Inovativni turistički proizvodi zdravstvenog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

Cvetnić, Emilija

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:221980

Rights / Prava: In copyright

Download date / Datum preuzimanja: 2020-11-08

Repository / Repozitorij:

Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository
INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVODI ZRAVSTVENOG TURIZMA U SJEVEROZAPADNOJ HRVATSKOJ

DIPLOMSKI RAD

ČAKOVEC, 2019.
MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

EMILIJA CVETNIĆ

INOVATIVNI TURISTIČKI PROIZVODI ZRAVSTVENOG TURIZMA U SJEVEROZAPADNOJ HRVATSKOJ

INOVATIVE TOURISM PRODUCTS OF HEALTH TOURISM IN NORTHWESTERN CROATIA

DIPLOMSKI RAD

Mentor:
dr. sc. Marina Gregorić, v. pred.

ČAKOVEC, 2019.
ZAHVALA

Veliku zahvalu, u prvom redu, dugujem svojoj mentorici dr.sc. Marini Gregorić koja je doprinijela svojim savjetima pri izradi diplomskog rada i uvijek imala vremena i strpljenja za mene.

Također, zahvaljujem svim svojim kolegicama i kolegama koji su bili uz mene jer bez njih moje studiranje ne bilo isto.

Zahvaljujem cijeloj svojoj obitelji i bližnjima koji su me bodrili na mom petogodišnjem putu do ovog cilja.

I na kraju, najveću zaslugu za to što sam postigla pripisujem svojim roditeljima i bratu koji su uvijek bili uz mene bez obzira na to radilo se o sretnim ili lošim trenucima i bez kojih sve ovo što sam postigla ne bi bilo moguće.
1. **UVOD** ......................................................................................................................... 7
   1.1. Predmet rada .............................................................................................................. 7
   1.2. Ciljevi rada ............................................................................................................... 8
   1.3. Metode rada .............................................................................................................. 8
   1.4. Struktura rada .......................................................................................................... 9
2. **ZDRAVSTVENI TURIZAM** ..................................................................................... 9
   2.1. Zdravstveni turizam u RH ....................................................................................... 12
       2.1.1. SWOT analiza zdravstvenog turizma u RH ..................................................... 13
   2.2. Zdravstveni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj ................................................. 14
   2.3. Posrednici u turizmu .................................................................................................. 15
   2.4. Prirodni oblici liječenja ............................................................................................ 15
3. **APITERAPIJA** ....................................................................................................... 16
   3.1. Pčele i pčelinji proizvodi ......................................................................................... 17
   3.2. Med i zdravlje .......................................................................................................... 19
   3.3. Pčelinji proizvodi u kozmetici .................................................................................. 22
4. **mEDEN** .................................................................................................................. 24
   4.1. Projekt mEDEN ......................................................................................................... 26
   4.2. Potencijalne mogućnosti za razvoj Medena ............................................................ 27
5. **TERAPIJSKO JAHANJE** ....................................................................................... 28
   5.1. Učinci terapijskog jahanja ..................................................................................... 29
       5.1.1. Fizikalni učinci .................................................................................................. 29
       5.1.2. Psihološki učinci .............................................................................................. 30
       5.1.3. Socijalni učinci ................................................................................................ 30
       5.1.4. Edukacijski učinci ............................................................................................ 31
5.2. Rekreacijsko i sportsko jahanje

6. UDRUGA OSMIJEH

6.1. Ciljevi i djelatnosti udruge

7. ISTRAŽIVANJE O INOVATIVNIM PROIZVODIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA SJEVEROZAPADNE HRVATSKE NA PRIMJERU APITERAPIJE I TERAPIJSKOG JAHANJA

7.1. Hipoteza istraživanja

7.2. Ciljevi istraživanja

7.3. Metodologija istraživanja i uzorak

7.4. Rezultati istraživanja

8. RASPRAVA

9. ZAKLJUČAK

LITERATURA

PRILOZI

Popis grafikona

Popis slika

Popis tablica
Zdravstveni turizam je vrsta turizma koji nastaje kad pojedinci putuju radi liječenja ili za vlastitu dobrobit, zbog medicinskih ili zdravstvenih usluga. U Republici Hrvatskoj postoje izrazito povoljni prirodni resursi za sve vrste zdravstvenog turizma; ugodna klima, visoka kvaliteta zraka, bujna vegetacija, Jadranok more, termalne vode i ljekovito blato samo su neki od njih. Neke kvalitete se nalaze blizu nas, tako da će ovaj rad prikazati bogatstvo koje nas okružuje, a koje možda nije dovoljno promovirano.

Predmet i cilj rada je prikazati ulogu zdravstvenog turizma u RH na primjerima apiterapije i terapijskog jahanja te potaknuti turiste na istraživanje inovativnih proizvoda u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. Rad sadrži kvantitativnu metodu pomoću instrumenta anketnog upitnika. Anketni upitnik se sastoji od 16 pitanja i proveden je od 10. travnja do 15. svibnja 2019. godine. Povijesna metoda, metoda apstrakcije i konkretizacije, metoda opovrgavanja, metoda deskripcije, istraživanje za stolom te metoda analize i sinteze u ovom radu prikazuju podatke, informacije, stavove i mišljenja.

Primjena pčelinjih proizvoda, apiterapija u svakodnevnom životu, tj. upotreba pčelinjih proizvoda u prehrani može očuvati zdravlje i prevenirati bolesti kod ljudi i životinja. Mala obiteljska manufaktura Meden spaja ono što sve teže pronalazimo i želimo: miris šume, idiličnu prirodu i krajobraz, slatka iznenađenja, opušteno ozračje, mir, simfoniju pčela te panoramski pogled. Osim nabrojenog, stvorena je paleta ljekovitih i kozmetičkih proizvoda čiji se sastav neprekidno usavršava. Toliko detalja i oku skrivene ljepote otkriva se u Ludbregu, u samom centru svijeta. S druge strane, terapijsko jahanje je priznato u svijetu radi mnogobrojnih pozitivnih učinaka na tijelo, psihu i socijalizaciju osoba s invaliditetom. Pomoćna terapija u tretmanu različitih vrsta tjelesnih oštećenja postiže izvrsne rezultate. Osjećaj zadovoljstva i kontrole koji proizlaze iz jahanja i upravljanja životinjom prepoznala je obitelj koja se odlučila time baviti u Peterancu, osnovavši udrugu „Osmijeh“. Čim se korakne na imanje, pojavljuje se osjećaj dobrodošlice i radosti; kao da se zaustavilo vrijeme i ono se poklanja samome sebi. Sam cilj ovog rada je prikazati važnost zdravstvenog turizma na primjeru apiterapije i terapijskog jahanja te potaknuti ljude na posjećivanje spomenutih atrakcija.

**Ključne riječi:** apiterapija, jahanje, terapija, zdravstveni turizam
1. UVOD

Hrvatska ima bogatu tradiciju zdravstvenog turizma zbog mnogobrojnih prirodnih ljekovitih činitelja koji predstavljaju veliki kapital i potencijal za daljnji razvoj (medicinski, lječilišni i wellness turizam). Očekuje se da će zdravstveni turizam u Hrvatskoj do 2030. godine postati najveći pokretač turističkih putovanja.

Prehrambeni sektor i sektor dodataka prehrani (med, matična mliječ, propolis i pelud), proizvodnja kozmetike i proizvodnja predmeta opće uporabe (vosak, med, propolis), pomoćna ljekovita svojstva (med, propolis, prerađevine), aktivna terapijska primjena (pčelinji otrov) i terapijsko jahanje imaju nešto zajedničko – očekivani povoljni učinak na zdravlje, odnosno zdravstveni turizam.

Polja žita, rijeka Drava, zdrava hrana, termalna voda, ergele konja, simfonija pčela i stotine kilometara biciklističkih staza ključ su zdravog života. Kada bismo samo udisali čisti zrak, uživali u pogledu na vinograde sjeverozapadne Hrvatske, već bismo učinili mnogo za zdravlje. Zato se ovaj rad bazira upravo na ovim dvama primjerima (apiterapija i pčelinjim proizvodima te terapijskom jahanju) koji povezuju zdravstveni turizam s ljubavlju prema životinjama, čovjeku i prirodi. Cilj i predmet ovog rada je pobliže objasniti važnost zdravstvenog turizma na primjerima apiterapije i terapijskog jahanja, a samim time i potaknuti na posjećivanje navedenih turističkih mjesta (Ludbreg i Peteranec) u svrhu zdravstvenog turizma. Postavljene su tri hipoteze prije pisanja ovog rada koje će se na samom kraju argumentirati.

1.1. Predmet rada

Predmet rada je potaknuti ljude, odnosno turiste, na istraživanje novih, inovativnih proizvoda u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. Apiterapija i terapijsko jahanje nisu korisni samo zbog mogućnosti zdravstvenog turizma, već i zbog mira, ljepote, obrazovanja i širenja vlastitog horizonta. Cilj je svakog inovativnog turističkog proizvoda ostvariti povoljan rezultat poslovanja pa je iz tog razloga potrebno zdravstveno-turističku ponudu turističke destinacije prilagoditi raspoloživim resursima svake pojedine turističke destinacije i mogućnostima valorizacije poslovanja.
1.2. Ciljevi rada

Cilj ovog rada je pobliže objasniti značaj zdravstvenog turizma u RH na primjeru apiterapije i terapijskog jahanja. Sjeverozapadni dio Hrvatske nema puno novijih inovativnih proizvoda pa se upravo ovim radom želi postići prepoznavljivost ovog dijela Hrvatske te uputiti turiste na putovanje u ove krajeve. Zdravstveni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj je mlad i selektivan pa je svaka promocija i obrazovanje o ovom obliku turizma izuzetno važna. Od posebnog je značaja postizanje uravnoteženog odnosa u ponudi inovativnih zdravstvenih i turističkih proizvoda i usluga, koje treba prerasti u jedinstveni proizvod i uslugu promatrajući segment tržišta korisnika kojima je primarni motiv putovanja u konačnici zdravlje, ali očekuju i širu turističku ponudu koja obuhvaća kulturu, razonodu, kontakt s prirodom, mir i sl.

1.3. Metode rada

1.4. Struktura rada

Rad je prikazan u 9 dijelova. Prvi dio je uvod u kojem se konkretizira cjelokupan rad, ciljevi, struktura te metode koje se provlače čitavim radom. Drugi dio rada prikazuje zdravstveni turizam općenito, objašnjava njegovu važnost, te zdravstveni turizam u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske i SWOT analizu. Treći i četvrti dio rada govori o apiterapiji, pčelama, medu i Međenu. Vizualizira rad apiterapije, važnost pčela i zdravstvene pogodnosti koje donosi konzumiranje meda te slikovito prikazuje Međenu. Peti i šesti dio rada govori o terapijskom jahanju, važnosti jahanja te o udruzi Osmijeh. Pomoću metode deskripcije opisuje važnost konja, liječenje te samu udrugu Osmijeh. U sedmom dijelu rada prikazana je kvantitativna metoda anketnog upitnika. Istraživanje je temeljeno na odgovorima 242 ispitanika na 16 pitanja. U osmom dijelu rada sažet je cijeli rad u nekoliko osnovnih argumenata i potaknuta rasprava kako bi se rad ujedinio u jednu cjelinu. U posljednjem, devetom dijelu rada prikazani su osnovni zaključci rada s preporukama unapređenja i budućih istraživanja.

2. ZDRAVSTVENI TURIZAM

glendišta je turistička potražnja definirana kao količina robu i usluga koje se pod određenim uvjetima i cijenama mogu plasirati na turističko tržište, odnosno za koje postoji realan i objektivan interes mogućih turističkih korisnika. (Čavlek i Vukonić, 2011)

Prema Gregorić i Musliu (Gregorić i Musliu, 2015a) turisti koji ostvaruju svoje boravke u zdravstvenom turizmu najčešće svoje boravke organiziraju na dva načina, a to su:

- poliklinički oblik; pružanje usluga u zdravstvenim ustanovama, smještaj u ugostiteljsko-turističkim objektima,
- stacionarni oblik; direktno obavljanje usluga i organizacija smještaja u zdravstvenim ustanovama.

Struktura gostiju zdravstvenog turizma uglavnom su ljudi starije životne dobi, zatim žene srednje životne dobi, a sve češći su i mladi poslovni ljudi koji koriste antistresne tretmane.

Zdravstveni turizam je jedan od najvažnijih društvenih i ekonomskih učinaka koji pridonosi globalnoj ekonomiji i zaposlenosti, a broj putovanja je u konstantnom rastu. Ujedno predstavlja i jedan od temelja društvenog i ekonomskog razvitka mnogih zemalja u svijetu. Upravo ovaj oblik zdravstvenog turizma bi mogao postati glavni razlog odlaska na putovanje. Razlog je starenje svjetske populacije, ubranost stresnog životnog ritma, nezdrava i neuravnotežena prehrana te ekološko zagadenje. Ljudi postaju svjesniji važnosti prevencije bolesti i očuvanja zdravlja. Zdravstveni turizam kao dio turističke djelatnosti, stručno i pod nadzorom, koristi prirodne ljekovite činitelje i postupke fizikalne i rehabilitacijske medicine s ciljem očuvanja i unapređenja zdravlja. (Ivanišević, 2015) Putem raznovrsnih programa zdravstveni turizam pruža korisnicima brojne učinke na njihovo tjelesno, duhovno i duševno zdravlje. Stoljećima se potvrđuje da je čovjek što je bolje živio, više brinuo o svojem zdravlju, a putovanja i promjena klime bili su i u davanjoj prošlosti motivi za održavanje dobrog zdravlja. (https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=268970) Kultura je jako bitna i može se definirati kao vrijednost, doživljaji, želje i ponašanja koje osoba usvaja u društvu. Utječe na potrošača mnogim elementima kao što su religija, jezik, obrazovanje, povijest i sl. (Kotler, 2011: 199) Poznato je da se zbog polifunkcionalnosti fenomena turizma kroz formu turističkog proizvoda u turističko tržište uključuje cijeli kompleks ekonomskih dobara i usluga, a konverzijskim i multiplikativnim efektima i složeni sklop neekonomskih dobara i usluga. Budući da turistički sustav čine brojni gospodarski subjekti turizma i komplementarnih djelatnosti i prateći čimbenici društvene nadogradnje, slijedeći postavke teorije i prakse
menadžmenta, turizmu treba pristupiti drugačije nego klasičnim gospodarskim sustavima kojima je isključivi cilj maksimiziranje profita temeljem zadovoljstva potrošača. (Geić, 2011: 17) U prošlosti, priroda je bila jedini izvor elemenata za liječenje, održavanje zdravlja i oporavak, rehabilitaciju nakon bolesti. U današnje vrijeme moderna medicina liječi sve bolesti, ali istraživanja dokazuju kako današnji lijekovi nisu dovoljni za izlječenje, nego je potrebno uvоđenje rehabilitacijskih i različitih drugih programa kojima bi se poboljšavalo stanje čovjeka. Svaka destinacija mora imati odgovarajuće parametre, kako klimatske tako i rehabilitacijske, jer bez mogućnosti komparacije rezultata nije moguće postaviti konkurentnost destinacije za zdravstveni turizam. „Destinacija je u svom izvornom značenju sinonim za odredište, cilj - krajnji i usputni.“ (Magaš, 2003:16) Zdravstveni turizam dijeli se na: wellness, lječilišni i medicinski turizam. Wellness turizam odvija se pretežito u hotelima i lječilištima, a podrazumijeva postizanje tjelesne i duhovne ravnoteže. Čovjek neprestano treba razvijati i usklađivati duhovne, ekološke, fizičke, socijalne, emocionalne, intelektualne, profesionalne dimenzije, odnosno pronaći ravnotežu između svih dimenzija kako bi se zadovoljio željeni cilj i rezultat u svim aspektima. Lječilišni turizam je najstariji oblik zdravstvenog turizma te se odvija u lječilištima i specijalnim bolnicama. Specijalne bolnice i lječilišta specijalizirane su za rehabilitaciju nakon širokog spektra oboljenja, a u svojim tretmanima koriste termalne izvore, mineralna ulja i ljekovito blato. Medicinski turizam podrazumijeva putovanja na druga odredišta radi ostvarivanja zdravstvene zaštite, bilo da je riječ o alternativi ili specijaliziranim bolnicama.
2.1. Zdravstveni turizam u RH

Hrvatska je u današnje vrijeme iznimno poželjna zemlja za strance te će oni vrlo rado doći ovamo i obaviti razne medicinske i zdravstvene zahvate po povoljnim cijenama. Naime, samu suštinu zdravstvenog turizma čine četiri različita područja, a to su: lječilišni, termalni, wellness i medicinski turizam. Gledajući iz te perspektive, ne radi se samo o povoljnijim estetskim zahvatima već o puno širem dijapazonu potencijalnih usluga. U Hrvatskoj i svijetu pojavila se kriza zdravstvenih sustava zbog visokih cijena zdravstvenih usluga i dugih listi čekanja. (https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/zdravstveni-turizam/) Hrvatski turizam je dosad bio orijentiran uglavnom na jadransko područje (iznad 90% turističkog prometa), a velike rezerve zdravstvenog turizma leže upravo u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Zdravstveni turizam može se definirati kao vrsta turizma koja se stručno i pod nadzorom služi prirodnim ljekovitim činiteljima i/ili postupcima fizikalne medicine i rehabilitacije u cilju očuvanja i unapređivanja zdravlja i/ili poboljšanja vrstoće života. Ono što čini zdravstveni turizam posebnim je korištenje prirodnih resursa koji su često ljekoviti poput termalnih voda, blago obogaćenim raznim mineralima i sl. Ako bi se zdravstveni turizam promatrao kao turistički proizvod, moglo bi se reći kako on obuhvaća širok spektar sadržaja i usluga, a ljudi putuju s ciljem povećanja kvalitete svojega zdravlja i, u konačnici, cjelokupnog života. Zdravstveni turizam je oblik turizma u kojem pojedinac privremeno mijenja svoje mjesto boravka za određeno povoljnije klimatsko ili kupališno mjesto radi zdravstvene preventive, kurative ili rehabilitacije. (Vukonić i Čavlek, 2001) Da bi se izradila strategija, potrebno je poduzeti odgovarajuće akcije, a izbor akcija koje imaju izgled ostvariti Zacrtane ciljeve ovisi o koncepciji razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske i ponašanja samih aktera, odnosno načina funkcioniranja gospodarstva. To je prvenstveno zadaća dvaju ministarstava, turizma i zdravlja, ali na određeni način i Ministarstva gospodarstva jer, prije definiranja strategije razvoja lječilišta i specijalnih bolnica za rehabilitaciju u funkciji razvoja zdravstvenog turizma, potrebno je imati i koncepciju razvoja gospodarstva te koncept razvoja zdravstvenog turizma Hrvatske i ponašanja samih aktera, odnosno načina funkcioniranja gospodarstva. (Ivanišević, 2011) Od 1. siječnja 2019. godine regulirano je područje zdravstvenog turizma. Zdravstveni turizam je pružanje zdravstvenih usluga – dijagnostičkih i terapijskih postupaka, zdravstvene njege te postupaka medicinske rehabilitacije uz pružanje ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu. Zdravstvene usluge u zdravstvenom turizmu mogu pružati zdravstvene ustanove, trgovačka društva za obavljanje zdravstvene djelatnosti i privatni zdravstveni radnici. Ponuda zdravstvenog turizma obuhvaća skup poslužitelja usluga wellnessa, lječilišnog i medicinskog turizma u privatnom i
javnom sektoru. To je tržište koje godišnje ostvaruje preko 100 milijardi eura prihoda, bilježi godišnji rast već od 15 posto te dostiže brojku od 203 milijuna putovanja Euroljana godišnje. (https://zdravlje.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1297/zdravstveni-turizam/1343)

O kvalitetnom zdravstvenom turizmu moći će se govoriti kada se počne ulagati u razvoj, što uključuje prometnu povezanost, marketing, kapitalne investicije te ponudu turističkih atrakcija kroz cjelogodišnju sezonu, a ne samo za ljetnih mjeseci. Hrvatska ima bogati lječilišni i zdravstveni turizam i glavna je okosnica gospodarstva te, uz pravilno vodstvo, može doći i među prve tri vodeće zemlje zdravstvenog i lječilišnog turizma. (https://hrcak.srce.hr/151079)

2.1.1. SWOT analiza zdravstvenog turizma RH

Tablica 1: Tablica SWOT analiza

<table>
<thead>
<tr>
<th>PRILIKE</th>
<th>PRIJETNJE</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>• čovjekova svijest o potrebi očuvanja zdravlja</td>
<td>• veliki zahtjevi potrošača</td>
</tr>
<tr>
<td>• starenje populacije</td>
<td>• veliki broj konkurenata</td>
</tr>
<tr>
<td>• rastuća uloga kompetencija u medicini</td>
<td>• urušavanje nacionalnih sustava zdravstvenog osiguranja</td>
</tr>
<tr>
<td>• raspoloživost EU fondova</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>SNAGE</th>
<th>SLABOSTI</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>• otvaranje privatnih zdravstvenih ustanova</td>
<td>• zastarjele zdravstvene ustanove</td>
</tr>
<tr>
<td>• raspoloživost korištenja ljekovitih činitelja</td>
<td>• nedostatak specijaliziranih kadrova</td>
</tr>
<tr>
<td>• ekološka očuvanost Hrvatske</td>
<td>• nedostatak kontrole kvalitete usluge</td>
</tr>
<tr>
<td>• rastući broj hotela s wellness ponudom</td>
<td>• nedostatak razvojne vizije</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>• manjkav destinacijski lanac vrijednosti</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: (MT, 2014)
2.2. Zdravstveni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

privlačenja financijskih sredstava iz fondova EU. (https://www.visitadriatic.eu/hrvatske-regije/)

2.3. Posrednici u turizmu

Predstavnik posredovanja u turizmu je svakako turistička agencija, ali i svi drugi organizatori putovanja koji se bave sličnim ili istim poslovima. Za njih je karakteristično, s pravnog stajališta, da poslove sklapaju u ime i za račun putnika ili u svoje ime, a za račun putnika, ali i sami obavljaju pojedine posredničke usluge u svoje ime i za svoj račun. Budući da zakonodavstvo većine svjetskih turističkih zemalja još nije potpuno uredilo sadržaj međusobnih odnosa, u pružanju turističkih usluga u turističkoj praksi pronađe se rješenja poslovnih običaja, uzanca, općih uvjeta, standardnih i adhezijskih ugovora, uz poštoavanje profesionalne etike. Turistička agencija je bez sumnje prvi i najpoznatiji predstavnik turističkog posredovanja, ali nije i jedini. Tu su i drugi organizatori putovanja, a među njima je na posebnom mjestu turoperator. Ako je turistička agencija u svojem osnovnom obliku „trgovac na malo“ u turizmu, za turoperatora se svakako može reći da je „trgovac na veliko“. Turoperator je naziv za vrstu turističkih agencija kod kojih prevladava tzv. organizatorska funkcija. (Škara, 2017: 3)

2.4. Prirodni oblici liječenja

Danas u hrvatskim toplicama i tradicionalnim morskim lječilištima djeluju specijalne bolnice za medicinsku rehabilitaciju i lječilišta. Primjena prirodnih ljekovitih činitelja dovela je do razvitka različitih oblika liječenja u njima, ovisno o primijenjenom prirodnom ljekovitom činitelju, kao što su:

klimatoterapija, koja koristi ljekovite klimatske činitelje i postupke,
talasoterapija (marinoterapija), koja koristi ljekovite morske činitelje i postupke,
balneoterapija, koja koristi termo-mineralne vode, pелоide i naftalin u različitim postupcima te apiterapija, koja koristi pčelinje proizvode u različitim postupcima i primjeni. (https://hrcak.srce.hr/170952 )
3. APITERAPIJA

Apiterapija datira još iz vremena Egipćana. Može se definirati kao terapija koja nadasve pozitivno utječe na čovjekovo psihofizičko blagostanje pomoću udisanja pčelinjeg zraka i konzumiranja pčelinjih proizvoda. Pomaže pri liječenju mnogobrojnih bolesti poput: migrene, kronične upale grla, različitih alergija, nesanice, živčanih smetnji, depresije, astme, kroničnog bronhitisa, plućnih oboljenja, bolova u kralježnici i jača imunološki sustav. (http://www.pule.si/hr/dozivljaji/apiterapija)

Apiterapija olakšava borbu protiv bolesti i jača imunitet tijela. Zbog bogatstva pčelinjih proizvoda (meda, propolisa, matične mlječe, peluda, voska, pčelinjeg otrova) može se spriječiti nastanak bolesti, zbog čega je apiterapija od iznimne važnosti u zdravstvenom turizmu. Pčelinji proizvodi se kombiniraju s ekstraktima ljekovitog bilja pri čemu poboljšavaju pozitivni učinak na organizam. Apiterapiju nazivaju dopunskom metodom liječenja jer se mnogi bolesnici okreću alternativnim rješenjima u nadi da će im pomoći više nego medicinski zahvati. (pip.hr, 2019)

Tablica 2: Vrste apiterapija

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Vrsta apiterapija</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>apiterapija u liječenju bolesti dišnog sustava</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>apiterapija za bolesti srca i krvnih žila</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>apiterapija u liječenju bolesti probavnog sustava</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>apiterapija u liječenju kod šećerne bolesti</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>apiterapija u liječenju debljine i nesanice</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>apiterapija u liječenju bolesti mokraćnog sustava i prostate</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>apiterapija u liječenju reumatskih i autoimunih bolesti</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>apiterapija u liječenju bolesti krvi i krvotvornih organa</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>apiterapija u liječenju kožnih bolesti</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>apiterapija u liječenju otvorenih rana i trovanja</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Slika 1: Prikaz apiterapije u mEDEN-u

Izvor: Autoričina vlastita izrada

3.1. Pčele i pčelinji proizvodi

Proljeće je doba razmnožavanja pa tada matica tijekom 24 sata položi 1500 jajašca uz pomoć truta. Trut je mužjak pčele, dugačak od 15 do 17 mm, koji ima misiju oploditi maticu te održavati temperaturu legla. U svakoj pčelinoj zajednici ima od 1000 do 2000 trutova. (Kapš, 2012)

Radni vijek pčela radilica je kratak, svega oko godinu dana, ovisno o godišnjem dobu. Tijekom proljeća živi do 60 dana, a zimi u prosjeku do 140 dana. Životni vijek matice je duži, žive od 2 do 5 godina, dok trut ima kratak životni vijek, od 4 do 8 tjedana. Pčelini proizvodi su med, propolis, pčelini otrov, vosak i matična mliječ. Radilice propolis stvaraju prikupljanjem biljne smole. On liječi više od 40 bolesti. Pčelini otrov ima učinak na brojne organske sustave čovjeka: na cirkulaciju, dišni i živčani sustav i probavne organe. U samom peludu nalazi se vitamin mladosti i glavni je izvor bjelančevina. Bez peluda pčele ne mogu hraniti leglo niti lučiti vosak. Matična mliječ je izlučevina pčelinih žlijezda, a njome se hrane ličinke pčela radilica, trutova i matica. Matična mliječ je u tekućem stanju, a njena poznatija primjena u liječenju gripe i bolesti spavanja. Odlična je zaštita od raka.

Osnovni uvjet zdravlja i prevencije bolesti upravo je konzumiranje pčelinih proizvoda. Pčelini proizvodi, kao što su matična mliječ, med i propolis, imaju višestruku ulogu u biološkim procesima. (https://hrcak.srce.hr/86921)

Osnovni uvjet zdravlja i prevencije bolesti upravo je konzumiranje pčelinih proizvoda. Pčelini proizvodi su visokovrijedne neprerađene namirnice kojima upotpunjujemo svakodnevnu prehranu i potrebne su organizmu. (https://www.zdravobudi.hr/clanak/917/apiterapija-ulijecenju-alergijskih-bolesti)
Slika 2: Prikaz košnica u mEDEN-u

Izvor: Autoričina vlastita izrada

3.2. Med i zdravlje

Med je od davnina cijenjen dio zdravstvenog turizma i ljudske prehrane. On posjeduje mali postotak vode, točnije oko 20%. Veliki udio čine glukoza, fruktoza i monosaharidi. U prošlosti, med je bio češće uporabljaj u domaćinstvu, no s vremenom se njegova upotreba prorijedila zbog novih umjetnih sladića. U današnje vrijeme se najviše zamjenjuje bijelim šećerom, ali se koristi i kao dodatak mnogim jelima i pićima. (adiva.hr, 2019)

Stvaranje meda je dug i nadasve težak i iscrpljujući posao za marljive pčele. Pčela u mednom mjehuru nosi oko 50 mg nektara ili medne rosu te ih svojim pokretima istiskuje s vrha svog rilca u košnicu. U košnici prerađuju prikupljeni nektar i mednu rosu i zatvaraju ga svojim voštanim poklopcima čime sprečavaju da med preuzme vlažnost iz zraka. Nakon toga slijedi
proces zrenja i na kraju pčelar odstrani voštane poklopce, izvadi med te ga pohrani u određeno spremište. Što se tiče kalorija, med je visokokalorična hrana, ali posjeduje visoki udio energije.

Samo kilogram meda daje energije kao i 3 kilograma svježeg mesa ili 50 jaja ili 5 litara mlijeka. Med sadrži više od 350 važnih sastojaka za organizam i najviše pozitivnih učinaka ostvaruje kod djece u razvoju i sportaša. Boja meda se proteže od bezbojne, beložute, jantarne pa sve do tamnosmeđe boje. Ona ovisi o kristalizaciji, cvjetnom prahu, kiselosti, biljkama pa čak i o nečistoćama u nektaru.

Slika 3: Prikaz različitih vrsta proizvoda i mješavina meda s biljem u mEDEN-u (pelud, propolis, med s cimetom, orahom, suhim šljivama, lješnjacima, košticama)

Izvor: Autoričina vlastita izrada autora
Tablica 3: Karakteristične boje različitih vrsta meda

<table>
<thead>
<tr>
<th>VRSTA MEDA</th>
<th>BOJA</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>bagremov</td>
<td>gotovo bijel do žute boje sijena</td>
</tr>
<tr>
<td>lipov</td>
<td>svijetložut do svijetlojantaran</td>
</tr>
<tr>
<td>cvjetni</td>
<td>od žute do smeđe boje, ovisno o vrsti biljaka</td>
</tr>
<tr>
<td>kestenov</td>
<td>smeđ s crvenkastim preljevom</td>
</tr>
<tr>
<td>jelov</td>
<td>sivosmed s zelenim preljevom</td>
</tr>
<tr>
<td>smrekov</td>
<td>srednje do tamnojantarno boja</td>
</tr>
<tr>
<td>šumski</td>
<td>svijetla do tamnosmeđa boja</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Mjesečna preporuka uzimanja meda je dvije velike tegle od 980 g na odraslu osobu, što znači 2-3 žlice dnevno. Organizam će funkcionirati bolje ako se postigne rutina uzimanja meda te svakog dana unese jednomjerna količina. Razloga ima stotine, a neki od njih su: koža je elastičnija i zdravija, zubno meso i zubi zdraviji, organizam otporniji na viruse i bakterije, štiti od bakterija. (http://www.naturala.hr/apiterapija-je-dio-prirodne-medicine/1359/)

Med sadrži mnogo glukoze, ali opet znatno manje nego sam šećer. Najbolja preporuka je popiti čašu vode nakon konzumiranja zdravog, prirodnog i savršenog meda. Istraživanja na Harwardu su pokazala da jedna žlica meda dnevno produljuje za godinu dana ljudski život. Istraživanje se provodilo na 8000 muškaraca prosječne starosti oko 65 godina koji su konzumirali po 15 grama meda dnevno. Naime, razlog produljenja života su antioksidansi koji se nalaze u medu i oni sprečavaju tvorbu krvnih ugrušaka te smanjuju mogućnost srčanih i moždanih udara. Također, med potiče rast što je također dokazano pokusom nad dojenčadi do 4 mjeseca starosti. Naime, jednoj skupini beba nije davan med, dok je drugoj skupini beba med davan. Rezultati su pokazali kako je kod beba koje su uzimale med rast kostiju i hrvskavice bio bolji te da je bila povećana sinteza proteina i tjelesna težina. (http://www.maticnjak.hr/apiterapija/)
3.3. Pčelinji proizvodi u kozmetici

Kozmetika je u današnje doba neizostavan dio života svakog čovjeka, ne samo žena već i muškaraca. Med, propolis, cvjetni prah, pčelinji vosak, matična mliječ i otrov su proizvodi koji na tijelo djeluju pomlađujuće te mu daju određenu dozu energije. U prošlosti su slavne ljepotice koristile med za njegu lica i tijela te na kraju dana kupku s medom za opuštanje u koju bi dodavale razne aromatične biljke. Japanske njeguju ruke svakodnevnim nanosenjem losiona s medom. Kineskinje koriste pastu od meda, marelice i zdrobljenim košticama breskve za održavanje mekoće kože. Amerikanke njeguju usne nješavinom meda, limunovog soka i arome te hrane kožu maskom od bademovog ulja, žumanjka i meda. Kod opekлина od sunca i pjega koristi se losion od meda, glicerola, alkohola i limunovog soka.


Osnovni uvjet zdravlja i prevencije bolesti upravo je konzumiranje pčelinjih proizvoda. Pčelinji proizvodi su visokovrijedne neprerađene namirnice kojima upotpunjujemo svakodnevnu prehranu i potrebne su organizmu. (https://www.zdravobudi.hr/clanak/917/apiterapija-lijecenju-alergijskih-bolesti)
Slika 4: Prikaz balzama za usne koji se nude u mEDEN-u

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Slika 5: Izrada balzama za usne

Izvor: Autoričina vlastita izrada
4. mEDEN

Ljubav prema čovjeku, pčelama i prirodi su ideje vodilje mEDEN-a - malog medenog raja gdje apiterapija i domaći pčelinji proizvodi iscjeljuju tijelo u krajoliku koji iscjeljuje duh. Od samog početka marketinška i turistička strategija usmjerena je na širi potencijal u odnosu na klasično pčelarstvo. Već sam naziv mEDEN upućuje na prirodu i samoodrživost s obzirom da je vrlo zvučan, već nakon prvog susreta ostaje zapamćen. Odabrani prirodni materijali i jedinstven dizajn daju kućici osobni pečat. Kućica je okrenuta prema sunčanoj strani te je tako veći dio dana obasjana suncem. Osim slatkih proizvoda ovdje se svatko može napuniti suncem, vitalnošću i mirom.

Slika 6: Prikaz mEDEN-a u Ludbregu-glavni ulaz

Izvor: Autoričina vlastita izrada
Slika 7: Prikaz mEDEN-a u Ludbregu

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Slika 8: Prikaz terase mEDEN-a koja ima odličan pogled na vinograde i na Ludbreg

Izvor: Autoričina vlastita izrada
Najbolje vrijeme za apiterapiju kreće od travnja pa kako je Meden na početku "uzdizanja" u zdravstvenom turizmu, još nema brojčanih podataka.

4.1. Projekt *mEDEN*

Projekt *mEDEN* predstavlja realizaciju obiteljske ideje s ciljem produljenja radnih aktivnosti. Zapravo se radi o prirodnom slijedu razvoja pčelarstva te podizanju istog na razini zdravstvenog turizma koji je novitet u Republici Hrvatskoj.

Ministarstvo poljoprivrede prepoznalo je ideju te poduprlo projekt mjerom 6.3.1., što je bio poticaj za aktivaciju i daljnji razvoj. 85% je sufinancirala EU, a 15% RH. Napravljena je kućica za apiterapiju (udisanje zraka iz košnica) i prodaju vlastitih proizvoda. Budući da je ovakav vid turističkih aktivnosti u susjednim zemljama prepoznat i vrlo cijenjen, učinci projekta bi trebali biti značajni za cijelu zajednicu i svakako proširiti ponudu regije. Apiterapijom se kroz masku udišu eterična ulja, matična mliječ, pčelinji vosak, pelud, med i ostale vrijedne tvari koje uzrokuju terapijski učinak pa se provodi u toplim i sunčanim danima, od travnja do rujna, kad pčele intenzivno skupljaju nektar. Još u vrijeme starih Egipćana bilo je poznato blagotvorno djelovanje udisanja zraka iz košnica na ljudsko zdravlje. Posebice se preporuča kod slabog imunološkog sustava, bronhitisa, astme, kroničnih plućnih bolesti, osjetljivosti na infekcije, infekcije dišnog sustava, kronične glavobolje, migrene, anksioznost, stres i depresiju. Iz navedenog je evidentno da je dobrobit za korisnika vrlo velika.

Vrlo povoljna lokacija, udaljena svega 1,5 km od ljudreškog svetišta, 200 metara od podravske magistrale, uz vinsku cestu koja vodi do vidikovca Sveti Vinko, nameće nastavak razvijanja projekta.
4.2. Potencijalne mogućnosti za razvoj Medena

Meden je u samom začetku pa ima mnogobrojne mogućnosti za razvoj:

- Omogućavanje smještaja osobama koje će željeti posjetiti Meden, konzumirati udisanje zraka iz košnica, kupiti domaće medene proizvode ili jednostavno provesti vrijeme u ugodnom okolišu. Strategija razvoja ruralnog i zdravstvenog turizma podržava ovakvu aktivnost i sasvim sigurno da bi interes bio velik.

- Na Medenu se nalazi izvor vode, zdenac, koji je moguće urediti te napraviti malu atrakciju. Voditeljica muzeja posjetila je Meden s informacijom da postoji zapis prema kojem su na tom lokalitetu pronađene kosti mamuta te bi stručnjaci iz muzeja bili spremni doći obilježiti lokalitet i postaviti ploču s informacijama o nalazu. Dakle, taj podatak je također potencijal koji može nadograditi turističku ponudu.

- Na Medenu je posađeno jako puno raznovrsnog bilja i voća te se nudi mogućnost pripreme domaćih proizvoda na bazi istih ili ponuda tzv. korisnog turizma gdje posjetitelji mogu sudjelovati u aktivnostima na Medenu.
• Također postoji i potencijal širenja djelatnosti na proizvodnju kozmetike na bazi pčelinjih proizvoda o čemu se trenutno organizira edukativna radionica.

• Mogućnost edukativnog i zdravstvenog turizma u svrhu širenja svijesti o važnosti pčela i pčelarstava. Naime, već godinama lokalni dječji vrtići vrtiće posjećuju obiteljski pčelinjak te dobivaju priliku nešto naučiti o pčelama i degustirati pčelinje proizvode. Vrlo je važno već u djetinjstvu stići navike konzumacije pčelinjih proizvoda te svijest o važnosti pčelarstava. U tom smislu, Meden je u cijelosti prilagođen organizaciji takvih dolazaka kako bi bez opasnosti posjetitelji mogli vidjeti pčelinje zajednice, naučiti nešto o njima i možda stići ljubav prema istima kako bismo i u budućnosti imali pčelare.

• U sklopu Medena je prostor koji može primiti cca 40 ljudi i gdje se može prirediti edukacija o pčelarstvu te degustacija domaćih proizvoda. Isti prostor nudi i mogućnost korištenja u razne namjene u svrhu turizma.

5. TERAPIJSKO JAHANJE

Terapijsko jahanje je oblik konjaništva namijenjen i prilagođen djeci s teškoćama u razvoju, osobama s motornim poremećajima i kroničnim bolestima te osobama s psihološkim i emocionalnim poteškoćama; u svrhu terapije, rehabilitacije i općenito poboljšanje kvalitete života navedenih. Rad terapije može biti i individualan i skupan. Suradnja s fizioterapeutom iznimno je bitna zbog postavljanja ciljeva programa individualno. Za svaku osobu je program različit i prilagođljiv. Za postignuće željenog cilja nužni su pomagači i vodiči. (http://www.nada-vrbovec.hr/terapijskojahanje/5-to-je-terapijsko-jahanje.html)

Konj u svakom načinu kretanja i svakom elementu mora aktivno ići prema naprijed. Ako konj ne ide dovoljno naprijed to znači da mu nedostaje impulsa. (Petrović i Kolman, 2008:133)
5.1. Učinci terapijskog jahanja

Postoje četiri pozitivna aspekta terapijskog jahanja koji objašnjavaju odnos konja i čovjeka.

5.1.1. Fizikalni učinci

Primarni cilj terapijskog jahanja za osobe s invaliditetom je održavanje ravnoteže. Kretanje konja u procesu jahanja izaziva jahačevu reakciju uspostavljanja ravnoteže. Njihanje pri jahanju vrlo bitna utječe na održavanje mišića. Ramena, ruke, trup, noge te položaj glave trebaju biti uravnoteženi da bi se održala ravnoteža. Ravnoteža zahtijeva pravovremenu i izbalansiranu akciju mišića u smislu njihovog stiskanja i opuštanja. Stjecanje novih motoričkih vještina je velik pozitivan utjecaj jahanja na osobe s invaliditetom te može značajno utjecati na koordinaciju. Podražaji koje jahačevu tijelo prima kretanjem konja stimuliraju jahača na pravilno pokretanje nogu i trupa što je od iznimne važnosti za osobe s motoričkim poremećajima. Učinak ovog oblika fizičke aktivnosti polazi od činjenice da je konjski hod jako sličan ljudskome, naime, prilikom jahanja, jahačeva leđa i kukovi ponašaju se kao prilikom kretanja čovjeka.

Izvor: Autoričina vlastita izrada
Položaj jahača je iznimno bitan jer se uspravnim držanjem jačaju mišićne skupine trupa, jačaju se sami mišići i istežu se mišićne skupine ramena. Također, toplina jačaju sami mišići i istežu mišićne skupine ramena. To je iznimno bitno jer se uspravan položaj jačaju mišićne skupine trupa. Jačaju se sami mišići i istežu se mišićne skupine ramena. Također, toplina konja ima značajan utjecaj na opuštanje tijela jahača što dodatno povećava pokretljivost zglobova tijela, snagu, kondiciju i fleksibilnost. Jahanje razvija i stimulira taktile osjećaje kroz okolišne podražaje te osjet dodira. Vidni sustav se koristi za kontroliranje konja. Slijepi jahači jašu zahvaljujući sluhu.

5.1.2. Psihološki učinci

Terapijsko jahanje se najčešće odvija u prirodi, izvan bolnice, liječničke ordinacije i dvorane, što doprinosi da se jahači osjećaju bolje i zadovoljnije. Najbitniji psihološki učinak koji dobivaju kod jahanja je samopouzdanje kojeg stječu kada zauzmu pravilni sjedeći položaj na konju i tako održavaju ravnotežu. Što su veće jahačeve sposobnosti, to je veće samopouzdanje i razvijanje osjećaja kontrole svog položaja u okolini. Konj ima bitnu ulogu jer se usavršavanjem i stjecanjem novih i složenijih vještina korisnik dodatno motivira na rad i trud. Usavršavanje složenijih vještina dovodi jahača do većeg interesa za vanjski svijet, komunikaciju, izražavanja osjećaja i druženje. Konji su životinje koji osjećaju promjene raspoloženja te uvjetuju dobru samodisciplinu, razvoj strpljenja i emocionalnu kontrolu. Sva emocionalna dobrota konja djeluje terapijski na čovjeka, u slučajevima depresivne i uplašene djece, mirnoće i strpljivost konja pomaže u otklanjanju strahova te potiče djecu da se prepuste jahanju. Djece postaju mirnija, hrabrija i zadovoljnija te prilagođavaju svoje ponašanje ponašanju konja i voditelja u terapijskom jahanju. (hstj.hr, 2019)

5.1.3. Socijalni učinci

Terapijsko jahanje se provodi u grupno prilagođenim skupinama koje su usklađene jahačevoj sposobnosti i dobi uz asistenta, voditelja i volontera. U grupi se jahači međusobno upoznaju, razmjenjuju određena iskustva, stvaraju nova poznanstva i prijateljstva te razvijaju povjerenje između jahača, voditelja i asistenta. Na takav način dolazi se do interakcije između grupa jahača, njihove povezanosti u smislu razvoja određenih socijalnih odnosa, a iskustva u grupi se usmjeravaju na zajedničkom jahanju, ljubavi, prirodi i naklonosti prema životinjama, mogućnosti boljeg upoznavanja, istraživanja pojedinca i njihovih sposobnosti.
Budući da su osobe s teškoćama, naročito djeca, vezana za roditelje, učenjem pravilnog postupanja i ponašanja tijekom jahanja potiču se na razvoj uspostavljanja odnosa i održavanje odnosa i s drugim ljudima, kraj odnosa s roditeljima. (hstj.hr, 2019)

5.1.4. Edukacijski učinci

Postoje brojne aktivnosti vezane uz konje koje se koriste za učenje oblika, veličina, boja, brojeva i slično. To su aktivnosti jahanja i igre, koje su dio terapijskog programa te njihova prilagođenost teškoćama jahača i kreativnost igara motivira djecu na sudjelovanje i aktivnost, a stjecanje osjećaja postignuća i hrabrosti dodatno pomaže u procesu učenja (npr. učenje slova, novih oblika, boja i sl.). U radu s osobama s teškoćama u razvoju provode se brojni odgojno-obrazovni zadaci poput aktivnosti koje potiču razvoj, zadataka komunikacije i razvoja govora, zadataka kojima se potiče samostalna briga o sebi, zaštita od okoline i mogućih opasnosti te zadaci vezani uz socijalizaciju. (hstj.hr, 2019)

5.2. Rekreacijsko i sportsko jahanje

Korisnici terapijskog jahanja ostvaruju napredak kontinuiranim radom te su se sposobni baviti rekreacijom na konju. Nužan je nadzor trenera ili voditelja u rekreacijskom jahanju jer samo on može kontrolirati sve uvjete rada. Rekreativnim jahanjem se održava tjelesna kondicija, kvalitetna raspodjela slobodnog vremena, druženje i stvaranje navike odgovornosti prema životinjama, ali i mnoge druge prethodno spomenute psihičke, socijalne i edukacijske vrijednosti. Konji koji sudjeluju u rekreativnim programima su profesionalno školovani. S druge strane tu je sportsko jahanje gdje konji moraju biti iskusni u disciplini dresurnog jahanja i imati visok stupanj školovanosti. Oni su smireni na vanjske podražaje poput publike, glazbe, vjetra i sličnih podražaja te smiruju samog jahača. Sam program sportskog jahanja uključuje pripreme i odlaske na natjecanja u dresurnom jahanju osoba s invaliditetom. Dresurna oprema se prilagođava pojedinca, ovisno o stupnju invaliditeta. Oprema u programu se prilagođava pojedinca, ovisno o stupnju invaliditeta. Jahačka oprema sadrži kacige, sigurnosni stremen, razne kolane, sa i bez ručke, i sedla. O razvoju dresurnog jahanja za osobe s invaliditetom u Hrvatskoj brine Hrvatski paraolimpijski odbor i Hrvatski konjički savez osoba s invaliditetom. Obzirom da u Hrvatskoj imamo veliki broj djece s teškoćama u razvoju i osobe s invaliditetom, krovne organizacije potiču rad terapijskim, rekreativnim i sportskim programom. (Hrvatski konjički savez, 2008)
6. UDRUGA OSMIJEH

U Koprivničko-križevačkoj županiji, Osmijeh–udruga za terapijsko jahanje, jedina je specijalizirana udruga za terapijsko, rekreativno i sportsko jahanje za djecu s teškoćama u razvoju i osobe s invaliditetom. Udruga je osnovana u ožujku 2016. godine jer se na području županije, a i šire, pojavljuje velik interes i potreba za provedbom terapijskog jahanja za osobe s invaliditetom i djecu s teškoćama u razvoju. Aktivnosti na konju počele su se provoditi u rujnu 2016. godine nakon nabavke konja i rampe za uzjahivanje, u partnerstvu s koprivničkom Udrugom za osobe s intelektualnim teškoćama Latice od jeseni 2016. godine u sklopu projekta Terapijskim jahanjem do osmijeha djece. U Udruzi se provodi terapijsko jahanje za dvadesetoro djece s teškoćama u razvoju i osobe s invaliditetom.

Povratne informacije roditelja, česti upiti građana, preporuke liječnika te postojeća lista čekanja potvrdili su potrebu za provođenjem terapijskog jahanja u Koprivničko-križevačkoj županiji. S druge strane, pozitivni rezultati provedbe terapijskog jahanja, odnosno poboljšanje psihofizičkog stanja djece, ali i osobno zadovoljstvo djece i roditelja te pozitivne povratne informacije volontera, potaknuli su nastavljanje provođenja projekta Terapijskim jahanjem do osmijeha djece iz godine u godinu. Zahvaljujući kontinuiranom provođenju terapija na konju, može se reći da je udruga za terapijsko jahanje Osmijeh nesumnjivo postala jedna od vodećih organizacija koje kontinuirano provode terapijski program u Republici Hrvatskoj za ovako velik broj korisnika. Provedbom terapijskog jahanja u prijašnjem periodu razvila se potreba za daljnjim širenjem rada Udruge, čime se omogućuje da napredni korisnici terapijskog programa prelaze u program rekreacije na konju, neki i u sport, disciplinu parakonjaništvo – dresurno jahanje.

Disciplina parakonjaništvo (u Hrvatskoj pod nazivom dresurno jahanje za osobe s invaliditetom) je paraolimpijska disciplina koja je u Hrvatskoj u okrilju Hrvatskog paraolimpijskog odbora i Hrvatskog konjičkog saveza osoba s invaliditetom. Udruga Osmijeh – terapijsko jahanje članica je Hrvatskog konjičkog saveza osoba s invaliditetom, čija je krovna organizacija Hrvatski paraolimpijski odbor.
Slika 11: Prikaz staje u Udruzi

Slika 12: Prikaz novog člana terapijskog jahanja 2019. godine - Dorine

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Izvor: Autoričina vlastita izrada
6.1. Ciljevi i djelatnosti udruge

Cilj Udruge je poticanje i razvijanje svih aktivnosti vezanih za izvođenje terapijskog jahanja namijenjenog osobama s invaliditetom i djeci s poteškoćama u razvoju.

Ciljane skupine:

- djeca s teškoćama u razvoju
- lokalna i regionalna samouprava
- odgojno-obrazovne ustanove
- osobe s mentalnom retardacijom
- osobe s invaliditetom
- osobe s intelektualnim teškoćama
- roditelji djece s teškoćama u razvoju
- sportaši s invaliditetom
- udruge i građanske inicijative
- volonteri
- zdravstvene ustanove

Poticaji kojima se ostvaruju ciljevi:

- promicanje i razvoj volonterstva
- promicanje razvoja socijalnog poduzetništva
- zaštita prava osoba s invaliditetom
- izvaninstitucionalni odgoj i obrazovanje
- međunarodna suradnja i mobilnost u obrazovanju
- obrazovanje
- unapređenje zdravlja
- pomoć i podrška osobama s invaliditetom
- pomoć i podrška djeci
- pomoć i podrška mladima
- psihosocijalna podrška
- rehabilitacija
organiziranje sportskih i rekreativnih natjecanja i sportsko rekreativnih edukativnih projekata i programa
organiziranje sportskih edukativnih projekata i programa (kampova, škola, priredaba, festivala, radionica) za poticanje bavljenja sportom i tjelesnim vježbanjem
unapređenje kvalitete života osoba s invaliditetom
školovanje konja za rad u programu terapijskog jahanja; provođenje terapijskog jahanja; suradnja s ustanovama i udrugama sličnih ili istih ciljeva i djelatnosti, suradnja s lokalnom i širom zajednicom.
7. ISTRAŽIVANJE O INOVATIVNIM PROIZVODIMA
ZDRAVSTVENOG TURIZMA SJEVEROZAPADNE HRVATSKE NA PRIMJERU APITERAPIJE I TERAPIJSKOG JAHANJA

7.1. Hipoteza istraživanja

Na temelju ovog istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze:

H1 – Apiterapija nije prepoznata u dovoljnoj mjeri kao turistički proizvod.
H2 – Terapijsko jahanje je privlačnije od apiterapije i pčelinih proizvoda.
H5 - Terapijsko jahanje nije dovoljno razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj.

7.2. Ciljevi istraživanja

Cilj istraživanja je bliže objasniti važnost zdravstvenog turizma na primjeru apiterapije i terapijskog jahanja. Također, cilj je i potaknuti ljude na zdravstveni turizam i na posjet spomenutih atrakcija.

7.3. Metodologija istraživanja i uzorak

Pitanja koja su postavljena u anketnom upitniku su:

1. Spol.
2. Dobna skupina.
4. Koji Vas inovativni proizvodi zdravstvenog turizma više privlače?
5. Jeste li čuli za terapijsko jahanje u Peterancu?
6. Ako jeste, kojom ocjenom biste ocijenili takav tip zdravstvenog turizma?
7. Ako niste, je li vas ovo motiviralo da posjetite spomenutu atrakciju?
8. Što Vas od navedenog najviše motivira da posjetite udrugu Osmijeh?
9. Je li terapijsko jahanje dosta razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj?
10. Na koji način biste promovirali terapijsko jahanje u svrhu zdravstvenog turizma?
11. Jeste li čuli za pčelinje proizvode i apiterapiju Meden u Ludbregu?
12. Ako jeste, kojom ocjenom biste ocijenili takav tip zdravstvenog turizma?
13. Ako niste, je li vas ovo motiviralo da posjetite i kupate njihovu ponudu?
14. Što vas od navedenog najviše motivira da posjetite Meden?
15. Jesu li pčelinji proizvodi i apiterapija dosta razvijeni u sjeverozapadnoj Hrvatskoj?
16. Na koji način biste promovirali pčelinje proizvode i apiterapiju u svrhu zdravstvenog turizma?

7.4. Rezultati istraživanja

Anketa je rađena na uzorku od 242 ispitanika. Temeljem provedenog istraživanja došlo se do sljedećih podataka koji su objašnjeni u daljnjem dijelu rada. Može se zaključiti da je u istraživanju sudjelovalo više žena (75,6%), a muškaraca mnogo manje (24,4%). (Grafikon 1.)
Grafikon 1.: Spol ispitanika

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Možemo primijetiti da uglavnom prevladava mlada dobna skupina u dobi od 22 do 34 godina. Ovaj rezultat je razumljiv s obzirom da se anketa provodila on-line, a poznato je da internetskim mrežama pristupa pretežno mlada populacija. (Grafikon 2.)
Grafikon 2.: Dobna skupina ispitanika

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Kako je uzorak ispitanika namjeran, uglavnom su birani zaposleni (64,9%), vodeći se činjenicom da si oni mogu priuštiti putovanja te doživjeti zdravstveni turizam u pravom smislu te riječi i na različitim destinacijama. Prema podacima iz 3. grafikona može se vidjeti da je u anketnom istraživanju sudjelovalo 18,6 % studenta, 6,6% nezaposlenih, 3,3% umirovljenika i 2,1% učenika.
Ispitanici su pokazali da ih više privlače pčelinji proizvodi odnosno apiterapija (57,0%) od terapijskog jahanja (43%). Pčelinji proizvodi su razvijeniji oblik turizma u sjeverozapadnom kraju Hrvatske nego terapijsko jahanje. (Grafikon 4.)
Udruga *Osmijeh* je mlada udruga koja čini zdravstveni turizam još bogatijim. Ona se iz dana u dan usavršava te daje djeci s poteškoćama razlog za osmijeh i sreću. Uz te najveće vrijednosti, oni uče o mnogim stvarima koje su potrebne za svakodnevni život, a tu je, naravno, i zdravstvena pomoć koji je i cilj same udruge. Za Udrugu *Osmijeh* čulo je 56,2% ispitanika. (Grafikon 5.)
Ovaj tip zdravstvenog turizma ocijenjen je odličnim (76.9%) što se i očekivalo s obzirom da je ovom udrugom dana pomoć djeci s poteškoćama. (Grafikon 6.) Uz to, tu su i konji koji umiruju svako čovjekovo biće već samim pogledom, čak nije potrebna terapija ni jahanje. Samo okružje obiluje mirom i zadovoljstvom.
Grafikon 6.: Istraživanje ispitanika o ocjeni terapijskog jahanja kao tipa zdravstvenog turizma

Ako jeste, kojom ocjenom bi ocijenili takav tip zdravstvenog turizma? (160 odgovora)

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Ova anketa motivirala 72,1% ispitanika da posjete terapijsko jahanje. (Grafikon 7.) Najveći motivatori za posjet terapijskom jahanju su ljubav prema životinjama, sudeći po 109 odgovora, te dokazana terapijska metoda, 106 odgovora. Manje važna je prometna povezanost i blizina grada Koprivnice. (Grafikon 8.)
Grafikon 7.: Istraživanje ispitanika o motivaciji posjeta terapijskom jahanju

**Ako niste, je li Vas ovo motiviralo da posjetite?** (201 odgovora)

- **Da**: 72,1%
- **Ne**: 27,9%

Izvor: Autoričina vlastita izrada
Što Vas od navedenog najviše motivira da posjetite udrugu Osmijeh? (222 odgovora)

- Ljubav prema životinjama: 49,1% (109)
- Dokazana učinkovita terapijska metoda: 47,7% (106)
- Tjelesna aktivnost: 47,3% (105)
- Čist zrak: 36,5% (81)
- Dobra prometna povezanost, blizina grada Koprivnice: 7,2% (16)
- Svidjelo bi se mojoj djeci: 0,5% (1)
- Nisam razmišljala da odem: 0,5% (1)
- Znatiželja: 0,5% (1)
- Ništa: 0,5% (1)
- Terapijsko jahanje za moju kćer: 0,5% (1)

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Veliki dio ispitanika (88%) se složio s tvrdnjom da terapijsko jahanje nije dosta razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. (Grafikon 9.)
Grafikon 9.: Istraživanje ispitanika o razvijenosti terapijskog jahanja

Je li terapijsko jahanje dosta razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj? (242 odgovora)

Izvor: Autoričina vlastita izrada

U današnje vrijeme svi su korisnici društvenih mreža, kako u privatne tako i u poslovne svrhe. Nekada se sve saznalo putem televizije, radija ili novina, dok danas koristimo samo društvene mreže i internetske stranice, što je dokazalo i pitanje o promociji terapijskog jahanja. 87,2% ispitanika misli da je najbolje promovirati preko društvenih stranica, a najmanje ljudi misli da je najbolje promovirati putem off-line informacija odnosno komunikacijom. (Grafikon 10.)
Emilija Cvetnić  
Inovativni proizvodi zdravstvenog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

Grafikon 10.: Istraživanje ispitanika o promociji terapijskog jahanja

<table>
<thead>
<tr>
<th>Na koji biste način promovirali terapijsko jahanje u svrhu zdravstvenog turizma? (Ukupno 242 odgovora)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Društvene mreže</td>
</tr>
<tr>
<td>Web-stranice</td>
</tr>
<tr>
<td>Video stranice</td>
</tr>
<tr>
<td>Off-line informacije</td>
</tr>
<tr>
<td>Seminari / prezentacije</td>
</tr>
<tr>
<td>Brošure</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Meden je mali raj koji je tek počeo s poslovanjem i koji želi unaprijediti i modernizirati zdravstveni turizam. Mjesto je ispunjeno mirom, blagostanjem i čistim zrakom. Netaknuta priroda i zujanje pčela daje čovjeku energiju i sreću. Sama apiterapija uz sve to nadopunjuje i poboljšava zdravlje. 36,8% ispitanika u samom centru Ludbrega čulo je za Meden. (Grafikon 11.)
**Grafikon 11.:** Istraživanje ispitanika o mEDEN-u u Ludbregu

![Grafikon 11: Istraživanje ispitanika o pčelinje proizvode i apiterapiji mEDEN u Ludbregu](image)

Izvor: Autoričina vlastita izrada

Meden je ocijenjen odličnom ocjenom od strane ispitanika (71%). (Grafikon 12.)

**Grafikon 12.:** Istraživanje ispitanika o ocjenjivanju apiterapije

![Grafikon 12: Istraživanje ispitanika o ocjenjivanju apiterapije](image)

Izvor: Autoričina vlastita izrada
Grafikon 13.: Istraživanje ispitanika o motivaciji posjeta mEDEN-a

Ako niste, je li vas ovo motiviralo da posjetite i kušate njihovu ponudu?
(210 odgovora)

76,2% ispitanika je ova anketa motivirala na posjet Medenu. (Grafikon 13.) Najviše ispitanika je motivirao čuveni učinak pčelinjih proizvoda na ljudsko zdravlje (56,3%) i znatiželja spram novog oblika zdravstvenog turizma (48,8%). Najmanje ih je motivirala prometna povezanost s Ludbregom (8,8%). (Grafikon 14.)
**Grafikon 14.:** Istraživanje ispitanika o motivaciji posjeta mEDEN-u

<table>
<thead>
<tr>
<th>Motivacija</th>
<th>% odgovora</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Čuveni učinak pčelinjih proizvoda na ljudsko zdravlje</td>
<td>56,3% (121)</td>
</tr>
<tr>
<td>Degustacija pčelinjih proizvoda</td>
<td>37,7% (81)</td>
</tr>
<tr>
<td>Boravak u prirodi na svježem zraku</td>
<td>36,7% (79)</td>
</tr>
<tr>
<td>Znatiželja za novijim oblikom zdravstvenog turizma (apiterapija)</td>
<td>48,8% (105)</td>
</tr>
<tr>
<td>Prometna povezanost sa &quot;centrom svijeta&quot; - Ludbregom</td>
<td>8,8% (19)</td>
</tr>
<tr>
<td>Ništa</td>
<td>0,5% (1)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Izvor:** Autoričina vlastita izrada

81,4% ispitanika misli da pčelinji proizvodi i apiterapija nisu dosta razvijeni u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. (Grafikon 15.)

---

50
Izvor: Autoričina vlastita izrada

Najviše ispitanika (82,6%) smatra da su društvene mreže najpopularnije sredstvo promocije u danasnom svijetu te se putem njih treba promovirati. Samo jedan ispitanik smatra da je poželjno promovirati putem TV reklama. (Grafikon 16.)
**Grafikon 16.** Istraživanje ispitanika o promociji apiterapije i pčelinjih proizvoda

<table>
<thead>
<tr>
<th>Na koji način biste promovirali pčelinje proizvode i apiterapiju u svrhu zdravstvenog turizma? (242 odgovora)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Društvene mreže</td>
</tr>
<tr>
<td>Sajmovi</td>
</tr>
<tr>
<td>Off-line informacije</td>
</tr>
<tr>
<td>Lokalne turističke...</td>
</tr>
<tr>
<td>Video stranice</td>
</tr>
<tr>
<td>Brošure / letci</td>
</tr>
<tr>
<td>TV-reklame</td>
</tr>
<tr>
<td>Sve od navedenog</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: Autoričina vlastita izrada

I kao zaključak anketnog upitnika navedene hipoteze bit će u daljnjem tekstu provjerene.

**H1 – Apiterapija nije prepoznata u dovoljnoj mjeri kao turistički proizvod** - Hipoteza je prihvaćena jer je samo 36,8% ispitanika čulo za Meden u blizini Ludbrega. (Grafikon 11.)

**H2 – Terapijsko jahanje je privlačnije od apiterapije i pčelinjih proizvoda** – Hipoteza nije prihvaćena jer su ispitanici pokazali da ih više privlače pčelinji proizvodi odnosno apiterapija (57,0%) od samog terapijskog jahanja (43%). (Grafikon 4.)

**H5 – Terapijsko jahanje nije dovoljno razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj.** - Hipoteza je prihvaćena jer se veliki dio ispitanika (88%) složio da terapijsko jahanje nije dosta razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. (Grafikon 9.)
8. RASPRAVA

Kako bi se objasnili motivi i stavovi ponašanja turista te ostali čimbenici koji determiniraju njihovo ponašanje, primijenjena je kvantitativna metoda anketnog upitnika. Anketni upitnik sadrži 16 pitanja koja su anonimna i brzo rješiva jer sadrže ponuđene odgovore koji su sastavljeni na temelju proučavanja relevantne literature iz predmetnog područja. Svi rezultati prikazani su putem grafikona, tablica te opisno kako bi se bolje objasnili i prikazali dobiveni rezultati. Postavljene su tri hipoteze, od kojih su dvije potvrđene. Istraživanje je uspješno provedeno te nije bilo ograničenja tijekom provođenja. Za potrebe istraživanja koristio se prigodan uzorak, odnosno korišten je namjeren, a ne slučajan uzorak. Ograničenje istraživanja predstavlja veličina uzroka koja je mala s obzirom na duljinu provođenja istraživanja. Uključivanje većeg broja ispitanika na državnoj razini dalo bi reprezentativnije rezultate. Najveće ograničenje bilo je u nedostatku tiskane literature da bi se bolje opisale turističke ponude zdravstvenog turizma na području sjeverozapadne Hrvatske. Nažalost, za ovu tematiku je veoma malo literature koja bi mogla poslužiti pri obradi teme. Potrebno je provesti daljnja istraživanja u koja bi bio uključen veći broj ispitanika te bi se dobilo jasnije poznavanje samih primjera apiterapije i terapijskog jahanja u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. Sam cilj rada je pokrenuti potencijalnog turista, pokazati mu bogatstvo i raznolikost koje nudi apiterapija i terapijsko jahanje u svrhu zdravstvenog turizma i što mu sve mogu pružiti u turističkom smislu. Rad sadrži mnogobrojne metode poput: povijesne, metodu apstrakcije i konkretizacije, metodu deskripcije, metodu analize i sinteze. Na temelju provedenog istraživanja ispitanike se grupiralo prema spolu, zanimanju i godinama. Također, anketni upitnik kreiran je na način da se vodilo računa o racionalnim motivima koji su potaknuti motivima korisnosti i emocionalnim motivima. To su ispitanici koji odlučuju o apiterapiji ili terapijskom jahanju donose na temelju kvalitete, doživljaja okoline kao koristi pa će izabrati destinaciju koja im donosi najveću korist. U uvodnom dijelu istraživanja saznalo se da je bilo 75,6% žena u odnosu na 24,4% muškarca. Najviše ispitanika je bilo u dobi od 22 do 34 godina. 69,4% ispitanika je zaposleno. Što se tiče privlačnosti, 57% ispitanika odgovara da ih najviše privlače pčelinji proizvodi, odnosno apiterapija. Apiterapiju i takav oblik zdravstvenog turizma ocjenjuju odličnim (71%). Više od polovice, njih 63,2% nije čulo za ponudu pčelinjih proizvoda i apiterapiju u Medenu u Ludbregu, ali 76,2% ih je motivirano za
posjet i kušanje njihove ponude. Najveća motivacija je čuveni učinak pčelinjih proizvoda na ljudsko zdravlje (56,3%) i znatiželja spram novog oblika turizma - apiterapije (48,8%). Ispitanici bi više apiterapiju promovirali putem društvenih mreža (82,6%), kao i terapijsko jahanje (87,2%). Za Osmijeh - udrugu za terapijsko jahanje u Peterancu nije čulo 43,8% ispitanika, ali 72,1% bi je posjetilo. Najviše ih motivira ljubav prema životinjama (49,1%) i učinkovita metoda terapijskog jahanja (47,7%). Udruga Osmijeh je ocijenjena odličnom (76,9%). 88% ispitanika se slaže da terapijsko jahanje nije dosta razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, kao ni apiterapija (81,4%).

Lokacije koje mogu koristiti resurse s ciljem razvoja zdravstvenog turizma (Istra, Kvarner, sjeverozapadna Hrvatska) to ne rade u potencijalnoj i očekivanoj mjeri. Naglasak bi trebao biti na većim ulaganjima, novim projektima, vanjskim investicijama, boljem iskorištavanju postojećih kapaciteta i boljem oglašavanju, što je istraživanjem na 242 ispitanika dokazano.
9. ZAKLJUČAK

Svaki je čovjek poseban svijet te svakom čovjeku u skladu s time treba ponuditi poseban paket usluga po mjeri. Za jednoga su to apiterapija i pčelinji proizvodi, za drugoga terapijsko jahanje, a za nekog trećeg sasvim nešto drugačije. U potrazi za zdravljem i vitalnošću zdravstveni turizam uvijek je otvorena mogućnost. Zdravstveni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj predstavlja popularan oblik turizma i vrlo je perspektivan i profitabilan. Njegov značaj raste zbog demografskih promjena, ali i promjena odnosa ljudi prema vlastitom zdravlju i okretanju zdravom načinu života u stresnim i ubrzanim vremenima. Kako raste potražnja za zdravstvenoturističkom ponudom, potrebno je prepoznati razvojne prilike te planski razvijati i postati prepoznatljivi po onim oblicima turizma za kojima postoji najveća potražnja. Kroz odnos s voditeljicom terapijskog jahanja i volonterima u udruzi Osmijeh te odnos bliskosti i naklonosti prema konjima, uz aktivnosti koje uključuju poticanje adaptivnih funkcija, socijalizacije te upoznavanje djece s novim izazovima, djeci se olakšava uspostavljanje i održavanje pozitivnih socijalnih odnosa. Na taj način se djetetu omogućuje razvijanje samostalnosti u socijalnoj i emocionalnoj sferi te ga se dodatno priprema za funkcionalnu integraciju u njegovoj društvenoj okolini. S druge strane tu su pčelinji proizvodi i apiterapija. Među ljudima postoji stigma da lijekovi imaju loš okus. Apiterapija razbija tu stigmu jer korištenje nekih pčelinjih proizvoda (u svrhu terapije) može itekako biti ukusno. Osnovni pčelinji proizvodi se mogu u praksi povezivati s brojnim drugim proizvodima kao što su: suho voće i orašasti plodovi te razne voćne rakije i voćni ocat. Većim istraživanjima pčelinjih proizvoda koji su jedinstveni i svakako jedni od najsavršenijih proizvoda prirode, uz malo sreće i pameti, u budućnosti ćemo doći do unapređenja humane medicine te korisnih načina liječenja raznih bolesti. Upravo ta dva primjera daju destinaciji prepoznatljivost i napredak za daljnji razvoj zdravstvenog turizma. Istraživanjem se došlo do mnogih informacija i do jasnog zaključka da ni apiterapija ni terapijsko jahanje nisu dovoljno promovirani u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Dakako, zdravstveni turizam u Hrvatskoj je još uvijek u stanju potencijalnog razvoja, ponajprije zbog strategije koja se do sada prakticirala.
LITERATURA


2. ApiterapijaPip.
https://www.pip.hr/proizvodi/farmakol_inovativna_linija_prijrodnaмонтажa/4
Pristupljeno 29. travnja 2019. → (pip.hr, 2019)


Pristupljeno 29. svibnja 2019. → (Ivanišević, 2016)

19. Konjički klub. https://www.hksoi.hr/?fbclid=IwAR3-UcY3zJbGZGYYO1KUg4wrzc-dLJIoKRF9S8shk5eI3DLxTFQrUzcvq Pristupljeno 29. travnja 2019. → (Konjički klub, 2019)

PRILOZI

Popis grafikona

Grafikon 1.: Spol ispitanika ........................................................................................................38
Grafikon 2.: Dobna skupina ispitanika .....................................................................................39
Grafikon 3.: Zanimanje ispitanika..............................................................................................40
Grafikon 4.: Istraživanje ispitanika o privlačnosti inovativnih proizvoda zdravstvenog turizma .................................................................................................................................41
Grafikon 5.: Istraživanje ispitanika za Osmijeh-udrugu za terapijsko jahanje u Peterancu ....42
Grafikon 6.: Istraživanje ispitanika o ocjeni terapijskog jahanja kao tipa zdravstvenog turizma .................................................................................................................................43
Grafikon 7.: Istraživanje ispitanika o motivaciji posjeta terapijskom jahanju ...............44
Grafikon 8.: Istraživanje ispitanika o motiviranosti za posjet udruzi Osmijeh .............45
Grafikon 9.: Istraživanje ispitanika o razvijenosti terapijskog jahanja ......................46
Grafikon 10.: Istraživanje ispitanika o promociji terapijskog jahanja .......................47
Grafikon 11.: Istraživanje ispitanika o mEDEN-u u Ludbregu ........................................48
Grafikon 12.: Istraživanje ispitanika o ocjenjivanju apiterapije .....................................48
Grafikon 13.: Istraživanje ispitanika o motivaciji posjeta mEDEN-a ...............................49
Grafikon 14.: Istraživanje ispitanika o motivaciji posjeta mEDEN-u ...............................50
Grafikon 15.: Istraživanje ispitanika o razvijenosti apiterapije .......................................51
Grafikon 16.: Istraživanje ispitanika o promociji apiterapije i pčelinjih proizvoda ....52
Popis slika

Slika 1: Prikaz apiterapije u mEDEN-u.................................................................17
Slika 2: Prikaz košnica u mEDEN-u ......................................................................19
Slika 3: Prikaz različitih vrsta proizvoda i mješavina meda s biljem u mEDEN-u (pelud, propolis, med s cimetom, orahom, suhim šljivama, lješnjacima, košticama)......................20
Slika 4: Prikaz balzama za usne koji se nude u mEDEN-u ........................................23
Slika 5: Izrada balzama za usne .............................................................................23
Slika 6: Prikaz mEDEN-a u Ludbregu-glavni ulaz .......................................................24
Slika 7: Prikaz mEDEN-a u Ludbregu .....................................................................25
Slika 8: Prikaz terase mEDEN-a koja ima odličan pogled na vinograde i na Ludbreg. ....25
Slika 9: Prikaz vidikovca Sveti Vinko..................................................................27
Slika 10: Prikaz terapijskog jahanja u Osmijehu.........................................................29
Slika 11: Prikaz staje u Udruzi ...............................................................................33
Slika 12: Prikaz novog člana terapijskog jahanja 2019. godine - Dorine.......................33

Popis tablica

Tablica 1: Tablica SWOT analiza ........................................................................13
Tablica 2: Vrste apiterapija .................................................................................16
Tablica 3: Karakteristične boje različitih vrsta meda ..........................................21
Anketni upitnik

UPITNIK O INOVATIVNIM TURISTIČKIM PROIZVODIMA ZDRAVSTVENOG TURIZMA U SJEVEROZAPADNOJ HRVATSKOJ

Poštovani,

ovaj upitnik dio je istraživanja u sklopu diplomskog rada na temu „Inovativni turistički proizvodi zdravstvenog turizma u sjeverozapadnoj Hrvatskoj“ kojeg provodi studentica Emilija Cvetnić. Zamolila bih Vas da ispunite ovu anonimnu anketu te da na pitanja odgovarate objektivno i iskreno.

Unaprijed se zahvaljujem na uloženom vremenu i trudu!
Spol ispitanika *

- M
- Ž

Dob ispitanika *

- 15-21
- 22-34
- 35-45
- 45-55
- 55 i više
Zanimanje ispitanika *

- učenik
- student
- zaposlen
- nezaposlen
- umirovljenik

Koji vas inovativni proizvodi zdravstvenog turizma više privlače? *

- pčelinji proizvodi/apiterapija
- terapijsko jahanje

Jeste li čuli za pčelinje proizvode i apiterapiju mEDEN u Ludbregu? *

- da
- ne

Ako jeste, kojom ocjenom biste ocijenili takav tip zdravstvenog turizma?

1 2 3 4 5

loše ○ ○ ○ ○ ○ odlično

Ako niste, je li vas ovo motiviralo da posjetite i kušate njihovu ponudu?

- da
- ne
Što vas od navedenog najviše motivira da posjetite mEDEN?

☐ čuveni učinak pčelinjih proizvoda na ljudsko zdravlje

☐ degustacija pčelinjih proizvoda

☐ boravak u prirodi na svježem zraku

☐ znatiželja za novijim oblikom zdravstvenog turizma (apiterapija)

☐ prometna povezanost sa centrom svijeta-Ludbreg

☐ Ostalo:

Na koji način biste promovirali pčelinje proizvode i apiterapiju u svrhu zdravstvenog turizma?

* ☐ društvene mreže

☐ sajmovi

☐ off-line informacije

☐ lokalne turističke zajednice

☐ video stranice

☐ brošure/letci

☐ Ostalo:
Jesu li pčelinji proizvodi i apiterapija dosta razvijeni u sjeverozapadnoj Hrvatskoj?

* 
- da
- ne

Jeste li čuli za Osmijeh-udruhu za terapijsko jahanje u Peterancu?

* 
- da
- ne

Ako jeste, kojom ocjenom biste ocijenili takav tip zdravstvenog turizma?

1 2 3 4 5

loše  o  o  o  o  odlično

Ako niste, je li vas ovo motiviralo da posjetite?

- da
- ne
Je li terapijsko jahanje dosta razvijeno u sjeverozapadnoj Hrvatskoj? *

- da
- ne

Na koji način biste promovirali terapijsko jahanje u svrhu zdravstvenog turizma? *

- društvene mreže
- web stranice
- video stranice
- off-line informacije
- seminari/prezentacije
- brošure
- Ostalo:
Što vas od navedenog najviše motivira da posjetite udrugu Osmijeh?

☐ ljubav prema životinjama

☐ dokazana učinkovita terapijska metoda

☐ tjelesna aktivnost

☐ čist zrak

☐ dobra prometna povezanost, blizina grada Koprivnice

☐ Ostalo:

--------------------------------------------------