

KVALITETA USLUGA U TERMAMA HRVATSKOG ZAGORJA

*Kristina Bučar*¹ & *Sanda Renko*²

UDK/UDC: 338.482:615.838(497.5-3 Hrv. zagorje)

JEL: L₈₃

Prethodno priopćenje/Preliminary communication

Primljeno/Received: 11. listopada 2007/October 11, 2007.

Prihvaćeno za tisak/Accepted for publishing: 19. prosinca 2007/December 19, 2007

Sažetak

Republika Hrvatska sa svojim očuvanim okolišem i raznolikim prirodnim ljepotama na malom prostoru posjeduje izrazitu komparativnu prednost pred ostalim turističkim destinacijama na europskom Sredozemlju. Glavni motivi dolaska turista u Hrvatsku još uvijek su "more i sunce" tj. dugačka, razvedena obala i mediteranska klima, iako Hrvatska obiluje raznolikošću prirodnih i društvenih turističkih resursa i u svom kontinentalnom dijelu. Međutim, promjene u zahtjevima potencijalnih turista dovele su i do promjene u razmišljanjima turističkih djelatnika koji sve više uviđaju nužnost implementacije kvalitete u svim segmentima svog djelovanja, a posebice na području usluga. U ovom su radu prikazane specifičnosti jednog od rastućih oblika turizma – termalnog turizma, i to kroz istraživanje zadovoljstva kvalitetom ponuđenih usluga u termalnim centrima Hrvatskog zagorja: Krapinske, Tuheljske i Stubičke toplice, te Terme Jezerčice. Rezultati istraživanja ukazali su na visok stupanj zadovoljstva ispitanika kvalitetom usluge u hotelima (koji nude usluge termalnog turizma), ali i visok stupanj nezadovoljstva vanpansionskom ponudom.

Ključne riječi: *Hrvatsko zagorje, termalni turizam, kvaliteta, usluge*

1. UVOD

Suvremeni trendovi kretanja turista u svijetu posljedica su svakodnevnog načina života u prenapučenim gradovima punim buke i zagađenog zraka. Stoga je sve prisutnija želja za aktivnijim načinom provođenja odmora te za povratkom prirodi i prirodnom.

¹ Dr.sc. Kristina Bučar, asistent, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Trg J. F. Kennedyja 6, 10 000 Zagreb, E-mail: kbucar@efzg.hr

² Dr. sc. Sanda Renko, docent, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Trg J. F. Kennedyja 6, 10 000 Zagreb, E-mail: srenko@efzg.hr

Uz takve trendove, Hrvatska sa svojim očuvanim okolišem i raznolikim prirodnim ljepotama na malom prostoru posjeduje izrazitu komparativnu prednost pred ostalim turističkim destinacijama na europskom Sredozemlju. Glavni motivi dolaska turista u Hrvatsku još uvijek su "more i sunce" tj. dugačka, razvedena obala i mediteranska klima, iako Hrvatska obiluje raznolikošću prirodnih i društvenih turističkih resursa i u svom kontinentalnom dijelu. Tako su vrlo atraktivni brojni termalni izvori i toplice koje su se razvile na njima. Termalne destinacije u Hrvatskoj počinju se razvijati još sredinom 19. stoljeća da bi u drugoj polovici 20. stoljeća te turističke destinacije u potpunosti stagnerale u razvoju. No, posljednjih desetak godina situacija se mijenja i opet se počinje više razmišljati i ulagati u tu vrstu turističkih destinacija u Hrvatskoj. Sve više jača svijest o nužnosti prekida s dosadašnjim isticanjem geografskih obilježja Hrvatske kao temeljnih elemenata diferencijacije na tržištu, te prihvaćanja kvalitete usluga koje se nude gostima kao najvažnijeg nositelja konkurentne prednosti i preduvjeta razvoja hrvatskog turizma. Svrha ovog rada je ustanoviti zadovoljstvo korisnika usluga hrvatskih termalnih destinacija, usmjereno na područje Hrvatskog zagorja u kojem se nalaze četiri termalne destinacije koje su ujedno i nositelji turizma u ovoj regiji. U cilju realiziranja navedenog, rad je strukturiran na način da nakon predstavljanja razvoja hrvatskog turizma slijedi definiranje uloge i važnosti termalnog turizma. Zatim se analizira stanje termalnog turizma u Hrvatskom zagorju uz predstavljanje ponude termi Zagorja. Kako bi se dobio jedan cjelovit uvid u aktualnu situaciju u analiziranom području, provedeno je istraživanje kojim su obuhvaćene termalne destinacije Krapinske, Tuheljske i Stubičke toplice, te Terme Jezerčice.

Istraživanjem se nastojalo ustanoviti koliko se ovaj oblik turizma prilagodio brzim promjenama i željama suvremenih turista, odnosno koliko se pažnje posvetilo poboljšanju usluga u termalnim centrima (hotelska i vanpansionska ponuda).

2. TREND OVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

U međunarodnim turističkim kretanjima 1950. godine zabilježeno je 25 milijuna turista. Svake godine se znatno povećavao broj turista koji su sudjelovali u međunarodnim kretanjima, tako da je 1960. godine registrirano 69 milijuna turista. To je povećanje od 276% u samo 10 godina. Godine 2004. registrirano je 690 milijuna turista.¹ Od 1950. do 2004. godine bilježi se kontinuirano povećanje broja turista svake godine, a na povremene stagnacije u tom razdoblju utjecale su gospodarske krize i ratovi.

Usprkos takvim krizama, sadašnji trend gospodarskog razvoja pokazuje da će se i dalje povećavati broj turista u međunarodnim kretanjima. Tome u prilog idu i današnje karakteristike turizma, a to su masovnost, organiziranost, relativna sigurnost, udobnost i brzina putovanja, želja za razonom, odmorom, užitkom, zadovoljenjem rekreativnih i kulturnih potreba. Još uvijek je vrlo izražena sezonalnost (dvije sezone: ljetna i zimska), iako se turisti sve češće odlučuju na putovanje nekoliko puta godišnje, ali s kraćim boravcima.

³ <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>

Ujedno, kod turista se pojavljuje želja za otkrivanjem novih destinacija. To pokazuje i trend posjeta turista pojedinim turističkim regijama svijeta.⁴ Podaci za 1950. godinu pokazuju da je te godine najveći broj turista posjetio Europu (67,2%) i Ameriku (30%), od ukupnog broja turista (25 mil.) u svijetu. Situacija je gotovo jednaka bila i 2003. godine. Još uvijek je najposjećenija regija Europa, s udjelom od 57,8% u ukupnom broju turista u svijetu. Druga najposjećenija regija više nije Amerika, koja ima udio od 16,4%, već regija Azije i Pacifika koja je 1950. godine imala udio od 0,8%, a 2004. godine udio od 17,2% u ukupnom broju turista u svijetu.⁵

Prvim početkom suvremenog turizma u Hrvatskoj smatra se 1868. godina, kada je na Hvaru osnovano "Higijeničarsko društvo". U to vrijeme počinje turistička afirmacija termalnih destinacija u kontinentskom dijelu te ostalih primorskih mjesta, koja su na početku svog turističkog razvoja bila zimska odredišta, da bi tek polovicom 20. stoljeća postala mjesta gdje se razvija ljetni odmor. U Hrvatskoj se bilježi konstantno povećanje turista od 1950. do 1988. godine, kada je zabilježen i najveći broj dolazaka (10,4 milijuna turista). S počekom Domovinskog rata 1990. godine dolazi do znatnog smanjenja posjeta turista Hrvatskoj, da bi se nakon njegovog završetka 1995. godine opet bilježilo konstantno povećanje broja dolazaka. Tako je 2006. godine Hrvatsku posjetilo 10,3 milijuna turista,⁶ čime Hrvatska ima udio od 1,3% u svjetskom turizmu te 2,3% u ukupnom broju turista koji su 2004. godine posjetili Europu.⁷

Gospodarske promjene, uz proces globalizacije, dovele su i do promjena u zahtjevima potencijalnih turista. Odmori se sve više provode u nekoliko kraćih tematskih putovanja sa sve izraženijim zahtjevima za očuvanim okolišem i netaknutom prirodom, razonodom i rekreacijom, unapređenjem vlastitog zdravlja i za mogućnošću upoznavanja načina života lokalnog stanovništva. Takva situacija dovela je do toga da turisti imaju sve više iskustva u putovanjima te istovremeno imaju veću mogućnost uspoređivanja usluge u pojedinim destinacijama. I razvoj Interneta omogućava turistima da i prije putovanja na lakši i brži način prikupe informacije o svojim budućim odredištima putovanja te da ih uspoređuju. Tako usluge postaju sve važniji faktor kod odabira budućeg mjesta putovanja. Stoga se turistička industrija treba stalno prilagođavati brzim promjenama i željama suvremenih turista i u tom smjeru postupno preorijentirati svoje usluge na osnovi individualnosti i izvornosti, a da pritom zadovolji svoj ekonomski interes. Kako bi to bilo moguće, turistička industrija razvija svoju specifičnu ponudu i na taj način s jedne strane omogućava turistima da unaprijed znaju što ih očekuje na putovanju, a s druge strane sebi omogućava istovremeno zadovoljenje potreba turista i lakše poslovanje. Ujedno, sve veća potreba za razvojem specifičnih oblika turizma⁸ nudi mogućnosti ponovnog razvoja turističkim destinacijama koje su u svojoj ponudi i njenoj kvaliteti počele zaostajati za ostalim takvim mjestima.

⁴ Svjetska turistička organizacija (WTO, sa sjedištem u Madridu) dijeli svijet u šest turističkih regija: Afrika, Amerika, Istočna Azija i Pacifik, Europa, Srednji Istok te Južna Azija.

⁵ <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>

⁶ *Mjesečno statističko izvješće 7/2007.*, Državni zavod za statistiku, str. 56.

⁷ Te godine Hrvatsku je posjetilo 9,4 milijuna turista. Izvor: <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>

⁸ Turizam koji je motiviran različitim razlozima, a omogućio je da se u gospodarskoj praksi koncentriraju na pojedine segmente potrošača i njihovu različitu, selektivnu prirodu. Vukonić, B., Čavlek, N., *Rječnik turizma*, Masmedia, 2001., str. 348.

Upravo razvoj takvih oblika turizma Hrvatskoj može pomoći da još više poveća broj turista, s obzirom da je 2005. godine od ukupnog broja od 9,9 milijuna posjeta, njih 8,7 milijuna ili 87,8% ostvareno u primorskim mjestima te 94,8% ukupnog broja noćenja ostvarenih u Hrvatskoj. Termalne destinacije, koje su se počele svoj turistički razvoj u isto vrijeme kad i primorska turistička mjesta, ostvaruju tek 0,8% u ukupnom broju turista i 0,6% ukupnog broja ostvarenih noćenja u Hrvatskoj 2005. godine.⁹

2. ULOGA I VAŽNOST TERMALNOG TURIZMA

Zdravstveni turizam je oblik turizma u kojem pojedinac privremeno mijenja svoje mjesto boravka u određeno povoljnije klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative ili rehabilitacije.¹⁰ Tri su osnovna oblika zdravstvenog turizma: klimatizam,¹¹ talasoterapija¹² i termalizam (termalni turizam).¹³

U svijetu, pa tako i u Hrvatskoj, najrazvijeniji je termalni turizam, tj. oblik zdravstvenog turizma koji u liječenju koristi termalne ili mineralne vode.¹⁴ Termalne vode koristile su se u ljekovite svrhe još u doba Starog vijeka. Prve javne terme u Rimu izgradio je car Agripa 33. g. pr. Kr., a zatim su izgrađivane i diljem Rimskog carstva. U Srednjem vijeku ljudi nisu koristili ljekovitost termalnih vrela sve do 13. stoljeća, kad su ih počeli koristiti siromašniji stanovnici vjerujući da će takva voda izliječiti njihove tegobe i bolesti. U 16. stoljeću počinje se vraćati vjera u ljekovitost takvih izvora, pa takva mjesta ubrzo počinju posjećivati i viši slojevi društva. Toplička mjesta ubrzo su postala sjedište aristokracije i monderna odredišta. Početkom 19. stoljeća izrađene su prve kemijske analize termalnih voda, pa se na taj način takvim vodama dodala i znanstvena osnovica. Razvoj zdravstvenog turizma u 20. stoljeću doživio je identičan razvoj kao i turizam općenito. Jedino njegova afirmacija ne ide tolikom brzinom nakon Drugog svjetskog rata. Sredinom 20. stoljeća, kada je započeo razvoj masovnog turizma, zahtjevi turista su se u većini slučajeva ograničavali na "more i sunce", pa se mislilo kako su destinacije zdravstvenog turizma vezane samo uz bolesne ljude. Zdravstveni turizam, ponajprije termalni turizam, ponovno dobiva zamah 1980-tih godina i tada se polako počinju mijenjati karakteristike tog oblika turizma. Još uvijek su najčešći korisnici termalnog turizma osobe treće životne dobi koji obolijevaju

⁹ *Statistički ljetopis 2006.*, Državni zavod za statistiku, str. 438.

¹⁰ Vukonić, B., Čavlek, N., *Ibid.*, str. 454.

¹¹ Klimatologija je terapija koja se sastoji od doziranja klimatskih podražaja radi izazivanja ljekovitih podražaja kod funkcionalno poremećenog organizma. *Medicinska enciklopedija*, br. 5., Izdanje i naklada zavoda FNRF, 1961., Zagreb, str. 629.

¹² Talasoterapija je vrsta zdravstvenog turizma slična klimatizmu, ali se zasniva na ljekovitosti blage primorske klime, zračenju sunčevih zraka i ljekovitom učinku kupanja u mlakoj slanoj morskoj vodi.

¹³ Termalizam je oblik zdravstvenog turizma koji se zasniva na ljekovitoj i rekreacijskoj primjeni termomineralnih voda.

¹⁴ Takvim vodama se smatraju sve vode koje sadržavaju više od 1g/L otopljenih čvrstih tvari ili imaju temperaturu višu od 20°C ili sadržavaju male količine tvari s jakim fiziološkim djelovanjem. Kako bi se termalne vode mogle koristiti u rehabilitacijske ili kurativne svrhe, njihova temperatura mora biti viša od 38°C. Često se termalna voda s temperaturom iznad 38°C miješa s običnom vodom temperature od oko 17°C kako bi se na taj način dobila voda temperature od 25° do 33°C koja je pogodna za rekreacijske aktivnosti.

od bolesti srca, krvotoka i lokomotornog sustava. Međutim, osobama treće dobi sve više se priključuju mlađe osobe (čak i ispod 40. godine života), koje zbog svog načina života u gradovima sve češće obolijevaju od neke bolesti suvremenog društva – reumatizam, išijatzizam, bolesti srca i krvotoka, prekomjerna težina i stres. Sve bolja edukacija donosi spoznaje o načinu zaštite i unapređenja vlastitog zdravlja, pa se sve više ulaže u prevenciju. Stoga, veliki broj turista čine i zdrave osobe koje se preventivno brinu za svoje zdravlje ili dolaze kao pratnja bolesnim osobama, pa traže veću mogućnost izbora popratnih sadržaja. Takav sastav turista traži i treći vid ponude, uz zdravstvenu i turističku – zabavu.

Najčešće takva mjesta nose nazive “spa”, terme ili toplice. Ime “spa” dolazi od lat. naziva “sanus per aquam” što u prijevodu znači “zdravlje kroz vodu”, a danas obuhvaća cjelovit koncept zdravlja, ljepote i opuštanja. ISPA¹⁵ definira “spa centre” kao mjesta gdje se nalaze izvori termo-mineralnih voda, dok ESPA¹⁶ ipak takve centre definira šire i navodi da su to naselja ili centri koji koriste termo-mineralne vode u terapijske svrhe te u svrhu liječenja.¹⁷ U Hrvatskoj su cijela naselja u kojima se u svrhu liječenja ili prevencije koristi termo-mineralna voda dobila u svome imenu i naziv toplice (npr. Stubičke Toplice, Varaždinske Toplice...). No, kako se pojam toplica sve više povezuje sa mjestima u koje dolaze starije osobe isključivo radi liječenja, sve više centri koji pružaju takve usluge unutar tih naselja koriste ime terme (takvu praksu su primijenile gotovo svi takvi centri u Sloveniji, dok su u Hrvatskoj Tuheljske toplice promijenile svoj naziv u Terme Tuhelj).

S obzirom na promjene u načinu života, a time i promjene zahtjeva turista, termalne destinacije su se morale prilagoditi novonastaloj situaciji. Stoga pojam termi danas često obuhvaća širi pojam nego ranije. Nekadašnje terme su bile turističko odredište pretežno starijih osoba, gdje se turistička ponuda temeljila na terapijama vezanima isključivo uz termalnu vodu i reguliranje prehrane. Danas termalne turističke destinacije objedinjuju zdravlje, ljepotu, odmor i turizam, što predstavlja osnovicu sadržaja ponude pa se sve više pažnje posvećuje i izgradnji različitih sportskih terena, kao što su golf tereni te različitih objekata za zabavu, npr. casina... U skladu s navedenim razvija se i ponuda današnjih termi gdje se klasična zdravstvena ponuda u smislu rehabilitacije sve više zamjenjuje programima orijentiranim na prevenciju, od kojih se veliki dio njih bazira i na motivaciji čovjeka za promjenom načina života i nakon povratka kući. Stoga u mnogim termama nalazimo tzv. Kneippove¹⁸ kure, antistres programe, programe za menadžere, programe za održavanje ljepote, fitness i wellness¹⁹ programe. Sve češće se otvaraju i wellness centri, koji nude različite programe masaža, beauty tretmana a da im pri tome uopće nije potrebna termo-mineralna voda pa mogu biti smješteni bilo gdje. I takvi centri u vrijeme kada ljudi imaju sve manje slobodnog vremena, često osobama koji žive u gradovima, predstavljaju zamjenu za odlazak u terme.

¹⁵ ISPA – International Spa and Fitness Association

¹⁶ ESPA – European Spa Association

¹⁷ Smith, Ch., Jenner, P., Health Tourism in Europe, *Travel and Tourism Analyst*, No. 1., 2000., str. 42.

¹⁸ Kneippove kure su program rehabilitacijskih kura kroz hidroterapiju, fitoterapiju, sportske aktivnosti, zdravu prehranu i terapiju za uspostavljanje duhovne ravnoteže (joga, alternativna medicina).

¹⁹ Ime “wellness” dolazi od engleskih riječi well-being – “dobra forma” tj. podrazumijeva stil života koji donosi fizičko i mentalno blagostanje.

Zbog velikih promjena u zahtjevima potencijalnih turista posljednjih dvadesetak godina, veliki broj termalnih centara Europe preorijentirao se s klasičnih lječilišnih destinacija u turističko-rekreacijske sadržaje i preventivne oblike medicine. Takva preorijentacija je nužna kako bi se privuklo turiste te zadržalo svoju poziciju na turističkom termalnom tržištu. Za prelazak iz oblika klasičnih termi i njihovo pretvaranje u moderne termalne centre potrebna su velika financijska ulaganja. Jedan broj takvih termalnih destinacija ostao je pri "tradicionalnoj termalnoj" ponudi, i dalje su im glavni programi vezani uz kurativu i rehabilitaciju, no i oni su morali svoju ponudu prilagoditi novim zahtjevima turista, te modernizirati svoje kapacitete.

4. STANJE TERMALNOG TURIZMA U H HRVATSKOM ZAGORJU

Na cijelom prostoru Hrvatske registrirano je 128 izvora termalnih voda a najveći broj njih nalazi se na Panonsko-peripanonskom području. U Hrvatskom zagorju,²⁰ u promjeru od dvadeset kilometara, smješteno je šest termalnih vrela, što ovu regiju čini jedinstvenom u Hrvatskoj. U ovoj regiji termalne vode nalaze se između naslaga trijaskih dolomita, gdje se voda pojavljuje u više razina. Regijom prolazi tzv. zagorska termalna linija (rasjedna linija) koja se pruža preko Tuheljskih, Krapinskih, Stubičkih Toplica do Novog Marofa i nastavlja do Varaždinskih Toplica.

Razvoj turizma u Zagorju pretežno je vezan za termalne izvore (posjete toplicama, zdravstveni turizam). Već u antičko doba u ovoj regiji postojale su jedne rimske terme, Aqua Vivae, današnje Krapinske Toplice. Pretpostavlja se da su termalne izvore u Stubičkim Toplicama također koristili Rimljani, jer je kod izvorišta pronađen kovan novac iz antičkog doba, ali osim toga ne postoje nikakvi drugi dokazi. Nakon propasti Rimskog Carstva prestaju se koristiti i ti termalni izvori. Sve do 18. stoljeća ne postoje podaci koji bi pokazali na koji način su se koristila termalna vrela. O zagorskim toplicama krajem 18. stoljeća pisao je i B. Hacquet²¹ koji navodi da se topli izvori koriste već desetljećima i da je njihova ljekovitost poznata lokalnom stanovništvu, dok se posjete stranaca ne spominju. Izgradnjom prvih bazena na termalnim izvorima u Krapinskim i Stubičkim Toplicama sredinom 19. stoljeća počinje razvoj suvremenog turizma u ovoj regiji. Njegov razvoj bio je vrlo spor do polovice 20. stoljeća, a brži razvoj turizma počinje izgradnjom hotela u Krapinskim, Stubičkim i Tuheljskim Toplicama 1970-tih godina.

Danas se četiri od šest termalnih izvora na području Hrvatskog zagorja koristi u komercijalne svrhe, dok se dva izvora koriste uglavnom u lokalne svrhe.

²⁰ Hrvatsko zagorje je područje u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske i obuhvaća prostor južnije od gora Strahinjčice i Ivančice a kojeg na jugozapadu zatvara planinski niz Medvednica te na istoku rijeka Sutla. Bučar, K., *Razvoj turizma i transformacija prostora Hrvatskog zagorja*, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2005., str. 10.

²¹ Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, 2005., str. 26.

Šemničke toplice imaju povoljan prometni položaj jer se nalaze svega jedan kilometar od autoceste koja povezuje Beč i Zagreb. Termalna voda je temperature 29°C, sa sastojcima kalcija, magnezija i hidrogenkarbonata²² i iako je temperatura dovoljna za rekreacijske svrhe, bazen je potpuno zapušten pa oba "bazena" koriste samo lokalni stanovnici bez ikakve garancije sigurnosti.

Izvor termalne vode u **Sutinskim toplicama** (smještene nedaleko od Zlatara) liječnici spominju već u 18. stoljeću kada su pisali o njihovoj ljekovitosti i pogodnosti za liječenje reumatizma, ženskih bolesti i bolesti mokraćnih putova. Takva pisanja potvrdila je i analiza termalne vode u 19. stoljeću, pa je 1893. godine voda službeno proglašena ljekovitom. Termalna voda ima temperaturu 35,9°C, sa sastojcima kalija, magnezija i hidrogenkarbonata.²³ Bazeni i smještajni kapaciteti izgrađeni su u 19. stoljeću, ali se na ovim izvorima kasnije nije razvio značajniji toplički centar. Tako se danas u Toplicama nalaze samo otvoreni bazeni i to 3 veća i jedan dječji, koji su otvoreni za korištenje samo tijekom ljeta.

Najviše podataka o razvoju turizma dostupno je za **Krapinske Toplice**, koje su ujedno i najstarije toplice u ovoj regiji. Razvoj toplica bazira se na termalnoj vodi čija je temperatura od 38°C do 41°C, s blago mineralnim sastojcima kalcija, magnezija i hidrogenkarbonata,²⁴ koja je pogodna za liječenje bolesti krvožilnog sustava, reumatizma, bolesti kralježnice i artritisa. Toplice su postojale još u vrijeme antike pod imenom *Aquae Vivae*. Ponovno se, kao lječilišno mjesto, počinju obnavljati tek sredinom 19. stoljeća kada je Jakov Badl²⁵ kupio topličke izvore. U slijedećih nekoliko godina on je na tim izvorima osnovao lječilište izgradivši kuću za goste, kupelj i kupališnu dvoranu. Monografiju o Krapinskim toplicama izdao je D. Bancalari 1871. godine, kako bi upoznao liječnike s ljekovitošću toplica, a turiste s kupališnim redom, načinom dolaska do toplica, pronalaženjem smještaja, te načinom i mjestima prehrane.²⁶ Slijedeću monografiju o ovim toplicama izdali su G. Gorjanović, Chr. Steerb i M. Melkus početkom 20. stoljeća. U toj monografiji je prikazana analiza voda svih izvora, topografski nacrt lječilišta, geološki prikaz termalnog područja i hidrografski opis izvora.²⁷ Na termalnim izvorima je 1886. godine izgrađena bolnica koja je takav izgled zadržala čak do 1977. godine, kad je prvi puta proširena. Nakon devet godina bolnica je ponovo proširena, a od 1996. godine u tom je prostoru otvorena moderna bolnica za kardiokirurgiju. Izgradnja prvog pravog hotela započela je tek sredinom 20. stoljeća. Dovršen je 1969. godine, a istodobno započinje i njegovo proširenje koje završava 1972. godine. Kasnije je hotel preuređivan i dograđivan, a danas nosi ime *Aquae Vivae* te nudi 246 kreveta, zatvoreni bazen, otvorene bazene i polivalentno igralište. Kako bi se obogatila turistička ponuda, u proljeće 2002. godine započela je dogradnja i preuređenje vanjskih bazena, gdje je u kasnijoj fazi predviđena izgradnja aqua-parka, još jednog hotela, dodatnih

²² Ivanišević, G., *Prirodni ljekoviti toplični činitelji*. Društvo reumatičara za djecu i odrasle. Zagreb, 2004., str. 35.

²³ Ibid., str. 34.

²⁴ Ibid., str. 28.

²⁵ Trgovac konjima iz Rogaške.

²⁶ Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, 2005., str. 55.

²⁷ Ibid., str. 97..

sportskih sadržaja, a u zadnjoj fazi i izgradnja golf-terena. Ove toplice su danas poznatije po bolnici za liječenje kardiovaskularnih bolesti nego po termalnom turizmu i hotelu koji se ondje nalazi.

Stubičke Toplice nalaze se podno sjevernih padina Medvednice. Prvi puta se spominju 1209. godine u dokumentima dinastije Arpadović kao "Teplitz bey Stubicza". Prvi bazen u kojem se nalazila termalna voda izgrađen je 1776. godine – "krop prostrani". Brži razvoj Stubičkih Toplica počinje početkom 19. stoljeća, kad je zagrebački biskup M. Vrhovec kupio Toplice i ondje izgradio bazene i bolnicu. Termalna voda je temperature 69°C sa sastojcima kalcija, magnezija, hidrogenkarbonata i sulfata.²⁸ Termalni izvori koriste se u zdravstvene svrhe kod indikacija bolesti srca, reumatskih bolesti, rehabilitacije oštećenja lokomotivnih sustava te neuroloških bolesti. U Stubičkim Toplicama nalazi se Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju koja je građena u tri navrata. Tako je najstariji dio "Maksimilijan" izgrađen 1811. godine, "Toplice" početkom 1970-ih godina, a "Dijana" 1997. godine. Između dva svjetska rata izgrađeni su vanjski bazeni, a 1971. godine hotel "Matija Gubec". Danas hotel nudi 200 kreveta i kongresnu dvoranu s 250 mjesta. U sklopu kupališnog kompleksa nalazi se jedan zatvoreni i jedan poluzatvoreni bazen, devet otvorenih bazena i polivalentno igralište.

Nedaleko Donje Stubice, na izvoru **Jezerčica** izviri termalne vode temperature 38,6°C sa sastojcima kalcija, magnezija i hidrogenkarbonata.²⁹ Komercijalno iskorištavanje tog izvora započelo je krajem 1979. godine, kad je tamo otvoreno odmaralište za radnike koji su bili zaposleni u poduzeću Hidroelektra. Prostori su se koristili kao odmaralište sve do ljeta 1985. godine kada je u tom dijelu Zagorja zabilježena velika poplava koja je dovela do devastacije objekata. Smještajni objekti i bazeni su neznatno renovirani i praktički su propadali sve do 1991. godine, kad su se počeli koristiti za rehabilitaciju ranjenika boraca Domovinskog rata. Sve do 1997. godine objekti su se koristili isključivo za tu svrhu, a te ih je godine kupila Ustanova za zdravstvenu njegu i rehabilitaciju Varaždin i u njih smjestila osobe s posebnim potrebama (s fizičkim i psihičkim hendikepima) od dječje do odrasle dobi. Početkom 2005. godine ta Ustanova je dotičnim osobama ponudila alternativni smještaj i započela adaptaciju cjelokupnih objekata. Početkom lipnja 2005. godine je otvoren hotel s 52 sobe i 118 kreveta, s wellness i fitness ponudom te dvije kongresne dvorane, a 2006. godine otvoreni su preuređeni vanjski bazeni (olimpijski i dječji s 4 tobogana) te unutarnji bazen.

Tuheljske Toplice nalaze se u kotlini u zapadnom dijelu regije ispod Cesargradske gore. Ime su dobile po mjestu Tuhelj. Porijeklo imena dolazi od staroslavenske riječi "tuhl" koja označava vlažno mjesto u udubini. Turistička ponuda temelji se na termalnoj vodi temperature 33°C s radioaktivnim svojstvima te na peloidu, a voda je pogodna za indikacije reumatskih bolesti, oštećenja lokomotivnih organa te neuroloških bolesti.³⁰ Iako je prva analiza termalne vode u Tuheljskim Toplicama napravljena još u 18. stoljeću te toplice

²⁸ Ivanišević, G., *Priručnik o ljekovitim topličnim čititeljima*, Društvo reumatologa za djecu i odrasle, Zagreb, 2004., str. 34.

²⁹ Ibid., str. 26.

³⁰ Ljekovito blato koje se javlja uz pojedine izvore termo-mineralnih voda.

imaju najkraću tradiciju u Zagorju. Prvi vanjski bazeni izgrađeni su 1960-tih godina, a zimi su se sistemom "balona" pretvarali u zatvorene bazene. Hotel Mihanović je izgrađen 1982. godine, a ime je, kao i cijeli kompleks, dobio po starom dvorcu Mihanović koji se nalazi uz hotel. Kompleks ima 300 kreveta, sklop vanjskih bazena (jedan veliki s vodenim i zračnim masažama, bazen s valovima i dječji s 4 tobogana), unutarnjih bazena (plivački, dječji te dva s različitim vodenim masažama), polivalentnu sportsku dvoranu, travnato nogometno igralište te teren za boćanje. Ponuda hotela bila je do 1990. godine orijentirana na pripreme sportaša i rekreaciju. Za vrijeme Domovinskog rata u jednom dijelu hotela bile su smještene izbjeglice, pa je tada rekreacijski kompleks radio samo djelomično. Tijekom 2003. godine, hotelski kompleks je privatiziran i tada je promijenio ime u Terme Tuhelj. U srpnju 2005. godine u vanjskom dijelu kompleksa otvoren je vodeni park, a u proljeće 2006. godine renovirani su i u potpunosti preuređeni unutrašnji bazeni te otvoren „svijet sauna“ koje sačinjavaju turske kupelji i finske saune.

5. PONUDA TERMI HRVATSKOG ZAGORJA

Razvoj turizma u Hrvatskom zagorju vezan je uz termalne destinacije. Sve do početka Domovinskog rata kontinuirano se povećavao broj turista u tim destinacijama (Stubičke, Tuheljske i Krapinske Toplice), da bi se s početkom Domovinskog rata u turizmu na području Zagorja dogodile značajne promjene. Iako ovo područje nije bilo izravno zahvaćeno ratnim zbivanjima, i ovdje se osjetio smanjeni broj dolazaka turista, kao što je bilo u cijeloj Hrvatskoj. U hotel u Tuheljskim Toplicama smještene su izbjeglice Domovinskog rata, pa je taj hotel sve do 1998. godine samo jednim dijelom kapaciteta poslova na komercijalnoj razini. U hotelu u Krapinskim Toplicama dio kapaciteta bio je rezerviran za rehabilitaciju ranjenika, pa je i taj hotel poslova s manjim brojem smještajnih kapaciteta na turističkom tržištu.

Nakon 1995. godine, kao i u ostalim dijelovima Hrvatske, i u Zagorju se povećava broj turista. Termalne destinacije opet postaju zanimljive turistima, iako do 2004. godine broj turista u ovoj regiji nije dosegao razinu na kojoj je bio prije 1990. godine. Hrvatsko zagorje je 2005. godine posjetilo 36.436 turista, što čini udio od svega 0,4% svih turista koji su te godine posjetili Hrvatsku. U 2006. godini ovu regiju je posjetilo 52.365 turista, što je povećanje od čak 31% u odnosu na prethodnu godinu. To i dalje čini vrlo malen udio u ukupnom broju turista koji su posjetili Hrvatsku, iako je to ujedno i najveći broj turista zabilježen u ovoj regiji od početka razvoja turizma.

Termalne destinacije (Krapinske, Tuheljske i Stubičke Toplice) ostvaruju najveći udio turističkog prometa u regiji. U zagorskim toplicama nalazi se 81% od ukupnog broja smještajnih kapaciteta regije, u kojima se ostvaruje ukupno 85% svih registriranih noćenja te 77% ukupnog broja turista koji posjete Hrvatsko zagorje.³¹

³¹ Bučar, K., *Razvoj turizma i transformacija prostora Hrvatskog zagorja*, Doktorska disertacija, Zagreb, 2005., str. 121.

Hotelska ponuda u Krapinskim, Stubičkim i Tuheljskim Toplicama se samo djelomično promijenila posljednjih nekoliko godina i još uvijek se mijenja. Najmanje se promijenila u Stubičkim Toplicama, koje su modernizirale svoje vanjske bazene i djelomično obnovile sobe prije otprilike deset godina i otad nisu izvršile značajnija ulaganja u hotelski kompleks (3 zvjezdice). U Krapinskim Toplicama su u hotelu (3 zvjezdice) djelomično obnovljene sobe te je započeta dogradnja vanjskih bazena, ali ona još uvijek nije dovršena. U Tuheljskim Toplicama, pozitivan pomak je učinjen privatizacijom hotelskog kompleksa otkad je započeta i obnova kapaciteta (u ljeto 2005. godine otvoren je veliki vanjski kompleks – vodeni park, a zatim i uređeni unutrašnji bazenski kompleksi te saune) te je obnovljen dio kapaciteta hotela u 4 zvjezdice. Povećanju ukupne kvalitete termalnog turizma u Zagorju pridonijelo je i otvaranje hotela u Jezerčici (3 zvjezdice) za turiste, te uređenje njihovog kupališnog kompleksa.

Turistička orijentacija, kao i ponuda Krapinskih, Stubičkih i Tuheljskih Toplica, u prošlosti se nije preklapala, pa su tako svake toplice bile pretežno orijentirane na različite segmente korisnika. Takva ponuda na turističkom tržištu bila je vezana i uz činjenicu da se u Krapinskim i Stubičkim Toplicama i danas nalaze bolnice za medicinsku rehabilitaciju. Do prije nekoliko godina svoju ponudu su bazirale isključivo na tretmanima termalnom vodom, dok su posljednjih nekoliko godina učinjeni značajni pomaci u turističkoj ponudi terma u Hrvatskom zagorju. Naime, one su prateći turističke trendove termalnih destinaciju u Europi značajno obogatile svoju ponudu različitim vrstama i oblicima preventivnih programa.

Krapinske Toplice su svoju ponudu u prošlosti razvijale u smjeru zdravstvenih programa zbog bliske veze između bolnice i hotela. Sve do početka 1990-ih, hotel je gotovo u potpunosti sve svoje kapacitete imao rezervirane za osobe čiji je boravak financirao Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje. Tijekom 1990-ih taj se udio konstantno smanjivao, tako da je 2000. godine iznosio oko 30%, a ostatak svojih kapaciteta hotel je punio na turističkom tržištu. Hotel i bolnica poslovali su kao jedan poslovni subjekt do kraja 2001. godine, pa je sve do tada turistička ponuda u Krapinskim Toplicama bila orijentirana u izrazito zdravstvenom smjeru. Nakon osamostaljenja hotela i njegove privatizacije, 2002. godine započinje obnova vanjskog kupališnog kompleksa, koja još uvijek nije dovršena. Hotel i dalje blisko surađuje sa bolnicom i njihovi programi se nisu znatno promijenili, tako da trenutno svojim gostima nude mogućnost korištenja fitness centra, mokre i suhe masaže te programe za umirovljenike i dva različita reumatska programa u dužini od 6, 12 ili 18 dana.

U Stubičkim Toplicama hotel nikada nije bio “dio” Bolnice, ali je sama ta činjenica da se ondje nalazi takva ustanova uvjetovala da hotel razvija svoju ponudu u tom smjeru. Stubičke Toplice su jedine toplice u Zagorju koje su sa Zagrebom povezane željezničkom vezom (sat vremena vožnje vlakom). Ovaj oblik prijevoza je 1970-tih i 1980-tih omogućio jednodnevni posjet svim posjetiteljima iz Zagreba. Tako su Stubičke Toplice u tom razdoblju bile vrlo popularno jednodnevno turističko odredište Zagrepčana u ljetnim mjesecima. Tijekom Domovinskog rata takva navika Zagrepčana je prekinuta i nakon 1995. godine više nije obnovljena u prijašnjem omjeru. Međutim, hotel se nakon djelomične obnove svojih kapaciteta orijentirao na održavanje različitih kongresa i skupova, a u posljednje dvije

godine obogatili su svoju ponudu različitim programima, a to su: fizikalni (u dužini od 2, 5 ili 7 dana), antistres vikend program, anticelulitni program (u dužini od 8 dana), wellness programi u dužini od 4 ili 5 dana te veći broj pojedinačnih wellness usluga (tretmani za njegu lica, tijela ili stopala, masaže – klasične i one npr. sa čokoladom).

Hotel u Tuheljskim Toplicama je od samog početka bio orijentiran na prevenciju i rekreaciju, ne na kurativu i rehabilitaciju jer se u tom naselju ne nalazi bolnica za medicinsku rehabilitaciju. Također, u ovim toplicama je hotel otvoren najkasnije (početkom 1980-tih godina), kad su već počele promjene u zahtjevima turista u termalnom turizmu, pa je tim potrebama bio prilagođen hotelski kompleks i njegova ponuda. Nakon privatizacije kompleksa, preuređen je veći dio soba i smanjen je broj kreveta, tako da sada hotel ima jedan dio soba kategoriziran sa 4 zvjezdice (46 soba) a jedan sa 3 zvjezdice. Istovremeno su u potpunosti preuređeni vanjski i unutrašnji kupališni kompleksi, preuređen je fitness centar te dio za wellness gdje je otvoren "svijet sauna" (3 finske i 3 parne kupelji), centar njege i ljepote gdje se nudi veliki broj različitih načina masaže kao što su klasične, aroma masaže, havajska ili ona sa čokoladom. Također, gostima se nude brojni tretmani njege lica i tijela, a postoje i programi: manager programi (3 dana), antistres program, rodendanski program (3 dana), te u dužini od 5 dana spa&beauty te spa&activ programi.

Hotel Jezerčica posljednje dvije godine djeluje na turističkom tržištu i u potpunosti je uslugama okrenut prevenciji i zabavi. U svojoj ponudi osim vanjskog i unutrašnjeg kupališnog kompleksa i fitness centra, u wellness centru gostima nudi veći broj beauty programa te različitih masaža kao što su klasične, aroma masaže, Thai – masaže te Ayurveda masaže. Posebnost ovog hotela, obzirom na ostale termalne destinacije u Zagorju, je i VIP zona, gdje se svakom korisniku wellness centra posvećuju istovremeno dva terapeuta, a neki od programa su prilagođeni parovima.

6. METODOLOGIJA I PROCES ISTRAŽIVANJA

Prilikom izrade rada koristili su se podaci dobiveni iz sekundarnih izvora podataka vezanih za proučavano područje termalnog turizma, te podaci Državnog zavoda za statistiku.

Kako bi se dobili kvalitetniji podaci, u razdoblju svibanj – rujan 2007. godine provedeno je istraživanje među korisnicima usluga Krapinskih, Stubičkih, Tuheljskih Toplica i Termi Jezerčica. Ukupan broj ispitanika iznosi 159, a istraživanje se temelji na anketnom upitniku koji je podijeljen gostima (korisnicima usluga) tijekom njihova boravka u objektima toplica. Upitnik se sastoji od tri grupe pitanja, a prilikom njegova sastavljanja vodilo se računa da ispitanicima ne oduzima previše vremena.

Prvu grupu pitanja činila su pitanja vezana za ocjenu kvalitete usluga pruženih u hotelu, dok se druga grupa pitanja odnosi na kvalitetu vanpansionskih usluga u Toplicama. Ovim pitanjima nastojala se ustanoviti razina zadovoljstva, odnosno nezadovoljstva gostiju pojedinim uslugama u Toplicama i to pomoću sustava ocjenjivanja (skala od 1 do 5, s tim da ocjena 1 označava najmanje zadovoljstvo, a ocjena 5 najveće zadovoljstvo određenom uslugom). Treća grupa pitanja obuhvaćala je pitanja sociodemografskog karaktera.

7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

7.1. Demografska i socioekonomska obilježja ispitanika

Analizom podataka dobivenih ovim istraživanjem ustanovljena su demografska i socioekonomska obilježja ispitanika (gostiju u Toplicama), te od ukupnog broja ispitanika (159 ispitanika) 58% čine žene, a 42% muškarci.

Istraživanjem su obuhvaćene dobne skupine od 15 do 65 i više godina, a najveći postotak ispitanika (29,6%) pripada dobnoj skupini od 26 do 35 godina. Druga po redoslijedu zastupljenosti je dobna skupina od 46 do 55 godina (22%).

Ukoliko se promatraju ukupni mjesečni prihodi kućanstva, evidentno je kako najveći postotak ispitanika (46,5%) potječe iz kategorije 5000-10.000kn.

Ispitivanjem visine stupnja obrazovanja ispitanika ustanovljeno je kako najveći postotak ispitanika (56,3%) ima završenu četverogodišnju srednju školu, ali da je i visok postotak ispitanika sa visokom stručnom spremom (17,1%).

Analizira li se bračni status ispitanika, dominira kategorija „oženjen/udata“ sa 52,2% ispitanika, te „neoženjen/neudata“ sa 31,8% ispitanika.

Najveći broj ispitanika, korisnika usluga Toplica potječe iz Hrvatske (82,3%), zatim Slovenije (3,8%), te Njemačke i Austrije (2,5% iz svake od ovih zemalja). Među posjetiteljima koji su sudjelovali u anketi našlo se i gostiju iz Poljske, Turske, Makedonije, Bosna i Hercegovina, SAD, Engleske, Švicarske, Španjolske i drugih zemalja, što govori o zanimanju za tu vrstu turizma.

7.2. Analiza zadovoljstva pruženim uslugama u hotelu

U Tablici 1. nalaze se rezultati ocjene zadovoljstva (prosječne ocjene) ispitanika pruženim uslugama u hotelu i to ocjenjujući na skali od 1-5 s tim da je 1 = potpuno nezadovoljan, a 5 = izuzetno zadovoljan.

Ispitanici su najmanje zadovoljni veličinom sobe (prosječna ocjena 3,58) i mogućnošću korištenja drugih sadržaja (prosječna ocjena 3,60) u hotelima. Najveći stupanj zadovoljstva ispitanici su pokazali pri ocjenjivanju količine ponuđene hrane (prosječna ocjena 4,39) i ljubaznosti osoblja hotela (prosječna ocjena 4,37). Zanimljivo je spomenuti kako su u nekoliko anketnih upitnika ispitanici ljubaznost osoblja ocijenili s 5+.

Tablica 1: Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika uslugama u hotelu

Vrsta usluge u hotelu	Prosječna ocjena
Veličina sobe	3,58
Unutarnje uređenje sobe	3,76
Unutarnje uređenje hotela u cjelini	3,99
Čistoća hotela	4,06
Kvaliteta prehrane	4,22
Količina hrane	4,39
Izgled bazena	4,03
Čistoća bazena	4,00
Izbor medicinskih i beauty tretmana	4,03
Raspored održavanja medicinskih i beauty tretmana	4,02
Mogućnost korištenja drugih sadržaja	3,60
Stručnost osoblja koje pruža medicinske i beauty tretmane	4,21
Ljubaznost osoblja hotela	4,37

Izvor: Vlastita obrada autora

7.3. Analiza zadovoljstva pruženim vanpansionskim uslugama u Toplicama

Pored usluga u hotelu, turisti danas zahtijevaju i dodatne sadržaje kojima će upotpuniti boravak u toplicama. Kao što to pokazuju rezultati u Tablici 2., nije preveliko zadovoljstvo gostiju ponudom izvan sadržaja koji se nudi u hotelu. Naime, ocjene se kreću od 3,05 do 3,96. Najmanju ocjenu dobila je mogućnost kupnje suvenira (prosječna ocjena 3,05), a to je podatak koji bi trebao biti zanimljiv turističkim djelatnicima te regije, budući da upravo suveniri u sebi nose određeni imidž zemlje koju predstavljaju svijetu.

Tablica 2: Prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika vanpansionskim uslugama

Vrsta vanpansionske usluge	Prosječna ocjena
Mogućnost kupnje suvenira	3,05
Izbor ugostiteljske ponude	3,55
Raznovrsnost trgovačkog sadržaja	3,20
Kulturna ponuda	3,25
Sportska ponuda	3,35
Mogućnost zabave	3,22
Mogućnost obilaska Hrvatskog zagorja	3,36
Uređenost okoliša (prirode)	3,96

Izvor: Vlastita obrada autora

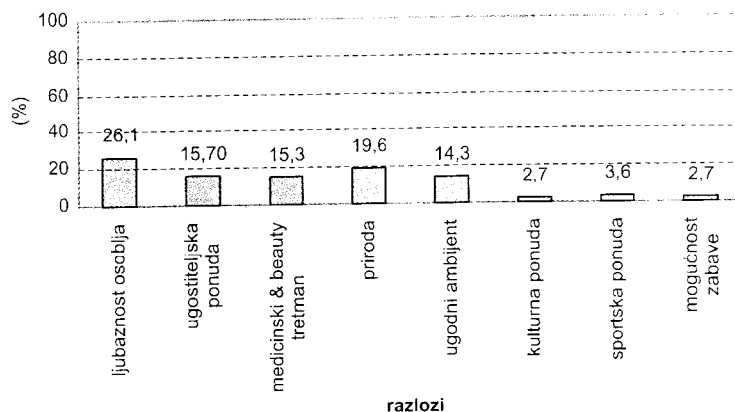
Najvišu prosječnu ocjenu, a time i najveći stupanj zadovoljstva ispitanika navedenom uslugom, dobila je uređenost okoliša (priroda) čime se ponovno vraćamo na temeljno u hrvatskoj turističkoj ponudi – prirodna bogatstva Republike Hrvatske (onaj temelj od kojeg se želi napraviti pomak naprijed).

7.4. Razlozi ponovnog posjeta Toplicama

Istraživanje o mogućnosti ponovne posjete Toplicama pokazalo je kako najveći postotak ispitanika namjerava ponovno doći u Toplice (80,3% ispitanika će sigurno doći, dok će 12,7% ispitanika „možda“ ponovno doći u Toplice ukoliko bude u mogućnosti). Ovo se pitanje nastavlja na pitanje o razlozima ponovnog odabira određenih Toplica, gdje se kao najvažniji razlog (Slika 1.) kod 26,1% ispitanika navodi „ljubaznost osoblja“, a zatim slijede „priroda“ (19,6% ispitanika), pa „ugostiteljska ponuda“ (15,7% ispitanika).

Ispitanici su najmanje zadovoljni kulturnom i sportskom ponudom, te mogućnošću zabave u Toplicama, jer je i najmanji postotak ispitanika (2,7%, odnosno 3,6% ispitanika) to izabrao kao razlog ponovnom povratku u Toplice.

Graf 1: Razlozi ponovnog posjeta Toplicama



Izvor: Vlastita obrada autora

8. ZAKLJUČAK

Turistička i hotelska ponuda u zagorskim toplicama posljednjih nekoliko godina doživjela je značajne strukturne promjene i prilagodila se europskim trendovima u termalnom turizmu. Najmanji pomak u kvaliteti napravile su Krapinske Toplice jer projekt proširenja i obnove koji je započeo 2002. godine još uvijek nije dovršen. Usprkos tim kvalitativnim promjenama, još uvijek ima mnogo prostora za promjene a pogotovo bi one trebale biti u dijelu sportsko-rekreacijske turističke ponude. U svim toplicama postoje tereni za mini-golf, tenis, vanjska nogometna, košarkaška i odbojkaška igrališta te mogućnost

ribolova i staze za hodanje. Ali, jednako tako, ni u jednim ne postoje zatvorene dvorane za tenis, mogućnost jahanja, staze za biciklizam te golf igrališta. Također, ni u jednim toplicama ne postoji dječji vrtić, tako da one nisu pogodne za mlađe bračne parove s djecom.

Ovakva turistička ponuda, pokazuje kako sve termalne destinacije moraju još mnogo uložiti u obnavljanje i osmišljavanje svoje turističke ponude, kako bi ona bila privlačnija i zanimljivija turistima. Kod realizacije takve ponude, hoteli koji nude usluge termalnog turizma ne mogu biti jedini nositelji razvoja turizma, već cijelo turističko odredište (naselje) mora djelovati u tom smjeru. Jednako koliko je bitna ponuda u hotelskom dijelu, sve je važnija i vanpansionska ponuda kako bi se mogle zadovoljiti sve potrebe turista. Ono što ohrabruje je činjenica da je kvaliteta djelatnika na visokoj razini, što su pokazali rezultati istraživanja. Također, još uvijek su ljepota i urednost okoliša među najvažnijim razlozima posjete Toplicama.

LITERATURA:

1. Bučar, K., *Razvoj turizma i transformacija prostora Hrvatskog zagorja*, Doktorska disertacija, Zagreb, 2005.
2. Ivanišević, G., *Prirodni ljekoviti toplični činitelji*, Društvo reumatičara za djecu i odrasle, Zagreb, 2004.
3. *Statistički ljetopis 2007.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb.
4. Smith, Ch., Jenner, P., Health Tourism in Europe, *Travel and Tourism Analyst*, No. 1., 2000.
5. Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, 2005.
6. Vukonić, B., Čavlek, N., *Rječnik turizma*, Masmmedia, Zagreb, 2001.
7. <http://www.world-tourism.org>

QUALITY OF THERMAL CENTRES OF HRVATSKO ZAGORJE REGION

Kristina Bučar³² & Sanda Renko³³

Summary

The Republic of Croatia, with its preserved environment, has a distinct advantage over all other tourist destinations in the Mediterranean.

Although Croatia benefits from various natural and social tourist facilities and resources in its continental part, for many people the main reasons for visiting Croatia comes down to the „blue sea and the bright sun“, as well as a long and well-indented coast with a specific Mediterranean climate.

However, some changes in tourist needs have led to changes in tourist workers' opinions as they have begun to understand the necessity of implementing quality in all segments of business - particularly in the services sector.

This paper shows characteristics of one type of tourism – thermal spas. They are presented through the study of the level of satisfaction with the quality of offered services in the thermal centres of Hrvatsko zagorje region: Krapinske, Tuheljske, Jezerčice and Stubičke spas. The results of the study point to a very high level of satisfaction with the quality of services offered in hotels, and the high level of dissatisfaction with the quality of services offered outside hotels.

Key words: Hrvatsko zagorje, thermal spa, quality, services

³² Kristina Bučar, Ph.D., Assistant, Faculty of Economics and Business, Zagreb, E-mail: kbucar@efzg.hr

³³ Sanda Renko, Ph.D., Assistant Professor, Faculty of Economics and Business, Zagreb, E-mail: srenko@efzg.hr