

Pustolovni turizam u Republici Hrvatskoj

Malnar, Helena

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:137:602964>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-29**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

MALNAR HELENA

PUSTOLOVNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

MALNAR HELENA

PUSTOLOVNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

JMBAG: 0303088796, redovna studentica

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, srpanj 2022.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika _____ovim putem izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat mogega 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 Završnog 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, _____



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promocije otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu

U Puli, _____

Potpis

SADRŽAJ:

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. POJMOVNE ODREDNICE TURIZMA..... | 2 |
| 2.1. Teorijsko poimanje turizma..... | 2 |
| 2.2. Ekonomija doživljaja i turist..... | 3 |
| 3. TEORIJSKI OKVIRI PUSTOLOVNOG TURIZMA..... | 8 |
| 3.1. Definiranje pustolovnog turizma..... | 9 |
| 3.2. Tipologija pustolovnog turizma..... | 10 |
| 3.3. Učinci pustolovnog turizma..... | 12 |
| 4. PUSTOLOVNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ..... | 14 |
| 4.1. Povijesni razvoj pustolovnog turizma u Hrvatskoj..... | 15 |
| 4.2. Analiza tržišta pustolovnog turizma u Hrvatskoj..... | 16 |
| 4.2.1. Pustolovne aktivnosti na kopnu..... | 18 |
| 4.2.2. Pustolovne aktivnosti u zraku..... | 20 |
| 4.2.3. Pustolovne aktivnosti na vodi..... | 22 |
| 4.3. SWOT analiza turizma Hrvatske..... | 23 |
| 5. STUDIJA SLUČAJA – PUSTOLOVNI TURIZAM NA PODRUČJU VUKOVARSKO-SRIJEMSKE ŽUPANIJE..... | 28 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 32 |
| LITERATURA..... | 33 |
| PRILOZI..... | 37 |
| SAŽETAK..... | 38 |
| SUMMARY..... | 39 |

1. UVOD

Razni globalni trendovi utječu na razinu razvoja turizma posebnih interesa, odnosno na turizam koji je usmjeren na aktivnosti specijaliziranih segmenata. Rastuća potražnja za individualiziranim, osebnim i personaliziranim turističkim dobrima i uslugama, kao i za luksuznim dobrima i uslugama, pokazuje da turisti sve više traže prava iskustva i izlete koji će obogatiti njihovo kulturno ili obrazovno iskustvo. Selektivni oblici turizma odgovaraju na specifične (posebne) potrebe specijaliziranih turističkih segmenata, kreiranjem jedinstvenih iskustava i doživljaja kroz odgovoran i održivi turizam.

Ovaj rad bavi se razvojem jednog od oblika selektivnog turizma, točnije pustolovnim turizmom i njegovim razvojem na području Republike Hrvatske. U svijetu, pustolovni turizam jedan je od najbržih rastućih oblika turizma, zbog njegove gospodarske, ekološke i kulturne vrijednosti. Hrvatsko bogatstvo prirodnim resursima pruža izvrsnu podlogu za poboljšanje i daljnji napredak pustolovnog turizma.

Prilikom izrade ovog završnog rada korištena je deskriptivna metoda i metoda analize. Analizirani i korišteni su sekundarni podaci, odnosno javno dostupna literatura, strateški dokumenti te Internet. Osnovni cilj završnog rada je prikazati razvoj pustolovnog turizma i njegovo trenutno stanje na području Republike Hrvatske. Postavljena hipoteza rada je da je pustolovni turizam Hrvatskoj pridonosi boljem razvitku manjih lokalnih zajednica te cjelogodišnjeg turizma.

Završni rad sastoji se od četiri poglavlja, uvoda i zaključka. Prvo poglavlje predstavlja pojmovno određivanje turizma, definiraju se pojmovi turista, ekonomije doživljaja te prikazuje se motivacija turista za putovanje. U drugom poglavlju definira se pojam pustolovnog turizma, njegovi učinci, karakteristike i tipologija. Treće poglavlje prikazuje povijesni razvoj pustolovnog turizma na području Republike Hrvatske, te sadrži analizu pustolovnog turizma na području Hrvatske. Četvrto poglavlje prikazuje studiju slučaja, analizu stanja pustolovnog turizma na području Vukovarsko-srijemske županije.

2. POJMOVNE ODREDNICE TURIZMA

Turizam obuhvaća aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine. Kroz brojne globalne kvalitativne mega trendove formira se suvremeni kontekst promatranja turizma koji uključuje izražene sve političke i ekonomske nestabilnosti unutar neke destinacije te dinamične promjene zahtjeva potrošača, odnosno turista. Turizam je jedna od najmasovnijih i najsloženijih društvenih i ekonomskih pojava. Turizam je „*općenita socijalna pojava modernoga doba, socijalni epifenomen. Krivog ga nazivaju djelatnošću, on nije djelatnost; turizam shvaćen kao djelatnost može se svrstati pod ugostiteljstvo, hotelijerstvo ili najšire pod trgovinu*“¹.

2.1. Teorijsko poimanje turizma

Postoje brojne definicije turizma koje možemo pronaći u stručnoj literaturi. Turizam se često definira kroz socio-kulturološke, ekonomske, nominalne definicije, promatran je kao skup odnosa i pojava. Naime, u novije vrijeme, turizam sve češće se definira kroz univerzalne definicije zbog svoje opširnosti, gdje se promatra kao interdisciplinarni i kompleksni pojam koji se sastoji od skupa komplementarnosti i aktivnosti ². 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*“³. Svjetska turistička organizacija, UNWTO, navodi slijedeću definiciju: „*Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju*“⁴.

¹ Marinović – Uzelac, A., 2001.: *Prostorno planiranje*, Dom i svijet, Zagreb, str. 460

² Gržinić, J., 2019.: *Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 19

³ Hunziker, W., Krapf J.L., 1942.: *Opći plan turističke nastave*, Polygraph, Zürich, str. 85

⁴ Čavlek N. i suradnici, 2011.: *Ekonomске osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, str. 25

Kako bi došlo do putovanja te pokretanja turizma, glavni preduvjeti su slobodno vrijeme i financijska sredstva, te objektivni pokretači kao što je životna sredina⁵. Slobodno vrijeme ili dokolica je vrijeme kada se čovjek oslobađa i kroz samodjelatnost ostvaruje kao slobodno biće, kao na primjer kroz igru, hobije...

Prema Polić M. i Polić R. (2009.) „sloboda je to što je jest najprije nedjelatno kao neovisnost od vanjske prisile ili ograničenja djelovanja, dakle kao nepostojanje sile koja bi čovjeka sprječavala u čemu ili prisiljavala na što, a tek onda i djelatno kao mogućnost za nešto, tj. kao postojanje subjektivnih i objektivnih uvjeta stvarnog samoodređenja ili samoostvarenja.“ Stoga, glavni motivi zbog kojih dolazi do putovanja unutar domicilne zemlje ili inozemnih putovanja su: odmor, osjećaj slobode i relaksacije, opuštanje, vrijeme za stvaranje novih iskustava, pustolovina.

Kod proučavanja turizama, osnovna jedinica proučavanja jest turist, to jest svaka osoba koja na putovanju izvan svojega domicilnog mjesta boravka provede najmanje 24 sata, ali ne dulje od godinu dana. Svjetska turistička organizacija, UNWTO, definira turista kao posjetitelja, odnosno osobu kojoj glavna svrha putovanja (izvan svoje sredine, kraća od godinu dana) nije vezana uz obavljanje neke lukrativne aktivnosti u mjestu koje posjećuje⁶.

Globalizacijom i brojnim svjetskim trendovima te sve većim shvaćanjem raznolikosti turista, dolazi do izražaja specifičnosti potreba turista koje sve više postaju individualizirane, pa tako dolazi do pojave alternativnog turizma, koji se javlja kao rješenje devedesetih godina prošloga stoljeća. Alternativnim turizmom smatra se turističko planiranje posebnih interesa koji su usmjereni na pružanje personaliziranog pristupa zahtjevima turista te pružanje novih iskustava.

2.2. Ekonomija doživljaja i turist

Kako bi se mogla provesti ekonomija doživljaja, njezinu osnovu predstavlja doživljaj kao složena kategorija. Dakle, ostvareni doživljaj ili iskustvo kroz turističke tijekove je subjektivan i individualan za svakog turista. Pojam doživljaja u mrežnom

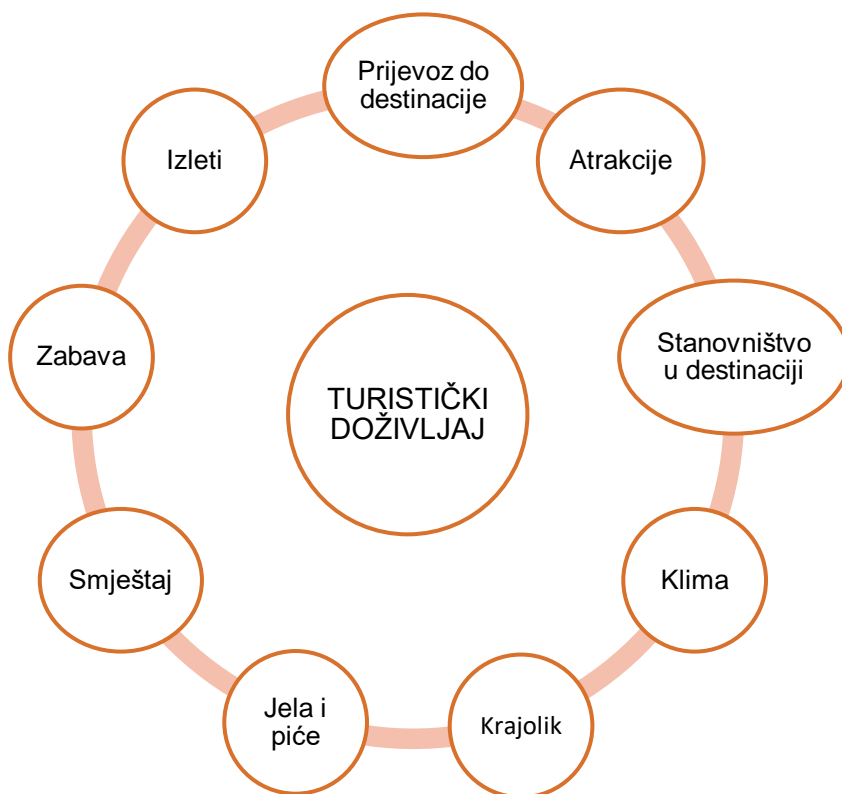
⁵ Gržinić, J., 2019.: op.cit., str.17

⁶ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2021.: *Turizam*, Leksikografski zavod Miroslava Krlež, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> (15.7.2022.)

izdanju Hrvatske enciklopedije definira se na slijedeći način: „doživljaj, u psihologiji, jednostavan ili složeni psihološki proces dostupan subjektivnom uvidu, opažanju i prosudbi. Među najsloženijima su emocionalni doživljaj, primjerice doživljaj ljepote umjetničkih djela, doživljaj ljubavi i drugo.“ Doživljaji koje ostvaruju turisti su različitog intenziteta te imaju različito značenje⁷.

Stoga, ovisi o motivaciji turista koja ima utjecaj na stvaranje sadržaja. “Slobodno se može reći da je turistički doživljaj ukupno očekivanje, koje u sebi sadržava nesvakidašnje obećanje i nastojanje da se to obećanje isporuči potrošaču/turistu na određenoj lokaciji/destinaciji u određeno vrijeme u skladu sa svime što je preneseno”⁸. Vranešević navodi sljedeće temeljne odrednice svakog turističkog doživljaja, prikazane u nastavku (Shema 1).

Shema 1. Temeljne odrednice turističkog doživljaja



Izvor: izrada autorice prema Vranešević (2016.)

⁷ Cohen, E., 1979/1996. *A phenomenology of tourist experiences*, u Y. Apostopoulos, S. Leivadi i A. Yiannakis (urednici), *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations*, London: Routledge. Str. 90-111

⁸ Vranešević, T., 2016.: *Priručnik o doživljajima*. Hrvatska turistička zajednica, Zagreb

Današnji turist se uvelike razlikuje od prijašnjeg turista. Turistički doživljaj se nekada temeljio na homogenim grupama, predvidljivosti potreba tadašnjih turista, pasivnom sezonskom odmoru te sigurnosti što je omogućavala prodaju organiziranih izleta⁹. Fokus je prije bio na kvaliteti pružanja turističke usluge u mjestu posjeta, te lokalna kultura i lokalna zajednica nisu bili značajno primamljivi tadašnjim turistima. U današnje vrijeme, sve je veći fokus na lokalnu kulturu i identitet lokalne zajednice. „Zajednice mjesta obuhvaćaju sve čimbenike koji determiniraju osjećaj privrženosti ljudi s nekim prostorom. U to se uključuje kolektivna memorija, tradicija i osjećaj različitosti u odnosu na neki drugi društveni entitet“¹⁰.

Stoga, danas se sve više cijeni lokalni identitet, turisti su u potrazi za autentičnim doživljajem, spajanjem s načinom života lokalne zajednice te su zainteresirani stjecati nova znanja i vještine.

Turistički doživljaj danas je subjektivan, podložan promjenama, proaktivan, interaktivan, autentičan, većinom individualan te personaliziran. Također, turistički doživljaj iz načela 4S (pijesak (eng. sand), sunce (eng. sun), more (eng. sea), i ljubav (eng. seks)), prelazi u 6E (doživljaj (eng. experience), uzbuđenje (eng. excitement), bijeg (eng. escape), obrazovanje (eng. education), ekonomija (eng. economy) i zabava (eng. entertainment)¹¹.

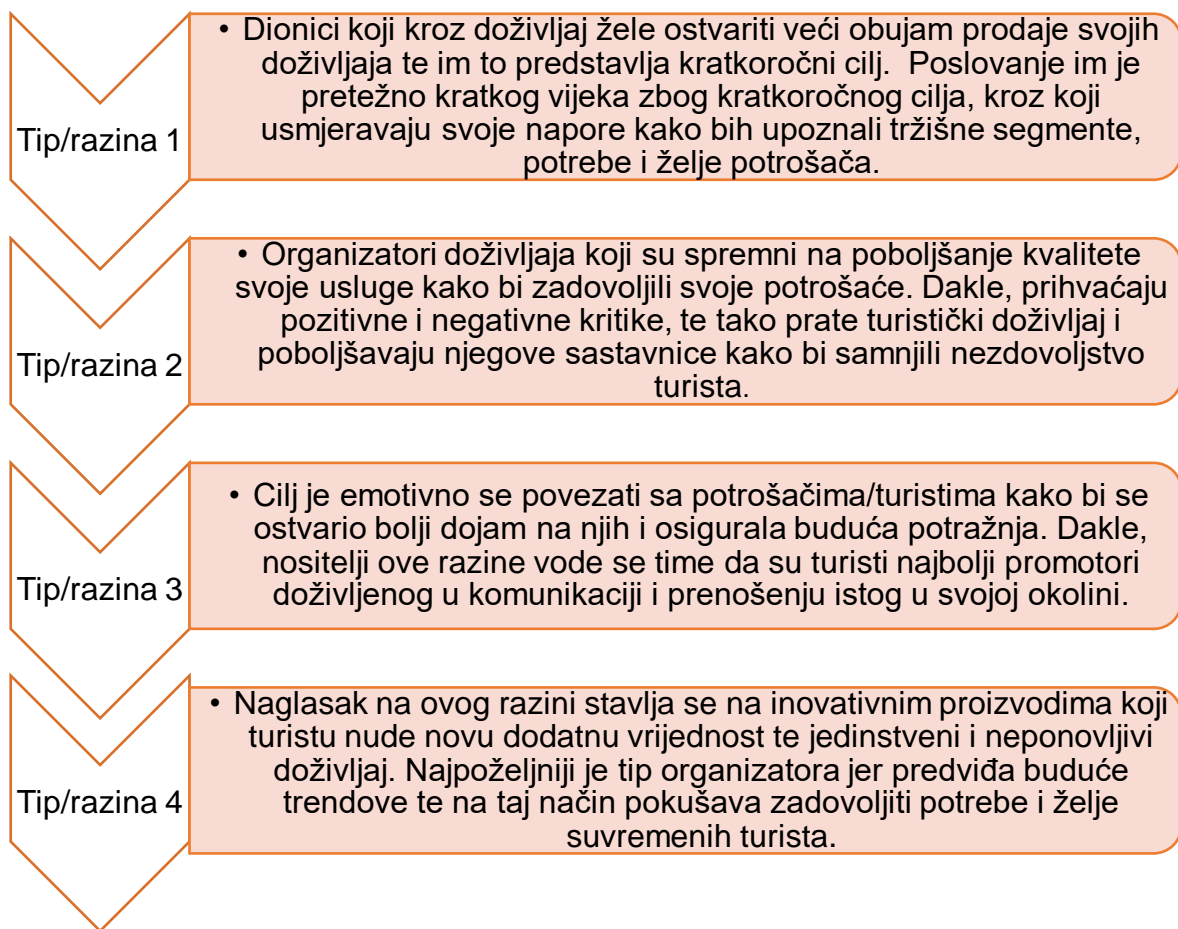
Kako bi turistički doživljaj imao kvalitetnu isporuku postoje četiri faze/razine usmjerenja turista. Zbog, toga je vrlo važno na vrijeme prepoznati sve kvalitetne nositelje turističkih doživljaja. Robert G. Thompson navodi slijedeće nositelje turističkog doživljaja prema ovisnosti o identitetu usmjerenosti na turista (Shema 2.):

⁹ Ibidem

¹⁰ Zorko, M., Kovačić, M. & Šulc, I., 2014.: *Lokalni identitet i socijalna kohezija u pograničnom području Hrvatskog zagorja*, str. 3

¹¹ Vranešević, T., 2016.: op.cit.

Shema 2. Nositelji turističkog doživljaja



Izvor: izrada autorice prema Jurin, E., 2016.: *Priručnik o doživljajima*, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb, str. 16.

Različiti dionici djeluju na lokalnoj i nacionalnoj razini, pa tako na lokalnoj razini nositelji su: ¹²

- mediji (radio, lokalni tisak, TV, web-portali,
- upravljački sustav destinacije: općina/grad, ured turističke zajednice,
- kanali prodaje destinacije: destinacijske menadžment kompanije, turističke agencije, turoperatori,
- ugostiteljska ponuda: konobe, restorani, wine & caffè barovi,
- receptivni sustav: obiteljski smještaj, marine, kampovi, hoteli,
- kulturološka ponuda: galerije, muzeji,

¹² Ibidem

- dnevna zabavna ponuda: bazeni i vodeni parkovi, tematski parkovi, igrališta, sportska borilišta, sportske dvorane, pjesnički sastavi, plesni ansambli,
- noćna zabavna ponuda: kockarnice, noćni barovi,
- zdravstvo: lokalne zdravstvene ustanove (bolnica, ambulanata),
- sigurnost: lučka uprava, vatrogasci, služba spašavanja, lokalna policijska uprava,
- komunalna problematika: održavanje javnih površina, lokalna komunalna poduzeća za čistoću.

Što se tiče nacionalne razine, djeluju institucije kao što su:

- Ministarstvo vanjskih i europskih poslova,
- Ministarstvo turizma,
- Hrvatska turistička zajednica,
- Ministarstvo kulture i medija,
- Ministarstvo unutarnjih poslova,
- Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture.

Zajedničkim djelovanjem dionika u turizmu ostvaruje se turistički doživljaj kroz četiri ranije navedene faze.

3. TEORIJSKI OKVIRI PUSTOLOVNOG TURIZMA

U ovom poglavlju razmatraju se definicije pustolovnog turizma koji uključuje tjelesnu aktivnost, prirodni okoliš i kulturni identitet. Raspravlja se o trendovima uključenim u ovo turističko područje te sam rast potražnje za ovom nišom turizma. Pustolovni turizam rapidnom brzinom je porastao u cijelome svijetu tijekom proteklih godina.

Suvremeni turisti u potrazi su za jedinstvenim doživljajem, istražuju destinacije koje prije nisu otkrili. To je omogućilo novim destinacijama da se reklamiraju kao doista jedinstvene, privlačne putnicima koji traže rijetka, neusporediva iskustva.¹³ Dakle, osnova pustolovnog turizma predstavljena je u fenomenu pustolovine kao aktivnost u kojoj se sudionici svojevrijem dovode u poziciju u kojoj vjeruju da poduzimaju korak u nepoznato. Adventure Travel Trade Association izvješćuje kako operateri pustolovnog turizma rutinski stvaraju i nude planove putovanja na mjesta kao što su Iran, Sjeverna Koreja, Kolumbija, Ruanda i drugim destinacijama koje se oporavljaju od ekoloških i političkih neprilika, čineći tako te destinacije dostupnima turistima koji traže odmor na *off-the-beaten track*¹⁴ i autentičan doživljaj putovanja.

Avantura (franc. aventure < pučki lat. *adventura: događaj, od lat. advenire: dolaziti) ili pustolovina, predstavlja neobičan, nenadan te uzbudljiv doživljaj¹⁵. Ona potiče izgradnju čovjeka kao osobe, te se na taj način više temelji na emocionalnoj i psihičkoj percepciji nego na samim fizičkim sposobnostima čovjeka. Avantura zahtjeva potpuno angažiranje osobe koja se upušta u nju, dakle nije pasivna aktivnost. Glavne karakteristike avanture su: opasnost i rizik, neizvjestan ishod, novosti, poticaj uzbuđenja, izazovi, istraživanje, novo otkriće i emocije¹⁶. Tijekom pustolovine čovjek je izložen različitim situacijama koje stimuliraju sva osjetila i emocije te na taj način okupiraju tijelo i um. Zbog toga, angažman sudionika pustolovnog turizma može biti na

¹³ UNWTO, 2014., *Affiliate Members Global Report, Volume 9 – Global Report on Adventure Tourism*, World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, str. 10.

¹⁴ Izvan utabanih staza

¹⁵ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2021.: *Avantura*, Leksikografski zavod Miroslava Krlež, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=4811> (15.7.2022.)

¹⁶ Geić, S., 2011.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, preuzeto iz Juričić, J. (2016): *Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam*, Završni rad, Split

emocionalnoj, fizičkoj, intelektualnoj i duhovnoj razini. Nadalje, pustolovno iskustvo biti će:

- Intelektualnog značaja, puno izazova i rizika – privlačno avanturističkom sudioniku;
- Naglašene prirode – emocije koje nisu prisutne u svakodnevnom životu povećaju se zbog sadržaja;
- Istinski nagrađeno – prilika za uživanje, učenje i spoznaju samog sebe, to jest samo izgradnju¹⁷.

3.1. Definiranje pustolovnog turizma

Ne postoji službena definicija pustolovnog turizma, iako se on može definirati na različite načine. Adventure Travel Trade Association (ATTA) pustolovni turizam definira kao putovanje koje mora sadržavati najmanje dva od slijedeća tri elementa: prirodno okuženje, dodir s lokalnom kulturom i fizička aktivnost. Pustolovni turizam može biti unutar domicilne zemlje ili inozemnih zemalja, no mora sadržavati bar jedno noćenje, ali ne smije trajati dulje od 12 mjeseci¹⁸.

Istražujući mjesta uz pomoć raznih aktivnosti, pustolovni turist upoznaje okolinu i prirodu. Pustolovni turisti voze kanu rijekama, dok cikloturisti putuju biciklom kroz različita mjesta. Prema istraživanjima, industrija pustolovnog turizma se širi i procjenjuje se na 89 milijardi dolara¹⁹.

Pustolovni turizam ujedno je i poduzeće koje u svijetu najčešće predstavljaju turoperator i specijalisti, DMC ili turističke agencije koje su se u svom radu specijalizirale za određenu skupinu turista, odnosno turiste koji su zainteresirani za aktivnosti pustolovnog turizma kao glavni sadržaj ponude, točnije paket aranžmana putovanja. Turoperator i specijalisti predstavljaju se kao manji posrednici koji se fokusiraju isključivo na tematske programe za usko ciljanje segmente²⁰. Natjecanje između poduzeća obilježava tržište, a velika poduzeća imaju veću dispoziciju

¹⁷ Ibidem

¹⁸ UNWTO, 2014.: op.cit., str. 10

¹⁹ Alejziak, Wiesław, et al., 2015.: "ACTA TURISTICA NOVA.", Vol 9, No.1. str. 16.

²⁰ Čavlek N., 1998.: *Turoperator i svjetski turizam*, Golden Marketing, Zagreb, str. 117.

dominirati. Zbog većeg opsega i raznolikosti odmora, mala poduzeća koja nude personalizirane izlete teško konkuriraju velikim internacionalnim poduzećima²¹. Pustolovni turizam povećava mogućnost da čovjek kao pojedinac izađe iz svoje sigurne zone, a to može biti i zbog želje za doživljajem kulturnog šoka i fizičke opasnosti.

3.2. Tipologija pustolovnog turizma

Avanturistički odmori obično se dijele u dvije skupine: hard i soft adventure odmori. *“Hard adventure obuhvaća elemente rizika, prema istraživanju pokazalo se da su turisti u ovom obliku najčešće muškarci, čak 60% turista dok ta brojka u soft adventure iznosi 51%. Također, turisti u hard adventure turizmu troše manje od turista u soft adventure turizmu”²².*

Tipologija je dio znanstvene discipline koji predmete i pojave nekoga istovrsnog područja dijeli po tipu, to jest po srodnosti u kompleksnim karakteristikama²³. Dvije osnovne vrste pustolovnog turizma navode se u literaturi. Dakle, hard vrstu avanturističkih aktivnosti označava intenzivna uključenost, potrebne su vještine i znanja, te sklonost visokom stupnju rizika. Neke od takvih aktivnosti su: slobodno penjanje, paragliding, rafting, špiljarenje i slično. Soft vrstu predstavljaju aktivnosti s manjom razinom rizika, također, ne iziskuje posebne vještine i znanja. U ovu vrstu ubrajaju se: promatranje ptica, biciklizam, vožnja kanuom, ribolov, kampiranje i dr.²⁴

U nastavku tablično je prikazana podjela sportskih aktivnosti prema pustolovnoj klasifikaciji na *hard* i *soft* aktivnosti:

Tablica 1. Sportske aktivnosti prema pustolovnoj klasifikaciji aktivnosti

| Soft aktivnosti | Hard aktivnosti |
|-----------------|--------------------------------|
| Pješaćenje | Penjanje (planina/stijena/led) |

²¹ Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici, 2010.: *Turizam i sport-razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, str. 15.

²² Ibidem

²³ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2021.: *Tipologija*, Leksikografski zavod Miroslava Krlež, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=61409> (15.7.2022.)

²⁴ Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011, str.297

| | |
|-----------------------------|---------------|
| Promatranje ptica | Speleologija |
| Kampiranje | Heli skijanje |
| Vožnja kanuom | Kite surfanje |
| Arheološka ekspedicija | Paraglajding |
| Eko turizam | Treking |
| Ekološki održive aktivnosti | |
| Ribolov | |
| Jahanje konja | |
| Vožnja kajakom | |
| Lov | |
| Orijentacijsko trčanje | |
| Istraživačke ekspedicije | |
| Safari | |
| Jedrenje | |
| Skijanje / bordanje | |
| Ronjenje | |
| Surfanje | |
| Volonterski turizam | |

Izvor: izrada autorice prema UNWTO, 2014.: Affiliate Members Global Report, Volume 9 – Global Report on Adventure Tourism, World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, str. 12

Pustolovina je subjektivan osjećaj i zbog toga soft i hard klasifikacija aktivnosti za svakog turista je individualno iskustvo. Kroz pustolovni turizam turisti prelaze svoje fizičke, kulturne i geografske granice te svoje osobne granice. Obje aktivnosti, predstavljaju unosan segment u cjelokupnom turističkom sektoru. Na primjer, trošak samo dozvole za uspon na Mt. Everest, što spada u hard pustolovnu aktivnost, procjenjuje se na 11 000 USD po sobi. Ukoliko se u obzir uzmu i svi ostali troškovi, kao što je oprema, obuka, zrakoplovne karte, turistički vodič i drugi, prosječni ukupni trošak za uspon na Mt. Everest biti će oko 48 000 USD po osobi²⁵. Također, avanturistički turisti, kao što su strastveni biciklisti ili promatrači ptica, kajakaši, postupno postaju vrlo vješti u određenim aktivnostima na otvorenom ili atletskim

²⁵ UNWTO, 2014.: op.cit., str. 10

aktivnostima. Ti se entuzijasti opisuju kao strastveni prema određenom sportu ili aktivnosti, sklone istoj aktivnosti za putovanje i nakon putovanja, tražeći pri tome nova i uzbudljiva odredišta²⁶.

Zaključno, kategorizacija pustolovnog turizma proizlazi iz više različitih pogleda na samu temu takve vrste turizma. Podjela nije definirana do kraja, jer se može kategorizirati na više načina, na primjer: po proizvodu koji se nudi, po aktivnosti koja se provodi i nudi. Zbog toga područje pustolovnog turizma konstantno zahtjeva istraživanje. Nadalje, istraživanjem tipologija temeljem na psihografskoj segmentaciji potrošača pridonosi veće koristi u turizmu²⁷.

3.3. Učinci pustolovnog turizma

Pustolovni turizam privlači i cilja na korisnike velike platežne moći; pustolovni turisti spremni su izdvojiti poveću svotu novca za uzbudljiva i autentična iskustva. Organizatori takvih pustolovnih putovanja izvijestili su da osoba u prosjeku potroši 3,000 (riječima: tri tisuće) američkih dolara za putovanje od osam dana. Troškovi putovanja razlikuju se ovisno o trajanju, luksuzu i razinama aktivnosti, odredištima i udaljenosti od putnikove početne točke do ciljanog odredišta putovanja²⁸.

Pustolovni turizam, također, jača i podupire regionalna gospodarstva; nakon što se porezi, dobiti i plaće isplate izvan regije i nakon što se plati uvoz, iznos turističkih troškova koji još uvijek troši, poznat kao izravni prihodi od turizma. Iznosi koji se oduzimaju poznati su kao *leakage*. Prema programu Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP), u većini *all-inclusive* masovnim turističkim paket aranžmanima oko 80% troškova putnika odlazi na zrakoplovne prijevoznike, hotele i druge međunarodne tvrtke (od kojih mnoge imaju sjedište u zemljama putnika), a ne lokalnim tvrtkama ili zaposlenicima. Oko 5 američkih dolara od svakih 100 američkih dolara koje turist

²⁶ Adventure Travel Trade Association (July 2014), AdventurePulse: USA Adventure Traveler Profiles, Seattle.

²⁷ J. Swarbrooke, C. Beard, S. Leckie, G. Pomfret, *Adventure Tourism The new frontier*, Burlington, 2003., str. 31.

²⁸ UNWTO, 2014.: op.cit., str. 10

razvijene zemlje potroši na putovanje/odmor, zapravo se ubraja gospodarskom razvoju zemlje u razvoju²⁹.

Potiče održive prakse; praktičari pustolovnog turizma i kreatori politika pridržavaju se održivih ekološki praksi. Razlog tomu je što bez netaknutog prirodnog okoliša i značajnih kulturnih iskustava destinacija bi izgubila svoju konkurentnost, te bi se turisti odlučili za druge destinacije³⁰.

²⁹ Ibidem, str. 11

³⁰ Ibidem, str. 11

4. PUSTOLOVNI TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Turizam Hrvatske i njegov budući razvoj determiniran je globalnim trendovima na turističkom tržištu. Među trendovima, kratkoročnim i dugoročnim, posebno se ističu oni koji su vezani za održivi i pristupačan turizam, digitalizaciju poslovanja kao i demografske promjene³¹.

Suvremeni potrošači, turisti, kao što je ranije navedeno žele u kratkom roku doći do pouzdanih informacija, žele personalizirano iskustvo, ali imaju strah od gubitka privatnosti. Zbog brzog pristupa internetu i drugih tehnoloških dostignuća, korisnici mogu raditi izvan ureda i imati željenu fleksibilnost. Oni žele pristupačne, fleksibilne i netradicionalne oblike prijevoza. Rastuća zabrinutost za okoliš preusmjerava potrošače na odabir održivih proizvoda za iskustvo kupnje bez osjećaja krivnje.

U istraživanju TOMAS Hrvatska 2019. među glavnim motivima za dolazak u Hrvatsku predstavljaju more i priroda. „*Motiv 'more' na dolazak u destinacije Jadranske Hrvatske motivira više od 80% gostiju, a slijedi 'priroda' koja motivira njih 56%. More i priroda primarni su motivi dolaska na hrvatsku obalu i otoke. Slijede dolasci (od 13% do 24%) koje motivira city break, touring, sport i rekreacija te kultura i umjetnost. Gotovo trećina dolazaka u Kontinentalnu Hrvatsku motivirana je prirodom (32%), a slijede touring/sightseeing, city break, sport i rekreacija, posao te kultura i umjetnost (od 16% do 26%). Svaki deseti posjetitelj Kontinentalne Hrvatske motiviran je planinarenjem i/ili posjetom ruralnim područjima, a nešto manje i gastronomijom te manifestacijama i događanjima*“.³²

Zakon o pružanju usluga u turizmu RH, navodi slijedeću definiciju "*turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma su aktivnosti na kopnu, vodi i zraku, na otvorenom ili neuređenom prirodnom okruženju ili u posebno uređenim i opremljenim mjestima koje zbog svojih specifičnosti predstavljaju rizik od ozljeda i njihovih posljedica za korisnike*"³³.

³¹ Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022.: *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*, Zagreb, str. 8

³² Institut za turizam, 2020., *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj: TOMAS, Hrvatska 2019.* str. 33

³³ Zakon o pružanju usluga u turizmu, 2018., NN 130/17

Stoga, na području Hrvatske nalaze se brojni prirodni resursi koji omogućuju još veći razvoj pustolovnog turizma na području Hrvatske. U nastavku slijedi povijesni razvoj pustolovnog turizma i analiza postojećeg stanja u Hrvatskoj te mogućnosti za napredak i poboljšanje takve vrste turizma u Hrvatskoj.

4.1. Povijesni razvoj pustolovnog turizma u Hrvatskoj

Na području Hrvatske pustolovni turizam se počeo razvijati krajem 19. stoljeća kao sinonim za brojne aktivnosti i sportske organizacije. Jedna od bitnih prekretnica bila je osnivanje Hrvatskog planinarskog saveza s kojim su Hrvati postali deveti narod na tadašnjem području koji je osnovao svoje planinarsko društvo. Nadalje, osnivale su se i „specijalizirane“ komisije/klubovi/odsjeci kao što su alpinistički, penjački, speleološki i dr. Razvoj takve vrste klubova uvelike je pridonio razvitku pustolovnog duha. Hrvatska je bila polazna točka brojnih jedriličarskih pothvata i ekspedicija, zahvaljujući Hrvatskom jedriličarskom savezu.³⁴

Prema svjetskim trendovima, kao i u svijetu sedamdesetih godina prošlog stoljeća, u Hrvatskoj je bilo popularno jedrenje na dasci, dok je osamdesetih ronjenje i brodski turizam. Prve pustolovne utrke na području Hrvatske održale su se početkom 21. stoljeća pod nazivom; „Kl. Challenge“, „Cro-Challenge“ i „Terra Incognita“. Na taj način Hrvatska je na svjetskom tržištu predstavljena kao zanimljiva pustolovna destinacija.³⁵

Potražnja za selektivnim oblicima turizma javlja se kao odgovor na masovni turizam, koji je na svjetskom tržištu započeo ekspanziju nakon Drugog svjetskog rata. Na području Hrvatske masovni turizam se javlja tek dvadesetak godina kasnije. Turizam u Hrvatskoj popraćen je raznim političkim događajima, a takve su političke aktivnosti utjecale i na razvoj turizma.

Na području današnje Hrvatske, razvojne faze turizma obuhvaćaju:³⁶

- Prva faza – razdoblje pojava sličnih turizmu (vjerska hodočašća, gostionice, organizirana lječilišta, jedrenje, toplice);

³⁴ Šimunec, L., 2015., *Promocija avanturističkog turizma u funkciji unapređenja turističke ponude Hrvatske*, Zagreb, str. 68

³⁵ Ibidem

³⁶ Vukonić, B., 2005.: *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, str. 23. - 24.

- Druga faza – konac devetnaestog stoljeća, razdoblje znatiželje (plovidba Jadranskim morem, gospodarski procvat zbog željeznice, nautički turizam, kupališta s toplom vodom, Opatija-početak hotelijerstva..);
- Od početka dvadesetog stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata – faza osvješćivanja (prvi goranski hotel u Vrbovskom, zdravstveni turizam u Crikvenici, prva putnička agencija na području Hrvatske);
- Četvrta faza – razdoblje između dva svjetska rata, faza prvih postignuća;
- Peta faza – razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, intenzivni turistički razvoj;
- Šesta faza – razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća, odnosno faza u kojoj se oporavlja i konsolidira turistički život na području Hrvatske

Naime, vidljivo je kako je uloga turizma u nacionalnom gospodarstvu Hrvatske prepoznata vrlo davno, kada je došlo do spoznaje da raspolaže prirodnim resursima koje je moguće iskoristiti.

4.2. Analiza tržišta pustolovnog turizma u Hrvatskoj

Zahvaljujući svojim velikim prirodnim resursima koji pružaju razvoj pustolovnog turizma, Hrvatska je od strane Svjetskog Udruženja pustolovnog turizma (Adventure Travel Trade Association, ATTA) proglašena vodećom destinacijom za razvoj pustolovnog turizma u regiji koja obuhvaća istočnu Europu i središnju Aziju. Veliki resursi pružaju mogućnost razvitka brojnih aktivnosti na otvorenom, od planinarenja, paraglidinga, raftinga, penjanja po stijenama do promatranja ptica, vožnje kanuom. Hrvatska turistička zajednica i desetak hrvatskih turističkih agencija u članstvu su vodećeg Udruženja ATTA, koji u svom sastavu imaju oko tisuću agencija, turističkih zajednica i investitora u poslovnom turizmu³⁷.

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. navodi kako aktivni turizam na području Hrvatske ima visoki potencijal koji počiva na prirodnim predispozicijama (planine, atraktivni krajolik, ugodna klima), ali trenutno je „*neutiliziran, uz nedostatak*

³⁷ Dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-br-1-za-razvoj-pustolovnog-turizma-318660> 18.7.2022.

strateškog pristupa razvoju i upravljanju proizvodom (npr. planinarenje do sada na leđima entuzijasta planinarskog saveza, uz nedostatak značajnijih infrastrukturnih ulaganja u staze i planinarske domove). Hrvatski spot nalazi se na jakoj poziciji, te se zbog toga postavlja imperativ sagledavanja povezanosti između svih oblika aktivnog odmora, amaterskog i profesionalnog sporta. Kako bi se spriječilo nanošenje štete na prirodu, ne bi trebalo poticati aktivnosti vožnje vozilima na motorni pogon u turističke svrhe (test vožnje, cross vožnje, off-road vožnje, sportske, takmičarske i promidžbene vožnje, te njima slične oblike korištenja) u područjima izvan naselja i izvan svih vrsta cesta, poljskih puteva, uređenih staza i poligona za vožnju³⁸.

Hrvatska gospodarska komora u skladu sa Zakonom o pružanju usluga u turizmu, utvrđuje popis aktivnosti koje se smatraju turističkim uslugama aktivnog i pustolovnog turizma, te ih objavljuje na svojim mrežnim stranicama i nadopunjuje po potrebi. U nastavku slijedi popis turističkih usluga pustolovnog i aktivnog turizma:³⁹

- Kanuing (canoeing)
- Špiljarenje (caving)
- Penjanje (sportskih smjerova, višedužinaca i Deep water solo: penjanje iznad mora)
- Biciklizam
- Planinarenje (walking, hiking, trekking, ferrata)
- Jahanje
- Kajak po rijekama
- Kajak po moru
- Veslanje na dasci (Stand up paddling)
- Rafting i INLineRaft
- Kanjoning (canyoning)
- Zipline
- Aktivnosti u okviru adrenalinskih parkova
- Paragliding/parasailing
- Kitesurfing

³⁸ Ministarstvo turizma i sporta, 2022.: op.cit., str.30.

³⁹ Dostupno na: <https://www.hgk.hr/sektor-za-turizam/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti> 18.7.2022.

- Bungee jumping
- Usluge koje se pružaju na motoriziranim vozilima – quad, buggy, terenska vozila, motocross vođene i organizirane ture i slično.

S obzirom na sve ranije navedene aktivnosti, u nastavku slijede potpoglavlja s opisom avanturističkih/pustolovnih aktivnosti na kopnu, zraku i vodi na području Hrvatske.

4.2.1. Pustolovne aktivnosti na kopnu

Istarske doline i brežuljci, staze kroz šumoviti Gorski kotar, zeleni brežuljci Hrvatskog zagorja i karlovačkog kraja prošarani vinogradima i voćnjacima te ravnice Slavonije ili Podravine otvoreni su za vožnju biciklom. Biciklističke staze također su atraktivne, razgranate i posebno označene u nacionalnim parkovima Krka i Plitvice te u parkovima prirode Biokovo, Velebit i Učka. Za brdski biciklizam, teške uspone i adrenalinske spustove treba spomenuti Učku, Gorski kotar i Žumberak. Ne treba zanemariti ni Tour of Croatia koji uključuje pet tura: Makarska-Split, Šibenik-Zadar, NP Plitvice-Učka, Pula-Umag i Sveti Martin-Zagreb. Također možete biciklirati kroz prekrasne vinograde na brojnim vinskim i gastronomskim rutama, kao što su poznate Vinske ceste u Istri ili gastronomska biciklistička ruta. Koordinacijsko tijelo za razvoj cikloturizma Hrvatske bavi se usmjeravanjem i provođenjem aktivnosti na razvoju cikloturizma Hrvatske, s obzirom da kroz Hrvatsku prolaze „četiri EuroVelo rute EV6 – Dunavska ruta, EV8 – Mediteranska ruta, EV9 – Baltic-Adriatic i EV13 – Tragom Željezne zavjese, jedna od osnovnih zadaća Koordinacijskog tijela je, uz definiranje nacionalne mreže cikloturističkih pravaca na bazi postojećih županijskih i lokalnih ruta, integracija na europsku mrežu biciklističkih ruta te rad na njihovom unapređenju“⁴⁰.

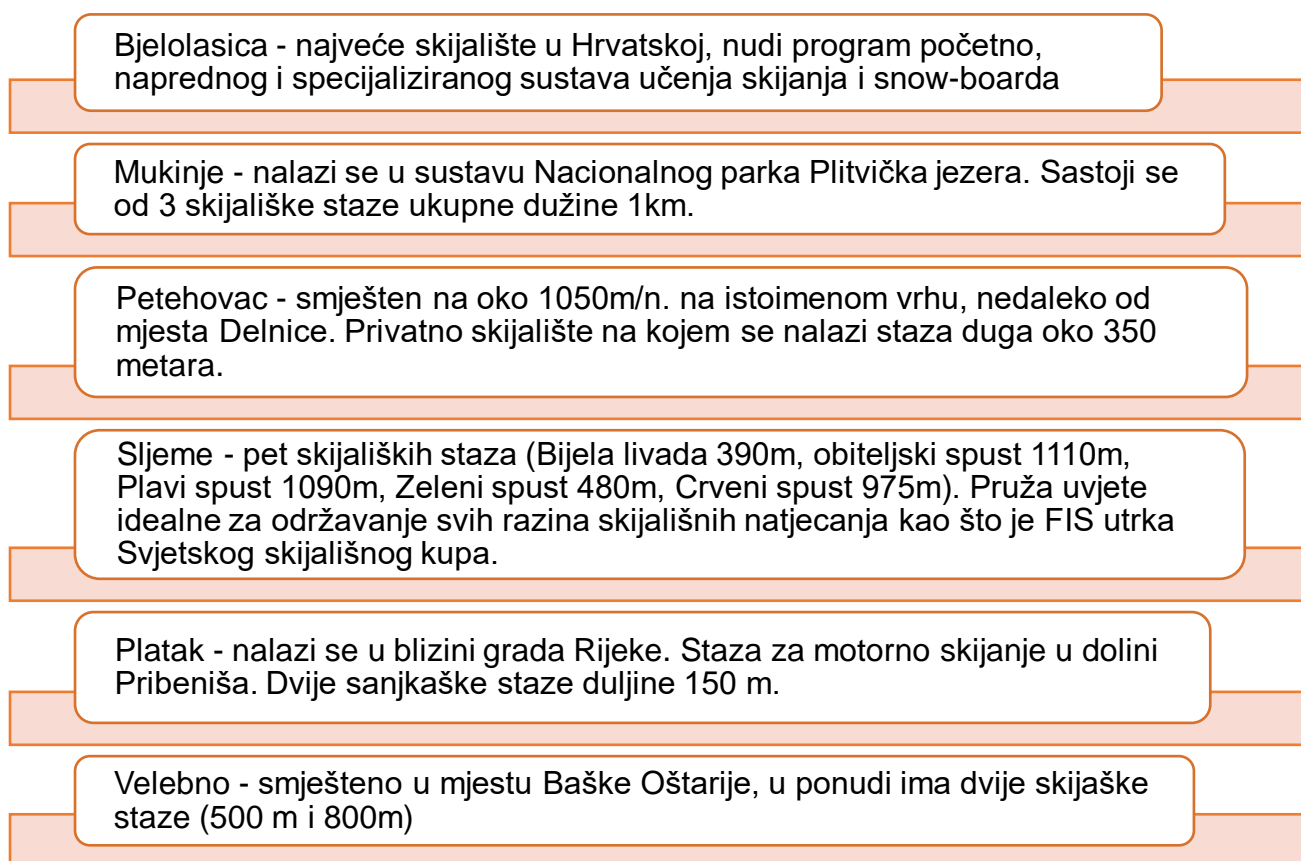
Zbog niske nadmorske visine, većina vrhova je relativno lako dostupna planinarima, što hrvatske planine čini vrlo pogodnim i praktički idealnim za planinarenje. Medvednica i Samoborsko gorje najpopularnije su planinske gore zbog blizine Zagreba, u široj okolici razvijeno je planinarstvo u Žumberačkom gorju i planinama Hrvatskog zagorja – Ivanščici, Ravnoj gori, Kalniku, Strahinjščici i

⁴⁰ Dostupno na: <https://cikloturizam.hr/o-nama/> 18.7. 2022.

Kostelskom gorju. Papuk je najposjećenija slavonska gora. U Gorskom kotaru ističu se Bitoraj, Tuhobić, Risnjak i Viševica. Duž Jadranske obale nalaze se najviše planine; Učka i Ćićarija u Istri, Obruč i Snježnik u Hrvatskom primorju, Velebit, te u Dalmaciji se nalaze planine Biokovo, Kozjak, Mosor, Omiška Dinara. Otočne planine nisu posebno visoke, ali su zbog vidika na more i na priobalne planine zanimljive kao planinarski ciljevi. Planinarski putovi vode na vrhove Paga, Raba, Kornata, Brača, Cresa, Lošinja, Hvara, Visa, Krka i brojnih drugih jadranskih otoka⁴¹.

Planinarenje predstavlja aktivan oblik odmora te se smatra kretanjem snagom vlastitih nogu po planinama zbog osobnog užitka. Osim toga postoje i druge vještine kretanja po planinama, a to je pješaćenje, penjanje i planinsko skijanje⁴². Na području Hrvatske nalazi se šest skijališta, prikazanih u nastavku (Shema 3).

Shema 3. Hrvatska skijališta



Izvor: izrada autorice prema <https://www.mojeskijanje.com/hr/skijanje/hrvatska.html>, 21.7.2022.

⁴¹ Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje>, 19.7.2022.

⁴² Čaplar, A., 2012.: *Planinarski udžbenik*. Hrvatski planinarski savez. Zagreb, str. 13

Najduža staza za hodanje u Hrvatskoj naziva se Croatian Long Distance Trail (CLDT), izgrađena kako bi potakla ljude na aktivniji život, boravak u prirodi, doticaj s prirodom u sporom kretanju, kako bi pronašli unutarnji mir i spoznali samoga sebe. CLDT dugačka je 2109 km, a sastoji se od planinskih staza, te makadamskih i traktorskih cesta, dakle ne dolazi u doticaj s asfaltnim putevima. Staza počinje na najistočnijoj točki Hrvatske, gradu Iloku, a potom idem prema najsjevernijoj točki – Sv. Martinu na Muri, nakon toga prema najzapadnijoj točki – Savudriji, te na kraju prema najjužnijoj točki Republike Hrvatske – Prevlaci⁴³. Slika 2 prikazuje kartografski prikaz Croatian Long Distance Trail staze.

Slika 2. Croatian Long Distance Trail



Izvor: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje/croatian-long-distance-trail>, preuzeto: 19.7. 2022.

4.2.2. Pustolovne aktivnosti u zraku

Na području Republike Hrvatske moguće je izvođenje slijedećih pustolovnih aktivnosti u zraku⁴⁴:

⁴³Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje/croatian-long-distance-trail>, 19.7.2022.

⁴⁴ Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/zracni-sportovi>, 21.7.2022.

- Zmajarenje – zmajarenje se često opisuje kao jedrenje zrakom. Zbog blage klime i povoljnih vjetrova, područje Istre omogućuje izvođenje ove aktivnosti, čak kroz osam mjeseci. Letovi se izvode iznad Parka prirode Učka. Biokovo jedno je od najzbudljivijih poletišta u Europi. Također, zmajarenje je moguće i na području Tribalja te iznad kanjona Cetine.
- Wingsuit – izvodi se pomoću specijalnog odijela napravljenog od poliesterskih vlakana te je napeto između ruku i nogu. Letenje u wingsuitu razliku se od klasičnog skoka padobranom zbog toga što brzina poniranja se smanjuje na 80 kilometara na sat. Polazišna cijena za tu aktivnost na području Hrvatske iznosi 9.562,00 kune (1.275,00 eura) + PDV⁴⁵.
- Skok padobranom
- Paragliding
- Panoramski letovi
- Bungee jumping – trenutno u Hrvatskoj postoje tri lokacije za bungee jumping; Maslenički most (56 metara), Šibenski most (40 metara), plaža Zrće na otoku Pagu uz pomoć dizalice visoke 41 metar⁴⁶.

Područja s najvećim letačkim aktivnostima su Učka i Ćićarija u Istri; Velebit, Mosor, Gorski kotar i planine Dalmatinske zagore do Dinare; zatim otoci Krk, Brač, Hvar, poluotok Pelješac; Biokovo, Rilić. Na području kontinentalne Hrvatske izvode se na lokacijama kao što su Hrvatsko zagorje, Medvednica, Žumberak, Samoborsko gorje, Puk, Moslavačka gora, Krndija. Zračne sportove i njihovu ponudu nude hrvatski padobranici okupljeni u klubove ili privatne škole letenja. U svojoj ponudi imaju škole i tečajeve za početnike, organiziraju ture diljem Hrvatske, te sudjeluju u međunarodnim natjecanjima. Jedan od takvih klubova je „Slobodan pad Hrvatska“ (SPA), instruktori unutar kluba posjeduju certifikat i ovlaštenje od strane United States Parachutes Association-a (Američki padobranski savez) ukratko USPA, najveće i najnaprednije padobranske asocijacije u svijetu. SPA izvode tandem skokove u cijeloj Hrvatskoj, početne cijene kreću se od 1.950 kuna⁴⁷.

Zipline, koji je započeo kao način transporta kojim se nekada prenosio teret preko kanjona i pristupalo se udaljenim područjima, tijekom godina razvio se u oblik

⁴⁵ Dostupno na: <https://www.skydivecroatia.com/proizvod.php?kod=127>, 21.7.2022.

⁴⁶ Dostupno na: <https://www.adriaticluxuryvillas.com/hr/blog/bungee-jumping-u-hrvatskoj>, 21. 7. 2022.

⁴⁷ Dostupno na: <https://slobodanpad.hr/>, 21.7.2022.

adrenalinske rekreacije. Zipline omogućuje spuštanje kroz kanjone niz čelične sajle uz pomoć slobodno pokretne koloture i mehanizma za kočenje. Iako je zipline aktivnost zrakom ona često uključuje i kraće šetnje kroz prirodu. Na području Hrvatske zipline nalazi se u Tučepima (Makarsko primorje), Rudopolje (Vrhovine), Pazinska jama (Istra), Kanjon Korane (Plitvička jezera), Kanjon Čikole, Otok Krk, Kanjon Cetine (Omiš), Planina Kozjak (Split)⁴⁸. Slika 1 prikazuje zipline u Pazinu, iznad Pazinske jame, drugu liniju koja je dugačka 280 metara.

Slika 1. Zipline Pazinska jama



Izvor: autor fotografije Malnar Helena

4.2.3. Pustolovne aktivnosti na vodi

Prema Hrvatskoj gospodarskoj komori turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma na vodi jesu kajak po rijekama, kajak po moru, veslanje na dasci, rafting, kitesurfing, kanuing. Stoljetna tradicija u Hrvatskoj je plovidba kanuima, te se hrvatski kanui tradicionalno nazivaju trupice.⁴⁹

Najposjećeniji destinacija na području Hrvatske za kajaking, prema službenoj stranci „Hrvatska puna života“, jesu rijeke Cetina, Dobra, Kupa, Gacka, Krka, Neretva,

⁴⁸ Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/zipline>, 19.7.2022.

⁴⁹ Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/kanu-i-kajak>, 21.7.2022.

Mrežnica, Zrmanja, mjesta kao što su Vis, Biševo, Mljet, Brač, Hvar, te jezera: Vransko jezero, Baćinska jezera, Prokljansko jezero.

Rafting, rekreacijska ili natjecateljska vožnja po riječnim brzacima u gumenom čamcu. Svaki član posade od četiri ili šest članova opremljen je veslom, prslukom, kacigom, nožem i konopcem za spašavanje. Ta se športska grana kod nas odvija na rijekama Dobri, Zrmanji, Korani, Cetini, Krupi, Mrežnici, Krki i Uni⁵⁰.

Pravi razvoj ronjenja kao turističke djelatnosti počinje nakon 1996. godine, kada se otvara niz ronilačkih centara i kada turisti počinju hrliti na obalu Republike Hrvatske. Ronioci su se najprije koncentrirali u Istri, a potom i u ostalim dijelovima Hrvatske⁵¹. Ronilačkim turizmom u Hrvatskoj mogu se baviti samo registrirane tvrtke s dozvolama i koncesijskim odobrenjima. Hrvatska gospodarska komora procjenjuje da hrvatski dio Jadrana godišnje posjeti između 75.000 i 100.000 turista. Strani državljani čine oko 85% svih ronilaca⁵². Na području Hrvatskog podmorja nalazi se više od 110 registriranih i opisanih ronilačkih destinacija unutar kojih se nalaze koraljne livade, antički jedrenjaci, morske špilje te brojne olupine ratnih brodova nastanjenih ribljim jatima.

4.3. SWOT analiza turizma Hrvatske

Metoda analize eksterne i interne okoline nekog poduzeća koje provodi samostalno ili kao sinteza izvedenih specifičnih analiza interne ili eksterne okoline, naziva se SWOT analiza⁵³. Ona je razvijena kao sredstvo koje će analizirati odnose internih prednosti (S – Strengths) i slabosti (W – Weaknesses), te vanjske/ eksterne povoljne prilike (O – Opportunities) i prijetnje (T – Threats). Prema tome se formira SWOT matrica s četiri strateške alternative⁵⁴.

⁵⁰ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2021.: Rafting, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=51608>, 21.7.2022.

⁵¹ Andrić, M., 2012.: *Ronjenje u Hrvatskoj – Sve tajne Jadranskog primorja*, Zagreb, str. 220

⁵² Delibašić, Z., 2010.: *Edukacija stručnih kadrova za potrebe ronilačkog turizma u Republici Hrvatskoj. Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu*. Zagreb. str. 153.

⁵³ Buble M., 2010., *Menadžerske vještine*, Sinergija, Zagreb, str. 19.

⁵⁴ Ibidem

Zbog procesa globalizacije, depopulacije, pomicanja granica tehnoloških mogućnosti, kao i drugih kriznih situacija, hrvatski turizam karakterizira vrlo visoka razina složenosti i neizvjesnosti (pandemije, klimatske promjene, terorizam). Prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, u nastavku slijedi tablica SWOT analize Hrvatskog turizma na Hrvatskoj NUTS 2 razini, prema kojoj se Hrvatska dijeli na Panonsku Hrvatsku, Sjevernu Hrvatsku, Jadransku Hrvatsku i Grad Zagreb (tablica 2). Analizom turističkih obilježja hrvatske turističke ponude, hrvatskih resursa, trendova na turističkom tržištu i ostali obilježja nastala je SWOT analiza.

Tablica 2. SWOT analiza Hrvatskog turizma

| Snage | Slabosti |
|--|--|
| Geoprometni položaj | Naglašena sezonalnost (najveća na Mediteranu) |
| Povoljna klima | Zakonodavni okvir |
| Kvaliteta života | Porezna politika |
| Bogatstvo mora, riječnih i močvarnih područja | Vremenska i prostorna neujednačenost turističkog prometa |
| Ljekoviti termalni i mineralni izvori | Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta |
| Različitosti prirodnih i kulturnih atrakcija i resursa | Nepovoljno poslovno okruženje |
| Kulturna baština | Nedostatak umreženosti turizma i ostalog gospodarstva |
| Tradicija u turizmu | Slaba iskorištenost EU fondova te slabi kapacitet za pripremu i provedbu Eu projekata |
| Razvijenost pojedinih posebnih oblika turizma | Manjak inovativnosti |
| Očuvana i zaštićena priroda | Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti |
| Brojna materijalna i nematerijalna baština pod zaštitom UNESCO-a | Nedostatak svijesti o potrebi razvoja održivog turizma, zaštićene prirode i kulturne baštine |

| | |
|--|--|
| Raznolikost i jedinstvenost hrvatskih regija | Nedostatak marketinške aktivnosti za promociju ruralnog turizma Hrvatske |
| Autentična eno i gastronomska ponuda | Nedostatna i nefunkcionalna prometna i komunalna infrastruktura u turističkim destinacijama |
| Sigurnost | Nedostatak novih turističkih atrakcija |
| Ljubaznost i gostoljubivost stanovništva | Neefikasan sustav upravljanja turizmom |
| Prepoznatljivost pojedinih turističkih destinacija | |
| Prilike | Prijetnje |
| Blizina emitivnih tržišta | Utjecaj turizma na okoliš i prirodu |
| Snažnije uključenje u međunarodne mreže i asocijacije | Percepcija Hrvatske kao ljetne turističke destinacije |
| Jačanje lanca vrijednosti (opskrbe) – zeleno-plavo | Krizne situacije (pandemija, terorizam, ratovi, klimatske promjene, ekonomske krize i drugo) |
| Potencijal EU fondova | Međuodnos turizma i klimatskih promjena |
| Javno privatno partnerstvo u realizaciji turističkih projekata i razvoja proizvoda | Razvoj turističkih proizvoda i posebnih oblika turizma u konkurentskim zemljama |
| Potencijal ruralnog i kontinentalnog prostora | Negativni trend pada lojalnosti gostiju |
| Povezivanje turizma i poljoprivrede te drugih gospodarskih djelatnosti Hrvatske | Kontinuirana i sve agresivnija globalna konkurencija |
| Razvoj digitalnih tehnologija | Brze promjene trendova na globalnom tržištu |
| Aktivacija napuštene i neiskorištene državne imovine | |
| Rast potražnje za posebnim oblicima turizma | |

| | |
|--|--|
| Rast interesa turista za održivim i eko turističkim destinacijama | |
| Interesi lokalnih zajednica za uključivanje u procese planiranja turističkog razvoja | |
| Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu | |
| Promjene u globalnim turističkim trendovima | |

Izvor: izrada autorice prema Strategiji razvoja održivog turizma od 2030.godine, 2022., str. 117.,118.

Na Hrvatski turizam najviše utječu globalni trendovi, kao što su ekonomski rast jer dolazi do povećanja kupovne moći na emitivnim tržištima, odnosno povećanja tržišta za kupovinu proizvoda visoke dodane vrijednosti. Također, globalni trend povećanja konkurentnosti za akviziciju radne snage, globalna ne konkurentnost u atraktivnosti rada i legislativna ispriječenost u efikasnom upravljanju ponudom i potražnjom na međunarodnom tržištu rada. Demografske promjene su veliki problem Hrvatske, starenje stanovništva i iseljavanje mladog radno sposobnog stanovništva i sve manji broj mladih zainteresiranih za dugoročni rad u turizmu visoke vrijednosti⁵⁵.

Ukoliko analizu turizma Hrvatske promatramo kroz pustolovni turizam, snage pustolovnog turizma u Hrvatskoj obuhvaćaju prirodnu i geomorfološku raznolikost, bogatstvo mora, riječnih i močvarnih prostora, razvijenost posebnih oblika turizma, ljubaznost i gostoljubivost stanovništva. Ugodna klima, zbog geomorfološkog položaja čini Hrvatsku pogodnu za ugodan boravak tijekom cijele godine, pustolovne aktivnosti koje se nude tokom ljeta i zime.

Slabosti pustolovnog turizma je oslanjanje Hrvatske na masovni turizam s kojim se prodaje proizvod „sunce i more“. Zbog toga, posebni oblici turizam kao što je pustolovni turizam nude rješenje, kao što je smanjenje senzacionalnosti. Nedostatak svijesti o potrebi razvoja održivog turizma, zaštićene prirode i kulturne baštine. Pustolovni turizam, pridonosit će održivosti turizma i održivosti ruralne sredine, točnije očuvanje

⁵⁵ Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022.: *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*, Zagreb, str.115.

lokalnog identiteta zajednice, zbog svoji karakteristika kao što su manje skupine posjetitelja, upoznavanje s načinom života lokalne zajednice, očuvanje prirodnog okoliša i dr.

Širenje turističke ponude na unutrašnjost Hrvatske, predstavlja prilike pustolovnog turizma, jer se hrvatski turizam najviše oslanja na Jadranski dio Hrvatske. Potencijal Europskih fondova, stvara mogućnost razvitka privatnih poduzeća koji će nuditi pustolovne proizvode i usluge. Povezivanje turizma i poljoprivrede te drugih gospodarskih djelatnosti Hrvatske, samim tim mogućnost osposobljavanja lokalnog stanovništva za rad u pustolovnom turizmu. Idealan primjer je obiteljsko poduzeće na području Slavenskog Broda, u mjestu Garčinu nalazi se Ranč Ramarin, koji nudi brojne aktivnosti kao što su ribolov, jahanje, okolica ranča idealna je za biciklističke vožnje, treking, panoramski letovi, smještajni kapaciteti i dr.⁵⁶

Glavni motiv pustolovnog turista jest priroda i njezina čistoća, no veliku prijetnju predstavlja masovni turizam koji utječe na očuvanje prirode, ekološki problemi kao što je zagađenost zraka, vode i okoliša. Turizam i klimatske promjene snažno su povezani. S jedne strane, klima ima značajan utjecaj na razvoj turizma i atraktivnost turističke destinacije. Kao rezultat toga, turistički dionici shvaćaju važnost očuvanja okoliša i klime za dugoročni razvoj turizma. Turizam koji se ne temelji na održivim načelima, s druge strane, ima značajan negativan utjecaj na klimu i okoliš jer pridonosi emisiji stakleničkih plinova koji uzrokuju globalno zatopljenje. Turizam čini otprilike 8% ukupne emisije CO².⁵⁷ Također, potrebno je analizirati i pratiti trendove na području pustolovnog turizma, jer brze promjene na globalnom turističkom tržištu predstavlja prijetnje. Neprestanim i kontinuiranim analiziranjem tržišta pustolovnog turizma, te analiziranjem područja na kojem se planiraju obavljati usluge pustolovnog turizma utvrđuju se mogući utjecaji na okoliš, domicilno stanovništvo te sam doprinos na cjelokupni turizam Hrvatske. Prema tome potrebno je uspostaviti strategiju kvalitetnog razvoja pustolovnog turizma na području Hrvatske.

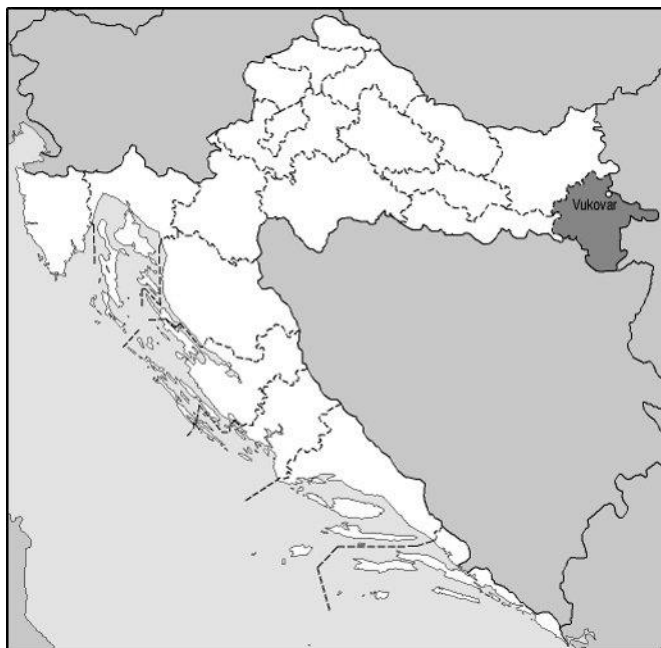
⁵⁶ Dostupno na: <https://www.ranc-ramarin.hr/> 22.7.2022.

⁵⁷ Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022., op.cit., str. 9

5. STUDIJA SLUČAJA – PUSTOLOVNI TURIZAM NA PODRUČJU VUKOVARSKO-SRIJEMSKJE ŽUPANIJE

Smještena na krajnjem sjeveroistoku Republike Hrvatske, Vukovarsko-srijemska županija nalazi se u međurječju Dunava i Save. Najviša točka na području županije, nalazi se u blizini Iloka, Čukala (294 m nadmorske visine), a najniža u Posavini – Spačva (78m). Sa zapada, s planine Dilj, pruža se vinkovačko-đakovački ravnjak, a s istoka se blago spuštaju obronci Fruške gore i prelaze u vukovarski ravnjak. Sjedište županije nalazi se u Vukovaru. Vukovarsko-srijemska županija obuhvaća 2454 km² s 179 521 st. (2011) ili 73,4 st./km². Na njezinom području nalazi se 26 općina, 85 naselja s 5 naselja s gradskim statusom⁵⁸. Slika 3 prikazuje položaj Vukovarsko-srijemske županije na karti Republike Hrvatske.

Slika 2. Položaj Vukovarsko-srijemske županije



Izvor: Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, 2021.: Vukovarsko-srijemska županija, Leksikografski zavod Miroslava Krležje, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=65650>, 22.7.2022.

Turistička ponuda Vukovarsko-srijemske županije veoma je oskudna, a glavni razlog toga je teška gospodarska situacija koja županiju usporava unazad nekoliko zadnji desetljeća. Unatoč tome Vukovarsko-srijemska županija organizira i broji velike

⁵⁸ Dostupno na: <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/o-zupaniji/polozaj/>, 22.7.2022.

posjete na raznim manifestacijama tijekom cijele godine. Prema podacima Turističke zajednice Vukovarsko-srijemske županije prosječan boravak turista u registriranim smještajnim objektima u Županiji iznosi 1,7 noćenja. Dok prosječna dužina boravka u turističkim smještajnim objektima u Hrvatskoj iznosi 5,1 noćenja.

Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2015. Prirodne značajke turističke destinacije, prometna infrastruktura, bogatstvo povijesne i kulturne baštine, sadržaji za zabavu, sport i rekreaciju te dostupnost smještajnih i ugostiteljskih sadržaja posjetiteljima sastavni su dio turističke ponude. Ovi elementi pomažu da destinacija ostane zanimljiva i privlačna posjetiteljima⁵⁹.

Županija zbog velike raznolikosti prirodnih resursa i geografskog položaja idealna je za razvoj pustolovnog turizma na tome području. Predstavlja ekološki čistu destinaciju, flora i fauna te plodno tlo idealni su za razvoj i ekološkog turizma te prate trend suvremenog turista. U Strategiji iz 2015.-2020., navode se novi proizvodi kao što je riječni turizam, biciklizam, uređenje šetnjica uz rijeku, botanički vrtovi, pustolovni turizam duž rijeke i u šumama, lov, ribarsko selo, jahanje, hipodrom, škola jahanja, vidikovac za promatranje ptica, ljetni kampovi za dječje kolonije, organiziranje srednjovjekovnih igra, tematski putevi i dr.⁶⁰

U nastavku slijedi popis turističkih usluga i proizvoda pustolovnog i aktivnog turizma na području Vukovarsko – srijemske županije⁶¹:

1. Biciklizam – Biciklistička ruta Srijem; Biciklistička ruta Dunav;- Biciklistička ruta „Put Vinograda“; Biciklistička ruta Sava; Otočki virovi;
2. Izletišna mjesta idealna s pješačkim rutama – Adica Vukovar; Spačvanska šuma Nijemci; Bošnjački i Otočki virovi; Sopot Nijemci; Turističko naselje Principovac; Centar za promatranje ptica Nijemci; šetnjice uz rijeke Savu, Dunav, Bosut u mjestu Vinkovci, Županji, Iloku i Vukovaru;
3. Ribolov – rijeka Sava, Dunav, Bosut, Berava, Brežnica, Spačva, Studva, te voda stajaćica koja prima vodu iz rijeke Spačve, Virovi;

⁵⁹ Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije (2015.-2020.godine),2015., Vukovar

⁶⁰ Ibidem, str. 60 – 66

⁶¹ Dostupno na: <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/sto-vidjeti-i-dozivjeti/kulturni-i-povijesni-turizam/>, 23.7.2022.

4. Vožnja eko mobilima, te druga motorna vozila poput quadova, koji su u privatnom vlasništvu, no pružaju usluge najma
5. Kajak po rijekama – Otočki virovi
6. Rekreativno letenje zrakoplovom – Aareoklub „Borovo“, Zrakoplovni klub „Vrabac“ Vinkovci
7. Jahanje – Acin salaš (Vinkovci), Konjička Udruga „Kadij“ (Ilok), Markovi kućari (Županja), OPG Dunavski raj (Vukovar), Konjogojska udruga Stari Graničar (Županja), Konjički klub „Satir“ (Vinkovci) , Konjički klub „Eohippus“ (Vinkovci), Konjogojska udruga „Dorat“ (Vinkovci), Konjički centar Županjski kas (Županja), Konjogojska udruga Potkova (Vukovar) i Konjički klub „Satir 2003“ (Vinkovci).

S obzirom da je cijelo područje Vukovarsko-srijemske županije idealno za razvoj ekoturizma, kulturnog, ruralnog i pustolovnog turizma, sve ti oblici turizma imaju zajedničke dodirne točke kao što je prirodna baština i lokalno stanovništvo. Zbog toga SWOT analiza turističke ponude Vukovarsko-srijemske županije prikazuje ujedno i prednosti, nedostatke, mogućnosti i prijetnje pustolovnog turizma. U nastavku slijedi tablica 3 sa SWOT analizom izrađenom prema Strategiji razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2015. - 2020. godine.

Tablica 3. SWOT analiza turističke ponude Vukovarsko-srijemske županije

| Snage | Slabosti |
|--|--|
| Većina jedinca lokalne samo uprave ima mogućnost za razvoj turizma | Nerazvijeni selektivni oblici turizma |
| Puno slobodnog prostora | Stanje ponude nije zadovoljavajuće i u skladu s potražnjom |
| Razvijeni vodotoci | Manjak smještajnih jedinica |
| Dobar geostrateški položaj | Nedovoljno razvijena infrastruktura i komunalna djelatnost |
| Dio komunalnog sustavno zadovoljavajuće riješen | Slabo označavanje |
| Raznovrsna flora i fauna | Nedostatak marketinške strategije |
| Povijesna i kulturna baština | Neuređeni ruralni prostor |

| | |
|---|---|
| Visoki postotak obradivih poljoprivrednih površina | Nedovoljna valorizacija kulturne i povijesne baštine |
| Dio infrastrukture riješen | Nedovoljno sagledan interes (odnos poljoprivrede – turizma) |
| Gospodarstvo vezano uz turizam (poljoprivreda, obrtništvo, trgovina) djelomično | Određeni zakoni utječu negativno na poslovanje |
| | Nerazvijena turistička djelatnost (posebno agencije) |
| Prilike | Prijetnje |
| Potencijal za razvoj ekološke poljoprivrede | Devastacija prostora |
| Promjena potražnje – trendovi u turizmu | Pritisak na prirodne resurse |
| Mogući razvoj turističkih doživljaja | Nedovoljna zainteresiranost investitora |
| Mogućnost razvoja selektivnih oblika turizma | Odlazak mlado radno sposobnog stanovništva |
| Povećanje potrebe za pustolovnim turizmom | Razvoj destinacije bez elemenata autohtonosti |
| Povećanje autohtonih proizvoda | Jačanje konkurentnih destinacija |
| Mogućnost razvoja nove turističke destinacije | |

Izvor: izrada autorice prema Strategiji razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije 2015. - 2020. godine.

Dakle, vidljivo je kako na području Vukovarsko-srijemske županije ne nedostaje raznovrsnosti ponude za pustolovni turizam. Iako na globalnom tržištu pustolovni turizam predstavlja jedan od najunosnijih oblika turizma, u Hrvatskoj je i dalje nedovoljno razvijen. Područje Vukovarsko-srijemske županije zbog riječnog bogatstva predstavlja idealnu destinaciju za pustolovnog turista, koji će ploveći kanuom, ili pak nekom od biciklističkih tura istražiti svaki kutak županije. Nedovoljna razvijenost cijele Županije, dovodi do nedovoljnog razvitka turizma, što naposljetku dovodi i do nezainteresiranosti investitora koji bi uložili svoja sredstva u razvitak turizma, točnije selektivnih oblika turizma, njihovih proizvoda i usluga.

6. ZAKLJUČAK

Pustolovni turizam rapidnom brzinom je porastao na globalnom turističkom tržištu u proteklih nekoliko godina. S obzirom na promjenu potražnje današnjeg turista, pustolovni turizam javlja se kao rješenje i odlična podloga za ostvarivanje autentičnog doživljaja. Pustolovni turizam pruža turistu jedinstveni doživljaj, dodir s prirodom te interakciju s lokalnim stanovništvom, samim tim omogućuje mu sticanje novih znanja i vještina, te ga kroz aktivno sudjelovanje oslobađa straha i stresa.

Turoperatori, DMC te turističke agencije sve se baziraju na turističkim ponudama s selektivnim oblicima turizma, među njima najviše do izražaja dolaze održivi ekoturizam te pustolovni turizam koji kroz svoje djelovanje utječu i na sam razvoj regije i lokalne zajednice. SWOT analizom utvrđeno je kako na području Hrvatske, pustolovni turizam je nedovoljno istražen, nedostaje adekvatan strateški pristup samom razvoju i upravljanju proizvodom. Hrvatska je zemlja prepuna prirodne baštine od ravničarskih predjela, prekrivenih različitom florom i faunom, riječnim tokovima do planinskog dijela koje graniči s Jadranskim morem. Analiziranjem dostupne literature utvrđeno je da pustolovni turizam na području Jadranske Hrvatske puno više razvijeniji nego na kontinentalnom dijelu. Također, kroz svoje djelovanje pustolovni turizam potiče suradnju lokalnih zajednica, županija, malih i velikih poduzetnika i obiteljskih poduzeća, na taj utječe na poboljšanje turizma na određenom području, što na kraju dovodi do poboljšanja ekonomskog stanja.

Kroz studiju slučaju analizirano je stanje pustolovnog turizma na području Vukovarsko – srijemske županije, jedne od najnerazvijenijih županija na području Hrvatske, ima veliki potencijal razvitka pustolovnog, ruralnog i ekoturizma zbog svojih razvijenih vodotoka, raznovrsne flore i faune te mogućnosti povezivanja poljoprivrede s turizmom. No, veliki problem predstavlja nedovoljna razvijenost koja dovodi do nedovoljnog razvitka turizma, što naposljetku dovodi i do nezainteresiranosti investitora, te nemogućnosti razvitka brenda destinacije.

Iz svega navedenog zaključuje se kako Hrvatska ima veliki neiskorišteni potencijal za razvitak pustolovnog turizma, koji bi potaknuo razvitak lokalnih zajednica i jednim dijelom riješio problem sezonalnosti i omogućio cjelogodišnji turizam. S time se potvrđuje i hipoteza rada.

LITERATURA

Knjige:

1. Andrić, M., 2012.: *Ronjenje u Hrvatskoj – Sve tajne Jadranskog primorja*, Zagreb
2. Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici, 2010.: *Turizam i sport-razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb
3. Buble M., 2010., *Menadžerske vještine*, Sinergija, Zagreb
4. Čaplar, A., 2012.: *Planinarski udžbenik. Hrvatski planinarski savez*, Zagreb
5. Čavlek N. i suradnici, 2011.: *Ekonomске osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb
6. Čavlek N., 1998.: *Turoperatori i svjetski turizam*, Golden Marketing, Zagreb
7. Delibašić, Z., 2010.: *Edukacija stručnih kadrova za potrebe ronilačkog turizma u Republici Hrvatskoj*. Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu. Zagreb
8. Geić, S., 2011.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split
9. Gržinić, J., 2019. : *Uvod u turizam povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
10. J. Swarbrooke, C. Beard, S. Leckie, G. Pomfret, 2003.: *Adventure Tourism The new frontier*, Burlington
11. Jurin, E., (2016.): *Priručnik o doživljajima*, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb
12. Marinović – Uzelac, A., 2001.: *Prostorno planiranje*, Dom i svijet, Zagreb
13. Šimunec, L., 2015.: *Promocija avanturističkog turizma u funkciji unapređenja turističke ponude Hrvatske*, Zagreb
14. Vranešević, T., 2016.: *Priručnik o doživljajima*, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb

15. Vukonić, B., 2005.: *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb

Znanstveni i stručni radovi:

1. Adventure Travel Trade Association, 2014.: *AdventurePulse: USA Adventure Traveler Profiles*, Seattle.
2. Alejsiak, Wiesław, et al., 2015.: "*ACTA TURISTICA NOVA.*", Vol 9, No.1
3. Cohen, E., 1979/1996. *A phenomenology of tourist experiences*, u Y. Apostopoulos. S. Leivadi i A. Yiannakis (urednici), *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations*, London: Routledge
4. Hunziker, W., Krapf J.L., 1942.: *Opći plan turističke nastave*, Polygraph, Zürich
5. Institut za turizam, 2020., *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj: TOMAS, Hrvatska 2019*
6. Juričić, J., 2016.: *Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam*, Završni rad, Split
7. Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022.: *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*, Zagreb
8. UNWTO, 2014.: *Affiliate Members Global Report, Volume 9 – Global Report on Adventure Tourism*, World Tourism Organization (UNWTO), Madrid
9. Vukovarsko-srijemska županija, 2015.: *Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije (2015.-2020.godine)*, Vukovar
10. Zakon o pružanju usluga u turizmu, 2018., NN 130/17
11. Zorko, M., Kovačić, M. & Šulc, I., 2014.: *Lokalni identitet i socijalna kohezija u pograničnom području Hrvatskog zagorja*

Internetski izvor:

1. Adriatica Luxuryvillas, Bungee jumping u Hrvatskoj, <https://www.adriaticluxuryvillas.com/hr/blog/bungee-jumping-u-hrvatskoj> (21. 7. 2022.)
2. Cikloturizam, <https://cikloturizam.hr/o-nama/> (18.7.2022.)
3. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje 2021. Leksikografski zavod Miroslava Krleže
4. Hrvatska gospodarska komora, Turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma – popis aktivnosti, <https://www.hgk.hr/sektor-za-turizam/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti> (18.7.2022.)
5. Hrvatska turistička zajednica, Outdoor i aktivni odmor, Croatian long distance trail, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje/croatian-long-distance-trail> (19.7.2022.)
6. Hrvatska turistička zajednica, Outdoor i aktivni odmor, Kanu i kajak, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/kanu-i-kajak> (21.7.2022.)
7. Hrvatska turistička zajednica, Outdoor i aktivni odmor, Šetnje i planinarenje, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/setanje-i-planinarenje> (19.7.2022.)
8. Hrvatska turistička zajednica, Outdoor i aktivni odmor, Zipline, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/zipline> (19.7.2022.)
9. Hrvatska turistička zajednica, Outdoor i aktivni odmor, Zračni sportovi, <https://croatia.hr/hr-hr/outdoor-i-aktivni-odmor/zracni-sportovi> (21.7.2022)
10. Moje skijanje, Skijanje Hrvatska, <https://www.mojeskijanje.com/hr/skijanje/hrvatska.html>, (21.7.2022.)
11. Poslovni, Hrvatska broj 1 za razvoj pustolovnog turizma, <https://www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-br-1-za-razvoj-pustolovnog-turizma-318660> (18.7.2022.)
12. Ranč Ramarin, <https://www.ranc-ramarin.hr/> (22.7.2022.)

13. Skydive Croatia, <https://www.skydivecroatia.com/proizvod.php?kod=127>
(21.7.2022.)
14. Slobodan pad, <https://slobodanpad.hr/> (21.7.2022.)
15. Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske zajednice, <https://www.visitvukovar-srijem.com/hr/o-zupaniji/polozaj/> (22.7.2022.)

PRILOZI

Popis slika:

| | |
|--|----|
| Slika 1. Zipline Pazinska jama | 22 |
| Slika 2. Položaj Vukovarsko-srijemske županije | 28 |

Popis shema:

| | |
|--|----|
| Shema 1. Temeljne odrednice turističkog doživljaja | 4 |
| Shema 2. Nositelji turističkog doživljaja | 6 |
| Shema 3. Hrvatska skijališta..... | 19 |

Popis tablica:

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Sportske aktivnosti prema pustolovnoj klasifikaciji aktivnosti | 10 |
| Tablica 2. SWOT analiza Hrvatskog turizma | 24 |
| Tablica 3. SWOT analiza turističke ponude Vukovarsko-srijemske županije..... | 30 |

SAŽETAK

Pustolovni turizam kao selektivni oblik turizma na globalnom turističkom tržištu predstavlja jedan od najunosnijih oblika turizma. U radu je prikazana opća teorija pojmova kao što je turizam, ekonomija doživljaja i turistički doživljaj. Glavni fokus rada je na pustolovnom turizmu u Republici Hrvatskoj, SWOT analizom prikazane su prednosti, nedostaci, prijetnje i mogućnosti za pustolovni turizam Hrvatske. Sekundarno, se naglašava važnost selektivnih oblika turizma i važnost stvaranja destinacijske menadžment kompanije (DMC), koja će kroz svoj rad pridonijeti stvaranju novih oblika usluga i proizvoda na području pustolovnog turizma. Kroz studiju slučaja prikazano je stanje pustolovnog turizma na području Vukovarsko – srijemske županije, te mogućnosti uključenja lokalnog stanovništva u turizam. Prilikom izrade rada koristila se istraživačka metoda analize i sinteze dostupne literature.

Ključne riječi: pustolovni turizam, Hrvatska, pustolovni turist, turistički doživljaj, avantura, lokalna zajednica, prirodna baština, Vukovarsko – srijemska županija, selektivni oblici turizma

SUMMARY

Adventure tourism as a selective form of tourism on the global tourism market is one of the most profitable forms of tourism. The paper presents the general theory of terms such as tourism, experience economy and tourist experience. The main focus of the paper is on adventure tourism in the Republic of Croatia, SWOT analysis shows the advantages, disadvantages, threats and opportunities for adventure tourism in Croatia. Secondly, the importance of selective forms of tourism and the importance of creating a destination management company (DMC), which through its work will contribute to the creation of new forms of services and products in the field of adventure tourism, is emphasized. Through a case study, the state of adventure tourism in the area of Vukovar-Srijem County, as well as the possibilities of involving the local population in tourism, is presented. The research method of analysis and synthesis of the available literature was used in the preparation of the paper.

Keywords: adventure tourism, Croatia, adventure tourist, tourist experience, adventure, local community, natural heritage, Vukovar-Srijem County, selective forms of tourism