-9d0df3a69b669364/ZANE+Bilten+0313.pdf?MOD=AJPERES>, (11.10.2023.)
4. Službena stranica Ministarstva turizma, dostupno na:
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacr t.pdf (11.10.2023.)
5. Službena stranica Ministarstva zdravstva Republike Hrvatske, dostupna na:
<https://zdravlje.gov.hr/UserDocsImages/2023%20OBJAVE/Katalog%20projekata%20zdr avstvenog%20turizma%202022..pdf> (16.10.2023.)
6. Službena stranica Instituta za turizam, dostupno na:
<https://www.htz.hr/sites/default/files/201907/Tomas%20ZDRAVSTVENI%20TURIZA M%202018.pdf> (17.10.2023.)
7. Službena stranica Ministarstva turizma Republike Hrvatske, dostupno na:
https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/220721_strategija_spuo_2030.pdf (18.10.2023.)
8. Službena stranica programa suradnje Mađarska – Hrvatska, dostupno na: .
https://bib.irb.hr/datoteka/984785.rures_cro_final_2018_12_24.pdf (19.10.2023.)

12. POPIS ILUSTRACIJA

Slike:

1. Slika 1. Podjela suvremenog turizma
1. Slika 2. Usporedba suvremenog turizma sa turizmom iz prošlosti
2. Slika 3. Oblici zdravstvenog turizma i pružatelji zdravstveno turističkih usluga
3. Slika 4. Tablica podjele prirodnih ljekovitih čimbenika
4. Slika 5. Termalne (SPA) i lječilišne destinacije u Hrvatskoj
5. Slika 6. Pružatelji usluga zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj
6. Slika 7. Intenzitet turizma u Hrvatskoj (izražen po stanovniku županije) 2016. god.

Grafikoni:

1. Grafikon 1. Sociodemografski podaci ankete
2. Grafikon 2. Sociodemografski podaci ankete
3. Grafikon 3. Sociodemografski podaci ankete
4. Grafikon 4. Sociodemografski podaci ankete
5. Grafikon 5. Socioekonomski podaci ankete
6. Grafikon 6. Učestalost turističkih putovanja
7. Grafikon 7. Poznavanje pojma "lječilišni turizam"
8. Grafikon 8. Postotak posjetitelja
9. Grafikon 9. Poznavanje ponude Bizovačkih toplica
10. Grafikon 10. Izbor destinacije Bizovačkih toplica u svrhu liječenja
11. Grafikon 11. Prikupljanje informacija o destinaciji
12. Grafikon 12. Izbor smještaja
13. Grafikon 13. Zadovoljenje potreba uslugama
14. Grafikon 14. Predviđeno vrijeme boravka
15. Grafikon 15. Boravak duži od 10 dana - očekivanja
16. Grafikon 16. Važnost udobnosti smještaja

OBRAZAC 6**ODOBRENJE ZA OBJAVLJIVANJE ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG RADA U DIGITALNOM REPOZITORIJU**

Ja, Stipan Semoljac
dajem odobrenje za objavljivanje mog autorskog završnog/diplomskog rada u nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju Veleučilišta u Virovitici u roku od 30 dana od dana obrane.

Potvrđujem da je za pohranu dostavljena završna verzija obranjenog završnog/diplomskog rada.

Ovom izjavom, kao autor navedenog rada dajem odobrenje i da se moj rad, bez naknade, trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim na sljedeći način (zaokružiti):

- a) Rad u otvorenom pristupu
- b) Rad dostupan nakon: 16.11.2023 (upisati datum)
- c) Pristup svim korisnicima iz sustava znanosti i visokog obrazovanja RH
- d) Pristup korisnicima matične ustanove
- e) Rad nije dostupan (u slučaju potrebe dodatnog ograničavanja pristupa Vašem završnom/diplomskom radu, podnosi se pisani obrazloženi zahtjev).

U slučaju dostupnosti rada prethodno označeno od a) do d), ovom izjavom dajem pravo iskorištavanja mog ocjenskog rada kao autorskog djela pod uvjetima Creative Commons licencije (zaokružiti):

- 1) CC BY (Imenovanje)
- 2) CC BY-SA (Imenovanje – Dijeli pod istim uvjetima)
- 3) CC BY-ND (Imenovanje – Bez prerada)
- 4) CC BY-NC (Imenovanje – Nekomercijalno)
- 5) CC BY-NC-SA (Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima)
- 6) CC BY-NC-ND (Imenovanje – Nekomercijalno – Bez prerada)

Ovime potvrđujem da mi je prilikom potpisivanja ove izjave pravni tekst licencija bio dostupan te da sam upoznat s uvjetima pod kojim dajem pravo iskorištavanja navedenog djela.

Potpis studenta/ice

Stipan Semoljac

OBRAZAC 5**IZJAVA O AUTORSTVU**

Ja, Stjepan Senidžac

izjavljujem da sam autor/ica završnog/diplomskog rada pod nazivom

Izdvoštveni turizam u ruralnom području kao Oblasnica nosioja turizma
u Općini Biševac

Svojim vlastoručnim potpisom jamčim sljedeće:

- da je predani završni/diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija,
- da su radovi i mišljenja drugih autora/ica, koje sam u svom radu koristio/la, jasno navedeni i označeni u tekstu te u popisu literature,
- da sam u radu poštivao/la pravila znanstvenog i akademskog rada.

Potpis studenta/ice

Senidžac