

# Međudnos fitnessa i turističkog sektora

---

Šoštar, Mirna

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:787150>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-07**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE**

**ZAGREB**

**MIRNA ŠOŠTAR**

**ZAVRŠNI RAD**

**MEĐUODNOS FITNESSA I TURISTIČKOG SEKTORA**

**Zagreb, 2023.**

LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE

ZAGREB

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ

Menadžment športa i športskih djelatnosti

MEĐUODNOS FITNESSA I TURISTIČKOG SEKTORA

**KANDIDAT:** Mirna Šoštar

**KOLEGIJ:** Menadžment športskog turizma i wellnessa

**MENTOR:** izv.prof.dr.sc. Andreja Rudančić

Zagreb, lipanj 2023

## SADRŽAJ

### SAŽETAK SUMMARY

<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
1.1 Predmet istraživanja .....	2
1.2 Svrha i ciljevi istraživanja .....	2
1.3 Struktura i sadržaj završnog rada.....	3
<b>2. VAŽNIJA OBILJEŽJA KINEZIOLOŠKE REKREACIJE</b> .....	<b>4</b>
2.1 Pojam i bitne odrednice kineziološke rekreacije .....	4
2.1.1 Razdvajanje sportske rekreacije od neprofitnog i profesionalnog sporta.....	5
2.1.2 Neprofitne organizacije i sport.....	5
2.1.3 Sportska rekreacija .....	7
2.2 Kineziološka rekreacija kao društvena obaveza .....	7
2.3 Fitness programi u rekreaciji .....	10
2.3.1 Vrste fitness programa .....	10
2.4 Fitness kao način života – zdravlje, kondicija i sposobnost .....	12
2.4.1 Joga.....	12
2.4.2 Aikuna gimnastika.....	13
2.5 Važnost tjelesne aktivnosti za zdravstveno stanje stanovništva Europske unije.....	13
2.5.1 Fitness kao sport.....	16
2.5.2 Filozofija fitnessa .....	17
2.5.3 Fitness trendovi u svijetu.....	18
2.5.4 Sportska rekreacija u EU i Hrvatskoj.....	21
2.6 Fitness kao gospodarska grana .....	23
<b>3. FITNESS KAO ELEMENT REKREACIJE U TURIZMU</b> .....	<b>25</b>
3.1 Obilježja sportsko rekreacijskog turizma .....	25

3.2	Zdravstveni, rekreacijski, lifestyle i fitness turizam .....	29
3.3	Fitness odmori i njihova privlačnost .....	32
3.4	Fitness turizam kao oblik aktivnog turizma .....	33
3.5	Fitness kampovi u funkciji razvoja rekreacijskog turizma .....	34
<b>4.</b>	<b>FITNESS TURIZAM U EUROPI .....</b>	<b>36</b>
4.1	Fitness kao turistički proizvod.....	36
4.2	Fitness industrija u Europi - statistika i činjenice .....	36
4.3	Ponuda i potražnja za fitness sadržajima u turizmu .....	37
4.3.1	Fitness u sklopu europskog wellness turizma .....	37
4.3.2	Fitness u sklopu europskog sportskog turizma .....	39
4.4	Fitness u europskom urbanom turizmu .....	39
4.5	Fitness u hotelskoj industriji.....	42
4.6	Fitness na otvorenom i turizam temeljen na prirodi u socio-ekološkom sustavu.....	43
<b>5.</b>	<b>MEĐUODNOS FITNESS I TURISTIČKE INDUSTRIJE .....</b>	<b>45</b>
5.1	Mjesto i uloga fitnessa u hrvatskom turizmu.....	45
5.1.1	Wellness u hotelijerstvu .....	46
5.2	Fitness centri u funkciji razvoja turizma .....	47
5.3	Ekonomski učinci rekreativnih aktivnosti gostiju na turistička poduzeća .....	48
5.4	Trendovi u fitness industriji.....	50
<b>6.</b>	<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>52</b>
	<b>POPIS ILUSTRACIJA .....</b>	<b>54</b>
	<b>POPIS LITERATURE.....</b>	<b>55</b>

## SAŽETAK

Fitness kao neizostavni dio sportske rekreacije ili fitness kao dio wellnessa jednako su poželjni proizvod turističke industrije, koja ako želi pratiti trendove vezane uz tjelesne aktivnosti svojih korisnika treba fitness promovirati u svojoj ponudi. U ovom radu se ova konstatacija potvrđuje proučavanjem obilježja kineziološke rekreacije traženjem uzroka i povoda koji sportaše, rekreativce, ljude željne boljeg izgleda, boljeg stanja zdravlja tijela i duha navodi na bavljenje tjelesnom aktivnošću. Fenomen fitnesa postao je način života velikog broja europskog stanovništva koji se svojih navika ne žele odreći ni na putovanju niti na odmoru. Fitnesom se bave u zatvorenom ili otvorenom prostoru, u gradovima ili u prirodi. Fitness kao wellness dio je programa u lječilištima ili jednostavno sredstvo za opuštanje i odmor. Fitnes je postao industrija koja je usko povezana s turizmom a fitnes sve više postaje pokret za bolje stanje tijela i duha.

**Ključne riječi:** fitness, turizam, Republika Hrvatska, Europska unija

## **SUMMARY**

Fitness as an indispensable part of sports recreation or fitness as part of wellness are equally desirable products of the tourism industry, which if it wants to follow trends related to the physical activities of its users, should promote fitness in its offer. In this paper, this statement is confirmed by studying the characteristics of kinesiology recreation by looking for the causes and reasons that lead athletes, recreationists, people who want a better appearance, a better state of physical and mental health to engage in physical activity. The phenomenon of fitness has become a way of life for many Europeans who do not want to give up their habits either when traveling or on vacation. They practice fitness indoors or outdoors, in cities or in nature. Fitness as a wellness is part of the program in spas or simply a means of relaxation and rest. Fitness has become an industry that is closely related to tourism, and fitness is increasingly becoming a movement for a better state of body and mind.

**Keywords:** fitness, tourism, Republic of Croatia, European Union

## 1. UVOD

U suvremenoj turističkoj ponudi se na fenomen fitnessa gleda kao na rekreaciju u funkciji očuvanja i obnove zdravlja pojedinaca i skupina te povećanja kvalitete njihova života. Rekreacija je često mješavina tjelesne, mentalne i emocionalne aktivnosti. Rekreacija je bitna komponenta života i može se pojaviti kao gledanje ili sudjelovanje u sportu, umjetnosti, aktivnostima na otvorenom i drugim aktivnostima. Svaka osoba ima drugačiju osobnost. Svi pojedinci imaju ideale, nade, uvjerenja i stavove, kao i ciljeve, navike, interese i želje. Stoga su rekreacija i odnos osobnosti posebno važni. Moguće je ustvrditi da rekreacija izravno utječe na čimbenike „sreće, zadovoljstva, uravnoteženog rasta, kreativnosti, natjecanja, karaktera, mentalnih sposobnosti i učenja, slobode, tjelesne kondicije, društvenog statusa, ponašanja“ koji su učinkoviti u stvaranju osobnosti. Osim toga, rekreacija također ima učinak na emocionalnu stabilnost pojedinca. Uspostavljanje emocionalne ravnoteže, sposobnost izražavanja, sposobnost realnog reagiranja u krugu i kreativnog življenja povećavaju se rekreacijom. Rekreacija ljudima daje osjećaj postignuća. Dodatno, rekreacija se smatra načinom uspostavljanja uravnoteženih i harmoničnih odnosa s vanjskim okruženjem te učinkovitim načinom uspostavljanja unutarnje ravnoteže. Rekreacija nudi važne mogućnosti za razvoj osobnosti kroz prilagodbu pojedinca društvenim situacijama, razvijanje tolerancije i razumijevanja te kreativno korištenje slobodnog vremena. Društveno gledano, rekreacija osigurava društvenu solidarnost i integraciju te omogućuje stvaranje demokratskog društva.

U ovom radu istražuje se i analizira fitness odmor kao važan element rekreacijskog turizma. Pretpostavlja se kako su u pozadini privlačnosti i popularnosti fitness odmora važna pitanja o upravljanju i održavanju zdravog tijela. Konkretno, fitness odmor predstavlja poseban odgovor na pritiske da se prilagodi određenim idealima veličine, težine i izgleda. Takvi pritisci mogu se artikulirati kao dio promjena u zdravstvenim praksama u kojima se pojedinac potiče da preuzme veću odgovornost za fizičku kondiciju i gdje su disciplina i regulacija tijela potrebni kao dio šireg "biološkog građanstva".

Poseban naglasak se u ovom radu stavlja na ulogu koju fitness odmor ima u sklopu turističkog putovanja, bilo da se radi o dvoranskim (indoor) ili vanjskim (outdoor) aktivnostima. Naime, turisti koji imaju navike tjelovježbe u svom boravištu, niti na putovanjima ne žele odustati od svojih navika. S druge strane oni turisti kojima su u svojem boravištu rekreacijski rekviziti nedostupni, potencijalno mogu pod utjecajem okolnosti postati rekreativci.



U radu se kontekstualiziraju argumenti iz dostupne literature o rekreativnom turizmu i istraživanjima koja uključuju fitness, posebno se oslanjajući na literaturu o dobrobiti po zdravlje i tijelo te na terapijske prakse iz okruženja kao i osobnih iskustava.

## **1.1 Predmet istraživanja**

Problem koji je uočen u pisanju ovog završnog rada odnosi se na jaz u službenom statističkom praćenju fitnessa. Naime fitness je tjelesna aktivnost koja je sastavni dio sportske rekreacije ali ujedno i sastavnica zdravstvenih programa kao rehabilitacija ili preventiva. Fitness je stoga povezan i s rekreacijsko-sportskim i zdravstvenim turizmom. Stoga se u razmatranju teme rada kao relevantni podatci koriste rezultati anketnih ispitivanja Eurobarometra, Instituta za turizam, Hrvatske turističke zajednice te relevantnih znanstvenih i stručnih radova. Iz uvodnih obrazloženja i naznačenog problema definiran je ***predmet istraživanja:*** istražiti i argumentirano obrazložiti značaj fitnessa kao niše sportskog turizma u Europskoj uniji s osvrtom na Republiku Hrvatsku sa aspekta rekreacije u sklopu sportskog turizma te wellnesa kao sastavnice zdravstvenog turizma.

S obzirom na predmet istraživanja u izradi završnog rada koristile su se ***metode:*** analize i sinteze, induktivna i deduktivna metode, metoda apstrakcije i konkretizacije, komparativna metoda, deskriptivna metoda, metoda generalizacije i specijalizacije kao i statistička metoda.

Pisanje završnog rada uslijedilo je nakon proučavanja dostupne domaće i strane literature; knjiga, stručnih i znanstvenih članaka objavljenih u relevantnim časopisima dostupnih na web prostoru koje analiziraju tematiku fitnessa i sportskog turizma.

Korišteni citati kao i parafrazirane spoznaje navedeni su u tekstu i povezani s bibliografijom na kraju rada.

## **1.2 Svrha i ciljevi istraživanja**

Svrha istraživanja odnosi se na upoznavanje važnosti tjelovježbe i rekreacije u životima suvremenog urbanog stanovništva kao i fitnessa kao promotora zdravog života i wellnesa u stalnom boravištu te na putovanjima u trenucima aktivnog odmora ili opuštanja. Ciljevi koji se žele postići su: 1) istražiti važnija obilježja kineziološke rekreacije, 2) razmotriti fitness kao

element rekreacije u turizmu, 3) analizirati fenomen fitnessa u Europi te 4) ukazati na postojanje pozitivne korelacije između fitnessa i turističke industrije.

### 1.3 Struktura i sadržaj završnog rada

Složenost istraživanja teme *Fitnes kao niša sportskog turizma Europskoj uniji u s osvrtnom na Republiku Hrvatsku* iziskivala je proučavanje literature iz područja sporta, sportske rekreacije, fitnessa, wellnessa kako bi se problematika sportskog i zdravstvenog turizma mogla koncizno prezentirati kroz šest međusobno povezanih dijelova ovog završnog rada.

U prvom, uvodnom dijelu naznačeni su predmet, svrha i ciljevi istraživanja, postavljene naznačene osnovne metode istraživanja te prikazana struktura rada.

Drugi dio rada, **VAŽNIJA OBILJEŽJA KINEZIOLŠKE REKREACIJE**, je poglavlje u kojem se sa teorijskog stajališta ukazuje na važnost svih oblika tjelesnih aktivnosti za zdravlje i opći osjećaj zadovoljstva zbog održavanja ili unaprjeđenja tjelesne spremne. Kao specifična tjelesna aktivnost razmatra se fitness kao element koji je prisutan u sportu, rekreaciji i wellnessu.

**FITNESS KAO ELEMENT REKREACIJE U TURIZMU** naslov je trećeg dijela rada u kojem se fitness analizira kao dio turističke ponude i potražnje u sportsko rekreacijskom i zdravstvenom turizmu.

U četvrtom dijelu rada **FITNESS TURIZAM U EUROPI**, sagledava se fitness kao pokret za zdrav život, kao industrija fitness opreme i rekvizita u usponu te kao sve značajniji proizvod u turističkoj industriji. U Europskoj uniji fitness sadržaji postaju sastavni dio turističke ponude bilo da se radi o fitnessu u zatvorenom ili otvorenom prostoru te bilo da se radi o mondenim resortima, hotelima, kampovima, ruralnim ili urbanim sredinama.

Peti dio rada ima naslov **MEĐUODNOS FITNESS I TURISTIČKE INDUSTRIJE**, u kojem se istražuje njihova povezanost sa ekonomskog aspekta te mjesto i uloga fitnessa u hrvatskom turizmu.

Rad završava zaključnim razmatranjima, popisom ilustracija te navođenjem bibliografije korištene u radu.

## **2. VAŽNIJA OBILJEŽJA KINEZIOLOŠKE REKREACIJE**

Zdravlje ljudi je društveno značajan fenomen, čijom se razinom i stanjem može procijeniti dobrobit društva. Što je viši stupanj kulture zdravlja cijelog društva, što je viša razina kulture zdravih stilova života svake osobe. Svjetska iskustva pokazuje da aktivnost osobe tijekom života sprječava bolesti i poboljšava zdravlje. Upravo je tjelesna kultura kao sastavnica opće kulture, čije su društvene manifestacije tjelesni odgoj i popularni sport, neophodan čimbenik zdravih stilova života, prevencije bolesti, organiziranja sadržajnog provođenja slobodnog vremena i stvaranja uvjeta za cjelovit i skladan razvoj čovjeka.

### **2.1 Pojam i bitne odrednice kineziološke rekreacije**

Kineziološka rekreacija širi je pojam od sportske rekreacije budući da pored tjelovježbe i fizičkih napora organizma obuhvaća i načine prehrane i psihološko stanje. Stoga bi kako navodi Andrijašević (2008, str. 10) pravilnu kineziološku rekreaciju trebao kreirati tim stručnjaka sastavljen od kineziologa, liječnika (specijaliste medicine rada ili kardiolog), nutricioniste i psihologa koji bi omogućili pojedincu pravilan izbor programa i oblik rekreacije.

Prema Anićeovom rječniku (Rječnik hrvatskog jezika, 2006, str. 1325) rekreacija je: „okrepa, osvježenje, opuštanje, oporavak za ponovno stvaranje i rad te odmor koji se obično vezuje uz tjelesne aktivnosti“. O rekreaciji u kontekstu kineziologije Andrijašević (Kineziološka rekreacija - društvena obaveza, 2008, str. 3) ističe kako kineziološka rekreacija, u širem smislu, brine o individualnim potrebama ljudi i građana, vezanima za zaštitu i unapređenje zdravlja. Nadalje ona ukazuje kako sportska rekreacija svugdje u svijetu dobiva na značaju kao čimbenik zaštite i unapređenja zdravlja, socijalizacije te važnog sadržaja u slobodnom vremenu koji pridonosi kvaliteti života stanovništva. Povezujući sportsku rekreaciju s slobodnim vremenom i turizmom Relac i Bartoluci (Turizam i sportska rekreacija, 1997, str. 35) navode kako rekreacija „predstavlja cjelokupnu čovjekovu aktivnost izvan profesionalnih obaveza, izabranu po želji, koja pridonosi razvoju stvaralaštva, očuvanju tjelesnog i duševnog zdravlja, održavanju vitalnosti, odmoru, osvježenju i razonodi“.

Kako bi se jasno razlučilo što se podrazumijeva pod sportskom rekreacijom potrebno je razlučiti razlike u poimanju sportske rekreacije u neprofitnom (amaterskom) i profesionalnom sportu te rekreacije u okvirima wellnessa.

### ***2.1.1 Razdvajanje sportske rekreacije od neprofitnog i profesionalnog sporta***

Postoje razni načini da se razgraniče sportske aktivnosti i djelatnosti povezane s njima. Najčešća razgraničenja postavljaju se zbog spolnih razlika pa je tako jednostavna podjela na muški i ženski sport. Naredna razlika je u vremenu i mjestu gdje se sportski događaji odvijaju. Pa tako postoje zimski sportovi, ljetni sportovi, dvoranski sportovi, sportovi na otvorenom, vodeni sportovi, zračni sportovi, planinski, brdski kao i sve moguće kombinacije. Ipak su se iskristalizirale podjele s obzirom na način pristupa bavljenja sportom što je u osnovi podjela na sport i rekreaciju pri čemu se sport dijeli na amaterski (neprofitni) i profesionalni sport.

Tjelovježba, šetnja u prirodi, vježbanje u teretani su pozitivne rekreativne aktivnosti korisne za zdravlje i lijep izgled ali nisu sport. Iako i sportaši u svojim trenažnim aktivnostima koriste teretane i šetnje u prirodi njihova domena je daleko iznad rekreacijske, jer sport je njihov način života bio on amaterski ili profesionalni. Rekreativci su uglavnom individualci ili udruge građana istomišljenika koji svoje aktivnosti neobavezno obavljaju u slobodnom vremenu, dotle su sportaši organizirani u saveze i podložni organizacijskoj hijerarhiji.

### ***2.1.2 Neprofitne organizacije i sport***

Neprofitni sektor obuhvaća organizacije koje se znatno razlikuju od državnih organizacija kao i organizacija koje se zasnivaju na traženju profita. Neprofitne organizacije razlikuju se po veličini, fokusu i sposobnostima te uključuju različite skupine poput lokalnih udruga, trgovačkih komora, privatnih škola, dobrotvornih fondova i zaklada, agencija za socijalnu skrb i sportskih organizacija. Neprofitne organizacije glavni su dio mnogih industrija u zdravstvu, obrazovanju, stanovanju, socijalnoj skrbi, kulturi i sportu.

Neprofitne organizacije definirane su kao one organizacije koje su institucionalno odvojene od države, ne vraćaju dobit vlasnicima, samoupravne su, imaju značajan element dobrovoljnog doprinosa i formalno su uključene. Neprofitne organizacije postoje kako bi razvijale zajednice, zadovoljavale potrebe prepoznatljivih i diskretnih skupina u tim zajednicama i radile u korist javnog dobra, a ne stvaranja bogatstva za pojedince. Većina neprofitnih organizacija uglavnom je vođena naporima volontera, a ne plaćenog osoblja.

Međunarodna klasifikacija neprofitnih organizacija (*The International Classification of Nonprofit Organizations* - ICNPO) ima određenu kategoriju za sportske i rekreacijske organizacije. Ova kategorija uključuje tri skupine (Salamon & Anheier, 1996, str. 7):

- 1) sport uključujući amaterski sport, treninge, fitness i sportske sadržaje te sportska natjecanja i događaje;
- 2) rekreacijski i društveni klubovi, poput lokalnih klubova, udruga igrališta, klubova za obilasku i klubova za slobodno vrijeme; i
- 3) dobrotvorni klubovi poput klubova Lions, Rotary, Kiwanis i Apex.

Posebno su interesantne one organizacije koje djeluju na neprofitnoj osnovi u sportu, uključujući organizacije profesionalnih usluga, industrijske lobističke grupe, organizacije sportskih događaja i tijela za upravljanje sportom. Neprofitne profesionalne organizacije djeluju u sportu kao strukovna udruženja. Ove organizacije pomažu u postavljanju standarda prakse u svojim branšama, pružaju profesionalne akreditacije kvalificiranim članovima i nude mogućnosti profesionalnog razvoja putem konferencija, seminara ili programa obuke. Rade na poslovni način, ali cilj je vratiti članovima profit kroz poboljšanu uslugu, a ne stvoriti bogatstvo za vlasnike.

Postoje brojne lobističke skupine, koje zastupaju interese neprofitnih sportskih organizacija, koje djeluju u cijelom svijetu. Neke od najvećih i najutjecajnijih sportskih organizacija na svijetu djeluju na neprofitnoj osnovi, uključujući Međunarodni olimpijski odbor (MOO) koji je 1894. osnovao barun Pierre de Coubertin, i neovisna je neprofitna organizacija koja služi kao krovna organizacija Olimpijskog pokreta. Primarna uloga MOO -a je nadzirati organizaciju ljetnih i zimskih Olimpijskih igara. Postoji i niz specijaliziranih neprofitnih organizacija koje se usredotočuju na diskretne grupe zajednice. Među njima je prvenstveno Međunarodni paraolimpijski odbor (*International Paralympic Committee* - IPC), međunarodna reprezentativna organizacija sportova za sportaše s invaliditetom. IPC organizira, nadzire i koordinira Paraolimpijske igre i druga sportska natjecanja s više osoba s invaliditetom na elitnoj razini ([www.paralympic.org](http://www.paralympic.org)). Druge slične neprofitne organizacije uključuju Međunarodno sportsko-rekreacijsko udruženje za cerebralnu paralizu i Međunarodnu federaciju slijepih sportova koje sportašima omogućuju velike događaje.

### **2.1.3 Sportska rekreacija**

Pretpostavlja se kako sportska rekreacija ima najviše sudionika aktivnog vježbanja no njihov konačan broj ostaje nepoznat budući da brojni individualci nisu povezani u organizacije već svoje slobodno vrijeme provode vježbajući, trčeći, biciklirajući, hodajući, plivajući u zatvorenim ili na otvorenim prostorima. Naravno da rekreativci imaju svoja udruženja, ali su ona isključivo amaterska. U Hrvatskoj tako djeluje Savez sportske rekreacije-sport za sve koji je krovna organizacija koja u sportsko-rekreacijske djelatnosti i aktivnosti uključuje sve strukture i dobne skupine građana koji žele da im sportsko- rekreacijski sadržaji postanu i budu životna potreba i svakodnevna navika. Hrvatski savez sportske rekreacije "Sport za sve" organizira i nudi poduku za početnike kao i za one napredne u više sportskih grana. Isto tako, odlazi se na razna lokalna, regionalna, nacionalna i međunarodna rekreacijska natjecanja. Hrvatski savez sportske rekreacije "Sport za sve" član je Hrvatskog olimpijskog odbora, Svjetskog saveza "Sport za sve", Europske asocijacije "Sport za sve", Europske federacije sporta radnika i poduzeća te Europske konfederacije "Sport-zdravlje".

Iako postoje razlike u organizacijskom sustavu između sportskih rekreativaca i sportaša amatera, ne postoji jasna granica između njih. Naime brojna amaterska sportska društva kao dio neprofitnog sporta služe za rekreaciju sportaša veterana, ali i rekreaciju udruga građana koji povremeno organiziraju međusobna natjecanja.

## **2.2 Kineziološka rekreacija kao društvena obaveza**

Glavnim zdravstvenim problemom 21. stoljeća smatra se tjelesnu neaktivnost. U SAD-u 25-35% odraslih su neaktivni, rade tipično sedentarni posao, a i slobodno vrijeme provode u istim, sedentarnim uvjetima. Slični su uvjeti i način života u svim tehnološki razvijenim zemljama. Poremećaji su postali dominantni i u socijalnoj i u psihološkoj sferi. Trend nastajanja takvih vrsta oboljenja nastupio je sredinom 20. stoljeća, a posljednjih se desetljeća, pod utjecajem korištenja novih tehnologija, povećao i proširio na sve razine, neovisno o spolu i dobi.

Kvaliteta života, uhodani životni ritam i egzistencijalna sigurnost postali su neostvoreni san većine. Sve umorniji, sve bezvoljniji i sa sve manjom količinom slobodnog vremena trebali bi osigurati iznimnu motivaciju koja bi djelovala na prevladavanje poteškoća tipičnih za tranzicijska društvo. Kineziološka rekreacija, u širem smislu, brine o individualnim potrebama

ljudi i građana, vezanima za zaštitu i unapređenje zdravlja. Tako, kako navodi Andrijašević (Kineziološka rekreacija - društvena obaveza, 2008, str. 5) postoji paradoks koji navodi na iznimne potrebe građana Republike Hrvatske za kvalitetnim i zdravim sadržajima u slobodno vrijeme i neostvarene iskazane potrebe koje, očito, nisu utjecale na promjene vezane uz usvajanje novih navika tjelesne aktivnosti.

Razvijene su države, u fazi ubrzanih promjena rada i života, evidentirale brojne zdravstvene poremećaje kod svojih građana te su uložile znatan napor u sprečavanju njihova daljnjeg širenja. Jedna od temeljnih mjera bila je uspostava ravnoteže i harmoničnog funkcioniranja čovjeka u novim tehnološkim okolnostima. Sustavni projekti, koji su obuhvatili potrebne elemente za kompenzaciju neophodnih životnih sadržaja, naglasili su kretanje i tjelesnu aktivnost kao suštinski kriterij bez kojih ljudski život ne može opstati. Također su se fokusirali na način i kvalitetu prehrane te na metode za upravljanje stresom, koje pod kontrolu stavljaju: emocionalne, psihičke, socijalne i obrazovne sastavnice života.

U navedenom kontekstu osmišljeni su programi koji su uključili većinu bitnih elemenata zdravog načina života s naglaskom na ekološki utjecaj i otklanjanje negativnih navika. Brojne aktivnosti, koje su do sada bile korištene uglavnom u svrhu terapije i rehabilitacije, uvrštene su u programe za zaštitu i unapređenje zdravlja. Već se nekoliko desetljeća programi aerobike, trčanja u prirodi (engl. jogging), pješaćenja (engl. trekking), planinarenja i brojni drugi koriste u svrhu održavanja i unapređenja psihofizičkog statusa čovjeka. Složeniji programi obuhvaćaju brojne aktivnosti koje cjelovitije djeluju na poboljšanje općeg stanja čovjeka, primjerice: fitness, wellness, team building, programirani aktivni odmori, ciljani programirani aktivni odmori, specijalni programirani aktivni odmori i dr.

Narednom tablicom predočavaju se tipovi rekreacije kako su ih sistematizirali Turkmendag i Erdem (Indoor Recreational Activities in Tourism: Case of Trans-Siberian Express, 2020, str. 443).

**Tablica 1. Tipovi rekreacije**

<b>VRSTE REKREACIJE</b>	<b>OPIS REKREACIJE</b>
Vrste rekreacije prema sudionicima	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rekreacija aktivnog odmora</li> <li>– Rekreacija pasivnog odmora</li> </ul>
Vrste rekreacije prema mjestu održavanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rekreacijske aktivnosti na otvorenom</li> <li>– Rekreacijske aktivnosti u zatvorenom prostoru</li> </ul>
Vrste rekreacije prema sadržaju	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umjetničke i kulturne rekreacijske aktivnosti</li> <li>– Rekreativne sportske aktivnosti</li> <li>– Aktivnosti društvenog odmora</li> <li>– Obrazovne rekreacijske aktivnosti</li> <li>– Rekreativne volonterske aktivnosti</li> <li>– Zdravstvene i wellness aktivnosti</li> <li>– Fitnes</li> <li>– Turistička rekreacija</li> </ul>
Vrste rekreacije prema nacionalnosti sudionika	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nacionalne rekreacijske aktivnosti</li> <li>– Međunarodne rekreacijske aktivnosti</li> </ul>
Vrste rekreacije prema dobi sudionika	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dječja rekreacija (predškolska rekreacija, školska rekreacija)</li> <li>– Rekreacija mladih</li> <li>– Rekreacija za odrasle</li> <li>– Rekreacija treće životne dobi</li> </ul>
Vrste rekreacije prema broju sudionika	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Individualne rekreacijske aktivnosti</li> <li>– Grupne rekreacijske aktivnosti</li> </ul>
Vrste rekreacije prema lokalnoj klasifikaciji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Urbana rekreacija</li> <li>– Ruralna rekreacija</li> </ul>
Vrste rekreacije s obzirom na stil života	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uobičajena životna rekreacija</li> <li>– Nekonvencionalna životna rekreacija</li> </ul>

**Izvor:** Turkmendag i Erdem, *Indoor Recreational Activities in Tourism*, 2020, str. 443.

Prema klasifikaciji koju je izradio Tribe (*The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*, 2004) rekreacija se dijeli u dvije skupine i to na rekreativne aktivnosti kod kuće i rekreativne aktivnosti izvan kuće. Vrste rekreacije obrađuju se u dvije skupine kao rekreacija na otvorenom prostoru i rekreacija u zatvorenom prostoru u smislu mjesta na kojima su izvođene.

Rekreacijske aktivnosti u zatvorenom prostoru uključuju rekreacijske aktivnosti koje se provode u svim vrstama zatvorenih prostora rezerviranih za korištenje zajednice. Na rekreacijske aktivnosti u zatvorenom prostoru priroda i vremenski uvjeti ne utječu toliko kao na rekreaciju na otvorenom. Ove vrste aktivnosti su aktivnosti koje pojedinci i društva mogu realizirati kad god i gdje god žele. Rekreacija u zatvorenim prostorima uključuje sve rekreacijske aktivnosti koje ljudi obavljaju u zatvorenim prostorima u svrhu povećanja kvalitete života u suvremenom društvu radi učinkovitog korištenja slobodnog vremena. Rekreacija u zatvorenom prostoru uključuje aktivnosti koje se održavaju u privatnim ustanovama, javnim ustanovama ili privatnim prostorima, osim radnog vremena pojedinaca. Stoga se rekreacija u zatvorenom može izraziti kao koncept koji osigurava ergonomsko korištenje prostora artefakata i uključuje sve vrste korisnih aktivnosti.



## 2.3 Fitness programi u rekreaciji

Pojam fitness dolazi iz engleskog jezika a znači pristojati se, dolikovati, odnosno sposoban ili kadar za nešto. Ali opis pojma fitness kao tjelesne aktivnosti je složeniji, s obzirom na varijacije aktivnosti i rekvizita, kojima se opće fizičko i psihičko stanje neke osobe, pod stručnim nadzorom održava u dobrom fizičkom stanju ili unaprjeđuje. Anić (2004., 319) fitness opisuje kao „žargon koji se rabi u značenju različitih tjelovježbi koje se izvode u posebnim centrima za održavanje tjelesne kondicije“.

Prema Smjernicama za tjelesnu aktivnost Amerikanaca (engl. Physical Activity Guidelines for Americans) postoji pet komponenti fitnessa (tjelesne spremnosti) (U.S. Department of Health and Human Services, 2018, str. 28-32):

- 1) Kardio-respiratorni fitness - je sposobnost tijela da primi i iskoristi kisik što je izravno povezano sa zdravljem i kvalitetom života;
- 2) Fitness mišićno-koštanog sustava - uključuje mišićnu snagu, izdržljivost i snagu;
- 3) Fleksibilnost - je raspon pokreta zglobova;
- 4) Ravnoteža - je sposobnost stajanja na nogama kako bi se izbjegli padovi i
- 5) Brzina - koliko se brzo može kretati.

Caspersen, Powell, i Christenson (Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research, 1985, str. 128) definirali su razliku između pojmova "tjelesna aktivnost" (tjelesni pokreti koji rezultiraju utroškom energije), "tjelovježba" (planirana i strukturirana tjelesna aktivnost) i "fitness". Fitness su definirali kao skup atributa koje ljudi imaju ili postižu, a koji određuju njihovu sposobnost da obavljaju dnevne zadatke energično i budno, bez pretjeranog umora. Kardio-respiratorna izdržljivost, mišićna izdržljivost, mišićna snaga, sastav tijela i fleksibilnost komponente su koje se mogu koristiti za mjerenje fitnessa. Vježbanje se razlikuje od fitnessa jer je vježba u funkciji poboljšanja fitnessa.

### 2.3.1 Vrste fitness programa

Vrste programa (vježbi) koje se upražnjavaju tijekom fitness aktivnosti slijede vježbe za poboljšanje opće tjelesne spremnosti:

- 1) Aerobne (kardiovaskularne) vježbe čine temelj svakog fitness programa — i to s dobrim razlogom. Također se naziva kardiovaskularna tjelovježba ili kardio, ova vrsta tjelesne

aktivnosti povećava broj otkucaja srca i disanja, što poboljšava kardio-respiratornu kondiciju. Aerobne vježbe uključuju aktivnosti kao što su brzo hodanje, trčanje, vožnja bicikla, plivanje, satovi aerobika (kao što je kickboxing), tenis, ples, rad u dvorištu, stolni tenis i preskakanje užeta.

- 2) Vježbe snage važan su način poboljšanja pokretljivosti i cjelokupnog funkcioniranja, osobito kod starijih osoba. Naime starenjem se gubi mišićna masa, što može imati značajan utjecaj na kvalitetu života. Vježbe snage izgrađuju kosti i mišiće, a više mišića štiti tijelo od padova i prijeloma koji se mogu dogoditi u starijoj dobi.
- 3) Trening snage ili otpora je vježba koja je osmišljena za poboljšanje mišićne kondicije vježbanjem mišića ili mišićne skupine protiv vanjskog otpora. Aktivnosti koje odgovaraju ovom vježbanju uključuju dizanje utega, korištenje otpornih traka ili dizanje vlastite težine, nošenje teškog tereta i sl.
- 4) Fleksibilnost i mobilnost važne su komponente zdravog kretanja. Fleksibilnost se odnosi na sposobnost tetiva, mišića i ligamenata da se istegnu, dok se pokretljivost odnosi na sposobnost tijela da koristi zglobov kroz njegov puni raspon pokreta. Ne postoji posebna preporuka za broj minuta koje treba provoditi za aktivnosti koje poboljšavaju fleksibilnost ili pokretljivost (kao što je istezanje), a zdravstvene dobrobiti tih aktivnosti nisu poznate zbog nedostatka istraživanja na tu temu. Preporučuje se da starije odrasle osobe uključe trening ravnoteže u svoju fitness rutinu. Dokazi upućuju na to da redovita tjelovježba koja uključuje vježbanje ravnoteže može značajno smanjiti rizik od padova kod starijih osoba, što, između ostalih posljedica, može uzrokovati ozbiljne i iscrpljujuće ozljede.
- 5) Odmor i oporavak- Fitness u danima odmora i oporavka tijelu daje vremena da popravi prirodnu štetu koja nastaje mišićima tijekom vježbanja. Vježbanje, po definiciji, stavlja stres na mišiće i tijelo. Popravljanje ili liječenje tog stresa je način na koji se postaje jači (i spremniji). Ali tijelu treba dati adekvatan odmor nakon treninga da bi se proces oporavka mogao dogoditi. Dani oporavka mogu uopće ne uključivati tjelesnu aktivnost ili mogu izgledati kao dan aktivnog oporavka, što znači vježbanje niskog intenziteta s malim učinkom, poput hodanja ili lagane joge.

U potrazi za najboljim vidom fitnessa korisnicima pomažu brojne aplikacije prilagođene spolu, dobi i fizičkoj spremnosti kao i samostalnom vježbanju kod kuće ili u prirodi. Tako zvane "nosive tehnologije" koje uključuju pametne satove, narukvice, ogrlice, pojaseve i sportske dresove, opremljene su sensorima za mjerenje aktivnosti i stanja organizma. Umjetna inteligencija u funkciji fitnessa preporučati će doba dana za vježbu, mjesto vježbanja, izrađivati

personaliziranu tablicu unosa kalorija, vrijeme za odmor i spavanje tako da korisniku fitnessa preostaje samo da vježba. Naravno da je sve to povezano s GPS-om tako da korisnik dobiva upute gdje se nalaze najbliži fitness centri, njihov radno vrijeme, mjesta na parkiralištu i još brojne informacije o vremenu, prognozi vremena što je korisnicima važno za planiranje svojih aktivnosti.

## **2.4 Fitness kao način života – zdravlje, kondicija i sposobnost**

Fitness pruža slobodu korisnicima da odaberu način vježbanja prilagođen njihovom tijelu i predispozicijama za napor. Kada se radi o sportašima vježbe će odrediti kondicijski trener, kod amatera na vježbanje upućuju fitness treneri, u školama i fakultetima odlučuju kineziolozi, u hotelima animatori dok pojedinci koriste medije ili se jednostavno priključuju vježbama u nekoj teretani oponašajući druge sudionike. Za one koji teže većim dostignućima prikladni su programi joge, aikuna gimnastike i borilačkih vještina.

### **2.4.1 Joga**

Joga položaji i disanje proizvode različite učinke na tijelo korisnika. Joga poboljšava držanje tijela, disanje, cirkulaciju i korištenje ekstremiteta što su ujedno i glavna područja u kojima se mogu pojaviti zdravstveni problemi. Posljedično, vitalni organi i endokrine žlijezde postaju rehabilitirani, troši se manje energije i postiže se optimalna učinkovitost. Osim toga, napredovanje kroz niz položaja poboljšava snagu mišića, fleksibilnost zglobova i ravnotežu. Praktikanti joge usredotočuju se na povratne informacije od senzora istezanja u mišićima, ligamentima i zglobovima kako bi spriječili refleksnu kontrakciju i pojačali istezanje. Kroz statične fizičke položaje joge, istezanje poboljšava mišićnu snagu i fleksibilnost a osoba doživljava samoregulaciju, iscjeljenje i dobrobit.

Sa aspekta turizma posebno su zanimljivi programi joga vježbi namijenjeni starijoj populaciji poznatoj kao "Silver Yoga" što asocira na sjedokose korisnike. Program vježbanja srebrne joge (SY) siguran je i upravljiv program joge koji su razvili Chen, Tseng, Ting i Huang (Development and evaluation of a yoga exercise programme for adults, 2007, str. 432-441) kako bi se prilagodili doživljenoj smanjenoj fleksibilnosti tijela kod starijih osoba. Program uključuje četiri faze: (a) zagrijavanje (20 minuta), osam položaja za opuštanje tijela struktura; (b) hatha joga (20 minuta), sedam nježnih, istezanje položaji za povećanje opsega pokreta i

progresivne mišiće opuštanje starijih, s posebnim osvrtom na njihove tjelesne sposobnosti i tolerancija; (c) opuštanje (10 minuta), tri aktivnosti za odmor tijela; i (d) vođene slike meditacija (15 minuta), dva smjera vođenja kroz slike olakšati stanje opuštenosti. Trbušno disanje je naglašeno u svakoj fazi programa; položaji u programu se smatraju manje napornim od onih koji se koriste u tradicionalnoj jogi.

#### **2.4.2 Aikuna gimnastika**

Aikuna gimnastika je relativno nova niša wellness turizma. Korisnici je poistovjećuju s fitnessom iako postoje razlike u fizičkom naprezanju i korištenju rekvizita.

Aikune gimnastika je razvijena 1998. godine u Kazahstanu. Gimnastika je kompleks vježbi namijenjenih liječenju i prevenciji bolesti povezanih s kralježnicom i zglobovima. Ukupno ima oko 1.000 vježbi. Osnovne Aikune vježbe prvenstveno su usmjerene na duboke mišiće i ligamente koji podupiru kralježnicu. Tu su i vježbe usmjerene na jačanje unutarnjih mišića i ligamenata kralježnice i trupa te zglobova ruku i nogu. Redovitim izvođenjem vježbi možete se riješiti bolova u leđima i vratu te oblikovati i ispraviti držanje. Sustav je jednostavan za svladavanje, ne zahtijeva nikakve dodatne uređaje i prikladan je za osobe različitih dobnih kategorija. Preporuča se započeti vježbanje Aikune s instruktorom, ali nakon završenog tečaja polaznici mogu nastaviti vježbati samostalno kod kuće.

U slučaju Aikune, gimnastika je primjerena za osobe od 6 godina do starije dobi. Tijekom nastave polaznici su u mogućnosti sami kontrolirati opterećenje ovisno o sposobnostima, zdravstvenom stanju i dobi. Jedan od zahtjeva je da vježbač mora biti sposoban samostalno vježbati gimnastiku; aktivnost osobe vrlo je važna (Varvara, 2015, str. 22).

Aikune gimnastika sve više postaje sastavni dio programa u fitness centrima i primamljiva turistima zbog jednostavnosti (ne koriste se sprave) i nisu potrebne fizičke pripreme.

### **2.5 Važnost tjelesne aktivnosti za zdravstveno stanje stanovništva Europske unije**

Kako i u kojoj mjeri stanovnici EU upražnjavaju tjelovježbu u svojem svakodnevnom životu dio je istraživanja Svjetske zdravstvene organizacije za Europu (WHO&EC, 2018) provedeno 2018. godine a čije rezultati se sažeto prezentiraju u nastavku rada. U istraživanju se pod

"tjelovježbom" podrazumijeva bilo koji oblik tjelesne aktivnosti koja se odvijaju u sportskom kontekstu ili okruženju povezanom sa sportom, kao što je plivanje, trening u fitness centru ili sportskom klubu, trčanje u parku. U nastavku se sažeto prezentiraju rezultati provedenog istraživanja za Republiku Hrvatsku u korelaciji s odabranim državama Unije i EU -27.

**Tablica 2. Učestalost bavljenja tjelesnom aktivnošću**

	EU27	Belgija	Bugarska	Češka	Španjolska	Francuska	Hrvatska	Italija
Pet puta tjedno	6%	4%	4%	7%	11%	8%	5%	2%
Tri do četiri puta tjedno	12%	11%	5%	11%	16%	13%	10%	10%
Jedan do dva puta tjedno	20%	28%	12%	26%	15%	21%	15%	22%
Jedan do tri puta mjesečno	6%	11%	4%	11%	3%	4%	7%	3%
Rjeđe	11%	18%	14%	19%	8%	9%	23%	7%
Nikad	45%	28%	61%	26%	47%	45%	40%	56%

**Izvor:** WHO&EC, Physical activity country factsheets of the 28 European Union Member States of the WHO European Region, 2018

Skala boja označava intenzitet odgovora ispitanika (od zelenog prema crvenom). Hrvatska je prema učestalosti intenzivnoga vježbanja (pet puta tjedno) nešto slabija od prosjeka EU 27 kao i kod onih koji vježbaju jednom ili tri puta tjedno. Za utjehu bolji smo od promatranih država i prosjeka EU 27 među onima koji rijetko ili nikad ne vježbaju.

**Tablica 3. Preferirano mjesto za bavljenje tjelesnom aktivnošću**

	EU27	Belgija	Bugarska	Češka	Španjolska	Francuska	Hrvatska	Italija
Fitness centar	13%	11%	13%	9%	19%	6%	9%	12%
Sportski klub	12%	15%	4%	5%	8%	16%	7%	9%
Rekreacijski centar	8%	8%	4%	9%	7%	4%	6%	20%
Školi/fakultetu	4%	7%	4%	4%	2%	3%	2%	4%
Na poslu	11%	12%	13%	9%	8%	9%	13%	5%
Kod kuće	37%	36%	47%	45%	21%	28%	53%	16%
Na putu do kuće	24%	34%	28%	23%	27%	16%	23%	27%
U parku/otv, prostorima	47%	48%	41%	52%	52%	41%	23%	50%
Svagdje	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%	1%

**Izvor:** WHO&EC, Physical activity country factsheets of the 28 European Union Member States of the WHO European Region, 2018

Zanimljivi su odgovori o mjestima na kojim se stanovnici Europske unije bave tjelesnom aktivnošću. Tako ispitanici iz Hrvatske u 53% slučajeva se tim bavi "kod kuće" te u parkovima ili otvorenim prostorima (23%).

**Tablica 4. Razlog za bavljenje tjelesnom aktivnošću**

	EU27	Belgija	Bugarska	Češka	Španjolska	Francuska	Hrvatska	Italija
Da poboljšaju svoje zdravlje	54%	51%	33%	54%	59%	47%	47%	48%
Da poboljšaju svoj fizički izgled	21%	17%	21%	20%	25%	15%	25%	31%
Za suzbijanje učinaka starenja	17%	23%	14%	19%	7%	12%	16%	19%
Zabaviti se	27%	34%	21%	38%	24%	18%	13%	17%
Opustiti se	39%	49%	33%	24%	31%	50%	33%	39%
Biti s prijateljima	19%	24%	21%	19%	14%	18%	15%	21%
Za sklapanje novih poznanstava	5%	6%	5%	4%	3%	6%	7%	6%
Upoznati ljude iz drugih kultura	3%	4%	1%	1%	1%	4%	2%	4%
Za poboljšanje fizičkog stanja	27%	18%	9%	16%	26%	14%	29%	21%
Za poboljšanje kondicije	43%	44%	19%	43%	32%	54%	42%	42%
Da kontroliraju svoju težinu	25%	33%	26%	23%	18%	20%	28%	26%
Da poboljšaju svoje samopoštovanje	13%	14%	20%	8%	13%	11%	8%	8%
Za razvoj novih vještina	6%	7%	8%	5%	5%	6%	9%	4%
Za natjecateljski duh	6%	6%	7%	5%	5%	5%	5%	8%
Da se što bolje integriraju u društvo	3%	3%	5%	3%	1%	2%	3%	5%
ostalo	1%	1%	6%	1%	2%	1%	3%	1%

**Izvor:** WHO&EC, Physical activity country factsheets of the 28 European Union Member States of the WHO European Region, 2018

Kao primarne razloge zbog čega se bave nekom tjelesnom aktivnošću ispitanici iz svih odabranih država navode "da poboljšaju svoje zdravlje" , zbog opuštanja i poboljšanja kondicije.

### **2.5.1 Fitness kao sport**

Fitnes sport je relativno mlad sport koji služi kao ogledni primjer za zadovoljenje novih motiva i zastupanje novih vrijednosti te je tako postao simbol novog doba. U njemu su koncentrirane mnoge ljudske ovisnosti i želje - u pozitivnom i negativnom smislu: razni ideali ljepote, potraga za osobnošću, inscenirana samoprezentacija, mladolikost, ali i težnja za očuvanjem i promicanjem zdravlja, za wellnessom. i blagostanje. Dogodila se renesansa tijela i probila se u društvo.

Fitnes sport odavno je ostavio svoje pionirske dane iza sebe. U svojoj ulozi simbola novog doba, više nije hir. Dapače, etablirao se u sportskom krajoliku kao ozbiljan sport sam po sebi, ali i kao nadopuna klasičnom sportu - kondicijski sport kao element treninga kako za ekipne sportove tako i za individualne sportove, kako organizirane tako i ne- organiziran. To još jednom potvrđuje sve veći broj fitness centara i povećanje njihovog članstva: više od 12% sportaša u Njemačkoj – odnosno više od 11,6 milijuna ljudi – aktivno se bavi fitness sportovima (Tokarski, Tosounidis, & Zarotis, 2023, str. 7).

To Njemačku stavlja na prvo mjesto u Europi po članstvu u teretanama, ispred Ujedinjenog Kraljevstva, Francuske, Italije i Španjolske (Deloitte, 2022)

Broj ljudi koji ne vježbaju organizirano nije poznat, ali se procjenjuje da je barem toliko visok. Povećana tjelesnost koja se uočava od 70-ih godina prošlog stoljeća, veća svijest o tijelu i poboljšanje opće tjelesne sposobnosti barem u dijelu populacije ("oživljavanje tijela"), ali i nezanemariva težnja za estetskim izgledom i estetski stil života ("homo aestheticus") kao i težnja za zdravljem doveli su do vrtoglavog porasta ponude usluga vezanih uz tijelo. Procvat je započeo 1970-ih s aerobikom, oblikovanjem tijela, oblikovanjem tijela, istezanjem i wellnessom kao novim oblicima vježbanja u to vrijeme. Danas se sve vrti oko vježbi, spinninga, kampova za obuku, funkcionalnog treninga, TRX-a, EMS-a, HIIT-Aerial ili čak power yoge, pri čemu je stalna novost - što se tiče stvaranja riječi - ključna značajka industrije.

Za sportsku znanost fitness sport je unatoč svemu još uvijek dosta nedovoljno eksponirano područje. No, poznavanje motivacije ljudi za odlazak u fitness ili bavljenje fitness sportovima značajno je ne samo za opseg promjena u samim fitness sportovima, već i za sport u cjelini - kako natjecateljski tako i rekreacijski i popularni sport.

## 2.5.2 *Filozofija fitnessa*

Fitnes - asocijacije su brojne. Za mnoge one predstavljaju raj, ispunjenje svih težnji, nagradu u manje skladnom, restriktivnom, zbunjujućem i iscrpljujućem svijetu. Oni su oličenje dokolice i opuštanja, rekreacije, fizičkog užitka, zabave, potrage za iskustvom i užitkom, kao i postignuća vezanog uz ego. Opuštanje i dobar osjećaj povezani su s ovim idejama jednako kao i aktivnost, isprobavanje novih stvari i animiranje. (Ponovno)otkrivanje vlastitog tijela i njegove estetike ima važnu funkciju u fitness sportu. Ne traži se nužno mišićna masa, već prihvatljive proporcije tijela. Nije uvijek primarni cilj sportski uspjeh kao takav, već fizička izvedba u nesportskom kontekstu. U tom smislu tijelo postaje dokaz sreće a njegovo vježbanje služi pronalaženju identiteta, samomjere, melema za dušu (Tokarski, Tosounidis, & Zarotis, 2023, str. 5).

Činjenica da može poslužiti i kao zamjenska religija s kulturnim pojavama ne umanjuje fenomen - naprotiv. Užurbani ritam svakodnevice, propisani dnevni ritmovi otežavaju pojavu takvih želja. Fitness sport je vraćanje fizičke i psihičke ravnoteže, radi se o modernom obliku slobodnog vremena. Samooptimizacija u smislu opuštanja, ravnoteže i formiranja osobnosti uparena je s aktivnim fitnessom i wellnessom. Fitness u ovom smislu znači edukaciju tijela i uma, uključuje samootkrivanje i samoprepoznavanje, to je način održavanja i vraćanja energije. Ali također proždire energiju: povlačenja, vježbe, pažnju, odanost, pravila prehrane i pokoru. Rezultat: sve veći otpor. Nije neuobičajeno da gore navedeni elementi postanu ključni za definiranje životnog stila. Fitness tijela i stimulacija uma se bave u jednakoj mjeri; otkrivanje sebe, buđenje osjećaja i animacija svega izgubljenog su ciljevi. Pojedinačno ljudsko biće je u središtu ovog procesa. Međutim, on nikada nije sam, on je dio svoje okoline i stoga se kreće u polju napetosti uvjetovane strukture osobnih, okolinskih i čimbenika zadatka. Odnos osobe prema okolini i njenim zadacima u toj okolini određuje njeno ponašanje i iskustvo, motivaciju i stavove. Nehumanost ovog odnosa dovodi do oštećenja i pretjeranog stresa: u mjeri u kojoj se prirodne norme mijenjaju, ljudsko biće je ograničeno; u mjeri u kojoj je ljudsko biće kontrolirano izvana, ono gubi vlastitu energiju; u mjeri u kojoj mu se oduzimaju odluke, postaje bezvoljan; u onoj mjeri u kojoj više ne može percipirati svoja osjetila, tjelesne funkcije i reakcije, kastriran je; u onoj mjeri u kojoj svoju okolinu vidi kao prijeteću, osjeća strah.

Fitness sport - može se suprotstaviti tim pojavama. To može biti način da se ponovno uspostavi funkcionalan odnos čovjek-okoliš. U tom smislu, ljudsko tijelo je primatelj podražaja i uzbuđenja, što ga čini instrumentom koji se može stimulirati. Ako tijelo osjeća "zadovoljstvo"



u procesu, to se može opisati kao fitness. Sukladno tome, stanje nedostatka kondicije bilo bi stanje apatije, inertnosti, depresije i nemara.

Održavati tijelo u formi znači biti spreman za primanje podražaja i biti stimuliran. Ovdje se prvenstveno ne radi samo o percepciji same izvedbe tijela, već i o napetosti, uzbuđenju i ekstazi koji se percipiraju tijekom tjelesne izvedbe, a koji se doživljavaju kao jaki i zadovoljavajući. Sposobnost tijela za snažnu stimulaciju i uzbuđenje ima za posljedicu da ideal nikada nije stvarno postignut. Tjelesna spremnost stoga nije cilj koji se može postići, uvijek postoji prostor za napredak, što je često posebna privlačnost. Unatoč toj činjenici, brojni pojedinci pokušavaju nadmudriti tijelo, drugim riječima: promijeniti ga bez fizičkog napora. Ključna riječ u ovom kontekstu je doping. Oni to čine kako bi izgradili mišiće i dobili tijelo povezano sa snagom; oni to također mogu učiniti kako bi sagorjeli masnoću i tako se prilagodili idealima tijela i ljepote; ili to čine kako bi pobijedili na natjecanjima kako bi egzistirali u subkulturnoj sportskoj skupini. Iznad svega, oni to čine unatoč fizičkim i psihičkim nuspojavama.

### ***2.5.3 Fitness trendovi u svijetu***

Fitness kao tjelesna aktivnost ne poznaje granice i prisutan je u gotovo svim regijama razvijenog svijeta. Tome su svakako doprinijele suvremene IC tehnologije koje putem specijaliziranih kanala, TV-a i drugih medija promoviraju tjelesnu aktivnost kao temelj zdravog života. Fenomen fitnessa potaknuo je i Američki koledž sportske medicine (American College of Sports Medicine's -ACSM's) na opsežno istraživanje fitnessa sa ciljevima (Kercher, Kercher, Bennion, & Levy, 2022, str. 21): identificirati fitness trendove za Australiju, Brazil, Kinu, Europu, Meksiko, Španjolsku i Sjedinjene Države. Rezultati njihova istraživanja sažeto se prezentiraju narednom tablicom.

**Tablica 5. Top 20 trendova fitnessa prema regijama/državama**

REGIJA/ DRŽAVA	TRENDOVI FITNESSA
<b>Australija</b> (N = 478)	1) Funkcionalni kondicijski trening, 2) Trening snage sa slobodnim utezima, 3) Fitness programi za starije osobe, 4) Trening grupnog vježbanja, 5) Zapošljavanje registriranih stručnjaka za vježbanje, 6) Trening tjelesne težine, 7) Osobni trening, 8) Intervalni trening visokog intenziteta, 9) Nosiva tehnologija, 10) Osobni trening u malim grupama, 11) Inkluzivne fitness usluge, 12) Aktivnosti na otvorenom, 13) Tjelovježba je lijek, 14) Temeljni trening, 15) Vježba za mršavljenje, 16) Teretane za kućno vježbanje, 17) Pilates, 18) Postrehabilitacijski tečajevi, 19) Online tečajevi vježbi uživo i na zahtjev i 20) Trening zdravlja/wellnessa
<b>Brazil</b>	1) Osobni trening, 2) Vježba za mršavljenje, 3) Online osobni trening, 4) Programi oporavka nakon COVID-a, 5) Trening tjelesne težine, 6) Fitness programi za starije osobe, 7) Zdravi načina života, 8) Aktivnosti na otvorenom, 9) Funkcionalni kondicijski trening, 10) Teretane za kućno vježbanje, 11) Postrehabilitacijski tečajevi, 12) Trening zdravlja/wellnessa, 13) Osobni trening u malim grupama, 14) Intervalni trening visokog intenziteta, 15) Trening snage sa slobodnim utezima, 16) Pokretljivost/miofascijalni aparati/valjci, 17) Nosiva tehnologija, 18) Klinička integracija/medicinska sposobnost, 19) Klubovi za hodanje/trčanje/džoging/biciklizam i 20) Online uživo i satovi vježbi na zahtjev
<b>Kina</b>	1) Vježba za mršavljenje, 2) Zdrava dijeta, 3) Tjelovježba i sport za djecu i adolescente, 4) Aerobna kondicija, 5) Boutique fitness studiji, 6) Temeljni trening, 7) Trening grupnog vježbanja, 8) Funkcionalni kondicijski trening, 9) Trening snage sa slobodnim utezima, 10) Mjerenja ishoda, 11) Tjelovježba je lijek, 12) Pokretljivost/miofascijalni uređaji, 13) Mobilne aplikacije za vježbanje, 14) Prevencija i rehabilitacija sportskih ozljeda, 15) Licenca za fitness profesionalce, 16) Zapošljavanje certificiranih fitness stručnjaka, 17) Osobni trening, 18) Aktivnosti na otvorenom, 19) Trening tjelesne težine i 20) Certificirana edukacija za fitness i zdravstvene stručnjake
<b>Europa</b>	1) Teretane za kućno vježbanje, 2) Tjelovježba je lijek, 3) Osobni trening, 4) Nosiva tehnologija, 5) Trening tjelesne težine, 6) Intervalni trening visokog intenziteta, 7) Online uživo i satovi vježbi na zahtjev, 8) Vježba za mršavljenje, 9) Aktivnosti na otvorenom, 10) Funkcionalni kondicijski trening, 11) Online osobni trening, 12) Trening trake otpora, 13) Fitness programi za starije osobe, 14) Licenca za fitness profesionalce, 15) Treniranje zdravlja/wellnessa, 16) Zapošljavanje certificiranih fitness stručnjaka, 17) Programi oporavka nakon COVID-a, 18) Klinička integracija/medicinska sposobnost, 19) Klubovi za hodanje/trčanje/džoging/biciklizam, 20) Boutique fitness studiji
<b>Meksiko</b>	1) Vježba za mršavljenje, 2) Funkcionalni kondicijski trening, 3) Osobni trening, 4) Trening snage, 5) Trening tjelesne težine, 6) Multidisciplinarni timovi, 7) Aktivnosti na otvorenom, 8) Specifični trening za neki sport, 9) Kružni trening, 10) Prevencija/funkcionalna rehabilitacija ozljeda, 11) Licenca za fitness profesionalce, 12) Nove aktivnosti/prilagodba usluga nakon pandemije COVID-19, 13) Intervalni trening visokog intenziteta, 14) Trening snage sa slobodnim utezima, 15) Nosiva tehnologija, 16) Promicanje zdravlja na radnom mjestu i radno mjesto programi blagostanja, 17) Praćenje rezultata treninga, 18) Grupni trening, 19) CORE trening, 20) Trening kod kuće uz personaliziranu pratnju profesionalaca
<b>SAD</b>	1) Nosiva tehnologija, 2) Teretane za kućno vježbanje, 3) Aktivnosti na otvorenom, 4) Trening snage sa slobodnim utezima, 5) Vježba za mršavljenje, 6) Intervalni trening visokog intenziteta, 7) Online uživo i satovi vježbi na zahtjev, 8) Osobni trening, 9) Trening tjelesne težine, 10) Treniranje zdravlja/wellnessa, 11) Fitness programi za starije osobe, 12) Mobilne aplikacije za vježbanje, 13) Joga, 14) Zapošljavanje certificiranih fitness stručnjaka, 15) Funkcionalni kondicijski trening, 16) Tjelovježba je lijek, 17) Online osobni trening, 18) Trening grupnog vježbanja, 19) Licenca za fitness profesionalce, 20) Zdravi načina života

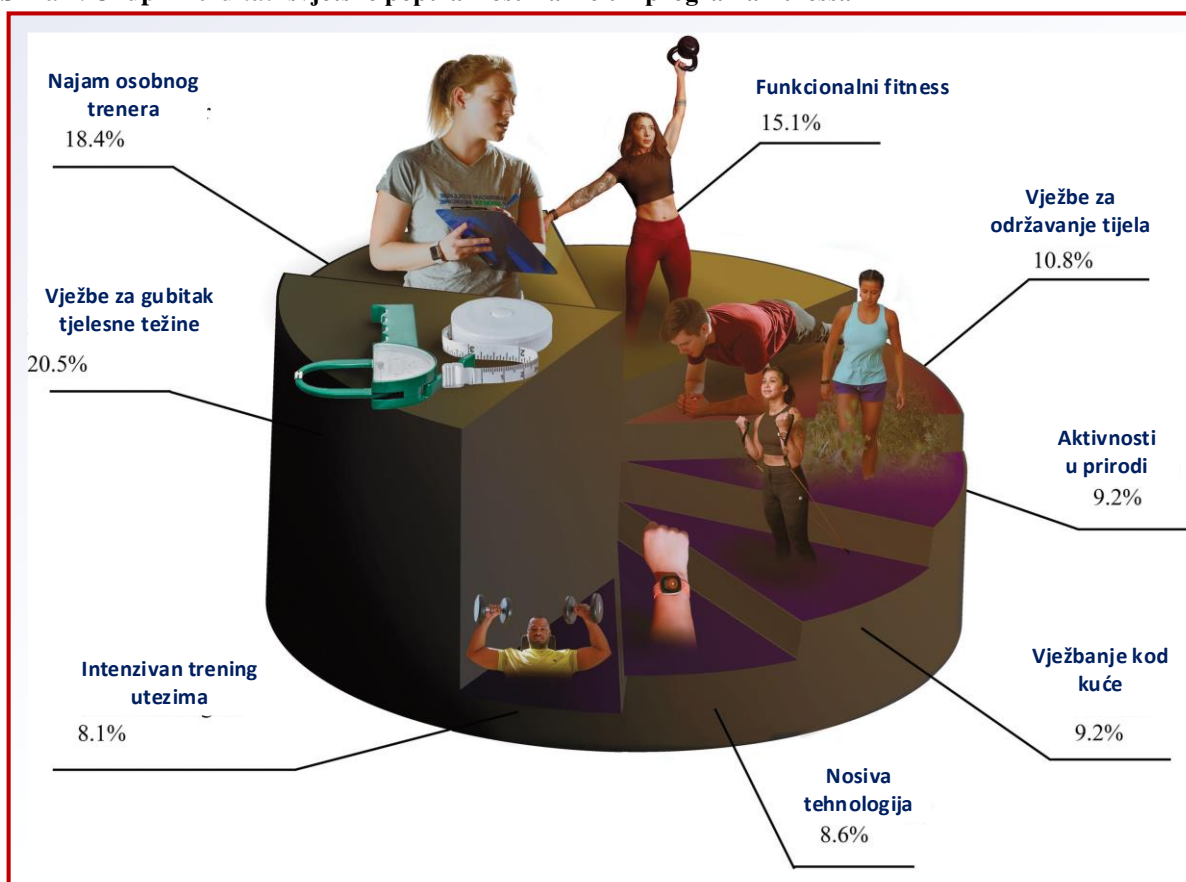
**Izvor:** Kercher, Kercher, Bennion, i Levy; 2022 Fitness Trends from Around the Globe, 2022, str. 25-26.

Apsolutni podaci iz svih regija rangirani su i razvrstani u 8 najboljih globalnih zdravstvenih i fitness trendova za 2022. Osam najčešće zastupljenih trendova iz svih regija uključuju sljedeće:

I. Vježbanje za mršavljenje (br. 2 u Brazilu, br. 1) u Kini, broj 8 u Europi, broj 1 u Meksiku, broj 5 kao i u Sjedinjenim Državama), što čini 20,5% od osam najpopularnijih programa fitnessa.

- II. Osobni trening (br. 7 u Australiji, br. 1 u Brazilu, br. 3 u Europi, br. 3 u Meksiku, br. 8 u Sjedinjenim Državama), što čini 18,4% od osam najpopularnijih programa fitnessa.
- III. Funkcionalna kondicija (br. 1 u Australiji, br. 9 u Brazilu, br. 8 u Kini, br. 10 u Europi, i br. 2 u Meksiku), što čini 15,1% od osam najpopularnijih programa fitnessa.
- IV. Vježbe s tjelesnom težinom (br. 6 u Australiji, br. 5 u Brazilu, br. 5 u Europi, br. 5 u Meksiku i br. 9 u Sjedinjenim Državama), što čini 10,8% od osam najpopularnijih programa fitnessa.
- V. Aktivnosti na otvorenom (br. 8 u Brazilu, br. 9 u Europi, br. 7 u Meksiku i br. 3 u Sjedinjenim Državama), što čini 9,2% od osam najpopularnijih programa fitnessa.
- VI. Vježbanje kod kuće (br. 10 u Brazilu, br. 1 u Europi i br. 2 u Sjedinjenim Državama), što čini 9,2% od osam najpopularnijih programa fitnessa.
- VII. Nosiva tehnologija (br. 9 u Australiji, br. 4 u Europi i br. 1 u Sjedinjenim Državama), koja čini 8,6% od osam najpopularnijih programa fitnessa.
- VIII. Trening snage sa slobodnim utezima (br. 2 u Australiji, br. 9 u Kini i br. 4 u Sjedinjenim Državama), što čini 8,1% od osam najpopularnijih programa fitnessa.

**Slika 1. Ukupni rezultati svjetske popularnosti različitih programa fitnessa**



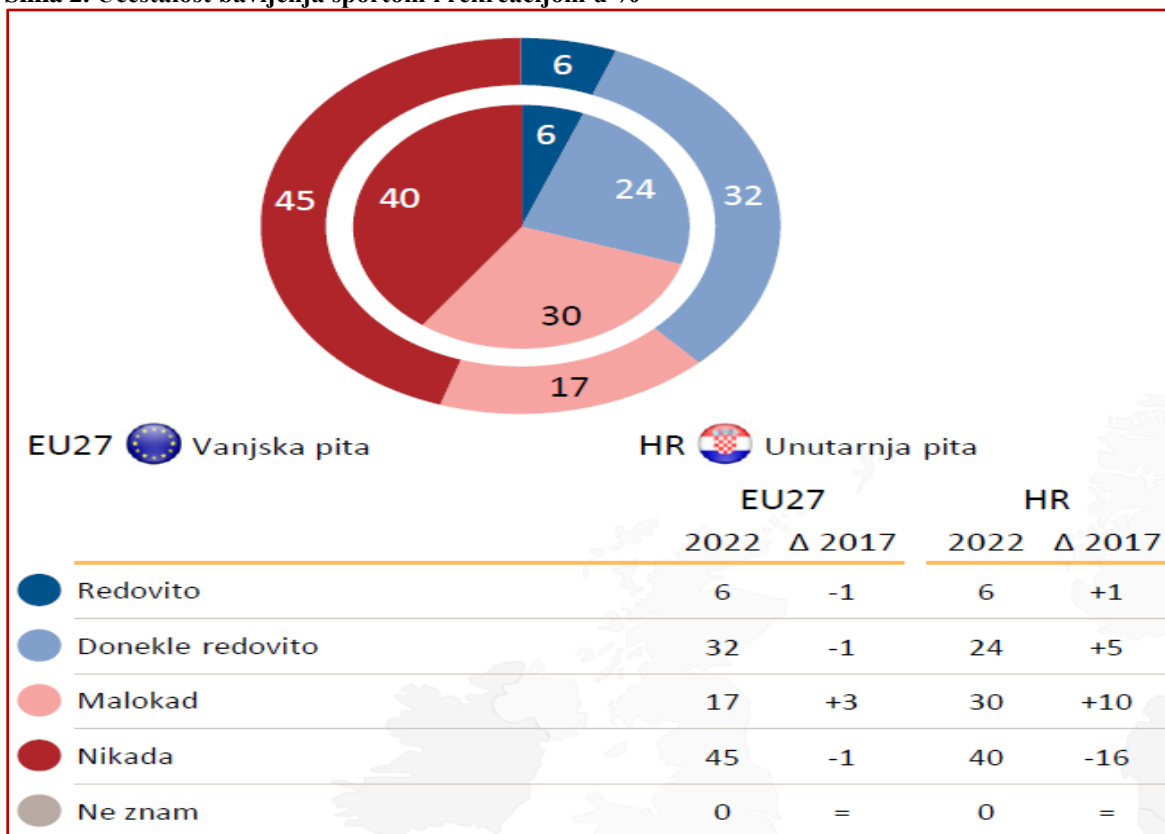
**Izvor:** Kercher, Kercher, Bennion, i Levy; 2022 Fitness Trends from Around the Globe, 2022, str. 25-26.

Glavni izazov za profesionalce i fitness industriju tijekom pandemije bila je prilagodba online uslugama. Kulturološki gledano, korisnici fitnessa preferiraju uslugu licem u lice, a većina profesionalaca nisu bili spremni pružati online usluge. Posljedično, razvoj metoda treninga bio je odlučujući čimbenik da se ljudi osjećaju motiviranima u praksi aktivnosti kod kuće. Većina tvrtki koje su uspjele ostati otvorene nakon pandemije bile su one koje su koristile društvene mreže za oglašavanje svojih usluga.

#### 2.5.4 Sportska rekreacija u EU i Hrvatskoj

Prema istraživanju Eurobarometra (Sport i fizička aktivnost, 2022) za države EU-27 o sportskim i rekreativnim aktivnostima njenih stanovnika moguće je uspoređivati kako se prema rekreaciji odnose stanovnici Hrvatske u odnosu na prosjek Europske unije. Odgovori na pitanje o učestalosti vježbanja ili bavljenja sportom predočavaju se narednom slikom

Slika 2. Učestalost bavljenja sportom i rekreacijom u %

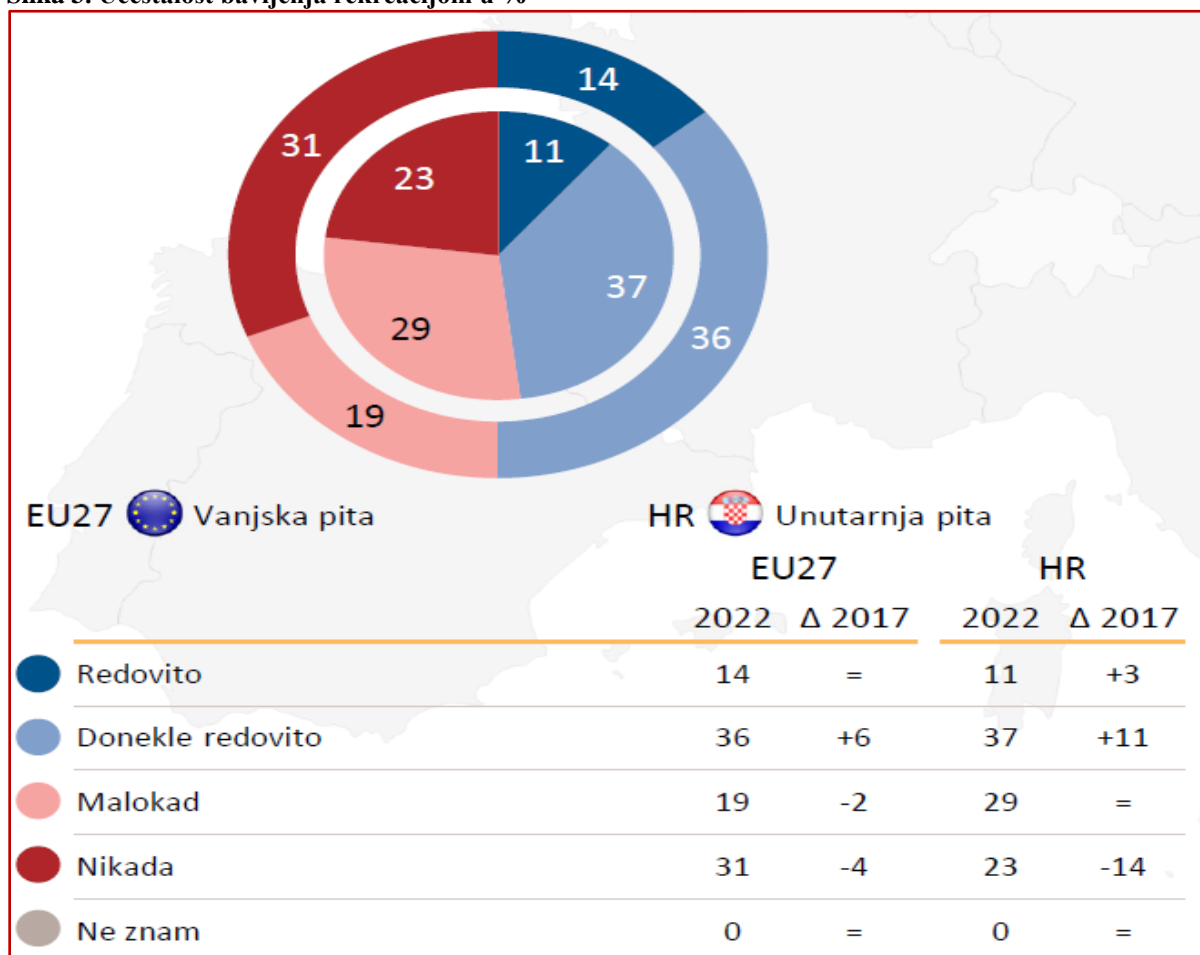


Izvor: Eurobarometar, HR, Sport i fizička aktivnost, 2022.

Iz podataka sa slike 2. vidljivo je da hrvatski ispitanici ne odstupaju značajnije od europskog prosjeka.

Naredno pitanje koje je vezano uz temu istraživanja Završnog rada glasilo je: Koliko se često bavite nekom drugom fizičkom aktivnošću poput vožnje bicikla, trčanja, pješaćenja fitnessa, plesanja i sl. Frekvencija i distribucija odgovora predočava se narednom slikom.

Slika 3. Učestalost bavljenja rekreacijom u %



Izvor: Eurobarometar, HR, Sport i fizička aktivnost, 2022.

Vidljivo je kako se rekreacijom redovito bavi 11% Hrvata u što je manje odnosu na 14% europskog prosjeka, dok se "donekle redovito" bavi rekreacijom 37% Hrvata u odnosu na 36% europskog prosjeka.

Za temu istraživanja znakovito je da 9% Hrvatskih ispitanika kao mjesto bavljenja rekreacijom navodi fitness centre što je ipak manje od europskog prosjeka (13%). Ali za razliku od europskog prosjeka (12%) nešto više (14%) Hrvata su članovi fitness centara.

Hrvatski fitness centri u pravilu se nalaze u gradovima ili turističkim mjestima. Prema Web stranici WWW.HR - početna stranica Hrvatske (CARNET i FER, 2023) u Republici Hrvatskoj

na poveznici Sport i rekreacija→ Sportovi→ Body building i fitness→ Fitness centri nabrajaju se i opisuju mjesta za upražnjavanje fitnessa.

## **2.6 Fitness kao gospodarska grana**

Sport i fitnes imaju veliki utjecaj ne samo na zdravlje, već i na kulturu i ekonomiju opće populacije. Profesionalni sport potiče gospodarstvo putem emitiranja, licenciranja, prodaje ulaznica i svega što dolazi s velikim javnim sportskim događajima. Privatni i amaterski sport također rezultira potrošnjom dobara povezanih sa sportom kao što su sportska pića, hrana, odjeća, odjeća i oprema, kao i omogućavanje zdravijeg tijela i uma.

Uz pomoć anketa i službenih udruga, koje uglavnom organiziraju vladini konzorciji i klubovi za određene sportove kao što su nogomet, košarka, tenis itd., mogu se odrediti stope sudjelovanja i broj članova kako bi se dobila slika privatnog sportskog profila jedne zemlje. Kako tehnologija napreduje, na sport i fitness utječu nova tržišta, kao što je digitalno zdravstveno tržište, nosivi uređaji kao što su pametni satovi i uređaji za praćenje fitnessa te aplikacije za fitness.

Fitness industrija u Europi obuhvaća sve, od tjelesnih aktivnosti i bavljenja sportom, do klubova zdravlja i online aplikaciju za fitness. To je industrija vrijedna više milijuna dolara, koja je ozbiljno pogođena pandemijom koronavirusa (COVID-19). S prisilnim zatvaranjem fitness objekata diljem Europe, ljubitelji fitnessa bili su prisiljeni pronaći druge načine za održavanje forme. Na primjer, u Ujedinjenom Kraljevstvu potrošači su tražili ključne riječi za fitness kao što su "pokretne trake" i "sobni bicikl" u pokušaju da postave teretanu u vlastitom domu.

Europsko tržište zdravlja i fitnessa 2021. procijenjeno je na 22,94 milijarde USD. Očekuje se da će tržište dosegnuti 32,55 milijardi američkih dolara do 2026. Svjetska zdravstvena organizacija definirala je zdravlje kao stanje potpunog fizičkog, mentalnog i društvenog blagostanja, a ne samo odsutnost bolesti ili slabosti. Uključuje dobro starenje, dugovječnost, kvalitetu života, slobodu od boli, itd. Fitnes se, s druge strane, definira kao skup atributa koje ljudi imaju ili postižu, a koji se odnose na sposobnost obavljanja tjelesne aktivnosti.

Redovito vježbanje najvažnija je stvar koju čovjek može učiniti kako bi poboljšao svoje zdravlje i kondiciju. Kratkoročno, tjelovježba pomaže u kontroli apetita, jačanju raspoloženja i poboljšanju sna. Dugoročno gledano, smanjuje rizik od srčanih bolesti, moždanog udara, dijabetesa, demencije, depresije i mnogih vrsta raka. Fitnes klubovi su korisni za ljude da ostanu

fizički aktivni, zdravi i u formi. Rast europskog tržišta zdravlja i fitnessa bit će vođen ključnim strukturnim trendovima kao što su urbanizacija, promicanje javnog zdravlja, fitness tehnologija i programi za dobrobit zaposlenika. Očekuje se da će tržište rasti po CAGR-u od 7,25% tijekom predviđenog razdoblja 2022.-2026.

### **3. FITNESS KAO ELEMENT REKREACIJE U TURIZMU**

U ovom djelu radu razmatra se fitness odmor kao važna spona sportske rekreacije i wellnessa u turizmu. Može se pretpostaviti kako se fenomen privlačnosti i popularnosti fitness odmora zasniva na postavkama o upravljanju i održavanju zdravog tijela. Konkretno, fitness odmor predstavlja poseban odgovor na pritiske da se prilagodi određenim idealima kondicijske spremnosti, težine i izgleda. Takvi pritisci, mogu se artikulirati kao dio promjena u zdravstvenim praksama u kojima se pojedinac potiče da preuzme veću odgovornost za fizičku kondiciju i gdje su disciplina i regulacija tijela potrebni kao dio životnog stila.

Fitness u turizmu valja promatrati s holističke perspektive wellnessa (duhovni, joga i meditacija, new age) te s perspektive wellnessa kao odmora i rekreacije (liječenje, sport i fitness, ugađanje). Iako wellness turizam može biti i zdravstveni (terapeutska rekreacija, rehabilitacija, radni wellness)

Fitness odmor sažima poseban pristup individualnoj kondiciji i tjelesnoj njezi, naglašavajući razvoj osobnih programa vježbanja i opuštanja kao dio pristupa zdravlju u kojem se pojedinca potiče da nauči više o "potrebama" svojeg tijela i vrijednosti različitih zdravstvenih i fitness praksi. Pri tome se naglašava važnost prirodnog zdravlja i prakse tjelovježbe, u prirodnom okruženju koje pruža najbolji kontekst za korisnike fitness odmora, za stjecanje vještina i znanja potrebnih za regulaciju i upravljanje svojim tijelom. Ovaj naglasak na razvoju tjelesnih vještina i razumijevanja jeo šire socio-medicinske promjene u kojoj se pojedinci potiču na stjecanje bioloških, medicinskih i tehničkih znanja kako bi održali tjelesnu kondiciju i dobrobit (Little, 2015, str. 2).

#### **3.1 Obilježja sportsko rekreacijskog turizma**

Sportsko rekreacijski turizam sastavni je dio nacionalnog sustava tjelesne kulture i sporta. Ima za cilj promicanje zdravlja, razvijanje tjelesnih, moralno-voljnih i intelektualnih sposobnosti čovjeka sudjelovanjem u sportskim izletima različite složenosti i natjecanjima u tehnici sportskog turizma i rekreacijskih aktivnosti. Sportsko rekreacijski turizam ima niz sportskih, zdravstvenih, rekreacijskih, informativnih, obrazovnih, gospodarskih i drugih funkcija.



Glavna značajka sportsko rekreacijskog turizma je da, za razliku od većine drugih oblika turizma i sporta, ne zahtijeva relativno velika materijalna ulaganja. Prvo, razvija se u postojećem prirodnom okruženju i ne zahtijeva značajnija ulaganja za pripremu i održavanje turističko-športskih masovnih manifestacija i postavljanje posebnih objekata za njihovo održavanje. Drugo, logistička i organizacijska podrška ovim mjerama uvelike se provodi snagama i sredstvima samih turista. Treće, uspostavljen je i djeluje javni sustav osposobljavanja i napredovanja stručnih kadrova koji može i dalje učinkovito funkcionirati uz minimalne izdatke države. Međutim, danas, unatoč potencijalu za velike mogućnosti, njegovoj društvenoj i gospodarskoj važnosti, sportsko rekreacijski turizam u Republici Hrvatskoj je nedovoljno razvijen. Poteškoće s kojima se sportsko rekreacijski turizam susreo u svom razvoju odnose se, prije svega, na ekonomskim problemima društvenog razvoja, kao i do gotovo potpunog izostanka državne i javne potpore ovoj sportskoj aktivnosti. Odnosno, razvoj sportsko rekreacijskog turizma treba promatrati kroz prizmu sustava upravljanja sportsko-zdravstvenim djelatnostima.

Sportska rekreacija čini aktivnu komponentu turističke ponude. U prvom redu, ona postaje važan, a vrlo često i primaran sadržaj boravka, iz čega se rađaju osnovni motivi turističkih putovanja u turistička mjesta koja pružaju odgovarajuće sportsko-rekreacijske usluge. Nadalje, ona postaje i osnovni sadržaj boravka gostiju u provođenju zdravstveno-preventivnog turizma, gdje je kretanje i tjelesna angažiranost uvjet za unapređenje zdravlja. Sportska se rekreacija javlja kao primaran motiv "aktivnog turizma" i to u: zimsko- sportskom, lovnom, ribolovnom i nautičkom turizmu (Relac & Bartoluci, 1997, str. 32).

Organizacija sportske rekreacije uglavnom je prepuštena sportskim klubovima koji za potrebe svojih sportaša te privlačenja novih u svojim programima nude i sportsku rekreaciju koja tada postaje i dio turističke ponude. Primjeri takve suradnje sporta i turizma vidljivi su u Istri gdje sportaši (nogometaši) zimi dolaze na pripreme (Poreč, Rovinj, Umag, Pula) zbog razvijene sportske i smještajne infrastrukture te blage klime.

Prema Relcu i Bartoluciju (Turizam i sportska rekreacija, 1997, str. 32) glavni čimbenici koji dovode do pojave sportskih aktivnosti u turizmu su:

- povećanje sportsko-rekreacijskih potreba, koje nastaju kao posljedica suvremenog načina rada i života;
- povećanje fonda slobodnog vremena;
- povećanje dohotka stanovništva.

Sportsko-rekreacijske potrebe nastaju kao posljedica suvremenog načina rada i života. Iako su potrebe ljudi za savladavanje određenih sportskih vještina bile poznate još u najranijoj dobi razvoja ljudskog društva, one su se bitno razlikovale od današnjih sportsko-rekreacijskih potreba. To su bile egzistencijske potrebe, jer su omogućavale čovjeku da se prehrani, očuva od napada životinja i drugih opasnosti. Čovjek je od svoga postanka morao savladati vještine poput trčanja, plivanja, gađanja, veslanja itd.

U uspostavljanju psihofizičke ravnoteže ljudskog organizma veliku ulogu ima upravo sportska rekreacija. Sportska rekreacija ima veoma značajnu korektivno-kompenzirajuću ulogu. Pomoću nje mogu se ubrzati i olakšati procesi adaptacije čovjeka suvremenim uvjetima života i rada, te spriječiti prerano narušavanje njegova tjelesnog i duševnog zdravlja. Zato ona postaje nužan činitelj u prevenciji zdravstvenog stanja organizma (Relac & Bartoluci, 1997, str. 33).

Sportska rekreacija u turističkoj dokolici čini dio ukupne čovjekove sportske aktivnosti. Ona omogućava bavljenje već poznatim ili novim sportskim aktivnostima u vrijeme odmora kada čovjek raspoložuje najvećim fondom slobodnog vremena. Razlozi zbog kojih turisti tijekom svog boravka u nekoj turističkoj destinaciji imaju potrebe za rekreacijom su dvojak naravi:

- (1) Psihološke – aktivnim odmorom žele se osloboditi stresa i negativnih posljedica uvjetovanih razvojem industrijalizacije i civilizacije, želje za druženjem i natjecanjem;
- (2) Fizičke - zbog potrebe za kretanjem, održavanjem tjelesne spremne i natjecanjem.

Da bi se udovoljilo ovakvim zahtjevima turista, turistička ponuda mora obilovati raznovrsnim sportskim sadržajima. To moraju biti sadržaji koje već turisti poznaju, koje su vidjeli ili već koristili.

Sportsko-rekreacijske potrebe, koje nastaju kao posljedica suvremenog načina rada i života, snažno utječu na potražnju za sportsko-rekreacijskim uslugama u turizmu. To je ujedno i poticaj za razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja u turističkoj ponudi.

Prema istraživanju Instituta za turizam (Marušić, 2020, str. 9) kao motiv dolaska u Jadransku Hrvatsku 15% ispitanika navelo je sport i rekreaciju dok je za Kontinentalnu Hrvatsku to čak 24%.

U narednoj tablici su ekstrahirani podaci istraživanja stavova turista za sport i rekreaciju

**Tablica 6. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj za sport i rekreaciju**

<b>SPORT I REKREACIJA</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>DOMAĆI</b>	<b>STRANI</b>
Glavni motiv odredišnog putovanja	0,6 %	1,2 %	0,5 %
Motivi dolaska prema zemlji porijekla	11,2%	11,4%	11,1%
Prosječni dnevni izdaci turista u eurima	2,70 €	1,18 €	2,83 €
Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u %	2,76 %	1,37%	2,86%
<b>PREMA REGIJAMA</b>			
<b>UKUPNO</b>	<b>JADRAN</b>	<b>KONTINENT</b>	
Glavni motiv odredišnog putovanja prema regiji	0,6%	0,5%	1,0 %
Motivi dolaska prema regiji	11,2%	11,0%	14,2%
Prosječni dnevni izdaci turista prema regiji u eurima	2,70 €	2,81 €	0,94 €
Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u %	2,76 %	2,90%	0,81%
<b>PREMA SEZONI -LJETNA SEZONA</b>			
<b>UKUPNO</b>	<b>JADRAN</b>	<b>KONTINENT</b>	
Glavni motiv odredišnog putovanja prema regiji	0,4%	0,2%	4,6%
Motivi dolaska prema regiji	11,6%	11,4%	17,0%
Prosječni dnevni izdaci turista prema regiji u €	2,69 €	2,75 €	0,99 €
Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u %	2,87%	2,96%	0,83%
<b>PREMA SEZONI – IZVAN SEZONE</b>			
<b>UKUPNO</b>	<b>JADRAN</b>	<b>KONTINENT</b>	
Glavni motiv odredišnog putovanja prema regiji	1,4 %	1,5%	1,0%
Motivi dolaska prema regiji	8,0%	7,2%	11,1%
Prosječni dnevni izdaci turista prema regiji u €	2,75 €	3,24 €	0,87 €
Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u %	2,21 %	2,52%	0,79%
<b>PREMA VRSTI SMJEŠTAJA</b>			
<b>UKUPNO</b>	<b>HOTELI</b>	<b>KAMPOVI</b>	
Glavni motiv odredišnog putovanja prema smještaju	0,6%	0,8%	0,3%
Motivi dolaska prema smještaju	11,2%	9,3%	10,6%
Prosječni dnevni izdaci turista prema regiji u €	2,70 €	3,12 €	2,70 €
Struktura prosječnih dnevnih izdataka turista u %	2,76%	2,21%	3,95%

**Izvor:** Marušić, Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj TOMAS Hrvatska 2019, 2020.

Iz priložene tablice u kojoj su sažeti podaci istraživanja stavova turista vidljivo je kako sport i rekreacija nisu primarni motiv dolazaka domaćih i stranih turista neovisno o regiji u koju dolaze, sezoni ili vrsti smještaja. Sukladno tome je i ostvarena prosječna dnevna potrošnja na sport i rekreaciju svega 2,76% ukupne prosječne potrošnje turista. Nadalje, motivi za dolazak zbog sporta i rekreacije su neznatni ali ne i zanemarivi

Međutim, kada se analiziraju rezultati istraživanja u okvirima zdravstvenog turizma (Marušić, Telišman Košuta, & Sever, 2019), odnosno kada se analiziraju stavovi potrošnja korisnika usluga wellnesa u kojem su kao ciljane skupina obuhvaćeni korisnici bavljenja sportom i rekreacijom tada se rezultati sažeto mogu prezentirati narednom tablicom.

**Tablica 7. Stavovi i potrošnja wellness turista u Hrvatskoj za sport i rekreaciju**

WELLNESS GOSTI	AKTIVNOSTI	%
Primarni razlog putovanja	Bavljenje sportom i rekreacijom	3%
Životni stil wellness gostiju	Redovito se bavi nekom sportskom/ rekreacijskom aktivnošću	26%
Aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji	Plivanje/ kupanje u moru/ bazenu (izvan wellness/ spa usluga	65,8%
	Pješačenje ('trekking', nordijsko hodanje i sl.), jogging/ trčanje	33,1%
	Sportske i rekreacijske aktivnosti (osim pješačenja/ trčanja/ vožnje biciklom	19,2%
	Vožnja biciklom označenim biciklističkim stazama	14,2%
WELLNESS GOSTI	POTROŠNJA	€
Prosječni izdaci gostiju	Sport i rekreaciju	13
Struktura izdataka	Sport i rekreacija	1,2%

**Izvor:** Marušić, Telišman Košuta, i Sever, TOMAS - zdravstveni turizam 2018. - stavovi i potrošnja korisnika usluga, 2019.

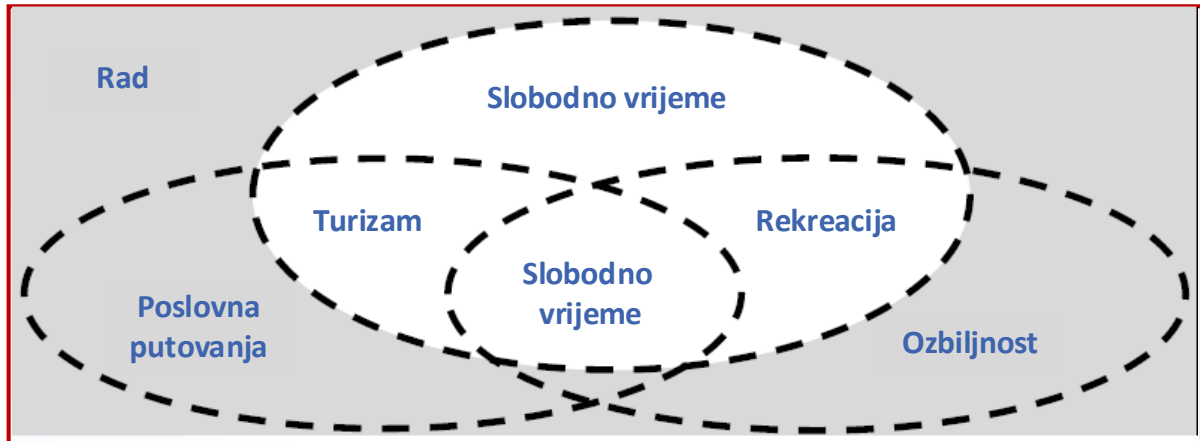
Kada se analiziraju stavovi i potrošnja wellness gostiju tada je vidljivo kako su sport i rekreacija tek u 3% slučajeva primani razlog dolaska iako njih se 26% redovito bavi sportom i rekreacijom. Plivanje je najzastupljenije (65,8%) potom pješačenje (33,1%) dok sport i rekreaciju upražnjava njih 19,2%. S obzirom da wellness gosti odsjedaju u hotelima i lječilištima to su im sadržaji za sport i rekreaciju dostupni što inicira prosječnu potrošnju za vrijeme višednevnog boravka od 13 €, ali je to u strukturi njegovih troškova svega 1,2%.

Ostaje zaključak kako niša sportskog i rekreacijskog turizma ima još puno prostora za unaprjeđenje usluge što je zadatak marketinga i turističkog menadžmenta.

### 3.2 Zdravstveni, rekreacijski, lifestyle i fitness turizam

Brojne definicije turizma uključuju koncepte rekreacije i slobodnog vremena. Turizam obuhvaća događaje i odnose koji se zbivaju u slobodnom vremenu. Što se tiče rekreacije, to je koncept koji se odnosi na aktivnosti kojima se ljudi bave u svoje slobodno vrijeme izvan radnog vremena. Razvoj turizma povezan je s povećanjem životnog standarda kao i povećanjem slobodnog vremena. Budući da je rekreacija iskustvo koje se odvija tijekom slobodnog vremena logično je da se povezuje s turizmom. Stoga se na turizam gleda kao na dio slobodnog vremena i rekreacije (Hall & Page, 2006, str. 6).

**Slika 4. Međuodnos slobodnog vremena, rekreacije i turizma**



**Izvor:** Hall, M. C. i Page, S. J.: The Geography of Tourism and Recreation, Routledge, New York, 2026.

Slika 4. prikazuje odnos između slobodnog vremena, rekreacije i turizma. Sukladno tome, turizam i rekreaciju treba promatrati kao dio šireg pojma zabave. Isprekidane linije pokazuju da su granice između pojmova "meke". Posao je odvojen od slobodnog vremena i postoje dva glavna područja preklapanja. Prvo, poslovna putovanja, koja se smatraju oblikom poslovno orijentiranog turizma, odvojenog od putovanja zasnovanog na slobodnom vremenu; drugo, odnosi se na ozbiljno slobodno vrijeme, gdje se slobodno vrijeme može koristiti prema slobodnom vremenu, hobijima i interesima (Hall & Page, 2006., str. 6). Traženje slobodnog vremena u rekreacijskim aktivnostima ili turističko ponašanje ne treba promatrati kao izolirani društveni fenomen. Sve veća važnost slobodnog vremena u životima mnogih ljudi objašnjava sve veću složenost i raznolikost slobodnih aktivnosti. Barem u percepciji pojedinca, razlika između rekreacije i turizma postaje beznačajna. Rekreaciju i turizam potrebno je uključiti u aktivnosti slobodnog vremena uz holistički pristup (Jansen-Verbeke & Dietvorst, 1987, str. 362)

Kada se rekreacija kao fizička aktivnost obavlja s ciljem očuvanja tjelesnog i mentalnog zdravlja bilo kao prevencija ili rehabilitacija tada se može govoriti o rekreaciji u sklopu wellnessa, a ako se ona obavlja izvan mjesta boravišta tada se statistički bilježi kao element zdravstvenog turizma. Naime, wellness je višedimenzionalan model sačinjen od 2 do 14 i više dimenzija koje često uključuju fizičke, mentalne, duhovne i društvene aspekte (Yeung & Johnston, 2015):

- Wellness je holistički: uzima u obzir sve aspekte ljudskog tijela, uma i duha – rad u harmoniji.

- Wellness je samo odgovornost: U slučaju neke bolesti ljudi aktivno sudjeluju u zaštiti svog zdravlja, ne prepuštajući sve to medicini.
- Wellness je individualan, ali također ovisi o okolini: Wellness je proces koji se provodi na individualnoj razini kroz zdrava ponašanja i prakse koje podržavaju osobnu dobrobit, a dobrobit pojedinca utječe na stanje okoline u kojoj živi.
- Wellness se mijenja tijekom vremena i uzduž kontinuuma: Wellness nije statično stanje ili krajnja točka, već više poput kontinualnih razina wellnessa koje pojedinac pokušava postići i maksimizirati tijekom svog života.

Danas se sve više pažnje posvećuje ekološkoj, vanjskoj, kulturnoj i globalnoj strani wellnessa.

Smith i Puczko (Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel, 2014, str. 7) definiraju wellness turizam kao značajan dio zdravstvenog turizma koji je jedan od najstarijih oblika turizma. Već su drevne civilizacije prakticirale nekoliko terapija koje pružaju i moderne toplice. Na primjer, vodeni tretmani kao što je turska kupelj. Duga povijest zdravstvenog turizma duboko je povezana s Istočnom i Srednjom Europom, gdje se mogu pronaći esencijalna prirodna ljekovita okruženja kao što su srednja termalna i mineralna voda, posebna blata, špilje, planine i klima.

Slika 5. Spektar zdravstvenog turizma.



Izvor: Smith i Puczko; Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel, 2014, str. 7.

Wellness turizam obuhvaća sve pojave koje proizlaze iz putovanja pojedinaca čiji je motiv potpuno ili djelomično podržati i pridonijeti svom zdravlju i dobrobiti i čiji boravak traje najmanje jednu noć u objektu, što je posebno osmišljen kako bi integralno omogućio i povećao tjelesnu, psihičku, duhovnu i/ili društvenu dobrobit ljudi, a koji idealno također uzima u obzir dobrobit okoliša i zajednice na održiv način (Smith & Puczko, 2014, str. 7).

Usluga u wellness objektima može se sastojati od zdrave prehrane i regulacije tjelesne težine; sport i fitness pod nadzorom; masaža, manikura i kozmetički tretmani; opuštanje i oslobađanje od stresa; meditacija i joga; zdravstveno obrazovanje; zdravstvena podrška nakon povratka kući (Smith & Puczko, 2014, str. 133-135). Wellness turizam općenito uključuje interakcije zajednice, distribuciju informacija i mogućnosti volontiranja. Sve usluge wellness turizma usmjerene su na prevenciju bolesti, loših fizičkih i psihičkih stanja. Glavni ciljevi su odmor, pomlađivanje i rekuperacija.

Wellness turisti imaju sljedeće motive putovanja (Yeung & Johnston, 2015, str. 10-12): fizički (poput zdravstvenog pregleda, prehrane, fitnessa, tretmana tijela, masaže i kupanja), mentalni (poput joge i meditacije), duhovni (poput volontiranja, molitve), emocionalni (poput traženja utočišta, smanjenje stresa i životnih nedaća), ekološke (kao što su planinarenje, posjeti prirodi, vožnja biciklom) ili društvene potrebe. Svrha putovanja također se može povezati s duhom i tijelom, osobnim razvojem, ekologijom i avanturom.

### **3.3 Fitness odmori i njihova privlačnost**

Prema izboru Health Travel, specijalizirane turističke agencije za zdravstveni turizam deset najprivlačnijih mjesta za fitness odmor u Europi 2023. godine [dostupno na <https://www.health.travel/best-fitness-retreats-europe-2023>] su:

1. La Croix-Valmer, Francuska - Lily of the Valley's Shape Club
2. Grand Resort Bad Ragaz's – Švicarska,
3. Boka Kotorska -Crna Gora - One & Only Portonovi,
4. Mytras – Grčka - Euphoria Retreat,
5. Rim – Italija - The Ranch Italy,
6. Ripon – Velika Britanija - Grantley Hall,
7. Baden-Baden – Njemačka - Brenners Park Hotel and Villa Stéphanie,
8. Samodaaes -Portugal - Six Senses Douro Valley's,

9. Ramatuelle – Francuska La Reserve Ramatuelle i

10. Marabella – Španjolska - Marbella Club Hotel

Sva navedena mjesta promoviraju fitness odmor kao privlačni faktor za ciljanu skupinu turista veće platežne moći. Estetski doživljaj fitness prostora sve više dolazi do izražaja u ponudi fitness turizma. Ugodan prostor i pogled na okruženje upotpunjuje zadovoljstvo korisnika fitnessa.

### 3.4 Fitness turizam kao oblik aktivnog turizma

Fitness kao tjelesna aktivnost, kada se upražnjava u zatvorenim prostorima, nije ograničen samo na dvorane, bazene ili fitness centre već se može turistima ponuditi i na, sve donedavno teško zamislivim mjestima. Turistička putovanja koja se odvijaju željeznicom, posebice na velikim udaljenostima kao što su američka Pacific Crest Trail (4.270km), australska Trans-Australian Railway (1.960 km) i svakako najduža Trans sibirski željeznica (9.300 km) traju više dana što može biti izazovno za turiste koji nisu navikli dugo boraviti u zatvorenom prostoru na tako dugim putovanjima. Stoga postoji potreba za aktivnostima u zatvorenom prostoru gdje se turisti mogu dobro zabaviti, družiti i proširiti svoje znanje. Tako u ponudi željeznice postoje i posebni vagoni opremljeni za fitness aktivnosti. Može se reći da ove aktivnosti tijekom putovanja vlakom imaju i ulogu animacije (Turkmenoglu & Erdem, 2020, str. 444).

**Tablica 8. Šest ključnih temeljnih atributa za uključivu i prepoznatljivu definiciju wellness/fitness turizma**

	<b>ATRIBUTI</b>	<b>PREPOZNATLJIVOST</b>
1.	Motivacija/svrha putovanja/destinacija/aktivnost	Liječenje, fizička ljepota, kontrola tjelesne težine, opuštanje/upravljanje stresom, meditacija, razmišljanje/pomlađivanje, detoksikacija, životni stil, fitness, osobni izazov i duhovna povezanost
2.	Razina i priroda traženog wellnessa	Fizički, mentalni, emocionalni, duhovni
3.	Vrsta objekta	Odmarališta/hoteli, lječilišta (odredište ili dan)/lječilišta/zdravstvene farme, općine/odmarališta/ašrami, brodovi za krstarenje, klinike/bolnice i na otvorenom
4.	Lokacija	Cijela destinacija (npr. Baden-Baden, Njemačka), specifično obilježje (npr. duhovno mjesto, ljekovita voda ili blato), namjenski izgrađeno ili općenito, u zajednici s prirodom ili s drugima koji dijele slične ideale
5.	Stil i proizvod	Tradicionalni/zapadnjački/ortodoksni, alternativni/duhovni, autohtoni pristupi, medicinski, opuštajući/hedonistički, opuštanje i fitnes
6.	Fokus aktivnosti	Potpuno zdravstveno orijentirano, dopunsko uobičajenim aktivnostima (npr. spa sadržaji u kockarnicama ili zračnim lukama), medicinsko, psihološko, duhovno i filozofsko, tjelesno zdravlje/fitnes ili hedonističko, zajedničko i holističko

**Izvor:** Deesilatham, Wellness Tourism: Determinants of Incremental Enhancement in Tourists' Quality of Life, 2016, str. 37.



Stoga se wellness turizam kategorizira na medicinski, zdravstveni, fitness, pustolovni i transformacijski turizam i može se definirati kao „holistički načina putovanja koji integrira potragu za fizičkim zdravljem, ljepotom ili dugovječnošću i/ili podizanjem svijesti ili duhovne svijesti i povezanost sa zajednicom, prirodom ili božanskim misterijem“ . Obuhvaća niz turističkih iskustava u destinacijama s wellness proizvodima, odgovarajućom infrastrukturom, objektima i prirodnim resursima.

### **3.5 Fitness kampovi u funkciji razvoja rekreacijskog turizma**

Fitness kamp je vrsta programa koja uključuje takozvani vojni režim vježbanja i ishrane, i/ili prenoćišta. Ovaj program se realizira u teretanama ili specijaliziranim objektima (hoteli, hale, šatori i dr.), uz prisustvo educiranih trenera, a nekada i bivših vojnih lica (Jajić, Tišma, & Perić, 2015, str. 184). Programi su osmišljeni tako da učesnici kampa tijekom boravka poboljšavaju svoju fizičku spremu, nauče nove vježbe i razvijaju kolektivni duh. Najposjećeniji fitness kampovi nalaze se u popularnim svjetskim turističkim destinacijama, koji u toku boravka svojim posjetiocima nude vojnički ozbiljne programe. Kao takvi fitness kampovi privlače samo određene skupine rekreativaca (uglavnom bivše aktivne sportaše) te je za njihovo populariziranje u turističkom smislu potrebno uključivanje u druge vidove turizma.

Primjer za navedeno je popularnost nekih vještina iz borilačkih sportova (KickBoxing, Svate, brazilski jiu-jitsu -BJJ, Muay Thai) koji zbog svojeg egzotičnog porijekla i filozofije privlače brojne ljubitelje fitnessa kao novog iskustva.

Tako Deesilatham (Wellness Tourism: Determinants of Incremental Enhancement in Tourists' Quality of Life, 2016) navodi popularnost Muay Thaja ili tajlandskog boksa koji se pojavio se kao tržišna niša u wellness turizmu u Tajlandu i postao odredište za međunarodne turiste. Muay Thai fitness dobio je više pažnje od strane stanovnika, lokalnih turista i međunarodnih turista u svrhu fitnessa i mršavljenja. Muay Thai je nacionalni sport Tajlanda i borilačka vještina s podrijetlom u drevnoj bojnoj taktici sijamske vojske. Muay Thai je izvezen u mnoge zemlje i postao je međunarodno raširen u drugoj polovici 20. stoljeća. Postoje 443 standardna Muay Thai kampa koji nude Muay Thai trening za turiste diljem Tajlanda. Postoji i 3.869 Muay Thai kampova u 36 država svijeta; na primjer, Brazil (1.631 kamp), Iran (650 kampova), Indija (256 kampova), Maroko (220 kampova) i SAD (190 kampova). Opća percepcija Muay Thaja je kao borilački/samoobrambeni sport, temeljni trening za profesionalne Mix Martial Art (MMA)

borbe. Muay Thai je nedavno postao fitness trening koji se može naći u mnogim poznatim dvoranama koje nude Muay Thai treninge kao što je Fitness First. Muay Thai može pružiti fizičke i mentalne dobrobiti. To je vrlo fizički sport i stalnim treninzima pojedinci mogu izgubiti na težini i poboljšati cjelokupnu tjelesnu kondiciju (Deesilatham, 2016, str. 35).

## **4. FITNESS TURIZAM U EUROPI**

Fitness svakako nije glavni motivator turističkih putovanja ali je u zdravstvenom, wellness i sportsko-rekreativnom turizmu značajan faktor koji može donijeti prevagu pri odabiru destinacije. Isto tako, mogućnost bavljenja fitnessom u destinaciji daje turistima osjećaj iskoristivosti slobodnog vremena u trenucima nemogućnosti bavljenja osnovnim razlogom putovanja (kišni ili vjetroviti dani na moru, nedostatak snijega na planinama i sl.). Nadalje, navika tjelovježbe ponekad stvara ovisnost i loš osjećaj ako se preskače, na što nosive tehnologije upozoravaju a gost "ne smije biti nezadovoljan". O svemu navedenom turistički djelatnici u europskim turističkim destinacijama vode računa te se fitness (wellness) nalazi u ponudama svih vodova turizma od robinzonskog do mondenog.

### **4.1 Fitness kao turistički proizvod**

Turizam je potrošnja. Da bi se konzumirao turizam, on se mora pretvoriti u proizvod koji je moguće kupiti. U turističkom ugostiteljstvu i slobodnom vremenu ljudi se bave uslužnim proizvodom koji se razlikuje od uobičajene robe koja se prodaje na tržištu. Tri su glavne značajke uslužnog proizvoda: neopipljivost, neusklađenost i neodvojivost. Neopipljivost označava da se uslužni proizvod ne može doživjeti prije potrošnje. Postoje neki alati koji povećavaju neopipljivost proizvoda prije kupnje, na primjer tiskana literatura, video zapisi i brendiranje. Neusklađenost sugerira da se uslužni proizvod ne može skladištiti za prodaju u budućnosti. Ova značajka proizvoda čini visokorizičnu prirodu turističke industrije. Neodvojivost u osnovi ukazuje na to da se potrošnja i proizvodnja uslužnog proizvoda odvijaju u isto vrijeme. I pružatelj usluge i potrošač prisutni su kada se stvarna usluga konzumira (Cooper, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2008, str. 574-575). Da bi se razumjela pozicija kupaca, u ovom slučaju zainteresiranih turista) potrebno je uzeti u obzir njihovu motivaciju i potrebe.

### **4.2 Fitnes industrija u Europi - statistika i činjenice**

Europski zdravstveni i fitness sektor sustavno raste, a broj korisnika fitnessa porastao je za 72% u drugoj dekadi 21. stoljeća. Štoviše, gotovo 10% svih odraslih Europljana korisnici su fitness

usluga sa stopom penetracije od 7,6% (Deloitte, 2022, str. 3-6). Prema podacima europske u Europskoj uniji je 2022. godine bilo više od 56,3 miliona članova u 63.173 fitness kluba koji su ostvarili prihod od 17,1 milijardu € (Deloitte, 2022, str. 3).

Prema tim podacima, europska fitness industrija smatra se rastućim sektorom oblikovanim brojnim inovacijama u proteklim godinama i pokazuje veliki potencijal za profesionalne prilike i poslovni razvoj (Batakoulis, 2019, str. 28). Ali ipak, gotovo 50% odrasle populacije trenutno vodi sjedilački način života, a više od 60% njih ima prekomjernu tjelesnu težinu (Lancet Glob Health, 2023, str. 191).

### **4.3 Ponuda i potražnja za fitness sadržajima u turizmu**

Fitness sadržaje valja promatrati kao sadržaje wellnessa u okvirima zdravstvenog turizma i kao sadržaje rekreacije u okvirima sportskog turizma. I jedan i drugi oblik turizma u svojoj ponudi imaju fitness što ga čini popularnim i neizostavnim u gotovo svim hotelskim ponudama.

#### ***4.3.1 Fitness u sklopu europskog wellness turizma***

Europljani su postali sve više zainteresirani za wellness putovanja kao rezultat globalne pandemije COVID-19, jer mnogi žele "napuniti baterije" i usredotočiti se na svoje mentalno zdravlje. Europsko tržište wellness turizma vrlo je raznoliko i nudi brojne mogućnosti, stoga je važno dobro upoznati europske turiste i njihove potrebe. Obećavajući trendovi uključuju holističko shvaćanje wellnessa, povećani fokus na fitness i prehranu te utjecaj društvenih medija na rezerviranje wellness odmora.

Postoji osam dimenzija wellness turizma: 1) socijalna, 2) fizička, 3) duhovna, 4) emocionalna, 5) preventivna, 6) intelektualna, 7) društvena i 8) financijska dobrobit. Mnoge od ovih dimenzija se preklapaju. Specijalističke niše mogu pripadati jednoj ili više dimenzija. Na primjer, određena lječilišta i hoteli, hamami, termalni izvori i wellness odmarališta potpadaju pod fizičku, emocionalnu i preventivnu wellness dimenziju. Joga ili pilates, ashrami, borilačke vještine i meditacija doprinose fizičkom, emocionalnom i duhovnom zdravlju.

Wellness aktivnosti i fitness odnose se na niz aktivnosti koje se poduzimaju u potrazi za wellnessom tijekom putovanja u slobodno vrijeme. Wellness turizam ima mnogo

specijalističkih niša. Specijalizirane niše se jako razlikuju jedna od druge i turisti mogu tražiti različite stvari. Važno je poznavati specijalističke niše kako bi se moglo učinkovito ciljati europske turiste. U donjoj tablici navode se različite niše i njihovo značenje.

**Tablica 9. Specijalizirane turističke niše**

SPECIJALISTIČKA NIŠA	ZNAČENJE
Toplice ili hoteli	Destinacije lječilišta ili hoteli su za ljude koji traže nekoliko dana vrhunskog opuštanja. Često je uključena kombinacija kupki, masaža, sauna i tretmana ljepote.
Wellness odmarališta	Wellness odmarališta često uključuju wellness program sa smještajem u odmaralištu ili hotelu. Ponuditelji često imaju vlastitu filozofiju koja je u osnovi njihove ponude. Wellness odmarališta mogu uključivati fitness dok toplice ne uključuju fitness.
Joga i pilates	Joga i pilates su vježbe kojima je cilj poboljšati i fizičko i duhovno blagostanje. Joga i pilates usredotočeni su na fleksibilnost, snagu i usklađenost. Vježbe se prakticiraju s fokusiranim i opuštenim načinom razmišljanja.
Toplice	Jednodnevne toplice često se nalaze u gradu ili u njegovoj blizini. Ljudi će posjetiti toplice na pola ili cijeli dan. Posjetitelji se često mogu odlučiti hoće li koristiti paket usluga ili sami lutati toplicama. Toplice često uključuju kupke, masaže i saune.
Tretmani za liječenje	Turizam za liječenje je mjesto gdje turisti putuju kako bi dobili medicinsku skrb za svoje stanje ili se detoksicirali od određenih tvari. Ovi turisti mogu tražiti alternativne tretmane ili tretmane koji su dostupni samo u određenim regijama.

**Izvor:** CBI, What is the European market potential for wellness tourism?, (CBI, 2022)

Wellness turistima je važno poboljšati ili održati svoje stanje tijekom wellness odmora. Naravno, ljudi će imati različite ideje o tome što 'wellness' zapravo podrazumijeva, ali ono često uključuje kombinaciju tjelesnih, mentalnih i duhovnih zdravstvenih praksi. Europski wellness turisti često traže opuštajuće, spa, fitness, vjerska i duhovna utočišta kako bi poboljšali ili sačuvali svoje blagostanje. Mnogi turisti žele kombinirati različite wellness aktivnosti kako bi se osjećali optimalno pomlađeni, ponovno se povezali sa sobom, poboljšali svoje zdravlje i pobjegli od užurbane svakodnevice.

Wellness turisti često uživaju u pustolovnim putovanjima sa strane, poput ronjenja i promatranja divljih životinja. Wellness i pustolovna putovanja često su uključena u jedan paket. Druge kombinacije koje su popularne su odmori s hranom i wellnessom te sportski i wellness odmori. Wellness aktivnosti i wellness odmori postaju sve popularniji među Europljanima, nudeći mogućnosti na europskom tržištu izlaznog turizma.

### 4.3.2 Fitness u sklopu europskog sportskog turizma

Tržište sportskog turizma vrlo je raznoliko tržište. Važne niše čine ljubitelji sportskih događaja, te grupno i individualno sudjelovanje u sportu. Posebno se to odnosi na individualno bavljenje sportom, koje najviše pridonosi održivim i stabilnim prihodima.

Sportski turizam uključuje putovanje radi gledanja, vježbanja ili natjecanja u sportskoj aktivnosti ili događaju. Može se segmentirati u devet tržišnih niša.

**Tablica 10. Specijalizirane sportsko turističke niše**

TRŽIŠNA NIŠA	OPIS
Sportsko turistička putovanja	Sportsko turističko putovanje definira se kao odmor izvan doma u svrhu gledanja velikog sportskog događaja (kao što su Olimpijske igre) ili sudjelovanja u organiziranom sportskom događaju/aktivnosti kao pojedinac ili kao dio grupe.
Trčanje	Turizam trčanja odnosi se na odmore gdje je glavna svrha putovanja trčanje. To uključuje trčanje na kratke udaljenosti, trčanje na duge staze (kao što je maraton), dobrotvorne događaje trčanja, treninge (uključujući treninge na velikoj nadmorskoj visini) i natjecanja. Fitness se podrazumijeva kao dio treninga
Golf	Golf turizam opisuje putovanja koja se poduzimaju s glavnom svrhom igranja golfa. Fitness se podrazumijeva kao dio treninga ili opuštanja.
Skijanje	Skijaški turizam odnosi se na putovanje na skijalište u svrhu sudjelovanja u skijanju ili drugim zimskim sportskim aktivnostima (kao što su snowboard, skijaško trčanje, sanjkanje i vožnja motornim sanjkama). Fitness se podrazumijeva kao dio treninga ili opuštanja.
Biciklizam	Biciklistički turizam odnosi se na rekreativne posjete izvan doma koji uključuju rekreativno bicikljanje kao temeljni i značajan dio putovanja. Uključuje različite vrste biciklizma, uključujući cestovni biciklizam, brdski biciklizam i touring. Fitness se podrazumijeva kao dio treninga
Vodeni sportovi	Turizam vodenih sportova odnosi se na putovanja usmjerena na sportove koji se odvijaju na vodi, kao što su jedrenje na dasci, kitesurfing, kanu/kajak, skijanje na vodi i vožnja na dasci. Fitness se podrazumijeva kao dio treninga
Ronjenje	Ronilački turizam odnosi se na turistička putovanja čija je primarna svrha SCUBA ronjenje. Uključuje ronilačke aktivnosti kao što su ronjenje na olupinama, ronjenje u špiljama i ronjenje na dah.
Ribolov	Ribolovni turizam uključuje putovanje daleko od kuće s prvenstvenom svrhom ribolova, bilo u slatkoj ili slanoj vodi.
Adrenalin	Adrenalinske aktivnosti teške su pustolovne aktivnosti koje zahtijevaju visoku razinu stručnosti i obično uključuju element osobnog rizika.

**Izvor:** CBI, The European market potential for sports tourism (CBI, 2022)

Euroljani uživaju u prilici kombiniranja tjelesne vježbe s istinskim doživljajem prirode. Kada se nude ove aktivnosti, vrlo je važna fizička sprema u pogledu potrebne razine kondicije i iskustva što podrazumijevah fitness kao pripremu i fitness kao opuštanje.

## 4.4 Fitness u europskom urbanom turizmu

Prema Populacijskom fondu Ujedinjenih naroda (UNPF, 2023), polovica svjetskog stanovništva živi u gradovima, a procjenjuje se da će taj broj porasti na 75% do 2050. U isto vrijeme, turisti traže nova iskustva, a odredišta se natječu s njima međusobno na globalnim turističkim tržištima. Kao rezultat toga, gradovi ulažu značajna sredstva u svoje marketinške aktivnosti i brendiranje mjesta. Urbani turisti mogu se definirati kao: "ljudi koji posjećuju mjesta i gradove koji nisu njihovo stalno boravište" a njihove inherentne atribute karakterizira nepoljoprivredno gospodarstvo koje nudi širok raspon kulturnih, arhitektonskih, tehnološka, društvena i prirodna iskustva i proizvoda za slobodno vrijeme i poslovanje (Saari, 2022, str. 2).

Analizirajući prethodno navedene atribute, na primjer kulturne i društvene aktivnosti u gradu, to bi moglo značiti mogućnosti rasta za trend urbanog wellnessa. Mnoge turističke destinacije već su iskoristile trend wellnessa u svojim mrežnim marketinškim aktivnostima i aktivnostima brendiranja. Međutim, kada se "googla" za ponudu wellness turizma, može se vidjeti da se ona često reklamira kao destinacije koja u odmaralištima smještenim u prirodnom okruženju sa slikama bujnog zelenila, vodenih elemenata, svježeg zraka ili hrskavog snijega - ne u urbanom okruženju. Ipak, urbano okruženje jednako tako može pružiti elemente uravnoteženog wellnessa (tijelo, um i duh) što se može istražiti na web stranicama visit.com za odabrane urbane DMO-e ili TZ.

Saari (In Search For New Urban Tourism Niche. Could European Cities Be Destinations For Urban Wellness Providing Food for Body, Mind and Spirit?, 2022, str. 2-16) je u svom istraživanju razmatrala 32 grada u EU-u koji pripadaju "European Cities Marketing" (ECM), udruženju turističkih zajednica, kongresnih ureda i gradskih marketinških organizacija u Europi s ciljem dobivanja spoznaja o ponudi wellness turizma.

Iz opsežnog istraživanja izdvojeni su podaci zanimljivi za temu završnog rada a odnose se na analizu:

- 1) Odredišnu stranicu destinacije (engl. landing page - website's home page) koja spominje wellness (turističku) ponudu (npr. toplice, fitness, slobodno vrijeme, sport i rekreaciju);
- 2) Odredišna stranica destinacije ima zasebnu vezu/padajući izbornik o wellness ponudi;
- 3) Slike/videozapisi na odredišnoj stranici promoviraju wellness ponudu;
- 4) Odredišna stranica destinacije promovira prirodne resurse pogodne za wellness turizam (npr. urbani parkovi, zelenilo).

**Tablica 11. Promoviranje urbanog fitness i sportsko rekreacijskog turizma na web stranicama DMO/TZ europskih gradova**

	GRAD	FITNESS CENTRI	POVEZNICE	SLIKE/VIDEO	REKREACIJA NA OTVORENOM	Σ
Austrija	Gratz	x		x	x	3
	Linz				x	1
Belgija	Antwerpen				x	1
	Ghent				x	1
Hrvatska	Dubrovnik				x	1
	Rijeka				x	1
Češka	Brno				x	1
Danska	Aarhus			x	x	2
	Aalborg				x	1
Finska	Espoo			x	x	2
	Turku				x	1
Francuska	Lyon		x		x	2
	Marseille				x	1
Njemačka	Hamburg	x	x	x	x	4
	München			x	x	2
Grčka	Ioannina	x		x	x	3
	Solun				x	1
Italija	Milano	x			x	2
	Torino				x	1
Litva	Kaunas				x	1
Nizozemska	Amsterdam				x	1
	Rotterdam				x	1
Poljska	Krakow	x	x		x	3
	Poznan				x	1
Portugal	Porto				x	1
Rumunjska	Temišvar	x			x	2
Španjolska	Barcelona	x			x	2
	Valencia	x			x	2
Švedska	Göteborg	x			x	2
	Malmö				x	1
Velika Britanija	Belfast				x	1
	Edinburgh				x	1
<b>Ukupno</b>		9	3	6	32	50

**Izvor:** Saari, S.: In Search For New Urban Tourism Niche. Could European Cities Be Destinations For Urban Wellness Providing Food for Body, Mind and Spirit?, 2022, str. 10.

Ako je suditi po određeni web stranicama DMO-a i TZ koje bi trebale promovirati sve oblike urbanog turizma, poveznicama upućivati posjetitelje na specijalizirane stranice, fitness centre, rekreacijske i sportske terene, parkove i staze izuzev Hamburga (4) i Ioannina (3) svi analizirani gradovi (32) zadovoljavaju se ponudom na otvorenim prostorima. Devet gradova (28%) promovira fitness centre kao ponudu urbanog turizma.

Uloga DMO u upravljanju destinacijom ima aktivnu ulogu u aktivnostima brendiranja kao dio svoje upravljačke pozicije na razini destinacije pružajući obuku, smjernice i drugu podršku za



industriju koja je u mnogim regijama glavni gospodarski pokretač. No, za urbane turističke destinacije bilo bi iznimno važno analizirati svoju ponudu usluga i ciljane skupine koje su s njom povezane. Naravno, jasno je da nije svaka urbana destinacija pogodna za wellness turizam. Međutim, mnogi mali gradovi "drugog reda" mogli bi imati mnogo toga za ponuditi u ovom području. Iskustva ukazuju da u destinacijama postoje proizvodi i usluge koje bi wellness turist mogao koristiti. U nekim slučajevima, međutim, nemoguće je da turist zna da one postoje ili bi zahtijevao poseban trud i vrijeme da pronađe usluge na glavnoj web stranici odredišta (Saari, 2022, str. 11).

#### **4.5 Fitness u hotelskoj industriji**

Smještajni objekti koji su u funkciji turizma pored osnovne ponude smještaja i prehrane nude cijeli niz popratnih zabavnih, sportskih, rekreativnih sadržaja.

Hotelska industrija, prepoznata je kao posebna komponenta gospodarstva, obuhvaća ukupnost procesa koji se odvijaju unutar smještaja, a proizlaze iz prijema, boravka i odlaska putnika. Sadržaj hotelijerstva, njegove funkcije i značajke razvijale su se u skladu s razvojem smještajnih kapaciteta i njihovim uključivanjem u turističku djelatnost. Međutim, nastanak i postojanje prvih objekata namijenjenih prihvatu i smještaju putnika nije bio zamišljen za prihvata turista. Sukladno tome, prioritetno su postavljani uz prometnice ili u urbanim središtima, a objekti su bili skromniji i relativno jednostavnih funkcija. Kasnije, kako je došlo do intenziviranja prometa, posvete i transformacije turizma u masovnu pojavu, razvile su se prilagodbe i načini smještaja. Stoga se broj privremenih jedinica za ugošćavanje gostiju i njihov smještaj vrši izvan gradova, prvenstveno turističkih područja dok u isto vrijeme dolazi do diversifikacije funkcija i poboljšanih mogućnosti zadovoljavanja potreba turista. Pored atraktivnosti prostora i elementa razgledavanja, uređenost uvjeta za odmor i rekreaciju, presudno pridonosi prisutnosti turista. U tom kontekstu, hotelijerstvo postaje važan čimbenik za promicanje turizma, poticanje cirkulacije i, posebice, dužine boravka (Stupariu, 2017, str. 61).

Bolja iskorištenost turističkih potencijala postiže se privlačenjem različitih područja u gospodarskom ciklusu. To je još jedan aspekt kako hotelska industrija doprinosi razvoju turizma i, neizravno, gospodarskom rastu.

Dvanaest usluga koje nude objekti turističkog prihvata s funkcijama smještaja turista – prijevoz do zračne luke, sadržaji za osobe s invaliditetom, obiteljske sobe, fitness centar, unutarnji bazen,

sobe za nepušače, vanjski bazen, parkiralište, dozvoljeni kućni ljubimci, restoran, spa i wellness centar i wi-fi – analizirani su u postocima. Na kraju je izračunat prosječni postotak svih usluga koje nude prihvatni objekti s funkcijom smještaja turista. Tako su zemlje europske unije s visokim postotkom usluga u turističkim prihvatnim objektima s funkcijama smještaja turista (top 5): Bugarska (43,28%), Češka (40,77%), Luksemburg (40,34%), Slovačka (39,33%) i Poljska (38,45%), a zemlje Europske unije s malim postotkom usluga u turističkim prihvatnim objektima sa funkcijama smještaja turista su (top 5): Danska (21,25%), Hrvatska (28,51%), Švedska (30,11%), Belgija (30,34%) i Ujedinjeno Kraljevstvo (31,27%) (tablica 3).

#### **4.6 Fitness na otvorenom i turizam temeljen na prirodi u socio-ekološkom sustavu**

Sve je veća spoznaja o pozitivnim prednostima rekreacije na otvorenom i turizma utemeljenog na prirodi. Posjećivanje prirodnih okruženja i boravak na otvorenom široko su prepoznati kao važni za poboljšanje ljudskog zdravlja i dobrobiti, jačanje društvenih veza, povezivanje ljudi s njihovom prirodnom i kulturnom baštinom, stvaranje prihoda za korištenje u održivosti, doprinos lokalnom gospodarstvu, njegovanje lokalnog ili autohtonog identiteta i razvijanje svijesti o održivosti. Ove identificirane prednosti rekreacije na otvorenom i turizma utemeljenog na prirodi primjer su doprinosna iskustava temeljenih na prirodi otpornosti i održivosti pojedinca, zajednice i društva.

Prepoznavši rastuću popularnost prirodnih destinacija, turistička industrija, lokalni dužnosnici i razvojne organizacije poduzeli su korake za povećanje turizma unutar relevantnih lokaliteta i pretvaranje prirodnih mjesta u popularna izletnička odredišta. Turizam temeljen na prirodi jedan je od najbrže rastućih turističkih sektora, a mnoga javna zemljišta i zaštićena područja postala su važna turistička odredišta.

Ukupno u svijetu, zaštićena područja primaju 8 milijardi posjeta godišnje, što rezultira potrošnjom od 600 milijardi dolara posjetitelja (Winter, Selin, Cerveny, & Bricker, 2020, str. 2). Turizam je važan gospodarski pokretač za države domaćine i potencijalni je izvor prihoda za zaštićena područja kako bi se ispunili ciljevi očuvanja i bioraznolikosti. Nadalje, rekreacija na otvorenom i turizam zasnovan na prirodi mogu pružiti priliku za poboljšanje ekoloških uvjeta gdje posjetitelji doživljavaju iskustva upravljanja. Ovi doprinosi predstavljaju važne aspekte održive rekreacije i usluga turizma.

Znanost o održivosti potiče razvoj turizma koji "u potpunosti uzima u obzir svoje sadašnje i buduće ekonomske, društvene i utjecaje na okoliš, baveći se potrebama posjetitelja, industrije, okoliša i zajednica domaćina" (UNWTO, 2018)

Cilj je održati bitne ekološke procese i očuvati prirodnu baštinu i biološku raznolikost, priznati autentičnost zajednica domaćina i kulturne baštine te potaknuti turističku aktivnost koja rezultira trajnim gospodarskim prilikama i strategijama za smanjenje siromaštva. Za postizanje održivosti često su potrebne suradnja i kreativne strategije upravljanja koje uključuju više agencija, partnera i dionika. Rekreacija na otvorenom i turizam temeljen na prirodi predstavljaju bitne koristi za pojedince, zajednice i društvo i time doprinose održivosti (Winter, Selin, Cervený, & Bricker, 2020, str. 3).

Promjene u globalnim i regionalnim gospodarstvima i transnacionalnim propisima utječu na trgovinu, poslovni razvoj, razvoj infrastrukture i komunalnih usluga, investicijske resurse i pristup radnicima. Preferencije posjetitelja za aktivnosti na otvorenom često su oblikovane medijskim slikama i potrošačkim trendovima koji neprestano mijenjaju tijekom posjeta, aktivnosti na otvorenom kojima se stremi i društvene obrasce putovanja. Društveni trendovi u obrascima i praksama rada i slobodnog vremena također određuju koliko vremena posjetitelji imaju na raspolaganju za istraživanje prirode. U mnogim okruženjima vođeni obilasci prirode zamijenili su samostalne putnike, mijenjajući način na koji posjetitelji doživljavaju prirodna okruženja.

## **5. MEĐUODNOS FITNESS I TURISTIČKE INDUSTRIJE**

Fitness kao element wellnesa ili fitness kao element sportske rekreacije postao je nezaobilazni čimbenik turističke ponude zdravstvenog, sportskog i urbanog turizma 21. stoljeća. Dobrobit po tijelo i um turista, koji koristi usluge fitnessa su zajamčene zbog činjenice da se fitness programi prilagođavaju svakoj dobi, stanju i željama korisnika, od intenzivnih treninga do opuštajućih tehnika. Osjećaj da je nešto dobro učinio za svoje tijelo čini ga zadovoljnim a zadovoljan gost je najbolji promotor turističkog objekta ili destinacije. Stoga je moguće ustvrditi kako postoji snažna pozitivna veza između fitnessa i turističke industrije.

### **5.1 Mjesto i uloga fitnessa u hrvatskom turizmu**

Važnost fitnessa u ponudi hrvatskih turističkih destinacija ogleda se prvenstveno u obogaćivanju vrijednosti turističke destinacije, prilagođavanju svjetskim trendovima i potrebama suvremenih turista za dodatnim sadržajima. Kao sastavni dio wellness ponude fitness je dostupan u gotovo svim hotelima s 4 i više zvjezdica, u pravilu u dvoranama s spravama za vježbanje pod stručnim nadzorom fitness trenera ili hotelskog animatora.

Fitness ponuda razvija se ponajprije u sklopu wellnesa odnosno zdravstvenog turizma, ali i u drugim oblicima turističke ponude: sportskom, planinskom, avanturističkom i odmorišnom turizmu. Stoga su fitness programi čimbenik unaprjeđenja zdravlja ljudi, ali i programi zabave, razbibrige, zadovoljstva, ukratko, novi sadržaji kvalitetne turističke ponude. Wellness ponudu u hrvatskom turizmu moguće je razvijati u okviru postojeće turističke ponude, i to (Bartoluci & Čavlek, 2007, str. 236):

- u centrima zdravstvenog turizma uz programe rehabilitacije,
- u planinskim centrima uz programe rekreacije,
- u hotelima visoke kategorije kao programe rekreacije i programa ljepote te
- u hotelsko-turističkim centrima uz more kao dopunu programa rekreacije, aktivnog odmora i dr.

### 5.1.1 Wellness u hotelijerstvu

Prema podacima Hrvatske turističke zajednice iznesenih u brošuri Zdravstveni turizam u Hrvatskoj (Jakuš, 2017), hoteli koji u Hrvatskoj nude wellness sadržaje taksativno se navode u narednoj tablici.

**Tablica 12. Hoteli koji nude wellness sadržaje**

RB	HOTEL	OPIS	LOKACIJA
1	Bluesun Hotel Elaphusa	Thalasso wellness	Bol
2	Bluesun Hotel Kaj	Wellness i SPA	Marija Bistrica
3	Bluesun Hotel Soline	Wellness i SPA centar	Brela
4	Energy Clinic – Grand Villa Argentina	Wellness sadržaji za opuštanje	Dubrovnik
5	Energy Clinic – Hotel Bellevue	Wellness oaza, smirujuće masaže uma	Dubrovnik
6	Energy Clinic – Hotel Croatia	Wellness, masaže i aromaterapije	Cavtat
7	Energy Clinic – Hotel Palace	Wellness, terapijski tretmani	Dubrovnik
8	Energy Clinic – Hotel Kompas	Wellness, holistički tretmani	Dubrovnik
9	Energy Clinic – Hotel Meneghetti	Wellness, finska sauna, opuštanje	Bale
10	Energy Clinic – Kempinski Hotel Adriatic	Wellness, tretmani na bazi eliksira	Umag
11	Grand hotel 4 opatijska cvijeta	Wellness oaza	Opatija
12	Hotel & Casa Valamar Sanfior	Wellness centar	Rabac
13	Hotel Kaštel Motovun	Wellness i SPA centar, wellness vrt	Motovun
14	Hotel Milenij	Wellness centar	Opatija
15	Hotel Split	Sea L’Aroma SPA & Wellness	Split
16	Hotel Sport	Wellness, s protustrujnim plivanjem	Ivanić grad
17	Hotel Terme Jezerčica	Wellness, ljekovite termalne vode	Donja Stubica
18	LifeClass Terme Sveti Martin	Wellness centar	Sveti Martin
19	Lone Wellness & SPA	Wellness i SPA	Rovinj
20	Olympia Life Wellness	Wellness oazi zdravlja i ljepote	Vodice
21	Terme Tuhelj	Wellness centar	Tuheljske toplice
22	Valamar Diamant Hotel	Wellness centar	Poreč
23	Wellness Hotel Aurora	AURA botanic SPA Wellness	Mali Lošinj
24	Wellness hotel Villa Magdalena	Wellness i SPA	Krapinske toplice
25	Wellness i SPA Villa Lenije	Wellness i SPA	Vinkovci

**Izvor:** Jakuš, S.: Zdravstveni turizam u Hrvatskoj, 2017, str. 47-58.

U Republici Hrvatskoj je prema navedenom izvoru registrirano 80 hotela koji zadovoljavaju kriterije "zdravstvenog turizma", od tog broja izdvojeno je njih 25 koji su specijalizirani i certificirani wellness hoteli za razliku od brojnih drugih hotela u Hrvatskoj kojima je wellness samo dopunska ponuda za goste s minimalnim brojem stručnog osoblja.

## 5.2 Fitness centri u funkciji razvoja turizma

Fitness centri smješteni su u urbanim središtima gdje im je omogućen cjelogodišnji rad. Prvenstveno su namijenjeni gradskom stanovništvu te su kao takvi i dio ponude urbanog turizma.

Sportski i rekreacijski centri postoje u gotovo svim većim gradovima što podrazumijeva i Hrvatsku. Uglavnom se razlikuju dva osnovna tipa takvih centara. Prvi je namijenjen lokalnim sportašima i stanovnicima koji mu gravitiraju dok je drugi tip namijenjen u turističke svrhe. Pri tome se razlikuju centri namijenjeni sportašima u vrijeme natjecanja ili priprema za natjecanja i centri namijenjeni turistima koji se bave sportom ili za potrebe rekreacije.

Sportsko rekreacijske potrebe, proizašle iz suvremenog načina rada i života, snažno utječu na potražnju za sportsko-rekreacijskim uslugama u turizmu. U suvremenom turizmu sport postaje ne samo sadržaj boravka, već često i glavni motiv putovanja u određenu turističku destinaciju (Vrtiprah, 2001, str. 69).

Sportsko rekreacijski sadržaji u cilju provođenja aktivnog odmora čine danas sastavni dio turističke ponude država koje pretendiraju na značajniji udio na turističkom tržištu. Suvremeni turist sve je manje vezan uz objekt u kojem boravi, umjesto pasivnosti on preferira aktivan odmor u kojem elementi sportsko-rekreacijske ponude imaju prioritetno značenje. Suvremena turistička ponuda gotovo se u potpunosti usmjerava prema aktivnom odmoru, posebice putem različitih oblika sportsko-rekreacijskih sadržaja. Sport i rekreacija postaju sve veća potreba ljudi, za koju oni izdaju sve veći dio prihoda. Sportska rekreacija postala je danas više od potrebe suvremenog čovjeka, ona je postala načinom života, posebno u slobodnom vremenu. Stoga ne čudi činjenica što se u turističkim uvjetima naglo povećava potražnja za sportskim i sportsko-rekreacijskim sadržajima. U suvremenom turizmu sport je važan i dominantan sadržaj boravka, a katkad i glavni motiv putovanja u određenu turističku destinaciju.

Budući da sport i sportska rekreacija u turizmu imaju određene ekonomske funkcije koje se realiziraju potrošnjom različitih sportskih dobara, takvi dodatni ekonomski učinci svakako pridonose povećanju turističke potrošnje.

Najbrojniji sportsko-rekreacijski centri razvili su se u Hrvatskoj u zonama najveće koncentracije masovnog maritimnog turizma, u primorskim i otočkim turističkim mjestima. Prevladavaju igrališta za tenis, ponegdje vrlo velike koncentracije, zatim su tu igrališta za odbojku i košarku, nogomet, bočališta i poneka sportska dvorana. Duž čitave obale Istre

izgrađena su brojna igrališta za tenis, nogomet, mini golf, rukomet, kuglane, trim kabineti, bazeni i itd. Organizirane su i razne škole za ovladavanje sportskim vještinama na kopnu i moru. Izgrađen je i međunarodni teniski centar Stela Maris Umag koji je svoj ugled postigao organiziranjem turnira iz svjetske serije ATP turnira. Međutim nedostaju kvalitetniji sadržaji, kao što su igrališta za golf. U kontinentalnom dijelu, uglavnom uz toplice, razvila se druga vrsta sportskih centara. Dominiraju bazeni za plivanje, tenis igrališta, posebno opremljeni zatvoreni prostori.

Ulaganja u športsko-rekreacijske sadržaje imaju visok stupanj rentabilnosti i znatno brže osiguravaju povrat uloženog u okviru predviđenog vremena amortizacijskog vijeka trajanja, što nije slučaj s drugim ulaganjima u turističke sadržaje. Stoga pri daljnjem razvoju sportsko-rekreacijskih sadržaja i objekata treba voditi brigu o ekološkom statusu turističke destinacije. Masovne oblike turističke rekreacije, kako navodi Vrtiprah (Sportsko-rekreacijski sadržaji u funkciji unapređenja hrvatskog turizma, 2001, str. 72) „trebalo bi zamijeniti kvalitetnim objektima prilagođenim zahtjevima programa i potrebama, mogućnostima i interesima različitih segmenata sportskih turista“.

### **5.3 Ekonomski učinci rekreativnih aktivnosti gostiju na turistička poduzeća**

Ekonomski značaj rekreacije u turizmu uvelike ovisi o stupanj gospodarskog razvoja država emitivnog tržišta. Kada je turističko ciljano tržište destinacije bogatije, dokolica poprima sve veću gospodarsku važnost. U gospodarstvima s niskim dohotkom resursi se obično koriste uglavnom za zadovoljenje osnovnih potreba za hranom, odjećom i skloništem, a malo ih je dostupno za slobodno vrijeme. U gospodarstvima s visokim dohotkom resursi i prihodi su izdašniji, a proizvodnja i potrošnja dobara i usluga za slobodno vrijeme postaju značajne gospodarske aktivnosti.

Industrija slobodnog vremena sve se više smatra prikladnim sredstvom za pomoć gospodarskom rastu. Za države poput Hrvatske kojoj je turizam posebno važan dio strategije gospodarskog razvoja, potrebno pronaći sredstva za ulaganja u infrastrukturu slobodnog vremena. Takvi projekti donose prihode i zapošljavanje kako u fazi izgradnje tako i u fazi korištenja i može imati značajne višestruke učinke na lokalno i nacionalno gospodarstvo. Zbog toga bi vlade mogle favorizirati razvoj industrije slobodnog vremena kao dio strategije obnove za regije koje su pogođene padom tradicionalnih industrija (Tribe, 2004, str. 14).

Sportska rekreacija u turizmu pored društvenih ili humanističkih funkcija ima i određene ekonomske funkcije. Ekonomske funkcije potječu iz humanističkih funkcija sportske rekreacije u turizmu. Ako se uzme u obzir da upravo te humanističke funkcije sportske rekreacije, osobito zdravstvena funkcija, motiviraju veliku masu turista za putovanjima onda je razvidno da one utječu i na ekonomske funkcije turizma.

Pojavom odnosa jednih koji traže određene sportsko-rekreacijske i usluge, i drugih koji nude takve usluge na turističkom tržištu, javljaju se ekonomske funkcije sportske rekreacije u turizmu. Ekonomske funkcije sportske rekreacije u turizmu ostvaruje se kroz dodatne ekonomske efekte na turističkom tržištu. Dio tih ekonomskih efekata ostvaruje se proizvodnjom sportskih objekata i opreme koja služi za podmirenje sportsko-rekreacijskih potreba. Te se ekonomske koristi ostvaruju u industriji sportske opreme, građevinarstvu i sl. (Relac & Bartoluci, 1997, str. 38).

Osnovni zadatak ekonomike sportske rekreacije vezan je uz iznalaženje adekvatne metodologije mjerenja društveno-ekonomskih efekata sportske rekreacije. Mjerenje društveno-ekonomskih učinaka sportske rekreacije moguće je, prema Relcu i Bartoluciju (Turizam i sportska rekreacija, 1997, str. 90), provoditi način kako se prezentira sljedećem tablicom.

**Tablica 13. Način mjerenja učinaka sportske rekreacije u turizmu**

<b>INPUTI (ULAGANJA)</b>	<b>OUTPUTI (UČINCI)</b>
<p><i>Sredstva i oblici sportske rekreacije</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– u procesu rada, školovanja, slobodnog vremena</li> <li>– u mjestu stanovanja</li> <li>– izvan domicila</li> </ul>	<p><i>Društveni (humanistički) efekti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– zdravstveni</li> <li>– sociokulturni</li> <li>– odgojno-obrazovni</li> </ul> <p><i>Ekonomski efekti:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- smanjenje bolovanja</li> <li>- produženje radnog vijeka radnika</li> <li>- povećanje produktivnosti rada</li> <li>- dodatni ekonomski efekti u turizmu</li> </ul>

**Izvor:** Relac i Bartoluci; Turizam i sportska rekreacija, 1997, str. 90.

Kao posljedice ulaganja nastaju 1) društveni (humanistički) i 2) ekonomski efekti.

- 1) Ekonomski efekti sportske rekreacije u manifestiraju se kroz: smanjenje bolovanja, produženje radnog vijeka zaposlenika i povećanje proizvodnosti rada.
- Direktni ekonomski efekti sportske rekreacije u turističkim poduzećima rezultat su neposrednog pružanja sportsko-rekreacijskih usluga. Oni se iskazuju prihodima i rashodima od sportsko-rekreacijskih usluga, kao što su usluge iznajmljivanja sportskih objekata i rekvizita, usluge podučavanja sportskih aktivnosti, programirani aktivni odmori itd. Ovi su ekonomski efekti mjerljivi u svakom turističkom poduzeću



- Indirektni ekonomski efekti su ekonomske vrijednosti sportske rekreacije sadržane u ukupnom turističkom prometu, a nastaju uslijed korištenja sadržaja sportske rekreacije. Naime, sportsko-rekreacijske usluge mogu indirektno utjecati na povećanje ukupnoga turističkog prometa. Tio se iskazuje kroz potrošnju onih turista kod kojih su sportsko-rekreacijske usluge glavni motiv dolaska i sadržaj boravka u određenoj turističkoj destinaciji.
- 2) Društvene ili humanističke vrijednosti sportske rekreacije proizlaze iz zdravstvene, kulturne, socijalne, odgojno-obrazovne funkcije sportske rekreacije.

Osim tih funkcija sportska rekreacija dovodi do humanijih odnosa u životnoj i radnoj sredini. Nadalje, sportska rekreacija pozitivno utječe na povećanje psihofizičke kondicije stanovništva te postaje jedan od važnih čimbenika povećanja kvalitete življenja.

Pored društvenih učinaka sportska je rekreacija pokretač i određenih ekonomskih učinaka. Ti ekonomski efekti sportske rekreacije osobito su značajni u turizmu, gdje sportska rekreacija postaje jedan od važnih elemenata turističke ponude. Međutim, ekonomski efekti sportske rekreacije ne ostvaruju se samo u turističkim organizacijama, već se javljaju i izvan turizma.

Uključivanjem sportske rekreacije u turizam stvara se dodatno tržište za niz proizvoda i usluga. Javlja se potražnja, za najrazličitijom sportskom opremom i sportskim rekvizitima, iz čega se razvila posebna vrsta industrije.

Pored navedenog, sportska rekreacija pridonosi stvaranju posebnog tržišta proizvođača sportskih objekata. Sportsko-rekreacijski sadržaji u turizmu pozitivno utječu i na razvoj ostalih djelatnosti. Oni pridonose razvoju i povećanju kvalitete cjelokupne gospodarske i društvene infrastrukture. Sportsko-rekreacijske usluge pridonose većem zapošljavanju stručne radne snage. Nadalje, oni potiču razvoj trgovine, zdravstva, obrazovanja, te posebno sporta u takvim turističkim mjestima. Zbog svega toga izgradnja sportske infrastrukture ne bi smjela biti briga samo turizma, već bi to trebao biti širi društveni interes unutar turističkih mjesta i regija.

#### **5.4 Trendovi u fitness industriji**

Protekom vremena mijenjaju se i trendovi u fitness programima pa tako i u fitness industriji. Najveća promjena nastupila je 2021. godine zbog ograničavanja zadržavanja u fitness centrima, a čije se posljedice osjećaju u narednim godinama. Slijedom toga u Europi i Sjedinjenim Državama kao alternativa dolazi do pojavnosti "kućnih teretana" i vježbanja na otvorenom.

Kućne teretane pojavile usporedo s utvrđenim trendovima poput nosive tehnologije koje omogućuju praćenja svih tjelesnih parametara, potrošnje kalorija i masti, prijeđenih koraka, pokreta i sl.

S obzirom na povećani rizik provođenja vremena u zatvorenom prostoru, posebno u društvu drugih, nije iznenađenje da ljudi gravitiraju vježbanju na otvorenom i/ili odvajaju vrijeme za ulaganje u osobnu kućnu teretanu. Možda je veće pitanje hoće li se fitness entuzijasti htjeti vratiti u teretanu i ako hoće, kada? Uz zatvaranje teretana, ljudi diljem svijeta traže alternativne načine svakodnevnog vježbanja. Neki segmenti industrije ubiru dobrobiti ovoga; Kako potražnja za opremom za fitness kod kuće raste, industrija ostvaruje dobre prihode. Ostaje upitno hoće li vrtoglavi porast potražnje za opremom za fitness, proizvodnja, kašnjenja u isporuci i povećanja cijena dodatno potaknuti posjetitelje teretane da se usredotoče na više treninga s tjelesnom težinom na otvorenom zbog potrebe ili pristupa?

Analizirajući preferencije turista rođenih od 1981. do 1996. godine kolokvijalno nazivanih "milenijalci" Ramgade i Kalgi (A study on the rise of millennial travelers and how their travel trends are shaping the present and future of the Tourism industry, 2022, str. 220) zaključuju kako su „milenijalci svjesni zdravlja i ljubitelji fitnessa, uvijek će tražiti hotel koji ima vrhunsku dvoranu za vježbanje, jogu i centar za aerobik“. Prateći takve trendove mnogi su hoteli počeli pružati te sadržaje, zapravo neki hoteli s dobrim vanjskim prostorom su čak i počeli sa stijenama za penjanje, besplatnom opremom za jogu, visokotehnološkom opremom za vježbanje i satovima fitnessa uz otvorene knjižnice s knjigama o jogi, meditaciji, fitnessu i duhovnim stvarima, kako bi ovoj wellness aktivnosti dodali zdrave smoothije, uveli su kuhare za rad sa stojećim stolovima u sobama za goste. Renomirane turističke tvrtke su počele dodavati wellness komponentu događajima kao što su planinarenje, razgledavanje uz šetnju, jahanje, sportovi na otvorenom, igre i avantura, u kombinaciji s jogom, surfanjem i drugim aktivnostima.

## 6. ZAKLJUČAK

Fitness i rekreacija u zdravstvenom i sportskom smislu sve više postaju glavni elementi turističke ponude i potražnje. Menadžment turističke destinacije i/ili turističke zajednice ulažu napore kako bi obogatile ponudu bogatim rekreativnim aktivnostima kako bi se produžio boravak i osiguralo zadovoljstvo turista.

U suvremenom društvu aktivnosti u slobodno vrijeme dobivaju sve više na važnosti i pozornosti. Taj je razvoj poduprla ne samo promjena iz industrijskog u uslužno društvo, a kasnije i u društvo dokolice, što je u isto vrijeme povećalo opću razinu blagostanja i količinu slobodnog vremena svakog pojedinca. Sport kao važan dio slobodnog vremena nije pošteđen svih ovih promjena. Relativno mlada vrsta sporta koja služi kao ogledni primjer za zadovoljenje novih motiva, ali i zastupanje novih vrijednosti, te je tako postala simbol novog doba, je fitness sport. Pojam "wellness" se suštinski razlikuje od fitnessa. To potvrđuju brojni pokušaji definiranja u literaturi iz kojih je uočljivo da se te definicije često gotovo ne razlikuju od te se sve više koriste kao sinonimi.

Središnje sfere života, rad i slobodno vrijeme, posljednjih su desetljeća doživjele zamjetne potrebe i pomake u značenju. U tom kontekstu, slobodno vrijeme za mnoge ljude igra sve važniju ulogu. Od „ostatka dana“ nakon posla postao je središnji dio života i u velikoj mjeri oblikuje njihov životni stil. Dok je u prošlosti profesija bila ta koja je obilježavala društveni status u društvu, danas određene aktivnosti u slobodno vrijeme postaju statusni simboli.

Sport je sve više odraz društvenih prilika. S jedne strane, pojavili su se mnogi novi trendovski sportovi koji zadovoljavaju glad za zabavom, iskustvom, avanturom i uživanjem, ali istovremeno vode računa o sve većoj brizi za zdravlje. Trend sportovi pokazuju prilično pozitivnu i veselu stranu sporta. Ali negativna društvena kretanja također sve više pronalaze put do sporta. U fitnessu su koncentrirane mnoge ljudske ovisnosti i želje – u pozitivnom i negativnom smislu: razni ideali ljepote, potraga za osobnošću, inscenirana samo-prezentacija, mlado-manija, ali i težnja za očuvanjem i promicanjem zdravlja, wellnessa i dobrobiti.

Dogodila se renesansa tijela i probila se u društvo. Wellness je usmjeren na osobno uspostavljanje ravnoteže tijela, uma i duše, uzimajući u obzir postojeće uvjete okoline.

U Završnom radu naglasak je stavljen upravo na navedene konstatacije. Analizirane su navike stanovnika Europske unije po pitanjima dokolice i tjelesnih aktivnosti u smislu održavanja dobrog fizičkog stanja organizma i zdravstvene dobrobiti.

Korištenjem stručne literature i objavljenih istraživanja zaključuje su kako se stanovnici Europe uvelike složni kako su tjelesne aktivnosti poželjne i prihvatljive posebice kod gradskog stanovništva. Tome svjedoče brojni fitness i rekreacijski centri koji promoviraju zdrav način života bilo u dvoranama ili na otvorenom prostoru.

Prihvatanjem filozofije zdravog života i bavljenja sportom, europsko stanovništvo je, posebice u vremenu zatvaranja zbog pandemije, svoje tjelesne aktivnosti iz klubova preselilo u stanove, kuće ili otvoreni prostor. To je povećalo potražnju za rekvizitima što je pak povećalo njihovu proizvodnju i dobit fitness industrije. Stečene navike tjelovježbe odrazile su se i na turistička putovanja jer sada turisti žele i na svojem odmoru upražnjavati svoju naviku tjelovježbe. Takve poruke prihvatila je i turistička industrija obogaćivanjem fitness ponude.

Kao opći zaključci provedenog istraživanja mogu se izdvojiti:

- da sportska rekreacija, fitness i wellness vrlo snažno koreliraju sa zdravstvenim motivima u najširem smislu,
- da se suvremeni turisti ("milenijalci") ne žele odreći svojih dnevnih rituala privedenih u tjelovježbi niti na putovanjima te dapače traže destinacije koje nude aktivni odmor,
- da starije generacije koje sve više teže "biti u formi", dobro popunjavaju vanezonske termine u SPA i wellness ponudi,
- da aktivni sportaši na pripremama ili natjecanjima uvjetuju raspoloživost fitnessa i wellnesa na putovanjima.

## POPIS ILUSTRACIJA:

### Popis slika:

Slika 1. Ukupni rezultati svjetske popularnosti različitih programa fitnessa .....	20
Slika 2. Učestalost bavljenja sportom i rekreacijom u %.....	21
Slika 3. Učestalost bavljenja rekreacijom u % .....	22
Slika 4. Međuodnos slobodnog vremena, rekreacije i turizma .....	30
Slika 5. Spektar zdravstvenog turizma. ....	31

### Popis tablica:

Tablica 1. Tipovi rekreacije .....	9
Tablica 2. Učestalost bavljenja tjelesnom aktivnošću.....	14
Tablica 3. Preferirano mjesto za bavljenje tjelesnom aktivnošću .....	14
Tablica 4. Razlog za bavljenje tjelesnom aktivnošću.....	15
Tablica 5. Top 20 trendova fitnessa prema regijama/državama.....	19
Tablica 6. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj za sport i rekreaciju .....	28
Tablica 7. Stavovi i potrošnja wellness turista u Hrvatskoj za sport i rekreaciju .....	29
Tablica 8. Šest ključnih temeljnih atributa za uključivu i prepoznatljivu definiciju wellness/fitness turizma .....	33
Tablica 9. Specijalizirane turističke niše.....	38
Tablica 10. Specijalizirane sportsko turističke niše .....	39
Tablica 11. Promoviranje urbanog fitness i sportsko rekreacijskog turizma na web stranicama DMO/TZ europskih gradova .....	41
Tablica 12. Hoteli koji nude wellness sadržaje .....	46
Tablica 13. Način mjerenja učinaka sportske rekreacije u turizmu .....	49

## POPIS LITERATURE:

1. Andrijašević, M. (2008). Kineziološka rekreacija - društvena obaveza. U M. Andrijašević, *Kineziološka rekreacija i kvaliteta života: zbornik radova* (str. 3-15). Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
2. Anić, V. (2006). *Rječnik hrvatskog jezika*. Zagreb: Novi liber.
3. Bartoluci, M., & Čavlek, N. (2007). *Turizam i sport - razvojni elementi*. Zagreb: Školska knjiga.
4. Batrakoulis, A. (2019). European survey of fitness trends for 2020. *ACSM's Health & Fitness Journal*, str. 28-35.
5. CARNET i FER. (2023). *WWW.HR-početna stranica Hrvatske*. Dohvaćeno iz Sport i rekreacija Sportovi Body building i fitness Fitness centri: <https://www.hr/wwwhr/sports/sports/body/centers/index.hr.html>
6. Caspersen, C. J., Powell, K. E., & Christenson, G. M. (1985). Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. *Public Health Reports*, 100(2), str. 126-131. Dohvaćeno iz <https://health.gov/our-work/nutrition-physical-activity/physical-activity-guidelines>
7. CBI. (2022). *Centre for the Promotion of Imports from developing countries*. Dohvaćeno iz What is the European market potential for wellness tourism?: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/wellness-tourism/market-potential>
8. Chen, K. M., Tseng, W. S., Ting, L. F., & Huang, G. F. (2007). Development and evaluation of a yoga exercise programme for adults. *Journal of Advanced Nursing*, 57(1), str. 432-441. doi:DOI:10.1111/j.1365-2648.2007.04115.x
9. Cooper, C., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Ekonomija turizma - načela i praksa*. Split: Ekokon.
10. Deesilatham, S. (2016). *Wellness Tourism: Determinants of Incremental Enhancement in Tourists' Quality of Life*. London: School of Management Royal Holloway, University of London.
11. Deloitte. (2022). *EuropeActive European Health & Fitness Market Report 2022*. Brisel: EuropeActive. Dohvaćeno iz <https://www.europeactive.eu/news/2022-european-health-fitness-market-report-memberships-and-number-clubs-grew-2021>

12. Eurobarometar. (2022). *Sport i fizička aktivnost*. Brisel: Europska komisija. Dohvaćeno iz <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2668>
13. Hall, C. M., & Page, S. (2006). *The Geography of tourism and Recreation. Environment, place and space*. London: Routledge.
14. Jajić, J., Tišma, S., & Perić, D. (2015). Značaj fitnes kampova za razvoj sportskog turizma. *TIMS Acta*, 9\*, str. 179-187. doi:DOI:10.5937/TIMSACT9-7650
15. Jakuš, S. (2017). *Zdravstveni turizam u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska turistička zajednica.
16. Jansen-Verbeke, M., & Dietvorst, A. (1987). Leisure, recreation, tourism: A geographic view on integration. *Annals of Tourism Research*, 14(3), str. 361-375. doi:[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90108-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90108-3)
17. Kercher, V. M., Kercher, K., Bennion, T., & Levy, T. (2022). 2022 Fitness Trends from Around the Globe. *ACSM s Health & Fitness Journal*, 26(1), str. 21-37. doi:<http://dx.doi.org/10.1249/FIT.0000000000000737>
18. Lancet Glob Health. (2 2023). Health and wellbeing of older people in LMICs: a call for research-informed decision making. *Lancet Glob Health*, str. 191-192.
19. Little, J. K. (2015). Transformational Tourism, Nature and Well-being: new perspectives on fitness and the body. *Sociologia Ruralis*, str. 1-22. Dohvaćeno iz <http://hdl.handle.net/10871/17407>
20. Marušić, Z. u. (2020). *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj TOMAS Hrvatska 2019*. Zagreb: Institut za turizam.
21. Marušić, Z., Telišman Košuta, N., & Sever, I. (2019). *TOMAS - zdravstveni turizam 2018. - stavovi i potrošnja korisnika usluga*. Zagreb: Institut za turizam.
22. Omrčen, D., Andrijašević, M., & Štefić, L. (2007). Sport, rekreacija i fitnes – analiza odabranih kinezioloških naziva. *Društvena istraživanja*, 16(4-5), str. 943-964. Dohvaćeno iz <https://hrcak.srce.hr/19173>
23. Ramgade, A., & Kalgi, D. (2022). A study on the rise of millennial travelers and how their travel trends are shaping the present and future of the Tourism industry. *UGC CARE Group I*, 8(2), str. 219-222.
24. Relac, M., & Bartoluci, M. (1997). *Turizam i sportska rekreacija*. Zagreb: Informator.

25. Saari, S. (2022). In Search For New Urban Tourism Niche. Could European Cities Be Destinations For Urban Wellness Providing Food for Body, Mind and Spirit? *Tourism and Hospitality Research*, str. 1-13. doi:<https://doi.org/10.1177/14673584221086888>
26. Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1996). *The International Classification of Nonprofit Organizations*. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies.
27. Smith, M., & Puczko, L. (2014). *Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel*. New York: Routledge.
28. Stupariu, M. I. (2017). Study on structural dimensions of establishment of touristic reception with functions of touristic accommodation in countries of European union. *Folia Geographica*, 59(2), str. 60-77.
29. Tokarski, W., Tosounidis, A., & Zarotis, G. F. (2023). Society: Sport, Fitness & Wellness. *IOSR Journal of Sports and Physical Education (IOSR-JSPE)*, 10(1), str. 1-11. doi:DOI: 10.9790/6737-10010111
30. Tribe, J. (2004). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Oxford: Elsevier.
31. Turkmendag, T., & Erdem, B. (2020). Indoor Recreational Activities in Tourism: Case of Trans-Siberian Express. U V. Kriystev, M. S. Dinu, & R. Efe, *Advances in Social Science Research* (str. 438-451). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
32. U.S. Department of Health and Human Services. (2018). *Physical Activity Guidelines for Americans*. Washington, DC: Department of Health and Human Services.
33. UNPF. (15. 2 2023). *United Nations Population Fund*. Dohvaćeno iz Urbanization: <https://www.unfpa.org/urbanization>
34. UNWTO. (2018). *mint.rh -Održivi turizam*. Preuzeto 21. 11 2019 iz <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97>
35. Varvara, G. (2015). *Aikune gymnastics - a new wellness tourism product for European market*. Kajaani: Kajaani University of Applied Sciences Library.
36. Vrtiprah, V. (2001). Sportsko-rekreacijski sadržaji u funkciji unapređenja hrvatskog turizma. *Ekonomska misao i praksa*, 10(1), str. 61-74. Dohvaćeno iz <https://hrcak.srce.hr/222658>



37. WHO&EC. (2018). *Physical activity country factsheets of the 28 European Union Member States of the WHO European Region*. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe. Dohvaćeno iz <http://www.euro.who.int/pubrequest>
38. Winter, P. L., Selin, S., Cervený, L., & Bricker, K. (2020). Outdoor Recreation, Nature-Based Tourism, and Sustainability. *Sustainability*, 12(81), str. 1-12. doi:doi:10.3390/su12010081
39. Yeung, O., & Johnston, K. (2015). *Global Wellness Institute*. Dohvaćeno iz The Global Wellness Tourism Economy 2013 & 2014: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/featured-reports/>