

Potencijali razvoja turizma kontinentalne Hrvatske

Farena, Kristina

Master's thesis / Diplomski rad

2018

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:137:528096>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-02**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

KRISTINA FARENA

**POTENCIJALI RAZVOJA TURIZMA
KONTINENTALNE HRVATSKE**

Diplomski rad

Pula, 2018.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

KRISTINA FARENA

**POTENCIJALI RAZVOJA TURIZMA
KONTINENTALNE HRVATSKE**

Diplomski rad

**JMBAG: 0303045396, redoviti student
Studijski smjer: Turizam i razvoj**

Predmet: Upravljanje razvojem turizma

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: ekonomija

Znanstvena grana: trgovina i turizam

Mentor: doc. dr. sc. Lela Tijanić

Pula, rujan 2018.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Kristina Farena, kandidat za magistra poslovnneekonomije 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.

Studentica

U Puli, rujan 2018. godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Kristina Farena dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Potencijali razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske 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, rujan 2018.

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURIZMA.....	3
2.1. Turizam i društveni razvoj.....	3
2.1.1. Utjecaj turizma na društveni razvoj.....	4
2.2. Turizam kao društveni sustav.....	6
2.3. Upravljanje prostorom u turizmu.....	7
2.4. Ciljevi razvoja turizma.....	10
2.5. Strategija razvoja turizma.....	10
3. RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ.....	14
3.1. Razvoj turizma danas.....	15
3.2. Hrvatski turizam u brojkama 2017. godine.....	17
4. TURISTIČKA REGIONALIZACIJA REPUBLIKE HRVATSKE.....	21
4.1. Temeljne karakteristike hrvatskih turističkih regija.....	25
4.1.1. Temeljne karakteristike Jadranske Hrvatske.....	25
4.1.2. Temeljne karakteristike Kontinentalne Hrvatske.....	28
4.2. Usporedba Jadranske i Kontinentalne Hrvatske.....	30
5. KONTINENTALNA TURISTIČKA REGIJA HRVATSKE – STANJE I PERSPEKTIVE....	37
5.1. SWOT analiza.....	37
5.2. Potencijali razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske.....	39

5.2.1. Zagrebačka županija.....	40
5.2.2. Krapinsko-zagorska županija.....	42
5.2.3. Sisačko-moslavačka županija.....	45
5.2.4. Karlovačka županija.....	47
5.2.5. Varaždinska županija.....	49
5.2.6. Koprivničko-križevačka županija.....	50
5.2.7. Bjelovarsko-bilogorska županija.....	52
5.2.8. Virovitičko-podravska županija.....	53
5.2.9. Požeško-slavonska županija.....	55
5.2.10. Brodsko-posavska županija.....	57
5.2.11. Osječko-baranjska županija.....	59
5.2.12. Vukovarsko-srijemska županija.....	61
5.2.13. Međimurska županija.....	63
6. ČETIRI (ODABRANA) TEMELJNA OGRANIČENJA U RAZVOJU TURIZMA KONTINENTALNE HRVATSKE.....	66
6.1. Orijentacija na „sunce i more“	67
6.2. Loša prometna povezanost.....	69
6.3. Nedovoljna svijest o turističkom potencijalu.....	72
6.4. Nedostatna financijska sredstva.....	74
7. ZAKLJUČAK.....	76
LITERATURA.....	78
POPIS TABLICA.....	86

POPIS GRAFIKONA.....	87
POPIS SLIKA.....	87
PRILOG.....	87
SAŽETAK.....	88
SUMMARY.....	89

1. UVOD

Turizam predstavlja fenomen koji se do danas širi svijetom putem globalizacijskih procesa. Njegova masovnost je vidljiva u mnogim svjetski poznatim destinacijama, što nije slučaj u hrvatskoj regiji koja obuhvaća kontinentalno područje. Poznato je kako je Hrvatska destinacija koja pruža uživanje u čistom plavom moru, razvedenim obalama i toplim mjesecima, ali tu nailazimo na problem. Veća koncentracija na Jadran i obalu tijekom godina je ostavilo traga na kontinentalni dio Hrvatske, zbog čega je nužno istražiti na koji način Kontinentalna Hrvatska može učinkovitije iskoristiti svoje potencijale. Razvojem turističkih potencijala može se utjecati na povećanje stupnja cjelokupne razvijenosti, a ujedno i na smanjenje nejednakosti među hrvatskim regijama. Od strane investitora, posjetitelja i svjetskih medija Kontinentalna Hrvatska nije dovoljno prepoznata kao turistička regija s brojnim posebnostima. Uzrok tome različita su razvojna obilježja i ograničenja unutar i između županija Kontinentalne Hrvatske, o kojima će također biti riječi u radu.

Svrha istraživanja je definiranje potencijala i ograničenja koje ima Kontinentalna Hrvatska kao turistička regija. Ciljevi istraživanja su usmjereni prema analizi i predstavljanju specifičnih potencijala i ograničenja kako bi se predložiti načini njihove realizacije/uklanjanja te kreirala šira slika o stvarnim mogućnostima za daljnji razvoj kontinentalnog dijela Hrvatske.

Rad na istraživanju zahtijevao je primjenu znanstvenih metoda analize, sinteze, promatranja, klasifikacije, apstrakcije, komparacije, deskripcije, kompilacije i anketiranja.

Kroz rad dokazuju se sljedeće hipoteze:

H₁: Kontinentalna regija Hrvatske ima više heterogenih potencijala za razvoj turizma, a s obzirom na komparativne prednosti, može se promatrati i prema specifičnim proizvodima, ne samo kao nadopuna drugoj regiji.

H₂: Nakon dominacije masovnosti, turisti su počeli otkrivati ljepotu u izvrsnosti i selektivnim oblicima turizma, koji se na području Kontinentalne Hrvatske mogu razvijati u velikom broju.

H₃: Na temeljima kontinentalnog turizma moguće je upotpuniti turističku ponudu koja će biti dostupna tijekom cijele godine, što može utjecati na smanjenje problema sezonalnosti turizma Hrvatske.

Prvo poglavlje definira upravljanje razvojem turizma kao osnovu za daljnje istraživanje. Proučava se povezanost turizma i društvenog razvoja, turizam kao društveni sustav te utjecaj turizma na prostor na kojem djeluje. Nadalje, definiraju se osnovni ciljevi razvoja turizma, pojašnjava se strategija razvoja turizma koju mora imati svaka destinacija ukoliko želi definirati odgovarajući program razvojnih rješenja i prilagodbi za različite scenarije budućnosti, a predstavlja bitan korak u upravljanju razvojem turizma.

Drugo poglavlje orijentirano je na razvoj turizma u Hrvatskoj, ukratko od svojih početaka do danas, s ciljem boljeg uvida u turističke pokazatelje, trendove razvoja i trenutno stanje turizma Hrvatske.

Treće poglavlje odnosi se na regionalizaciju Hrvatske, koja se mijenjala s obzirom na različite motive i kriterije, teritorijalnu, administrativnu i statističku svrhu promatranja. Nakon definiranja posljednje podjele Hrvatske prema statističkoj klasifikaciji teritorijalnih jedinica Europske unije, zasebno su istražene dvije regije Hrvatske, Jadranska i Kontinentalna. Prikazana je komparacija temeljnih pokazatelja razvijenosti i pobliže turističkih indikatora između navedenih regija, s ciljem kreiranja osnove za detaljnije istraživanje potencijala regionalnog razvoja turizma.

Četvrto poglavlje je isključivo orijentirano na Kontinentalnu Hrvatsku prema temi rada. Izrađena je SWOT analiza u kojoj su prikazane snage, slabosti, prilike i prijetnje razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske. Detaljno su obrađene sve županije istaknute regije, osim Grada Zagreba koji je izostavljen zbog navedenih razloga u uvodnom dijelu poglavlja. U istom poglavlju potpunije su analizirana ograničenja i potencijali za daljnji razvoj turizma županija na području Kontinentalne Hrvatske.

Peto poglavlje je pripremljeno na temelju cjelokupnog istraživanja te je usmjereno na četiri temeljna ograničenja u razvoju turizma Kontinentalne Hrvatske. U ovom dijelu analiziraju se i interpretiraju također rezultati ankete koju je autorica rada provela u svrhu boljeg uvida u percepciju i stavove odabrane skupine stanovnika o potencijalima razvoja turizma kontinentalnog dijela Hrvatske. Zaključno su ponuđena moguća rješenja.

2. UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURIZMA

Razvoj turizma nije samo ekonomski pojam, već označava i promjenu društvene, gospodarske, političke ili druge pojave. S ciljem postizanja dugoročnih rješenja, upravljanje razvojem turizma omogućuje poboljšanje standarda i kvalitete života.¹ Pri tome je bitno primijeniti dostignuća iz različitih disciplina u brojnim područjima djelovanja turizma kako bi se osnovni ciljevi razvoja turizma ostvarili, što upućuje na složenost turističkog sustava kojim treba upravljati.

Posebnost razvoja turizma proizlazi iz specifičnosti uslužnog sektora i karakteristika turističke ponude i potražnje u uvjetima dinamične okoline. Najveću prednost predstavlja sposobnost prilagođavanja novim trendovima te inovativnost i generiranje originalnih sadržaja. U suvremenom turizmu dinamika je sve naglašenija, što smanjuje mogućnost sustavu da se stabilizira kroz određeno vrijeme, stoga se sustav mora prilagođavati i kontinuirano rješavati problemska pitanja na najbolji mogući način. Razvojem turizma nastoji se pridonijeti ostvarivanju ciljeva gospodarstva u cjelini pa se vrednovanje napretka definira po kriteriju doprinosa glavnim ciljevima razvojne politike.² Razvojem turizma pojedine regije, sektora ili zemlje zapravo se želi pridonijeti rješavanju specifičnih razvojnih ograničenja i približiti očekivanom razvoju cjelokupnog sustava.

2.1. Turizam i društveni razvoj

Turizam je prerastao u jednu od vodećih društvenih i ekonomskih pojava u svijetu. Sa sigurnošću se može reći da je u prošlom stoljeću poprimio globalne dimenzije, jer osnovnu karakteristiku turističkog tržišta predstavlja relativno veliki broj sudionika u međunarodnom i domaćem turističkom prometu. Postao je složena pojava koja obuhvaća mnogo više od uobičajenog pojednostavljenog poimanja te industrije kao relativno jednostavnog izvora zarade.³ Turizam nije dovoljno pratiti samo na razini važnosti za pojedinu državu, već je potrebno pratiti kretanja na međunarodnoj razini. Ujedno, ističe se važnost kontinuiranog proširivanja znanja o turističkim potrebama, trendovima i različitim utjecajima na turizam jer procesi

¹ C. Stipanović, *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, 2006., str. 22.-23.

² A. Dulčić, *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, MATE d.o.o., 2001., str. 85.

³ M. Dujmović, *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014., str. 26.

društvenog razvoja mijenjaju društvene uvjete u kojima nastaju i oblikuju se turističke potrebe, što dovodi također do novih odnosa koji se uspostavljaju prilikom zadovoljenja turističkih potreba, višeznačnih funkcija i širih percepcija o turizmu.

Od same pojave turizma globalizacija je znatno proširila mogućnosti međunarodnih putovanja, osobito pojavom različitih novih trendova, koji utječu na budućnost turizma. "Turizam doživljava značajne promjene i nudi širok spektar različitih putovanja."⁴ Turizam je usporedno društvenim promjenama koje su se odvijale tijekom godina prošao transformacije u prostoru i vremenu. Mjerilo više nisu samo broj noćenja i prihod države, već se veći značaj daje kvaliteti, komunikaciji, decentralizaciji i internacionalizaciji. Razlozi toga su povećana zasićenost tržišta, obrazovani i savjesni potrošači te njihova primanja i raspoloživo vrijeme.

2.1.1. Utjecaj turizma na društveni razvoj

Turizam kao skup aktivnosti koji određuje potražnja u nekoj zemlji ne iskazuje se kao zaseban sektor. On predstavlja društveni, ekonomski i kulturni fenomen koji povezuje kretanje ljudi, prostor, ponudu i doživljaj. Jedna od podjela ekonomskih učinaka turizma na gospodarstvo i društvo su izravni i neizravni učinci. Prema autoru Gavranoviću (2015.) izravni učinci su⁵:

- utjecaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak
- utjecaj na razvoj privrednih djelatnosti turističke privrede
- utjecaj na bilancu plaćanja
- utjecaj na investicije
- utjecaj na zaposlenost stanovništva
- utjecaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja.

Neizravni učinci odnose se na poljoprivredu, industriju, građevinarstvo i slično. Prihvatanjem turizma kao jednog od najvažnijih izvora prihoda u zemlji, vidljiva je i uloga u međusektorskom povezivanju domaće proizvodnje i svih oblika turističke potrošnje.⁶ Navedeno je da razvoj turizma može biti jedna od važnih odrednica rasta i razvoja najmanje ili slabo razvijenih zemalja i područja budući da omogućuje

⁴ J. Gržinić i V. Bevanda, *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014., str. 28.- 29.

⁵ A. Gavranović, *Mediji, turizam, javnost*, Zagreb, Libertas, 2015., str. 121.-122.

⁶ Loc. cit.

otvaranje novih radnih mjesta, kreiranje novih izvora prihoda, a uz to se pruža mogućnost stvaranja partnerstva u implementaciji novih turističkih projekata što može multiplikativno utjecati na daljnji razvoj.

Danas svjedočimo pojavi novih turističkih destinacija i atrakcija koje ukazuju na činjenicu da su turistička područja pravi primjeri diferenciranih turističkih prostora. Turizam je posljedica procesa industrijalizacije, urbanizacije i tehničko-tehnološkog razvoja društva koji se neprestano razvijaju od početka 19. stoljeća nadalje⁷ te različito utječu na određena područja.

Prema pokazateljima gospodarskog razvoja Hrvatske, turizam 2017. godine zauzima čak 19,6% ukupnog bruto domaćeg proizvoda (BDP-a) zemlje, što je povećanje od 0,7% u odnosu na 2016. godinu.⁸ Očekuju se investicije u turizmu od milijardu eura koje bi trebale unaprijediti ponudu i povećati ukupni razvoj zemlje. Udio zaposlenih u turizmu iz godine u godinu raste, a prema posljednjim podacima iznosio je 6,9% od ukupne zaposlenosti, odnosno 0,3% više nego u prethodnoj godini.⁹

U prošlosti su istraživanja turizma bila u najvećoj mjeri usmjerena prema kvantitativnim obilježjima, što se do današnjih istraživanja značajno promijenilo jer se shvatilo da takva istraživanja nisu dostatna i nemaju dobar prikaz stvarnog stanja turizma (uzročno-posljedičnih veza). Turizam kao kompleksna pojava predstavlja najosjetljiviji (pod)sustav cjelokupnog društvenog sustava, neposredno povezan s problemima društvenog i gospodarskog razvoja. U skladu s istim razmišljanjima brojni autori uz kvantitativne podatke analiziraju i kvalitativne, prije svega jer se trendovi mijenjaju, utječu na različite društvene aspekte te je vrlo važno znati što je širi razvojni problem i kako ga riješiti.

Kvalitativna praćenja posebno su bitna s obzirom da turizam može negativno utjecati na društveni razvoj. Neusklađenost i loša organiziranost turističke ponude mogu dovesti do velikih gubitaka i štetnih utjecaja u destinaciji. Također, dodatni problem turizma je sve veća zastupljenost kao i snažna koncentracija aktivnosti na pojedinim područjima, što je nužno pratiti. Potrebno je istaknuti i sezonalnost turizma, koja upućuje da se razvojem turizma ne upravlja strateški i dugoročno pa se npr. turistička noćenja koncentriraju ponovno na užem prostoru i u kratkom vremenskom

⁷ M. Dujmović, op. cit., str. 28.

⁸Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, 2018., str. 43., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

⁹ Ekonomski institut Zagreb, *Sektorske analize*, Lipanj 2018. <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/616> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

razdoblju¹⁰, uz problem sezonskog zapošljavanja.

Oslanjanje na prihode od turizma postavlja pitanje diferenciranog razvoja cjelokupnog gospodarstva. Posebno je opasno ukoliko većina prihoda države ovisi o sektoru osjetljivom na razne vanjske faktore koji se ne mogu kontrolirati.

S ciljem daljnjeg razvoja neke destinacije/regije potrebno je razvoj turizma prilagođavati odgovarajućem području uzimajući u obzir šire učinke, jer ukoliko se zanemare negativni učinci, može ujedno doći do uništavanja lokalne kulture i tradicije življenja. Turizam može biti jedna od opcija društvenog razvoja, ali ona mora biti planirana, organizirana i upravljana na održiv i odgovoran način.

2.2. Turizam kao društveni sustav

Kao što je ranije istaknuto, turizam je kompleksna pojava. Razvojne funkcije turizma mnogobrojne su i vrlo složene, a temelje se na međuovisnosti turističke potrošnje i brojnih proizvodnih sektora. Stoga se turizam ne može promatrati (i/ili njime se ne može upravljati) kao gospodarski sektor, već on predstavlja specifičan društveni (pod)sustav.¹¹ Turizam obilježavaju različiti društveno-ekonomski trendovi, sve veći broj različitih komponenti, različitih poslovnih i ostalih subjekata koji mogu imati iste, ali i različite poglede na viziju te budućnost turističkog razvoja. Stvaranjem novog pogleda na turizam sve se više orijentiramo na turistički doživljaj, stoga upravljanje turizmom kao sustavom na svim razinama donošenja odluka postaje složenije i teže. Svaka akcija u upravljanju razvojem turizma uvijek ima za cilj efikasnu proizvodnju outputa ili turističke usluge i to u interakciji s korisnikom čije potrebe ta usluga zadovoljava. Važno je naglasiti da upravljanje turizmom kao sustavom znači svjesno djelovanje na elemente tog sustava, gdje su vrlo bitna načela ravnoteže, stabilnosti i optimalnosti.¹² Navedena načela čine se vrlo jednostavna, ali u praksi osnovna karakteristika im je složenost koja ovisi o velikom broju vanjskih i unutarnjih čimbenika.

Iz navedenog slijedi da turizam kao sustav obilježava raznovrsnost elemenata koji formiraju sustav. Upravo ti elementi se mijenjaju s vremenom, proporcionalno s

¹⁰ G. Rihelj, *Hrvatska ima najveći udio turizma u BDP-u u Europi – čak 18 posto*, HrTurizam.hr; Turistički news portal, veljača 2017., <http://hrturizam.hr/hrvatska-ima-najveci-udio-turizma-u-bdp-u-u-europi-cak-1801-posto/> (pristupljeno 10. kolovoz 2018.).

¹¹ A. Dulčić, *op. cit.*, str. 112.

¹² Loc. cit.

promjenom potreba, želja i trendova. Njihova stalna promjena zahtijeva prilagođavanje svih koncepcija i strategija u turizmu. U cilju poboljšanja kvalitativnih i kvantitativnih rezultata cjelokupnog sustava, važno je prijevremeno kreirati nekoliko mogućih scenarija budućnosti, u slučaju promjene trendova ili zahtjeva na turističkom tržištu. Pri tome se ne smije zanemariti prostorni utjecaj. Naime, u prostoru postoji veliki broj heterogenih resursa, aktera, osnovnih i sporednih elemenata turističkog sustava, koji se mogu pojaviti u različitim međusobnim odnosima, iz čega proizlazi važnost primjene prostorno diferenciranog pristupa planiranju i rješavanju potencijalnih problema. Svako rješenje prije realizacije mora biti osmišljeno na odgovarajući način kako bi osiguralo najbolje ostvarenje osnovnih ciljeva turističkog sustava i interesa brojnih dionika, uzimajući u obzir i specifičnosti područja na kojem djeluje. Turizam zahtijeva dugoročno usmjerenje i cjelovit razvojni program te se sve aktivnosti i odgovarajući projekti moraju povezati i umrežiti na visokoj razini znanja, materijalnih resursa i bogatstava.¹³

2.3. Upravljanje prostorom u turizmu

Prostor u turizmu predstavlja temeljni resurs u kojem turizam djeluje, određuje njegovu pojavu i razvoj. Prostor svojim turističkim atrakcijama potiče potražnju (turiste) iz drugih krajeva da ih posjete ili da u njima privremeno borave. Svi atraktivni dijelovi prostora mogu se smatrati prostornim potencijalima i realnim turističkim atrakcijama.¹⁴ Prostor ulazi u kategoriju prirodnih resursa, zbog čega predstavlja najosjetljiviji resurs u sferi turizma. Prilagođava se u turističke svrhe i tada postaje mjesto gdje se odvija turistički promet, odnosno postaje predmet razmjene u turizmu. U svrhu turizma prostor se definira s aspekta socijalnog, estetskog, tržišnog, ekonomskog i ekološkog stajališta kako bi zadovoljio sve potrebe zahtjevnije potražnje. Za turizam prostor predstavlja jedan od načina dobivanja ekonomske koristi i upravo je to razlog iskorištavanja i uređivanja prostora u turizmu.¹⁵

Turizam utječe na prostor na pozitivan i negativan način. Ukoliko se prostornim planiranjem usklađuju ekonomski, socijalni i prostorni razvoj tada se može govoriti o pozitivnom djelovanju turizma. Turizam stvara vlastiti prostor, različitim djelatnostima

¹³ C. Stipanović, op. cit., str. 13.-15.

¹⁴ E. Kušen, *Turizam i prostor-Klasifikacija turističkih atrakcija*, Zagreb, Institut za turizam, 2002., str. 2.

¹⁵ M. Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2013., str. 65.-66.

ga valorizira i pretvara u generator ekonomskih vrijednosti. Prilikom njegova iskorištavanja mora se uključiti spoznaja da je prostor, kao resurs, ograničen i da turizam mora voditi ka razvoju, ali ujedino i prilagođavati se potrebama potražnje u skladu s prostornim mogućnostima. Prostorni planovi trebaju osiguravati optimalan raspored ljudi, dobara i djelatnosti radi najpovoljnije uporabe prostora.¹⁶ Iako zahvaljujući turizmu dolazi do pojačane zaštite i restauracije spomenika prirode i kulture te industrijskog nasljeđa, turizam također može negativno utjecati na prostor i izazvati brojne probleme.

Ukoliko se prostorom upravlja na pogrešan način posljedice utječu ne samo na turizam i prostor, već i na ljude, životinjski i biljni svijet, okoliš i slično. Jedan od primjera negativnog utjecaja na okoliš su ilegalna i neprikladna gradnja smještajnih objekata u svrhu turizma. Sukladno navedenom, primjer negativnog utjecaja turizma u Hrvatskoj je nacionalni park Plitvička jezera koja su zbog preopterećenosti i zagađivanja postala ugrožena. Najveći problem predstavljaju tamošnje vode koje se zagađuju fekalijama i drugim opasnim tvarima, uz apartmanizaciju i masovnost unutar parka. Problem je utvrđen i od strane velikih svjetskih institucija kao što je UNESCO, koji prijeti oduzimanje titule svjetske baštine. Ako se ovaj problem ne umanjiti ili u potpunosti ne ukloni poduzet će se mjere koje se nastoje izbjeći.¹⁷

Prekomjerna urbanizacija, krčenje šuma i druge vegetacije, uništavanje prirode, nekontrolirano zagađivanje okoliša i slično vrlo su često negativni primjeri utjecaja na prostor. Navedeni negativni učinci nameću potrebu racionalnog i svrhovitog korištenja prostora kao resursa koji treba razvijati kroz razvojnu politiku urbanističkih i prostornih planova, pazeći pri tome na regionalne specifičnosti prostora. Također, kako bi se ujedno štitio prostor i omogućio daljnji razvoj potrebno je koristiti novije pristupe, tehnike i alate za ostvarivanje održivog razvitka turizma.¹⁸ Slijedi zaključak da je odnos turizma prema prostoru složen, a ukoliko se turizmom ne upravlja na održiv način može doći do nepovratnog uništavanja prirodnih, kulturnih i ekoloških vrijednosti prostora. Shvaćanje važnosti koncepta održivosti danas je nužno za razvoj turizma koji ide u smjeru podizanja svijesti o potrebi zaštite prostora, što može biti i vrlo značajno u svrhu financiranja zaštite prirode i kulturno-povijesnih resursa te

¹⁶ E. Kušen, op. cit., str. 4.

¹⁷ D. Blaško, *Plitvička jezera pucaju po šavovima: Hoćemo li postati generacija koja je uspjela "ubiti" biser hrvatskog krša?*, Portal Dnevnik.hr, kolovoz 2017., <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/plitvicka-jezera-pucaju-po-savovima-hocemo-li-postati-generacija-koja-je-uspjela-ubiti-biser-hrvatskog-krsa---485495.html>, (pristupljeno 9. rujna 2018.).

¹⁸ E. Kušen, op. cit., str. 4.- 5.

povećavanja njihove turističke vrijednosti.

S obzirom da se u turističke svrhe iskorištavaju velike površine prostora, bitno je utvrditi granicu nosivosti kapaciteta u destinaciji, što predstavlja temelj za dugoročni razvoj turizma, a posebno je to bitno na području pojedinih regija gdje je koncentracija turističkih aktivnosti viša. I kod pojedinih definicija turističkih regija važnost prostora je očita. Naime, turističku regiju može se definirati kao prostorno omeđenu cjelinu koja ima obilježja i razvija se kao turistički sustav.¹⁹ Iskorištavajući regionalne resurse dolazi do pokretanja gospodarskih djelatnosti što dovodi do pretvaranja regije u regiju s ekonomskim karakteristikama i služi za ostvarivanje dobiti.

Regionalni razvoj postao je sve značajniji za nositelje ekonomske politike, pri čemu imaju koristi različiti dionici na regionalnoj i lokalnoj razini. Razvoj receptivnog turizma vezan je za prirodne i kulturno-povijesne resurse regije, a turizam je nerijetko bitan čimbenik razvoja regija. Regionalni razvoj se najviše može pratiti kroz društveni razvitak te mora postojati određena usklađenost svih aktera u granicama regije. Usklađenost osigurava bolji i ujednačeniji razvoj, racionalno iskorištavanje prirodnih resursa, potiče razvijenost i povećava standard života stanovništva.²⁰ Regionalna politika povezana je s turističkom politikom na području turističkih regija.

Planiranje prostora tj. korištenje prostora za potrebe turizma vrlo je složen proces koji polazi od utvrđivanja pogodnosti prostora te turističke i ekonomske valorizacije.²¹ Pogodnosti za razvoj nekog prostora (resursa) u svrhu turizma, određene su njegovim ukupnim turističkim potencijalom. Stvaranjem uvjeta za turističko korištenje, prostor dobiva određenu upotrebnu vrijednost. Prostornim planiranjem se usmjerava i usklađuje ekonomski, socijalni i prostorni razvoj na određenom području zbog čega se mora kontrolirati i namjenski provoditi kako bi se sačuvali najvrjedniji prostori i za buduće naraštaje.²² U ovom slučaju turistička politika i razvoj ograničeni su na lokalnoj ili regionalnoj razini, a brojni nositelji turističke ponude trebaju formulirati jedinstvenu strategiju razvoja uzimajući u obzir specifičnosti regionalnih ili lokalnih jedinica, potrebe prostora, odgovarajuće ciljeve te osigurati integralno planiranje s ciljem poticanja razvoja turizma, ostvarivanja dugoročne konkurentnosti na tržištu, kao i postizanja održivog razvoja.

¹⁹ M. Bartoluci, op. cit., str. 157.

²⁰ N. Andrić, *Turizam i regionalni razvoj*, Zagreb, Informator, 1980., str. 7.-9.

²¹ M. Bartoluci, op. cit., str. 59.- 62.

²² Ibidem, str. 85.-86.

2.4. Ciljevi razvoja turizma

Turistički sustav teži ravnoteži, efikasnosti i održivosti te ispunjenju većeg broja ciljeva. Međutim, ciljevi mogu biti konfliktni, a isti se ciljevi mogu zadovoljiti na različite načine. Promjene koje se nameću u turizmu ne moraju nužno značiti i promjenu ciljeva. Ciljevi se biraju i realiziraju u konkretnim društvenim odnosima i uvjetima, a to zahtjeva usklađivanje različitih interesa. Naime, mnogi ciljevi turističkog sustava mogu biti istodobno i ciljevi ekonomskog, kulturnog, socijalnog, regionalnog značaja. Velika isprepletenost turističkog sustava s ostalim područjima otežava povlačenje granice u definiranju ciljeva, zbog čega se za postavljanje i analizu ciljeva turističkog razvoja mogu primijeniti različite tipologije kao što je tipologija ciljeva od Županova (1973.). Tu se razlikuju tri vrste ciljeva, normativni, strategijski i operativni:²³

- Normativni ciljevi - predstavljaju dugoročne, globalne ciljevi, odgovaraju na pitanje “što treba učiniti” te proizlaze iz određenih društvenih vrijednosti i predstavljaju ključne društvene odluke.
- Strategijski ciljevi - predstavljaju ciljeve koji odgovaraju na pitanje “što možemo učiniti” u definiranim materijalnim i društvenim uvjetima. Izražavaju se kvantitativno (kao što su npr. stopa rasta, prostorna distribucija i sl.).
- Operativni ciljevi - odgovaraju na pitanje “što ćemo učiniti”, definiraju konkretne akcije koje treba pokrenuti. Izvode se iz strategijskih ciljeva i usmjereni su na konkretnu akciju nositelja provedbe, kao i na vrijeme te mjesto akcije. Izražavaju se npr. stopama rasta turističkog prometa, prihoda, dohotka, ulaganja i sl.

2.5. Strategija razvoja turizma

Turističko tržište zahtijeva detaljne analize, planiranja i smjernice za svoj rast i razvoj. Uspostavljenim brojnim vezama s ukupnim gospodarskim i društvenim okruženjem turizam je područje kojim se teško upravlja bez određenih strategija razvoja. Svako poduzeće, gospodarska grana, sektor ili nacionalno gospodarstvo često izrađuju posebne programe razvojnih rješenja koji se nazivaju strategije. Njima se mogu definirati prilagodbe zbog mogućih prijetnji i brojnih utjecaja koji dolaze iz

²³ A. Dulčić, op. cit., str. 253.-254.

okuženja, a također definiraju se odgovori na izazove koji nastaju unutar istog sustava.²⁴ Strategija predstavlja sliku svih situacija s kojima bi se u budućnosti mogli sresti, popis mjera potrebnih za ostvarivanje ciljeva, ali i kojima bi se mogli koristiti kako bi se suprotstavili mogućim preprekama.

Realne promjene u okruženju predstavljaju okvir za dugoročnu strategiju razvoja turizma, zbog čega se moraju ozbiljno shvatiti nastale promjene i uključiti ih u daljnje smjernice razvoja turizma. Nepoznavanje i nedostatno praćenje nastalih i budućih trendova može dovesti do usvajanja pogrešnih odluka, koje mogu uskratiti mogućnost utjecaja na demografsko, ekonomsko, političko i tehnološko okruženje i uzrokovati usmjeravanje razvoja pogrešnim putem. Kako bi se navedeno izbjeglo, planiranju i kreiranju strategije razvoja turizma treba se pristupiti detaljno te na kritički način.²⁵

Strategijom razvoja strateški se određuje pozicija turizma kao specifičnog sustava u okviru nacionalnog gospodarstva te se valorizira:²⁶

- nacionalno i međunarodno okruženje,
- putevi kojima se može postići efikasna upotreba resursa,
- instrumenti koji su potrebni u upravljanju turističkim sustavom te su ključni za ostvarivanje ciljeva,
- mogućnost turizma da pridonosi ostvarivanju ciljeva na nacionalnoj razini.

Postavljanje odgovarajuće strategije turističkog razvoja moguće je tek nakon što se sagleda na koji način interni i eksterni faktori djeluju u okruženju i kako utječu na turistički sustav. Upravo zbog velikog broja utjecaja, sve promjene nastale na turističkog tržištu prate se i kroz njihov utjecaj na ukupan sustav jedne zemlje. Tako se mogu izbjeći bilo kakve opasnosti koje nisu ranije predviđene, a prepoznavanje problema i njihovo sprječavanje osnova su za učinkovito planiranje razvoja turizma. Vrlo je važno definirati načine kojima se mogu najefikasnije ostvariti ciljevi razvoja, jer je zadatak strategije kreiranje i provođenje procesa transformacije kojima će poduzeće, sektor, regija ili gospodarstvo na temelju željene budućnosti postupno preoblikovati sadašnjost.²⁷ Nužno je sustavno razvijati sve strateške jedinice s ciljem multipliciranja njihove interakcije, jer cilj nije maksimiziranje rezultata svakog

²⁴ Ibidem, str. 270.-274.

²⁵ S. Štetić, *Strategija razvoja i plasmana turističke destinacije*, Suvremene tendencije u turizmu, hotelijerstvu i gastronomiji, nučno-stručni časopis iz turizma, no. 7, 2003., str. 7 - 8.

²⁶ A. Dulčić, op. cit., str. 266.

²⁷ C. Stipanović, op. cit., str. 55.-58.

pojedinačno već njihovo zajedničko djelovanje.

Turistički razvoj u praksi često odstupa od teorijskog, društvenog odgovornog i dugoročno održivog procesa razvoja. Planiranje turističkog razvoja, a osobito provođenje istog na dnevnoj osnovi često je rezultat političkih, za javni interes suboptimalnih odluka. Veliki broj razvojnih odluka ovisi i o interesnim skupinama koje posredno ili neposredno sudjeluju u upravljanju ili mogu utjecati na proces upravljanja s različitim interesima.²⁸ Upravo zbog toga važno je stvoriti masu koja će biti uključena u proces strateškog planiranja razvoja, koja bi bila u stanju kritički preispitivati svaku razvojnu odluku te koja se može suprotstaviti neprimjerenim razvojnim rješenjima i razvoj usmjeriti na pravi put.

Prema podacima iz "*Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*", osnovnog strateškog dokumenta za razvoj turizma, hrvatski turizam je prošao kroz brojne probleme i prepreke od osamostaljenja države. Iako i su i danas vidljivi tragovi teške prošlosti, ipak je nastavio sa svojim rastom i razvojem, najviše zahvaljujući snazi i interesu inozemnog tržišta, atraktivnosti zemlje i otpornosti turizma kao fenomena na povremene globalne poremećaje.²⁹ Ulaskom u Europsku uniju (EU) hrvatski turizam je naišao na nove prepreke, ali i prilike kojima se treba prilagoditi i kojima treba uspješno upravljati kako bi se rast i razvoj nastavili u budućnosti.

Kao krovni razvojni dokument, strategija je nastala u razdoblju pristupanja EU i prati razvoj turizma sve do 2020. godine. Odgovara na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati, na koji način i kojim aktivnostima turističke politike se to treba napraviti. Pristupom Europskoj uniji, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. prilagođena je prema turističkoj politici EU te predstavlja konceptualni okvir koji omogućava:³⁰

- koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera
- turističke politike;
- cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet
- privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača;

²⁸ S. Čorak (ur.), *Izazovi upravljanja turizmom*, Zagreb, Institut za turizam, 2011., str. 16.

²⁹ Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, 2013., <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (pristupljeno 5. srpanj 2018.).

³⁰ Ibidem

- ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje
- sredstava EU fondova.

Strategija prepoznaje važnost prostornog i proizvodnog pristupa u planiranju turističkog razvoja te su odabrane turističke makroregije Hrvatske (Sjeverni Jadran, Južni Jadran i Kontinentalna Hrvatska) koje se detaljnije analiziraju. Ističe se potreba udruživanja pojedinih lokalnih turističkih zajednica na načelima prostorno-funkcionalne i proizvodne cjelovitosti. Uz dodatnu edukaciju i primjereno kadrovsko ekipiranje nastoji se upravljati razvojem turizma kroz međusobnu kooperaciju u cilju jačanja konkurentnosti te sposobnosti koordinacije i usklađivanja interesa dionika u pojedinim destinacijama. Stvaranje partnerstva sa lokalnim stanovništvom postaje nužno kako bi se osigurao destinacijski razvoj u skladu sa lokalnom zajednicom. Nastoji se provesti mjera kojom bi se definirali jedinstveni kriteriji za strateško planiranje turističkog razvoja i izrade strateških planova razvoja turizma na županijskoj/lokalnoj razini. Kreirao bi se standardni metodološki okvir za izradu strateških planova razvoja turizma nekog područja kao i obveze izrade novih strateških dokumenata turističkog razvoja na razini županija. Time se olakšava sagledavanje turističkog potencijala raspoloživog prostora i njegove resursno-atraktivne osnove.

Izradom strateških dokumenata, u ovom slučaju vezanih za turizam i razvoj destinacije, možemo saznati gdje se destinacija nalazi s obzirom na konkurenciju, gdje želi biti i na koji način će postići željeni cilj. Na nižoj razini upravljanja, strateške dokumente, dostupne javnosti, u Hrvatskoj imaju samo županije i gradovi u kojima je turizam razvijen, dok pojedine destinacije s velikim potencijalom za razvoj istog, nemaju potrebu za izradom takvih dokumenata. Jedan od glavnih razloga tome je činjenica da je Hrvatska oduvijek prikazivala svoj imidž kao destinacija s čistim morem i prekrasnom obalom, dok se nije stavljaio naglasak na dugu i raznoliku tradiciju koja je rasprostranjena kroz cijeli prostor Hrvatske.³¹ Upravo zbog toga, na područjima gdje nedostaju, javlja se potreba izrade strateških dokumenata koji bi regulirali turistički razvoj. Troškovi izrade strateških dokumenata razvoja turizma mogu se i sufinancirati iz sredstava za ubrzanje turističkog razvoja (kontinentalnih područja, otoka i drugih osjetljivih područja).

³¹D. Alfier, *Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma*, Turizam - izbor radova, Zagreb, Institut za turizam, 1994., str. 224.-227.

3. RAZVOJ TURIZMA U HRVATSKOJ

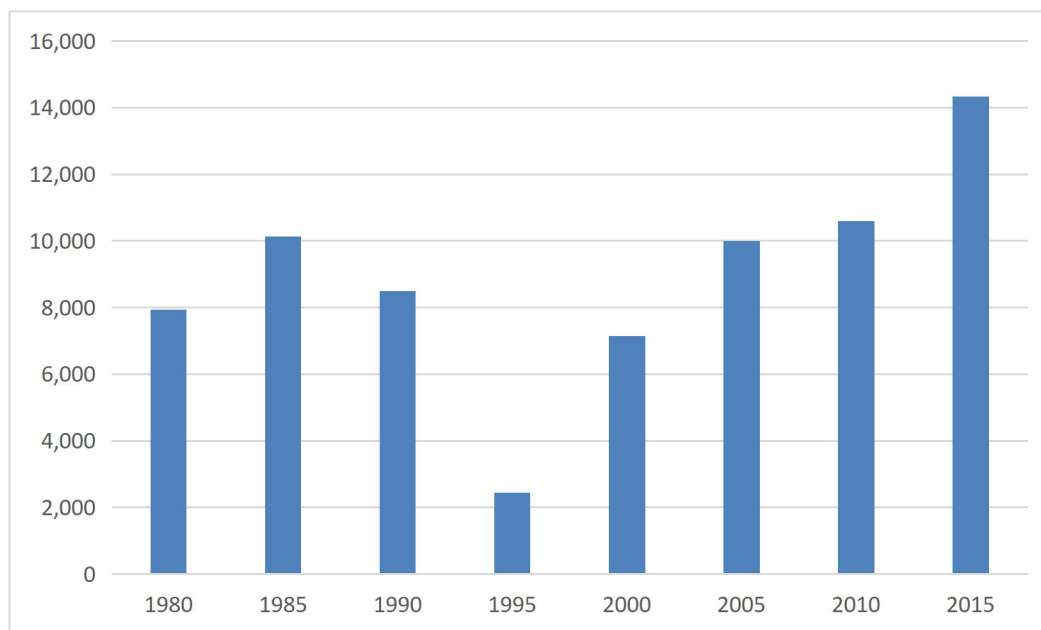
Danas postoji tradicija od oko 150 godina organiziranog turizma u Hrvatskoj, iako je turizam postojao još i ranije, još početkom 19. stoljeća, ali se tada nije definirao na isti način. Zbog hodočašća ili liječenja gradila su se prva svratišta, prenoćišta, hoteli i toplice (kao što su poznate Daruvarske toplice, Stubičke toplice, Varaždinske toplice). Prvi hoteli (Vila Angiolina 1844. i Kvarner 1884.) izgradili su se u Opatiji, zatim u Zagrebu, Samoboru, Zadru, Crikvenici, Dubrovniku, a u Zagrebu su se 1892. organizirala turistička putovanja na Velebit i na jadransku obalu u svrhu istraživanja. Zdravstveni turizam razvijao se u primorskim mjestima. U međuratnom razdoblju turizam raste, uspostavlja se veći broj zrakoplovnih linija. Uvode se boravišne pristojbe, otvaraju se mjenjačnice, izdaju turističke revije. Nakon Drugog svjetskog rata osnivaju se nacionalni parkovi, parkovi prirode, različiti festivali.³² Razvoj masovnog turizma u Hrvatskoj može se značajnije prepoznati 1960-tih godina. Tada započinju i aktivnosti inicijativom Društva urbanista Hrvatske za reguliranje izgradnje na obali i otocima. Planiranje važnih prostornih studija, plana prostornog uređenja jadranskog područja, planiranje turistička područja na Jadranu, sve su to bile prekretnice koje su hrvatski turizam pokrenule u smjeru rasta i razvoja.³³ Tijekom 1960-ih grade se brojni turistički objekti, turistička naselja na Jadranu i na području kontinenta. Bitno je istaknuti 1979. kada su Dioklecijanova palača u Splitu, stari grad Dubrovnik i nacionalni park Plitvička jezera uvršteni na UNESCO-vu listu svjetske baštine. Hrvatska je početkom 1990-tih ušla u ratno razdoblje, zbog kojega je stagnirala u razvoju. Tijekom Domovinskog rata, zbog velikog broja opasnosti prekinute su prometne veze prema primorskim krajevima.³⁴ Tek nakon završetka rata, turizam se počinje regenerirati i nastavlja svoj razvoj, osobito nakon 2000. godine. (Graf 1).

³²Leksikografski zavod Miroslav Krleža, *Gospodarstvo: Turizam*, Hrvatska.eu, <http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1> (pristupljeno 8. srpanj 2018.).

³³ A. Dulčić, op. cit., str. 280.-284.

³⁴ Leksikografski zavod Miroslav Krleža, op. cit.

Graf 1. Broj turista u Republici Hrvatskoj, u razdoblju od 1980. do 2015. godine (u 000)



Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2016.*, Izdanje 2017., str. 12., https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_brojkama_HR_%202016.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Hrvatska se uključila u svjetski trend razvoja masovnog turizma, a ono je obuhvaćalo intenzivnu gradnju hotela, kampova, pansiona i odmarališta, kao i jačanje privatnog smještaja. Nakon osamostaljenja, Hrvatska je imala na raspolaganju veće hotelske i slične kapacitete po stanovniku nego najrazvijenije turističke zemlje.³⁵ U suvremeno doba Hrvatska se nastoji pozicionirati kao svjetski poznata turistička destinacija.

3.1. Razvoj turizma danas

Iako svoj puni potencijal još nije ostvarila, Hrvatska danas predstavlja jednu od najrazvijenijih turističkih zemalja u Europi i šire. Turizam je jedan od najvažnijih izvora prihoda za zemlju, a razvijen je zahvaljujući geografskom položaju, ugodnoj klimi, bogatom kulturno-povijesnom nasljeđu, dugoj tradiciji i atraktivnim prirodnim resursima. Turizam je oduvijek bio razvojna mogućnost za Hrvatsku te je većinu svojih potencijala zemlja već predstavila kao turistički proizvod. Na prirodnim ljepotama i vrijednoj kulturnoj baštini, kao konkurentnim prednostima, Hrvatska danas temelji

³⁵ A. Dulčić, op. cit., str. 316.-317.

svoju turističku ponudu. Iako hrvatski turizam svake godine sve više raste i razvija se, javljaju se i brojni problemi. Stoga je potrebno turističku ponudu planski obogaćivati u smjeru stalne inovacije turističkog proizvoda, povećanjem kvalitete svih elemenata turističkog sustava i kroz cijeli taj proces voditi računa o održivosti. Hrvatska kao destinacija je vrlo poznata u svijetu, stoga se ona mora više orijentirati na daljnje produljenje turističke sezone i razvijanje turizma u drugim dijelovima Hrvatske, osim na primorskom dijelu.

Naime, potencijali za razvoj turizma se nalaze u cijeloj zemlji, ali najveći fokus i dalje se stavlja na obalu i more. Kontinentalni dio Hrvatske je većim dijelom ne iskorišten, a predstavlja veliki potencijal za razvoj različitih oblika turizma, kao i produljenje sezone.³⁶ Danas se većinom turizam u Hrvatskoj temelji na ljetnom, kupališnom i nautičkom turizmu, dok svi noviji oblici turizma tek se razvijaju ili se planiraju razviti.³⁷ Noviteti koji su u svijetu na vrhuncu, kod nas se tek planiraju uključiti u ponudu. Stoga se može zaključiti da se turizam u Hrvatskoj teško prilagođava promjenama, a inovativnost nam nije na razini velikih svjetskih destinacija, uz zanemarivanje potencijala različitih selektivnih oblika turizma i upotpunjavanja turističke ponude na kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Ulaskom u EU, Hrvatska je započela suočavanje s novim izazovima, ali i s novim prilikama u turizmu. Prihvaćena je od strane EU kao turistički potencijal, što je potrebno iskoristiti u interesu rasta u svim područjima gdje je to potrebno, a koristeći se vrijednostima sustava održivog razvoja i konkurentne strategije EU na području turizma.³⁸ Hrvatski turizam je suočen također s poteškoćama zbog brojnih socijalno-ekonomskih problema u državi. Glavni problemi turizma, danas, se odnose na konkurentnost turističke ponude, mogućnosti smještajnih kapaciteta, kvalitetu radne snage, marketinšku koncepciju, kvalitetu prometne infrastrukture, masovnost turizma i njegov utjecaj na okoliš.³⁹ Sve su to problemi koje država može kontrolirati i riješiti uz adekvatne mjere ekonomske politike, propise i zakone, integrirane strateške dokumente, koje bi morali provesti svi koji se bave ili su u neposrednom doticaju s turizmom, odnosno kroz zajedničko djelovanje nositelja provedbe turističke politike u skladu s različitim potencijalima i cjelokupnim gospodarskim karakteristikama.

³⁶ B. Vukonić, op. cit., str. 195.

³⁷ D. Alfier, op. cit., str. 234.

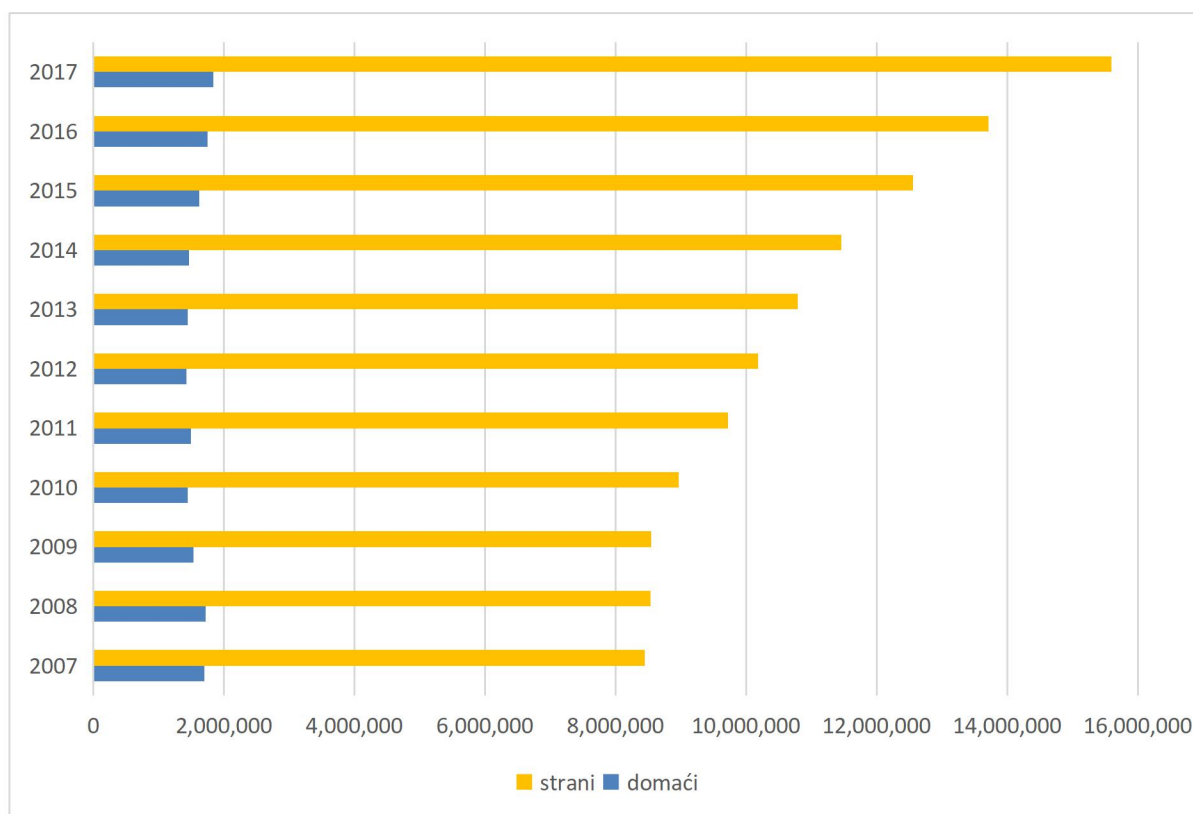
³⁸ Vlada Republike Hrvatske, op. cit.

³⁹ B. Blažević, *Turizam u gospodarskom sustavu*, Opatija, Fakultet za turizam i hotelski menadžment, 2007., str. 49.-50.

3.2. Hrvatski turizam u brojkama 2017. godine

Hrvatski turizam prestiže rekorde u dolascima i noćenjima turista. Povoljan geografski položaj, ugodna klima, razvedena obala i različita turistička ponuda prepoznati su od strane turista iz svih krajeva svijeta. U prethodnoj, 2017. godini, zabilježeno je 17,4 milijuna turista, čak 13% više nego prethodne godine te se broj noćenja povećao za 11%, a iznosi 86,2 milijuna noćenja (Graf 2). Od ukupnog broja dolazaka, strani turisti čine 15,6 milijuna, dok domaći samo 1,8 milijuna dolazaka. Detaljnijim uvidom u kretanja (također u Tablici 2) može se vidjeti da je povećanje turističkih kretanja zabilježeno u većini mjeseci⁴⁰, što doprinosi cilju produljenja sezone.

Graf 2. Dolasci domaćih i stranih turista u Republici Hrvatskoj, od 2007. do 2017. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku, *Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju*, Turizam: PC-Axis baze podataka, <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 5. srpanj 2018.).

⁴⁰ Državni zavod za statistiku, *Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju*, Turizam: PC-Axis baze podataka, <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 5. srpanj 2018.).

Od ukupnog broja stranih turista, najviše ih dolazi iz Njemačke (16,8%), zatim Austrije (8,5%), Slovenije (8,3%), Italije (7,1%) i Poljske (6,0%). Prema broju noćenja, najveći udio imaju turisti iz Njemačke (24,3%), Slovenije (8,9%), Austrije (8,7%), Poljske (7,5%), Italije (6,1%).⁴¹ Prema županijama Republike Hrvatske, najveći broj dolazaka ostvarila je Istarska županija, 4,1 milijuna, što čini 23,5% od ukupnog broja dolazaka. Slijede Splitsko-dalmatinska (18,1%), Primorsko-goranska (16,0%), Dubrovačko-neretvanska (10,7%), Zadarska županija (8,9%) te Grad Zagreb (7,4%). Prema noćenjima po županijama, najveći broj ostvarila je Istarska županija, 25,4 milijuna, što čini čak 29,5% od ukupno ostvarenih noćenja u Hrvatskoj. Nakon Istarske županije slijede Splitsko-dalmatinska (19,3%), Primorsko-goranska (17,3%), Zadarska (10,7%), Dubrovačko-neretvanska (8,9%) i Šibensko-kninska županija (6,3%).⁴²

Tablica 1. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Republici Hrvatskoj, od 2015. do 2017. godine

	Broj postelja			Indeks	Indeks
	2015.	2016.	2017.	2016./2015.	2017./2016.
Hoteli i aparthoteli	135.322	137.222	132.576	101,4	96,6
Turistička naselja	30.836	30.087	26.289	97,6	87,4
Turistički apartmani	15.371	14.753	11.854	96,0	80,3
Kampovi i kampirališta	237.758	227.559	241.819	95,7	106,3
Privatne sobe	575.428	668.830	741.509	116,2	110,9
Lječilišta	2.510	2.071	2.011	82,5	97,1
Radnička odmarališta	2.749	1.849	1.968	67,3	106,4
Hosteli	11.692	15.176	16.398	129,8	108,1
Ostalo	15.515	31.927	28.566	205,8	89,5

⁴¹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 27.

⁴² Ibidem, str. 31., 32.

Nekategorizirani objekti	2.131	4.277	4.437	200,7	103,7
UKUPNO	1.029.312	1.133.751	1.207.427	110,1	106,5

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2016.*, Izdanje 2017., str. 14., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.) i Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 14., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Hrvatska je u 2017. godini raspolagala s ukupno 1,2 milijuna postelja u svim vrstama smještaja, što je više od 6% u odnosu na prethodnu godinu. Također je vidljivo iz Tablice 1, najveće smanjenje broja postelja u kategorijama turistička naselja i turistički apartmani, dok je znatno povećanje zabilježeno u kategorijama privatne sobe i hosteli. Može se zaključiti da se vlasnici smještajnih objekata prilagođavaju novim zahtjevima posjetitelja, koji traže drugačiji smještaj i okruženje istog, kao i sve veća orijentacija prema privatnom iznajmljivanju (što bi trebalo biti sagledano i s aspekta razvoja različitih gospodarskih grana gospodarstva u budućim radovima).

Prema podacima koji su prikazani u Tablici 2 (dinamika turističkog prometa 2016. i 2017.) vidljivo je da se nastavlja trend rasta prometa na mjesečnoj razini. Osobito bitni su podaci izvan glavne sezone, iako je i dalje najveći broj dolazaka i noćenja očekivano zabilježen u razdoblju od svibnja do rujna. Pad dolazaka i noćenja u promatranom razdoblju u ožujku posljedica je blagdana Uskrsa koji se prethodne godine slavio u mjesecu travnju.

Tablica 2. Dinamika turističkog prometa u Republici Hrvatskoj, po mjesecima za 2016. i 2017. godinu

	Dolasci turista			Noćenja turista		
	2016.	2017.	Indeks 2017./2016.	2016.	2017.	Indeks 2017./2016.
Siječanj	155.820	177.401	113,8	396.707	441.472	111,3
Veljača	194.508	209.536	107,7	428.225	470.265	109,8
Ožujak	347.336	342.540	98,6	850.626	750.336	88,2
Travanj	653.636	915.770	140,1	1.676.664	2.550.428	152,232

Svibanj	1.218.291	1.256.710	103,1	4.270.282	4.115.822	96,4
Lipanj	1.909.835	2.526.241	132,3	8.962.643	12.030.104	134,2
Srpanj	3.914.355	4.346.419	111,0	22.854.302	25.291.870	110,6
Kolovoz	3.985.686	4.205.544	105,5	25.473.938	26.826.651	105,3
Rujan	1.878.168	1.978.713	105,3	9.666.033	9.899.830	102,4
Listopad	767.087	850.333	110,8	2.275.386	2.515.570	110,5
Studeni	286.228	307.824	107,5	612.032	662.801	108,3
Prosinac	286.017	313.549	109,6	594.247	645.112	108,5

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2016.*, Izdanje 2017., str. 20., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.) i Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 20., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Trendovi rasta odnose se i na prihode od turizma koji su iznosili 9.492,9 milijardi eura u 2017. godini, zahvaljujući kontinuiranom unaprjeđivanju na svim područjima koji su posredno i neposredno povezani s turizmom. Međutim, zabrinjavajući je podatak da je udio turizma u BDP-u povećan sa 18,9% na 19,6%⁴³ te se previše oslanjamo na sektor koji je najvećim dijelom sezonski, a različite grane gospodarstva stagniraju ili bilježe negativne trendove. Također, neravnomjerna rasprostranjenost turizma, prevelika orijentiranost na područje jadranske Hrvatske, koja bilježi i negativne učinke te saturaciju na pojedinim područjima, utječe na povećanje regionalnih razlika. Uz to može dovesti do nedovoljnog iskorištavanja razvojnih potencijala na nacionalnoj razini. Upravo iz tih razloga interes u nastavku rada usmjeren je prema analizi potencijala razvoja turizma kontinentalnog dijela Hrvatske. U cilju definiranja odgovarajućeg područja (jedinice) promatranja, u idućem poglavlju opisuju se kriteriji podjele prostora Hrvatske na turističke regije.

⁴³ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 43.

4. TURISTIČKA REGIONALIZACIJA REPUBLIKE HRVATSKE

Hrvatski turizam se kroz povijest prilagođavao i razvijao u pozitivnom smjeru, iako nije zastupljen ravnomjerno u svim dijelovima zemlje, kao što je istaknuto ranije. S ciljem boljeg razumijevanja rada, potrebno je razumjeti način na koji se Hrvatska kao turistička zemlja dijeli s obzirom na svoje regije i njihov položaj. Dolazimo do pitanja turističke regionalizacije, koja predstavlja podsustav regionalne ekonomike kao znanstvene discipline. Promatra i bavi se sadržajem, procesima turističkog prostora s ciljem traženja rješenja za optimalnu alokaciju turističkih resursa, održivim upravljanjem prostorom i maksimiziranjem blagostanja.⁴⁴ Glavni kriterij prostornog planiranja je veličina i granica regije, dok se turistička ne bavi podjelom geografskog prostora, već joj je glavni cilj stvaranje turističkih regija tamo gdje za to postoji odgovarajuća zastupljenosti turističkih motiva i izgradnje.⁴⁵

Hrvatska ima dugu povijest koja je praćena problemom regionalizacije, većinom vezanim za probleme političke prirode. Promjene teritorijalnog ustroja češće su definirane prema političkim, a manje prema ekonomskim kriterijima.⁴⁶ Uz postojeću podjelu na županije, općine i gradove koje predstavljaju jedinice regionalne i lokalne samouprave, u procesu pristupanja i ulaskom u EU, Hrvatska je kao dio pravne stečevine, trebala prihvatiti usklađivanje statističkih prostornih jedinica prema EU klasifikaciji. Nomenklatura prostornih jedinica za statistiku se skraćeno zove NUTS, a predstavlja hijerarhijski sustav za identifikaciju i klasifikaciju prostornih jedinica za potrebe službene statistike u zemljama članicama EU-a.⁴⁷ Za definiranje NUTS regija koristili su se različiti kriteriji, ali najvažniji predstavlja broj stanovnika: (a) NUTS 1: 3.000.000-7.000.000 stanovnika; (b) NUTS 2: 800.000-3.000.000 stanovnika i (c) NUTS 3: 150.000-800.000 stanovnika. U Hrvatskoj regionalizacija slijedi potrebe administrativno-političkog ustroja. Od 2007. godine Hrvatska je bila podijeljena prema NUTS klasifikaciji na jednu NUTS 1 regiju (cijela Hrvatska), tri NUTS 2 regije i 21 NUTS 3 regije (županije)⁴⁸. NUTS 2 regije tada čine⁴⁹:

⁴⁴B. Blažević i M. Peršić, *Turistička regionalizacija u globalnim procesima*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009., str. 54.

⁴⁵ Loc. cit.

⁴⁶ V. Čavrak, *Strategija i politika regionalnog razvoja*, Zagreb, Ekonomija, Zagreb, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2002., str. 647.

⁴⁷Upravni odjel za EU fondove, *Instrumenti financijske perspektive 2014.-2020.*, Zadar, <http://www.grad-zadar.hr/instrumenti-financijske-perspektive-20142020-789/> (pristupljeno 12. srpanj 2018.).

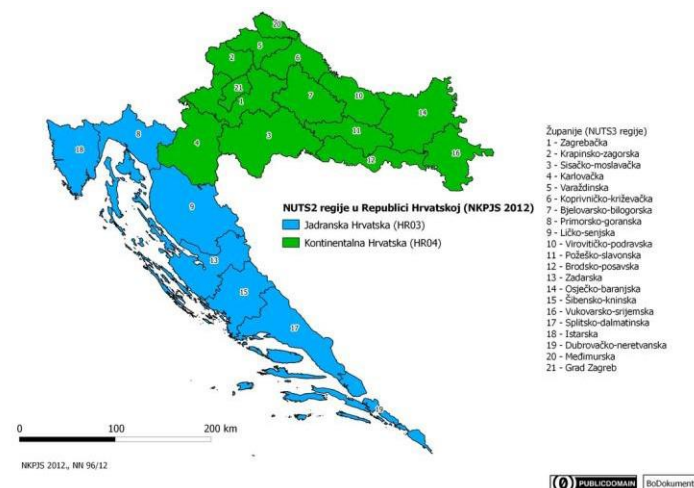
⁴⁸ S. Bošnjak i E. Tolušić, *NUTS II regije kao dio kohezijske politike Europske unije*, Praktični

- Sjeverozapadna Hrvatska
- Središnju i Istočnu (Panonsku) Hrvatska
- Jadranska Hrvatska.

Navedena klasifikacija smatrala se najboljim rješenjem koje je trebalo omogućiti cjelokupnom teritoriju Hrvatske korištenje strukturnih fondova i Kohezijskog fonda EU. Naime, u okviru kohezijske politike EU statističke jedinice NUTS koriste se kako bi se utvrdila razina i vrsta pomoći za financiranje razvojnih aktivnosti.⁵⁰ 2012. godine došlo je do promjena, što je rezultiralo podjelom Hrvatske na dvije NUTS 2 statističke regije (Slika 1)⁵¹:

- Kontinentalna Hrvatska
- Jadranska Hrvatska.

Slika 1. NUTS 2 regije u Republici Hrvatskoj



Izvor: *Regionalni.weebly*, Statistički izvori za 2018., dostupno na: <http://regionalni.weebly.com/statistika.html>, (pristupljeno 7. srpnja 2018.).

Prema pojedinim autorima, trenutna klasifikacija nije transparentna i održiva. Razlog tome je ne poštivanje načela kohezijske politike, a osobito načela partnerstva tijekom usvajanja odluke. Smatra se da takav način regionalizacije stavlja u neravnopravan položaj slavonske županije jer su one od početka vrlo nerazvijene i sa sporim rastom, što ih usporava u utrci za sredstva kohezijske politike radi smanjenih

menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, vol. 3, no. 2, 2012., str. 81.

⁴⁹ Ibidem, str. 79./80.

⁵⁰ Ibidem, str. 81.

⁵¹ Ibidem, str. 80.

financijskih i administrativnih kapaciteta ovih županija⁵².

Podjela Hrvatske na statističke regije predstavlja dobru osnovu za definiranje ekonomskih (političkih) regija, prilikom čega se trebaju utvrditi ekonomske razlike i razviti suvremeniji pristupi regionalnom razvitku u cjelini.⁵³ Veliki broj teoretičara, znanstvenika, istraživača i političara smatra da se Hrvatska upravo zbog svoje neravnomjerne razvijenosti treba drugačije teritorijalno organizirati, osobito što se tiče županija i općina. Kako bi omogućili bolju raspodjelu financijskih sredstava i pregledniji pogled na različitu razvijenost, smatra se da je potrebno značajno smanjiti njihov broj sukladno odgovarajućem ekonomskom i društvenom razvoju.⁵⁴ Navedena podjela predstavlja vrlo delikatno pitanje, jer se ukidanjem dosadašnjeg ustroja može izazvati negodovanje među biračima, ali i Vlade Republike Hrvatske.

Također, pojedine analize predlažu planska područja Hrvatske koja bi se sastojala od 5 regija, kao što su: Sjeverni Jadran i Lika (Primorsko-goranska, Istarska i Ličko-senjska županija), Srednji i Južni Jadran (Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko-neretvanska županija), Središnja Hrvatska (Grad Zagreb, Zagrebačka, Karlovačka, Sisačko-moslavačka i Bjelovarsko-bilogorska županija), Sjeverozapadna Hrvatska (Krapinsko-zagorska, Koprivničko-križevačka, Varaždinska i Međimurska županija) i Istočna Hrvatska (Virovitičko-podravska, Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Brodsko-posavska i Požeško-slavonska županija).⁵⁵

Mnogi razlozi navedeni su u prilog odvajanja Grada Zagreba kao zasebne regije, čime se predlaže npr. regionalizacija Hrvatske na sljedeće regije⁵⁶:

- Zagrebačka (Grad Zagreb te južni i zapadni dio Zagrebačke županije),
- Primorsko-istarsko-goranska (Istarska, Primorsko-goranska, Ličko-senjska, Karlovačka županija i dio Sisačko-moslavačke županije),
- Dalmacija (Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska županija te dijelovi Ličko-senjske županije),
- Slavonija (Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Virovitičko-podravska, Požeško-slavonska, Brodsko-posavska, dio Sisačko-moslavačke županije i dio Bjelovarsko-bilogorske županije),

⁵² Ibidem, str. 81.

⁵³ B. Štulić, *Državno i političko uređenje Republike Hrvatske*, Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću i Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2011., str. 179.

⁵⁴ Ibidem, str. 181.

⁵⁵ I. Kopic, *Je li moguća regionalizacija Hrvatske? Institucionalna i politička ograničenja*, Političke analize, vol. 5, no. 17, 2014., str. 13.

⁵⁶ Ibidem, str. 12./13.

- Središnja Hrvatska (Međimurska, Varaždinska, Krapinsko-zagorska, Koprivničko-križevačka, Bjelovarsko-bilogorska i istočni dio Zagrebačke županije).

Izdvajanjem Zagreba nastoji se dobiti uravnoteženija regionalna struktura koja bi se mogla koristiti kao okvir za planiranje, razvojno povezivanje i međužupanijsko usklađivanje javnih politika.

Dvojbe oko podjele Hrvatske na regije potrebno je potpunije razmotriti u budućim prijedlozima regionalizacije i NUTS klasifikacije uzimajući u obzir različite kriterije regionalizacije i ciljeve podjele, a promjena broja županija i općina zahtijeva složene analitičke podloge kao i političko usklađivanje. Za potrebe analize u ovome radu u nastavku se detaljnije pojašnjava podjela turističkih regija te se nakon toga prikazuju njihove karakteristike.

Kao što je ranije istaknuto, u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine definirane su turističke makroregije (sadržajno i tematski povezane turističke cjeline koje je potrebno posebno promatrati), prema kojima se priprema razvojni dokument. Definiranje turističkih regija prepoznaje se kao bitan aspekt u analizi potencijala razvoja turizma, analizi konkurentske pozicije, definiranju turističkih proizvoda, pri definiranju primjerene promocije i sl.⁵⁷ Sjeverni Jadran, Južni Jadran i Kontinentalna Hrvatska izdvojene su turističke makroregije za potrebe učinkovitog i dugoročno održivog turističkog razvoja Hrvatske uzimajući u obzir sljedeće kriterije: turistička obilježja, kao što je intenzitet turističkog prometa, veći turistički potencijal i veću stratešku važnost priobalnog prostora, glavne geomorfološke i klimatske značajke, turističke resurse, glavne prostorne i infrastrukturne koridore, upravnu strukturu na nacionalnoj osnovi i s obzirom na EU klasifikaciju (iako se smatra da navedenu klasifikaciju nije nužno slijediti za potrebe turističkog tržišnog pozicioniranja ako postoje prikladnija rješenja).⁵⁸ U obradi marketinške strategije i turističkih proizvoda koristi se također detaljnija podjela turističkih regija (Hrvatske turističke

⁵⁷ Vlada Republike Hrvatske, op. cit.

⁵⁸ Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske - Izvještaj 1. Pristup, ciljevi i način izvođenja*, 2011., str. 13., <http://iztg.hr/hr/institut/strategija-razvoja-turizma-rh/> (pristupljeno 1. kolovoz 2018.).

zajednice) kao što su: Istra, Kvarner, Dalmacija-Zadar, Dalmacija-Šibenik, Dalmacija-Split, Dalmacija-Dubrovnik, Lika-Karlovac, Središnja Hrvatska, Slavonija, Zagreb.⁵⁹

U ovome radu kod podjele na turističke regije koristi se pristup podjele na Kontinentalnu i Jadransku Hrvatsku, pri čemu se detaljnija analiza provodi na području Kontinentalne Hrvatske, potvrđujući potrebu zasebnog promatranja regije koja ima najslabiju gospodarsku razvijenost i turističku nerazvijenost (osim u slučaju Grada Zagreba). U regiju ulazi 13 županija, uz Grad Zagreb⁶⁰, a budući da su turistički resursi heterogeni na županijskoj razini kod analize karakteristika turističkih regija koristit će se podaci na županijskoj razini kako bi se dobila potpunija slika potencijala razvoja.

4.1. Temeljne karakteristike hrvatskih turističkih regija

Turističke regije obilježava jedinstvena ponuda, koncentracija potencijala povezanih sa specifičnostima područja koje je potrebno valorizirati u turističkom i širem smislu kako bi se kreirali jedinstveni turistički proizvodi, diferencirani u odnosu na konkurenciju, ali i iskoristio potencijal na mjestima gdje nije odgovarajuće razvijen. Pri izradi Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine prepoznata je potreba kreiranja prepoznatljivosti turističkih makroregija. U nastavku se opisuju osnovne odabrane karakteristike Jadranske Hrvatske i Kontinentalne Hrvatske kao odabranih turističkih regija u ovome radu.

4.1.1. Temeljne karakteristike Jadranske Hrvatske

Prema kategorizaciji NUTS regija, Jadranska Hrvatska obuhvaća sedam županija: Primorsko-goransku, Ličko-senjsku, Šibensko-kninsku, Splitsko-dalmatinsku, Istarsku, Zadarsku i Dubrovačko-neretvansku. Glavni grad promatrane regije je Split koji se nalazi u istoimenoj županiji. Površina kopna iznosi 34.204 km², dok je površina teritorijalnog mora 31.067 km². U regiji živi oko 1,4 milijuna stanovnika što čini 34,28% od ukupnog stanovništva Republike Hrvatske.⁶¹ Jedna od bitnih karakteristika ove

⁵⁹ Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske - Izveštaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja*, 2011a., str. 14., <http://iztzg.hr/hr/institut/strategija-razvoja-turizma-rh/> (pristupljeno 1. kolovoz 2018.) i Hrvatska turistička zajednica, *Hrvatska – Puna života: Regije*, <https://croatia.hr/hr-HR/Odredista/Regije> (pristupljeno 21. rujan 2018.).

⁶⁰ Institut za turizam, 2011a., op. cit. 13.- 14.

⁶¹ Vlada Republike Hrvatske, *Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje do kraja 2020. godine*, Zagreb, lipanj 2017., dostupno na: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug->

regije je zasigurno povoljan geografski položaj, s obzirom na to da se nalazi na raskrižju najvažnijih europskih kopnenih i morskih puteva. Upravo je to jedan od razloga koji je utjecao na razvoj pomorsko-prometne, brodogradilišne, lučke i turističke djelatnosti.

Tablica 3. Dolasci turista po županijama Jadranske Hrvatske za 2016. i 2017. godinu

Županija	Dolasci turista (000)		Indeks
	2016.	2017.	2017./2016.
Primorsko-goranska	2.598	2.789	107,4
Ličko-senjska	621	736	118,5
Zadarska	1.362	1.559	114,5
Šibensko-kninska	817	923	113,0
Splitsko-dalmatinska	2.737	3.160	115,5
Istarska	3.763	4.104	109,1
Dubrovačko-neretvanska	1.598	1.864	116,6
UKUPNO:	13.496	15.135	112,1

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema statističkim podacima o dolascima turista iz Tablice 3 vidljivo je da se u županijama Jadranske Hrvatske nastavlja trend rasta. Najveći broj dolazaka bilježi Istarska županija koja je već dugi niz godina na prvom mjestu po dolascima u Hrvatskoj. Rast od čak 18,5% bilježi Ličko-senjska županija u odnosu na prethodnu godinu, dok su nakon toga Dubrovačko-neretvanska s rastom oko 16% i Splitsko-dalmatinska sa 15,5% u odnosu na 2016. godinu.

Prema podacima iz Tablice 4 vidljivo je povećanje i smještajnih kapaciteta u odnosu na prethodnu godinu. S obzirom na to da se svake godine broj gostiju povećava, osobito u Jadranskoj regiji, nije čudno da se i gradnja u turističke svrhe, u ovom slučaju smještajnih kapaciteta, povećava iz godine u godinu.

<1939/regionalni-razvoj/razvojne-strategije/strategija-regionalnoga-razvoja-republike-hrvatske-za-razdoblje-do-kraja-2020-godine/3244>, (pristupljeno 20. kolovoz 2018.).

Tablica 4. Smještajni kapaciteti po županijama Jadranske Hrvatske za 2016. i 2017. godinu

Županija	Broj postelja		Indeks
	2016.	2017.	2017./2016.
Primorsko-goranska	194.126	202.586	104,4
Ličko-senjska	41.057	44.222	107,7
Zadarska	147.102	160.501	109,1
Šibensko-kninska	92.480	97.237	105,1
Splitsko-dalmatinska	239.329	263.597	110,1
Istarska	294.339	306.040	104,0
Dubrovačko-neretvanska	85.985	90.851	105,7
UKUPNO:	1.094.418	1.165.034	106,4

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 17., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Jadranska Hrvatska pripada u prvih pet top turističkih europskih regija po broju ostvarenih turističkih noćenja prema podacima Eurostata.⁶² Iako je ova regija u stalnom rastu i razvoju, potrebno je sagledati i drugu stranu. Najvažniji turistički potencijal ove regije je Jadransko more, a nakon toga sve ostalo (tradicija, kultura, aktivnosti u prirodi i slično). Jadranska Hrvatska kao vrlo jaka turistička regija, svake godine bilježi ne samo povećanje dolazaka, noćenja i prihoda od turizma, već i potrebu za osposobljenim kadrovima u turizmu, osobito u ljetnoj sezoni. Upravo zbog sezonske zaposlenosti, nezaposlenost se povećava nakon sezone, što dovodi u pitanje takav način zapošljavanja (uz ostale rizike sezonskog zapošljavanja). Također,

⁶² Eurostat, *Eurostat regional yearbook: 2017 edition*, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2017., str. 189., <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/KS-HA-17-001> (pristupljeno 28. srpanj 2018.).

zbog snažne koncentracije na obalu javljaju se primjeri turističke saturacije.

U dugom roku turizam može biti pokretač razvoja cijele zemlje ukoliko se razvojem turizma upravlja na održiv način, uključujući ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti. Sve regije trebaju se koncentrirati na mogućnosti razvoja turističke ponude, u kooperaciji s drugim regijama, ali i drugim sektorima, što ujedno može pridonijeti i smanjenju regionalnih razvojnih neravnomjernosti o kojima će više biti riječi u poglavlju 4.2. Prije navedenog, analiziraju se odabrane karakteristike Kontinentalne Hrvatske kao turističke regije.

4.1.2. Temeljne karakteristike Kontinentalne Hrvatske

Regija Kontinentalna Hrvatska obuhvaća prostor na kojem živi 2,96 milijuna stanovnika i čini 64,1% BDP-a po stanovniku prosjeka EU 27.⁶³ Prostor zauzima područje Gorskog kotara i Like koji su smješteni u zaleđu Kvarnera i Sjeverne Dalmacije, Središnje Hrvatske i Zagorja s administrativnim središtem i glavnim gradom Zagrebom te na istoku Slavonije i Baranje. Podijeljena je na 13 županija i Grad Zagreb kao zasebnu podregiju. Područje je bogato brojnim prirodnim ljepotama, kao i kulturno-povijesnom baštinom, a dobar prometni položaj omogućava povezanost sa svim zemljama regije, ali i drugim udaljenijim destinacijama Europe i svijeta.⁶⁴

Tablica 5. Dolasci turista po županijama Kontinentalne Hrvatske za 2016. i 2017. godinu

Županija	Dolasci turista (000)		Indeks
	2016.	2017.	2017./2016.
Krapinsko-zagorska	124	142	114,5
Sisačko-moslavačka	29	37	127,6
Zagrebačka	75	87	116,0
Karlovačka	279	333	119,4

⁶³ Vlada Republike Hrvatske, Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje do kraja 2020. godine, Zagreb, lipanj 2017., dostupno na: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/razvojne-strategije/strategija-regionalnoga-razvoja-republike-hrvatske-za-razdoblje-do-kraja-2020-godine/3244>, (pristupljeno 20. kolovoz 2018.).

⁶⁴ Ibidem.

Varaždinska	52	61	117,3
Koprivničko-križevačka	18	19	105,6
Bjelovarsko-bilogorska	20	23	115,0
Virovitičko-podravska	12	14	116,7
Požeško-slavonska	11	13	118,2
Brodsko-posavska	26	29	111,5
Osječko-baranjska	89	92	103,4
Vukovarsko-srijemska	69	89	129,0
Međimurska	45	70	155,6
Grad Zagreb	1.109	1.286	116,0
UKUPNO:	1.958	2.295	117,2

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima iz Tablice 5, može se zaključiti da Kontinentalna Hrvatska bilježi trend rasta prema ukupnom broju dolazaka turista. U 2017. godini zabilježeno je 17,2% više dolazaka nego prethodne godine. Međutim, ako se uzme u obzir da Grad Zagreb čini čak 56,63% od ukupnih dolazaka ove regije tada se može vidjeti da se ostale županije znatno slabije razvijaju u području turizma iako se bilježi porast broja dolazaka u promatranom razdoblju. Ponovno se potvrđuje detaljnija potreba sagledavanja županijskih pokazatelja.

Tablica 6. Smještajni kapaciteti po županijama Kontinentalne Hrvatske za 2016. i 2017. godinu

Županija	Broj postelja		Indeks
	2016.	2017.	2017./2016.
Krapinsko-zagorska	2.633	2.735	103,9
Sisačko-moslavačka	1.073	1.141	106,3
Zagrebačka	1.726	1.908	110,54

Karlovačka	7.457	8.288	111,1
Varaždinska	2.309	2.428	105,1
Koprivničko-križevačka	730	676	92,6
Bjelovarsko-bilogorska	730	843	115,5
Virovitičko-podravska	609	705	115,8
Požeško-slavonska	479	596	124,4
Brodsko-posavska	995	1.093	109,8
Osječko-baranjska	2.661	2.511	94,4
Vukovarsko-srijemska	1.463	1.872	128,0
Međimurska	1.359	1.538	113,2
Grad Zagreb	15.109	16.059	106,3
UKUPNO:	39.333	42.393	107,8

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 17., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Županije Kontinentalne Hrvatske i dalje investiraju u turizam, u ovom slučaju u povećanje broja smještajnih jedinica. Sve županije osim Koprivničko-križevačke i Osječko-baranjske bilježe rast smještajnih kapaciteta u promatranom razdoblju. Također, Grad Zagreb s udjelom od 38,41% u ukupnim smještajnim jedinicama predstavlja vodeću županiju i značajno utječe na rezultat.

Temeljne karakteristike ove regije čine bogata kulturna baština, gastronomija i seoski način življenja. Za razliku od jadranske regije, koja ima problem produljenja sezone, promatrana regija bi zasigurno imala mogućnosti bilježiti posjećenost tijekom cijele godine. S obzirom na to da je ova turistička regija manje poznata, vrlo je važno da se njezin daljnji razvoj turizma pobliže razmotri, promoviraju potencijali i da se stvori imidž koji će biti prepoznat od strane turista. Zbog svoje velike površine, različitih kulturnih točaka i brojnih drugih specifičnosti, ova regija je potencijal za razvoj različitih selektivnih oblika turizma.

4.2. Usporedba Jadranske i Kontinentalne Hrvatske

U nastavku se analiziraju glavne razlike u razvijenosti između županija Jadranske i Kontinentalne Hrvatske u cilju proširivanja analize potencijala za razvoj turizma na području Kontinentalne Hrvatske.

Prema NUTS regionalizaciji, Jadranska i Kontinentalna Hrvatska imaju neravnomjeran broj pod regija, tj. županija. Kontinentalna Hrvatska ima dvostruko više županija od Jadranske Hrvatske. Osim razlike u broju regija, između županija unutar i između pojedinih NUTS 2 regija postoje značajne razvojne razlike.

Kao što je ranije istaknuto, glavni cilj NUTS 2 regionalizacije je veća mogućnost povlačenja sredstava iz EU fondova s manjim udjelom sufinanciranja, veća mogućnost izbora razvojnih prioriteta i izdašnija bespovratna sredstva pa je spajanje dvije regije, Središnje i Istočne i Sjeverozapadne Hrvatske u jednu (Kontinentalnu Hrvatsku), otvorilo brojna pitanja o toj odluci. Grad Zagreb je očekivano vodeća regija, a spajanjem s ostatkom "siromašnijih" podregija Kontinentalne Hrvatske otvaraju se pitanja financijske i administrativne učinkovitosti lokalne i regionalne samouprave.⁶⁵ Efekt Grada Zagreba u kojemu su koncentrirana nacionalna politička moć i upravna tijela može se prepoznati u svim statističkim pokazateljima, što ujedno stvara razvojnu neravnotežu u državi.⁶⁶

Hrvatska gospodarska komora provodi postupak ocjenjivanja i razvrstavanja svih županija Republike Hrvatske prema indeksu gospodarske snage. U izračunu indeksa koristi se zbroj ponderiranih rangova šest gospodarskih pokazatelja te projekcije kretanja stanovništva: BDP po stanovniku, ukupni prihod poduzetnika po zaposlenom, prosječne neto plaće po zaposlenom, neto dobit poduzetnika po zaposlenom, prihod na inozemnom tržištu poduzetnika po zaposlenom, stopa nezaposlenosti i projekcija promjene broja stanovnika. Indeks je objavljen s namjerom pozicioniranja županija u odnosu jedne prema drugima, a prikazuje se kao odnos prema prosjeku Republike Hrvatske. Indeks ujedno može pridonijeti aktiviranju razvojnih resursa pojedinih županija budući da potvrđuje veliku neusklađenost u razvijenosti koju je potrebno razumijevati kroz potencijale i komparativne prednosti županija.⁶⁷ U nastavku se prikazuju vrijednosti indeksa, uz vrijednosti županijskog BDP-a po stanovniku.

⁶⁵ S. Bošnjak i E. Tolušić, op. cit., str. 79.-81.

⁶⁶ Vlada Republike Hrvatske, op. cit.

⁶⁷ Hrvatska gospodarska komora, *HGK indeks gospodarske snage*, 2017., str. 2., <https://www.hgk.hr/documents/hgk-indeks-gospodarske-snage-07201759803f707ec38.pdf> (pristupljeno 20. kolovoz 2018.).

Tablica 7. Indeks gospodarske snage za 2016. godinu i BDP po stanovniku za 2015. godinu prema županijama Republike Hrvatske

Županije	HGK indeks gospodarske snage, RH=100	BDP po stanovniku (kn)
Primorsko-goranska	105,1	97.177
Ličko-senjska	75,0	62.058
Zadarska	91,1	65.475
Šibensko-kninska	80,3	63.095
Splitsko-dalmatinska	82,2	62.290
Istarska	127,2	100.635
Dubrovačko-neretvanska	93,1	81.554
Krapinsko-zagorska	85,4	52.405
Sisačko-moslavačka	79,6	58.777
Zagrebačka	92,5	62.890
Karlovačka	85,5	60.932
Varaždinska	96,2	67.506
Koprivničko-križevačka	90,1	66.894
Bjelovarsko-bilogorska	66,9	55.868
Virovitičko-podravska	68,2	44.528
Požeško-slavonska	68,5	46.119
Brodsko-posavska	70,0	45.368
Osječko-baranjska	79,2	64.019
Vukovarsko-srijemska	72,6	47.446

Međimurska	89,2	68.706
Grad Zagreb	149,3	141.379

Izvor: Hrvatska gospodarska komora, *HGK indeks gospodarske snage*, 2017., str. 3., <https://www.hgk.hr/documents/hgk-indeks-gospodarske-snage-07201759803f707ec38.pdf> (pristupljeno 20. kolovoz 2018.) i Državni zavod za statistiku, *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku – pregled po županijama*, 2018., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Bruto%20domaci%20proizvod.xls (pristupljeno 21. rujan 2018.).

Napomena: Crveno označena polja označavaju najlošije pokazatelje, dok zeleno označena polja označavaju najbolje pokazatelje.

Na temelju podataka, indeksa gospodarske snage i BDP-a po stanovniku kao pokazatelja razvoja, vidljivo je da se Grad Zagreb, Istarska i Primorsko-goranska županija nalaze iznad prosjeka Republike Hrvatske, dok su ostale županije ispod prosjeka. Virovitičko-podravska županija, Brodsko-posavska i Požeško-slavonska predstavljaju najlošije pozicionirane županije u Republici Hrvatskoj. S obzirom na ekonomsku snagu županija Jadranske Hrvatske, može se zaključiti da su bolje rangirane u odnosu na županije Kontinentalne Hrvatske iako i među njima postoje razlike.

Glavna politika koja se bavi pitanjima smanjenja regionalnih neravnomyjnosti je regionalna politika. Regionalna politika Republike Hrvatske u svojim počecima bila je usmjerena na obnovu ratom razorenih područja i do danas su se izmijenile broje odredbe i zakoni koji nastoje potaknuti regionalni razvoj. Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske definira način ocjenjivanja i razvrstavanja jedinica lokalne i regionalne samouprave prema indeksu razvijenosti. Indeks razvijenosti primjenjuje se kao kriterij za dodjelu državnih poticaja kroz kategoriju potpomognutih područja i koristi se za odabir projekata koji se financiraju iz europskih strukturnih i investicijskih fondova. Noviji model indeksa razvijenosti bolje se povezuje sa širim okvirom integralne regionalne razvojne politike.⁶⁸ Cilj je dobiti što realniju sliku i pokazatelje unutar zemlje kako bi se izmjerile nejednakosti između njih.

Za izračun indeksa razvijenosti koriste se sljedeći pokazatelji⁶⁹:

- prosječni dohodak po stanovniku
- prosječni izvorni prihodi po stanovniku

⁶⁸ Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, *Indeks razvijenosti*, 2018., <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

⁶⁹ Ibidem

- prosječna stopa zaposlenosti
- opće kretanje stanovništva
- stupanj obrazovanosti stanovništva
- indeks starenja.

Od 1. siječnja 2018. godine novi model indeksa razvijenosti dijeli općine i gradove u 8 skupina (4 iznadprosječne i 4 ispodprosječne skupine) i županije u 4 skupine (2 iznadprosječne i 2 ispodprosječne skupine). Poblize, razvrstavanje prema indeksu razvijenosti jedinica regionalne samouprave (županija) definira se na sljedeći način⁷⁰:

- I. skupina – prema vrijednosti indeksa županije se nalaze u drugoj polovini ispodprosječno rangiranih jedinica regionalne samouprave
- II. skupina – prema vrijednosti indeksa nalaze se u prvoj polovini ispodprosječno rangiranih jedinica regionalne samouprave
- III. skupina – prema vrijednosti indeksa nalaze se u drugoj polovini iznadprosječno rangiranih jedinica regionalne samouprave
- IV. skupina – prema vrijednosti indeksa nalaze se u prvoj polovini iznadprosječno rangiranih jedinica regionalne samouprave.

Tablica 8. Vrijednosti indeksa razvijenosti prema županijama Republike Hrvatske 2018. godine

Rang prema indeksu razvijenosti	Županije	Razvojna skupina županije	Indeks razvijenosti
1	Grad Zagreb	4	117,758
2	Istarska	4	108,970
3	Dubrovačko-neretvanska	4	108,580
4	Zagrebačka	4	105,890
5	Primorsko-goranska	4	105,278

⁷⁰ Intermedia Projekt, *Od 1.1.2018. drugačije razvrstavanje jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti*, 2018., <https://intermediaprojekt.hr/2018/01/05/od-1-1-2018-drugacije-razvrstavanje-jedinica-lokalne-i-podrucne-regionalne-samouprave-prema-stupnju-razvijenosti/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

6	Zadarska	4	104,654
7	Splitsko-dalmatinska	3	103,930
8	Varaždinska	3	101,713
9	Međimurska	3	100,502
10	Krapinsko-zagorska	2	98,976
11	Koprivničko-križevačka	2	98,493
12	Šibensko-kninska	2	97,041
13	Osječko-baranjska	2	96,009
14	Karlovačka	2	95,191
15	Požeško-slavonska	2	93,947
16	Brodsko-posavska	1	93,449
17	Bjelovarsko-bilogorska	1	92,576
18	Ličko-senjska	1	92,387
19	Vukovarsko-srijemska	1	91,992
20	Sisačko-moslavačka	1	91,701
21	Virovitičko-podravska	1	90,666

Izvor: Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, *Indeks razvijenosti*, 2018., <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

Prema pokazateljima iz Tablice 8, vidljivo je kako su prvih devet županija iznadprosječno rangirane jedinice regionalne samouprave, što dovodi do zaključka da se ostalih 12 suočava s problemima, među kojima je 10 županija Kontinentalne Hrvatske.

Uvidom u gospodarsku snagu županija, razlike u BDP-u po stanovniku te rezultate indeksa razvijenosti može se zaključiti da upravo u županijama s nižim vrijednostima treba tražiti potencijal za aktiviranje daljnjeg turističkog, ali i šireg gospodarskog razvoja. Vidljiva je velika potreba za ulaganjem u njihov rast i razvoj te jačanje konkurentnosti, ujedno s ciljem smanjivanja razvojnih razlika između županija. Budući da Grad Zagreb kao županija značajno povećava stupanj razvitka Kontinentalne Hrvatske, u detaljnijim analizama Kontinentalne Hrvatske potrebno je

sagledati regiju bez Grada Zagreba, kako bi se kvalitetnije i lakše otkrili problemi, prepreke i potencijali razvoja, što je ujedno i pristup primijenjen u nastavku rada.

Nakon utvrđenih razlika u razvijenosti, a prije zasebnog razmatranja potencijala razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske, zanimljivo je komparirati razlike između promatranih NUTS 2 regija prema ranije istaknutim odabranim turističkim pokazateljima, uz zasebno razmatranje Grada Zagreba.

Tablica 9. Dolasci turista i broj postelja prema NUTS 2 regijama Republike Hrvatske (zasebno Grad Zagreb) u 2017. godini

	Dolasci turista (000)		Indeks	Broj postelja		Indeks
	2016.	2017.	2017./2016.	2016.	2017.	2017./2016.
Jadranska Hrvatska	13.496	15.135	112,14	1.094.418	1.165.034	106,4
Kontinentalna Hrvatska	849	1.009	118,8	24.224	26.334	108,7
Grad Zagreb	1.109	1.286	116,0	15.109	16.059	106,3
UKUPNO	15.454	17.430	112,8	1.133.751	1.207.427	106,5

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 17., 31., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Jaz između Jadranske i Kontinentalne Hrvatske, kao i između Grada Zagreba i ostalih županija Kontinentalne Hrvatske prema odabranim turističkim pokazateljima potvrđuju podaci iz Tablice 9. Grad Zagreb samostalno bilježi veći broj dolazaka u odnosu na ostatak prostora Kontinentalne Hrvatske. Iako u promatranom razdoblju pokazatelji bilježe trend rasta, navedeno je nedovoljno za područje Kontinentalne Hrvatske koje je suočeno s brojnim razvojnim poteškoćama. Pri tome treba naglasiti i opasnosti koncentracije turističkih aktivnosti na prostoru Jadranske Hrvatske. Upravo iz tog razloga nužno je razmotriti postoje li specifičnosti i neiskorišteni potencijali za razvoj turizma kontinentalnog dijela koje treba žurno valorizirati i povezati s različitim gospodarskim granama na istom prostoru. Ostatak rada umjeren je isključivo regiji Kontinentalne Hrvatske bez Grada Zagreba, kako bi se na što kvalitetniji način prikupili, istražili i obradili pokazatelji stanja i definirale razvojne mogućnosti ove regije.

5. KONTINENTALNA TURISTIČKA REGIJA HRVATSKE – STANJE I PERSPEKTIVE

Hrvatska ima brojne turističke atraktivnosti koje je potrebno valorizirati, osobito na kontinentalnom dijelu koji je najviše neiskorišten. Iako se turizam često suočava s problemom prostora, za ovaj dio Hrvatske taj problem nije u pitanju, već brojni drugi. Uz razvoj turizma na tom području stvorio bi se prostor koji bi bio dostupan svima, gradila bi se infrastruktura koja ne bi samo pozitivno utjecala na smanjenje nerazvijenosti, već bi i potencijalno omogućila otvaranje brojnih radnih mjesta. Različitim djelatnostima koje turizam pokriva i s kojima je povezan mogao bi se potaknuti razvoj mnogih gospodarskih grana, a prostor bi mogao postati generator ekonomskih vrijednosti. U cilju detaljnog definiranja potencijala Kontinentalne Hrvatske za razvoj turizma, potrebno je uvidjeti njezino stvarno stanje. Najpregledniji način koji to omogućuje predstavlja SWOT analiza.

5.1. SWOT analiza

SWOT analiza prikazuje snage, slabosti, prilike i prijetnje ove regije, a one proizlaze iz socio-kulturnog, gospodarskog i političkog okruženja. Prikazana analiza odnosi se isključivo na turizam Kontinentalne Hrvatske.

Tablica 10. SWOT analiza turizma Kontinentalne Hrvatske

SNAGE	SLABOSTI
- geografski položaj	- loša prometna infrastruktura i signalizacija
- tri velike plovne rijeke (Sava, Drava, Dunav)	- nedovoljna valorizacija prirodne i kulturne baštine
- povoljna klimatska obilježja	- bespravna gradnja
- zaštićena područja	- netransparentnost
- neiskorišteni resursi	- siva ekonomija
- kvaliteta i briga za okoliš	- iseljavanje
- razvijena obrazovna mreža	- odljev mozgova
- bogata kulturno-povijesna baština	- nedostatna turistička ponuda
- manifestacije	- niski prihodi od turizma

<ul style="list-style-type: none"> - sigurnost - poljoprivredna područja - suradnja između turističkih zajednica - postojanje strategija i planova za turistički razvoj - tradicionalni obrti - tradicija u turističkoj djelatnosti - gostoljubivost 	<ul style="list-style-type: none"> - manjak selektivnih oblika turizma - nedefiniran turistički imidž - slaba promocija turizma - pravni propisi - visoki troškovi ulaganja i održavanja - nedovoljni poticaji investitora - slaba podrška poduzetnicima - needuciranost stanovništva o potencijalima turizma - stagnacija gospodarske aktivnosti
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - privlačenje stranih investitora - prenamjena objekata u turističke svrhe - brži rast proizvodnje - porast turističkih dolazaka - proširenje sezone - bespovratna sredstva iz EU fondova - privlačenje poduzetničkih interesa i ulaganja u turističke svrhe - suradnja između regija - stvaranje autentičnosti regije i kreiranje imidža - unaprjeđenje prometne infrastrukture 	<ul style="list-style-type: none"> - nekontrolirana gradnja - konkurencija - pojava zaraznih bolesti - ekološki problem - nedovoljna zainteresiranost lokalnog stanovništva za razvoj turizma - nemogućnost dobivanja dovoljnog broja bespovratnih sredstava zbog trenutno definiranih regija - migracije - terorizam

Izvor: obrada autora prema Vladi Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, 2013., <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (pristupljeno 5. srpanj 2018.).

Prikazana SWOT analiza u Tablici 10, rezultat je istraživanja iz različitih izvora za potrebe ovog rada, uz nadopunu iz Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. objavljene na stranici Ministarstva turizma. Može se zaključiti da se regija Kontinentalne Hrvatske suočava s brojnim slabostima. Kao prvo, treba stvoriti preduvjete za njihovo uklanjanje. Uzevši u obzir da sve od navedenog ima svoju težinu, stvaranje imidža se čini prilično teškim zadatkom za ovu regiju. Od početaka

razvoja turizma ova regija je bila u "sjeni" Jadranske regije i njezine promocije "sunca i mora" što je i očekivano, zbog čega ne iznenađuje činjenica da se Kontinentalna Hrvatska nastoji i treba bolje profilirati na turističkom tržištu. Ostale slabosti prate razvoj Kontinentalne Hrvatske već dugi niz godina.

Prijetnje mogu biti vrlo ozbiljne ako se dogode u većim razmjerima. Najveću posljedicu može ostaviti terorizam, koji se za sada u našim dijelovima zemlje nije dogodio, ali predstavlja prijetnju na europskom prostoru. Uz to su istaknute prijetnje vidljive s aspekta različitih vrsta migracija. Osim navedenog, vrlo je upitno u ovoj regiji je li lokalno stanovništvo upoznato s mogućnostima koje im može turizam donijeti. Uz novu gradnju, moguća je i obnova stare infrastrukture i suprastrukture, što može osigurati zajednicama dodatne prihode, nova radna mjesta i priliku za razvoj.

Kontinentalna Hrvatska svakako ima snage i prilike s pozitivne strane. Snage su vrlo obećavajuće, ali ih treba znati iskoristiti i pravilo usmjeriti, jer u protivnom neće biti od velike koristi za daljnji razvoj turizma ove regije. U tablici je vidljivo da regija ima različite odrednice koji trebaju jednoj destinaciji da se razvije u vrlo atraktivnu i poznatu turističku regiju. Nažalost, to nije tako, jer se navedeno ne povezuje ne odgovarajući način. Noviji okviri suvremenog poslovanja, kao što su prilike iz EU fondova te trendovi na turističkom tržištu trebaju se iskoristiti u procesu upravljanja razvojem turizma, ali i s aspekta šireg gospodarskog razvoja. Snage nude mogućnost razvoja različitih turističkih sadržaja tijekom cijele godine čime bi i ponuda na priobalnom dijelu mogla biti upotpunjena. Uzevši u obzir da Jadranska Hrvatska ima velike prihode samo u ljetnim mjesecima, idealno bi bilo kada bi se Kontinentalna Hrvatska oblikovala prema potrebama turista koji putuju izvan glavne ljetne sezone te kada bi se primjerice poljoprivreda dijelom povezivala s razvojem turizma. U nastavku se detaljnije obrađuju potencijali razvoja turizma na promatranom prostoru, posebno uzimajući u obzir razlike među županijama Kontinentalne Hrvatske koje zapravo predstavljaju jedinstvene vrijednosti i brojne mogućnosti za razvoj turističkih proizvoda.

5.2. Potencijali razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske

Za Kontinentalnu Hrvatsku turizam se može sagledati kao jedan od značajnih pokretača razvoja i važna poluga zaustavljanja odlaska stanovnika iz tih područja. Iako se već nekoliko godina nastoji stvoriti takav preduvjet razvojem poljoprivredne

proizvodnje i obiteljskih gospodarstava, navedeno nije ostvareno. Problem nastaje već u prvim koracima. Nedovoljno se prepoznaje turistički (specifičan) potencijal promatrane regije, unatoč pojedinim primjerima dobre prakse, jer lakše je upravljati već uhodanim turizmom na području Jadranske Hrvatske. Slijedi obrada potencijala županija Kontinentalne Hrvatske zasebno u cilju sintetiziranja zaključaka i kreiranja cjelovite slike na razini Kontinentalne Hrvatska kao turističke regije.

5.2.1. Zagrebačka županija

Zagrebačka županija predstavlja jednu od najrazvijenijih županija u Republici Hrvatskoj, a također je jedna od prostorno većih i gušće naseljenih. Prostire se na 5,4% od ukupne površine Republike Hrvatske te na području županije živi oko 317.606 stanovnika (oko 7%). Njezin položaj je značajan jer se nalazi na sjecištu najvažnijih prometnih čvorišta.⁷¹ Indeks razvijenosti (Tablica 8) pokazuje da se županija nalazi među razvijenijim kontinentalnim županijama Hrvatske⁷², što je potvrđeno i prema ostalim pokazateljima razvijenosti ranije u radu.

Gospodarsku osnovu čine poljoprivreda, industrija i klasične uslužne djelatnosti.⁷³ Od turističkih posebnosti izdvajaju se prirodne ljepote što čini preduvjete za razvoj seoskog, lovnog i ribolovnog turizma, ali i blizina gradova. Ustanova koja brine o biološkoj i krajobraznoj raznolikosti te 28 područja koja su pod zaštitom je Javna ustanova "Zeleni prsten". Na području se nalaze i dobro poznati parkovi prirode zapadni dio Medvednice i Žumberak - Samoborsko gorje. Na području županije uz brojne zaštićene površine, nalaze se krajobrazi, spomenici prirode i ugrožene biljne i životinjske vrste. Također, županija je dio Natura 2000, ekološke mreže Republike Hrvatske, koja je dio ekološke mreže EU, a obuhvaća područja značajna za očuvanje i ostvarivanje povoljnog stanja divljih vrsta ptica od interesa za EU te područja

⁷¹ Zagrebačka županija, *Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020.*, 2017., https://www.zagrebacka-zupanija.hr/static/files/misc/materijali_za_skupstinu/odbori/odbor_za_prosvjetu_kulturu_i_sport/odbor_prosvjeta_kultura_sport_saziv10_materijal_2tocka_ldio.pdf (pristupljeno 25. kolovoz 2018.).

⁷² Zagrebačka županija, *Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije (do 2025.)*, Zagreb, Institut za turizam, Turistička zajednica Zagrebačke županije, 2016., <https://www.zagrebacka-zupanija.hr/dokumenti/?kategorija=strategije-planovi-i-izvjesca> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

⁷³ Hrvatska gospodarska komora, *Županije - velike gospodarske razlike na malom prostoru*, 2016., str. 7., <https://www.hgk.hr/zupanije-velike-gospodarske-razlike-na-malom-prostoru-najava> (27. kolovoz 2018.).

značajna za druge divlje vrste i njihova staništa za EU.⁷⁴

Na području županije nalazi se 370 kulturnih dobara upisanih u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske te 6 nematerijalnih kulturnih dobara. Njihove vrijednosti se u dovoljnoj mjeri ne prepoznaju, a predstavljaju jedan od značajnijih razvojnih resursa Zagrebačke županije. Zabrinjavajući podatak je i taj da se zbog nedovoljnih financijskih sredstava za obnovu kulture baštine do sada obnovilo samo 7,2% kulturnih dobara. Također se javljaju problemi u ruralnim cjelinama i naseljima u vezi održavanja i obnove povijesnih stambenih i gospodarskih zgrada, jer je njihovo tradicijsko graditeljstvo u izumiranju.⁷⁵

Zagrebačka županija, s brojnim povoljnim uvjetima za razvoj turizma znatno zaostaje za ostalim županijama druge regije, dok je u Kontinentalnoj regiji među prvima.

Tablica 11. Turistički dolasci i noćenja u Zagrebačkoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	75	87	116,0
Noćenja (000)	128	149	116,2

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima iz Tablice 11, vidljivo je da se nastavlja kontinuirani rast od 16% u dolascima i u noćenjima turista. Međutim, s aspekta budućeg razvoja turizma, bitno je također istaknuti probleme u vidu nedovoljno kvalitetnih i neadekvatnih ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta, kao i neodgovarajuću uređenost turističkih sadržaja i turističke infrastrukture za potrebe turističkih aktivnosti. U 2017. godini županija je imala u ponudi samo 2 134 smještajnih jedinica različitih kategorija, iako je taj broj povećan s obzirom na prethodnu godinu i dalje je nedostatan.⁷⁶

Osim što posjeduje brojne prirodne i kulturne atrakcije, županija provodi i sufinancira kulturna događanja, izložbe u muzejima i galerijama. Stvaranje preduvjeta za daljnji razvoj turizma u Zagrebačkoj županiji ovisi i o količini sredstava kojima županija raspolaže. Programi koji se provode za razvoj turizma u Zagrebačkoj

⁷⁴ Zagrebačka županija, *Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025.*, Zagreb, Institut za turizam, 2016. <https://www.zagrebacka-zupanija.hr/dokumenti/?kategorija=strategije-planovi-i-izvjesca> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

⁷⁵ Zagrebačka županija, op. cit.

⁷⁶ Ibidem

županiji uključuju:⁷⁷

- uređenje vlasničkih odnosa nad turističkim resursima
- razvoj kongresnog, vjerskog i tranzitnog turizma
- razvoj lovnog i ribolovnog turizma
- izgradnju obiteljskih hotelsko-ugostiteljskih objekata
- obnovu dvoraca u funkciji formiranja posebne turističke ponude
- razvoj seoskog turizma
- uređenje napuštenih šljunčara u prostore sporta i rekreacije
- poslovno restrukturiranje "Naftalana" u smjeru razvoja zdravstvenog turizma
- izgradnju kampova, vinskih cesta i biciklističkih staza.

Sukladno navedenom, potencijal za razvoj turizma u Zagrebačkoj županiji se može nalaziti upravo u atraktivnoj prirodnoj i kulturnoj baštini koje ima. Postoje preduvjeti za razvoj lovnog i ribolovnog turizma u područjima pokrivenim šumom koja broji 90 lovišta, skrivene rijeke, potoke, jezera i ribnjake. Postoje značajni prirodni potencijali za razvoj zdravstvenog turizma, a preduvjet za to su izvori termalne vode i lječilište "Naftalan". Kao nastavak razvoja turizma kojemu je cilj zdrav život i rekreacija, nude se mogućnosti otvaranja adrenalinskih parkova, razvoj planinarenja, cikloturizam i ostalih outdoor aktivnosti koje se mogu proširiti na ostale županije ili čak i druge države, kreiranjem turističkih ruta. Stvaranje preduvjeta za daljnji razvoj seoskog turizma već je planu županije, ali navedeno se osim gradnje i obnavljanja seoskih kuća za odmor treba okrenuti prema edukacijama i radionicama seoskog načina života, pripremanju domaće hrane i učenju tradicionalnih zanata toga kraja. Uz kreativan um, dobar poticaj i sustavno upravljanje razvojem moguće je očekivati daljnju realizaciju potencijala razvoja kulturnih, prirodnih i ruralnih obilježja promatrane županije u turističke svrhe.

5.2.2. Krapinsko-zagorska županija

Krapinsko-zagorska županija obuhvaća 1.299 km², odnosno čini 2,17% od ukupne površine Republike Hrvatske. Na površini županije živi oko 132.892 stanovnika, odnosno 3,09% od ukupnog broja. U turizmu je zaposleno 1.380 osoba, odnosno

⁷⁷ Zagrebačka županija, op. cit.

4,34% ukupnog broja zaposlenih ove županije, a udio prihoda od turizma kreće se na razini od 1 - 1,50%.⁷⁸

Najvažniji prirodni resursi Krapinsko-zagorske županije su termalni izvori (Stubičke i Krapinske Toplice) te izvori pitke vode. Termalni izvori se već koriste kao dio turističko-zdravstvene ponude, dok su Sutinske i Tuheljske Toplice namijenjene u turističko-rekreacijske svrhe. Šume zauzimaju 35,5% površine u kojima se osim šumarstva, razvija i rekreacijski i lovni turizam.⁷⁹

Kulturna i prirodna baština u županiji nije dovoljno očuvana, s obzirom na to da se prepoznaju problemi zapuštanja i nedovoljne zaštite istih. Na području županije zaštićeno je 17 područja u kategorijama park prirode, spomenik prirode, značajan krajobraz i spomenik parkovne arhitekture, a na području se prostire i Park prirode Medvednica koja također ima značaj za razvoj turizma. Kao i Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska županija je dio ekološke mreže Natura 2000. Županiju obogaćuju raznovrsna i vrijedna kulturno-povijesna baština koju prikazuje kroz razne manifestacije, ustanove i susrete.⁸⁰

Krapinsko-zagorska županija je jedna od rijetkih županija u Hrvatskoj koja ima kreiran imidž kroz brendiranje županije kao "Bajke na dlanu". Temelj njezina razvoja je kvaliteta, a turističku ponudu čine selektivni oblici turizma u kojima županija koristi svoje komparativne prednosti: toplički, vjerski, zdravstveni, kulturni i seoski turizam. Vjerski turizam ima značajnu ulogu u razvoju turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji, gdje se tradicija njeguje već dugi niz godina u najpoznatijem hrvatskom svetištu Marija Bistrica. Također, u ovoj županiji se nalazi i najpoznatiji muzej u Hrvatskoj, Muzej krapinskih neandertalaca. Iako u posljednjih nekoliko godina dolazi do pada broja posjeta, nije manje značajan od ostalih atrakcija.

Prema podacima iz Tablice 12 vidljivo je da se pristup razvoju turizma odvija u odgovarajućem smjeru, jer županija bilježi porast od 14,5% u dolascima i 16,4% u noćenjima.

⁷⁸ Ž. Kolar i M. Jurman (ur.), *Strategija razvoja ljudskih potencijala Krapinsko-zagorske županije 2014.-2020.*, Krapinsko-zagorska županija, Partnersko vijeće za tržište rada Krapinsko-zagorske županije, 2014.,

http://www.kzz.hr/sadržaj/dokumenti/05927851/KZZ_Strategija_razvoja_ljudskih_potencijala.pdf

(pristupljeno 11. rujan 2018.).

⁷⁹ Krapinsko-zagorska županija, *Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020. godine*, <http://www.kzz.hr/strategija-razvoja-2020> (pristupljeno 26. kolovoz 2018.).

⁸⁰ Ibidem

Tablica 12. Turistički dolasci i noćenja u Krapinsko-zagorskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	124	142	114,5
Noćenja (000)	283	330	116,4

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema posljednjim dostupnim podacima u promatranj županiji broj smještajnih jedinica se povećao 3,9% u odnosu na prethodnu godinu.⁸¹ Značajan udio odnosi se na hotele koji pripadaju kompleksima toplica, što će u budućnosti i nastaviti trend rasta. Budući da se županija već opredijelila za određene selektivne oblike turizma, dobro je naglasiti kako je njezin Master plan razvoja turizma definiran u istom smjeru. U njemu se navode ključni turistički proizvodi:⁸²

- zdravlje, SPA i *wellness*
- obiteljski odmor
- poslovni turizam i događanja
- aktivni, sportski i avanturistički odmor.

Također, definirana su i tri sekundarna turistička proizvoda:⁸³

- kulturni turizam
- religiozni turizam
- agroturizam.

Krapinsko-zagorska županija ima sve preduvjete da postane destinacija odmora, rekreacije i zdravog načina života. Ima najveći broj termalnih izvora, toplica i jednu od najvećih površina šumovitog područja u Hrvatskoj. Blizina grada Zagreba omogućuje bolju povezanost s ostalim turističkim i neturističkim žarištima i bolju dostupnost turistima. Uz kvalitetnu infrastrukturu, specijaliziranu radnu snagu i podršku investitora

⁸¹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

⁸² Horwath HTL, *Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 2016.-2025.*, 2015., str. 127., <http://www.kzz.hr/master-plan-razvoja-turizma> (pristupljeno 26. kolovoz 2018.).

⁸³ Loc. cit.

ova županije može postati vrlo poznata u zdravstvenom turizmu. Iako ima preduvjete i za daljnji razvoj ostalih selektivnih oblika turizma, smatram da bi se trebala opredijeliti za selektivne oblike turizma u kojima ima najviše koristi gdje zdravstveni turizam zasigurno ima svoje prioritarno mjesto. Kulturni turizam također je jedan od potencijala, ali prema dosadašnjim istraživanjima ne pripada u glavna četiri prioriteta. S ciljem daljnjeg razvoja turizma bitno je kontinuirano pratiti trendove koji se vežu u ovaj oblik turizma. Prilagođavanje novim željama turista je bitno, a osobito ako se radi o vrsti turizma koji je u dosadašnjim godinama donosio prihode.

5.2.3. Sisačko-moslavačka županija

Sisačko-moslavačka županija smještena je u južnom dijelu središnjeg dijela Republike Hrvatske sa sjedištem u Sisku. Njezino područje obuhvaća Posavinu, Banovinu, Moslavinu te dijelove Korduna i Slavonije. Županija ima površinu od 4.468 km² što čini ukupno 7,9% kopnenog teritorija Republike Hrvatske. Na tom području živi 172.439 stanovnika, tj. 4,02% ukupne hrvatske populacije. U strukturi obrtničkih djelatnosti najveći udio u ukupnom broju obrta zauzimaju uslužni obrti 34,10%, a ugostiteljstvo i turizam imaju 10,49% od ukupnih djelatnosti.⁸⁴

Cijelo područje županije ima vrlo raznolik i atraktivni prirodni krajobraz. Najznačajniju atrakciju predstavlja Park prirode Lonjsko polje. Obiluje bogatstvom biljnog i životinjskog svijeta, tradicionalnim poljodjeljstvom i stočarstvom. Osim parka prirode veliku važnost u razvoju turizma imaju i bogati izvori hipotermalne ljekovite vode u Topuskom, koji sa svojim geotermalnim svojstvima predstavljaju značajan ekonomski potencijal za ovu županiju. Od kulturno-povijesne baštine promatrana županija se može pohvaliti arheološkim nalazištima iz rimskog doba, kao i zaštićenim nalazištima iz prapovijesti i antike.⁸⁵

Tablica 13. Turistički dolasci i noćenja u Sisačko-moslavačkoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
--	-------	-------	--------

⁸⁴ Sisačko-moslavačka županija, *Županijska razvojna strategija Sisačko-moslavačke županije 2017.-2020.*, 2018., <https://www.smz.hr/dokumenti/strategije/zrs> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

⁸⁵ Ibidem

Dolasci (000)	29	37	127,6
Noćenja (000)	84	90	106,8

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Županija ima pozitivan trend rasta dolazaka i noćenja turista (Tablica 13). U 2017. godini bilježi rast od 27,6% u dolascima i 6,8% u noćenjima turista u županiji u odnosu na prethodnu godinu. Iz ovih podataka može se zaključiti da se turisti ne zadržavaju veći broj dana u županiji, gdje se postavlja pitanje, da li je problem nedostatak smještajnih jedinica ili je problem nedostatna turistička ponuda.

Županija ima razrađen strateški plan razvoja u Strategiji razvoja Sisačko-moslavačke županije do 2020., pri čemu se kao jedan od prioriteta prikazuje i razvoj turizma. Zasebno se izradio Operativni plan razvoja cikloturizma, u kojemu je naglašen turistički proizvod "Bike&Bed".⁸⁶ Ovim potezom, nastoji se bolje povezati različitost ponude u jedan proizvod, kako bi turisti koji preferiraju ovu vrstu ponude bili što zadovoljniji i imali više mogućnosti izbora. Također, pripremljena je i Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije 2014.-2020. kao glavni strateški dokument za razvoj turizma županije.

Očuvanost prostora, očuvana tradicijska graditeljska baština te rijetka naseljenost županije predstavljaju potencijale koji omogućuju da se ova regija turistički razvija kroz selektivne oblike turizma. Zdravstveni, lovni, seoski i ruralni turizam su već zastupljeni u najvećoj mjeri, dok se na turističkom tržištu nastoje razvijati također cikloturizam, etno i gastroturizam.⁸⁷ U skladu sa svojim potencijalima, Sisačko-moslavačka županija održava manifestacije kojima njeguje običaje i tradiciju tijekom godine. Iako su većinom posjećene od strane domaćih turista, svake godine broje sve veći broj stranih gostiju.

Prema istraženim izvorima može se zaključiti da bogatstvo kulturno-povijesne baštine i prirodnih potencijala Sisačko-moslavačkoj županiji omogućuju da razvija različite selektivne oblike turizma. Velike probleme stvara nedostatak smještajnog kapaciteta, koji je za 2017. godinu iznosio 1.141 postelja (iako je zabilježeno 6,3%

⁸⁶ Ibidem

⁸⁷ Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije SIMORA d.o.o., *Strategija razvoja turizma Sisačko-moslavačke županije 2014.-2020.*, <https://www.simora.hr/?p=faq&m=p&f=index&i=117&l=hr&> (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).

više nego prethodne godine)⁸⁸. S obzirom na to da se želi ostvariti razvoj usluga "Bike&Bed" potrebno je također otvoriti više prilagođenih objekata za smještaj kako bi navedeni plan bio ostvaren. Osim smještaja, ukoliko se želi naveden turistički proizvod atraktivnije plasirati na turističko tržište, vrlo su važni punktovi s ponudom jela i pića, opremom za sport i dobra signalizacija. Kao i svaka druga županija u Hrvatskoj, suočena je s nedovoljno zaštićenom i zapuštenom spomeničkom baštinom. Nedostatak izvora financiranja i nedovoljna uključenost te zanimanje za navedeno stvara negativne posljedice za županiju, odnosno za njezine turističke potencijale.

5.2.4. Karlovačka županija

Karlovačka županija je smještena u središnjoj Hrvatskoj i obuhvaća površinu od oko 3.644 km², na kojoj živi 128.899 stanovnika. Predstavlja vezu između kontinentalne i obalne Hrvatske, kao i sjecište najvažnijih prometnica koje povezuju Europu s Jadranom. Geoprometni položaj je oduvijek bio jedan od najjačih atributa ove županije, s obzirom na to da je od rimskog doba predstavljala tranzitno područje, osobito kroz tada prve i najpoznatije povijesne ceste Karoline, Lujzijane i Jozefine.⁸⁹

Tablica 14. Turistički dolasci i noćenja u Karlovačkoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	279	333	119,4
Noćenja (000)	466	565	121,1

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Karlovačka županija bilježi najveći broj dolazaka i noćenja u odnosu na županije iz regije Kontinentalna Hrvatska, pri čemu se nastavlja pozitivan trend rasta broja dolazaka od 19,4% i noćenja od 21,1% u odnosu na prethodnu godinu. Također, predvodnica je i prema broju smještajnih jedinica, koji je u odnosu na prethodnu godinu povećan za 11%.⁹⁰ Potrebno je istaknuti da je Karlovačka županija tranzitna

⁸⁸ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

⁸⁹ Karlovačka županija, *Opći podaci o Karlovačkoj županiji*, 2017. dostupno na: <https://www.kazup.hr/o-zupaniji/opci-podaci> (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).

⁹⁰ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

regija i većina noćenja odnosi se na tranzit turista i ostalih putnika, ali to ne umanjuje značajan turistički potencijal.

Karlovačka županija je bogata raznolikim prirodnim i reljefnim karakteristikama. Najznačajniji dio županije predstavlja područje Parka prirode Žumberak - Samoborsko gorje, koje obuhvaća dolinu Kupe, Velike i Male Utinje. Na području županije prostire se najpoznatiji i najveći nacionalni park Hrvatske Plitvička jezera, koji se nalazi na popisu UNESCO-ve svjetske baštine.⁹¹ Tu su također Baraćeve špilje, Stari grad Drežnik, mlinica na rijeci Korani, dobro izgrađena mreža biciklističkih i pješačkih staza i drugi potencijali daljnjeg razvoja turizma. Potrebno je istaknuti Grad Ogulin koji je brendiran kao "Zavičaj bajke".⁹²

Upravo zbog položaja županiju danas obogaćuju brojne kulture iz različitih razdoblja. Karlovačka županija ima veliki broj zaštićenih spomenika kulturne baštine koji predstavljaju graditeljsko nasljeđe različitih razdoblja povijesti. Najveći problem nezaštićene kulturne baštine je urbanizacija, putem koje su povijesne građevine devastirane i promijenjene u odnosu na njihovo prvobitno stanje.⁹³ Također, neravnomjerna urbanizacija izazvala je depopulaciju manje razvijenijih područja županije, a posljedica toga su zapušteni i nerazvijeni dijelovi. S obzirom na to da se narušava kulturno-povijesna baština pojedinih područja županije, rješenje se može tražiti u razvoju turizma kojim će se pokušati ublažiti problem zapuštenih i nedovoljno iskorištenih potencijala.

Dosadašnji prihodi koje Karlovačka županija ostvaruje putem turizma, nisu dostatni, ne omogućuju razvijanje novih kapaciteta i dodatne ponude prema turističkoj potražnji.⁹⁴ Uz nedostatak dodatne turističke ponude, manjak kvalitetnih smještajnih kapaciteta, relativno kratko vrijeme boravka turista, nedovoljna podrška razvoju i promociji kontinentalnog turizma, manjak kvalitetnih turističkih kadrova, nedovoljno kvalitetan sustav destinacijskog menadžmenta navode se kao ograničenja razvoja turizma.⁹⁵ Razminiranje predstavlja također značajno razvojno ograničenje.

⁹¹ Karlovačka županija, *Županijska razvojna strategija Karlovačke županije 2011.-2013.*, 2011., <http://europski-fondovi.eu/content/upanijska-razvojna-strategija-karlova-ke-upanije> (27. kolovoz 2018.).

⁹² Karlovačka županija i Regionalna razvojna agencija Karlovačke županije, *Razvojna strategija Karlovačke županije 2016-2020+*, 2018., <https://www.kazup.hr/2016-02-11-09-35-02/savjetovanje-sa-zainteresiranom-javnoscju/otvorena-savjetovanja/1000959-zupanijska-razvojna-strategija-karlovacke-zupanije-2020.html> (27. kolovoz 2018.).

⁹³ Karlovačka županija, op. cit.

⁹⁴ Karlovačka županija, op. cit.

⁹⁵ Karlovačka županija i Regionalna razvojna agencija Karlovačke županije, op. cit.

U Strategiji razvoja turizma Karlovačke županije predloženi su aktivni odmor, ruralni turizam, lovni i ribolovni turizam, kulturni turizam kao primarni turistički proizvodi i iskustva koji se trebaju razvijati, dok su touring, enogastronomski turizam, izleti i manifestacije kategorizirani u specifične proizvode i iskustva.⁹⁶

5.2.5. Varaždinska županija

Varaždinska županija se nalazi na sjevernom dijelu Republike Hrvatske i smještena je na rubnom pojasu panonskog područja. Površina iznosi 1.262 km², na kojoj živi 175.951 stanovnika i predstavlja drugu najgušće naseljenu županiju Hrvatske. Njezin geoprometni položaj je od velikog značaja jer područjem prolaze važni cestovni i željeznički pravci koji spajaju sjeverozapadnu Hrvatsku s europskim prometnim pravcima.⁹⁷

Tablica 15. Turistički dolasci i noćenja u Varaždinskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	52	61	117,3
Noćenja (000)	129	142	110,4

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

U Varaždinskoj županiji turizam ne pripada u najvažnije pokretače gospodarstva, ali ne smiju se zanemariti rezultati i potencijali razvoja. Varaždinska županija bilježi porast broja dolazaka (17,3%) i porast broja noćenja (10,4%) u odnosu na prethodnu godinu kao što je prikazano u tablici.

Na području županije nalazi se 30 zaštićenih prirodnih vrijednosti, od kojih je najznačajnije područje Regionalnog parka Mura-Dunav koji je dio pograničnog UNESCO-voeg rezervata biosfere Mura-Drava-Dunav. Uz prirodne vrijednosti na ovom

⁹⁶ Horwath HTL, *Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine*, 2018., <https://www.kazup.hr/2016-02-11-09-35-02/savjetovanje-sa-zainteresiranom-javnoscu/otvorena-savjetovanja/1000777-analiza-stanja-i-strategija-razvoja-turizma-karlovacke-zupanije-do-2025-godine.html> (pristupljeno 2. rujan 2018.).

⁹⁷ N. Ivandić et. al., *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015.-2025.*, 2015., <http://www.varazdinska-zupanija.hr/repository/public/2015/4-savjetovanje/gospodarstvo/rujan/15-09-strategija-razvoja-turizma.pdf> (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).

području se nalazi i 315 zaštićenih pokretnih i nepokretnih materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara, u koje pripada i Lepoglavska čipka pod UNESCO-ovom zaštitom. Prepoznatljive su također kulturne manifestacije (kao što je Špancirfest).⁹⁸

Varaždinska županija ima razrađen strateški plan razvoja turizma. Smatra se da bi turizam mogao biti jedan od važnijih pokretača gospodarske aktivnosti ako se strategija provede kako je predviđena. Temelj kreiranja atrakcijskog miksa čine povijesna jezgra grada, Varaždinske Toplice sa zdravstveno-turističkom ponudom, kulturne i vjerske manifestacije, Trakošćan, Arboretum Opeka, rekreativni potencijal krajolika, neandertalska kultura.⁹⁹ Definirana vizija govori da će Varaždinska županija do "2025. godine prerasti u jednu od vodećih srednjoeuropskih kontinentalnih destinacija s prostorno disperziranom ponudom visokokvalitetnih kreativnih turističkih doživljaja naslonjenih na kulturu, zdravlje, događanja i aktivno uživanje u prirodi".¹⁰⁰

Ciljevi u funkciji razvoja turizma uključuju jačanje konkurentnosti, obogaćivanje ponude, povećanje kvalitete turističke infrastrukture, kreiranje tržišne prepoznatljivosti.

Uspješnost se ne može ostvariti u kratkom roku već se treba postupno graditi i usmjeravati. Varaždinska županija bi se trebala orijentirati na poboljšavanje i proširenje postojeće ponude gdje se nalaze potencijali. Također, županija bi trebala više pažnje posvetiti zdravstvenom i kulturnom turizmu, jer u ovoj vrsti ima najviše komparativnih prednosti. U skladu s navedenim, korisno je uspostaviti suradnju sa susjednim regijama koje nude istu ili sličnu ponudu što će pridonijeti i prepoznatljivosti.

5.2.6. Koprivničko-križevačka županija

Koprivničko-križevačka županija smještena je na sjeverozapadnom dijelu Republike Hrvatske i obuhvaća površinu od 1.748 km², na kojoj živi oko 115.584 stanovnika. Geoprometni položaj je povoljan, ali ima problem vrlo loše prometne povezanosti s ostatkom zemlje. Osnove gospodarskog razvoja županije čine prerađivačka industrija, osobito prehrambena i farmaceutska, trgovina, poljoprivreda i građevinarstvo.¹⁰¹

⁹⁸ Ibidem

⁹⁹ Ibidem

¹⁰⁰ Ibidem, str. 60.

¹⁰¹ Hrvatska gospodarska komora, op. cit., str. 8.

Tablica 16. Turistički dolasci i noćenja u Koprivničko-križevačkoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	18	19	105,6
Noćenja (000)	40	39	98,2

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Županija bilježi porast broja dolazaka, ali smanjenje broja noćenja u promatranom razdoblju te je jedna od manje razvijenih turističkih regija u Hrvatskoj. Na području promatrane županije nalaze se različiti smještani objekti, apartmani, hoteli, seljačka domaćinstva, lovačke kuće, planinarski dom, sobe za iznajmljivanje.¹⁰² Međutim, 2017. Koprivničko-Križevačka županija zabilježila je 676 postelja, što je 7,4% manje u odnosu na prethodnu godinu.¹⁰³

U cilju daljnjeg razvoja turizma u promatranj županiji potrebno je definirati potencijale. Područje Koprivničko-križevačke županije obiluje netaknutom prirodom i krajobraznim pejzažima u kojima obitavaju mnoge životinjske vrste. Na području županije nalaze se također vinske ceste. Površina prekrivena šumom zauzima 32,9% županije što omogućuje razvoj lovnog, rekreacijskog, kamping, izletničkog i cikloturizma. Geotermalni izvori predstavljaju potencijal razvoja zdravstvenog turizma. Na području županije zaštićena su 2.342 kulturna dobra koja su posebna i vezana za to područje te predstavljaju veliki potencijal za razvoj kulturnog turizma.¹⁰⁴ Uz navedeno, potencijal postoji u vidu razvoja naivne umjetnosti¹⁰⁵, cijenjene u svijetu, tradicijskih manifestacija te seoskog turizma.¹⁰⁶

Postoji duga tradicija uzgoja konja, a tu danas djeluje desetak konjičkih klubova i udruga. U ovom obliku turizma (konjički/jahački) postoje velike komparativne prednosti u odnosu na ostatak zemlje, što predstavlja potencijal za razvoj takve vrste

¹⁰² Koprivničko-križevačka županija, *Županijska razvojna strategija za razdoblje 2014.-2020.*, 2016., str. 22., <https://pora.com.hr/zupanijska-razvojna-strategija-2014-2020/>, (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).

¹⁰³ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

¹⁰⁴ Koprivničko-križevačka županija, op. cit., str. 23., 26.

¹⁰⁵ *Naiva* - nazivana i naivna umjetnost - posebni je segment umjetnosti 20. stoljeća. Predstavlja izdvojenu skupinu umjetnički neškolovanih slikara i kipara. Više na: Hrvatski muzej naivne umjetnosti, *Naivna umjetnost*, 2015., http://www.hmnu.hr/hr/naivna_umjetnost/131/2, (29. kolovoz 2018.).

¹⁰⁶ Hrvatska gospodarska komora, op. cit., str. 8.

turizma u budućnosti.¹⁰⁷ Međutim, kako bi se potencijali razvoja različitih selektivnih oblika kontinentalnog turizma realizirali nužno je ukloniti slabosti kao što su slaba dostupnost, neiskorišteni potencijali posebno uz rijeku Dravu i planinu Kalnik, neadekvatni smještajni kapaciteti i ugostiteljska ponuda, nedovoljno razvijen marketing, brendiranje županije kao turističke destinacije.¹⁰⁸

5.2.7. Bjelovarsko-bilogorska županija

Bjelovarsko-bilogorska županija smještena je na sjeverozapadu Republike Hrvatske i prostire se na 2.652 km², što čini 4,65% od ukupne površine države. Nalazi se u dijelu koji predstavlja ključno čvorište europskih i regionalnih pravaca. Ovo područje čini gospodarsko okruženje koje je temeljeno na tradiciji u poljoprivredi, obrtništvu i turizmu s naglaskom na očuvanje okoliša te prirodnu i kulturnu baštinu. Prirodni potencijali ogledaju se u raspoloživom poljoprivrednom zemljištu, šumama, a područje je također bogato obnovljivim izvorima energije. Županija razvija proizvodnju hrane i drvnoprerađivačku industriju.¹⁰⁹

Kao svoje komparativne prednosti navodi očuvan okoliš, resursnu osnovu, povoljan geostrateški položaj, klimu, ljudske potencijale, značajan industrijski i poljoprivredni potencijal, kontinentalni turizam. Kao nedostatke navodi visoku stopu nezaposlenosti, migracije, ubrzano starenje populacije te nedovoljnu tehnološku opremljenost i nedostatak novih tehnologija (između ostalih razvojnih ograničenja).¹¹⁰

Tablica 17. Turistički dolasci i noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	20	23	115,0
Noćenja (000)	68	70	103,4

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf

¹⁰⁷ Koprivničko-križevačka županija, op. cit., str. 23.

¹⁰⁸ Koprivničko-križevačka županija, op. cit., str. 48.

¹⁰⁹ Hrvatska gospodarska komora, op. cit., str. 8.

¹¹⁰ Bjelovarsko-bilogorska županija, *Razvojna strategija Bjelovarsko-bilogorske županije 2011.-2013.*, 2011., <http://rerabz.hr/dokumenti-razvojne-agencije/detaljnije/razvojna-strategija-bjelovarsko-bilogorske-zupanije-2011.-2013> (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).

(pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima iz Tablice 17 zaključujemo da se i u ovoj županiji nastavlja trend rasta broja dolazaka (15%) i noćenja (3,4%) u odnosu na prethodnu godinu. Međutim, turistički potencijali nedovoljno su valorizirani iako postoje prirodne pogodnosti i specifičnosti krajolika (područje Bilogore, Moslavačke gore, Ravne gore, Papuka i sl., uz ranije istaknute resurse), kao i kulturno-povijesna baština.¹¹¹

Bjelovarsko-bilogorska županija prepoznaje se kao prostor predodređen za razvoj turizma specijalnih interesa, zdravstvenog turizma na području Daruvara (Daruvarskih toplica). Također, značajan potencijal predstavljaju mogućnosti za razvoj lovnog, ribolovnog turizma, cikloturizma, turizma u ruralnom okruženju, izletničkog turizma, ističe se potreba promoviranja tradicije proizvodnje vina, bilogorsko-moslavačke kuhinje te potreba razvoja domaćeg turizma.¹¹²

Županija se predstavlja na tržištu kao “zelena oaza zdravlja, znanja, tradicijskih vrijednosti i pravih prilika”, orijentirana je na odmor i psihofizičku rekuperaciju u očuvanom prirodnom ambijentu, uz domaću hranu.¹¹³

Prema istraživanju se može zaključiti da se županija trudi kreirati visoku razinu prepoznatljivosti turizma. S obzirom na to da je najviše dolazaka evidentirano u Daruvarskim toplicama,¹¹⁴ smatram da bi se u tom smjeru trebao turizam i razvijati. Nadalje, povećanje smještajnih jedinica, uređenje vinskih cesta i velikih ribnjaka, proizvodnja zdrave hrane mogli bi predstavljati značajan dio upotpunjavanja ponude. Ukoliko se lokalna zajednica odgovarajuće orijentira na postojeću ponudu i poveća njezinu kvalitetu i obuhvat, tek onda će ostvarivati veće prihode od turizma i imati mogućnost razvoja svih ostalih potencijala.

5.2.8. Virovitičko-podravska županija

Virovitičko-podravska županija smještena je na prostoru dodira Slavonije sa središnjom Hrvatskom. Površina joj iznosi 2.021 km² na kojoj živi 93.389 stanovnika.

¹¹¹ I. Kunst i R. Tomljenović, *Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije*, 2009., <http://rerabbz.hr/dokumenti-razvojne-agencije/detaljnije/turisticki-master-plan-bjelovarsko-bilogorske-zupanije> (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).

¹¹² Bjelovarsko-bilogorska županija, op. cit.

¹¹³ I. Kunst i R. Tomljenović, op. cit.

¹¹⁴ Ibidem

Nalazi se na vrlo značajnom geoprometnom položaju jer je najkraća i najpogodnija veza Podunavlja i Jadrana.¹¹⁵

Tablica 18. Turistički dolasci i noćenja u Virovitičko-podravskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	12	14	116,7
Noćenja (000)	31	33	107,1

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima iz Tablice 18, vidljivo je da se 2017. godine povećao broj dolazaka za 16,7% i broj noćenja za 7,1% u odnosu na prethodnu godinu. Iako bilježi trend rasta, ova županija se nalazi među najmanje razvijenim županijama u Hrvatskoj prema osnovnim pokazateljima razvoja turizma (npr. Tablica 5). Županija ima izrađen Master plan razvoja turizma do 2019. godine.

Županiju karakteriziraju prirodne vrijednosti kao što su rijeka Drava, koja predstavlja prirodnu granicu uz Mađarsku i predjeli Parka prirode Papuk unutar kojeg se nalaze ostaci srednjovjekovnih gradova, brojnih kulturno-povijesnih i prirodnih bogatstava. Uz ostalu ponudu, najviše se ističu manifestacije koje njeguju tradicijske zanate, a koje se održavaju tijekom cijele godine.¹¹⁶

Vizija je usmjerena prema očuvanoj kulturnoj i prirodnoj baštini, poduzetničkoj klimi u cilju razvoja održivog turizma, razvoju destinacije kao jedinstvenog spoja nizine uz Dravu i gorja Papuka te Bilogore, što se nastoji postići aktiviranjem turističkih resursa, razvijanjem ljudskih resursa u turizmu, promoviranjem regije.¹¹⁷

Promatrana županija ima potencijal za razvoj kulturnog turizma, ali i turizma događaja, koji se može razvijati u skladu s važnim povijesnim događajima ovog područja. Ostaci dvoraca, ruševina i legende bile bi veliki potencijal za razvoj novih

¹¹⁵ VIDRA - Agencija za regionalni razvoj Virovitičko-podravške županije et al., *Virovitičko-podravska županija - županijska razvojna strategija 2011.-2013.*, 2011., <http://www.vpz.hr/zupanijska-uprava/upravni-odjel-za-gospodarstvo-poljoprivredu-i-eu-fondove/zupanijska-razvojna-strategija/> (pristupljeno 28. kolovoz 2018.).

¹¹⁶ Virovitičko-podravska županija, *Master plan turizma Virovitičko-podravške županije za razdoblje 2009.-2019.*, Virovitica, VIDRA, 2008., <http://www.vpz.hr/master-plan-turizma/> (pristupljeno 28. kolovoz 2018.).

¹¹⁷ Ibidem, str. 53.

oblika turističkih proizvoda za to područje, kao što su “*storytelling*” i multimedijски muzeji i galerije. Također, Papuk kao atrakcija nije dovoljno prepoznat u turizmu, jer se od velikog broja potencijala može bolje razvijati planinarenje u svrhu turizma, izletnički i rekreacijski turizam, koji do danas imaju samo mali dio u turističkoj ponudi županije.

5.2.9. Požeško-slavonska županija

Požeško-slavonska županija nalazi se u sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske, prostire se na 1.823 km², na čijem području živi 78.034 stanovnika. Geopoložaj je vrlo povoljan, ali ističe se problem nepovezanosti i slabe dostupnosti glavnih dijelova županije. Izvorno je orijentirana u području prerađivačke industrije, a svoj potencijal vidi u razvoju poljoprivrednih proizvoda (posjeduje značajan broj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava), aktiviranju prirodnih potencijala (kao što su vode, termalni izvori, obradivo zemljište, šume) i razvoju turizma kroz kulturnu baštinu, netaknutu prirodu, vinske potencijale.¹¹⁸

Tablica 19. Turistički dolasci i noćenja u Požeško-slavonskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	11	13	118,2
Noćenja (000)	26	31	119,7

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima, Požeško-slavonska županija bilježi povećanja u dolascima (18,2%) i u noćenjima (19,9%) u odnosu prethodnu godinu. U skladu s pozitivnim trendovima rasta, povećavao se i broj smještajnih jedinica s 479 na 596 postelja u 2017. godini, što predstavlja jedno od najvećih povećanja (24,4%) u usporedbi s ostalim županijama Hrvatske. Iz komparacije pokazatelja proizlazi da je promatrana županija slabije razvijena, ali se usmjerava ka daljnjem razvoju turizma.

Županija predstavlja povijesnu cjelinu u kojoj su živjele različite civilizacije, koje su

¹¹⁸ Hrvatska gospodarska komora, op. cit., str. 9.

za sobom ostavile veliki broj kulturnih tragova, od graditeljske baštine do arheoloških nalazišta. U cilju zaštite i očuvanja različitih kultura, Požeško-slavonska županija zajedno sa Gradom Požegom osnovala je Konzervatorski odjel čiji se poslovi odnose na skrb o 88 nepokretnih kulturnih dobara, 20 pokretnih kulturnih dobara, tri zaštićene povijesne cjeline, 19 arheoloških nalazišta, 13 nematerijalnih kulturnih dobara i 28 spomenika, uz preventivnu zaštitu pojedinih dobara i arheoloških nalazišta.¹¹⁹ U cilju predstavljanja svoje raznolikosti u županiji se održavaju kulturne manifestacije koje su dobro poznate posjetiteljima, a neke od poznatijih su Aureafest (glazbeni festival), Ivanjski krijes i Požeško kulturno ljeto.¹²⁰

Kao što je ranije istaknuto, osim kulturnih bogatstava, županija je bogata i prirodnim potencijalima. Tu se ističu područje zaštićene prirode Parka prirode Papuk, šumska područja, brojni vodotoci. Vrijedno poljoprivredno zemljište idealno je za razvoj ruralnog turizma. Također, nosi dugu tradiciju vinarstva, uz koju se kao turistički proizvod nude vinske ceste, kao i lovstva, u sklopu kojeg su definirana 24 zajednička lovišta. Potencijali se vide i u razvoju ribolovstva. Iz navedenog slijedi da je područje pogodno za razvoj različitih oblika kontinentalnog turizma, odnosno nakon valorizacije potencijala županije, potencijali se vide u razvoju lovnog, kulturnog, arheološkog, istraživačkog, izletničkog, zdravstveno-rekreacijskog, rekreativnog, ruralnog, ribolovnog, vinskog, ekološkog turizma i sl.¹²¹

Kao i ostale, ratom pogođene županije, Požeško-slavonska se i dalje bori s uništenom infrastrukturom, koja do danas nije obnovljena. Također, županija ističe kako je jedan od većih razloga slabe turističke posjećenosti i neorganiziranost turističke ponude, nerazvijenost turističke infrastrukture, nedostatak smještajnih kapaciteta i neadekvatno obrazovano stanovništvo za potrebe razvoja turističko-ugostiteljskog sektora.¹²²

Iako županija bilježi pozitivne trendove, potrebna je ubrzana aktivacija potencijala s obzirom na postojeće pokazatelje. Odluka o osnivanju Konzervacijskog odjela za očuvanje i zaštitu kulturne baštine pokazala se značajnom. Ograničenje u razvoju turizma, ali s druge strane i potencijal, predstavljaju također geografska obilježja jer

¹¹⁹ Požeško-slavonska županija, *Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije za razdoblje 2017.-2020.*, 2018., str. 22., http://www.panora.hr/repos/download/1517824878zrs_psz_2017-2020_r6.pdf (priostupljeno 28. kolovoza 2018.).

¹²⁰ Ibidem, str. 23.

¹²¹ Ibidem, str. 39., 40.

¹²² Ibidem, str. 40.

je županija reljefno sastavljena od brda, planina i kotlina. Uz izgradnju i uređenje infrastrukture, problem može biti riješen na način da se napravi bolja signalizacija, kreiraju kreativni punktovi do destinacija i njihovih atrakcija. Tako se mogu spojiti različiti oblici turizma, kao što su cikloturizam, avanturistički, rekreativni, izletnički turizam te vinske ceste u jednu cjelinu. Osobito je bitno da se, zbog velike površine županije i njezinih raspršenih atrakcija stvore smještajne jedinice kako bi se posjetiteljima omogućio kvalitetan odmor, uz odgovarajuću prateću ponudu i infrastrukturnu povezanost.

5.2.10. Brodsko-posavska županija

Brodsko-posavska županija je smještena u južnom dijelu slavonske nizine, prostire se na 2.034 km² površine, na kojoj živi 176.000 stanovnika. Predstavlja jednu od najjužnijih i najdužih županija na istoku.¹²³

Tablica 20. Turistički dolasci i noćenja u Brodsko-posavskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	26	29	111,5
Noćenja (000)	46	51	110,9

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima iz tablice 20, vidljivo je povećanje dolazaka od 11,5 % i noćenja od 10,9% u odnosu na 2016. godinu. Također bilježi i povećanje smještajnih kapaciteta s 995 na 1.093 postelje, a što je ujedno i jedan od razloga povećanja ukupnih noćenja.¹²⁴

Županija je dosadašnji razvoj turizma temeljila na prirodnom bogatstvu, bogatom kulturno-povijesnom sadržaju, vrlo dobrom geo-prometnom položaju i bogatoj hotelijersko-ugostiteljskoj ponudi. Problem koji se javlja u turizmu je nedovoljna

¹²³Brodsko-posavska županija, *Opći podaci o Brodsko-posavskoj županiji*, 2013., http://www.bpz.hr/opci_podaci/default.aspx#.W4k7qCQzblU (pristupljeno 29. kolovoz 2018.).

¹²⁴ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

valorizacija i adekvatna organizacija, planiranje i provođenje planova kao i nerazrađen marketinški koncept.¹²⁵

U županiji postoje 124 zaštićena kulturna dobra, od čega su 4 dobra kategorizirana kao dobra od nacionalnog značaja. Prema klasifikaciji zaštićenih kulturnih dobara u ovoj županiji najbrojnija je arheološka baština i sakralna graditeljska baština. Najpoznatije i najposjećenije kulturno dobro u ovoj županiji je Tvrđava Brod koja predstavlja najveću tvrđavu ikada izgrađenu na području Hrvatske.¹²⁶

Od turističkih atrakcija na prostoru županije izdvajaju se mnogobrojne manifestacije, kao što su Brodsko kolo, Mega Biker susreti, Brodsko glazbeno ljetovanje, CMC festival, Katarinski sajam i brojne druge. Također, županija nudi veliki broj planinarskih, pješačkih i biciklističkih staza koje su rasprostranjene i uređene kroz cijelu županiju.¹²⁷

Najveći broj turističkih proizvoda se temelji na etno i gastro ponudi, lovnom turizmu, ruralnom i cikloturizmu. Potencijali se temelje na prirodnim, kulturnim te tradicijskim vrijednostima. Tranzitni, lovni i ribolovni, kulturni i manifestacijski, ekološki, ruralni, cikloturizam, izletnički i rekreacijski turizam prepoznati su potencijali za budući razvoj.¹²⁸

Značajan problem u županiji predstavlja onečišćivač rafinerije nafte Brod. Iako je modernizacija rafinerije u tijeku, proces traje vrlo sporo, a onečišćenje se širi i povećava. Također velike prijetnje predstavljaju i veliki rizik od potresa, poplava, klizišta i urušavanja zemlje.¹²⁹ Prirodne nepogode se ne mogu izbjeći, ali se različitim akcijama mogu ublažiti osobito ako se na vrijeme pripreme tereni. Ukoliko se unaprijed ne planiraju moguća rješenja, većina prirodnog i kulturnog bogatstva može biti uništena (što ujedno i smanjuje turistički potencijal županije uz ostale nepoželjne učinke).

Vrlo je važno za ovu županiju stvaranje prepoznatljivog imidža. Kada se gledaju u cjelini, turistički proizvodi nemaju dovoljno povezanih zajedničkih točaka, a zbog raspršenosti po županiji potrebno je provesti i sustav signalizacije. Marketinške aktivnosti županije nisu adekvatne. Trebalo bi povezati najznačajnije potencijale i na

¹²⁵Brodsko-posavska županija, *Strategija razvoja Brodsko-posavske županije do 2020. (nacrt prijedloga)*, 2016., str. 22., 23., <http://www.bpz.hr/Data/Files/180704123555646.pdf> (pristupljeno 29. kolovoza 2018.).

¹²⁶ Ibidem, str. 112., 113., 142.

¹²⁷ Ibidem, str. 106., 107.

¹²⁸ Ibidem, str. 108.

¹²⁹ Ibidem, str. 26.-28.

temelju toga privlačiti posjetitelje. Također, javlja se problem slabe suradnje između javnog i privatnog sektora. Osobito je važno kod lokalnog stanovništva kreirati osjećaj pripadnosti, odnosno uključiti ih u pružanje turističke usluge, kroz tradicionalne zanate i način življenja. To je jedan od načina kako je moguće otvoriti nove mogućnosti za razvoj turizma ove županije.

5.2.11. Osječko-baranjska županija

Osječko-baranjska županija smještena je u sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske i ubraja se u prostor panonske Hrvatske. Obuhvaća površinu od 4.155 km², na kojoj živi 305.032 stanovnika, što čini 7,1% ukupnog stanovništva Republike Hrvatske.¹³⁰ Povoljan geografski položaj omogućava suradnju sa susjednim županijama i državama u transnacionalnim i prekograničnim projektima.¹³¹ Poljoprivreda i industrija kao značajni kapaciteti nisu dovoljno iskorišteni. Prirodne ljepote pogodne su za razvoj ruralnog turizma.¹³²

Tablica 21. Turistički dolasci i noćenja u Osječko-baranjskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	89	92	103,4
Noćenja (000)	173	178	102,9

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Indikatori u tablici 21 prikazuju povećanje dolazaka za 3,4% i noćenja za 2,9% u odnosu na prethodnu godinu. Iako županija bilježi smanjenje smještajnih kapaciteta za 5,64% u 2017. godini¹³³, to nije značajno utjecalo na promjenu broja posjeta.

Županija je bogata biološkom raznolikošću. Najposjećenija prirodna atrakcija je Kopački rit, koji obuhvaća 44 vrsta zaštićenih riba, 11 vrsta vodozemaca, 10 vrsta

¹³⁰ Hrvatska gospodarska komora, op. cit., str. 2.

¹³¹ Osječko-baranjska županija, *Županijska razvojna strategija Osječko-baranjske županije do 2020.*, 2018., str.28, http://www.obz.hr/hr/pdf/savjetovanje_sa_zainteresiranom_javnoscuzrs_obz_2020_javno_savjetovanje.pdf (pristupljeno 11. rujan 2018.).

¹³² Hrvatska gospodarska komora, op. cit., str. 9.

¹³³ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

gmazova, 55 vrsta sisavaca i 285 vrsta ptica. Veliki potencijal imaju i rijeke Dunav i Drava, međutim, ne iskorištavaju se dovoljno u turističke svrhe.¹³⁴ Županija je poznata po vinogradima, kvalitetnim vinima i vinskim podrumima, dok vinske ceste pružaju pregledniju i atraktivniju ponudu. Proizvodnja vina je na visokoj razini, a veliki proizvođači imaju ideje za otvaranje vinskih hotela (po uzoru na Austriju) ili u smjeru kombiniranja hotelskih proizvoda (s vinima, gastronomijom te wellnessom). Državna ergela Đakovo također ima značajan daljnji potencijal rasta. Dvorci Tikveš, Biskupski dvor u Đakovu, Osječka Tvrđa i Muzej Slavonije u Osijeku, Zavičajni muzej Našice koji je smješten u dvorcu Pejačević, Muzej Valpovštine u dvorcu Prandau-Normann i zoološki vrtovi u Osijeku i Našicama samo su neki od brojnih atrakcija.¹³⁵

Na području županije nema centra za posjetitelje, a veće usluge pružaju kroz urede turističkih zajednica. Najznačajniji kulturni resursi velikim dijelom nisu doživjeli svoj puni potencijal. Poljoprivredni potencijal i tradicija županiju su učinili multikulturalnom, što je narušeno intenzivnim ratnim događanjima i ekonomskim padom. Turistička ponuda je skromna u odnosu na veličinu i broj stanovnika županije, ali se uspješno kvalitativno restrukturira.¹³⁶

Budući da je iz različitih dostupnih sredstava za potporu u turizmu na području županije povučen vrlo mali iznos, nužno je razvijati konkurentnije projektne ideje, nove proizvode i učinkovitije koristiti financijske mogućnosti. Kao pozitivan primjer ističu se Bizovačke toplice, namijenjen za potrebe zdravstvenog i obiteljskog rekreativnog turizma. Nastoji se također poticati razvoj turizma na područjima koja nisu turistički razvijena.

Županija ima sve preduvjete za kreiranje prepoznatljive turističke regije, ali i dominantne pozicije unutar šire regije Slavonije. Prepoznaje se kao destinacija kratkog odmora. U cilju jačanja konkurentnosti, potrebno je povlačiti sredstva za rješavanje pitanja zračne luke, turističke infrastrukture, plovnih putova i popratnih sadržaja. Novi turistički trendovi pokazuju da se ponašanje turista kreće prema iskustvima i doživljajima, osobito u područjima koja brinu o okolišu, zbog čega se ova županija može diferencirati od drugih. Daljnje nastojanje da se vinske ceste spoje s drugim proizvodima i uslugama kao što su wellness i gastronomija, povlače za sobom

¹³⁴ Osječko-baranjska županija, *Master plan turizma Osječko-baranjske županije*, Osijek, Horwath HTL, 2017., <http://www.obz.hr/index.php/razvojni-projekti-i-investicije/strategijski-razvojni-dokumenti> (pristupljeno 11. rujana 2018.).

¹³⁵ Ibidem

¹³⁶ Ibidem

i druge dobre ideje. Jedan od novijih trendova je tematski turizam koji se vrlo dobro može implementirati na području ove županije, "kvalitetne vinske regije". Potencijali se ogledaju i u mogućnostima razvoja riječnog krizinga, dok se Osijek kao urbana cjelina može dijelom dalje specijalizirati za potrebe turizma, ali nužno i za potporu u turizmu.

5.2.12. Vukovarsko-srijemska županija

Vukovarsko-srijemska županija je najistočnija županija u Republici Hrvatskoj ukupne površine od 2.448 km² te zauzima 4,3% kopnenog teritorija Hrvatske. Geografski položaj je povoljan. Županija je lako dostupna različitim prijevoznim oblicima, uključena je u međunarodne pravce, uključujući međunarodni plovni vodni put, rijeku Dunav, gdje je smještena najveća hrvatska riječna luka Vukovar.¹³⁷ Prema popisu stanovništva, u Vukovarsko-srijemskoj županiji živi 179.521 stanovnika, uz negativne demografske trendove koji su karakteristični za većinu slavonskih županija. Prema udjelu u djelatnostima Kontinentalne Hrvatske, Vukovarsko-srijemska županija ima najznačajniji udio u skupini djelatnosti poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo. Županija je prije Domovinskog rata bila gospodarski razvijeno područje s visokoproduktivnom poljoprivredom i snažnom prerađivačkom industrijom, ali danas predstavlja jednu od slabije razvijenih županija Republike Hrvatske.¹³⁸

Razvoj turizma u županiji se temelji na očuvanju prirodnih resursa, ponudi kvalitetne i autohtone hrane, vinogradarstvu, vrijednoj kulturno-povijesnoj baštini, etnografskim vrijednostima te manifestacijama.

Tablica 22. Turistički dolasci i noćenja u Vukovarsko-srijemskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
Dolasci (000)	69	89	127,9
Noćenja (000)	102	138	135,00

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf

¹³⁷ Vukovarsko-srijemska županija, *Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020. godine*, 2018., str. 4., <http://www.ra-vs-z.hr/vijesti/zupanijska-razvojna-strategija/1169> (pristupljeno 12. rujan 2018.).

¹³⁸ Ibidem, str. 5., 12., 14.

(pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Prema podacima iz tablice 22 vidljivo je povećanje dolazaka za 27,9% i noćenja za 35% u odnosu na prethodnu godinu, što predstavlja značajno povećanje u odnosu na ostale županije Hrvatske koje otvara druge razvojne prilike. Zabilježeno je također i značajno povećanje broja smještajnih kapaciteta (27,96%).¹³⁹

Kulturna i povijesna baština ima značajne preduvjete za razvoj kulturnog turizma. Iznimno bitan je arheološki lokalitet Vučedol u tom području. Međutim, nedostaje odgovarajuća valorizacija nasljeđa i odgovarajuća prezentacija. Od nematerijalne baštine, nalaze se bogata folklorna tradicija koja se najbolje prikazuje svake godine na manifestaciji Vinkovačke jeseni. Veliki potencijal vidljiv je i u sportsko-rekreacijskoj ponudi uključujući izletišta, šetnice, golf, fitness centre, soft ball, rekreativno letenje, jahanje, ribolov, lov i slično. Županija ima mogućnost razvoja brojnih novih proizvoda, ali i specifičnih proizvoda kao što su eko-etno sela.¹⁴⁰

Dokaz da se svaka slabo razvijena regija može pretvoriti u nešto više je činjenica da je destinacija Vukovar-Vučedol-Ilok proglašena nacionalnim pobjednikom EDEN-a (Europske destinacije izvrsnosti) 2017. godine pod temom kulturni turizam. Također, Vukovarsko-srijemska županija je jedna od rijetkih županija koja je u svoju ponudu uključila i holograme, proširene stvarnosti, interaktivne toteme, multimedijske audiovodiče i elektroničke radne bilježnice kako bi razvila atraktivnu, dinamičnu i konkurentnu turističku promociju.¹⁴¹

Zaključno, županija ima veliki broj atrakcija lokalnog značaja, a osim odgovarajuće valorizacije potreban je i prihvatljiv marketinški plan koji će istaknuti najvažnije potencijale ove regije. Osim kulturnog turizma, moguće je poboljšati ostale oblike turizma za koje postoje neiskorišteni potencijali kao što su lovni, ribolovni, vjerski, cikloturizam, riječni krusing i slično. Također se može razviti i mračni turizam, osobito u područjima ratnih razaranja, Vukovaru i okolici Vukovara. Taj oblik turizma je zaživio u brojnim destinacijama širom svijeta, a preduvjete ima i ova županija. U budućem razdoblju nužno je upotpunjavanje infrastrukturne opremljenosti za potrebe daljnjeg razvoja (turizma) te se u tom smislu trebaju obnoviti/izgraditi novi sportsko-

¹³⁹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

¹⁴⁰ Vukovarsko-srijemska županija, *Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije (2015.-2020. godine)*, 2015., <http://www.vusz.hr/novosti-najave-i-sluzbene-obavijesti/predstavljena-strategija-razvoja-turizma-vukovarsko-srijemske-zupanije-2015-2020> (pristupljeno 12. rujan 2018.).

¹⁴¹ Hrturizam.hr, *Rekordni turistički rezultati u Vukovarsko-srijemskoj županiji*, 2018., <http://hrturizam.hr/rekordni-turisticki-rezultati-u-vukovarsko-srijemskoj-zupaniji/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

rekreacijski turistički objekti i sadržaji, uz obnovu ustanova u kulturi. Županija također ima velike mogućnosti za usklađivanje razvoja turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima što može pokrenuti razvoj različitih sektora i šireg kontinentalnog područja.

5.2.13. Međimurska županija

Međimurska županija je najsjevernija županija Republike Hrvatske, obuhvaća površinu od 730 km², na kojoj živi 113.804 stanovnika.¹⁴² Nalazi se na važnom geoprometnom položaju, jer se veliki dio županije prostire u pograničnom području s Mađarskom i Slovenijom, a tu prolazi i dio autoceste Zagreb – Goričan koja predstavlja glavnu poveznicu središnje Europe s Jadranom.¹⁴³

Lokacija županije se ističe i kao strateška prednost u turizmu, uz prirodnorekreacijske turističke atrakcije, potencijal umrežavanja resursne osnove i turističke ponude, raznolik prostor, poduzetnički mentalitet te usmjerenost prema turizmu.¹⁴⁴

Prirodna bogatstva se prostiru kroz cijelu županiju i veliki broj je valoriziran i uređen u svrhu turizma. Od zaštićene prirode najviše se ističe zaštićeni prostor Međimurske županije Regionalni park Mura - Drava koji predstavlja dio UNESCO-va rezervata biosfere. Od kulturne baštine najznačajniji je kompleks Staroga grada u Čakovcu, kapela sv. Jelene u Šenkovcu i crkva sv. Jeronima u Štrigovu. Od ostalih zaštićenih kulturnih bogatstava županija ima 47 nepokretnih zaštićenih kulturnih dobara te 31 pokretno zaštićeno kulturno dobro. Postoje kvalitetne mreže biciklističkih staza, kvalitetna vinska cesta, wellness i sportska infrastruktura.¹⁴⁵

Tablica 23. Turistički dolasci i noćenja u Međimurskoj županiji 2016. i 2017. godine

	2016.	2017.	Indeks
--	-------	-------	--------

¹⁴² Regionalna razvojna agencija Međimurje REDEA d.o.o., *Razvojna strategija Međimurske županije do 2020.*, Čakovec, Međimurska županija, 2015., str. 6., <http://www.redea.hr/razvojna-strategija/razvojna-strategija-mz-do-2020/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

¹⁴³ N. Telišman-Košuta et al., *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.*, Zagreb/Čakovec, Međimurska županija, Institut za turizam, 2016., str. 13., <http://www.redea.hr/usvojena-razvojna-strategija-medimurske-zupanije-do-2020/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

¹⁴⁴ Ibidem, str. 61.

¹⁴⁵ Ibidem, str. 17., 18., 59.

Dolasci (000)	45	70	155,6
Noćenja (000)	110	168	152,7

Izvor: prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., str. 31., 32., https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).

Međimurska županija bilježi porast dolazaka za 55,6% i noćenja za 52,7% u odnosu na prethodnu, 2016. godinu (tablica 23). Županija s ovim podacima predstavlja regiju sa najvećim postotnim povećanjem (dolasci i noćenja) u 2017. godini. Također se smještajni kapacitet povećao sa 1.359 postelja na 1.538, što je povećanje od 13,17%.¹⁴⁶ Kao razlog tome navode se bolja organizacija i upravljanje prirodnim, kulturnim i financijskim resursima. Kreiranjem Masterplana razvoja turizma Međimurske županije omogućilo se bolje praćenje problema i potencijala ovog područja, a rezultiralo je velikim pomakom u sferi razvoja turizma.

U masterplanu se prepoznaju četiri prostorno i tematski međusobno različita područja turističke aktivnosti koja uključuju područja rijeka i jezera (područje zdravstvenog turizma, sporta i rekreacije), gorice (enogastronomsko središte), Čakovec (kulturno, sportsko središte) te središnji ruralni prostor (koji karakterizira etno baština, zabava, sport). Ujedno, prostori imaju zajedničku poveznicu u vidu sportsko-rekreacijskog kretanja.¹⁴⁷

Međimurska županija želi se brendirati kao kontinentalna turistička destinacija iako nema dugogodišnju tradiciju u sektoru turizma te je značajniji razvoj realiziran u posljednjih 10-ak godina. Iz analiziranog slijedi da su kao potencijali prepoznati sportski turizam, cikloturizam, eno-gastronomija, wellness, zdravstveni i kulturni turizam. Pri tome je potrebno ukloniti ograničenja kao što su neadekvatni ljudski potencijali, nedostatak sredstava, nedovoljna suradnja pri integriranom pružanju usluga, ciljana promocija.¹⁴⁸

Nužno je uspostaviti kvalitetan sustav za upravljanje turističkom destinacijom kako bi se pridonijelo i poticalo suradnju unutar regije, ali i između regija. Bolja organizacija te zajedničko djelovanje mogu dovesti i do jačanja ljudskih kapaciteta u turističkom sektoru te uspješnijeg povlačenja sredstava iz proračuna i fondova Europske unije. Kreiranje novih turističkih proizvoda i povećanje kvalitete smještajnih

¹⁴⁶ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2018., op. cit., str. 17.

¹⁴⁷ N. Telišman-Košuta et al., op. cit., str. 91.

¹⁴⁸ Regionalna razvojna agencija Međimurje REDEA d.o.o., op. cit., str. 67.

objekata, kao i usluga, zasigurno će pridonijeti trendu rasta i razvoja regije u sferi razvoja turizma. Uz to nužno je pratiti i uskladiti trendove šireg turističkog tržišta, s posebnim osvrtom na potencijala kreiranja jedinstvenog proizvoda kontinentalne regije.

6. ČETIRI (ODABRANA) TEMELJNA OGRANIČENJA U RAZVOJU TURIZMA KONTINENTALNE HRVATSKE

Hrvatska, kao turistička destinacija, ostvaruje značajna povećanja broja dolazaka iz godine u godinu. Sukladno tome, visoka koncentracija turizma u ukupnom gospodarstvu može dovesti do pozitivnih, ali i brojnih negativnih te sezonskih razvojnih učinaka. Na temelju dosadašnjih istraživanja različitih publikacija, strategija/masterplanova, stručnih i znanstvenih članaka te temeljem analize relevantnih pokazatelja može se zaključiti kako se Hrvatska suočava s problemima koji značajno zahvaćaju regiju Kontinentalne Hrvatske. Uz brojna razvojna ograničenja koja onemogućuju primjereni rast i razvoj u sferi turizma, Kontinentalna Hrvatska se teško uspijeva profilirati na turističkom tržištu. U dosadašnjem istraživanju dokazane su hipoteze iz uvodnog dijela, postojanje komparativnih prednosti Kontinentalne Hrvatske koji mogu biti temelj za razvoj različitih selektivnih oblika turizma, dostupnih tijekom cijele godine i koji mogu, ali ne moraju biti samo nadopuna drugoj regiji.

U cilju upotpunjavanja rezultata istraživanja potencijala razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske, kreirana je anketa te je provedeno istraživanje koje će pomoći u posljednjem dijelu rada u kojem se nastoji definirati pojedina ograničenja u razvoju turizma Kontinentalne Hrvatske (koja su ujedno i prepreke za realizaciju potencijala), uključujući percepcije različitih ispitanika o potencijalima i ograničenjima. Anketa je provedena putem e-mail-a između manjeg broja nasumično odabranih ispitanika (41). Ispitanici su odabrani s društvenih mreža, a u svrhu dobivanja različitih mišljenja i odgovora na postavljena pitanja, ispitanici su bili različitih godišta (od 15 do 50 godina), različitih razina obrazovanja i iz različitih dijelova Hrvatske.

Rezultati dobiveni pitanjima otvorenog tipa pokazali su da su prve asocijacije ispitanika na kontinentalni turizam Hrvatske: Slavonija, polja i ravnice, prirodne ljepote, seoski turizam i poljoprivreda. Navedene asocijacije mogu biti jasan dokaz kako turistički brend ove regije nije još uvijek jasno definiran već je sveden na prepoznavanje geografske osnove regije. Najveći broj ispitanika je posjetio grad Osijek, Vukovar, Krapinu, Bizovačke toplice, Varaždin i Plitvička jezera, a čak 80% ih je posjetilo navedene destinacije u sklopu školskih izleta i ekskurzija. Najpoželjnije destinacije za posjet su Vukovar (zbog povijesti), Krapina (arheoloških nalazišta), Ilok,

Dunav, Park prirode Papuk (prirodne ljepote) i destinacije zimskog turizma.

Na temelju pitanja zatvorenog tipa dobiveni su rezultati koji se odnose na trenutno stanje i mogućnosti budućeg razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske. Pitanja nisu bila ograničena na broj odgovora. Čak 82,5% ispitanika smatra da je turizam jedno od mogućih rješenja za daljnji razvoj Kontinentalne Hrvatske, a najvećim potencijalima smatraju njezine prirodne ljepote (72,5%), povijest, tradiciju i kulturu (70%), gastro ponudu (21%) i manifestacije (50%) te ruralni turizam (47,5%). Najveću potražnju u sferi turizma, prema rezultatima, imali bi gastronomija, kulturni turizam, rekreacijski i ekoturizam. Kao najveći problemi i ograničenja razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske smatraju se nedovoljna svijest o turističkom potencijalu (62,5%), neiskorišteni resursi (55%), nedostatna ponuda (40%), pravne prepreke (37,5%) i ratna zbivanja (35%). Čak 80% ispitanika smatra da je prevelika orijentacija turizma Hrvatske na „sunce i more“ utjecala na stanje turizma Kontinentalne Hrvatske, a kao najbolju opciju za razvoj Kontinentalne Hrvatske vide u razvoju sektora poljoprivrede i turizma, uz njihovu međupovezanost (77,5%).

Na temelju interpretiranih rezultata i ranije proučenih izvora moguće je definirati četiri glavna problema/ograničenja u razvoju turizma Kontinentalne Hrvatske: orijentacija na „sunce i more“, loša prometna povezanost uz povoljan geografski položaj, nedovoljna svijest o turističkom potencijalu i nedostatna financijska sredstva. U sljedećim potpoglavljima navedena se ograničenja detaljnije obrađuju.

6.1. Orijehtacija na „sunce i more“

Hrvatska je specifična zemlja zbog vrlo razvedene obale, a, turistički, navedeno predstavlja važan potencijal u razvoju turizma, zajedno s obiljem sunca i čistim morem. Međutim, na početku razvoja turizma u Hrvatskoj potražnja je bila na kontinentalnom području. U tom razdoblju glavna atrakcija imućnim turistima bila su mjesta s mineralnim izvorima, koja su se pretvarala u lječilišta, a kasnije u kupališta. Velika potražnja nije trajala duže od 40 godina kada su se turisti počeli sve više zanimati za primorska mjesta i njihove mogućnosti. Kroz vrijeme, turizam Hrvatske je prolazio kroz brojne krize i ratna zbivanja te se nakon Domovinskog rata gotovo potpuno ugasio u kontinentalnom dijelu zemlje. Hrvatska je tada značajan potencijal uvidjela u mogućnostima odmorišnog turizma jer se primorski dio isticao kao idealno mjesto za

odmor i opuštanje uz nepogrešive attribute.¹⁴⁹

Slogan Hrvatske turističke zajednice „*Mala zemlja za veliki odmor*“ promovirala je turizam Hrvatske kao idealno mjesto za uživanje i opuštanje u primorskom dijelu zemlje, jer se u vrijeme i nakon rata turizam preusmjerio na primorske dijelove. Pasivan odnos prenio se i na strane investicije koje su bile skeptične prema nesređenom stanju u državi. Od završetka Domovinskog rata, veći dio Kontinentalne Hrvatske bio je razoren i bez ideja za ponovni oporavak u sferi turizma. Mnogi smatraju da je to jedan od glavnih razloga zašto se turizam više orijentirao na primorje i jadranske potencijale.¹⁵⁰ Od 2001. godine Hrvatska turistička zajednica uvodi novi slogan „*Mediteran, kakav je nekada bio*“, na temelju kojeg se može zaključiti da je ponovno u prvom planu primorje. Način na koji smo se u razvoju turizma od početka usmjeravali i promovirali nastavio se dugih 15 godina, a to se odrazilo i na statistiku u turizmu. Tijekom 2004. čak 98% gostiju najviše se bavi aktivnostima plivanja/kupanja, a takav trend se nastavlja. Ipak sve do 2014. godine aktivnosti se dijelom mijenjaju sukladno pridavanju većeg značaja kontinentalnom dijelu Hrvatske.¹⁵¹

Vizija Ministarstva turizma temelji se na tome da je hrvatski turizam jedan od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i da pridonosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske. Preduvjet za to je konkurentnost ukupnog hrvatskog turističkog sektora cjelovite turističke ponude koja mora biti uravnoteženija, povezanija i atraktivnija.¹⁵² Današnja dominacija proizvoda „sunca i mora“ predstavlja problem u ostvarenju cilja jer je navedeno osnovni razlog izrazite sezonalnosti turističke potražnje i koncentracije turističkog prometa na regiju Jadranske Hrvatske. Takav koncept dugoročno neće pridonijeti znatnijem unapređenju konkurentske prednosti hrvatskog turizma jer se motivi i stavovi turista mijenjaju, a Hrvatska mora povećati svoju konkurentnost u skladu s istim promjenama.

Potencijali kontinenta su vidljivi, ali nisu realizirani. Tu treba sagledati i primjere dobre prakse drugih zemalja kao što je Austrija, koja nema mora, a turizam razvija na visokoj razini. Kao najveći potencijal ističu planine, pri čemu nakon tri mjeseca

¹⁴⁹ H. Pende, *Hrvatski turizam – upravljanje identitetom*, Zagreb, Hrvatska sveučilišna naklada, 2013., str. 139.-140.

¹⁵⁰ B. Vukonić, *Povijest hrvatskog turizma*, Zagreb, Prometej, 2005., str. 190.

¹⁵¹ Institut za turizam, *Tomas istraživanje 2004., 2007., 2010., 2014.*, <http://www.iztg.hr/hr/institut/projekti/istraganja/> (pristupljeno 11. rujana 2018.).

¹⁵² Vlada Republike Hrvatske, op. cit.

zimskog turizma, planine pretvaraju u atraktivne izvanpansionske sadržaje kojima su produžili ljetnu sezonu na sedam mjeseci. S tim u vezi npr. najveći razlog ponovnog dolaska turista u destinaciju Sillian predstavljaju rute od više stotina kilometara koje turisti ne mogu prijeći za vrijeme jednog odmora pa se odlučuju na ponovni dolazak kako bi iskusili sve čari ovog mjesta. Njihova organiziranost, dodatni sadržaji i stalna ulaganja razlog su dobrih turističkih rezultata.¹⁵³ Austrija je destinacija bez mora, ali jezera, planine, rijeke i autohtone proizvode stavlja na turističko tržište s velikim naporima, a ponudu mijenja i prilagođava kako bi bila u tijeku s turističkim trendovima.

Kontinentalna Hrvatska veliko je područje s neiskorištenim nišama koje se mogu dobrom politikom i poticajima iskoristiti kao novi dodatni resursi i jedinstveni turistički proizvodi. Kako dio turista, koji su posjećivali obalu zbog „sunca i mora“ postaju zasićeni ili traže više, stvaraju se novi turisti sa drugačijim zahtjevima i motivima dolaska, zbog čega se moraju iskoristiti potencijali razvoja kontinentalnog turizma i ponuditi ono što novi tipovi turista zahtijevaju.¹⁵⁴ Iako turizam Kontinentalne Hrvatske čini manji dio u ukupnom turističkom prometu, višestruko je korisno definirati i iskoristiti specifične potencijale u cilju stvaranja novih selektivnih oblika turizma koje traži turističko tržište.

6.2. Loša prometna povezanost

Od vremena samostalnosti Hrvatske prometna politika bila je podređena interesima bivše Jugoslavije i više se orijentirala na prometnu povezanost u smjeru sjeverozapad-jugoistok. Poprečne veze koje bi omogućavale povezivanje panonskog i priobalnog dijela bile su zanemarivane.¹⁵⁵ Do danas stanje se poboljšalo samo za središnji dio Kontinentalne Hrvatske, a najveći razlog tome je bio grad Zagreb. Iako je postojeća mreža autocesta dobro razvijena i omogućuje dobru povezanost najvažnijih točaka unutar zemlje, veći problem imaju manji gradovi, općine i sela koja imaju turistički potencijal, ali su „odsječena“ od ostatka zemlje. Slika 2 daje uvid u nedovoljnu povezanost većine županija kontinentalnog dijela s ostatlim područjima. Iako postoje sporedne cestovne veze, one nisu u službi turizma.

¹⁵³HRT vijesti, *Nemaju more, a turizam cvate – ovo je njihova tajna*, 2015. <https://vijesti.hrt.hr/293350/nemaju-more-a-turizam-cvate-ovo-je-njihova-tajna> (pristupljeno 11. rujan 2018.).

¹⁵⁴ A. Gavranović, op. cit., str. 145.

¹⁵⁵ B. Vukonić, op. cit., str. 168.-170.

Slika 2. Cestovna povezanost (osnovna mreža) Republike Hrvatske



Izvor: Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, *Republika Hrvatska raspolaže sa sljedećom osnovnom mrežom prometne infrastrukture*, <http://www.mppi.hr/default.aspx?id=3113> (pristupljeno 28. kolovoz 2018.)

Kao što je poznato, promet je jedna od ključnih sastavnica turističkog doživljaja, uključuje prijevoz do turističke destinacije, prijevoz unutar turističke destinacije i prijevoz na povratku iz turističke destinacije te se može zaključiti da je to jedno od značajnih ograničenja u razvoju turizma ove regije.¹⁵⁶ Nedovoljna povezanost manjih područja navodi se i u Strategiji razvoja turizma do 2020. godine. Može se primijetiti da se u regionalne i lokalne ceste nije ulagalo dovoljno. Također navode problem organizacije prometa u destinacijama, osobito javnog prijevoza, biciklističkih staza, pješačkih zona i pasivnog prometa.¹⁵⁷ Željeznički promet je također vrlo ne razvijen kao i u ostatku Hrvatske, zbog čega se rijetko koristi u turističke svrhe većine županija. (iako bi predstavljao poseban doživljaj za brojne turiste koji žele doživjeti Hrvatsku kroz putovanje željeznicom). Po uzoru na Transsibirsku željeznicu koja je najpopularnija željeznička ruta na svijetu¹⁵⁸ u Hrvatskoj bi se mogla kreirati

¹⁵⁶ D. Demonja, i P. Ružić, *Ruralni turizam u Hrvatskoj*, 2010., Meridijani, Zagreb, str. 166.

¹⁵⁷ Vlada Republike Hrvatske, op. cit.

¹⁵⁸ Putoholičari, *Najbolja putovanja vlakom*, 2018. <http://www.putoholicari.rtl.hr/putovanja-vlakom->

jedinstvena ponuda, uz prekrasne krajolike koje bi zasigurno željeli vidjeti brojni turisti tijekom putovanja.

Dosadašnja politika neravnopravnog razvoja prometnog sustava ne može osigurati kvalitetnu potporu turizmu u budućnosti. Ukoliko se turizam sagledava kao mogućnost za poticanje razvoja regija kontinentalnog dijela mora se uzeti u obzir da je prilikom povezivanja turističkih destinacija potrebno također pripaziti na čistu i nezagađenu prirodu koju kontinent nudi. Prilikom izgradnje bilo kakvih prometnih pravaca važnu ulogu trebaju imati prostor i utjecaj na okoliš.

Prema analizi najveći problem prometne infrastrukture imaju Požeško-slavonska, Virovitičko-podravska, Bjelovarsko-bilogorska, Sisačko-moslavačka, Koprivničko-križevačka i Vukovarsko-srijemska županija. Niti jedna nije povezana s osnovnim javnim cestovnim vezama, već samo onim sporednim. Unutar županija lokalne ceste su zastarjele, a većina turističkih atrakcija nema sustave signalizacije. Promatrane županije imaju također veliki broj prirodnih i kulturnih resursa koje trebaju očuvati, zbog čega se razvoj bilo kakve prometne infrastrukture i signalizacije mora provesti na održiv i odgovoran način.

Sukladno navedenom može se istaknuti i primjer nerazvijene prometne infrastrukture u Požeško-slavonskoj županiji, koja se već dugi niz godina bori s niskim stupnjem uređenosti prometnica. Od 512,55 km županijskih i lokalnih cesta čak 19,63% nije asfaltirano, željeznički promet je zastario i ne predstavlja veliko značenje za međunarodni promet, zbog čega nikada nije bila potreba izgraditi prugu s dva kolosijeka. Zračni i riječni promet ne postoji, a prometna infrastruktura do turističkih atrakcija je neuređena.¹⁵⁹

U kontinentalnom dijelu, od riječnih prometnih pravaca, Dunav, Sava i Drava smatraju se plovnim, ali više u druge svrhe, ne za turizam, dok su vezano za zračni promet jedine zračne luke na kontinentu Zagreb i Osijek. Ako se uzme u obzir da 64% turista dolazi automobilom, dolazi se do zaključka da je izgradnja nove i uređenje postojeće cestovne infrastrukture do destinacije i unutar destinacije izrazito nužno za daljnji razvoj turizma Kontinentalne Hrvatske.¹⁶⁰ Osim osnovnih oblika prijevoza, u destinaciji je važno organizirati i druge oblike koji su vezani uz pojedini

[najbolja-28845/](#) (pristupljeno 11. rujan 2018.).

¹⁵⁹ Požeško-slavonska županija, op. cit.

¹⁶⁰ Institut za turizam, *Tomas istraživanje* 2017., http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeto-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf (pristupljeno 11. rujan 2018.).

selektivni oblik turizma koji se razvija u određenoj destinaciji (biciklističke i pješačke staze, vinske ceste i slično). Povezanost prometa i turizma potvrđuje se kao jedan od bitnih čimbenika razvoja turističke destinacije.

6.3. Nedovoljna svijest o turističkom potencijalu

Kontinentalna Hrvatska obuhvaća više od 90% ruralnog prostora Hrvatske, koji se na prvu asocijaciju spaja s poljoprivredom i sličnim granama gospodarstva.¹⁶¹ Također, Kontinentalna Hrvatska ne bi se trebala predstavljati samo kao nadopuna turizma na moru (iako bi i to bilo dobro rješenje ukoliko se ne vidi drugi izlaz), već bi se turistički proizvodi kontinentalnog dijela trebali zasebno razvijati, uz prateće grane gospodarstva. Većinu potencijala koje ima kontinentalni dio Hrvatske nema Jadranski dio niti bilo koji drugi dio svijeta.¹⁶² Za razvoj kontinentalnog turizma nužna je suradnja različitih nositelja provedbe turističke politike (turističkih zajednica, putničkih agencija...), ali ponajviše uključivanje lokalne zajednice u procese razvoja.

Postavlja se pitanje koliko su turističke zajednice, poduzetnici, investitori, lokalna zajednica i ostali nositelji zaista upoznati s raznovrsnim potencijalima razvoja turizma kontinentalnog dijela. Naime, kao značajan problem ističe se nizak stupanj razumijevanja turističkog razvojnog procesa od strane ključnih dionika.¹⁶³ U analizi prikazanoj u ovome radu također se prepoznaje nedovoljna svijest o turističkom potencijalu kao jedno od ograničenja razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske. Manjak svijesti o potrebi strateškog upravljanja razvojem turizma može se prepoznati temeljem činjenice da nemaju sve županije masterplan razvoja turizma za buduća razdoblja. Zbog toga je potrebno uspostaviti bolju suradnju unutar i između regija kroz programe podizanja razine svijesti svih dionika o potencijalima razvoja turizma. Ukoliko se na lokalnoj i regionalnoj razini ne uvide i definiraju jasne mogućnosti razvoja turizma, turizam se ne može razvijati u pravom smjeru.

Hrvatska je prepoznata kao turistička destinacija koja je konkurentna i atraktivna za investiranje, stvaranje novih radnih mjesta i destinacija koja se razvija na održiv način. Problem stvara izrazita sezonalnost koja se može produžiti ukoliko se na kreativan način stvori ponuda koja će izvan ljetne sezone biti zanimljiva turistima. Stoga je važno na regionalnoj razini kreirati strateške dokumente u kojima bi se

¹⁶¹ A. Gavranović, op. cit., str. 143.

¹⁶² Loc. cit.

¹⁶³ L. Petrić, *Upravljanje turističkom destinacijom*, Split, Ekonomski fakultet u Splitu, 2011., str. 70.

analiziralo stanje određene regije i način na koji bi se rješavali problemi i prepreke te omogućio daljnji razvoj regija u sferi turizma, kao što to pojedine županije i čine.

Kao prvi korak u daljnjem razvoju turizma većine županija kontinentalnog dijela bila bi valorizacija kulturnih i prirodnih bogatstava, s naglaskom na ugrožene dijelove, zatim ulaganje u infrastrukturu i suprastrukturu kako bi destinacije bile dostupnije i sigurnije za posjetitelje i lokalnu zajednicu, uz definiranje ključnih potencijala i ciljeva razvoja temeljem različitih komparativnih prednosti određene regije. Međutim, bez uključivanja lokalne zajednice adekvatna valorizacija te implementacija razvojnih mogućnosti neće biti odgovarajući.

Prilikom definiranja strateških dokumenata vrlo je važno voditi računa o lokalnom stanovništvu i zbog jednog od glavnih problema danas koji se odnosi na iseljavanje. S ciljem zadržavanja stanovnika kroz otvaranje radnih mjesta i ostvarivanje određene visine dohotka, moguće je razvijati specifične oblike kontinentalnog turizma koji će otvoriti te prilike, kao što su selektivni oblici, primjerice agroturizam, ekoturizam.¹⁶⁴ Također, prednost kontinenta je i u tome što se turizam može razvijati kroz cijelu godinu, za razliku od Jadranske Hrvatske. Stvaranje novih oblika turizma kao što su kongresni, mračni, volonterski, turizam događaja i slično, ne ovisi previše o godišnjem dobu, što je idealno za kontinentalni dio. U odnosu na masovni turizam koji se pojavljuje u nekim destinacijama Jadranske Hrvatske, selektivni oblici turizma bi se trebali jednostavnije razvijati u regiji Kontinentalne Hrvatske bez stvaranja negativnih posljedica za tu regiju. Sve navedeno pridonijet će pozitivnoj percepciji o potencijalima razvoja turizma kontinentalnog dijela i preciznijem definiranju turističkih potencijala.

Danas turizam predstavlja drugačiju sliku od turizma koji je bio zastupljen u prošlosti, što znači da se prilagođava i razvija promjenom stavova turista. Također, nužne su inovacije i kreativne ideje koje će diferencirati sve konkurentniju turističku ponudu. *Muzej prekinutih veza* koji je nastao iz putujuće izložbe s konceptom propalih veza u Zagrebu vrlo je neobičan i vrlo kreativan način da se privuče nečija pažnja, osobito ako posjetitelji žele biti dio takve ljubavne ostavštine, donacijom zbirci Muzeja.¹⁶⁵ što je samo jedan od primjera koji potvrđuje različite kreativne mogućnosti razvoja turističkih atrakcija u kontinentalnom dijelu. Danas je važno izaći

¹⁶⁴ A. Gavranović, op. cit., str. 138.

¹⁶⁵ Turistička zajednica grada Zagreba, *Muzej prekinutih veza*, 2011. <http://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/kultura/muzeji/muzej-prekinutih-veza> (pristupljeno 12. rujan 2018.).

iz rutine, stvarati proizvode koji će biti originalni, atraktivni, a razvoj turističke ponude u kontinentalnom dijelu može počivati upravo na različitim heterogenim oblicima koji jamče prepoznatljivost.

6.4. Nedostatna financijska sredstva

Investiranje u obnovu kulturne baštine i kulturne objekte te odgovarajuću infrastrukturu u turizmu smatra se značajnim za pozicioniranje određene regije kao turističke destinacije.¹⁶⁶ Međutim, tu se javljaju administrativne neusklađenosti, česte izmjene zakona, nedovoljni investicijski poticaji ili nedostatna vlastita sredstva. Svaka županija ima određena financijska sredstva koja na godišnjoj razini raspoređuje prema svojim potrebama, dobivaju se i poticaji od strane institucija u turizmu. Slabije razvijene županije kao što je slučaj sa županijama Kontinentalne Hrvatske često imaju ograničene vlastite izvore na raspolaganju. Najviše sredstava usmjerava se prema aktivnostima koje su vezane za stvaranje novih proizvoda i usluga, što je s jedne strane loše jer se kreiraju novi proizvodi, a njihova kvaliteta ostaje ista iz godine u godinu.¹⁶⁷

Kohezijska politika EU ima za cilj smanjiti regionalnu nejednakost i učiniti gospodarski razvoj održivim.¹⁶⁸ Glavni cilj je usmjeravanje sredstava iz EU fondova onim regijama koje su manje razvijene, kao što je Kontinentalna Hrvatska. Nakon posljednjeg definiranja NUTS II regija Hrvatske, Jadranske i Kontinentalne Hrvatske, utvrđen je problem neravnomojne razvijenosti između županija pojedinih NUTS II regija. Najveći problem Kontinentalne Hrvatske predstavlja Zagreb, odnosno klasifikacija koja dovodi do težeg dobivanja i korištenja potpora od države i Europske unije. Sva područja Republike Hrvatske mogu koristiti sredstva iz fondova, ali je trenutna podjela dovela do neodgovarajućeg položaja slavonskih županija. Kao što je ranije u radu istaknuto, Kontinentalna Hrvatska obuhvaća prostor na kojem živi 2,96 milijuna stanovnika, čiji je BDP po stanovniku regije 64,1% prosjeka EU, a uvrštavanjem Grada Zagreba koji je iznad prosjeka EU povećava se razvijenost ostalih županija. Tako je povećan i udio vlastitih sredstava u sufinanciranju projekata

¹⁶⁶ T. Hitrec i Z. Hendija, *Politika, organizacija i pravo u turizmu*, Zagreb, Studij turizma, Zagrebačka škola za menadžment, 2008., str. 88.

¹⁶⁷ Ibidem., str. 91.

¹⁶⁸ Krutak d.o.o. – EU Asistent, One stop shop for EU funds, *Kohezijski fond*, <http://europski-fondovi.eu/program/kohezijski-fond> (pristupljeno 12. rujan 2018.).

na 40, 50 pa i 60% ukupne vrijednosti.¹⁶⁹ Mnogi smatraju da se Zagreb treba izdvojiti kao samostalna jedinica, jer onemogućuje Kontinentalnoj regiji da se odgovarajuće izbori za svoj dio financijskih sredstava iz EU fondova.

Nadalje, u Hrvatskoj postoji nedovoljno educiranih kadrova za pripremu i provedbu projekata temeljem kojih se sredstva iskorištavaju i ponovno ostvaruju. Nedovoljna informiranosti i nedovoljno iskustvo predstavljaju bitna ograničenja u povlačenju sredstava iz EU fondova. Edukacija za potrebe provođenja razvojnih projekata predstavlja potrebu većine županija. Također je potrebno pokrenuti mjeru koja bi olakšala pristup izvorima financiranja s ciljem jačanja poduzetništva i privlačenja ulaganja. Sklapanje partnerstva između lokalnih, regionalnih i nacionalnih, pa i međunacionalnih zajednica i poduzeća omogućilo bi lakše sufinanciranje i bolju organizaciju poslovanja, razmjenu ideja, primjera dobre prakse te razvijanje specifičnih turističkih proizvoda i usluga.

¹⁶⁹ Administratio publica, *Argumenti protiv podjele Hrvatske na dvije statističke regije*, 11. rujan 2012., <https://administratiopublica.wordpress.com/2012/09/11/argumenti-protiv-podjele-hrvatske-na-dvije-statisticke-regije/> (pristupljeno 12. rujan 2018.).

7. ZAKLJUČAK

U procesu upravljanja razvojem turizma nužno je prepoznati prostorne specifičnosti koje trebaju biti valorizirane i prema potrebi zaštićene. Hrvatska je zemlja koja posjeduje bogatstvo resursa karakterističnih za obalna, ali i kontinentalna područja. Kontinentalna Hrvatska predstavlja regionalno područje na kojem se nalaze diferencirani potencijali koji se mogu znatno učinkovitije iskoristiti u razvoju turizma. Time se može pridonijeti širenju potražnje na kontinentalne dijelove i u kreiranju različitih, potpunijih turističkih doživljaja te poticanju gospodarskog razvoja. Kroz svoju povijest ova regija je prolazila kroz teška razdoblja, ali se uvijek oporavljala. Većina županija Kontinentalne Hrvatske slabije je razvijena (uz izuzetak pojedinih), što utječe također na gubitak određenih tradicionalnih gospodarskih grana i na mogućnosti razvoja turizma. S druge strane, Kontinentalna Hrvatska obiluje prirodnim i kulturnim bogatstvima, kolijevka je brojnih civilizacija i kultura, stanište mnogih biljnih i životinjskih vrsta, prostor s parkovima prirode, jedinstvenom gastronomijom, autohtonim proizvodima, a njezino stanovništvo čuva i njeguje tradiciju već stoljećima, što je nužno aktivirati u razvojne svrhe.

Glavna asocijacija na Kontinentalnu Hrvatsku je poljoprivreda, koja ne bi trebala jedina definirati ovu regiju. Ruralna područja su bitna, ali isto tako postoje povijesne, kulturne rute, zaštićena priroda, rijeke, mineralni i geotermalni izvori, velika urbana središta, tradicionalne manifestacije i brojni drugi značajni potencijali. Oni omogućuju razvoj različitih selektivnih oblika turizma kao što su ruralni turizam, gastro i eno turizam, kulturni turizam, cikloturizam, zdravstveni turizam te pojedini jedinstveni oblici. U radu se potvrđuje hipoteza prema kojoj Kontinentalna Hrvatska ima niz heterogenih potencijala koji se mogu iskoristiti za stvaranje različitih proizvoda kontinentalnog turizma. Također, navedeni potencijali predstavljaju nadopunu postojeće turističke ponude, ali i otvaraju mogućnosti šireg zadovoljenja turističkih potreba (sve bližih različitim selektivnim oblicima turizma). Navedeno je ujedno prilika za smanjenje sezonalnosti budući da se prikazani potencijali vezuju uz selektivne oblike turizma koji se mogu koristiti tijekom cijele godine. Razvoj turizma na području Kontinentalne Hrvatske može imati pozitivan učinak na lokalno stanovništvo, otvaranje radnih mjesta, izgradnju infrastrukture i druge aspekte.

Sve navedeno moguće je ostvariti sustavnim upravljanjem razvojem turizma, uzimajući u obzir utjecaje razvoja turizma u punom gospodarskom smislu, primjenom

strateškog planiranja te iskorištavanjem investicijskih mogućnosti za potrebe turizma koje se nude također u okviru (EU) fondova, osim iz nacionalnih, regionalnih i lokalnih izvora. Pri tome je potrebna međuregionalna, međusektorska suradnja (posebno uključivanje poljoprivrednih mogućnosti) kao i suradnja svih dionika, nositelja provedbe turističke politike i vezanih politika. Svijest o mogućnostima razvoja potencijala također je bitan korak u kreiranju jedinstvenih proizvoda kontinentalnog dijela koji je suočen s razvojnim poteškoćama.

LITERATURA

Knjige:

- Alfier, D.: *Turizam – Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma*, Turizam - izbor radova, Zagreb, Institut za turizam, 1994.
- Andrić, N.: *Turizam i regionalni razvoj*, Zagreb, Informator, 1980.
- Bartoluci, M.: *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Zagreb, Školska knjiga, 2013.
- Blažević, B. i Peršić, M.: *Turistička regionalizacija u globalnim procesima*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009.
- Blažević, B.: *Turizam u gospodarskom sustavu*, Opatija, Fakultet za turizam i hotelski menadžment, 2007.
- Čavrak, V.: *Strategija i politika regionalnog razvoja*, Zagreb, Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2002.
- Čorak, S.: *Izazovi upravljanja turizmom*, Zagreb, Institut za turizam, 2011.
- Demonja, D. i Ružić, P.: *Ruralni turizam u Hrvatskoj*, Zagreb, Meridijani, 2010.
- Dujmović, M.: *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014.
- Dulčić, A.: *Upravljanje razvojem turizma*, Zagreb, MATE d.o.o., 2001.
- Gavranović, A.: *Mediji, turizam i javnost*, Zagreb, Libertas, 2015.
- Gržinić, J. i Bevanda, V.: *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2014.
- Hitrec, T. i Hendija, Z.: *Politika, organizacija i pravo u turizmu*, Zagreb, Zagrebačka škola za menadžment, 2008.
- Kušen, E.: *Turizam i prostor – klasifikacija turističke atrakcije*, Zagreb, Institut za turizam, 2002.
- Pende, H.: *Hrvatski turizam – upravljanje identitetom*, Zagreb, Hrvatska sveučilišna naklada, 2013.
- Petrić, L.: *Upravljanje turističkom destinacijom*, Split, Ekonomski fakultet u Splitu, 2011.
- Stipanović, C.: *Koncepcija i strategija razvoja u turizmu*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, 2006.
- Štulić, B.: *Državno i političko uređenje Republike Hrvatske*, Zagreb, Hrvatska sveučilišna naklada, 2011.

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

Članci u časopisima:

- Bošnjak, S. i E. Tolušić, *NUTS II regije kao dio kohezijske politike Europske unije*, *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, vol. 3, no. 2, 2012., str. 81.
- Ekonomski institut Zagreb, *Sektorske analize*, online publikacije, Lipanj 2018. Izdanje 7, no. 62, dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/616> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Kopic, I., *Je li moguća regionalizacija Hrvatske? Institucionalna i politička ograničenja*, *Političke analize*, vol 5, no.17, ožujak 2014., str. 9.-15., dostupno na: file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/PA_17_Kopric.pdf (pristupljeno 10. rujan 2018.).
- Štetić, S., *Strategija razvoja i plasmana turističke destinacije*, *Suvremene tendencije u turizmu, hotelijerstvu i gastronomiji: naučno-stručni časopis iz turizma*, no. 7, 2003., str. 7.-8.

Internet izvori:

- Administratio publica, *Argumenti protiv podjele Hrvatske na dvije statističke regije*, 2012. dostupno na: <https://administratiopublica.wordpress.com/2012/09/11/argumenti-protiv-podjele-hrvatske-na-dvije-statisticke-regije/> (pristupljeno 12. rujan 2018.).
- Bjelovarsko-bilogorska županija, *Razvojna strategija Bjelovarsko-bilogorske županije*, Bjelovar, Agencija za razvoj Bjelovarsko-bilogorske županije, 2011. dostupno na: http://rerabbz.hr/zupanijska-razvojna-strategija/bjelovar/zupanijska_razvojna_strategija_bjelovarskobilogorske_zupanije (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
- Blaško, D., *Plitvička jezera pucaju po šavovima: Hoćemo li postati generacija koja je uspjela "ubiti" biser hrvatskog krša?*, Portal Dnevnik.hr, kolovoz 2017., dostupno na: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/plitvicka-jezera-pucaju-po-savovima-hocemo-li-postati-generacija-koja-je-uspjela-ubiti-biser-hrvatskog->

- [krsa---485495.html](#) (pristupljeno 9. rujan 2018.).
- Brodsko-posavska županija, *Opći podaci o Brodsko - posavskoj županiji*, Slavonski Brod, 2013., dostupno na: http://www.bpz.hr/opci_podaci/default.aspx#.W4k7qCQzblU, (pristupljeno 29. kolovoz 2018.).
 - Brodsko-posavska županija, *Strategija razvoja Brodsko-posavske županije do 2020.*, Slavonski Brod, 2016. dostupno na: <http://www.bpz.hr/Data/Files/180704123555646.pdf>, (pristupljeno 29. kolovoz 2018.).
 - Državni zavod za statistiku, *Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku - pregled po županijama*, 2018., dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Bruto%20domaci%20proizvod.xls (pristupljeno 21. rujan 2018.).
 - Državni zavod za statistiku, *Dolasci i noćenja turista u komercijalnom smještaju*, Turizam: PC-Axis baze podataka, dostupno na: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 5. srpanj 2018.).
 - Eurostat, *Eurostat regional yearbook: 2017 edition*, Publications office of the European Union, Luxemburg, 2017. dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/8222062/KS-HA-17-001-EN-N.pdf/eaebe7fa-0c80-45af-ab41-0f806c433763>, (pristupljeno 28. srpanj 2018.).
 - Grad Zadar - Upravni odjel za EU fondove, *Instrumenti financijske perspektive 2014.-2020.*, dostupno na: <http://www.grad-zadar.hr/instrumenti-financijske-perspektive-20142020-789/> (pristupljeno 12. srpanj 2018.).
 - Horwath HTL, *Analiza stanja i strategija razvoja turizma Karlovačke županije do 2025. godine*, Karlovačka županija, 2018. dostupno na: http://www.kazup.hr/images/dokumenti/gospodarstvo/20180810_strategija_razvoja-1.pdf, (pristupljeno 2. rujan 2018.)
 - Horwath HTL, *Master plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 2016.-2025.*, Krapinsko-zagorska županija, 2015. dostupno na: <http://www.kzz.hr/master-plan> (pristupljeno 26. kolovoz 2018.).
 - Horwath HTL, *Master plan turizma Osječko-baranjske županije*, Osijek, Osječko-baranjska županija, 2017. dostupno na: <file:///F:/strategije%20razvoja%20županija/osječ-baranj-master%20plan.pdf>

(pristupljeno 11. rujan 2018.).

- HRT vijesti, *Nemaju more, a turizam cvate – ovo je njihova tajna*, srpanj 2015. dostupno na: <https://vijesti.hrt.hr/293350/nemaju-more-a-turizam-cvate-ovo-je-njihova-tajna> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Hrturizam.hr, *Rekordni turistički rezultati u Vukovarsko-srijemskoj županiji*, siječanj 2018. dostupno na: <http://hrturizam.hr/rekordni-turisticki-rezultati-u-vukovarsko-srijemskoj-zupaniji/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Hrvatska gospodarska komora, *HGK indeks gospodarske snage*, srpanj 2017. dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/hgk-indeks-gospodarske-snage-07201759803f707ec38.pdf>, (pristupljeno 20. kolovoz 2018.).
- Hrvatska gospodarska komora, *Županije - velike gospodarske razlike na malom prostoru*, lipanj 2016. dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/upanijevelikegospodarskerazlikenamalomprost%20oru5757722c5b20e65.pdf>, (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
- Hrvatska turistička zajednica, *Hrvatska - Puna života: Regije*, dostupno na: <https://croatia.hr/hr-HR/Odredista/Regije> (pristupljeno 21. rujan 2018.).
- Hrvatski muzej naivne umjetnosti, *Naivna umjetnost*, 2015, Zagreb, dostupno na: http://www.hmnu.hr/hr/naivna_umjetnost/131/2, (pristupljeno 29. kolovoz 2018.).
- Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske - Izveštaj 1. Pristup, ciljevi i način izvođenja*, 2011., dostupno na: <http://iztzc.hr/hr/institut/strategija-razvoja-turizma-rh/> (pristupljeno 1. kolovoz 2018.).
- Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske - Izveštaj 9. Marketing koncepcija turističkog razvoja*, 2011., dostupno na: <http://iztzc.hr/hr/institut/strategija-razvoja-turizma-rh/> (pristupljeno 1. kolovoz 2018.).
- Institut za turizam, *Tomas istraživanje 2004.,2007.,2010.,2014.* dostupno na: <http://www.iztzc.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Institut za turizam, *Tomas istraživanje 2017.*, dostupno na: http://www.iztzc.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeto-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- InterMedia Projekt, *Od 1.1.2018. drugačije razvrstavanje jedinica lokalne i*

- područne (regionalne) samouprave prema stupnju razvijenosti, Intermedia projekti – EU fondovi, siječanj 2018. dostupno na: <https://intermediaprojekt.hr/2018/01/05/od-1-1-2018-drugacije-razvrstavanje-jedinica-lokalne-i-podrucne-regionalne-samouprave-prema-stupnju-razvijenosti/> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Ivandić, N., *Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015.- 2025.*, Zagreb, Varaždinska županija, Institut za turizam, 2015. dostupno na: <http://www.varazdinska-zupanija.hr/repository/public/2015/4-savjetovanje/gospodarstvo/rujan/15-09-strategija-razvoja-turizma.pdf> (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
 - Karlovačka županija, *Opći podaci o Kralovačkoj županiji*, web stranice Karlovačke županije, 2017. dostupno na: <https://www.kazup.hr/o-zupaniji/opci-podaci>, (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
 - Karlovačka županija, *Županijska razvojna strategija Karlovačke županije 2011. - 2013.*, 2011 dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Karlova%C4%8Dka_%C5%BEupanija.pdf (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
 - Karlovačka županija i Regionalna razvojna agencija Karlovačke županije, *Razvojna strategija Karlovačke županije 2016.-2020.*, dostupno na: <https://www.kazup.hr/2016-02-11-09-35-02/savjetovanje-sa-zainteresiranom-javnoscu/otvorena-savjetovanja/1000959-zupanijska-razvojna-strategija-karlovacke-zupanije-2020.html>, (27. kolovoz 2018.).
 - Kolar, Ž. i Jurman, M., *Strategija razvoja ljudskih potencijala Krapinsko-zagorske županije*, Partnersko vijeće za tržište rada, 2014. dostupno na: http://www.kzz.hr/sadrzaj/dokumenti/05927851/KZZ_Strategija_razvoja_ljudski_h_potencijala.pdf, (pristupljeno 11. rujan 2018.).
 - Koprivničko-križevačka županija, *Županijska razvojna strategija za razdoblje 2014.-2020.* Koprivnica, 2016. dostupno na: <https://kckzz.hr/wp-content/uploads/2016/09/%C5%BDUPANIJSKA-RAZVOJNA-STRATEGIJA-2014-2020.-1.pdf>, (pristupljeno 27. kolovoz .2018.).
 - Krapinsko-zagorska županija, *Strategija razvoja Krapinsko-zagorske županije do 2020. godine*, dostupno na: <http://www.kzz.hr/strategija-razvoja-2020> (pristupljeno 26. kolovoz 2018.)

- Krutak d.o.o. – EU Asistent, *One stop shop for EU funds: Kohezijski fond*, dostupno na: <http://europski-fondovi.eu/program/kohezijski-fond>, (pristupljeno 12. rujan 2018.).
- Kunst, I. i Tomljenović, R., Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije, Bjelovar, dostupno na: <http://rerabbz.hr/dokumenti-razvojne-agencije/detaljnije/turisticki-master-plan-bjelovarsko-bilogorske-zupanije>, (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
- Leksikografski zavod Miroslav Krleža, *Gospodarstvo: Turizam*, Hrvatska.eu, dostupno na: <http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1>, (pristupljeno 8. srpanj 2018.).
- Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, *Republika Hrvatska raspolaže sa sljedećom osnovnom mrežom prometne infrastrukture*, dostupno na: <http://www.mppi.hr/default.aspx?id=3113> (pristupljeno 28. kolovoz 2018.)
- Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije; *Indeks razvijenosti*, 2018. dostupno na: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2016.*, Izdanje 2017. dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-06/Turizam_u_brojkama_HR_%202016.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).
- Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Turizam u brojkama 2017.*, Izdanje 2018., dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-08/HTZ%20TUB%20HR_%202017%20FINAL.pdf (pristupljeno 7. srpanj 2018.).
- koordinacija razvoja Požeško-slavonske županije, 2017. dostupno na: http://www.panora.hr/repos/download/1517824878zrs_psz_2017-2020_r6.pdf, (pristupljeno 28. kolovoz 2018.).
- Osječko-baranjska županija, *Županijska razvojna strategija Osječko-baranjske županije do 2020.*, 2011. dostupno na: http://www.obz.hr/hr/pdf/savjetovanje_sa_zainteresiranom_javnoscu/zrs_obz_2020_javno_savjetovanje.pdf (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Požeško-slavonska županija, *Županijska razvojna strategija Požeško-slavonske županije za razdoblje 2017. - 2020.*, Požega, Regionalna
- Putoholičari.rtl.hr, *Najbolja putovanja vlakom*, kolovoz 2018. dostupno na: <http://www.putoholicari.rtl.hr/putovanja-vlakom-najbolja-28845/> (pristupljeno 11.

- rujan 2018.).
- REDEA - Regionalna razvojna agencija Međimurje, *Razvojna strategija Međimurske županije do 2020.*, Čakovec, 2015., dostupno na: <file:///F:/strategije%20razvoja%20%C5%BEupanija/me%C4%91im-%20do21.pdf>, (pristupljeno 11. rujan 2018.).
 - Regionalni.weebly, *Statistički izvori za 2018.*, dostupno na: <http://regionalni.weebly.com/statistika.html>, (pristupljeno 7. srpnja 2018.).
 - Rihelj, G., *Hrvatska ima najveći udio turizma u BDP-u u Europi – čak 18 posto*, HrTurizam.hr; Turistički news portal, veljača 2017., dostupno na: <http://hrturizam.hr/hrvatska-ima-najveci-udio-turizma-u-bdp-u-u-europi-cak-1801-posto/> (pristupljeno 10. kolovoz 2018.).
 - SIMORA - Razvojna agencija Sisačko-moslavačke županije, *Strategija razvojna turizma Sisačko-moslavačke županije 2014.-2020.*, Sisak, 2016., dostupno na: <https://www.simora.hr/?p=faq&m=p&f=index&i=117&l=hr&>, (pristupljeno 27. kolovoz 2018.).
 - Sisačko-moslavačka županija, *Županijska razvojna strategija Sisačko-moslavačke županije 2017.-2020.*, 2018. dostupno na: <file:///F:/strategije%20razvoja%20županija/sis-mosl-od.pdf> (pristupljeno 11. rujan 2018.).
 - Telišman - Košuta et. al., *Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020.* Zagreb/Čakovac, Institut za turizam, 2016. dostupno na: <file:///F:/strategije%20razvoja%20%C5%BEupanija/me%C4%91im-%20do21.pdf>, (pristupljeno 11. rujan 2018.).
 - Turistička zajednica grada Zagreba, *Muzej prekinutih veza*, 2011., dostupno na: <http://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/kultura/muzeji/muzej-prekinutih-veza>, (pristupljeno 12. rujan 2018.).
 - Upravni odjel za EU fondove, *Instrumenti financijske perspektive*, Grad Zadar, dostupno na: <http://www.grad-zadar.hr/instrumenti-financijske-perspektive-%2020142020-789/>, (pristupljeno 12. srpanj 2018.).
 - Virovitičko-podravska županija, *Master plan turizma Virovitičko-podravske županije za razdoblje 2009.-2019.*, Virovitica, VIDRA, 2008. dostupno na: <http://www.vpz.com.hr/wp-content/uploads/2012/11/Master-plan-turizma-VPZ-2009-2019.pdf> (pristupljeno 28. kolovoz 2018.).

- VIDRA - Agencija za regionalni razvoj, *Županijska razvojna strategija Virovitičko-podravske županije*, Virovitica, 2011. dostupno na: <http://www.vpz.com.hr/wp-content/uploads/2011/01/ZRS-VPZ-2011-2013-Web-Color.pdf> (pristupljeno 28. kolovoz 2018.).
- Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.*, Zagreb, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (pristupljeno 5. srpanj 2018.).
- Vlada Republike Hrvatske, *Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje do kraja 2020. godine*, Zagreb, lipanj 2017., dostupno na: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/regionalni-razvoj/razvojne-strategije/strategija-regionalnoga-razvoja-republike-hrvatske-za-razdoblje-do-kraja-2020-godine/3244>, (pristupljeno 20. kolovoz 2018.).
- Vukovarsko-srijemska županija, *Razvojna strategija Vukovarsko-srijemske županije za razdoblje do 2020. godine*, Upravni odjel za gospodarstvo i regionalni razvoj, 2017. dostupno na: <file:///F:/strategije%20razvoja%20županija/vuk-stij-od%2030.pdf> (pristupljeno 12. rujan 2018.).
- Vukovarsko-srijemska županija, *Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije*, Vukovar, Adria Bonus d.o.o., 2015. dostupno na: <file:///F:/strategije%20razvoja%20županija/vuk-stij-strat%20razv%20tur.pdf> (pristupljeno 12. rujan 2018.).
- Zagrebačka županija, *Strategija turističkog razvoja Zagrebačke županije do 2025.*, Zagreb, Institut za turizam, 2016. dostupno na: https://www.zagrebacka-zupanija.hr/media/filer_public/3f/df/3fd379-802c-4921-9f6d-90fedb6767bb/strategija_turistickog_razvoja_zagrebacke_zupanije_do_2025.pdf (pristupljeno 11. rujan 2018.).
- Zagrebačka županija, *Županijska razvojna strategija Zagrebačke županije do 2020.* Zagreb, 2015. dostupno na: https://www.zagrebacka-zupanija.hr/static/files/misc/materijali_za_skupstinu/odbori/odbor_za_prosvjetu_kulturu_i_sport/odbor_prosvjeta_kultura_sport_saziv10_materijal_2tocka_1di_o.pdf, (pristupljeno 25. kolovoz 2018.).

POPIS TABLICA

- Tablica 1. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Republici Hrvatskoj, od 2015. do 2017. godine.....18.
- Tablica 2. Dinamika turističkog prometa u Republici Hrvatskoj, po mjesecima za 2016. i 2017. godinu.....19.
- Tablica 3. Dolasci turista po županijama Jadranske Hrvatske za 2016. i 2017. godinu.....26.
- Tablica 4. Smještajni kapaciteti po županijama Jadranske Hrvatske za 2016. i 2017. godinu.....27.
- Tablica 5. Dolasci turista po županijama Kontinentalne Hrvatske za 2016. i 2017. godinu.....28.
- Tablica 6. Smještajni kapaciteti po županijama Kontinentalne Hrvatske za 2016. i 2017. godinu.....29.
- Tablica 7. Indeks gospodarske snage za 2016. godinu i BDP po stanovniku za 2015. godinu prema županijama Republike Hrvatske.....32.
- Tablica 8. Vrijednosti indeksa razvijenosti prema županijama Republike Hrvatske 2018. godine.....34.
- Tablica 9. Dolasci turista i broj postelja prema NUTS 2 regijama Republike Hrvatske (zasebno Grad Zagreb) u 2017. godini.....36.
- Tablica 10. SWOT analiza turizma Kontinentalne Hrvatske.....37.
- Tablica 11. Turistički dolasci i noćenja u Zagrebačkoj županiji 2016. i 2017. godine.....40.
- Tablica 12. Turistički dolasci i noćenja u Krapinsko-zagorskoj županiji 2016. i 2017. godine.....44.
- Tablica 13. Turistički dolasci i noćenja u Sisačko-moslavačkoj županiji 2016. i 2017. godine.....46.
- Tablica 14. Turistički dolasci i noćenja u Karlovačkoj županiji 2016. i 2017. godine.....47.
- Tablica 15. Turistički dolasci i noćenja u Varaždinskoj županiji 2016. i 2017. godine.....49.
- Tablica 16. Turistički dolasci i noćenja u Koprivničko-križevačkoj županiji 2016. i 2017.....51.
- Tablica 17. Turistički dolasci i noćenja u Bjelovarsko-bilogorskoj županiji 2016. i 2017.

godine.....	52.
• Tablica 18. Turistički dolasci i noćenja u Virovitičko-podravskoj županiji 2016. i 2017. godine.....	54.
• Tablica 19. Turistički dolasci i noćenja u Požeško-slavonskoj županiji 2016. i 2017. godine.....	55.
• Tablica 20. Turistički dolasci i noćenja u Brodsko-posavskoj županiji 2016. i 2017. godine.....	57.
• Tablica 21. Turistički dolasci i noćenja u Osječko-baranjskoj županiji 2016. i 2017. godine.....	59.
• Tablica 22. Turistički dolasci i noćenja u Vukovarsko-srijemskoj županiji 2016. i 2017. godine.....	61.
• Tablica 23. Turistički dolasci i noćenja u Međimurskoj županiji 2016. i 2017. godine.....	63.

POPIS GRAFIKONA

• Graf 1. Broj turista u Republici Hrvatskoj, u razdoblju od 1980. do 2015. godine (u 000).....	15.
• Graf 2. Dolasci domaćih i stranih turista u Republici Hrvatskoj, od 2007. do 2017. godine.....	17.

POPIS SLIKA

• Slika 1. NUTS 2 regije u Republici Hrvatskoj.....	22.
• Slika 2. Cestovna povezanost (osnovna mreža) Republike Hrvatske.....	69.

PRILOG

Anketa – Potencijali razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske

SAŽETAK

Kontinentalna Hrvatska predstavlja regiju koja je suočena s problemima nerazvijenosti, ali posjeduje brojne diferencirane razvojne potencijale, koji se značajnim dijelom mogu iskoristiti i za potrebe razvoja turizma. Cilj rada je analizirati te utvrditi ključne potencijale i ograničenja Kontinentalne Hrvatske kao turističke regije. Nakon definiranja osnova u procesu upravljanja razvojem turizma, prikazana su odabrana obilježja razvoja turizma u Hrvatskoj, posebno poglavlje usmjereno je na definiranje turističkih regija i komparaciju odabranih hrvatskih turističkih regija. U istraživanju detaljnije usmjerenom na analizu potencijala te ograničenja razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske prikazani su i rezultati anketiranja kojim se istražila percepcija o navedenim potencijalima i ograničenjima. Temeljem provedene analize izdvojeni su heterogeni, specifični potencijali za razvoj turizma, zasebno prema županijama kontinentalnog dijela Hrvatske, koji se mogu promatrati kao nadopuna postojećoj turističkoj ponudi, ali i kao osnova za razvoj samostalnih turističkih proizvoda i brojnih selektivnih oblika turizma. U tom smislu prepoznaju se i objašnjavaju potencijali razvoja ruralnog turizma, eno i gastro turizma, kulturnog turizma, cikloturizma, zdravstvenog turizma te drugih oblika. Zaključci upućuju na mogućnosti potpunijeg zadovoljavanja različitih turističkih potreba koje postaju sve složenije i zahtjevnije upravo putem selektivnih oblika kontinentalnog turizma. Razvoj turizma na području Kontinentalne Hrvatske može ublažiti i problem sezonalnosti, uz ostale koristi za cjelokupno gospodarstvo, uključujući lokalno stanovništvo, razvoj infrastrukture itd. Sve navedeno moguće je ostvariti sustavnim upravljanjem razvojem turizma, strateškim planiranjem, iskorištavanjem investicijskih mogućnosti za potrebe turizma, uz međuregionalnu, međusektorsku suradnju i suradnju nositelja provedbe turističke politike te jačanje svijesti o mogućnostima razvoja.

KLJUČNE RIJEČI: Kontinentalna Hrvatska, turizam, razvoj, potencijali

SUMMARY

Continental Croatia represents region which is faced with development problems but has numerous differentiated development potentials that can be used also in tourism development. The aim of this thesis is to analyse and determine key potentials and constraints in developing Continental Croatia as tourism region. After defining the main aspects in managing tourism development, chosen characteristics of Croatian tourism are presented, separate chapter is directed towards defining tourism regions and comparison of Croatian tourism regions. In detailed analysis of the potentials and constraints, the results of the survey which investigates the perception of the mentioned potentials and constraints are interpreted. Heterogeneous, specific potentials for tourism development in Croatian counties of the continental area are described, according to the performed analysis. It can be observed as additional supply of existing tourism products, but also as the basis for developing independent, unique tourism products and selective forms of tourism. In line with this, the potentials for developing rural tourism, eno and gastro tourism, cultural tourism, cycle tourism, health tourism are recognized and explained. The conclusions imply that selective forms of continental tourism can be used to satisfy different tourism needs, which has become more complex and demanding. Developing tourism in Continental Croatia can help in dealing with the issues of seasonality, produce other benefits for the economy, local population, infrastructure development etc. This can be possible through systematic managing of tourism development, strategic planning, by using investment possibilities in tourism, interregional, intersectoral cooperation and well as through cooperation of the different stakeholders and strengthening of the awareness about the development potentials.

KEYWORDS: Continental Croatia, tourism, development, potentials