

Selektivni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj

Generalić, Anamarija

Master's thesis / Diplomski rad

2023

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:137:734368>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-27**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ANAMARIJA GENERALIĆ

SELEKTIVNI TURIZAM U SJEVEROZAPADNOJ HRVATSKOJ

Diplomski rad

Pula, 2023.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ANAMARIJA GENERALIĆ

SELEKTIVNI TURIZAM U SJEVEROZAPADNOJ HRVATSKOJ

Diplomski rad

JMBAG: 0303081683, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno područje: Društvena znanost

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

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

Pula, srpanj 2023.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra _____ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo 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 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, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom _____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice 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 promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

1. Uvod.....	6
2. Selektivni turizam.....	7
2.1. Selektivni turizam u svijetu.....	8
2.1.1. Primjer zasićenosti – New York.....	9
2.2 Selektivni turizam u Podravini.....	10
2.3 Motivacija turista.....	11
3. Selektivni oblici turizma.....	12
3.1 Prirodni resursi.....	14
3.1.1 Zdravstveni turizam.....	14
3.1.2 Ruralni turizam.....	15
3.1.3. Ekoturizam.....	16
3.2. Društveni resursi.....	17
3.2.1. Kulturni turizam.....	17
3.2.2. Kongresni turizam.....	18
3.2.3. Vjerski turizam.....	19
4. Kulturni turizam u Podravini.....	21
4.1. Hlebine kao središte kulturnog turizma u podravini.....	22
4.2. Grad Koprivnica.....	23
4.3. Spoj kulture i urbanosti.....	24
5. Utjecaj demografskih trendova na turistička kretanja.....	25
5.1.Promjena životnog stila.....	26
5.2. Suvremenost / digitalizacija.....	27
6. Anketa.....	28
7. Zaključak.....	31

1.Uvod

Poseban pristup turističkom iskustvu koji se fokusira na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, autentičnost destinacije te zadovoljstvo turista nam donosi selektivni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Sjeverozapadna Hrvatska obuhvaća regije kao što su Zagreb, Hrvatsko zagorje, Međimurje, Podravina i dr. Podravina nudi raznolike mogućnosti za selektivni turizam.

Tema diplomskog rada je selektivni turizam u sjeverozapadnoj hrvatskoj. Kroz teorijski dio selektivnog turizma te koji oblici selektivnog turizma postoje, dolazi se do provedene ankete za lakše razumijevanje.

Izrada rada temelji se na prikupljanju i analizi primarnih i sekundarnih izvora podataka. Sekundarni izvori podataka u ovom radu jesu brojne stručne knjige, publikacije te časopisi na zadanu temu. Korištena je literatura u elektroničkom i tiskanom obliku, a provedena je i anketa od 13 sudionika koji su online ispunjavali anketu.

Nakon prvog te ujedno i uvodnog poglavlja, drugo poglavlje pojašnjava selektivne oblike turizma te kakvi su oni u svijetu, a kakvi u Podravini te koja je to motivacija turista za odlazak na putovanje. U nastavku se pojašnjavaju što su to prirodni resursi, a što društveni resursi selektivnog turizma što nas dovodi do šest izdvojenih oblika selektivnog turizma. Tako se u pod poglavljima pojašnjava što je to zdravstveni, ruralni i eko turizam što se tiče prirodnih resursa. A što se tiče društvenih resursa, navedeni i pojašnjeni su kulturni, kongresni i vjerski turizam. Odabrani su baš ovi selektivni oblici turizma jer su oni najznačajniji u sjeverozapadnoj hrvatskoj. Ruralni turizam isto kao i vjerski turizam označuju ovu regiju, ali i samu Podravinu. Kulturni turizam bitan je za grad Koprivnicu i selo pored – Hlebine. Zadnji dio poglavlja dovodi nas do spoja kulture i urbanosti te kakav je to dana životni stil ljudi. Također se na kraju dolazi do provedene ankete i samog zaključka rada.

2. Selektivni turizam

Selektivni turizam je postao sve popularniji jer putnici sve više žele prilagođena iskustva koja odražavaju njihove osobne sklonosti i interese. Ovakav pristup turizmu omogućava putnicima da se dublje povežu s odredištem i aktivnostima koje ih zanimaju.

Razvoj suvremenog turizma u posljednjih nekoliko desetljeća dokazao je iznimno širok spektar djelovanja kroz proširivanje ponude i potražnje za potrebe zadovoljavanja turista i ostvarivanja odgovarajućih ekonomskih učinaka.

„Intenzivniji razvoj hrvatskog turizma započinje nakon II. svjetskog rata s porastom popularnosti mnogih destinacija na Sredozemlju zbog blizine, toplog mora te sve dostupnijeg avioprijevoza. Od tada pa do danas hrvatski je turizam prošao mnoge razvojne faze.“¹ S obzirom da su ljudi oduvijek putovali motivirani da posjete određeni grad koji je sam po sebi poznat ili ima nešto u tome gradu vrijedno pogledati, kreću se formirati posebne ponude za određen selektivni oblik turizma. Opstanak na turističkom tržištu je uvjetovan stalnim praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju tendencije kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mnogih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Sagledavajući same turiste u globalu što se tiče kulturnog i ruralnog turizma, često ni oni sami ne mogu vidjeti svoje stvarne motive koji su ih potaknuli na putovanje. Tada turist odlazi u određenu destinaciju ne planirano, što znači da će posjetiti ne samo jedno mjesto nego i okolna mjesta. Odlučan turist koji zna svoju destinaciju, vrlo je vjerojatno da će posjetiti isključivo samo određenu destinaciju. Stoga, gledajući na samu motivaciju i odlazak na put, turist će otići radi odmora i relaksacije te željom za novim doživljajima, bilo planirano ili ne planirano odredište.

¹ Čorak, S., (2006) Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Zagreb, Institut za turizam

2.1. Selektivni turizam u svijetu

U cijelome svijetu je također poznat kao specijalizirani ili diferencirani turizam, a odnosi se na putovanja koja su usmjerena prema određenim interesima, sklonostima ili aktivnostima. Umjesto da se radi o općem turističkom iskustvu, selektivni turizam fokusira se na zadovoljenje potreba specifičnih skupina putnika ili njihovih interesa.

Selektivni turizam omogućuje destinacijama da se specijaliziraju i privuku posebne skupine putnika koje su zainteresirane za određene aktivnosti ili iskustva. To može pomoći u razvoju lokalne ekonomije, promicanju kulturne raznolikosti i očuvanju prirodnog okoliša.

Kako je pisanje ovog rada bazirano na kulturnom turizmu, važno je reći kako je kulturni turizam fokusiran na upoznavanje i istraživanje kulturne baštine, umjetnosti, povijesti i tradicija određene destinacije. Ovaj oblik turizma postaje sve popularniji jer mnogi putnici traže dublje i autentičnije iskustvo kada putuju. Kulturni turizam ima potencijal da ne samo obogati putničko iskustvo, već i doprinese očuvanju i promociji kulturnih i povijesnih vrijednosti.

Turističke destinacije koje imaju bogatu povijest često privlače posjetitelje zbog svojih povijesnih spomenika, arheoloških nalazišta, dvoraca, crkava, muzeja i drugih kulturnih institucija. Muzeji su također važan dio kulturnog turizma jer posjetiteljima omogućavaju da istraže umjetnička djela i zbirke povezane s lokalnom kulturom i poviješću. Mnoge destinacije organiziraju kulturne festivale, običaje i manifestacije koje posjetiteljima omogućavaju da dožive lokalnu kulturu, tradiciju i običaje. Hrana je važan aspekt kulture. Posjetitelji često žele kušati lokalne specijalitete i upoznati se s kulinarskim tradicijama destinacije. Posjetitelji mogu imati priliku i naučiti tradicijske zanate, kao što su izrada rukotvorina, tkanje, lončarstvo i druge vještine koje su duboko ukorijenjene u lokalnoj kulturi. Različiti stilovi arhitekture svjedoče o povijesti i kulturi određenog područja. Posjetitelji često žele istraživati arhitektonske dragulje, poput starih gradskih jezgri, palača i tradicionalnih kuća. Ruralna područja često čuvaju autentičnu tradiciju i način života. Posjetitelji mogu posjetiti povijesna sela i naselja kako bi se upoznali sa lokalnom

svakodnevnicom i tradicijama. Kulturni turizam pruža priliku za edukaciju i učenje o različitim kulturama, povijesti i umjetnosti. Kulturni turizam može doprinijeti očuvanju kulturne baštine i potaknuti lokalno stanovništvo da čuva svoje tradicije, običaje i spomenike. Unatoč brojnim prednostima, kulturni turizam može izazvati negativne posljedice kao što su prekomjerna komercijalizacija, narušavanje autentičnosti i negativni utjecaji na osjetljive kulturne aspekte. Također, ono može biti izuzetno obogaćujuće iskustvo za putnike jer im omogućava dublje razumijevanje različitih kultura i doprinosi očuvanju i promociji kulturne raznolikosti širom svijeta.

Kada popularne destinacije postanu prepoznatljive po svojim kulturnim znamenitostima, festivalima, tradicijama ili drugim kulturnim događajima, tada te iste destinacije također postaju i preopterećene ili zasićene posjetiteljima koji dolaze radi kulturnih atrakcija i događaja. Kako bi se suzbila zasićenost kulturnim turizmom, potrebno je pažljivo upravljati turističkim prometom, ograničavati broj posjetitelja, razvijati održive turističke strategije i surađivati sa lokalnom zajednicom kako bi se očuvala kulturna baština i održivost destinacije.

2.1.1. Primjer zasićenosti – New York

Jedan od najposjećenijih gradova u SAD-u i svijetu je upravo New York. Poznat je po svojoj bogatoj kulturnoj sceni i brojnim atrakcijama, no ta popularnost ga može dovesti do zasićenja turističkim posjetiteljima, posebno na najpoznatijim lokacijama. Posjetitelji koji su zainteresirani za posjet muzejima mogli bi se susresti sa problemom prenatrpanog muzeja što umanjuje kvalitetu iskustva za posjetitelje. Dok pak problem koji utječe na ljubitelje predstava je taj što je nabavka karata dosta teška radi velike potražnje jer se popularne predstave često rasprodaju mjesecima unaprijed. Središte grada, Times Square, poznato je po svjetlosnim reklamama i veličanstvenim priredbama, no konstantna gužva te buka mogu dovesti do manje autentičnog iskustva za posjetitelje.

2.2 Selektivni turizam u Podravini

Pojam selektivnog turizma u Podravini ukazuje na turističku strategiju koja se fokusira na privlačenje posjetitelja koji su zainteresirani za ono što ta regija posebno nudi. Podravina je regija u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, a ona je poznata po bogatoj kulturnoj baštini, zelenoj prirodi i tradicionalnoj kuhinji. Podravina ima bogatu etnografsku baštinu. Posjetitelji mogu biti zainteresirani za obilazak etno-sela, muzeja i manifestacija koje prikazuju tradicionalan način života, obrte i običaje regije. Također, ova regija nudi pregršt predivnih krajolika. Aktivnosti poput vožnje biciklom, ribolova, pješačenja i obilaska prirodnih rezervata mogu privući turiste koji cijene vanjske aktivnosti. Organizacijom kulturnih događaja i festivala, sajмова i radionica, može privući turiste koji su zainteresirani za umjetnost, glazbu, ples i druge oblike kulturnog izraza.

Svake godine u Koprivnici održava se Renesansni festival koji sam po sebi privuče turiste iz svih zemalja u naš grad, našu regiju. Cilj festivala je da se turisti posjetom prisjete kako je to sve nekad bilo te da uživaju u danima renesanse. „Najbolja manifestacija Hrvatske, Renesansni festival sljublivanje je kasno srednjovjekovne povijesnih fakata i originalnost Koprivnice, Podravine i Hrvatske s baštinskim vrijednostima zapadnoeuropskog kulturnog civilizacijskog kruga, koje se manifestiraju kroz brojne nastupajuće viteške, obrtničke i muzičke skupine iz gotovo deset europskih zemalja. Manifestacija je pravi primjer razvijanja europskog identiteta grada i regije.“²

Važno je da se prilikom razvoja selektivnog turizma uzmu u obzir interesi ciljane publike te da se regija promovira na način koji ističe njezine jedinstvene prednosti i atrakcije. Također, suradnja s lokalnim stanovništvom, investitorima i turističkim stručnjacima ključna je za uspješnu implementaciju ovakve strategije.

² <https://www.renesansnifestival.hr/>

2.3 Motivacija turista

Motivacija turista može varirati ovisno o njihovim interesima, preferencijama i ciljevima putovanja. Mnogi turisti putuju kako bi istraživali nove kulture, tradicije i običaje. Prekrasni krajolici, planine, plaže, jezera i nacionalni parkovi privlače ljude koji žele uživati u prirodnoj ljepoti i aktivnostima na otvorenom kao što su planinarenje, opuštanje na plaži i dr. Turisti također često traže raznolika iskustva tijekom svojih putovanja. Turizam je dinamična industrija koja nastoji zadovoljiti različite potrebe i interese različitih turista. Često ni sami turisti ne mogu vidjeti svoje stvarne motive koji su ih potaknuli na turističko putovanje.

Glavni motivi koji pokreću ljude na turistička putovanja jesu bijeg od rutine svakodnevice, tj. odmor i rekreacija izvan uobičajene sredine, očuvanje zdravlja i želja za novim doživljajima. Nekima je upravo taj bijeg poznat kao posjet poznatim gradovima, muzejima ili nekim drugim razgledavanjem turističkih atrakcija.

Motivi se mijenjaju s promjenama vrijednosnih sustava u društvu te stil svakidašnjeg života i rada uvelike utječe na motivaciju za putovanje. Kako se motivi neprestano mijenjaju, tako je važno poznavati motive da mogu pomoći pružateljima usluga da stvore bolje iskustvo za svoje goste. Kao na primjer, odmaralište na plaži može se usmjeriti na pružanje opuštajućeg iskustva, za one koji traže bijeg od svakodnevnog stresa, dok avanturistički izleti ili planinarski vodiči mogu privući one koji traže aktivne avanture. Isto tako, razumijevanje promjena u vrijednosnim sustavima i životnom stilu može pomoći pružateljima usluga da budu inovativniji kako bi odgovarali na promjenjive potrebe turista. Na primjer, rastući interes za održivim putovanjima i ekološkom svijesti potiče turističku industriju da razvija ekološki odgovorne proizvode i usluge.

Motivi kao takvi nisu uvijek jasni ni samim turistima, ali pružatelji usluga mogu koristiti istraživanje tržišta i analize trendova kako bi bolje razumjeli svoje ciljne skupine i njihove potrebe. Tako se stvara mogućnost za pružanje personaliziranih iskustava koja zadovoljavaju raznolike interese turista.

3. Selektivni oblici turizma

Postoji nekolicina primjera selektivnog oblika turizma, no neki od primjera selektivnog oblika turizma jesu:

- a) Ekoturizam: ovdje se putnici usmjeravaju prema očuvanju prirode i okoliša. Cilj im je istraživati prirodne ljepote, divlji svijet i ekosustave te naučiti o njihovoj važnosti.
- b) Kulturni turizam: putnici koji su zainteresirani za povijest, umjetnost, tradiciju i običaje određenog područja odabiru kulturni turizam. Posjećuju muzeje, povijesne spomenike, lokalne festivale i umjetničke događaje.
- c) Gastro turizam: ovaj oblik turizma usredotočen je na gastronomske užitke i kulinarsku tradiciju određenog područja. Putnici istražuju lokalnu hranu, restorane i kušaju autentične specijalitete.
- d) Zdravstveni turizam: putnici putuju kako bi dobili medicinske tretmane, kirurške zahvate ili druge medicinske usluge u inozemstvu. To može uključivati estetske zahvate, dentalne usluge, rehabilitaciju i slično.
- e) Avanturistički turizam: putnici koji vole uzbuđenje i adrenalin odabiru avanturistički turizam. Aktivnosti poput planinarenja, ronjenja, skijanja, raftinga i drugih izazovnih aktivnosti privlače ovu skupinu putnika.
- f) Enološki turizam: ovaj tip turizma usredotočen je na posjete vinarijama, degustacije vina i učenje o procesima proizvodnje vina.
- g) Vjerski turizam: putnici posjećuju sveta mjesta, hramove, crkve, džamije i druge religijske lokacije kako bi dublje istražili svoju vjeru ili naučili o različitim vjerskim praksama.

- h) Sportski turizam: ovaj oblik turizma uključuje putovanja kako bi se sudjelovalo ili promatralo sportske događaje kao što su sportska natjecanja, maratoni, turniri i slično.
- i) Ruralni turizam: ono se usredotočuje na posjet ruralnim ili seoskim područjima gdje je glavni cilj omogućiti turistima da dožive ruralni način života onakav kakav je.
- j) Kongresni turizam: također je poznat kao poslovni turizam, usmjeren na privlačenje poslovnih putnika i sudionika konferencija, sastanaka i događanja.

Selektivni oblici turizma mogu pružati raznolika iskustva putnicima, istovremeno podržavajući očuvanje prirode, kulturnu razmjenu i druge bitne aspekte turizma. Navedeni oblici turizma često imaju pozitivan utjecaj na lokalne zajednice i okoliš jer potiču održivu upotrebu resursa i podržavaju lokalno gospodarstvo. Također, omogućuju putnicima da dublje razumiju i cijene različite poglede svijeta koji ih okružuje. Također mogu imati i izazove kao što su potencijalna prekomjerna posjećenost određenih destinacija ili utjecaj na tradicionalan način života lokalnih zajednica. Tako da je iz navedenog bitno promicati održivi turizam u svim selektivnim oblicima kako bi se osiguralo da budućim generacijama ostane dostupan bogat spektar turističkih iskustava.

3.1 Prirodni resursi

Igraju ključnu ulogu u razvoju selektivnog turizma, bilo da se radi o ekoturizmu, ruralnom turizmu ili bilo kojem drugom obliku selektivnog turizma. Ovi resursi često privlače putnike koji žele doživjeti prirodu, okoliš i ljepotu određene destinacije na održiv način. Predivni pejzaži, planine, jezera, rijeke, šume, plaže i prirodni rezervati privlače turiste koji traže prirodnu ljepotu i mir. Prirodni resursi često su ključna atrakcija u selektivnom turizmu i često se kombiniraju s drugim aktivnostima, poput ekoloških tura, avanturističkih aktivnosti i obrazovnih iskustava, kako bi se omogućilo turistima da bolje razumiju i cijene prirodno okruženje.

3.1.1 Zdravstveni turizam

Ovaj oblik turizma je poznat kao medicinski turizam ili turizam zdravstvene skrbi, a također predstavlja oblik putovanja u kojemu ljudi putuju u druge zemlje ili regije kako bi dobili medicinske usluge, tretmane i zdravstvenu skrb. Ovaj oblik turizma obično uključuje medicinske procedure, kirurške zahvate, wellness tretmane ili bilo koju drugu vrstu medicinskih usluga. Ljudi često biraju zdravstveni turizam kako bi dobili visokokvalitetne medicinske usluge koje su povoljnije ili dostupnije nego u njihovim matičnim zemljama.

Cijena medicinskih usluga u određenim destinacijama mogu biti znatno niže u usporedbi s drugim zemljama, što privlači pacijente iz inozemstva. Neke su pak destinacije posebno poznate po određenim vrstama medicinskih tretmana ili kirurških zahvata, a privlače pacijente koji traže specifične usluge. Također, mnoge destinacije kombiniraju medicinske tretmane s turističkim atrakcijama i wellness ponudama, omogućujući pacijentima da se opuste i istraže destinaciju nakon liječenja. Ovaj oblik turizma obično uključuje suradnju sa visoko kvalificiranim medicinskim stručnjacima i osobljem, a specijalizirani medicinski centri i bolnice često su ključne u razvoju zdravstvenog turizma.

Agencije za zdravstvenu turizam i koordinatori skrbi pomažu pacijentima u organizaciji putovanja, smještaju i svim potrebnim pokazateljima skrbi. Iako ovaj oblik turizma, zdravstveni turizam, može biti koristan za pacijente, postoji potreba za pažljivim planiranjem i istraživanjem kako bi se osiguralo da pacijenti dobiju sigurnu i kvalitetnu skrb. Isto tako, potrebno je pratiti i razumjeti lokalne zakone i propise vezane uz zdravstvenu skrb i medicinsku praksu u destinaciji koju pacijenti posjećuju.

3.1.2 Ruralni turizam

Drugom riječju, seoski turizam, predstavlja oblik turizma u kojemu ljudi putuju iz urbanog ili gradskog okruženja kako bi posjetili ruralna ili seoska područja. Ovaj oblik turizma fokusira se na iskustvo života na selu, prirodnu ljepotu, kulturno nasljeđe i autentičnu interakciju s lokalnim zajednicama. Ruralna područja obično nude prekrasne prirodne pejzaže, uključujući planine, šume, jezera ili polja. Posjetitelji mogu uživati u aktivnostima na otvorenom kao što su planinarenje, biciklizam i šetnje prirodom.

Ruralni turizam omogućuje putnicima da se približe lokalnom načinu života, tradicijama i kulturi. Posjetitelji često imaju priliku sudjelovati u tradicionalnim aktivnostima, kao što su berba voća i povrća te priprema tradicionalnih jela. Također, u ruralnim područjima često postoje seoski smještaji poput seoskih kuća za odmor, seoskih domaćinstava i seoskih gostionica gdje putnici mogu doživjeti autentično seosko iskustvo. Ruralni turizam može biti edukativan jer omogućuje posjetiteljima da nauče o poljoprivredi i očuvanju prirode. Posjetitelji često imaju priliku sudjelovati u aktivnostima kao što su branje voća ili priprema hrane na farmi.

Mnogi ruralni turistički operatori stavljaju naglasak na održivost i ekološki odgovoran pristup, čime se promiče očuvanje prirode i lokalnog okoliša. On često privlači posjetitelje koji žele pobjeći od gradske gužve i stresa te provesti vrijeme u mirnom i opuštajućem okruženju. Putnici mogu kušati tradicionalnu seosku hranu i pića, uključujući svježe voće, povrće, vino i druge autentične specijalitete. Dakako, ruralni turizam ima potencijal za

poticanje ekonomske aktivnosti u ruralnim područjima, podržava očuvanje tradicije i načina života na selu te pruža jedinstvena i autentična iskustva putnicima. Osim toga, pomaže u povećanju svijesti o ruralnim zajednicama i važnosti očuvanja prirodne okoline.

3.1.3. Ekoturizam

Ekoturizam je oblik turizma koji se temelji na očuvanju prirode i ekosustava, a istovremeno omogućuje putnicima da uživaju u prirodnom okolišu i divljini. Ključna karakteristika ekoturizma je održivost, odnosno nastojanje da se minimalno utječe na prirodni okoliš i da se podržava njegova zaštita i očuvanje. Očuvanje prirode je glavni cilj ekoturizma, uključujući očuvanje biljnog i životinjskog svijeta, biološke raznolikosti i ekosustava. Ekoturizam promiče odgovorno ponašanje posjetitelja kako bi se smanjio negativan utjecaj na prirodni okoliš. Također pruža priliku za obrazovanje putnika o prirodnom okolišu, ekologiji i važnosti očuvanja prirode. Edukacija je često sastavni dio ekoturističkih iskustava.

Ekoturističke destinacije obično ograničavaju broj posjetitelja kako bi se očuvala ekološka ravnoteža i spriječila prekomjerna posjećenost. Aktivnosti u ekoturizmu često uključuju promatranje ptica, planinarenje, vožnju bicikla, ronjenje i slične aktivnosti koje omogućuju bliski kontakt sa prirodom. Često uključuje suradnju s lokalnim zajednicama kako bi se osiguralo da ekonomske koristi od turizma idu lokalnom stanovništvu i poticalo se njihovo sudjelovanje u očuvanju prirodnog okoliša. Smještaj u ekoturističkim destinacijama često je izgrađen i upravljan ekološki održivim principima, koristeći obnovljive izvore energije i smanjujući otpad i potrošnju resursa. Mnoge ekoturističke destinacije posvećene su zaštiti ugroženih biljnih i životinjskih vrsta, te provode programe zaštite i obnove ekosustava. Iako može imati pozitivan utjecaj na očuvanje prirode, važno je provoditi ga odgovorno kako bi se izbjegle negativne posljedice, kao što su prekomjerna posjećenost ili nesavjesno ponašanje posjetitelja koje može štetiti prirodnom okolišu.

3.2. Društveni resursi

Imaju snažan utjecaj na turističko iskustvo i često su ključni faktor koji određuje uspjeh turističke destinacije. Lokalna zajednica i njezini resursi, uključujući kulturnu baštinu, tradiciju, gostoljubivost i sigurnost, igraju značajnu ulogu u oblikovanju pozitivnog dojma turista i stvaranju održivog turističkog sektora. Ovi resursi obuhvaćaju sve aspekte društva i zajednice koji turisti doživljavaju i koriste tijekom svojih putovanja.

3.2.1. Kulturni turizam

Fokus u ovome obliku selektivnog turizma jesu putovanja kako bi se upoznala, istražila i uživala u različitim aspektima kulture, povijesti, umjetnosti i tradicije određene destinacije. Ovaj oblik turizma često privlači putnike koji žele dublje razumjeti i iskusiti kulturnu baštinu drugih mjesta. Putnici posjećuju muzeje, galerije, povijesne spomenike, dvorce i druge kulturne i povijesne atrakcije kako bi naučili o prošlosti i kulturi destinacije. Kulturni turizam također uključuje isprobavanje lokalne hrane i pića. Posjetitelji često biraju destinacije na temelju festivalskih i kulturnih događanja kako bi doživjeli lokalne običaje, glazbu, ples i slavlja. Putnici često istražuju tradicionalne četvrti, sela i gradove kako bi se uronili u svakodnevni život lokalnih stanovnika. Kulturni turizam često uključuje posjete umjetničkim galerijama, radionicama i trgovinama koje prodaju lokalne rukotvorine i umjetničke proizvode. Također, može pridonijeti očuvanju kulturne baštine i tradicija jer potiče interes za očuvanjem i restauracijom povijesnih i kulturnih objekata. Također, doprinosi lokalnoj ekonomiji i promovira kulturnu razmjenu između različitih kultura i naroda. Međutim, važno je da se turisti ponašaju s poštovanjem prema lokalnoj kulturi i običajima te da pridržavaju lokalnih pravila i propisa kako bi se očuvalo kulturno nasljeđe i poštovali se osjećaji domaćina.

Bez obzira gdje se ovaj oblik selektivnog turizma provodi, ima slične karakteristike i ciljeve, ali može varirati u smislu destinacija, kulturnih bogatstava i ponude. Razlika između kulturnog turizma u svijetu i u Hrvatskoj je ta da svijet nudi bogat izbor kulturnih destinacija od povijesnih europskih gradova do drevnih azijskih civilizacija i egzotičnih

kultura u Južnoj Americi. Dok gradovi poput Rima, Pariza ili Istanbula privlače milijune posjetitelja svake godine zbog svoje bogate kulturne baštine, muzeja, galerija i povijesnih znamenitosti, Hrvatska je poznata po glazbenim festivalima poput Ultra Europe i INmusic festivali, ali ima i Jadransku obalu koja privlači turiste svojom kombinacijom kulturne baštine i prirodne ljepote. Tako gradovi poput Dubrovnika, Splita i Zadra nude mnoštvo kulturnih atrakcija. Iako kulturni turizam u Hrvatskoj ima mnogo toga za ponuditi, svjetski kulturni turizam ima prednost u pogledu raznolikosti destinacija i globalno poznatih kulturnih atrakcija. Ipak, Hrvatska je prepoznata kao sve popularnija destinacija za kulturni turizam zbog svoje bogate kulturne i povijesne baštine te prirodne ljepote.

3.2.2. Kongresni turizam

Kongresni turizam se odnosi na oblik turizma koji je usmjeren na organizaciju i sudjelovanje u poslovnim događanjima, konferencijama, kongresima, seminarima, izložbama i drugim sličnim profesionalnim skupovima. Kongresni turizam privlači poslovne ljude, stručnjake i organizacije iz različitih sektora i omogućuje im da se sastanu, razmijene informacije, razgovaraju o poslovnim prilikama i razvijaju mreže. Glavna publika kongresnog turizma su poslovni putnici, uključujući poslovne vođe, stručnjake, znanstvenike, industrijske profesionalce i članove udruženja. On također zahtijeva određene objekte i infrastrukturu za održavanje poslovnih događanja, uključujući konferencijske centre, hotelske kongresne dvorane i izložbene prostore. Može imati značajan ekonomski utjecaj na destinaciju jer privlači velik broj posjetitelja koji troše na smještaj, hranu, prijevoz i druge usluge. Poslovni događaji omogućuju sudionicima da razmijene iskustva, razvijaju poslovne kontakte, potiču suradnju i pregovaraju o poslovnim prilikama. Konferencije i seminari često se fokusiraju na obrazovanje i razmjenu znanja, čime se potiče profesionalni razvoj sudionika. Uključuje i organizaciju incentive putovanja kao nagrade za uspješne zaposlenike i poslovne partnere. Organizacija i upravljanje poslovnim događanjima zahtijeva stručnost u planiranju, marketingu, logistici i tehničkoj podršci. Često kongresni turizam doprinosi razvoju

poslovnih i turističkih destinacija, stvaranju radnih mjesta i povećanju prometa u ugostiteljskom sektoru. Organizatori kongresnog turizma teže privući događaje u gradove i regije koje nude dobru infrastrukturu, kvalitetnu uslugu i atraktivne sadržaje kako bi privukli poslovne putnike iz cijelog svijeta.

Prije internetskog doba, organizacija i promocija kongresnih događanja bila je otežana zbog ograničene globalne povezanosti. Komunikacija između organizatora i sudionika bila je sporija i manje efikasna. Kongresni događaji obično su se održavali u većim gradovima i destinacijama s dovoljno infrastrukture za takve događaje. Manje poznate destinacije nisu privlačile mnogo kongresnog turizma. Razvoj interneta i digitalnih tehnologija znatno je promijenio kongresni turizam. Organizatori i sudionici mogu komunicirati putem e-pošte, web stranica, društvenih medija i mobilnih aplikacija, što olakšava organizaciju i promociju događanja. Danas postoji mnogo više destinacija širom svijeta koje su se usmjerile na razvoj kongresnog turizma. Čak i manje poznate destinacije sada imaju priliku privući kongresne događaje. Registracija za kongresne događaje često se odvija online, što olakšava sudionicima da se prijave i plaćaju kotizacije. Sa pojavom pandemije COVID-19, mnogi kongresni događaji prešli su na virtualni format ili kombinaciju virtualnog i fizičkog događanja kako bi omogućili sudjelovanje bez potrebe za putovanjem.

3.2.3. Vjerski turizam

Duhovni turizam ili turizam vjerske skrbi, odnosi se na oblik turizma u kojem ljudi putuju radi posjeta svetim mjestima, religijskim obredima, duhovnoj obnovi i duhovnom iskustvu. Ovaj oblik turizma često je motiviran vjerom i religioznom predanošću. Putnici obično posjećuju sveta mjesta, povezana s njihovom religijom ili vjerovanjima. To mogu biti crkve, hramovi, džamije, sinagoge ili druga religijska mjesta. Vjerski turizam često uključuje sudjelovanje u religijskim obredima, molitvama, misama, meditaciji i drugim duhovnim aktivnostima. Putnici često putuju radi duhovnog osvježenja, meditacije, razmišljanja i traženja unutarnjeg mira. Neka sveta mjesta postaju ciljevima za

hodočasnike, koji putuju na velike udaljenosti kako bi dostigli svoje religijske ciljeve i duhovne ciljeve. Također ovaj oblik selektivnog turizma može uključivati sudjelovanje u religijskim festivalima, procesijama, svetkovinama i drugim manifestacijama. Često ima i kulturološki aspekt jer posjetitelji imaju priliku upoznati lokalnu kulturu i običaje povezane sa vjerom. Mnoga vjerska mjesta imaju i veliku povijesnu i umjetnički vrijednost, što privlači i ljude koji nisu nužno religiozni, ali su zainteresirani za povijest i umjetnost. Vjerski turizam može imati veliki ekonomski utjecaj na destinaciju jer donosi prihod kroz smještaj, hranu, prodaju suvenira i druge turističke usluge.

Vjerski turizam može imati dubok emocionalni i duhovni značaj za putnike i često prelazi granice običnog turizma. Također, važno je poštivati sveta mjesta, običaje i uvjerenja lokalnog stanovništva i ponašati se s duhovnim osjećajem i poštovanjem prema tim destinacijama. Ovaj oblik turizma često donosi gospodarske koristi destinacijama, što uključuje povećanje prihoda, zapošljavanje i promet u lokalnom gospodarstvu. Kako privlači velik broj turista koji putuju kako bi posjetili sveta mjesta, crkve i druge vjerske objekte, tako se i povećava ukupan broj turista u destinaciji i pomaže povećanju turističkog prometa. Turisti koji dolaze radi vjerskih putovanja često traže smještaj u hotelima, hostelima i dr. To pak povećava prihode u sektoru turističkog smještaja. Vjerski turisti troše na hranu i piće tijekom svog boravka, a restorani i ugostiteljski objekti imaju korist od ovog povećanog prometa. Povećana potražnja za turističkim uslugama kao što su vođeni obilasci, prijevoz, vodiči i organizacija vjerskih događaja pruža poslovne prilike za lokalne turističke tvrtke i pojedince. Povećanje turističkog prometa i potražnja za turističkim uslugama često rezultira zapošljavanjem lokalnog stanovništva u sektoru turizma, što doprinosi smanjenju stope nezaposlenosti. Razvoj vjerskog turizma zahtijeva pažljivo upravljanje kako bi se osiguralo očuvanje vjerske i kulturne autentičnosti destinacija. Također je potrebno pridržavati se etičkih standarda i osigurati da ekonomske koristi budu ravnomjerno raspoređene u lokalnoj zajednici kako bi se poboljšao život stanovnika.

4. Kulturni turizam u Podravini

Podravina, regija koja je smještena u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, ima bogatu kulturnu baštinu i mnogo toga za ponuditi turistima u okviru kulturnog turizma. Podravina je poznata po svojoj bogatoj etnografskoj baštini, uključujući tradicionalnu narodnu nošnju, rukotvorine, narodnu glazbu i ples. Posjetitelji mogu istražiti ove aspekte kroz muzeje, etnografske izložbe i manifestacije. Regija često organizira folklorne događaje i festivale koji prikazuju tradicionalne plesove, glazbu i običaje. Ovi događaji pružaju turistima priliku da dožive bogatu kulturu Podravine. U ovoj predivnoj regiji još postoji niz muzeja i galerija posvećenih lokalnoj povijesti, umjetnosti i kulturi. Primjer je Muzej grada Koprivnice i Galerija Koprivnica. Može se vidjeti mnogi crkava, kapela i drugi sakralni objekti sa bogatom poviješću i arhitekturom. Posjetitelji mogu istražiti ova mjesta i sudjelovati u vjerskim obredima. Također, ima brojne povijesne spomenike i znamenitosti, uključujući stare gradove i dvorce koji nude uvid u prošlost regije. Nudi i prekrasne prirodne resurse, uključujući rijeke Dravu i Muru, koje pružaju priliku za aktivnost na otvorenom poput vožnje biciklom, ribolova i plovidbe. Gradovi poput Koprivnice i Ludbrega često služe kao kulturni centri u regiji, organizirajući koncerte, izložbe i druge kulturne događaje. Posjetitelji mogu doživjeti tradicionalne narodne običaje i festivale, kao što je Martinje, tijekom kojih se slavi berba vina. Postoje i turističke rute koje vode turiste kroz kulturne i povijesne atrakcije, kao i prirodne ljepote, pružajući cjelovito iskustvo Podravine. Kulturni turizam u Podravini pruža priliku turistima da urone u bogatu povijest i kulturu regije, upoznaju lokalno stanovništvo i uživaju u gastronomskim blagodatima. Za bolje razumijevanje može se navesti kao primjer „Koprivnica Jazz Festival“ koji se održava u Koprivnici, a to je međunarodni jazz festival koji privlači glazbenike i ljubitelje jaza iz cijele Hrvatske, ali i puno šire. Obično se održava tijekom ljeta u srpnju ili kolovozu, traje nekoliko dana tijekom kojih se održavaju koncerti, radionice i druge glazbene aktivnosti. Tijekom godina na festivalu su nastupili brojni poznati jazz glazbenici iz Hrvatske i inozemstva, što je dodatno pridonijelo ugledu festivala. Kako privlači ljude različitih glazbenih preferencija i doživljajnih sklonosti tako doprinosi obogaćivanju kulturne scene grada i regije.

4.1. Hlebine kao središte kulturnog turizma u podravini

Hlebine, malo naselje koje je smješteno u Podravini, ima značajnu kulturnu i umjetničku povijest koja ga čini zanimljivim središtem kulturnog turizma u regiji. Naselje se nalazi u blizini grada Koprivnice i ima značajno kulturno naslijeđe, posebno u kontekstu naivne umjetnosti. Najpoznatije su po svojoj vezi sa naivnom umjetnošću, a Ivan Generalić je jedan od najpoznatijih hrvatskih naivnih slikara, rođen je upravo u Hlebinama. On je najpoznatiji predstavnik naivne umjetnosti, a postao je i jedan od najcjenjenijih naivnih slikara u svijetu. Rođen je 1914. godine, a njegova umjetnička karijera započela je krajem 1930.-ih godina. Njegova djela često prikazuju ruralni život i krajolike Podravine. Generalićeva kuća pretvorena je u muzej koji je posvećen naivnoj umjetnosti, gdje posjetitelji mogu vidjeti njegova originalna djela i djela drugih naivnih umjetnika. Hlebine je poznato i po svojim likovnim radionicama gdje se posjetiteljima pruža prilika da isprobaju svoje slikarske vještine pod vodstvom lokalnih umjetnika. Osim Ivana Generalića, Hlebine su domaćin brojim drugim naivnim umjetnicima koji su također ostavili svoj trag u području naivne umjetnosti. I danas posjetitelji mogu razgledavati i kupiti različita umjetnička djela.

Tijekom godine, Hlebine organiziraju različite kulturne događaje i manifestacije, uključujući izložbe, koncerte i radionice, kojima se slavi umjetnost i kultura regije. Osim naivne umjetnosti, Hlebine imaju i druge kulturno-povijesno atrakcije, poput starih crkava i kuća koje pričaju priču o povijesti ovog malog naselja. Također, Hlebine se nalaze u blizini prekrasnih prirodnih područja poput rijeka Drave i Mure, što pruža priliku za aktivnost na otvorenom poput biciklizma, šetnji i ribolova. Hlebine jesu važan centar za naivnu umjetnost u Hrvatskoj, te nude jedinstveno kulturno iskustvo posjetiteljima. Osim toga, okolna priroda i tradicionalna podravska kultura dodatno obogaćuju turističku ponudu ovog kraja. Kroz promociju svoje kulturne baštine i umjetničke scene, Hlebine mogu privući ljubitelje umjetnosti i kulture te potaknuti razvoj kulturnog turizma u regiji.

4.2. Grad Koprivnica

Grad Koprivnica je bitan za ovaj rad radi svoje snažne povezanosti sa kulturno-ruralnim identitetom, što ga čini posebno zanimljivim kao grad koji kombinira ruralnu atmosferu i bogatu kulturnu scenu. Koprivnica je domaćin Muzeju naivne umjetnosti gdje se čuvaju umjetnička djela naivnih slikara, već navedenog Ivana Generalića i ostalih koji potječu iz ruralnih područja Koprivnice. Ovaj muzej promovira lokalnu umjetničku tradiciju i čini Koprivnicu važnim središtem naivne umjetnosti. Ono je vrlo privlačan grad za turiste koji žele iskusiti spoj ruralnog života, tradicije i kulturne raznolikosti. Grad je uspio očuvati svoju kulturno-ruralnu baštinu i istovremeno razviti živahnu kulturnu scenu, čime privlači različite posjetitelje koji žele doživjeti autentičnost podravske regije.

Koprivnica, ali i okolna područja imaju dobro razvijenu mrežu biciklističkih staza i ruta. Ove staze pružaju siguran prostor za bicikliranje i omogućuju istraživanje ruralnih krajolika, šuma i rijeka. Organizira se godišnji biciklistički maraton koji privlači brojne bicikliste iz Hrvatske i inozemstva. Ovaj događaj promiče biciklizam kao sportsku i rekreativnu aktivnost te nudi različite staze za sudionike različitih razina vještina. Također, ukoliko netko je posjeduje vlastiti bicikl, u gradu se javno može unajmiti jedan. U nekim ruralnim restoranima i vinarijama možete se zaustaviti tijekom biciklističke vožnje i kušati tradicionalne podravske specijalitete i vina. Svakako se može reći da biciklizam u Koprivnici nije samo fizička aktivnost, već i način da se povežete sa prirodom, kulturom i lokalnim životom, bez obzira da li ste rekreativac ili strastveni biciklist, ovo područje nudi raznovrsne mogućnosti za istraživanje na dva kotača.

4.3. Spoj kulture i urbanosti

Ovaj spoj često se može pronaći u gradovima širom svijeta, gdje bogata kulturna baština i suvremeni urbani način života zajedno čine jedinstvenu atmosferu. Spajanje kulture i urbanosti čini gradove dinamičnim i intrigantnim mjestima za život i istraživanje. Ovaj spoj omogućava ljudima da se udube u bogatu kulturnu baštinu dok uživaju u prednostima suvremenog urbanog života.

Koprivnica i Hlebine zajedno predstavljaju izvanredan spoj kulture i urbanosti s ruralnim šarmom. Dok je Koprivnica urbana središnjica, Hlebine su kulturno nasljeđe i smještene su u blizini Koprivnice. Ono su povezani kroz kulturne aspekte, posebno kroz naivnu umjetnost. Muzej naivne umjetnosti u Hlebinama privlači posjetitelje iz Koprivnice i drugih gradova te promovira lokalnu kulturu. Također se održavaju kulturni događaji koji okupljaju stanovnike oba mjesta. Zajedno privlače turiste koji traže raznoliko iskustvo. Posjetitelji mogu istražiti urbani život Koprivnice, a istovremeno posjetiti Hlebine kako bi se upoznali s naivnom umjetnošću i ruralnom kulturom. Kombinacija urbanosti u Koprivnici sa kulturnim nasljeđem i ruralnom atmosferom u Hlebinama čini ovu regiju zanimljivom destinacijom za posjetitelje koji žele istražiti kontraste između gradskog i ruralnog života uz duboko ukorijenjenu kulturnu povezanost. Oba mjesta zajedno stvaraju jedinstveno i bogato iskustvo. Osobe koje su strastvene prema umjetnosti, glazbi ili kazalištu, često se privlače kulturnim sadržajem koje nudi urbani okoliš. Oni će posjećivati muzeje ili galerije te uživati u koncertima i drugim izvedbama. Posjetitelji koji žele iskusiti različite kulturne tradicije i kulinarske delicije često biraju gradove s visokom kulturnom raznolikošću, urbani okoliš pruža priliku za susret sa različitim etičkim zajednicama i kulturnim događanjima. Pak, posjetitelji koji traže zabavu, noćni život i raznolike aktivnosti također će se privući urbanim gradskim središtima sa mnogo mogućnosti za zabavu.

5. Utjecaj demografskih trendova na turistička kretanja

Jedan od važnijih globalnih trendova s kojima se suočavaju gotovo sve razvijene zemlje svijeta je ubrzani trend rasta „populacije koja stari“ te trend smanjenja broja djece u obiteljima. Ovakav demografski trend imati će posljedice na strategije menadžmenta i marketinga svih organizacija u području turizma, s obzirom na to da je profil tih turista bitno drugačiji od onoga mlađih dobrih skupina. Imaju značajan utjecaj na turistička kretanja i industrijska putovanja koja uključuje faktore kao što su dob, spol, obrazovanje, prihod i obiteljski status te igra bitnu ulogu u oblikovanju potražnje za putovanjima i turističkim preferencijama. Za razliku od mlađih generacija, kako porast stare generacije u mnogim zemljama rezultira povećanim interesom za putovanja i turizam među starijim osobama tako se kod mlađih generacija provode specifični interesi i preferencije u putovanjima. Stariji turisti često preferiraju putovanja sa više komfora i manje aktivnih avantura, a destinacije koje nude kulturna iskustva i wellness mogu privući ovu skupinu. Mlađi turisti pak često traže autentična iskustva, održivost, kulturnu raznolikost i aktivnosti poput planinarenja i avanturističkih putovanja.

Promjene u obiteljskim dinamikama, uključujući povećanje broja samohranih roditelja i obitelji sa jednim djetetom, utječu na turističke obrasce. Destinacije i aktivnosti koje su obiteljski prijateljske često su tražene među ovim skupinama. Bez obzira na dob sve je više putnika koji koriste tehnologiju za planiranje putovanja, rezervacije i dijeljenje svojih iskustava, a to utječe na način na koji turisti komuniciraju s destinacijama i uslugama turističke industrije. Utjecaj društvenih medija i putovanja influencera također oblikuje turistička kretanja jer su putnici inspirirani slikama i pričama na društvenim mrežama te putnici često traže destinacije koje su postale trend ili popularne na društvenim medijima.

Sve navedene demografske promijene utječu na to kako turistička industrija razvija proizvode, usluge i marketinške strategije kako bi zadovoljila različite skupine putnika. Razumijevanje tih promjena ključno je za uspješno planiranje i prilagodbu turističke ponude.

5.1.Promjena životnog stila

Ono utječe na promjene u karakteru i strukturi turističke potražnje. Svi motivi koji ljude pokreću na turistička putovanja modificirali se su. Sve više putnika postaje ekološki svjesno i teži da ekološku ravnotežu osjeti i u njoj uživa barem na odmoru. S obzirom na to da su turisti postali znatno iskusniji u turističkim putovanjima, traže individualniji pristup organizaciji putovanja i odmora te teže ostvarenju jedinstvenog doživljaja na odmoru. Kako turisti postaju sve zahtjevniji tako putuju sve češće, ali i kraće i sve se više okreću specifičnim oblicima turizma u potrazi za novim doživljajima. Također, sama promjena životnog stila obuhvaća sve veće i trajne promijene u načinu na koji osoba živi, uključujući njihove navike, prioritete i vrijednosti. Ova promjena može biti motivirana različitim čimbenicima. Osobe često mijenjaju svoj način života kako bi poboljšale svoje zdravlje što može uključivati prelazak na zdraviju prehranu, redovitu tjelesnu aktivnost, prestanak pušenja ili smanjenje stresa. Rođenje djeteta, razvod ili brak, kao i primjena posla ili pak financijski problemi mogu utjecati na dnevnu rutinu, prilagodbu i nove prioritete. Ono što utječe na učenje novih vještina, putovanja ili volontiranje jesu osobe koje teže osobnom rastu i samo poboljšanju te takvi putnici često mijenjaj svoje navike kako bi ostvarile svoje ciljeve. Također, ljudi dosta često prilagođavaju svoje aktivnosti kako bi se bolje uklopili u svoju društvenu sredinu te da bi bili prihvaćeni što je suprotno od prethodno navedene skupine. Promjena životnog stila može biti pozitivna i donijeti brojne koristi, uključujući bolje zdravlje, veće zadovoljstvo životom i osobni razvoj. No, također može biti izazovna jer zahtijeva prilagodbu na nove uvjete i navike. Putnici bi trebali dobro razmisliti o svojim ciljevima i prioritetima te se pravilno pripremiti za promijene kako bi se postigao željeni životni stil.

Dok je početnu fazu razvoja turizma obilježio životni stil „živi da bi radio“, koji se poslije promijenio u sustav „radi da bi živio“, u posljednja dva desetljeća podijeljenost života i rada znatno se smanjila i životni je stil postala težnja za doživljajima.³

³ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., i suradnici, (2011) Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb

5.2. Suvremenost / digitalizacija

Suvremenost i digitalizacija označavaju dvije ključne karakteristike današnjeg društva i gospodarstva. Digitalizacija se može smatrati pokretačem suvremenosti jer transformira način na koji ljudi žive i komuniciraju. Moderna društva koriste sve više mobilnu tehnologiju koja je sve prisutna informacijska tehnologija čijom je primjernom omogućen istodoban pristup različitim alatima i medijima korištenjem samo jednog uređaja. Suvremene aplikacije podržavaju aktivnu ulogu korisnika, personalizaciju i prilagođavanje isporuke sadržaja osobnim preferencijama korisnika, njihovu međusobnu suradnju, kao i pristup društvenim mrežama. Digitalizacija je promijenila način na koji ljudi komuniciraju, a to je putem mobilnih uređaja, tj. društvenih mreža, aplikacija za razmjenu poruka ili pak e-pošta. Sve zajedno omogućava korisniku brzu i globalnu komunikaciju gdje se ljudi mogu brže no ikad povezivati sa prijateljima, obitelji i kolegama diljem svijeta u stvarnom vremenu. Suvremeni potrošači sve više koriste internetsku trgovinu i digitalne platforme za kupovinu. E trgovina omogućava dostupnost proizvoda i usluga iz cijelog svijeta, a mobilne aplikacije za plaćanje olakšavaju transakcije. Streaming platforme, video igre, digitalna umjetnost i drugi digitalni medijski alati postali su ključni elementi suvremenog načina zabave te ljudi mogu pristupiti ogromnom broju sadržaja putem interneta. Društvene mreže igraju ključnu ulogu u socijalnoj interakciji jer ljudi dijele svoje živote, mišljenja i iskustva putem platformi kao što su Facebook, Instagram i dr. Također, digitalizacija je donijela nove izazove u vezi sa sigurnošću i privatnošću podataka. Suvremena društva moraju razvijati i primjenjivati nove sigurnosne mjere kako bi zaštitila svoje informacije.

Suvremenost potaknuta digitalizacijom, donosi mnoge promijene i prilike, ali i izazove. Ljudi i društva moraju se prilagoditi ovom brzom tehnološkom napretku kako bi iskoristili prednosti koje nudi, ali istovremeno i razumjeli potencijalne rizike i utjecaje na privatnost, sigurnost i društvo u cjelini.

6. Anketa

U svrhu pisanja ovog diplomskog rada, provedena je anketa u kojoj je sudjelovalo 13 ispitanika te je sudjelovalo 9 ženskih i 4 muške osobe. Anketa se provela radi boljeg razumijevanja rada te radi dokazivanja različitih preferencija ljudi u današnjici. Sudjelovali su korisnici u starosti od 16 – 48 godina.

S obzirom na rezultate trećeg pitanja u anketi, gdje 10 osoba odgovara sa „Da“ da žive u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske, dok 3 osobe odgovaraju sa „Ne“, možemo vidjeti da većina ispitanika potvrđuje da žive u tom području. Ovo može ukazivati na to da su sudionici vjerojatno upoznati sa turističkom situacijom u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske iz vlastitog iskustva. Manji broj sudionika koji živi izvan tog područja ukazuje na to da postoje i sudionici koji ne žive u tom dijelu, ali su ipak zainteresirani za temu ankete ili su možda posjećivali to područje kao turisti.

Na sljedeće pitanje koje se odnosi na to koja vrsta selektivnog turizma najviše privlači ispitanike u sjeverozapadnoj hrvatskoj jesu raznoliki. Izgleda da većina sudionika ankete preferira ruralni turizam budući da je 11 osoba odabralo tu opciju, a to može ukazivati na interes za mirnije i seoske okoline te autentične lokalne doživljaje. Ekoturizam (8 osoba) i kulturni turizam (9 osoba) također su privukli značajan broj sudionika ankete. To sugerira da prirodne ljepote i kulturna baština sjeverozapadne Hrvatske igraju veliku ulogu u privlačenju turista. Zdravstveni turizam isto kao i vjerski turizam (2 osobe) dobili su manje podrške, što znači da ova područja turizma nisu toliko prepoznata ili razvijena u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Činjenica da kongresni turizam nije privukao nijedan odgovor ukazuje na to da ovaj oblik turizma možda nije značajan u tom području ili nije dovoljno poznat sudionicima ankete.

Rezultati sljedećeg pitanja ankete pokazuju da većina sudionika (njih 12) smatra da je kulturni turizam dovoljno razvijen u podravskom području, dok samo 1 osoba ima suprotno mišljenje. Iako većina sudionika smatra da je kulturni turizam dobro razvijen, važno je naglasiti da to ne znači da nema prostora za poboljšanja.

Na pitanje koja kulturna događanja ili znamenitosti u Hlebinama najviše privlače sudionike, čini se da su izložbe umjetnika kao što je Ivan Generalić, poznatog hrvatskog naivnog umjetnika, izrazito popularnog među posjetiteljima Hlebina sa čak 12 odgovora. Galerije u muzeji vjerojatno posvećeni lokalnoj umjetnosti i kulturnoj baštini, privukli su 10 osoba što sugerira da posjetitelji cijene pristup muzejskim zbirkama i umjetničkim djelima koja predstavljaju bogatu kulturnu povijest Hlebina. Iako je manji broj sudionika naveo tradicionalne folklorne i kulturne događaje, to i dalje ukazuje na interes za očuvanje lokalne kulture i tradicije. Takvi događaji često pružaju autentične i obogaćujuće kulturne doživljaje. 3 odgovora koja su označena kao ostalo, mogli bi uključivati raznolike kulturne aktivnosti koje nisu obuhvaćene ranije definiranim odgovorima.

Rezultati ankete o vrstama kulturnih događanja koja se najčešće posjećuju u urbanim sredinama pokazuju da su koncerti i festivali najpopularniji među ispitanicima. Koncerti su najviše posjećivana kulturna događanja sa 13 sudionika koji su ih naveli, dok su festivali privukli čak 11 sudionika, što znači da sudionici cijene raznolikost kulturnih iskustava i zabave koju pružaju koncerti i festivali. Izložbe te muzeji i galerije su manje posjećivani u odnosu na koncerte i festivale sa 4 i 5 sudionika. A sa odgovorom ostalo, 4 sudionika su označila to kao svoj odgovor te to može uključivati raznolike kulturne događaje.

Rezultati ocjena dostupnosti kulturnih događanja u vašem gradu ili obližnjim urbpreanim sredinama ukazuju da 6 ispitanika ocjenjuje dostupnost kulturnih događanja kao vrlo dobru, što znači da postojeći kulturni resursi i događanja u njihovim gradovima ili obližnjim urbanim sredinama dobro zadovoljavaju njihove kulturne potrebe i interese. Jedan sudionik ocjenjuje istu kao dobru, ovaj sudionik također ima pozitivan dojam o kulturnim događanjima u svom području, iako možda s nešto manjom sigurnošću od prethodne skupine. Tri sudionika isto ocjenjuju kao umjerenu, što znači da su zadovoljni postojećim kulturnim sadržajem, no vide prostor za poboljšanje. Dva sudionika smatraju da je kulturna ponuda u njihovom području nedostatna ili nije zadovoljavajuća u usporedbi sa njihovim očekivanjima. Jedan sudionik koji označuje odgovor sa vrlo lošim, izražava najniže zadovoljstvo kulturnom ponudom u svom području.

Na temelju odgovora na pitanje o učestalosti putovanja izvan mjesta prebivališta, možemo izvući da većina sudionika, njih sedam, putuje izvan svoj mjesta prebivališta redovno, četiri sudionika putuju van mjesta prebivališta povremeno dok dva sudionika rijetko putuju izvan svog mjesta prebivališta, a pokazalo se da u ovom uzroku nema sudionika koji su odgovorili da gotovo nikada ne putuju. Rezultati pokazuju da većina sudionika redovno putuje ili putuje povremeno, što znači da su otvoreni za nova iskustva i imaju interes za turizam.

Rezultati posljednjeg pitanja ankete o preferencijama za tip putovanja pokazuju raznolike interese među sudionicima što je vidljivo jer četiri sudionika preferiraju gradski odmor što znači da ti sudionici vole istraživati urbane destinacije, različite kulture i gradsku atmosferu. Dva sudionika preferiraju aktivni odmor, oboje uživaju u aktivnim aktivnostima na otvorenom, kao što su planinarenje, biciklizam ili ostali razni sportovi. Četiri sudionika preferiraju kulturni turizam, dok tri sudionika preferiraju ekološki turizam. Sedam sudionika preferira ruralni odmor, što znači da uživaju u mirnoj prirodi, ruralnom okruženju i autentičnim seoskim iskustvima.

Na temelju rezultata ankete koja je obuhvatila različite aspekte putovanja i kulturnih interesa sudionika, može se zaključiti kako je većina sudionika zainteresirana i preferira ruralni odmor, ali i većina putuje izvan svog mjesta prebivališta redovno ili povremeno, što znači da putovanja igraju značajnu ulogu u njihovim životima. Anketa je pokazala i raznolike preferencije za tip putovanja, uključujući gradski odmor, aktivni odmor, kulturni turizam, ekološki turizam i ruralni odmor. A sudionici ankete isto tako izražavaju interes za kulturne atrakcije i događanja, ali isto tako i pozitivno ocjenjuju dostupnost kulturnih događanja u svojim sredinama, no naravno postoje i oni koji smatraju da postoji prostor za poboljšanje. Svi dobiveni rezultati pružaju korisne uvide u stavove, preferencije i putničke navike sudionika što dovodi do pomoći u planiranju i razvoju turističke ponude te promociji kulturnih i turističkih resursa u regiji, uzimajući u obzir različite interese i potrebe ciljane publike.

7. Zaključak

Cilj rada je istraživanje i analiza selektivnog turizma u regiji Podravine sa posebnim naglaskom na različite oblike selektivnog turizma, motivaciju turista, iskorištavanje prirodnih i društvenih resursa te utjecaj demografskih trendova i suvremenih promjena na turistička kretanja. Ovaj rad pruža dubinski pregled u selektivni turizam u sjeverozapadnoj Hrvatskoj, posebno u Podravini. Uz analizu različitih aspekata koji oblikuju turističko iskustvo i privlačnost ove regije za selektivne turiste.

U radu se kroz teorijski okvir objašnjava selektivni turizam te nakon čega je bio cilj kroz sam opis određenih oblika selektivnog turizma doći do zaključka na koji način je najbolje pristupiti određenim putnicima što se zaključilo provedenom anketom.

Kulturni turizam u Podravini ima mnogo posjetitelja već i sada, ali ima mnogo potencijala za svoj rast. Isto kao i malo selo Hlebine koje su već sada poznate, no svejedno se ne ulaže dovoljno u njega radi smatranja da nema financijskih isplativnosti. Sama galerija naivne umjetnosti u Hlebinama puno doprinosi kulturnom turizmu isto kao i ostalim oblicima selektivnog turizma jer putnici koji će iz daleka doći posjetiti galeriju u Hlebinama, također će obići i ostala mjesta koja su mu usputna te će tako doprinijeti i ostalim oblicima selektivnog turizma, a ne samo kulturnom. Te će isto tako taj isti putnik ostaviti i svoj trag u tom mjestu samim potrošenim novcem koji je ostavio na suvenire, hranu i ostale čimbenike koji utječu na ekonomiju u turizmu.

LITERATURA

KNJIGE

1. Čorak, S., (2006) Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Zagreb, Institut za turizam
2. Gržinić, J., Bevanda, V., (2014) Suvremeni trendovi u turizmu, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
3. Demonja, D., Ružić, P., (2010) Ruralni turizam u Hrvatskoj, AKD Zagreb
4. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Kamenjak, D., (2014) Ruralni turizam – uvod u destinacijski menadžment, Denona d.o.o., Zagreb
5. Geić, S., (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma, Split
6. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., i suradnici, (2011) Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav, Zagreb
7. Jelinčić, D.A. (2008) Abeceda kulturnog turizma, Zagreb, INTERMEDIA
8. Sumpor, S. (2014) Generalić, Zagreb, Hrvatski muzej naivne umjetnosti
9. Crnković, V. (2000) Hrvatski muzej naivne umjetnosti, Zagreb, Hrvatski muzej naivne umjetnosti
10. Kušenić, H. (2018) Putevima Hlebinske škole, Koprivnica, Muzej grada Koprivnice

INTERNET STRANICE

1. Renesansni festival Kolovoz 2023. Dostupno na <https://www.renesansnifestival.hr/>, (17.7.2023.)