

Turizam i prirodni okoliš

Vodopija Milić, Dolores

Master's thesis / Diplomski rad

2015

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:210032>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“ Pula

DOLORES VODOPIJA - MILIĆ

TURIZAM I PRIRODNI OKOLIŠ

Diplomski rad

Pula, 2015.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“ Pula

DOLORES VODOPIJA - MILIĆ

TURIZAM I PRIRODNI OKOLIŠ

Diplomski rad

JMBAG: 376-ED, izvanredni student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Sociologija turizma

Mentor: Doc. dr. sc. Mauro Dujmović

Pula, siječanj 2015.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Dolores Vodopija - Milić, kandidat za magistra poslovne ekonomije turizma i razvoja ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student:

U Puli, 27. 01. 2015.

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. TURIZAM | 3 |
| 2.1. Novi trendovi u turizmu..... | 3 |
| 2.2. Turizam u Republici Hrvatskoj | 7 |
| 2.3. Obilježja hrvatskog turizma..... | 8 |
| 2.4. Globalizacija u turizmu..... | 11 |
| 2.5. Razvoj i tržišno pozicioniranje Republike Hrvatske..... | 12 |
| 2.6. Jačanje konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta | 15 |
| 2.7. Poticanje razvoja turističkog sektora u Republici Hrvatskoj | 17 |
| 2.8. Utjecaj turizma na okoliš u Republici Hrvatskoj | 18 |
| 3. SELEKTIVNI TURIZAM | 22 |
| 3.1. Obilježja selektivnog turizma..... | 24 |
| 3.2. Kriteriji razvrstavanja selektivnih turističkih vrsta | 28 |
| 3.3. Ekoturizam..... | 30 |
| 3.4. Razvoj ekoturizma u Republici Hrvatskoj..... | 32 |
| 3.5. Prirodne vrednote i resursi u Republici Hrvatskoj..... | 33 |
| 3.6. NATURA 2000 područja u Republici Hrvatskoj..... | 35 |
| 3.7. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj | 37 |
| 3.8. Zaštićena područja u Republici Hrvatskoj | 40 |
| 3.8.1. Nacionalni parkovi | 42 |
| 3.8.2. Kategorije zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj | 43 |
| 3.8.3. Projekt MedPAN South | 45 |
| 3.9. Održivi turizam..... | 48 |
| 3.9.1. Budućnost turizma u Republici Hrvatskoj | 53 |
| 4. ZAŠTITA VRIJEDNOSTI PROSTORA I UNAPREĐENJE OKOLIŠA NA PODRUČJU ISTRE..... | 55 |
| 4.1. Primjeri dobre prakse ruralnog turizma u Istri..... | 55 |
| 4.2. Komparativne prednosti ruralnog turizma u Središnjoj Istri | 57 |
| 4.3. Ekološki standardi kao koncept razvoja turizma u Istri | 59 |
| 4.4. Konvencionalna u odnosu na nekonvencionalnu turističku ponudu u Istri | 62 |
| ZAKLJUČAK..... | 64 |
| LITEATURA | 66 |
| POPIS SLIKA..... | 70 |
| POPIS TABLICA..... | 70 |
| SAŽETAK..... | 71 |

1. UVOD

Turizam se u Hrvatskoj javlja 50-ih godina 19. stoljeća i do danas postaje važna gospodarska grana na kojoj se razvija hrvatsko gospodarstvo. Hrvatska je zemlja iznimnih mogućnosti i nalazi se među najposjećenijim turističkim odredištima na Sredozemlju. Posebnu važnost daje održivom razvoju turizma uz očuvanje prirodnih i kulturnih resursa te razvoja koji utječe na dobrobit cjelokupnog društva.

Turisti postaju kritičniji, medijski informiraniji, sve ih manje zanima masovni turizam, a sve se više traži sadržajna, kvalitetnija i maštovitija ponuda. Javljaju se novi oblici turizma koji pružaju mogućnosti za kreativno provođenje godišnjeg odmora. Turistima se pruža mogućnost zadovoljavanja potreba za upoznavanjem novih kultura, provođenja aktivnog odmora i rekreacije te obrazovnog odmora. Turisti su dinamični, traže kraće odmore, više troše i bitan im je odnos cijene i kvalitete.

Selektivni turizam kao suprotnost masovnom turizmu odgovara u cjelini novom konceptu održivog razvitka. Alternativni oblici turizma poput ruralnog turizma, prirodi bliskog ili ekoturizma turistima pružaju sve potrebno da zadovolje njihove individualne želje i potrebe.

Cilj i svrha ovoga rada pod nazivom „Turizam i prirodni okoliš“ je utvrditi mogućnosti stvaranja gospodarskog napretka na osnovi razvoja ruralnog turizma i nezaobilazne ekoturističke aktivnosti uz održavanje privlačnog izgleda okoliša i graditeljske baštine te postizanje konkurentnosti i produljenja sezone.

Postavljena je glavna hipoteza koja ukazuje na ulaganje u održivi razvoj i kvalitetu postojećih kapaciteta istarskog poluotoka i prirode kao najvažnijeg resursa. Cilj je unapređenje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda, razvijanja svijesti o važnosti gospodarskog, društvenog učinka turizma te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja na području Istarske županije. Prvom pomoćnom hipotezom želi se dokazati da turisti nakratko žele pobjeći iz visoko urbaniziranih stresnih gradova u destinacije koje pružaju prirodni okoliš, netaknuto okruženje, autohtonu hranu, lokalne proizvode i žele osjetiti način života lokalnog domicilnog stanovništva. Dok se drugom pomoćnom hipotezom dokazujemo da ulaganjem i obogaćivanjem sadržaja i ponude u Istri dobivamo destinaciju koja je mala regija za potpuni odmor.

Pri izradi rada primijenjena je deduktivna metoda kojom se polazilo od općih činjenica i informacija vezanih za održivi turizam i zaštitu okoliša, metoda kompilacije korištena je za preuzimanje tuđih rezultata istraživanja uz metodu deskripcije i analize slučaja, dok je zaključak izveden metodom sinteze podataka i činjenica do kojih se došlo pisanjem ovog rada te brojna literatura od knjiga do članaka dostupna u tiskanom ili elektroničkom obliku.

Rad je koncipiran u pet dijelova od kojih je prvi dio uvod gdje se ističe turizam kao važna gospodarska grana za hrvatsko gospodarstvo s naglaskom na održivi razvoj uz očuvanje prirodnih i kulturnih resursa za dobrobit cjelokupnog društva. Postavljene su hipoteze koje žele dokazati prednosti gospodarskog napretka na osnovi razvoja ruralnog turizma.

U drugom dijelu opisuje se pojam turizam, novi trendovi u turizmu, obilježja hrvatskog turizma, globalizacija u turizmu, razvoj i tržišna pozicioniranost Republike Hrvatske, jačanje konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta, poticanje razvoja turističkog sektora i utjecaj turizma na okoliš u Republici Hrvatskoj.

Treće poglavlje posvećeno je selektivnom turizmu. Obilježjima selektivnog turizma, kriterijima razvrstavanja selektivnih turističkih vrsta, ekoturizmu, razvoju ekoturizma u Republici Hrvatskoj, prirodnim vrednotama i resursima u Republici Hrvatskoj, natura 2000 područja u Republici Hrvatskoj, ruralnom turizmu u središnjem djelu Istre, zaštićenim područjima, nacionalnim parkovima, kategorijama zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj, održivom turizmu i zaštiti okoliša i budućnosti turizma u Republici Hrvatskoj.

Četvrto poglavlje posvećeno je zaštiti prostora i unapređenje okoliša na području Istre. Razvoju ruralnog turizma, komparativnim prednostima ruralnog turizma, ekološkim standardima i konvencionalnu u odnosu na nekonvencionalnu turističku ponudu u Istri.

Turistička ponuda Republike Hrvatske bazirana je uglavnom na prirodnim ljepotama i bogatstvu te na kulturno - povijesnoj baštini i očito je da se ne mogu očekivati veće promjene bez većih ulaganja u napredak institucionalnog i društveno- političkog okruženja. Predmet samog rada jest ispitati kako obogaćivanje i proširenje dosadašnje turističke ponude može utjecati na razvojne mogućnosti. Potrebno je investiranje u obogaćivanje turističke ponude temeljene na kvaliteti, a ne na povećanju smještajnih kapaciteta i ulaganja u održivi razvoj. Valorizacija okoliša u svakome smislu. Zadnji dio rada je zaključak u kojem se kratko prikazuju spoznaje do kojih se došlo pisanjem diplomskog rada.

2. TURIZAM

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.¹ Obuhvaća rekreaciju, putovanje i odmor.

Turizam je područje ljudske aktivnosti koje se ubrzano razvija, što se odražava kako na gospodarstvo neke zemlje tako i na socijalne uvjete života. Što su ti uvjeti bolji, potencijalni turisti lakše će donijeti odluku o izboru destinacije u kojoj žele provesti odmor. Susretanjem turističke ponude i potražnje razvija gospodarsku makroekonomsku aktivnost u smislu stvaranja instrumentarija i davanja važnosti turizmu u razvojnim politikama zemalja.²

Baznu turističku uslugu turizma³ čine turistički posrednici, hotelijeri, restorateri i ostali objekti usluživanja, prijevozna poduzeća, tematski parkovi, sportski sadržaji, prodaja suvenira, globalni distribucijski i rezervacijski sustavi i sl. Trendovi turizma današnjice su jačanje privatnog sektora u cilju veće fleksibilnosti i prilagodbe djelovanja od javnog, deregulacija tržišta, proces ekonomske integracije putem brojnih asocijacija (EU, NAFTA, APEC, ASEAN) koji također potiču turistička putovanja i cirkulaciju unutar sebe samih. Mijenja se uloga turističkih agencija koje postaju kreatori turističkih doživljaja. Turizam podrazumijeva segment prijevoza do i unutar destinacije koji se u današnjim uvjetima postavlja kao odrednica visokog prioriteta u upravljanju destinacijama.

2.1. Novi trendovi u turizmu

Novi potrošački trendovi, političke promjene, nova tehnologija, fragmentacija tržišta, globalizacija, vertikalna, horizontalna i dijagonalna integracija, zabrinutost zbog okoliša,

¹ Hunziker, W., Krapf J.L.: **Opći plan turističke nastave**, Polygraph, Zürich, 1942., str.85.

² Gržinić, J., "Međunarodni turizam", Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zelina d.d., Pula, 2014., str.16.

³ Trendovi turizma, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 17.10.2014).

gospodarska integracija i mnoga druga važna događanja - sve to pridonosi složenosti upravljanja u turizmu.⁴

Predviđa se da će doći do velikog porasta turizma u sljedećih dvadeset godina. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokovat će nastanak novih tržišta. Promijenit će se sastav turističke populacije. Povećat će se udio starijih osoba u turističkim kretanjima, veći naglasak stavljat će se na individualne godišnje odmore te na obrazovni odmor i aktivnu rekreaciju. Rastuća svijest o potrebi očuvanja okoliša utjecat će na politiku planiranja i turističku potražnju, a priroda, koja predstavlja glavni turistički resurs, sve će više nestajati i biti sve osjetljivija. Zahtijevat će se ekološki, dugoročni pristup planiranja turizma.

Stručnjaci predviđaju deset makro trendova koji će imati znatan utjecaj na potrošača:

1. globalizacija
2. tehnološko ubrzanje
3. mirnodopski rat
4. propast zbog duga
5. promijenjeno ponašanje
6. poticanje rasta
7. "centurizam"(prijelaz sa starog na novo) i očekivanja
8. sindrom blizine doma
9. usredotočenost na sebe
10. istraživanje.⁵

Usluge koje se nude moraju imati univerzalnu privlačnost, a razvoj proizvoda mora naglasiti prilagodljivost. Potrošači će pohrliti onima koji isporučuju sve što pruža udobnost, štedi vrijeme i smanjuje stres. Ulaganje u vlastitu konkurentnost i modernizaciju zbog opasnosti zastarijevanja. Osjećaj sigurnosti pri pružanju usluga, bilo vezano uz samo putovanje, bilo u radnoj okolini, pridonijet će privlačenju i zadržavanju kupaca. Kamate su visoke, a dugovi se otimaju neprestano kontroli kako na razini države tako i na razini pojedinca. Dohodci se smanjuju, kupovna moć slabi i sve to navodi da treba zadržati svoje najbolje kupce i preuzeti tržišni udio svoje konkurencije. Svi opreznije troše, poduzeća, pojedinci, pa čak i države. Ekonomska neizvjesnost i nesigurnost radne okoline

⁴ Vuković, I.,: Suvremeni trendovi u razvoju turizma u EU., *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 12, No. 1, pp. 35-55, 2006.

⁵ Novi trendovi u turizmu, www.masmedia.hr, (Preuzeto: 27.12.2014.)

danas su prisutni u svakodnevnom donošenju odluka. U budućnosti će doći do velikog broja sporazuma, koalicija, mreža, povjeravanja posla vanjskim izvršiteljima, što će potaknuti rast. Svi će se boriti za prevlast.

Uspješna poduzeća znati će iskoristiti prošlost i budućnost, znat će kada je vrijeme za promjenu. Sindrom blizine doma odvraća mnoge od vremenski dugih putovanja. U središte pozornosti dolaze produljeni vikendi. Osnovni razlog je nesigurnost radnih mjesta. Povećat će se želja za "osobno" tj. za brigu o sebi. To se prije svega odnosi na turiste dobne granice ispod 50 godina. Segment stanovništva iznad 50 godina tražit će nove destinacije, baviti se nečim novim, općenito željeti doživjeti nešto novo⁶.

Svjetsko vijeće za putovanja i turizam, odnosno međunarodni forum turističke industrije, izračunava nekoliko indeksa konkurentnosti⁷ koji oslikavaju te čimbenike u više od 200 zemalja:

- indeks konkurentnosti cijena,
- indeks infrastrukture,
- indeks okoliša,
- indeks otvorenosti,
- indeks razvijenosti društva,
- indeks ljudskih potencijala.

Indeks konkurentnosti cijena je ponderirani prosjek indeksa hotelskih cijena, indeksa pariteta kupovne moći, prilagođenog indeksa potrošačkih cijena i poreza na promet robe i usluga. Indeks infrastrukture mjeri konkurentnost infrastrukture i izračunava se na temelju informacija o kvaliteti prometnica, dostupnosti poboljšanih zdravstvenih objekata, vode za piće i željeznice. Indeks okoliša izračunava se temeljem gustoće naseljenosti, emisije ugljičnog dioksida i broja ratificiranih ugovora o okolišu. Indeks otvorenosti uzima u obzir otvorenost turizma te uzima podatke o viznom režimu, obujmu u kojem je država otvorena prema međunarodnom turizmu, otvorenosti trgovine i poreza na međunarodnu trgovinu.

⁶ Vuković, I.,: op.cit., str. 35-55.

⁷ Indeks konkurentnosti, <http://www.konkurentnost.hr/>, (Preuzeto: 17.10.2014.)

Kada govorimo o trendovima ili općim društvenim⁸ promjenama, ističe se značajni utjecaj novih turističkih oblika ili tema koji su relevantni za budući razvoj sektora:

1. turizam i održivost:

- izuzetno povećana svijest o utjecaju masovnog turizma na okoliš;
- nova društvena svijest odnosno interes za autentičnim, malim i lokalnim iskustvima godišnjeg odmora;
- novi turist (koji jede u lokalnim restoranima, koristi se lokalnim vodičima, u potrazi za istinitom pričom 'iza' destinacije);
- 'uradi-sam' putnici (zahtjevniji, a ujedno i odgovorniji).

2. turizam i dostupnost:

- gotovo 40 milijuna ljudi u Europi su osobe s posebnim potrebama. Oni su također turisti pa već s komercijalne točke gledišta ove potrošače ne treba zanemariti.

3. turizam i ruralna te kulturna baština:

- postoji jasno rastuće tržište za netradicionalne turističke destinacije.

4. turizam i mir:

- uz turizam se vežu pojmovi tolerancije, kulturne razmjene, upoznavanja s drugim, stvaranja općeg dobra i prijateljstva.

5. turizam i sport:

- to je brzo rastući segment individualnog i skupnog turizma koji ide dalje od Olimpijskih igara.

6. turizam i zdravlje:

- zdrav život i promidžba zdrave ishrane među potrošačima postat će prioritet za turističke tvrtke;
- turističke tvrtke blisko će surađivati s medicinskim stručnjacima;

⁸ Trendovi i vještine potrebni u turizmu današnjice, <https://bib.irb.hr/>, (Preuzeto: 17.10.2014.)

- putnici će biti bolje obrazovani o zdravstvenim rizicima na putovanju općenito.

7. turizam i tehnologija:

- širokopojasni Internet revolucionarizirati će komunikacijsku kulturu i potaknuti elektroničku kulturu; izravno će utjecati na način (samo)organizacije godišnjeg odmora;
- mobilni telefoni postat će osobna sredstva organizacije putovanja;
- agenti umjetne inteligencije u našim kompjutorima imat će ulogu osobnih tour-operatora;
- virtualni godišnji odmor postat će stvarnost.

Turizam je još uvijek specifičan sektor pa, stoga zahtijeva i specifična znanja⁹. Radnoj snazi, ipak, potrebna su još uvijek opća i osnovna znanja i vještine. Nepoznavanje stranih jezika nedavno su nacionalne turističke zajednice nekih europskih zemalja prepoznale kao stalan problem pa čak i kao kompetitivni nedostatak. Poduzetništvo, koncept koji je još nejasno definiran, sve se aktivnije uključuje u obrazovanje, a predavači razvijaju taj pojam i razmišljaju o uvođenju koncepta čak već i na obaveznim obrazovnim razinama.

2.2. Turizam u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska bilježi rast turističkog proizvoda te je na putu da turizam postane aktivni generator razvoja gospodarstva.¹⁰ U cilju da se pravilno pozicionira na dinamičnom i konkurentnom tržištu potrebno je da prati suvremene trendove kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Područje Republike Hrvatske posjeduje raznolik i očuvan prirodni i kulturni potencijal što treba očuvati i zaštititi kako bi se turizam mogao dugoročno razvijati. Republika Hrvatska ima idealnu poziciju za najbolje moguće iskorištavanje tih novih mogućnosti. Mnogim je budućim turistima ona relativno „nova“

⁹ Trendovi i vještine u turizmu, <https://bib.irb.hr/>, (Preuzeto: 17.10.2014.)

¹⁰ Turizam u Republici Hrvatskoj, www.hrvatska21.hr, (Preuzeto: 15.10.2014.)

destinacija, ima izrazito raznovrstan krajobraz i bogatu biološku raznolikost, kao i mnoge aktivne kulturne tradicije. Od bujnih zelenih poplavnih nizina u Slavoniji do planinskih vrhova Velebita, od idiličnoga ruralnog krajobraza Istre do dramatične dalmatinske obale i mirisnih otoka raspršenih po mirnom Jadranu – Hrvatska nudi nešto za svačiji ukus. Mjesta poput Nacionalnog parka Plitvička jezera već imaju koristi od rastućeg zanimanja za ekoturizam i nude jedinstveno, ali sigurno i pristupačno iskustvo prirode stotinama tisuća turista svake godine.

U osnovi hrvatski turizam još uvijek obilježava:

- nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga;
- pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju;
- rast temeljen ponajviše na ekspanziji obiteljskog smještaja u kućanstvima;
- nedostatak kvalitetne hotelske ponude praćen nedovoljnom investicijskom aktivnošću;
- nedovoljno dobra povezanost zračnim i morskim putem;
- statičan sustav nacionalnog marketinga;
- premalen broj globalno brendiranih destinacija;
- neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura;
- naslijeđena orijentacija lokalnog stanovništva prema sezonskom poslovanju.

Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti. Turizam mora postati glavni pokretač razvoja.

2.3. Obilježja hrvatskog turizma

Do nedavno su hrvatski turizam karakterizirali skromni kapaciteti, nepovoljna struktura i lokacija, nedovoljna iskorištenost, nezadovoljavajući stupanj komfora i niska razina usluga. U primorskim su mjestima Hrvatske bila locirana preko 88 % hotelskih kapaciteta, dok ih je nedovoljno bilo uz prometnice i u nekim nacionalnim parkovima te planinsko-rekreacijskim

centrima. Tada kao posljedica nepostojanja čvrstih, kontroliranih standarda u gradnji i opremanju, hotelski objekti u Hrvatskoj imali su nizak komfor. Sve su više postajali nekonkurentni i odgovarali uglavnom masovnom turizmu. Tome je pridonijela i tadašnja zastarjela kategorizacija ugostiteljskih objekata. Skroman komfor i neredovito održavanje smještajnih kapaciteta, slaba motiviranost i upitna profesionalnost rezultirali su nedovoljno kvalitetnom turističkom ponudom. Da bi nužan proces promjena na bolje što prije otpočeo, potrebno je bilo uskladiti standarde u ugostiteljstvu sa standardima zemalja s kojima namjeravamo surađivati i konkurirati na međunarodnom turističkom tržištu. Svakako je bilo nužno uspostaviti i provoditi takvu strategiju razvoja po kojoj bi Hrvatska u svijesti potencijalnih turista izgubila image jeftine destinacije masovnog turizma.

Danas se turizam razvio u važnu društvenu i ekonomsku pojavu.¹¹ U turizam se uključuje velik broj ljudi i postaje okosnica gospodarskog razvoja.

Unatoč svim nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju¹², turizam je značajno podigao svoje poslovne rezultate, osobito od 2000. godine, a u vrijeme globalne krize proteklih nekoliko godina pokazao visoku rezistentnost, što je potvrđeno stopama rasta višim od onih što su ih postigle zemlje u konkurentskom okružju (Mediteran). Strategija razvoja turizma RH do 2020. daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati te utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšavanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja. Konačno, budući da je riječ i o dokumentu koji bi trebao osigurati uklapanje Hrvatske u konsolidiranu turističku politiku Europske unije.

Radi sagledavanja postojeće tržišne pozicije Hrvatskog turizma, formirana je SWOT¹³ matrica u kojoj su jasno iskazane prednosti i nedostaci, te mogućnosti i ograničenja, bitna za tržišni nastup i budući turistički razvoj Hrvatske.

¹¹ Ružić, P., **Ruralni turizam**, Tiskara Jakovčić, Poreč, 2009., str. 6.

¹² Turizam danas, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, (Preuzeto: 17.01.2015.)

¹³ SWOT – engleska kratica za Strengths (prednosti), Weaknesses (nedostaci), Opportunities (mogućnosti) i Threats (opasnosti)

Tablica 1: SWOT analiza hrvatskog turizma

| HRVATSKI TURIZAM | |
|---|--|
| <p>SNAGE</p> <p>Prirodne atraktivnosti Ekološki očuvana okolina Klima Gostoljubivost stanovništva Geoprometni položaj s obzirom na glavna emitivna tržišta: najbliži izlaz na toplo more za veliki dio srednje Europe Kulturno bogatstvo Turistička razvijenost Poduzetnička aktivnost u stvaranju bogatstva novih sadržaja Afirmacija malih obiteljskih hotela Stogodišnja turistička tradicija nekih turističkih mjesta (npr. Opatija) Okretanje tržišnoj ekonomiji Preferencije stranog kapitala Uvođenje europskih standarda</p> | <p>SLABOSTI</p> <p>Nedostatak identiteta Pomanjkanje jasne strategije Nedovoljna informiranost javnosti o kvaliteti turističkih resursa i bogatstvu kulturno-povijesne baštine Nedovoljno jak marketing Ovisnost o turoperatorima Loša turistička infrastruktura Nedovoljna raznovrsnost izvanpansionske ponude Uređenost okoliša Loša prometna povezanost s Europom, te ostalim zemljama Nizak stupanj kvalitete proizvoda Nemotiviranost i nestručnost ljudskog potencijala Sezonalnost Nepovoljna razina cijena i troškova</p> |
| OKOLINA | |
| <p>ŠANSE</p> <p>Daljnji razvoj turističke potražnje Repozicioniranje hrvatskog turizma, prepoznatljiv image Povećanje kvalitete usluga Povećan interes individualnih gostiju Obrada novih: istočnoeuropskih, SAD i dalekoistočnih tržišta Okretanje odgovornijim oblicima turizma (eko turizam) Konkurentnost novih proizvoda Razvoj telekomunikacijske tehnologije</p> | <p>RIZICI</p> <p>Oštra konkurencija Geografska koncentracija tržišta Posljedice rata Uspostavljanje jedinstvenog tržišta Europe zbog zadržavanja turističkog prometa unutar granica zajednice Nemogućnost brze prilagodbe promjenjivim turističkim potrebama Spora izgradnja turističke infrastrukture zbog nedostatka financijskih sredstava Spora privatizacija</p> |

Izvor: www.masmedia.hr, (Preuzeto: 15.10.2014.)

Svijest o potrebi očuvanja okoliša je u Republici Hrvatskoj u porastu, a priroda predstavlja glavni turistički resurs za koji je potreban dugoročni i ekološki pristup planiranja turizma.

2.4. Globalizacija u turizmu

Globalizacijska funkcija turizma ne proistječe samo iz činjenice da je on suvremeni fenomen, često poistovjećen s trenutno vodećom svjetskom industrijom, nego joj je uzročnik sve veća brzina razmjene ekonomskih i ostalih utjecaja između turista i lokalnih zajednica. Turistička kretanja sve više poprimaju globalna obilježja, pojavljuju se sve intenzivnije koncentracije subjekata što sudjeluju na turističkom tržištu kako bi se moglo odgovoriti o naraslim zahtjevima turističke potražnje.¹⁴ Iako je već u proteklom razdoblju turističkoga razvoja nastao u međunarodnom turizmu veliki broj koncentriranih poduzeća, može se zaključiti da je globalizacija u turizmu pojava novijeg datuma, poznata kao megatrend suvremenoga turističkog tržišta. Na strani turističke potražnje došlo je do promjena u strukturi turističkih potreba, koje tako izlaze iz okvira industrijskoga turističkog modela i oblikuju turizam u skladu s novim životnim obrascem i s novim vrijednostima nastalima pod utjecajem globalizacije. Konkurencija na turističkom tržištu postaje sve oštrijom, ne samo među zemljama jedne regije nego i među regijama na svjetskoj, globalnoj razini. Za turiste se bori sve veći broj postojećih, ali i novih destinacija. Prije otežana mogućnost supstitucije izbora destinacije unutar jedne regije, prerasta u mogućnost supstitucije izbora destinacije druge svjetske regije, i to bez obzira na njezinu udaljenost. Promjene izazvane globalizacijskim procesima izravno zahvaćaju nositelje poslovnih aktivnosti unutar turističkog sektora. Ako neki segment turističkog tržišta želi postati konkurentnim, ne može zaobići pridruživanje svjetskim grupacijama jer će, u protivnom, biti istisnut s tržišta.

Nositelji procesa globalizacije na turističkom tržištu su turističko ugostiteljska poduzeća koja svoje proizvode i usluge nude na svjetskom turističkom tržištu, i to na jedinstvenoj i unificiranoj potrošačkoj bazi. Masovnost koja je okarakterizirala suvremeni turizam nužno dovodi do koncentracije nositelja turističkih aktivnosti, i oni se sve više nastoje prilagođivati novonastalim tržišnim zahtjevima.¹⁵ To se prije svega odnosi na poslovne integracije kako bi se, na neki način, mogao zauzeti što bolji položaj u okruženju oštre konkurencije nositelja turističkih aktivnosti.

¹⁴ Pavlič I.: Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi, „Naše more” 51(2004.),5-6; str. 215.

¹⁵ Borković, V., Kobašić, A., **Poslovanje ugostiteljskih poduzeća**, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1993, str. 85.

Unatoč tome što su globalno i regionalna gospodarstva¹⁶ suočena s brojim neizvjesnostima i rizicima kao i opravdanim oprezom, otvaraju se nove prilike i mogućnosti razvoja pa mjesta za optimizam ima. Globalizacija ne mora nužno značiti i gubitak kulturnog identiteta društva. To se može izbjeći promjenom percepcije, svijesti i ponašanja spram okruženja, kulturnih vrijednosti i naslijeđa, kao i gastronomske tradicije koja mora započeti promjenama na individualnoj razini. Ne poznavajući vlastite vrijednosti, kao i vrijednosti i baštine društva kojem se pripada i koji dobrim dijelom oblikuje ljude, ne možemo sagledati i prihvatiti vrijednosti drugih kultura. Ovakvim konceptom moguće je ostvariti i drugačije sagledavanje i vrednovanje kulture, što otvara prostor za drugačiji pristup promociji i razvoju turističkih destinacija.

2.5. Razvoj i tržišno pozicioniranje Republike Hrvatske

Hrvatski turistički sektor omogućiti će promjenu smjera budućeg razvoja i tržišnog pozicioniranja Republike Hrvatske¹⁷ kao cjelovite i kvalitetne turističke destinacije. Prvi korak je dovršenje Glavnog plana i Strategije razvoja hrvatskog turizma, a što će uz postavljanje glavnih smjernica i strateškog okvira održivog razvoja hrvatskog turizma, definirati i ključne projekte kroz prostornu i vremensku dimenziju cjelovitog razvoja hrvatskog turističkog sektora. Omogućiti će definiranje Hrvatske kao zemlje doživljaja za različite turističke segmente sukladno njenim komparativnim prednostima i snažnije generiranje pozitivnih ukupnih društvenih učinaka na principima održivosti. Sve će se to postaviti u okvir razvojnog konteksta ukupnog nacionalnog gospodarstva i društva u cjelini. Osim ovih polazišnih smjernica kroz glavne gospodarske politike makroekonomskog okvira stvorit će se preduvjeti za konkurentnost cijelog turističkog sektora. Uz to ostvarit će se potpuni zaokret u razvojnog segmentu kako bi se s destinacijskog gledišta provela kvalitetna privatizacija preostalog državnog portfelja i omogućila ubrzana priprema i realizacija brown-field i green-field projekata u hrvatskom turizmu. Neophodno je spomenuti i novo tržišno i marketinško repozicioniranje na globalnom tržištu sukladno ostvarivanim i predvidivim razvojnim dosezima i promjenu modela upravljanja destinacijama od nacionalne do nižih razina, koji će u punom smislu te riječi omogućiti sinergiju djelovanja na svim razinama kroz suradnju javno-javnog,

¹⁶ Horvatić, A., Bačić, L., Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude u Hrvatskoj, 2012., Vol.3, No1, str.165-172.

¹⁷ Pozicioniranje Hrvatske kao vodeće europske destinacije, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 15.10. 2014)

javno-privatnog i privatno-privatnog sektora ne isključujući iz toga i sve one dionike iz civilnog sektora našeg društva koji će pripomoći tom procesu. Naravno, uz sve to skupa potaknut će se snažniji i kvalitetniji razvoj segmenta ljudskih resursa u turizmu. U vrlo bliskoj suradnji s glavnim nosiocima politike obrazovanja nastavit će se aktivnosti na daljnjem jačanju interesa mladih za zanimanja u turizmu, koncentracija kvalitete obrazovanja na nacionalnoj i regionalnim razinama, poboljšanje kvalitete i udjela praktičnog rada i nastavak unapređenja suradnje sa privatnim sektorom.

Hrvatska je do 1990.-tih godina gradila image destinacije s čistim morem i prekrasnom obalom, a nedovoljna pažnja poklanjala se je tradiciji i velikom povijesnom i kulturnom nasljeđu, koje je moglo utjecati na daljnji turistički razvoj naše zemlje. U novije vrijeme Hrvatska postiže porast broja turističkih dolazaka iz rastućeg broja emitivnih zemalja. Udio turizma u ukupnom BDP-u Hrvatske je (14%)¹⁸. Raste broj zaštićenih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara te dolazi do povećanja ulaganja u turističku i prateću infrastrukturu. Sve je raznovrsnija turistička ponuda vezana za prirodne i kulturne atrakcije, originalnost, raznolikost i obilje objekata kulture određuju snagu spontane turističke privlačnosti i povećavaju vrijednost cjelokupne turističke ponude svakog mjesta¹⁹.

Nekada se premalo pažnje posvećivalo osmišljavanju “događaja” kao kapitalnog sadržaja turističke destinacije, iako za mnoge turizam u svojoj ukupnosti nije bio ništa drugo do ugođaja, odnosno doživljaja koji treba biti središnjim razlogom turističkog dolaska.²⁰

U današnje vrijeme velikih promjena treba istaknuti da je jedna od najpoznatijih svjetskih međunarodnih organizacija koja se bavi umrežavanjem u području kreativnog turizma Creative Tourism Network²¹ iz Barcelone nagradila projekt Istra Inspirit kao najbolji u kategoriji kreativnih doživljaja u 2014. godini. Upravo se u kreativnom turizmu naglasak stavlja na valorizaciju neiskorištenih postojećih resursa kulturne i povijesne baštine te pronalaženje inovativnih načina uključivanja posjetitelja destinacije u život lokalne zajednice i istraživanje njezine materijalne i nematerijalne kulturne baštine, što i jesu

¹⁸ Turizam, <http://croatia.eu/article.php?id=34&lang>, (Preuzeto: 25.01.2015.)

¹⁹ Alfier, D.: **Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma**, Turizam – izbor radova, Zagreb, 1994., str. 191.

²⁰ Borković, V.: **Strateški marketinški plan turističke destinacije s posebnim osvrtom na Dubrovnik**, Tržište, 1-2/95, Zagreb, 1995, str. 417, prema: Vukonić, B.: **Povratak proizvoda, Ugostiteljstvo i turizam**, Zagreb, 1994., br. 7/8, str. 24.

²¹ Istra-Inspirit, <http://www.regionalexpress.hr/site/more/creative-tourism-awards-za-istra-inspirit>, (Preuzeto:26.01.2015.)

načela projekta Istra Inspirat. Upravo su inovativnost i kreativnost u kreiranju kulturnih turističkih doživljaja elementi kojima se Istra Inspirat isticao i dosad, a ova je nagrada dodatni motivator za buduća postignuća.

Hrvatska već duži niz godina koristi prirodne ljepote kao glavnu privlačnu snagu turističke ponude, međutim danas, kada turističko tržište postaje sve zahtjevnije i traži raznolik, sadržajnu i nadasve aktivnu turističku ponudu, to više nije dovoljan čimbenik atraktivnosti. Zbog jake konkurencije koja je posljednjih godina djelovala na povećanje kvalitete i diferencijaciju svog proizvoda, više nije moguće samo pojedinačnim marketinškim aktivnostima, koristeći se cijenom i promocijom, utjecati na poboljšanje tržišne pozicije naših turističkih destinacija. Nije više osnovno pitanje gdje provesti odmor, jer se standardi u pogledu smještaja, prehrane i prijevoza mogu, uglavnom, svugdje ispuniti, već je pitanje kako provesti odmor, a ono podrazumijeva visoku kvalitetu i bogat sadržaj boravka u odabranoj destinaciji.²² Današnji trendovi turističkog razvoja baziraju se na aktivnijem, sadržajnijem i zdravijem provođenju godišnjeg odmora, što govori da prilikom donošenja odluke o izboru određene turističke destinacije, presudnu ulogu imaju cjelokupni doživljaj i uvjeti boravka u odabranoj destinaciji.

Ekologija, kultura, identitet destinacije²³, aktivan odnos prema odmoru i rekreaciji, novi oblici i sadržaji ponude, tematski parkovi i zdravlje neki su od trendova u diferenciranju turističkih interesa.

Turizam ulazi u razdoblje stalnog rasta turističkog prometa²⁴ i potrošnje, veće konkurencije među destinacijama, boljeg poznavanja ponude turističkih destinacija i mogućnosti putovanja i povećanih zahtjeva potrošača pri odabiru modela putovanja i turističkog proizvoda/usluge, pridavanja veće pozornosti utjecaju turizma na gospodarstvo, društveno - kulturni razvoj i okoliš, te razvoja tehnologije, posebno kompjutorskih informacijskih i rezervacijskih sustava.

²² Ibidem, str. 418.

²³ Razvojna strategija hrvatskog turizma, Ministarstvo turizma, N.N. 113/93., str. 2589.

²⁴ Borković, V., op. cit., str. 418.

2.6. Jačanje konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta

Cilj kojem Vlada Republike Hrvatske teži je postizanje visoke razine kvalitete u svim segmentima, što podrazumijeva kvalitetu kadrova koji pružaju usluge, kvalitetu same usluge, smještaja, organiziranog boravka, popratnih usluga odnosno kvalitetu ukupnog turističkog doživljaja. Konkurentnost Hrvatske na zahtjevnom turističkom tržištu ovisi o razvoju i oblikovanju novih te poboljšanju postojećih turističkih proizvoda i usluga, odnosno jačanju konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta. Treba poboljšati nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta i unaprijediti kvalitetu ponude, poticati jačanje segmenta malog i srednjeg poduzetništva u turizmu. U cilju proširenja turističke ponude, povećanja potrošnje, bolje iskorištenosti prirodnih i kulturnih potencijala, povezivanja turističke ponude plave i zelene Hrvatske, Ministarstvo turizma nastavit će poticati razvoj i unapređenje posebnih oblika turizma, posebice u turistički manje razvijenim područjima. S obzirom da je prostor i očuvan okoliš prepoznat kao najvredniji nacionalni turistički potencijal, planirane su prioritetne razvojne mjere prvenstveno usmjerene na korištenje već zauzetog prostora i postojećih turističkih kapaciteta odnosno njihove obnove, rekonstrukcije, modernizacije i općenito podizanja kvalitete u skladu sa zahtjevima suvremenog turističkog tržišta. Programi Ministarstva turizma usmjereni su prije svega podržavanju turističkih inicijativa i stvaranju ukupnog okruženja na svim razinama i posebice na turistički nedovoljno razvijenim i ruralnim područjima za intenzivniji razvitak turizma.²⁵ Pri tome su programski kriteriji razvoja usmjereni na: stvaranje novih turističkih kapaciteta, izvornih hrvatskih turističkih proizvoda koji se temelje na uključivanju našeg ukupnog prirodnog, povijesnog, kulturnog i posebice arhitektonskog naslijeđa u kreiranje različitog i turistički atraktivnog novog proizvoda, razvoj posebnih oblika turizma (seoski, kulturni, zdravstveni, eno-gastronomski, ekoturizam, lovni, ribolovni, avanturistički, vjerski, omladinski i dr.) što će sve doprinijeti povećanju udjela turizma na kontinentu u odnosu na narativni te afirmirati dalmatinsko zaleđe i unutrašnjost otoka. Taj je proizvod prihvatljiv potrošaču i na globalnoj razini te osigurava razvoj održivog turizma kao komplementarnog dijela ukupne nacionalne turističke ponude.

²⁵Konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 29.10.2014.)

Strategijom razvoja turizma RH do 2020. pokreću se brojne mjere koje imaju za cilj stvoriti uvjete koji će osigurati dugoročno tržišno održivo poslovanje i investiranje. Uz aktivnosti vezane uz marketing i razvoj proizvoda te razvoj ljudskih potencijala i upravljanje turističkom politikom, stvaranje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja zasnovano je na uklanjanju ograničenja poduzetničke i investicijske aktivnosti, smanjenju fiskalne presije, realizaciji sustava poticaja te utvrđivanju novih pravila upravljanja i etažiranja hotelskih kompleksa/resora.

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su prije svega strukturni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond), Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. U tom smislu značenje Strategije razvoja turizma RH do 2020. od ključne je važnosti, budući da je strateška utemeljenost osnovno načelo za definiranje i izradu nacionalnih operativnih programa i prioriteta sukladno glavnim ciljevima strategije Europa 2020. i izvedenim tematskim ciljevima pojedinih financijskih perspektiva, a temeljem kojih se pripremaju projekti koji povlače sredstva iz fondova EU. Strategija razvoja turizma RH do 2020.²⁶ ima veliko značenje prije svega u definiranju osnovnih obilježja i ograničenja te smjernica i procjena budućeg razvoja, kako bi se jasno utvrdila područja u kojima će se moći koristiti fondovi EU za sufinanciranje projekata razvoja hrvatskog turizma. Upravo to što ovaj dokument jasno definira poziciju hrvatskog turizma za razdoblje do 2020. godine potpuno se poklapa sa sadašnjom i budućom financijskom perspektivom EU u drugoj polovici 2013. godine i od 2014. do 2020. godine. Strateške odrednice pretočit će se kroz proces programiranja u operativne programe i prioritete kojima će biti cilj što kvalitetnije povlačenje sredstava EU za projekte iz područja turizma, koji su sukladni strateškim odrednicama i tematskim ciljevima financijskih perspektiva EU.

2.7. Poticanje razvoja turističkog sektora u Republici Hrvatskoj

Poticanje razvoja turističkog sektora planira se provoditi kroz postojeće programe subvencioniranja kreditnih programa u turizmu²⁷, ali i nove programe unapređenja turističkog sektora i razvoja novih proizvoda održivog turizma. Ministarstvo turizma u suradnji s bankama provodi poticajne kreditne programe od kojih je najznačajniji Program kreditiranja malog obiteljskog poduzetništva u turizmu „Poticaj za uspjeh“. Uz poticanje poduzetništva, cilj Programa je proširenje smještajne ponude sa objektima manjeg kapaciteta, ali veće kvalitete. Sredstva su strogo namjenski ulagana u kupnju, izgradnju, adaptaciju ili uređenje objekata vrste hotel i pansion do 40 smještajnih jedinica, aparthotel do 20 apartmana i kamp do najviše 100 parcela. Program se temelji na kreditnim sredstvima banaka i sredstvima Ministarstva turizma za subvencioniranje kamate u odobrenim kreditima. Nakon završenog ulaganja, dovršeni objekt mora zadovoljiti kategoriju od minimalno „3 zvjezdice“ za hotel i aparthotel, odnosno „komfor“ za pansion. Realizirani projekti po ovom Programu značajno su doprinijeli poboljšanju strukture smještajnih kapaciteta. Hrvatska ima i vrlo dobro razvijene instrumente javnih politika u obliku programa za dodjelu nepovratnih sredstava, programa kreditnih jamstava, subvencija kamatnih stopa i fondova gospodarske suradnje.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske²⁸ aktivno sudjeluje u svim aktivnostima na razini Vlade Republike Hrvatske i surađuje s drugim središnjim tijelima državne uprave iz operativne strukture u procesu priprema za povlačenje sredstava u drugoj polovici 2013. godine i procesu programiranja za financijsku perspektivu 2014.-2020. Taj cijeli postupak u konačnici će definirati pozicije svih sektora hrvatskog društva i gospodarstva u odnosu na mogućnosti povlačenja sredstava EU fondova, kao i moguću ulogu Ministarstva turizma kao posredničkog tijela u operativnoj strukturi za financijsku perspektivu 2014.-2020.

Politika za malo gospodarstvo nije se dostatno vrednovala, bilo na osnovi ex-ante (prethodne), bilo na osnovi ex-post (naknadne) evaluacije i to se mora promijeniti.

²⁷ Malo gospodarstvo, u skladu sa Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, NN 63/07, NN 53/12), obuhvaća mikro, male i srednje gospodarske subjekte (obrtne, trgovačka društva i zadruge). <http://www.minpo.hr/>, Preuzeto:(29.10.2014.)

²⁸ Razvoj turističkog sektora, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (Preuzeto:28.01.2015.)

Strategija razvoja poduzetništva 2013. – 2020. godine izravan je odgovor na kratki prikaz uvjeta s općim ciljem povećanja konkurentnosti maloga gospodarstva u Hrvatskoj.

2.8. Utjecaj turizma na okoliš u Republici Hrvatskoj

Hrvatska, u usporedbi s drugim europskim zemljama, ima visoku razinu očuvanosti prirode i osobito se ističe očuvanošću ekoloških sustava i staništa, zemlja je to velike biološke i krajobrazne raznolikosti. Smanjivanjem stupnja te raznolikosti narušava se ekološka ravnoteža, pa se može reći da to na globalnoj razini ugrožava biljne i životinjske vrste, te samog čovjeka. To je veća naša odgovornost za ono što ćemo ostaviti budućim naraštajima, te stoga održiv razvitak u gospodarskom, ekološkom i sociokulturnom smislu postaje sastavnicom promišljena djelovanja u većini zemalja. Održiv, ili obziran razvoj podrazumijeva život unutar prihvatnog kapaciteta okoliša, dakle, u kojoj će mjeri ekološki sustav moći prihvatiti raznolike ljudske djelatnosti i iskorištavanje resursa bez trajne štete za sustav i kvalitetu života ljudi. Smanjenje pritiska na okoliš može se postići sinergijom društvenoga, političkoga i tržišnog djelovanja, a nama je, u ovom slučaju, važan zajednički angažman u očuvanju i pravilnom korištenju resursa u turizmu. Upravo zato održiv turizam ima poveznicu s ekoturizmom koji stvara novu kategoriju odgovornog putnika. Ekoturizam znači i odgovoran turizam radi svoje usmjerenosti na usklađen odnos čovjeka i prirode, ali i stoga što se dio zarade od njega koristi za zaštitu okoliša. U hrvatskom je turizmu posljednjih godina postignut veliki napredak, ali i dalje je potrebno ulagati u razvoj, i to ponajprije u poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga, ali i promociju očuvana okoliša i prepoznatljivosti Hrvatske kao turističkog odredišta koje, uz postojeće mjere zaštite, poglavito obalnog pojasa, razvija visokokvalitetnu izvornu turističku ponudu. Naša je zemlja bogata raznolikim prirodnim i kulturnim vrijednostima, ali je također zanimljiva i enološka i gastronomska ponuda po regijama. Autohtoni specijaliteti naših kuhinja poznati su i traženi, posebice u ugostiteljskoj ponudi seoskog turizma. Stoga se posljednjih godina u Hrvatsku, osim zbog odmora i opuštanja, sve više dolazi radi zabave, uživanja u jelu i piću, a i sve je više onih koje zanimaju kulturne znamenitosti i očuvan okoliš. Pristup turizmu prema načelima održiva razvoja sukladan je općeprihvaćenim načelima iz kojih je proistekao niz međunarodnih konvencija, poput one o

zaštiti biološke raznolikosti kojoj je Republika Hrvatska pristupila početkom 1997. godine. Sabor Republike Hrvatske stoga je i prihvatio Deklaraciju o zaštiti okoliša u kojoj, među ostalim, stoji:²⁹ “Republika Hrvatska u svijetu prepoznatljiva kao zemlja izrazito bogata raznolikim prirodnim vrijednostima, kao što su primorje i otoci, plodna tla, vode i vodotoci, samonikle šume te brojne jedinstvene i svjetski priznate ljepote, opredjeljuje se za gospodarski održiv razvitak utemeljen na opstojnoj poljoprivredi i šumarstvu, pomorstvu i turizmu te gospodarstvu i industriji zasnovanoj na ekološki dopustivim tehnologijama”. To je ohrabrilu i mnoga mala obiteljska gospodarstva na razvoj lokalnih turističkih proizvoda (najam smještaja, restorani...) koji se temelje na prirodnim bogatstvima. No ne moraju sve inicijative u ekoturizmu biti velikog razmjera. Štoviše, većina aktivnosti je mnogo manjeg razmjera i lokalizirana, ali čak i tom segmentu poslovanje cvjeta u cijeloj Europi zahvaljujući povećanom zanimanju za ekoturizam.

Temeljni ciljevi politike zaštite okoliša u Hrvatskoj jesu³⁰:

1. trajno očuvati izvornost biološke raznolikosti prirodnih zajednica i ekološke stabilnosti,
2. očuvati spomenike kulturne baštine i temeljne vrijednosti prirodnog nacionalnog blaga,
3. racionalno koristiti i gospodariti prirodnim resursima poticati korištenje prirodnih izvora energije,
4. poticati uporabu proizvoda i proizvodnih postupaka najpovoljnijih za okoliš,
5. predviđati, pratiti, sprječavati, ograničavati i otklanjati nepovoljne utjecaje na okoliš,
6. razvijati svijest o potrebi zaštite okoliša u odgojnom i obrazovnom procesu,
7. obavještavati javnost o stanju okoliša i njezinom sudjelovanju u zaštiti okoliša,
8. povezati sustav i institucije zaštite okoliša RH s međunarodnim sustavom i institucijama.

²⁹ Utjecaj turizma na okoliš u Republici Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/userdocsimages/120516-strateski-p-mint.pdf>, (Preuzeto: 19.10.2014.)

³⁰ Temeljni ciljevi politike zaštite okoliša u Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/userdocsimages/120516-strateski-p-mint.pdf>, (Preuzeto: 29.10.2014.)

Polazeći od stanja okoliša u Republici Hrvatskoj, preuzetih međunarodnih obveza i ciljeva, mogu se prepoznati slijedeći opći prioriteti:

1. striktna provedba propisa zaštite okoliša,
2. podizanje svijesti o potrebi zaštite okoliša, tj. obrazovanje za okoliš,
3. integralni pristup u borbi protiv zagađivanja (osobito zraka, mora, vode i tla) i djelovanje usmjereno k prevenciji nastanka otpada,
4. održivo gospodarenje prirodnom baštinom i prirodnim resursima,
5. reduciranje potrošnje energije iz neobnovljivih izvora,
6. unaprjeđenje kakvoće okoliša urbanih sredina,
7. unaprjeđenje zdravlja i sigurnosti, osobito kroz upravljanje industrijskim hazardima.

Prioritetne teme za Republiku Hrvatsku³¹:

1. otpad: ne postoji strategija gospodarenja otpadom, stalni rast količina otpada s nepouzdanim podacima o količinama i tokovima, mali udio organiziranog skupljanja i zbrinjavanja s rudimentarnom separacijom otpada na mjestu nastanka, nedostatak uređaja za obradu otpada (spalionice), loše riješeno konačno odlaganje za sve vrste otpada, osobito opasnog i industrijskog, nesposobnost proizvođača otpada da snose realnu cijenu zbrinjavanja otpada,
2. vode: stalno povećanje razine onečišćenja voda, povremena intenzivna zagađenja,
3. kakvoća zraka: najveći pritisak vrši promet,
4. Jadransko more, otoci i obalno područje: nužno je planiranje i provođenje cjelovitog sustava upravljanja obalnim područjem,
5. tlo,
6. zaštita prirode i bioraznolikosti: u usporedbi sa stanjem ekoloških sustava većine drugih zemalja srednje i zapadne Europe, Hrvatska se odlikuje visokim stupnjem očuvanosti prirode,

³¹ Prioritetne teme za Republiku Hrvatsku, <http://www.mint.hr/userdocsimages/120516-strateski-p-mint.pdf>, (Preuzeto: 29.10.2014.)

7. okoliš urbanih sredina: RH ima 122 grada, koji obuhvaćaju oko 12% naseljenog teritorija i oko 63% ukupnog stanovništva RH. Najveći problemi gradova su: zbrinjavanje otpada, otpadne vode, kakvoća zraka, voda za piće, buka, neravnomjerna urbanizacija, nedostatak javnih prostora i zelenih površina.

Ostale bitne teme za RH: kemikalije, klimatske promjene, upravljanje rizicima: industrijske nesreće, nuklearne nesreće i zaštita od zračenja, genetski modificirani organizmi. Utjecaj na okoliš može biti smanjen racionalnom upotrebom resursa, smanjenjem emisija u zrak, tlo, vode te smanjivanjem količine otpada kroz odvojeno sakupljanje otpada i recikliranje. Takva praksa smanjuje ujedno i troškove poduzeća.

3. SELEKTIVNI TURIZAM

Selektivni se turizam, kao pojam počeo koristiti u hrvatskoj turističkoj literaturi ranih sedamdesetih godina za označavanje oblika turističkih kretanja u kojima osnovni motiv nije sunce i more već mnogi drugi motivi koji su se raspoznavali kao turistički ciljevi. Taj se pojam, u hrvatskoj turističkoj literaturi, do danas zadržao u istom značenju i mogao bi se koristiti u značenju pojma „alternativni turizam“ ili „turizam posebnih interesa“ jer se u koncepciji selektivnog turizma naglašavao ekološki aspekt iako se nije dovoljno isticala koncepcija održivosti te razvoja i važnosti lokalne zajednice. Javlja se u djelima autora zadarske humanističke škole izučavanja turizma, na čelu s dr. Vlatkom Jadrešićem³², ali i kod drugih autora, od 1990-te godine do danas. Paralelno sa pojmom selektivni turizam javljaju se, nešto češće, pojmovi, kao: selektivni oblik turizma i selektivne vrste turizma. Pojam selektivni turizam održao se na Sveučilištu u Dubrovniku kao kolegij na Odjelu za ekonomiju i poslovnu ekonomiju sve do 2006. godine kada je taj kolegij ukinut.

U centar pažnje postavljen je turistički motiv, kao centar proučavanja i turističkog razvrstavanja, gotovo bez alternative. Mišljenja uvaženih pojedinaca pod snagom istraživanja humanističke škole ostala su nezapažena. S obzirom na to, posebno se ističu rekreativni, zdravstveni, kulturni i sportski turizam koji se pojavljuje u različitim oblicima kao što su zimsko-sportski, lovni i ribolovni te nautički turizam³³. Dakle, dr. Dragutin Alfier već je tada ukazivao na mogućnost korištenja i drugih kriterija prilikom razvrstavanja turističkih selektivnih vrsta.

U podjeli selektivnog turizma, Antunac je 1973. godine naznačio neke oblike i nazive: sportsko rekreacijski, ruralni, kongresni turizam itd.³⁴, koji se koriste u suvremenoj turističkoj literaturi i u novije vrijeme potvrđuju kao turistička kretanja širih razmjera. Postupno otvaranje turističke ponude na obali Jadrana stranom emitivnom tržištu razvijene Europe rezultiralo je proširivanjem turističkih motiva koji su postali predmet novih istraživanja. Istraživanja koja su nastala u vremenu raspada Jugoslavije imala su cilj doprinijeti razvoju hrvatskog turizma ukazujući na negativne učinke masovnog

³² Jadrešić, V.: „**Selektivni turizam pouzdano sredstvo za revitalizaciju prostorno-ekološke i kulturne baštine Hrvatske**“, Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis, br. 2., 1991.

³³ Bartoluci, M.: „**Ekonomika i menadžment sporta**“, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Informator, Zagreb, 2003., str. 71.

³⁴ Antunac, I., Selektivne vrste turizma, Hrvatska u europskom turizmu, Zbornik radova, Hotelijerski fakultet Opatija, 1995.

turizma. Upravo to je uvjetovalo nastanak pojma selektivni turizam, kao i pojmova, selektivne turističke vrste i selektivni turistički oblici. Prirodne ljepote nisu više dovoljan činitelj atraktivnosti, posebno za zahtjevnije tržišne segmente koji teže sadržajnijoj i aktivnijoj dokolici.

Rastuća potreba za nestandardiziranim uslugama i individualiziranim ponašanjem turista direktno je povezana sa:³⁵

- potragom za samoodređenjem (emancipacijom) i načelom „uradi sam“,
- većim iskustvom putovanja kod stanovništva, što ide ruku pod ruku sa selektivnijim, kritičnijima i prema kvaliteti orijentiranim pristupom individualnom planiranju odmora, ali i sa sve većom rafiniranošću tražnje i racionalnošću izbora,
- rastućom željom za povezivanjem s prirodom, za stjecanjem iskustva iz prve ruke i za aktivnim odmorom (npr. „odmor radi hobija“, „odmor s trekingom“, agroturizam),
- većom ekološkom sviješću i osjetljivošću prema kvalitetu života,
- sve većim nastojanjima za učenjem, što se često manifestira ozbiljnim pokušajima upoznavanja stranih kultura.

Razvoj turizma nakon Domovinskog rata postao je jedna od najvažnijih strateških razvojnih odrednica Hrvatske. Selektivni turizam može se razumjeti kao generički pojam kojim se obuhvaćaju svi oblici turizma koji se u novije doba sve više razvijaju i sve jasnije pokazuju obilježja po kojima se razlikuju od masovnog turizma.³⁶Promjene na svjetskom, europskom i mediteranskom turističkom tržištu, krajem drugom milenija i početkom trećeg, u turizmu nitko nije predvidio. Pojedine turističke vrste kao što je kampiranje i privatna apartmanska ponuda naglo su porasle, za razliku od hotelskih i nekih drugih klasičnih oblika, koji su u strukturi, ali ne i apsolutno, zaostali u razvojnom trendu.

³⁵ Moutinho, L., **Strateški management u turizmu**, Masmedia, Zagreb, 2005., str. 89.

³⁶ Pančić Kombol, T., **Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa**, TMPC. Sagena, Zagreb, 2000., str. 86.

Motiv, koji je prije bio dominantni činitelj u složenom modelu odluke turista povezoao se s nizom drugih činitelja.³⁷Razvoj istraživanja u turizmu, u zadnjem desetljeću, osvijetlio je mnoge aspekte donošenja odluke o odlasku na turističko putovanje.

Multidisciplinarna istraživanja potvrdila su da motiv nije jedini činitelj donošenja odluke i njegovo učestće oscilira zavisno od niza utjecaja subjekta koji donosi odluku. Ako se važnost motiva kod odluke o turističkom putovanju koja je prethodno istražena s psihološkog aspekta poveže s ekonomskim činiteljima, odnosno utjecajem marketing-mixa, prije svega cijene i troškova putovanja, motiv dobiva posve podređenu ulogu.³⁸

Dolazi i do revitalizacije urbanog turizma u gradovima uslijed kulturnih, sportskih, ali i poslovnih motiva, te ruralnog turizma na selima kao posljedice želje ljudi za boravkom u mirnoj sredini u kojoj vlada odsutnost buke i svakodnevne vreve gradskih središta iz kojih dolaze. I prirodni resursi doživljavaju svoj turistički procvat, kroz razne oblike rekreacije na vodi (plivanje, ronjenje, kajaking, ribolov...), kopnu (šetanje, planinarenje, skijanje, biciklizam...) i u zraku (zmajarenje, paraglajding...).

3.1. Obilježja selektivnog turizma

Selektivne turističke vrste javljaju se kao dio sustavnog makro strateškog razvojnog zaokreta u turizmu. Kao protuteža pojmu masovni turizam javio se i selektivni turizam kao pojam, za kojega je već rečeno da je leksički nespretan, ali, u tom slučaju, isto je i s pojmom masovnog turizma. Radi se o dva suprotna turistička razvojna koncepta. Oblici turizma koji se u literaturi nazivaju još odgovornim turizmom, individualnim turizmom, turizmom posebnih oblika (interesa), alternativnim turizmom i sl., predstavljaju suprotnost negativnostima što ih je donio masovni turizam, a s ciljem potpunijeg zadovoljavanja posebnih želja i potreba suvremenih turista.³⁹Ako je masovni turizam koncept razvoja turizma u kojemu turist kao pojedinac nije prepoznat, u tzv. selektivnom turizmu on to jest, pa i više od toga. Selektivni turizam se razvija postupno a teži ravnoteži prirodnog, društveno humanističkog, infrastrukturnog i ekonomskog elementa, i to sve u funkciji

³⁷ Moutinho, L.: “Strateški menadžment u turizmu”, Masmedija, Zagreb, 2004., str. 68.

³⁸ ibidem, str. 89.

³⁹ Geić, S., **Menadžment selektivnog turizma**, Sveučilište u Splitu, Split, 2010.,str.67.

ponajprije lokalnog, a tek onda globalnog interesa, što sve odgovara u cjelini novom konceptu održivog razvitka.

Preko različitih medija marketinškim porukama turistima se nudi niz turističkih atrakcija, obećava nezaboravan doživljaj u okviru diverzificirane i sve kvalitetnije ponude, individualno ili u sklopu programa kreiranih od strane snažnih globalnih organizatora putovanja svjetskih touroperatora ili hotelskih lanaca.⁴⁰ Najvažnija karakteristika selektivnog turizma je postavljanje turista u fokus istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda. Važno obilježje selektivnih turističkih vrsta je disperzija, odnosno diversifikacija ponude i turističkih proizvoda. Veliki broj proizvoda turističke ponude prilagođen je manjim skupinama turista/potrošača. Njihov životni vijek je relativno kratak i ta karakteristika je ciljno postavljena. U tom procesu realizira se: zadovoljenje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda. Strateški razvoj proizvoda u ponudi selektivnih turističkih proizvoda kao dominante razvojne strategije. Turistički proizvodi relativno su kratkog vijeka, a strateška orijentacija menadžmenta fokusira se na oblikovanju novih proizvoda, a ne regeneraciji i oživljavanju starih. U toj strategiji razvoja ponude i strateškom menadžmentu proizvoda, očituje se dominacija marketinške koncepcije razvoja. Nekad, relativno neelastično tržište ponude, postaje sve elastičnije koje s tržištem potražnje ostvaruje nove partnerske oblike temeljenje na zadovoljenju potražnje svakog turista pojedinačno. Selektivne turističke vrste potiču regionalni koncept razvoja turizma, koji zamjenjuje prethodni koncept planskog makro upravljanja. U tom konceptu ponuda subjekata neke selektivne turističke vrste, svoje turističke proizvode razvija koristeći komparativne prednosti resursa receptivne destinacije. Sustav upravljanja na nižim razinama oblikuje se i jača oblikujući kompetentne subjekte procesa strateškog menadžmenta destinacije, lokalne i regionalne. Kao posljedica navedenog, počinju se razvijati novi, ali i revitalizirati stari, pomalo zaboravljeni oblici turizma. Tako primjerice kultura ponovno, nakon ere masovnog, tzv. odmorišnog turizma preuzima ulogu temeljne ponude i važnog razloga dolaska turista u destinaciju.

⁴⁰ Geić. S., **Menadžment selektivnih oblika turizma**, Sveučilište u Splitu, Split, 2011. str.87-95.

Ukoliko želimo izvršiti strogu sistematizaciju pojavnih oblika selektivnog turizma, tada treba spomenuti C. Kaspara koji je još 1975.g. napravio dvije osnovne podjele turizma i to prema motivaciji te prema vanjskim učincima. Prema motivaciji Kaspar turizam dijeli na:⁴¹

- rekreativni turizam,
- kulturni turizam,
- socijalni turizam,
- sportski turizam,
- komercijalni turizam,
- politički turizam.

Selektivni turizam naziva se još i "turizam specijalnih interesa" (SIT), a za razliku od konvencionalnog turizma obuhvaća sljedeće vidove:⁴²

- okolišni turizam (eko turizam, turizam prirode i divljina),
- kulturni turizam (gradski, gastro, baštinski, religijski),
- turizam događaja (festivali, karnevali, sportovi),
- ostali oblici (pustolovni, kružni, obrazovni, zdravstveni, ruralni).

Od domaćih autora bitno je istaknuti Ivana Antunca koji je daleke 1973. godine dao naziv i izvršio podjelu selektivnih oblika turizma, (poput sportsko-rekreacijskog, ruralnog, kongresnog...) ⁴³koje su tada bile tek u povojima, a koji su se kasnije ustalili u domaćoj turističkoj literaturi. Geić u svojoj knjizi "Menadžment selektivnih oblika turizma" (2011) sukladno analizi više izvora, posebne oblike turizma dijeli u dvije glavne skupine:

⁴¹ Kaspar C., Le tourism, l'objet d'etude scientifique, Revue de tourism No.4.,1976., str. 4-5.

⁴² N. Douglas, Special interest tourism: context and cases, Milton: J.Wiley & Sons, Australia, 2001.,str.236.-253.

⁴³ Antunac I.,op.cit.,str.57.

1) Prema sadržaju boravka, odnosno prema aktivnostima:

- zdravstveni i wellness turizam,
- sportsko-rekreacijski i avanturistički turizam,
- kulturološki turizam (podvrste: religijski turizam, turizam baštine, gastro-enološki, urbani, kongresni i poslovni turizam).

2) Prema obilježju prostora:

- ruralni turizam,
- ekološki turizam.

D. Alfier još krajem sedamdesetih godina u oblike selektivnog turizma uključuje:

- zdravstveni turizam ili lječilišni turizam u obliku integralne talasoterapije, balneoterapije, klimatoterapije i silvoterapije,
- rekreacijski i sportski turizam na moru, vodama i planinama, s specifičnim vidovima kao što su itinereri-pješački, konjički (jahački), kružni (ciklički) turizam za „opušteni“ odmor u prirodnom okruženju i sl.,
- ruralni ili rustikalni (seoski) turizam u mirnim primorskim i kontinentalnim mjestima,
- kulturni turizam s najrazličitijim sadržajima i u najrazličitijim oblicima, za studijske odmore, za manifestacijski turizam i za turizam susreta.⁴⁴

Država sve dinamičnije prihvaća svoju novu ulogu u globalnom razvoju. Ona postaje, servis razvoja, partner, kontrolor i koordinator, ali, prije svega, ima obvezu postaviti razvojnu logistiku i razvoj poduprijeti adekvatnom infrastrukturom. Regionalni koncept makro strateškog razvoja postaje globalni europski koncept razvoja. Bazirajući politiku i strategiju razvoja proizvoda u turizmu, na resursima destinacije, selektivne turističke vrste zainteresirane su za poticanje održivog razvoja na svom receptivnom tržištu. U domeni koncepcije održivog razvoja, selektivne turističke vrste potiču razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanja sigurnosti turista u destinaciji. Sigurnost turista postaje sve važniji činitelj u ocjeni kvalitete destinacije i turističke

⁴⁴ Alfier, D., **Turizam**, Institut za turizam, Informator, Zagreb, 1994, str. 42.

ponude, i važan činitelj u procesu odlučivanja o turističkoj destinaciji. Održivi razvoj postaje strateška odrednica selektivnih turističkih vrsta i ključni činitelj njihovog razvoja.

Vrlo važna karakteristika selektivnih turističkih vrsta⁴⁵ očituje se u poticanju gospodarskog razvoja destinacije, posebice malog gospodarstva. Ova karakteristika traži više pažnje od strane državne administracije Hrvatske i svih zemalja u tranziciji obzirom da se veći dio nacionalne ekonomije temelji na malom i srednjem poduzetništvu.

3.2. Kriteriji razvrstavanja selektivnih turističkih vrsta

U uvjetima tržišne orijentacije razvoja turizma⁴⁶ i turističkih vrsta, statistika je važan činitelj i dopunski kriterij, ali ne i cjelovit. Da bi se obuhvatila cjelina problematike razvrstavanja, potrebno je definirati četiri osnovna kriterija razvrstavanja selektivnih turističkih vrsta, a to su:

- dodatna potražnja inicira dodatnu ponudu,
- kao selektivna turistička vrsta je tržišno globalno prepoznatljiva,
- u strukturi troška turiste je troškovno dominantna i
- dovoljno masovna da bi bila statistici važna.

Poznato je da u turizmu, u pravilu, potražnja pokreće ponudu. Za pojavu nove selektivne vrste, potrebna je pojava neke dodatne potražnje, koju treba razlikovati od već postojeće, što znači da je po obliku i motivu nova. Takva nova ili uvjetno nova potražnja, još je uvijek nepoznata ili uvjetno nepoznata tržištu potražnje, i ona inicira razvoj dodatne ponude, koja oblikuje nove turističke proizvode na turističkom tržištu. Tu je bitno da se radi o sub-turističkom fenomenu ili vrsti s novim pojavnim karakteristikama. Uvjet tržišne globalne prepoznatljivosti, kao drugog kriterija selektivnosti, odnosi se na transparentno objavljivanje i pojavljivanje na tržištu, u smislu zadovoljenja nekog novog ljudskog motiva i potrebe. Oblikovana potreba tržišno se prikazuje sa svim svojim karakteristikama koristeći informacijske medije, poput: interneta, televizije, oglašavanja

⁴⁵ Luković, T.: Power Point, predavanja na kolegiju „Menadžment malih poduzeća“, zimski semestar 2007.

⁴⁶ Jadrešić.V., **Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni**, Školska knjiga, Zagreb, 2001. str.126-127.

putem agencija i sl. Na oglasnim stranicama, takva pojava ima svoj specifičan oblik kojim zadovoljava određeni tržišni segment. Treći kriterij, dominantnost u strukturi troškova, odnosi se na osobnu, dnevnu, turističku potrošnju, koja treba potvrditi selektivnost. Struktura takve potrošnje, potaknuta različitim motivima potrošnje tijekom boravka turista u nekoj destinaciji, treba biti na strani selektivne vrste koju želimo selektirati. Taj kriterij sukladan je statističkom definiranju turizma posredstvom definiranja turista, kao subjekta turizma. Na sličan način ovaj kriterij analizira strukturu potrošnje turista i selektira turistu kao subjekta selektivne turističke vrste, definirajući na taj način selektivnu vrstu. Kriterij dovoljne masovnosti neke selektivne turističke vrste, postavljen je kao osnovni uvjet društvene prepoznatljivosti i interesa. Turizam je fenomen masovnih kretanja ljudi u cilju odmora i rekreacije, ali kriterij masovnosti ima karakter društvene prepoznatljivosti, što je u domeni statistike, koja istražuje masovne pojave. Dakle, neka turistička vrsta, da bi bila prepoznata, treba biti dovoljno masovna i kroz to društveno vrijedna i na taj način predmetom zanimanja i istraživanja društva, odnosno statistike. Masovnost, promatrana s tog aspekta, nije jednoznačna, a ni apsolutna. To znači, da neka turistička selektivna vrsta može biti od važnosti i interesa nekog lokaliteta i županije, ali na makro nacionalnom nivou, nije dovoljno masovna i kao takva, prepoznata i obrađena. Posljedično tome, alternativni oblici turizma poput ruralnog turizma, prirodi bliskoga ili ekoturizma doživljavaju pravi procvat.

Jedan od odgovora na nove izazove i jedan od načina za ostvarivanje vrijednosti na mijenjajućim tržišnim preferencijama je investirati u oblike turizma manjeg razmjera koji se temelje na jedinstvenoj prirodnoj i kulturnoj baštini i promicati ih. Hrvatska ima idealnu poziciju za najbolje moguće iskorištavanje tih novih mogućnosti. Mnogim je budućim turistima ona relativno „nova“ destinacija, ima izrazito raznovrstan krajobraz i bogatu biološku raznolikost, kao i mnoge aktivne kulturne tradicije. Razvojem selektivnih oblika turizma, omogućilo bi se produženje turističke sezone i razvoj turizma u slabije razvijenim područjima. Postoji više oblika selektivnog turizma u kojima Hrvatska ima turističkog potencijala, primjerice: ekoturizam, kulturni, tematski, avanturistički, nautički, zdravstveni i kongresni turizam.

3.3. Ekoturizam

Razvoj ekoturizma u Hrvatskoj ima potencijala s obzirom na bogatstvo prirodnih resursa, ali je očito da se bez većih promjena institucionalnoga i društveno-političkog okruženja ne mogu očekivati veće promjene.⁴⁷ Ekoturizam se od beznačajnih početaka „ekološki i socijalno odgovornog načina putovanja“ razvio u gospodarski bitan proizvod „putovanja s prirodnom komponentom“. Predstavlja poseban oblik turističke ponude, a definira se kao po okoliš odgovorno posjećivanje očuvanih prirodnih područja tako da se potiče zaštita okoliša, da se vrlo slabo utječe na taj okoliš tako da lokalno stanovništvo ima gospodarske koristi od takvog posjećivanja, znači riječ je o razmjerno malom segmentu turizma na koji se odnosi samo dio turističkih aktivnosti u ekološki osjetljivim prostorima.

Ekoturizam⁴⁸, uključuje sve oblike turizma u kojima je glavna motivacija turista zaštita i očuvanje prirode i tradicijske kulture stvaranjem ekonomske koristi lokalnim zajednicama, organizacijama i vlastima, te podizanje svijesti lokalnog stanovništva i turista o potrebi zaštite prirodnih i kulturnih dobara. Turizam je jedna od najbrže rastućih svjetskih industrija i glavni je izvor prihoda za mnoge zemlje. Može uzrokovati i probleme, kao što su društveno raslojavanje, gubitak kulturne baštine, stvaranje ekonomske ovisnosti isključivo o turizmu te zagađenja okoliša. Te činjenice dovoljne su za razumijevanje utjecaja turizma i nužnosti „odgovornijeg“ turizma. Takav, novi i održiviji tip turizma, koji u manjoj mjeri utječe na okoliš uključuje primjerice „turizam u prirodi“, „ekološki turizam“ i „kulturni turizam“. Čak i UNESCO, odnosno Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu u svojem djelovanju zagovara sve veći rast segmenta ekološkog turizma. Sve turističke djelatnosti bez obzira na motivaciju - praznici, poslovna putovanja, konferencije i ekoturizam moraju biti održivi. Održivi turizam se definira kao "turizam koji poštuje lokalne ljude i samog putnika, kulturnu baštinu i okoliš". On nastoji pružiti turistima uzbudljivi i obrazovni odmor koji je od koristi i za domaćine, odnosno narod zemlje domaćina. Iako danas postoji tendencija davanja naziva eko i bio raznoraznim proizvodima i uslugama koje to ponekad i ne zavrjeđuju ekološki turizam definitivno zavrjeđuje pažnju. Najbolje bi ga se moglo definirati kao turizam u kojem putnici odnosno turisti svjesno podupiru zaštitu prirode i okoliša na destinaciji koju su odabrali, kao i lokalnu zajednicu i njezinu kulturnu baštinu. Drugim riječima, takvi turisti ne razmišljaju samo o tome da za

⁴⁷ Čorak.S.,Mikačić.V., **Hrvatski turizam:plavo,bijelo,zeleno**, Copygraf, Zagreb, 2006, str.160.

⁴⁸ Kušen, E., **Ekoturizam i održivi razvoj turizma**”, Školska knjiga, Zagreb, 2002., str. 9-10.

uloženi novac dobiju što više, već žele što manje utjecati na područje koje su odlučili posjetiti, pritom pazeći da i lokalna zajednica zauzvrat dobije prihod koji joj osigurava egzistenciju. Odgovorniji pristup turizmu podrazumijeva svjesnost turista da postupaju pozitivno na lokalnu zajednicu. Kupovat će domaće, autohtone proizvode, po mogućnosti iz ekološkog, odnosno organskog uzgoja, te upoznavati običaje i kulturu lokalnog stanovništva. Često se takav oblik turizma veže uz posjet nekim zaštićenim prirodnim vrijednostima, kao što su primjerice nacionalni parkovi. Takvi putnici će voditi računa i o načinu prijevoza pa će se mnogi, imaju li mogućnosti, odlučiti za željeznicu, budući da ona manje utječe na okoliš od automobila. Riječ je obliku turizma u kojem učestvuju ekološko svjesni pojedinci i grupe, koje svojim djelovanjem na okoliš pokušavaju smanjiti efekte kakve stvara takozvani masovni turizam. U novije vrijeme mnoge regije žele iskoristiti svoju industrijsku nerazvijenost kako bi na svoje područje privukle one turiste koji vole netaknuta područja. TIES (Međunarodno društvo za turizam) je jednom definirao ekoturizam kao "odgovorno putovanje u prirodna područja kojim se čuva okoliš i unapređuje blagostanje lokalnog stanovništva". Neke osnovne karakteristike koje se vežu uz pojam ekoturizma i smještaja koji se ondje nalazi i nudi eko-putnicima je: prirodno očuvani prostori, korištenje jednostavnih vrsta smještaja, strogo pridržavanje zaštite okoliša uključujući i ograničeni broj posjetitelja. Gost koji koristi takvu vrstu odmora očekuje nepromijenjeni okoliš ili djelomično transformirani okoliš te na neki način doživljaj stapanja s prirodom. Uz ekoturizam vrlo često povezujemo vrste turizma kao što su prirodni turizam, ruralni turizam, agro turizam, pa čak i robinzonski turizam. Najbolje bi ga se moglo definirati kao turizam u kojem osviješteni putnici podupiru zaštitu prirode i okoliša na destinaciji koju su odabrali, kao i lokalnu zajednicu i njezinu kulturnu baštinu. Takvi turisti ne razmišljaju samo o tome da za uloženi novac dobiju što više, već žele što manje utjecati na područje koje su odlučili posjetiti, pritom pazeći da i lokalna zajednica zauzvrat dobije prihod koji joj osigurava egzistenciju. To znači da će preferirati konzumaciju domaćih, autohtonih proizvoda, po mogućnosti iz ekološkog, odnosno organskog uzgoja, kao i upoznavanje s običajima i kulturom tamošnjeg stanovništva. Često se takav oblik turizma veže uz posjet nekim zaštićenim prirodnim vrijednostima, kao što su primjerice nacionalni parkovi. Također oni žele uživati u raznim aktivnostima kao što su ribolov, biciklizam, jahanje, planinarenje. Tako na primjer Jadran je dom kornjača, dupina, sredozemnih medvjedica, zaobalje bogatog ekosustava sa mnogo rijeka i razne vrste flore i faune. Mnogo planina, dolina, obala, rijeka, jezera. Hrvatska jako puno ulaže u razvoj eko turizma pa tako možete diljem zemlje naići na

brvnare, motele, male zamke kao i tradicionalne stare kuće. Hrvatska zbog svoj jedinstvenog položaja ima mnogo toga da ponudi za eko turizam.

3.4. Razvoj ekoturizma u Republici Hrvatskoj

Hrvatska se razmjerno rano uključila u svjetske trendove u zaštiti okoliša jer su hrvatski znanstvenici o zaštiti prirode počeli razmišljati još početkom 19.stoljeća.⁴⁹ Hrvatska, u usporedbi s drugim europskim zemljama, ima visoku razinu očuvanosti prirode i osobito se ističe očuvanošću ekoloških sustava i staništa, zemlja je to velike biološke i krajobrazne raznolikosti. Smanjivanjem stupnja te raznolikosti narušava se ekološka ravnoteža, pa se može reći da to na globalnoj razini ugrožava biljne i životinjske vrste, te samog čovjeka. To je veća naša odgovornost za ono što ćemo ostaviti budućim naraštajima, te stoga održiv razvitak u gospodarskom, ekološkom i sociokulturnom smislu postaje sastavnicom promišljena djelovanja u većini zemalja. Održiv, ili obziran razvoj predmnijeva život unutar prihvatnog kapaciteta okoliša, dakle, u kojoj će mjeri ekološki sustav moći prihvatiti raznolike ljudske djelatnosti i iskorištavanje resursa bez trajne štete za sustav i kvalitetu života ljudi. Smanjenje pritiska na okoliš može se postići sinergijom društvenoga, političkoga i tržišnog djelovanja, a nama je, u ovom slučaju, važan zajednički angažman u očuvanju i pravilnom korištenju resursa u turizmu. Upravo zato održiv turizam ima poveznicu s ekoturizmom koji stvara novu kategoriju odgovornog putnika. Ekoturizam znači i odgovoran turizam radi svoje usmjerenosti na usklađen odnos čovjeka i prirode, ali i stoga što se dio zarade od njega koristi za zaštitu okoliša. U hrvatskom je turizmu posljednjih godina postignut veliki napredak, ali i dalje je potrebno ulagati u razvoj, i to ponajprije u poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga, ali i promociju očuvana okoliša i prepoznatljivosti Hrvatske kao turističkog odredišta koje, uz postojeće mjere zaštite, poglavito obalnog pojasa, razvija visokokvalitetnu izvornu turističku ponudu. Naša je zemlja bogata raznolikim prirodnim i kulturnim vrijednostima, ali je također zanimljiva i enološka i gastronomska ponuda po regijama.

Nova vizija razvoja hrvatskog turizma⁵⁰ sadrži konceptualni, operativni i proizvodni aspekt. Konceptualni aspekt vizije odgovara na konceptualno pitanje kakav bi hrvatski turizam trebao

⁴⁹ Čorak, S., Mikačić, V., op.cit., str.154.

⁵⁰ Razvoj Hrvatskog turizma, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (Preuzeto:07.11.2014.)

biti. Operativni aspekt odgovora na drugo pitanje ključnih preduvjeta razvoja hrvatskog turizma i identificira osnovne ciljeve operativnih strategija. Proizvodni aspekt vizije odgovara na treće pitanje, čime će hrvatski turizam privlačiti potražnju, ističući ključne sastavnice hrvatskog turističkog proizvoda. U skladu s gornjim odrednicama, izrađena je i nova razvojna vizija hrvatskog turizma do 2020. godine: Vizija razvoja hrvatskog turizma 2020. godine. Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.

3.5. Prirodne vrednote i resursi u Republici Hrvatskoj

U Hrvatskoj je turizam jedna od najznačajnijih gospodarskih grana. Hrvatska ima značajan i vrlo atraktivan turistički potencijal, prije svega jedinstvenu prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu. Razvoj turizma u našoj zemlji započeo je i dugo se zasnivao isključivo na atraktivnom primorskom području. Tzv. „sunce i more“ turizam i danas dominira u Hrvatskoj, međutim s vremenom su se razvile i brojne druge vrste turizma, kao što su npr.: nautički, kamping, kulturni, zdravstveni, planinski, ruralni i ekoturizam. I sam koncept „sunce i more“ turizma se sve više mijenja. Do svih tih promjena dolazi iz više razloga. Jedan od njih su i svjetske demografske promjene, dakle starenje populacije u najemitivnijim zemljama Europe, Amerike i Azije. Zatim, dolazi do porasta svijesti o zdravom životu kao i razvoja potrebe za očuvanjem, isticanjem i upoznavanjem lokalnih tradicionalnih načina življenja i vrijednosti kao protuteže sve većoj svjetskoj globalizacijskoj uniformnosti. Održivost postaje značajan čimbenik i u tom smislu očuvanja lokalne kulture ali također i očuvanja lokalnog okoliša turističkih destinacija. Turističko tržište u svijetu postaje izrazito dinamično i konkurentno i sve zahtjevnije, pa i Hrvatska⁵¹ te procese mora pratiti i prilagođavati im se ako i dalje želi održavati i dalje razvijati svoj imidž privlačnog turističkog odredišta.

Uz razvoj bitnih proizvoda za hrvatski turizam, razvoj turističke ponude podrazumijeva i završavanje procesa privatizacije, aktiviranje turistički interesantne, a neiskorištene državne

⁵¹ Razvoj ekoturizma u Republici Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 06.11.2014.)

imovine te unapređenje smještajne i ostale turističke ponude. S obzirom na to da Hrvatska ima velik broj zaštićenih područja, da je 47% kopnenog teritorija u ekološkoj mreži RH, a dio tih područja je uključen u prijedlog buduće europske ekološke mreže NATURA 2000, posebnu pozornost valja posvetiti procjeni prihvatnog kapaciteta i utvrđivanju prihvatljivih sadržaja turističke ponude, naročito na obali i otocima.⁵²

Budući da oslanjanje na proizvod 'sunce i more' dugoročno neće pridonijeti znatnijem unapređenju konkurentske pozicije Hrvatske kao turističke destinacije, a time ni povećanju turističke potrošnje niti boljem korištenju razvojnih potencijala, Hrvatska se u razdoblju do 2020. godine mora pojačano okrenuti razvoju turističkih proizvoda koji će omogućiti ne samo veće korištenje raspoloživih kapaciteta izvan ljetnih mjeseci, nego i aktiviranje turističkih potencijala kontinentalne Hrvatske.

Sukladno programu NATURA 2000, a ponajviše zbog velikog broja nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih zaštićenih područja, Hrvatska je u mogućnosti zadovoljiti potrebe i očekivanja gostiju u rasponu od manje zahtjevnih ljubitelja prirode do vrlo fokusiranih ekoturističkih 'eksperata' pridonoseći stvaranju dodatne dimenzije imidža Hrvatske među novim segmentima posjetitelja.

Konkretno stanje, međutim, u turističkoj praksi koja se provodi u Hrvatskoj nažalost često nije u skladu s načelima održivog razvoja. Bez obzira na načelno izraženu svijest o važnosti očuvanja prirodnih i kulturnih vrijednosti, vrlo često dolazi do njihovog uništavanja, npr. Nekontroliranim neadekvatnim nasipanjem obala, ispuštanjem nepročišćenih otpadnih voda u okoliš, pretjeranom izgradnjom koja prelazi nosive kapacitete određenih područja itd. Također ni turistički poduzetnici i djelatnici nisu dovoljno upoznati s tom problematikom ni svjesni toga koliko su u svojoj egzistenciji ovisni o stanju prirodnog okoliša i koliko ga neodgovarajućim i neracionalnim ponašanjem ugrožavaju stvarajući time neposrednu štetu samima sebi. Još uvijek prevladava percepcija da je ekološki odgovorno ponašanje nešto što je skupo, dakle ne donosi profit, i beskorisno. Da stanje u turističkom sektoru u Hrvatskoj u pogledu uvođenja mjera održivog razvoja zaostaje za europskim i svjetskim standardima jasno je i iz činjenice da u nas još službeno ne postoji niti jedan eko-certifikacijski sustav, ne samo nekakav novi, hrvatski nego čak ni neki od brojnih međunarodnih, koji već

⁵² Natura 2000, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (Preuzeto:29.01.2015.)

godinama igraju važnu ulogu na svjetskom turističkom tržištu. Pozitivni primjeri ipak postoje i treba ih što više podržati i istaknuti kako bi i drugi mogli slijediti taj put. Važno je omogućiti i kvalitetan prijenos znanja i informacija među turističkim djelatnicima po pitanju održivog razvoja i prednosti uvođenja okolišno odgovornih praksi u svoje poslovanje. Trenutna situacija u Hrvatskoj što se tiče stanja prirodnog okoliša još uvijek je prilično dobra. Međutim, prirodna ravnoteža je krhka i lako dolazi do nepovratnih promjena, zagađenja i uništenja. Na svima nama leži odgovornost da se potrudimo očuvati i poboljšati stanje prirodnih vrednota i resursa, jer, kao što je na primjeru turizma jasno vidljivo, o njima ovisi ne samo neka dalja budućnost našeg potomstva nego i naša sadašnjost.

3.6. NATURA 2000 područja u Republici Hrvatskoj

Bogata i raznolika priroda najvredniji je resurs kojim raspolaže Republika Hrvatska. Očuvana priroda osigurava sve funkcionalnosti neophodne za život i ekonomski razvoj. U Hrvatskoj, kao i u svijetu, priroda je pod stalnim pritiskom ljudskih djelatnosti. Iako se ulažu značajniji naponi za očuvanje, sastavnice prirode sve su ugroženije. Hrvatska se ulaskom u EU suočila s novim izazovima, ali i s novim prilikama u turizmu. Europska unija prepoznala je Hrvatsku kao turističku destinaciju s potencijalom, koje treba maksimalno iskoristiti u interesu rasta vlastitog blagostanja, a koristeći vrijednosni sustav održivog razvoja i konkurentske strategije EU na području turizma.⁵³

EU-ova Direktiva o pticama i Direktiva o staništima⁵⁴ propisi su koje je ispunila kao obvezu. Ta dva EU-ova propisa zajedno postavljaju isti visok standard očuvanja prirode za sve države članice EU-a. U srcu tih dviju direktiva leži stvaranje ekološke mreže očuvanih područja u cijeloj Europi – mreže NATURA 2000. U trenutku pristupanja Europskoj uniji Hrvatska je na svom teritoriju morala provesti EU-ove propise o zaštiti prirode. Brojne odredbe dviju EU-ovih direktiva o zaštiti prirode prenesene su u hrvatsko zakonodavstvo Zakonom o zaštiti prirode (NN br. 70/2005, 139/08). Isto kao i druge zemlje članice EU-a, Hrvatska je morala predložiti područja mreže NATURA 2000 za više od 250 vrsta i 70 stanišnih tipova koji se pojavljuju u Hrvatskoj i za koje se smatra da su vrijedni za

⁵³ Strategija turizma, <http://www.mint.hr/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, (Preuzeto: 18.01.2015.)

⁵⁴ Mreža NATURA 2000 u Europi, <http://www.natura2000.hr/>, (Preuzeto: 07.11.2014.)

EU. Odabir područja utemeljen je na standardnim, znanstvenim kriterijima koja se jednako primjenjuju u svim državama Europske unije. Područja navedena u Direktivi o staništima nazivaju se predloženim Područjima važnosti za Zajednicu, dok ona navedena u Direktivi o pticama nose naziv Područja posebne zaštite. Područja uobičajeno se pojednostavljeno zovu područjima NATURA 2000, jer zajedno čine dio EU-ove ekološke mreže NATURA 2000.

Slika 1. Natura 2000, zaštićena područja i zaštićene vrste u Republici Hrvatskoj



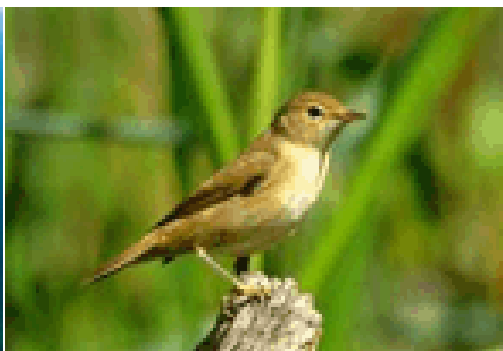
Vuk na području NP „Plitvička jezera“



Orhideja na Kamenjaku u Premanturi



Nacionalni park Brijuni Fažana



Trstenjak cvrkutić u Istri

Izvor: Zaštićena područja u RH, <http://www.natura-histrica.hr/>, (Preuzeto:07.12.2014.)

Ekoturizam⁵⁵ predstavlja vrstu putovanja kojemu je cilj zaštita svijeta prirode i podržavanje dobrobiti kulture koja taj svijet nastanjuje. Ekoturizam je stav, etika, način ponašanja. To je pokret koji ima značajan i pozitivan učinak na zajednički razvoj i budućnost okoliša i turizma. Koncept ekoturizma treba razlikovati od koncepta održivog razvoja jer se ekoturizam odnosi na segment unutar turističkog sektora, dok se načela održivog razvoja mogu primijeniti na sve oblike turističkih djelatnosti uz uvažavanje turističkih atrakcija. Hrvatska obiluje očuvanim prirodnim područjima, osobito u svom

⁵⁵ Ružić, P., **Ruralni turizam**, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2005., str. 27.

kontinentalnom dijelu, koji su pogodni za razvoj ekoturizma, a može ih se podijeliti u zaštićena i nezaštićena područja. Od zaštićenih područja⁵⁶ za razvoj ekoturizma osobito su pogodni nacionalni parkovi, parkovi prirode i zaštićeni krajolici. Sve više se u koncept ekološke poljoprivrede nastoji uvesti biološka raznolikost i očuvanje zaštićenih područja prirode. Stoga se ekološka poljoprivreda sve učestalije uvodi kao jedini prihvatljivi oblik proizvodnje hrane u prostore parkova prirode i nacionalnih parkova, štiteći autohtonost biljnih i životinjskih vrsta te omogućavajući razvoj agroekoturizma.

Ekoturizam⁵⁷ je jedan od oblika ruralnog turizma koji u pojedinim slučajevima može biti izjednačen s agroturizmom. Agroturističko gospodarstvo može nuditi oblik agroturizma i ekoturizma ukoliko nudi dodatne turističke usluge na svom gospodarstvu i posluje na načelima ekološke poljoprivredne proizvodnje.

3.7. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Turizam na ruralnim područjima u praksi može poprimiti različite forme kao što su: turizam na seljačkom gospodarstvu, rezidencijalni turizam, zavičajni turizam, sportsko rekreacijski i avanturistički, zdravstveni turizam, edukacijski turizam, tranzitni, kamping, nautički, kulturni vjerski, lovni i ribolovni, gastronomski i eko turizam.⁵⁸

Smith i suradnici⁵⁹ (2010) daju sljedeću definiciju ruralnog turizma: „Ruralni turizam opisuje forme turističkih aktivnosti koje se odigravaju u ruralnim područjima i koje uključuju lokalnu kulturu, tradiciju i privredne djelatnosti, kao i aktivnosti na otvorenom prostoru i doživljaje koji su ostvareni u nenarušenom ruralnom ambijentu. Lokalna zajednica igra važnu ulogu u osiguravanju ruralnog turističkog proizvoda.“

⁵⁶Kušen, E., op.cit., str.,10.

⁵⁷ Šiljković, Ž., **Organska poljoprivreda srednje Europe**, Geoadria, 7 (2), 2002.,str. 75.

⁵⁸ Turizam u ruralnim područjima, www.hgk.hr, (Preuzeto: 08.12.2014).

⁵⁹ Smith M., MacLeod N., Hart M. : Key Concepts in Tourist Studies, Sage publications Ltd, 2010, Prema Popesku (2008).

Ruralni turistički proizvod sastoji se od 4 glavna segmenta:

- Agroturizma ili seoskog turizma
- Aktivnosti u prirodi (biciklizam, lov, ribolov, planinarenja)
- Ekoturizma
- Ostalih kombiniranih oblika ruralnog turizma (događaji, festivali, karnevali, izrada i prodaja lokalnih suvenira i poljoprivrednih proizvoda) u ruralnom prostoru.

Postoji čitav niz različitih vrsta ruralnog turizma koji mogu, ali i ne moraju biti dio agroturizma poput: etno turizma, povijesnog turizma, avanturističkog turizma, zdravstvenog turizma, ribolovnog turizma i vinskog turizma. Ruralni turizam obuhvaća sve turističke usluge, aktivnosti te vidove turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr. lovni, ribolovni, turizam u parkovima prirode, zimski, seoski, ekoturizam, zdravstveni, kulturni. Nije nužno dopunska djelatnost na svojem gospodarstvu kojom se stvara dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjički centar, itd.). Pod pojmom ruralnog područja se podrazumijevaju područja u kojima prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva, s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama.

Turizam kao razvojna⁶⁰ strategija ruralnih zajednica može imati pozitivne i negativne ishode. U dijelu teksta koji slijedi nabrojeni su argumenti koji favoriziraju turizam kao razvojnu strategiju ruralnih zajednica te protuargumenti.

⁶⁰ Petrić, L. : Izazovi razvoja ruralnog turizma : dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku, Acta Turistica, No.2, Vol.18/2006, EF, Zagreb, 2006.

Argumenti „ZA“ razvijanje ruralnog turizma:

- ruralni turizam se može razvijati lokalno uz sudjelovanje lokalne vlade i malog poduzetništva bez ovisnosti o nedomicilnim poduzećima,
- ruralni turizam može se razvijati s relativno malim ulaganjima kapitala i znanja; stoga razvoj,
- ruralnog turizma može biti jeftiniji u odnosu na ostale ekonomske razvojne strategije,
- ruralni turizam pruža razvojne mogućnosti malim poduzetnicima čije bi poslovanje inače bilo neisplativo u ruralnim zajednicama s malo stanovnika,
- ruralni turizam izrazito pogoduje postojećim ruralnim gospodarskim subjektima, pomažući im u generiranju sekundarnog dohotka,
- ruralni turizam potiče lokalno zapošljavanje i popravlja demografsku sliku ruralnih područja, diversificira ili proširuje poslovanje postojećih subjekata i doprinosi stabiliziranju njihovog dohotka,
- vraća osjećaj ponosa i samosvijesti lokalom stanovništvu.

Argumenti „PROTIV“ razvijanja ruralnog turizma:

- turistički razvoj je neujednačen i ima različite učinke u različitim regijama i zajednicama, potrebno je posvetiti pažnju proizvodnim ciklusima te krajnje nepredvidljivoj potražnji i konkurenciji u turističkoj industriji,
- kvaliteta malih poduzeća često je upitna,
- ruralni turizam, zbog prevladavajuće ekonomije malih razmjera i fragmentirane prirode poslovanja nije orijentiran ka rastu nedostatak suradnje, kako između samih poslovnih subjekata, tako i između njih i vanjskih agencija,
- problem sezonalnosti radne snage,
- turizam u ruralnim zajednicama može generirati društvene i ekološke troškove (predrasude prema posjetiteljima, degradacija okoliša,
- turizam također može dovesti do generiranja ekonomskih troškova kao što je porast cijena nekretnina.

Ključni ciljevi, odnosno mjere koje direktno oblikuju i utječu na daljnji razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj su: razvoj turizma u skladu sa kriterijima gradnje i prostornim planovima

kao temeljnim polazištem održivog razvoja te razvoj cjelovite turističke ponude koja promovira komplementarnost turističkih potencijala obale i kontinentalnih krajeva te bogatstvo i raznolikost kulturno – povijesne baštine. Prema tome, turistička ponuda bi na kraju trebala biti raznolikija, i to u pravcu ruralnog turizma, ekoturizma, kulturnog, zdravstvenog, športskog i tematskog turizma, nautičkog turizma i kružnih putovanja, odnosno onih selektivnih vrsta koje povezuju mogućnosti kontinentalnog i priobalnog područja u jedinstven proizvod.

Ponuda ruralnog turizma u Hrvatskoj postepeno se razvija i ulažu se veliki naponi u njezinu realizaciju da zaživi na ovim prostorima. Stoga hrvatski se ruralni turizam više treba procjenjivati na osnovi objektivnih mogućnosti njegova budućeg razvoja i trendova potražnje za ovom vrstom turističkih usluga na domaćem i svjetskom tržištu nego i na kritičnoj masi postojeće ponude.⁶¹

3.8. Zaštićena područja u Republici Hrvatskoj

Zaštićena područja svojom ljepotom, bogatstvom i raznolikošću predstavljaju temeljnu vrijednost i jedno od najznačajnijih prirodnih dobara Republike Hrvatske.⁶² Zbog specifičnog geografskog položaja gdje se isprepliću panonski, dinarski, mediteranski i predalpski bio geografski utjecaji, Hrvatska je izrazito bogata u smislu krajobrazne i biološke raznolikosti. Zakonom o zaštiti prirode u Hrvatskoj je zaštićeno 420 područja od kojih su najljepša i najvrjednija područja zaštićena u 8 nacionalnih parkova (95.472 ha) i 11 parkova prirode (419.621 ha) što ukupno obuhvaća 515.093 ha površine. Zahvaljujući svojoj vrijednosti i posebnosti pojedini parkovi uvršteni su na popise međunarodno vrijednih područja, pa se tako Nacionalni park Plitvička jezera nalazi na UNESC-vom popisu svjetske prirodne baštine. Park prirode Velebit, na čijem području su i Nacionalni parkovi Paklenica i Sjeverni Velebit, uvršten je na Popis rezervata biosfere u sklopu UNESCO-vog znanstvenog programa „Čovjek i biosfera“ - MAB. Na istom se popisu nalazi i prekogranični rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav između Republike Hrvatske i Republike Mađarske, koji obuhvaća Regionalni park

⁶¹ Čorak, S., Mikačić, V., op.cit., str.168.

⁶² Zaštićena područja u RH, <http://www.zastita-prirode.hr/Zasticena-priroda>, (Preuzeto: 15.12.2014.)

Mura-Drava te Park prirode Kopački rit. Parkovi prirode Kopački rit i Lonjsko polje su na Popisu močvarnih područja od međunarodnog značaja Konvencije o močvarama od međunarodnog značaja naročito kao staništa ptica močvarica (RAMSAR). Istovremeno Kopački rit, Lonjsko polje i Vransko jezero su zbog bogatstva ptičjeg svijeta uvršteni na Popis važnih ornitoloških područja Europe (IBA). Prema aktualnom Zakonu o zaštiti prirode (NN 80/13), u Hrvatskoj postoji 9 kategorija prostorne zaštite. To su: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park-šuma te spomenik parkovne arhitekture. Ukupna površina svih zaštićenih područja iznosi 717.921 ha. Nacionalni park i park prirode proglašava Hrvatski sabor zakonom. Strobe i posebne rezervate proglašava Vlada Republike Hrvatske uredbom na prijedlog resornog ministarstva. Regionalni park, značajni krajobraz, park-šumu, spomenik prirode i spomenik parkovne arhitekture proglašava županijska skupština ili Gradska skupština Grada Zagreba, osim u slučaju kad se ta zaštićena područja nalaze na prostoru dviju ili više županija; tada ih proglašava uredbom Vlada Republike Hrvatske. Vrijednosti područja predloženog za zaštitu utvrđuju se stručnom podlogom koju izrađuje Državni zavod za zaštitu prirode, a o prijedlogu za proglašenje izvješćuje se javnost putem javnog uvida.

Nacionalnim parkovima⁶³ i parkovima prirode upravljaju Javne ustanove koje je osnovala Vlada Republike Hrvatske, dok ostalim zaštićenim područjima upravljaju županijske javne ustanove, a uloga im je zaštita, održavanje i promicanje zaštićenih područja. Javne ustanove koje upravljaju parkovima prirode imaju i ulogu nadzora nad obavljanjem dopuštenih gospodarskih djelatnosti, u cilju osiguranja racionalnog i održivog korištenja prirodnih dobara. Kako bi se zaštićenim područjima upravljalo racionalno, učinkovito i održivo, donose se dokumenti o upravljanju: plan upravljanja i prostorni plan područja posebnih obilježja. Plan upravljanja strogim rezervatom, nacionalnim parkom, parkom prirode, regionalnim parkom, posebnim rezervatom ili značajnim krajobrazom donosi se za razdoblje od deset godina i određuje razvojne smjernice, način izvođenja zaštite, korištenja i upravljanja zaštićenim područjem, te pobliže smjernice za zaštitu i očuvanje prirodnih vrijednosti zaštićenog područja uz uvažavanje potreba lokalnog stanovništva.

⁶³ Zaštićena područja, <http://www.zastita-prirode.hr/Zasticena-priroda/Zasticena-podrucja/>, (Preuzeto: 16.12.2014.)

Prostorni plan područja posebnih obilježja⁶⁴ uređuje organizaciju prostora, način korištenja, uređenja i zaštite prostora u nacionalnom parku i parku prirode, a donosi ga Hrvatski Sabor. Ministarstvo je sa svrhom boljeg i učinkovitijeg upravljanja zaštićenim područjima uspostavilo jedinstveni geoinformacijski sustav (GIS) zaštićenih područja nacionalnih parkova, parkova prirode i županijskih javnih ustanova kao jedan od strateških ciljeva zaštite prirode. Time je ojačan sustav nadzora i upravljanja kao i omogućavanja dostupnosti informacija široj javnosti s pravom odlučivanja u zaštiti prirode.

3.8.1. Nacionalni parkovi

Nacionalni Parkovi⁶⁵ obuhvaćaju prostrana i pretežno neizmijenjena područja kopna i/ili mora s jednim ili više očuvanih ekosustava. Prvenstvena namjena im je očuvanje prirodnih vrijednosti te je u skladu s time zabranjena gospodarska uporaba prirodnih dobara.

Nacionalni parkovi Plitvička jezera i Krka ističu se zanimljivošću krške hidrografije i morfologije te veličanstvenim sedrenim slapištima i jezerima, dok su Kornati, Brijuni i Mljet otočni nacionalni parkovi koje karakterizira raznovrstan i bogat podmorski svijet. Risnjak, Paklenica i Sjeverni Velebit su tipično planinski prostori s raznolikom vegetacijom i reljefom.

- Nacionalni park Brijuni

Nacionalni park Brijuni obuhvaća otočnu skupinu od 14 otoka i otočića. Nalazi se uz jugozapadnu istarsku obalu, a ističe se posebnim klimatskim, pejzažnim i kulturno-povijesnim osobitostima.

- Nacionalni park Kornati

Kornatsko otočje kao najgušća otočna skupina u Sredozemnom moru, smješteno je u središnjem dijelu Jadrana. Karakterizira ga zanimljiva geomorfologija, velika razvedenost obala te raznolike životne zajednice. Obuhvaća skupinu od ukupno 89 otoka, otočića i hridi.

⁶⁴Prostorni plan područja posebnih obilježja, <http://www.mzopu.hr/>, (Preuzeto: 15.12.2014.)

⁶⁵ Nacionalni parkovi, <http://www.zaštita-prirode.hr/>, (Preuzeto: 20.12.2014.)

- Nacionalni park Krka

U vapnenačku zaravan, između gradova Knina i Skradina, duboko usječeno nalazi se korito rijeke Krke. Ovaj prirodni i krški fenomen u svom toku gradi sedam sedrenih slapova: Bilušića buk, Brljan, Manojlovački slap, Rošnjak, Miljacka slap, Roški slap i Skradinski buk, najviše slapište u Sredozemlju (46m).

- Nacionalni park Mljet

Nacionalni park Mljet nalazi se na zapadnom dijelu istoimenog otoka. Autohtone šume hrasta crnike i šume alepskog bora prekrivaju više od 90% površine parka dajući mu posebnu biološku i estetsku vrijednost stoga ga često zovu i „zeleni otok“.

3.8.2. Kategorije zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj

Zakon o zaštiti prirode (NN 80/13) utvrđuje devet kategorija zaštićenih područja. Nacionalne kategorije u najvećoj mjeri odgovaraju jednoj od međunarodno priznatih IUCN-ovih kategorija zaštićenih područja.

Tablica 2: Kategorije zaštićenih područja, razina upravljanja i tko ih proglašava.

| Kategorije zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj | | | |
|---|--|---------------------------|--------------------|
| Kategorija zaštite | Namjena | Razina upravljanja | Proglašenja |
| STROGI REZERVAT | očuvanje izvorne prirode, praćenje stanja prirode te obrazovanje | županijska | Vlada RH |
| NACIONALNI PARK | očuvanje izvornih prirodnih vrijednosti, znanstvena, kulturna, odgojno-obrazovna i rekreativna | državna | Hrvatski sabor |
| POSEBNI REZERVAT | očuvanje radi svoje jedinstvenosti, rijetkosti ili reprezentativnosti | županijska | Vlada RH |

| | | | |
|--------------------------------------|--|------------|---|
| PARK PRIRODE | zaštita biološke i krajobrazne raznolikosti, odgojno-obrazovna, kulturno-povijesna, turističko-rekreacijska namjena | državna | Hrvatski sabor |
| REGIONALNI PARK | zaštita krajobrazne raznolikosti, održivi razvoj i turizam | županijska | županijska skupština ili Gradska skupština Grada Zagreba |
| SPOMENIK PRIRODE | ekološka, znanstvena, estetska ili odgojno-obrazovna | županijska | županijska skupština ili Gradska skupština Grada Zagreba |
| ZNAČAJNI KRAJOBRAZ | zaštita krajobrazne vrijednosti i biološke raznolikosti ili kulturno-povijesne vrijednosti ili krajobraz očuvanih jedinstvenih obilježja, odmor i rekreacija | županijska | županijska skupština ili Gradska skupština Grada Zagreba |
| PARK - ŠUMA | očuvanje prirodne ili sađene šume veće krajobrazne vrijednosti, odmor i rekreacija | županijska | županijska skupština ili Gradska skupština Grada Zagreba Ads by Video Player Ad Options |
| SPOMENIK PARKOVNE ARHITEKTURE | očuvanje umjetno oblikovanog prostora odnosno stabla koji ima estetsku, stilsku, umjetničku, kulturno-povijesnu, ekološku ili znanstvenu vrijednost | županijska | županijska skupština ili gradska skupština Grada Zagreba |

Izvor: Zaštićena područja, <http://www.dzpp.hr/zasticena-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja-u-hrvatskoj-255.html>, (Preuzeto: 25.12.2014.)

3.8.3. Projekt MedPAN South

Projekt MedPAN South⁶⁶ je pokrenut kako bi se unaprijedilo učinkovito upravljanje zaštićenim morskim područjima na Sredozemlju. Puni naziv projekta je „Razvoj mreže Sredozemnih morskih i obalnih zaštićenih područja kroz poticanje stvaranja i upravljanja zaštićenim područjima na Sredozemlju unutar nacionalne jurisdikcije trećih zemalja“, a skraćeni naziv je «MedPAN South». Cilj projekta je jačanje učinkovite zaštite važnih sastavnica obalne i morske biološke raznolikosti Sredozemlja kroz unaprjeđenje upravljanja postojećim zaštićenim morskim područjima te kroz promicanje uspostave novih zaštićenih morskih područja. Projekt uključuje provedbu pet pilot projekata u Alžiru, Tunisu, Libiji, Turskoj i Hrvatskoj, te regionalne aktivnosti jačanja kapaciteta i komunikacije vezano uz upravljanje zaštićenim morskim područjima. Pilot projekt u Hrvatskoj ima naziv „Jačanje mreže zaštićenih morskih područja u Hrvatskoj“, a njegovi glavni ciljevi su:

- Podržati javne ustanove zaštićenih morskih područja u Hrvatskoj, koje su uključene u projekt, u postupnom razvoju plana upravljanja njihovog zaštićenog područja.
- Ojačati kapacitet javnih ustanova, uključenih u projekt, u pitanjima vezanim za upravljanje zaštićenim morskim područjima.
- Poboljšati umrežavanje zaštićenih morskih područja u Hrvatskoj, te drugih relevantnih institucija, te njihova integraciju u MedPAN i AdriaPAN mreže u svrhu poticanja razmjene podataka, dobrih praksi i rješavanja problema vezano za upravljanje zaštićenim morskim područjima.

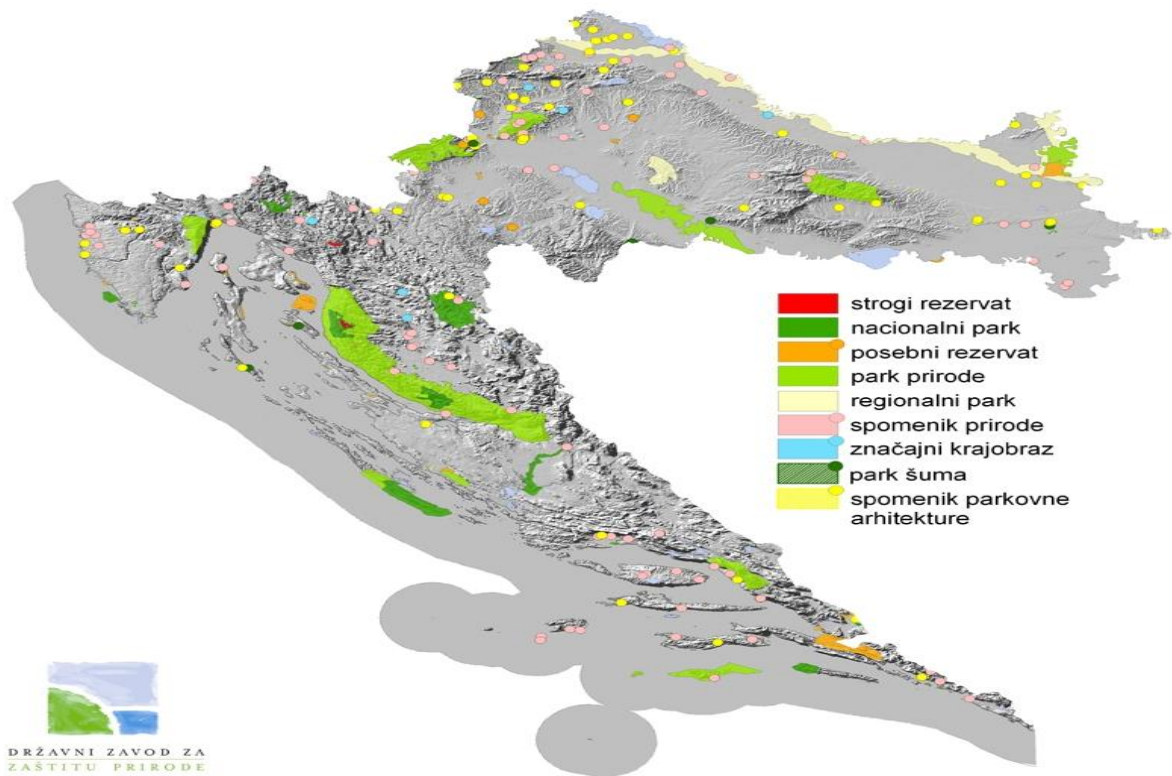
WWF (World Wildlife Fund), pokrenuo je javnu kampanju osmišljenu za podizanje svijesti o zaštićenim morskim područjima na Sredozemnom moru te o važnosti da takvih područja bude mnogo više. Cilj ove kampanje je povećati broj zaštićenih morskih područja na Sredozemlju putem peticije koja je predstavljena „vođama“ tog područja koji su se u studenom 2012.⁶⁷ godine okupili na forumu o zaštićenim morskim područjima. Tijekom projekta organizirane su tematske radionice za postupan razvoj planova upravljanja, pružana je tehnička podrška parkovima u razvoju pojedinih faza plana upravljanja (stručnjaci, studije i sl.), te su organizirane trening radionice i studijske razmjene vezane uz specifičnosti upravljanja

⁶⁶ MedPAN, <http://www.medpan.org/>, (Preuzeto: 22.12.2014.)

⁶⁷ Zaštićena područja, http://jacanje_mreze_zasticenih_morskih_podrucja_u_hrvatskoj/, (Preuzeto: 22.12.2014.)

zaštićenim morskim područjima. Neke od tematskih radionica bile su Metodologija i zakonski okvir izrade planova upravljanja, Karakterizacija zaštićenih morskih područja i Monitoring i evaluacija plana upravljanja. Neke od trening radionica su Uključivanje dionika u izradi planova upravljanja zaštićenih morskih područja, Planiranje upravljanja zaštićenih morskih područja, Zonacija zaštićenih morskih područja, te regionalna trening radionica Planiranje za održivo ribarstvo u zaštićenim morskim područjima. Na regionalnoj razini se provodi i proces procjene potreba za jačanje kapaciteta u pitanjima vezanim za upravljanje zaštićenim morskim područjima. Svake se godine održavao sastanak Koordinacijskog odbora projekta čiji su članovi predstavnici svih relevantnih institucija, od nacionalnih parkova i parkova prirode uključenih u projekt, koordinatora projekta Udruge Sunce, resornog ministarstva – Ministarstva zaštite prirode i okoliša, te stručnih tijela iz područja zaštite prirode poput Državnog zavoda za zaštitu prirode, Agencije za zaštitu okoliša i Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, do svih ostalih relevantnih ministarstava (njih ukupno osam). Partneri projekta su Ministarstvo kulture, Državni zavod za zaštitu prirode, te javne ustanove – nacionalni parkovi Brijuni, Kornati i Mljet, te parkovi prirode Lastovsko otočje i Telašćica. U projekt su, u skladu s interesima i financijskim mogućnostima, bile uključene i obalne županijske javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima, koje su sudjelovale na radionicama i obukama. Regionalni koordinator projekta je WWF-ov Mediteranski ured, a pilot projekta u Hrvatskoj Udruga Sunce. Projekt je financirala Europska komisija (EuropeAid), Fonds Francais pour l'Environment Mondial (FFEM) i MAVA fondacija. Trajao je četiri godine (2009. – 2012.) i implementiran je u uskoj suradnji sa Tajništvom novo uspostavljene MedPAN mreže i UNEP MAP Regionalnog centra za posebno zaštićena područja (RAC/SPA). Rezultat projekta su prijedlozi plana upravljanja svih javnih ustanova nacionalnih parkova i parkova prirode na morskom području uključenih u projekt koji su predani na prethodno mišljenje Ministarstvu kulture i Državnom zavodu za zaštitu prirode.

Slika 2.: Zaštićena područja u Hrvatskoj



Izvor: <http://www.dzsp.hr/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj-nacionalne-kategorije-1137.html>, (Preuzeto: 27.12.2014.)

Referentna baza i jedini službeni izvor podataka o zaštićenim područjima u Republici Hrvatskoj je Upisnik zaštićenih područja Uprave za zaštitu prirode Ministarstva zaštite okoliša i prirode. U Republici Hrvatskoj ukupno je zaštićeno 419 područja u različitim kategorijama, od čega se 1 područje nalazi pod preventivnom zaštitom i to najdulje tri godine od dana proglašenja. Zaštićena područja danas obuhvaćaju 8,19% ukupne površine Republike Hrvatske, odnosno 11,61% kopnenog teritorija i 1,97% teritorijalnog mora, parkovi prirode (4,79% ukupnog državnog teritorija).

Tablica 3.: Upisnik zaštićenih područja Ministarstva zaštite okoliša i prirode

| Zaštićena područja u Republici Hrvatskoj | | | | | |
|---|------------|----------|------------|-------------------|---------------|
| KATEGORIJA | BROJ | | | površina (ha) | % površine RH |
| | ZP | PZP | UZP | | |
| Strogi rezervat | 2 | 0 | 2 | 2 395,35 | 0,03 |
| Nacionalni park | 8 | 0 | 8 | 95 472,36 | 1,09 |
| Posebni rezervat | 78 | 0 | 78 | 43 971,57 | 0,50 |
| Park prirode | 11 | 0 | 11 | 419 622,03 | 4,79 |
| Regionalni park | 2 | 0 | 2 | 102 791,82 | 1,17 |
| Spomenik prirode | 84 | 1 | 85 | 207,00 | 0,002 |
| Značajni krajobraz | 84 | 0 | 84 | 107 821,68 | 1,23 |
| Park-šuma | 28 | 0 | 28 | 2 965,97 | 0,03 |
| Spomenik parkovne arhitekture | 121 | 0 | 121 | 937,37 | 0,01 |
| Dijelovi unutar većih zaštićenih područja | | | | 58 275,08 | 0,66 |
| Ukupno zaštićenih područja u RH | 418 | 1 | 419 | 717 909,76 | 8,19 |

Izvor: Upisnik zaštićenih područja na stanje 14. listopada 2013., (Preuzeto:28.12.2014.)

3.9. Održivi turizam

Održivi turizam možemo definirati kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije.“⁶⁸

Smjernice i praksa upravljanja održivim razvojem turizma mogu se primijeniti na sve oblike turizma, u svim vrstama destinacija, uključujući kako masovni turizam, tako i razne turističke niše. Principi održivosti se odnose na okolišne, gospodarske, društveno-kulturne aspekte razvoja turizma. S ciljem postizanja dugotrajne održivosti, mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža između te tri dimenzije.

⁶⁸ Održivi turizam, <http://www.odrzivi.turizam.hr/>, (Preuzeto: 15.12.2014.)

Stoga bi održivi turizma trebao⁶⁹:

1. Optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti,
2. Poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti, te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji,
3. Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.

Da bi se osiguralo široko sudjelovanje i konsenzus, za održivi je turizam potrebno informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, ali i snažno političko vodstvo. Dostizanje održivosti turizma trajan je proces koji traži stalno praćenje učinaka, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera, ako bude potrebno.

Održivi turizam mora zadržati visoki stupanj zadovoljstva turista, podižući istovremeno svijest o održivosti i promičući prakticiranje održivog turizma među njima.

Slika 3.: Održivi turizam



Izvor: Održivi turizam, <http://croatia.panda.org/turizam/>, (Preuzeto: 29.12.2014.)

⁶⁹ Vujić, V., **Održivi razvoj turizma**, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2005., str. 16.

Za očuvanje dugoročnog gospodarskog razvoja turizma, kao i za očuvanje obalnog i morskog područja o kojima ovisi industrija, neophodna čvrsta veza između ljudi koji rade u zaštiti prirode i odgovornih turoperatora i projekatana. WWF dugo surađuje s turoperatorima koji brinu o prirodi. Želja nam je tako nešto provesti i s liderima turističke industrije, kako na programskim tako i na projektnim razinama. Cilj je unaprijediti i predstaviti primjere najbolje prakse i zakone o zaštiti prirode u skladu sa socijalnim pitanjima. Primjer dobre suradnje u Hrvatskoj ostvaren je i s turoperatorom TOI i Parkom prirode Lastovo. S nevladinom udrugom Sunce i lokalnim zajednicama proveden je projekt u kojemu je Lastovo predloženo kao park prirode – zaštićeno morsko područje u kojemu se može razvijati održivi turizam. Turističke aktivnosti trebaju se provoditi tako da ne uništavaju prirodu i okoliš, odnosno da se njima ne pogoršaju društveni uvjeti za lokalno stanovništvo. Umjesto toga, turističke bi aktivnosti morale značajno doprinijeti lokalnoj zajednici i očuvanju prirodnih staništa, naročito na zaštićenom području. Postoje brojni načini kako turizam može imati koristi od morskih resursa, a lokalne zajednice priličnu dobit.

Posljednjih desetak godina puno se govori o potrebi primjene koncepta održivog razvoja u raznolikim aktivnostima, na različitim razinama djelovanja. Praksa pokazuje da se kvalitetni pomaci ostvaruju kroz partnerstva različitih sektora - vladine i nevladine, znanstvene i aktivističke, poslovne i filantropske, profesionalne i volonterske institucije i inicijative moraju surađivati te stvarati partnerstva kako bi se realizirao pomak prema održivosti. Naglasak je stavljen i na očuvanje baštine u kontekstu razvoja turizma te će one zajednice koje promišljaju o tome imati koristi i primjer dobre prakse "održivog" turizma u Hrvatskoj.⁷⁰

Neophodno je:

- razumjeti, prepoznati i zadovoljiti potrebe turista,
- osigurati preduvjete za profitabilno poslovanje,
- investirati u obrazovanje i trening zaposlenih ,
- inzistirati na zaštiti i obnovi prirodnog bogatstva,
- poštovati kulturne vrijednosti i različitosti,
- osigurati kontinuiranu aktivnu ulogu države.

⁷⁰Održivi razvoj, http://croatia.panda.org/wwf_u_hrvatskoj/turizam/, (Preuzeto: 30.12.2014.)

Održivi turistički razvoj zadovoljava potrebe turista i njihovih domaćina štiteći i unapređujući razvojne mogućnosti. Želi ostvariti upravljanje resursima na način da ekonomske, socijalne i estetske potrebe budu ostvarene tako da se održi kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost te sustavi na kojima počiva život. Postizanje održivog razvoja turizma zahtjeva da akteri na svim razinama, od lokalne do nacionalne, moraju postupati u skladu sa principima održivog razvoja.

Primjer djelovanja u zaštiti okoliša: ⁷¹

- Stavljanje važnih prirodnih područja pod adekvatni stupanj zaštite,
- ohrabrivati implementaciju standarda “Plave zastave”,
- Uključivanje ekologije u program edukacije u turizmu,
- Hrvatska obala je lijepa, razvedena, očuvana i ne prenapučena,
- Obalno područje dugo je 11.500 kilometara i čini 20 posto hrvatskog teritorija. U pojasu koji obuhvaća 42 grada i 96 općina živi 1,144 milijun ljudi, odnosno čak 80 posto stanovnika jadranskih županija,
- U posljednje vrijeme na obali se sve više gradi,
- Prestale su se poštovati značajke tradicionalnoga graditeljstva koje poštuju krajolik,
- Mnogi su uzroci bespravne gradnje: neodoljiva želja za brzom zaradom, neurednost zemljišnih knjiga,
- Prethodni su se naraštaji možda bolje od današnjih brinuli za očuvanje vrednota (pr. statut grada Dubrovnika iz 1272),
- Čini se da se vraća dobri duh drevnih dubrovačkih rješenja – osnivanje Savjeta prostornog uređenja države,
- Danas "divlja gradnja" se tretira kao kazneno djelo koje će se kažnjavati zatvorom do tri godine,
- Problem nije prekasno uočen.

Cilj ove strategije je stvoriti okvir za razvoj kvalitetne turističke ponude i konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta. Održivim razvojem turizma ispunjava se preduvjet za ravnotežu

⁷¹ Primjer djelovanja u zaštiti okoliša, www.mgipu.hr, (Preuzeto: 05.01.2015.)

u kratkom i dugom roku, te stvara vrijednost za sve sudionike tržišta. Za postizanje postavljenih ciljeva, akteri na svim razinama, od lokalne do nacionalne, moraju postupati u skladu sa principima održivog razvoja. Za ispunjenje tog cilja i postizanje dugoročne održivosti razvoja turizma, neophodno je:

- razumjeti, prepoznati i zadovoljiti potrebe turista, jer ukoliko se ne ispune njihova očekivanja, negativne implikacije osobnog doživljaja podijelit će sa svima iz svog okruženja, što uvelike šteti imidžu destinacije;
- osigurati preduvjete za profitabilno poslovanje subjekata na tržištu, jer stvaranjem pozitivne poslovne klime osigurava se uvjet za dolazak novih investitora i razvoj turizma u budućnosti,
- investirati u obrazovanje i trening zaposlenih u turizmu na svim razinama, zbog izrazitog osobnog kontakta sa gostima, te potrebe za educiranim managementom,
- inzistirati na zaštiti i obnovi prirodnog bogatstva, kao primarnog resursa hrvatskog turizma,
- poštovati kulturne vrijednosti i različitosti lokaliteta i rezidenata odnosno destinacija i njihovih stanovnika koji direktno imaju koristi od razvoja turizma. Njihov odnos prema turizmu i turistima vitalan je za dojam koji zemlja ostavlja, utječe na zadovoljstvo gosta te na ukupnu razinu koristi od turizma,
- osigurati kontinuiranu aktivnu ulogu države koja kroz razvoj infrastrukture, korigiranje zakonske regulative itd. uvelike utječe na turistički potencijal države, a dugoročno ima velike koristi od njegovog razvoja.

Samo ravnotežom u međusobnom odnosu i ispunjavanju potreba odnosno ciljeva različitih sudionika na turističkom tržištu, stvorit će se stabilan i dugoročno održiv turistički razvoj. S obzirom na globalne ekološke, socijalne i gospodarske izazove međunarodna je zajednica u Rio s Agendom 21 odredila okvir radi osiguranja održivog razvitka koji Svjetska turistička organizacija konkretizira za turizam: Održivi razvitak turizma u obzir uzima potrebe današnjih turista i turističkih destinacija, no također štiti i poboljšava razvojni potencijal za budućnost. Svi se resursi smiju koristiti samo u toj mjeri u kojoj su zadovoljeni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi svih sudionika na turističkom tržištu.

3.9.1. Budućnost turizma u Republici Hrvatskoj

O planovima i perspektivama budućnosti turizma u Republici Hrvatskoj⁷² može se govoriti s raznih stajališta. Međutim, prije svega je važno naglasiti osnovno, a to je da budućnost ne samo turizma i ne samo u Hrvatskoj, već na svjetskoj razini, u prvom redu ovisi o pomaku načina funkcioniranja ljudskog društva od neracionalnog i okolišno neodgovornog prema dugoročno, dakle u prvom redu okolišno, održivom. Održivi razvoj, premda se općenito definira kao sastavnica tri komponente, ekonomske, ekološke i socijalne, u svojoj suštini najviše ovisi o dugoročnom očuvanju kvalitete prirodnog okoliša i životno nužnih resursa kao što su voda, hrana, zrak, energija. Naime, bez te komponente ne može se uopće govoriti niti o socijalnom a posljedično ni o ekonomskom blagostanju i održivosti. Ono što je osnovna prepreka stvarnom shvaćanju tih nepobitnih činjenica jest još uvijek nažalost prevladavajuće stanje svijesti o odvojenosti čovjeka i prirode. Jedna od najvažnijih stvari kod planiranja razvoja turizma u Hrvatskoj jest pravilno dimenzioniranje mogućih smještajnih kapaciteta u odnosu na nosive kapacitete prirodnog okoliša na konkretnim lokacijama. To podrazumijeva provođenje prethodnih istraživanja, jer bez poznavanja početnog stanja, karakteristika i procesa na određenom području nije moguće procijeniti učinke neke aktivnosti, kao i izradu detaljnih studija utjecaja na okoliš prije izvođenja ikakvih zahvata. Također, važno je uvođenje i stvarno provođenje u praksi najviših standarda kod izgradnje i poslovanja, počevši od energetske učinkovitosti preko sustava za pročišćavanje otpadnih voda, maksimalnog smanjenja proizvodnje bilo kakvog otpada itd.

Istra mora slijediti primjer ostalih europskih destinacija koje sve više naglašavaju⁷³ svoje povijesno i kulturno naslijeđe te iskoristiti takav potencijal vlastite turističke ponude koji podrazumijeva visoku kvalitetu i bogat sadržaj boravka u određenoj destinaciji. Do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji jer će oni između ostaloga biti odlučujući činitelji za putovanje u neko turističko odredište. Kao jedan od trendova na turističkom tržištu pojavljuje se specijalizacija turističke ponude. Na taj se način turistička odredišta diverzificiraju novim uslugama i kvalitetom ponude.

⁷²Planovi i perspektive budućnosti turizma, <http://www.eko-partner.hr/>,(Preuzeto: 05.01.2015.)

⁷³ Uravić.L.,Toncetti Hrvatin,M.,Značaj stranih investicija za turizam Istre,2009, Vol.22, No.1 ,str.57-86.

Temeljita restrukturacija i modernizacija ponude i nova, bogatija i kvalitetnija struktura turističkog proizvoda zahtijeva priljev svježeg kapitala. Stoga se u narednom razdoblju predviđa oživljavanje investicijskog ciklusa i stalno podržavanje racionalne investicijske aktivnosti koja bi trebala utjecati na brži razvoj svih djelatnosti Istarske županije.

4. ZAŠTITA VRIJEDNOSTI PROSTORA I UNAPREĐENJE OKOLIŠA NA PODRUČJU ISTRE

Nacionalna strategija turizma turistički razvoj temelji na očuvanju iznimno raznolikog prirodnog i kulturnog bogatstva, na principima održivog razvoja u planiranju kvalitetne turističke ponude, adekvatnom tržišnom pozicioniranju i promociji te zajedničkom djelovanju svih pojedinaca i stručnih institucija koje direktno i indirektno sudjeluju u turizmu. Dosljednom implementacijom usvojene strategije osigurat će se dugoročni rast pozitivnih efekata od turizma, koji će na taj način ojačati svoju poziciju značajnog čimbenika gospodarskog rasta i generatora novih radnih mjesta.

4.1. Primjeri dobre prakse ruralnog turizma u Istri

Već samim spominjanjem Istre⁷⁴, asocijacija pada na more, plaže, sunce, gradiće uz obalu. No već samo dva koraka od obale, Istra je posve drugačija: zelena s mnoštvo pitomih brežuljaka, starih gradića na brdima, suhozida, bijelih puteva, netaknute i čiste prirode. Upravo u toj zelenoj Istri razvio se seoski turizam. Boravak na selu, u prirodi i s prirodom postaje apsolutni turistički hit u svijetu sa sve više pobornika željnih bijega iz frustrirajućeg urbanog kaosa. Ovaj segment turističke ponude u Istri prerastao je u poseban proizvod, a ne više prateći segment, odnosno nadopuna maritimnom turizmu, produžavajući sezonu s dosadašnjih dva do tri mjeseca sunca i mora na punih pola godine. Seoski se turizam u Istri počeo razvijati od 1996. godine kada je javni sektor odnosno Istarska županija, Odjel za turizam i Turistička zajednica Istarske županije u razvoju poticao privatni sektor i financijski i idejno i marketinški. Ukupni kapacitet u 200-tinjak domaćinstava prelazi 1.500 postelja (obuhvaćeni u zasebnom katalogu Turističke zajednice) različitih kategorija i to od pravog agroturizma - gdje se mogu kušati tradicionalni specijaliteta spravljeni na izvoran, domaći način i to proizvodima vlastite proizvodnje, ruralnim kućama za odmor, ruralnim obiteljskim hotelima, sobama i apartmanima u seoskim domaćinstvima. U Istri⁷⁵ sve se više shvaća kako je održivi razvoj ruralnih područja optimalno razvojno rješenje. Samo održivim razvojem može se pokrenuti razvoj Istarskog ruralnog područja.

⁷⁴ Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre, www.istra-istria.hr, (Preuzeto:09.12.2014.)

⁷⁵ Ružić.P., **Ruralni turizam Istre**, Tiskara Jakovčić, Poreč, 2011., str.131.

Tipovi domaćinstava:

- Agroturizam je turizam na domaćinstvu gdje postoji poljoprivredna proizvodnja. Osim usluga smještaja ova domaćinstva nude i mogućnost dolaska na kraći, jednodnevni izlet te uživanja u gastronomskim delicijama spravljenim od vlastitih proizvoda,
- Ruralne kuće za odmor tradicionalne su istarske kuće, potpuno adaptirane, i to uz poštivanje uvjeta ambijentalnosti i korištenjem prirodnih materijala. Gostima se iznajmljuje cjelokupna kuća s pripadajućim prostorom, a iako imaju potpunu privatnost, kontakt s domaćinom ipak postoji,
- Ruralni B & B (bed & breakfast) naziv je domaćinstva koje uz noćenje nudi i doručak, spravljen od vlastitih proizvoda. Domaćin živi na tome domaćinstvu i gost je smješten praktički u njegovoj kući, no budući da su životni prostori domaćina i prostor gosta (posebne sobe s kupaonicama) odvojeni, privatnost postoji,
- Ruralni obiteljski hoteli mali su, intimni hoteli, organizirani u starim zdanjima, a njihov kapacitet nije veći od 35 kreveta. Vode ga sami vlasnici te i tu postoji interakcija gost – domaćin. Usluge su personalizirane, a postoje i brojni dodatni sadržaji. Gost je, osim usluga u hotelu, upućen i na destinaciju. Hoteli proizvode i pojedine vlastite proizvode,
- Odmor na vinskoj cesti podrazumijeva domaćinstva specijalizirana za proizvodnju vina. Gostu je omogućeno upoznavanje s proizvodnjom i, naravno, konzumacija. Budući da je udaljenost između vinskog podruma i kreveta vrlo kratka te je nije potrebno prelaziti osobnim automobilom, može se dopustiti i koji promil alkohola više.

Među puno dobrih primjera razvoja ruralnog turizma možemo izdvojiti biciklističke staze u Istri, primjerice jedna od najpoznatijih staza Parenzana, idealan su način za otkrivanje njezinih prirodnih ljepota. Ljubiteljima vožnje biciklom Istra⁷⁶ pruža istinski užitak u mogućnosti stapanja s njenim jedinstvenim krajolikom, uz nedirnutu prirodu, vinograde, maslinike s idiličnim selim, te malim gradićima na vrhovima brežuljaka. Sve njezine ljepote umrežene su kroz više od 500 kilometara biciklističkih staza. Turistima zanimljiva je i ponuda koja nudi jahanje na vrhunski uvježbanim konjima. Konjički centri i rančevi sa svojim rasnim i plemenitim životinjama omogućuju zanimljive izlete kroz prekrasnu prirodu, šume,

⁷⁶ op.cit., str.215.

mnogobrojna istarska sela, špilje. Prirodna raznolikost istarskog krajolika privlači rekreativce i sportaše. Prirodni kanjoni, strme padine, opasne planinske staze i okomite stijene otkrivaju zaljubljenicima ekstremne-avanturističke sportove: paragliding ili letenje zmajem, freeclimbing ili sportsko penjanje po stijenama, vožnju motocross i enduro stazama, vožnju kanuom po rijeci Mirni, špiljarenje, pa i kanjonig.

Istru⁷⁷ je zanimljivo otkriti osobnom enološkom pustolovinom na njenim vinskim cestama. Vinske ceste nude široki asortiman visokokvalitetnih vina od kojih izdvajamo: istarsku malvaziju, muškat, pinot bijeli i sivi, chardonnay, hrvaticu, refošk, teran, borgonju, merlot, cabernet sovignon. Pored navedenog, vinske ceste Istre uključuju brojna mjesta i vinske podruma od kojih je 40 označeno zastavicom, koja upućuje na kvalitetu vina, vrhunsku opremljenost podruma i mogućnost prezentacije vina.

Posebna motivacija⁷⁸ potražnji za ruralnom turističkom destinacijom Istre je svakako inovativnost i inscenacija, koja pored osnovnih standarda omogućuje neobična iskustva, iznenađenja i poticaje. Kao odgovor na brzi ritam života suvremenog urbanog turista, raste potražnja za ekološki čistim područjima Istre.

4.2. Komparativne prednosti ruralnog turizma u Središnjoj Istri

Na području Središnje Istre ruralni turizam se ozbiljnije počeo razvijati unatrag 10-15 godina prateći trendove potražnje za mirnim, očuvanim, autohtono oblikovanim i ne industrijaliziranim područjima. Komparativna prednost⁷⁹ za razvoj ruralnog oblika turizma u Istri, a to je njena poluotočna konfiguracija i blizina mora što omogućuje ruralnim turistima pored uživanja blagodati ruralne sredine i uživanje na moru.

Seoskim turizmom Istra je podigla vrijednost destinacije, i to posebno ruralnih područja. Vrijednost se destinacije, prije svega, ogleda u ljubaznosti domaćina, originalnosti ponude, položaju smještaja, dobroj usluzi, različitim aktivnostima te povoljnoj cijeni. Turizam na seljačkim gospodarstvima⁸⁰ je bitna sastavnica ukupnog, održivog ruralnog razvitka. U prilog

⁷⁷ Op.cit. str.225.

⁷⁸ Op.cit. str.129.

⁷⁹ Ružić.P., op.cit., str.107.

⁸⁰ Turizam na seljačkim gospodarstvima, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 09.12.2014.)

navedenom govori činjenica da Hrvatska posjeduje znatne gospodarske, kulturne i prirodne uvjete za razvitak ruralnog prostora. Uz tradicionalnu proizvodnju i pripremu hrane, naime, ravnopravno treba uključiti i seoski turizam kao dopunsku djelatnost i to u sklopu obnove sela i cjelokupnog razvitka ruralnog prostora. Zacrtni program održivog razvitka ruralnih prostora ide smjerom razvitka turizma u harmoničnom odnosu prirode i ljudi koji tu žive, odnosno s prirodnom i kulturno-povijesnom baštinom, te međusobnim povezivanjem različitih aktivnosti i mjera u seoskim područjima. Ruralnom turizmu potrebna je pomoć resornih ministarstava kako bi se unaprijedio ukupan turistički proizvod i time dao poticaj poduzetnicima za bolje iskorištenje postojećih prirodnih i kulturnih resursa, primjerice u lovu i ribolovu, na turističkim seljačkim gospodarstvima i sl. Cjelokupan ruralni⁸¹ (seoski) turizam u kojem posebno mjesto zauzimaju turizam na seljačkim gospodarstvima te drugi oblici turizma na selu, nije masovni oblik turizma – on ima svoj ekskluzivitet kojeg valja održavati i unapređivati. Posebni oblici ruralnog (seoskog) turizma su seljački turizam, rezidencijalni turizam, zavičajni turizam, sportsko-rekreacijski turizam, avanturistički turizam, zdravstveni turizam, edukacijski turizam, tranzitni turizam, kamping turizam, nautički kontinentalni turizam, kulturni turizam, vjerski turizam, lovni turizam, ribolovni turizam, vinski turizam, gastronomski turizam, prirodi bliski turizam, ekoturizam, mješovite i ostale vrste turizma. Turističko seljačko gospodarstvo hrvatskim propisima je definirano kao domaćinstvo koje je organizirano kao gospodarstvo na selu u kojem njegovi članovi imaju prebivalište, a privređivanje članova seljačkog domaćinstva koje sudjeluje u pružanju ugostiteljskih usluga, proizlazi iz vlastite poljoprivredne proizvodnje. Usluge doručka, polupansiona, pansiona te usluživanje pića i napitaka mogu se pružati iz pretežito vlastite proizvodnje (poljoprivredni proizvodi koji su proizvedeni na seljačkom domaćinstvu koje pruža ugostiteljske usluge ili jednim dijelom na nekom seljačkom gospodarstvu unutar županije). Turističko seljačko gospodarstvo mora biti upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava te zadovoljavati sve uvjete propisane posebnim popisima. Turističko seljačko domaćinstvo može pružati ugostiteljske usluge (usluge smještaja, hrane i pića) i turističke usluge (primjerice: vožnja kočijom, branje gljiva, iznajmljivanje konja za jahanje, bicikala i sl., obilazak kulturnih spomenika i drugo). Da bi neko seljačko gospodarstvo moglo funkcionirati kao turističko seljačko gospodarstvo mora biti podobno za uređenje u turističku funkciju, a kraj u kojem se nalazi mora biti turistički atraktivan. Osim pozitivnih atrakcijskih učinaka seoskog identiteta

⁸¹ Ružić, P., Demonja, D., Sociologija i prostor, Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Vol.51, No.1., str. 45-65, 2013.

na konkurentnost ruralnog turističkog proizvoda ima i obvezujuće s gledišta potrebe njegovog očuvanja.⁸²

Tehnički uvjeti za uređenje turističkih seljačkih gospodarstava određeni su propisima. Osnovni tipovi turističkog seljačkog gospodarstva ovisno o vrsti usluge:

- Turistička seljačka gospodarstva koja pružaju ugostiteljske usluge smještaja i prehrane,
- Turistička seljačka gospodarstva koja pružaju ugostiteljske usluge jela i pića,
- Vinotočoja / kušaonice vina i rakije.

Postoje i osnovni uvjeti koji se razlikuju od tipa turističkog seljačkog gospodarstva. Uz osnovne uvjete valja voditi brigu da se iz uređenja kuće, interijera i uređenja okoliša može "iščitati" etnografska baština kraja. U Republici Hrvatskoj trenutno je registrirano nešto više od 300 turističkih seljačkih gospodarstava.

4.3. Ekološki standardi kao koncept razvoja turizma u Istri

Ekološki aspekt turizma temelji se na očuvanju prirodnih resursa te edukaciji svih sudionika o aspektima, važnosti i primjeni ekoloških načela u turizmu. Takav koncept razvoja turizma teži optimalnom ekonomskom efektu, uz minimalno degradiranje životne sredine. Poštivanje ekoloških standarda se sve više nameće kao trend među turističkom potražnjom. Povratak prirodi i zdrava prehrana te korištenje prirodnih materijala svjetski je pokret koji se reflektira i u turizmu. Ako se s jedne strane stavi očuvanje okoliša kao uvjet razvoja turizma, a s druge značajan dio turističke potražnje koji želi i očekuje ekološku komponentu u turističkoj ponudi, dobije se tržišno-ekološka ravnoteža. Ekologija postaje i trend i potreba. Na taj način omogućeno je ne samo očuvanje postojećih, tradicionalno iskorištavanih prirodnih atrakcija, već i intenzivnija turistička valorizacija zaštićenih prirodnih područja i ekološki prihvatljiva poljoprivredna proizvodnja kao dodatno obogaćenje turističke ponude. Djelovanje u smislu očuvanja ukupne ekološke ravnoteže i razvoj sve popularnijeg

⁸² Ružić.P., op.cit., str. 29.

ekoturizma kao specifičnog oblika provođenja odmora, ima snažno uporište u održivom razvoju, jednoj od temeljnih odrednica hrvatskog, a i svjetskog turizma.

Primjeri djelovanja u zaštiti okoliša:

- promjenu zakonskog pristupa kroz više ekološke standarde i njihovu strogu kontrolu,
- Na nacionalnoj razini treba ohrabrivati implementaciju standarda “Plave zastave” na način da se djelomično subvencionira dio troškova potrebnih za opremanje plaža do traženog standarda,
- Uključivanje ekologije u program edukacije u turizmu,
- Poticajna sredstva i stimulativni programi za projekte ekološkog turizma.

Zbog svoje blage klime Istra⁸³ je ugodna za boravak u svako doba godine. Proljeće je pogodno za sportaše rekreativce, vožnju biciklom mnogobrojnim biciklističkim stazama, šetnju pješačkim stazama, planinarenje, špiljarenje, freeclimbing, tenis, paragliding, za aktivne sportaše zbog njihovih sportskih priprema kao i za rehabilitaciju, te za turiste-izletnike i njihovo edukativno upoznavanje s kulturološkim, povijesnim i prirodnim obilježjima Istre. Ljetna sezona pripada isključivo ljubiteljima mora, a započinje već od svibnja i traje do konca rujna. Posjetitelji se mogu prepustiti uživanju u moru i suncu na bezbrojnim istarskim plažama u poznatim turističkim odredištima. Za one željne aktivnog odmora upriličeni su mnogobrojni atraktivni događaji, aktivnosti i zabave. Većernji sati rezervirani su za kulturna događanja - filmske festivale, kazališne predstave, koncerte poznatih svjetskih glazbenika, izložbe slika, koji se najčešće odvijaju u kulturno-povijesnim ambijentima, te već tradicionalne ribarske ljetne fešte u svim priobalnim mjestima, uz muziku, ples, vino. U ljetnim danima u mjestima Zelene, agroturističke Istre, odvijaju se tradicionalne fešte na kojima se može upoznati folklor Istre - izvorna glazba, narodni ples i nošnja, u kratko duh Istre. Jesen je, kao i proljeće, kao stvorena za uživanje u prirodnim ljepotama ruralne Istre. U ovom se periodu turisti mogu pridružiti brojnim beračima jesenjih plodova - grožđa, kestenja, gljiva. Specifični su izleti vinskim cestama koje će dovesti u dom vrijednih istarskih vinara gdje svatko može probati izvorna istarska vina te istarski sir i pršut. Zimi, kada su dani sve kraći i hladniji za izlete i razgledavanje nude se posjete u istarskim konobama, uz ognjište, uz famoznu istarsku supu i tradicionalna istarska jela.

⁸³ Istra, <http://historica.com/hr/g/gastronomija/>, (Preuzeto: 07.01.2015.)

Slika 4. Održivi razvoj i zaštita okoliša u Istri



Izvor: <http://www.coloursofistria.com/hr/priroda-kampovi/priroda-okolis/>,
(Preuzeto:29.12.2014)

Svijest o održivom razvoju i zaštiti okoliša nailazi na velik odjek u sjeverozapadnoj Istri. Potreba za čuvanjem okoliša i usklađenjem turističkog razvoja s prirodom u ovoj su regiji pružili niz eko akcija i zelenih inicijativa. Njihova bitna odlika je i edukacija djece i mladih kako bi što ranije usvojili visoke standarde u odnosu prema prirodi i okolišu. Znatno se ulagalo u edukaciju vlasnika te osmišljavanje zajedničkih projekata u cilju bolje promocije i animacije potencijalnih korisnika agro-domaćinstava. Ne postoji ozbiljnije teoretsko istraživanje vezano za formiranje institucionalnih mehanizama u funkciji razvoja ruralnog turizma na području Istarske županije ili na područje Središnje Istre. Prednosti Središnje Istre koja raspolaže značajnim gospodarskim, kulturnim i turističkim resursima još se nedovoljno koriste i ne postoje oblikovani institucionalni mehanizmi koji bi maksimizirali uporabu i korištenje komparativnih prednosti prostora.⁸⁴

Gosti u agro-domaćinstvima veći dio boravka provode na seljačkim gospodarstvima, manji dio u njihovoj okolini baveći se rekreacijom, obilazeći prirodne i kulturne privlačnosti,

⁸⁴ Rajko, M., Krajnović, A., Tomčić, Z., (2008), Public-private Partnership for the Development of Tourism in Rural Areas, International Conference of the School of Economics and Business in Sarajevo (ICES 2008) "Traditional Challenges of EU Integration and Globalisation", School of Economics and Business, Sarajevo, Bosna i Hercegovina.

uključujući se u kulturne, vjerske, folklorne, sportske i druge manifestacije. Danas je odmor na seljačkom gospodarstvu u trendu posebice stanovnika velikih urbanih središta koji su željni prirodnog ugođaja, zdravog i šarolikog svijeta prirode. Sačuvana okolina, čisti zrak, pješačenje i druge aktivnosti u mirnoj i ugodnoj sredini, uvelike su traženi oblik odmora, kao nadoknada za svakodnevni stres kojeg doživljavaju stanovnici velikih gradova.

4.4. Konvencionalna u odnosu na nekonvencionalnu turističku ponudu u Istri

Konvencionalni, komercijalni ili masovni turizam usmjeren je na povećanje prometa, broj posjetitelja, zapošljavanje, uništava postojeće resurse i nema potrebu za razvojem zajednice, kulture ili poduzetništva. Stalan i povećan rast turizma, kojeg prate promjene izazvane novim oblicima prometa, ekološkim promjenama, povećanom izgradnjom infrastrukture u turističkim područjima, te negativnim sociološkim i kulturološkim posljedicama doprinose devastaciji određenog područja.

Kao protuteža konvencionalnom turizmu veliki naponi ulažu se u razvoj nekonvencionalnih oblika turizma. Dobivaju se potrebni poticaji za dobivanje financijskih sredstava podrške od strane javnog sektora, kojima se potiču privatne inicijative u ruralnom turizmu. Institucije za razvoj surađuju s agroturističkim domaćinstvima, što je povoljan razvojni trend za zajedničku suradnju te uspješno strateško planiranje ruralnog turizma.

Održivi turizam, a time i ruralni turizam kao njegov oblik, za razliku od njih, bazira svoje strateško planiranje na široj, holističkoj, analizi ruralnog područja, te obuhvaća:⁸⁵

- analizu socijalnih, ekonomskih, ekoloških i kulturalnih potreba;
- analizu turističkih potencijala i postignutih dosadašnjih napora za turistički razvoj;

⁸⁵ Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M., (2011,) Izvorni znanstveni članak UDK: 338.2:338.484:631(497.5), *Oeconomica Jadertina*, 379.845:910.4:005.32(497.5), ISSN 1848-1035 30, *Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice*, str.36.

- raspravu o senzibiliziranju dionika i nalaženju mogućih načina kako turizam koristiti kao alat za socijalnu, ekonomsku, ekološku i socio-kulturnu regeneraciju;
- snažnu lokalnu participaciju sudionika lokalnih dionika u procesu planiranja, implementacije i realizacije projekata;
- pažljivo uzimanje u obzir kapaciteta nosivosti ruralne turističke destinacije, definiranje tipa turizma (prepoznatljivosti pojedine mikro-destinacije - klastera) i mjere (kapaciteta nosivosti) do koje će se razvijati svaki dio regije (klaster). Na taj se način za različite mikro-lokacije mogu razviti razvojni scenariji različitih intenziteta. Labilni i krhki eko-sustavi imali bi adekvatne razvojne scenarije, različite od onih na mikrolokacijama koje nisu toliko osjetljive na gospodarski razvoj;
- razvoj utemeljiti na marketinškom istraživanju dok veliki problem predstavlja financiranje.

U Središnjoj se Istri potiče razvoj nekonvencionalne turističke ponude sadržaja kao kombinacija agroturizma i drugih oblika ruralnog turizma.

U kreaciji turističkog proizvoda⁸⁶ pojavljuju se sljedeći elementi: klima i prirodne atraktivnosti, lokalni običaji, lokalna zajednica, kultura i kulturološki resursi općenito i ostale turističke atrakcije i pogodnosti. Turistima zanimljive pješačke i biciklističke ture, kulturno zabavne manifestacije, izložbe i sajmovi autohtonih proizvoda, suveniri, kulturni i rekreacijski itinereri i sl. Veliki pomaci ulažu se u dobivanje potpora resornih ministarstava, programima razvoja i subvencijama za agroturističku djelatnost, dostupnost informacija i kreditiranja, zapošljavanje djelatnika u turizmu, te programe edukacije organizirane od strane lokalne zajednice i županije. Neconvencionalne metode razvoja turizma u ruralnom prostoru imaju za cilj dugoročan razvitak i efikasnije korištenje svih turističkih resursa na tim prostorima.

⁸⁶ Ilak Peršurić A. S., Trošt K., Juraković L., Rajko M., Oplanić M., Agroturizam u Istri – stanje i perspektive, Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu "Konceptija dugoročnog razvoja ruralnog turizma", Mali Lošinj, 21. – 25. travnja 2010.

ZAKLJUČAK

Hrvatska je popularno turističko odredište i među dvadeset je najpoželjnijih destinacija u Europi. Pruža obilje prirodnih atrakcija među kojima najvažnije mjesto ima more, razvedena obala te mnoštvo otoka, ali i brojne očuvane prirodne plaže, kao i zelenilo i šumovitost velikog dijela teritorija. Ima velik broj turistički atraktivnih zaštićenih prirodnih područja, a prema bio raznolikosti nalazi se u europskom vrhu.

Osnovna hipoteza s kojom se krenulo u pisanje ovog rada odnosi se na dugoročno ulaganje u razvoj istarskog poluotoka i prirode kao najvažnijeg resursa. Ustanovljeno je da Istra spada u atraktivno i poželjno turističko odredište u Europi. Dobri izgledi za razvoj turizma temelje se na očuvanim prirodnim ljepotama, ugodnoj klimi, bogatoj kulturno-povijesnoj baštini te ugodnosti lokalnih ambijenata i svijesti o zaštiti prirode koji razvijaju turizam u pozitivnom smjeru. Hrvatska se odlučila za kreativan, inovativan, kvalitetan i drugačiji pristup ulaganja u turizam te raste preferencija za specifičnim vrstama i novim trendovima suvremenog turizma. Dokazivanje postavljene hipoteze provodi se teoretski te je dokazano da turizam, kako u Hrvatskoj tako i u Istarskoj županiji predstavlja najznačajniju gospodarsku djelatnost i ističe ekoturizam i ruralni turizam kao nove trendove koji omogućuju stanovništvu da ostvare korist u ekonomskom, ekološkom i kulturnom smislu, uz osiguranje održivog razvoja.

Istarska županija je prva u Hrvatskoj u korištenju EU fondova za financiranje održivih projekata i vodeća je županija u Hrvatskoj u ulaganju u ruralni i ekoturizam. U Istri su poticaji za turističko aktiviranje unutrašnjosti preko razvoja ekoturizma značajnije krenuli članstvom Republike Hrvatske u EU. To ima velik utjecaj na imidž hrvatskog turizma i pridonosi većoj konkurentnosti ponude i kvaliteti usluga, utječe na nove investicije i interes stranog kapitala za razvoj turističke ponude. Istra je područje koje ima velike komparativne prednosti koje može iskoristiti za sustavni razvoj raznih oblika selektivnog turizma. Puno se ulaže u privlačnost destinacije koja ovisi o regulatornim instrumentima i sposobnostima svih sudionika u turizmu da zajedno postignu ekološku održivost i održivi turizam i odgovorno ponašanje u budućnosti. Ulaže se u ekološki neškodljive turističke projekte radi zaštite bioraznolikosti i stvaranja pozitivnog identiteta na međunarodnim tržištima.

Može se zaključiti da je ovim radom dokazana temeljna hipoteza koja kaže da Istra ostvaruje veliki napredak ulaganjem u kvalitetan i održiv razvoj te postaje prema svjetskim standardima mala regija za potpuni odmor.

LITEATURA:

KNJIGE :

1. Alfier, D., **Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma**, Informator, Zagreb, 1994.
2. Antunac, I., **Selektivne vrste turizma**, Hrvatska u europskom turizmu, Hotelijerski fakultet Opatija, 1995.
3. Bartoluci, M., **Ekonomika i menadžment sporta**, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Informator, Zagreb, 2003.
4. Borković, V., Kobašić, A., **Poslovanje ugostiteljskih poduzeća**, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1993.
5. Čorak, S., Mikačić, V., **Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno**, Copygraf, Zagreb, 2006.
6. Geić S., **Menadžment selektivnih oblika turizma**, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
7. Gržinić, J., **Međunarodni turizam**, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zelina d.d., Pula, 2014.
8. Hunziker, W., Krapf J.L.: **Opći plan turističke nastave**, Polygraph. Verl., Zürich, 1942.
9. Jadrešić, V., **Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni**, Školska knjiga, Zagreb, 2001.
10. Kušen, E., **Ekoturizam i održivi razvoj turizma**, Školska knjiga, Zagreb, 2002.
11. Moutinho, L., **Strateški management u turizmu**, Masmedia, Zagreb, 2005.
12. Pančić Kombol, T., **Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa**, TMPC Sagena, Zagreb, 2000.
13. Ružić, P., **Ruralni turizam**, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2009.
14. Ružić, P., **Ruralni turizam Istre**, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula, 2011.
15. Vujić, V., **Održivi razvoj turizma**, Rijeka: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2005.

ČASOPISI I ČLANCI :

1. Borković, V.: Strateški marketinški plan turističke destinacije s posebnim osvrtom na Dubrovnik, Tržište, 1-2/95, Zagreb, 1995.
2. Douglas, N., Special interest tourism: context and cases, Milton: J. Wiley & Sons, Australia, 2001.
3. Horvatić, A., Bačić, L., Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude u Hrvatskoj, 2012., Vol.3, No1.
4. Ilak Peršurić A. S., Trošt K., Juraković L., Rajko M., Oplanić M., Agroturizam u Istri – stanje i perspektive, Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu "Konceptija dugoročnog razvoja ruralnog turizma", Mali Lošinj, 21. – 25. travnja 2010.
5. Jadrešić, V.: „Selektivni turizam pouzdano sredstvo za revitalizaciju prostorno-ekološke i kulturne baštine Hrvatske“, Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis, br. 2., 1991.
6. Kaspar C., Le tourisme, l'objet d'étude scientifique, Revue de tourisme, No.4.1976.
7. Luković, T.: Power Point, predavanja na kolegiju „Menadžment malih poduzeća“, zimski semestar 2007.
8. Pavlić I.: Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi, „Naše more“ 51(5-6)/2004.
9. Petrić, L. : Izazovi razvoja ruralnog turizma : dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku, Acta Turistica, Vol.18, No.2, EF, Zagreb, 2006.
10. Rajko, M., Krajnović, A., Tomčić, Z., (2008), Public-private Partnership for the Development of Tourism in Rural Areas, International Conference of the School of Economics and Business in Sarajevo (ICES 2008) "Traditional Challenges of EU Integration and Globalisation", School of Economics and Business, Sarajevo, Bosna i Hercegovina.
11. Razvojna strategija hrvatskog turizma, Ministarstvo turizma, N.N. 113/93.
12. Ružić, P., Demonja, D., Sociologija i prostor, Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske, Vol.51, No.1., str. 45-65, 2013
13. Smith M., MacLeod N., Hart M. : Key Concepts in Tourist Studies, Sage publications Ltd, 2010, Prema Popesku, 2008.
14. Šiljković, Ž., Organska poljoprivreda srednje Europe, Geoadria, 7 (2), 2002.

15. Uravić.L.,Toncetti Hrvatin,M.,Značaj stranih investicija za turizam Istre,Vol.22, No.1,2009.
16. Vuković.I.: Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj Uniji, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 1, pp. 35-55, 2006.

INTERNET IZVORI :

1. Indeks konkurentnosti, <http://www.konkurentnost.hr/>, (Preuzeto: 17.10.2014.)
2. Istra, <http://historica.com/hr/g/gastronomija/>, (Preuzeto: 07.01.2015.)
3. Istra-Inspirit, <http://www.regionalexpress.hr/site/more/creative-tourism-awards-za-istra-inspirit>, (Preuzeto:26.01.2015.)
4. Konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 29.10.2014.)
5. Malo gospodarstvo, Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN 29/02, NN 63/07, NN 53/12), <http://www.minpo.hr/>, (Preuzeto: 29.10.2014.)
6. MedPAN, <http://www.medpan.org/>, (Preuzeto: 22.12.2014.)
7. Mreža NATURA 2000 u Europi, <http://www.natura2000.hr/>, (Preuzeto: 07.11.2014.)
8. Nacionalni parkovi, <http://www.zaštita-prirode.hr/>, (Preuzeto: 20.12.2014.)
9. Novi trendovi u turizmu, www.masmedia.hr, (Preuzeto: 27.12.2014.)
10. Održivi turizam, <http://www.odrzivi.turizam.hr/>,(Preuzeto: 15.12.2014.)
11. Planovi i perspektive budućnosti turizma, <http://www.eko-partner.hr/>,(Preuzeto: 05.01.2015.)
12. Pozicioniranje Hrvatske kao vodeće europske destinacije,<http://www.mint.hr/>/(Preuzeto: 15.10. 2014)
13. Prioritetne teme za Republiku Hrvatsku, <http://www.mint.hr/> (Preuzeto: 29.10.2014.)
14. Prostorni plan područja posebnih obilježja, <http://www.mzopu.hr/>,(Preuzeto: 15.12.2014.)

15. Razvoj ekoturizma u Republici Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 06.11.2014.)
16. Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 05.11.2014.)
17. Ruralni turizam u Istri, <http://www.rural-koncept.hr/>, (Preuzeto: 7.01.2015.)
18. SWOT analiza hrvatskog turizma, www.masmedia.hr, (Preuzeto: 27.10.2014.)
19. Temeljni ciljevi zaštite okoliša, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 29.10.2014.)
20. Trendovi i vještine potrebni u turizmu današnjice, <https://bib.irb.hr/>. (Preuzeto :17.10.2014.)
21. Trendovi turizma, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto:17.10.2014)
22. Turizam u Republici Hrvatskoj, www.hrvatska21.hr, (Preuzeto: 15.10.2014.)
23. Turizam u ruralnim područjima, www.hgk.hr, (Preuzeto:08.12.2014)
24. Turizam u ruralnom (središnjem) dijelu Istre, www.istra-istria.hr, (Preuzeto:09.12.2014.)
25. Turizam na seljačkim gospodarstvima, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 09.12.2014.)
26. Utjecaj turizma na okoliš u Republici Hrvatsko, <http://www.mint.hr/>, (Preuzeto: 19.10.2014.)
27. Zaštićena područja u RH, <http://www.zastita-prirode.hr/Zasticena-priroda>, (Preuzeto: 15.12.2014.)

POPIS SLIKA

Slike:

| | |
|---|----|
| Slika 1. Natura 2000, zaštićena područja i zaštićene vrste u Republici Hrvatskoj..... | 36 |
| Slika 2. Zaštićena područja u Republici Hrvatskoj..... | 47 |
| Slika 3. Održivi turizam | 49 |
| Slika 4. Održivi razvoj i zaštita okoliša u Istri..... | 59 |

POPIS TABLICA

Tablice:

| | |
|--|----|
| Tablica 1: SWOT analiza hrvatskog turizma..... | 10 |
| Tablica 2: Kategorije zaštićenih područja, razina upravljanja i tko ih proglašava..... | 43 |
| Tablica 3: Upisnik zaštićenih područja Ministarstva zaštite okoliša i prirode..... | 48 |

SAŽETAK

U ovom radu želi se dokazati da Republika Hrvatska posjeduje raznolik i očuvan prirodni i kulturni potencijal koji je potrebno zaštititi u cilju dugoročnog održivog razvoja . Posjeduje raznovrstan krajobraz, biološku raznolikost i mnoge aktivne kulturne tradicije. Prati se održivi razvoj turizma u Istri koji podrazumijeva upravljanje resursima koji udovoljavaju osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta, vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti. Cilj je da turizam postane aktivni generator razvoja gospodarstva i da se pravilno pozicionira na dinamičnom i konkurentnom tržištu te da prati suvremene trendove. Turističko tržište postaje zahtjevnije i traži raznolik, sadržajnu i aktivnu turističku ponudu. Na razvoj novih tržišta utječu promjenjivi gospodarski uvjeti, nove tehnologije i izmijenjeno ponašanje turističkih potrošača. Kroz tekst se nastoji istaknuti nova društvena svijest koja podrazumijeva interes za autentičnim, lokalnim iskustvima godišnjeg odmora i teži postizanju visoke razine kvalitete u svim segmentima ponude u turističkoj destinaciji. Istarska županija nudi originalnost, raznolikost i obilje objekata kulture što čini snagu turističke privlačnosti i povećava vrijednost turističkih sadržaja.

Dokazuje se da ulaskom u EU postoje velike mogućnosti razvoja ruralnog turizma, prirodi bliskog ekoturizma, održavanje privlačnog izgleda okoliša i graditeljske baštine te postizanje konkurentnosti i produljenje sezone.

Prati se idiličan ruralni krajobraz Istre kao preteča razvoja selektivnih oblika turizma. Sve izraženija svijest o održivom razvoju i zaštiti okoliša nailazi na velik odjek u Istri . Cilj je pokazati važnost ekologije koja postaje trend i potreba. Na taj način omogućeno je ne samo očuvanje postojećih, tradicionalno iskorištavanih prirodnih atrakcija, već i intenzivnija turistička valorizacija zaštićenih prirodnih područja. Turistički sektor u Republici Hrvatskoj omogućiti će promjenu smjera budućeg razvoja i tržišnog pozicioniranja naše zemlje kao cjelovite i kvalitetne turističke destinacije. Djelovanje u smislu očuvanja ukupne ekološke ravnoteže i razvoj sve popularnijeg ekoturizma kao specifičnog oblika provođenja odmora, ima snažno uporište u održivom razvoju, jednoj od temeljnih odrednica hrvatskog, a i svjetskog turizma.

Ključne riječi: održivi turizam , ruralni turizam, ekoturizam , Središnja Istra