

# Golf turizam

---

Jelenković, Elvin

Master's thesis / Diplomski rad

2015

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:121446>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**



Repository / Repozitorij:

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



**SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI  
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA "DR. MIJO MIRKOVIĆ"**

**Elvin Jelenković**

**GOLF TURIZAM**

**Diplomski rad**

**PULA, 2015**

**SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI  
FAKULTET EKONOMIJE I TURIZMA "DR. MIJO MIRKOVIĆ"**

**Student: Elvin Jelenković**

**Smjer i status: turizam i razvoj, izvanredni**

**Broj indeksa: 000761**

**GOLF TURIZAM**

**Diplomski rad**

**Kolegij: Selektivni turizam**

**Mentor: Doc. dr. sc. Aljoša Vitasović**

**Pula, lipanj 2015.**

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD</b> .....	<b>3</b>
<b>2. OSNOVNE ZNAČAJKE GOLF TURIZMA</b> .....	<b>5</b>
2.1. Pojam golf turizma .....	5
2.2. Razvoj golf turizma kroz povijest .....	6
<b>3. PONUDA I POTRAŽNJA NA SVJETSKOM TRŽIŠTU</b> .....	<b>8</b>
3.1. Europsko golf tržište .....	8
3.2. Golf turoperatoru.....	10
<b>4. DRUŠTVENO-EKONOMSKI EFEKTI U GOLFU</b> .....	<b>11</b>
4.1. Karakteristike golf turista.....	11
4.2. Utjecaj golf turizma na zdravlje .....	14
4.3. Ekonomski utjecaji golf turizma .....	16
<b>5. UPRAVLJANJE GOLF TURIZMOM</b> .....	<b>18</b>
5.1. Upravljačka struktura u golf turizmu .....	18
5.2. Prihodi i rashodi u poslovanju.....	20
5.3. Upravljanje rizicima i kriznim situacijama .....	22
<b>6. UTJECAJ RAZVOJA GOLF TURIZMA NA OKOLIŠ</b> .....	<b>25</b>
6.1. Utjecaji na tlo, šumske površine i bioraznočnost .....	25
6.2. Utjecaji na pitku vodu .....	29
<b>7. GOLF TURIZAM U HRVATSKOJ</b> .....	<b>32</b>
7.1. Strategija razvoja turizma do 2020. godine.....	32
7.2. Ponuda golf sadržaja u Hrvatskoj.....	35
<b>8. RAZVOJ GOLF DESTINACIJE ISTRE</b> .....	<b>39</b>
8.1. Ekonomske prednosti razvoja golf turizma u Istarskoj županiji.....	39
8.2. Osnovne karakteristike klime u Istarskoj županiji u odnosu na golf turizam .....	42
<b>9. KOMPARACIJA HRVATSKOG I PORTUGALSKOG GOLF TURIZMA</b> .....	<b>44</b>
<b>10. BUDUĆNOST GOLF TURIZMA</b> .....	<b>51</b>
10.1. Internacionalizacija golf turizma.....	51
10.2. Potražnja za golf sadržajima i aranžmanima u budućnosti .....	53
10.3. Izazovi zaštite okoliša u budućnosti.....	55
<b>11. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>57</b>
<b>12. LITERATURA</b> .....	<b>58</b>
<b>POPIS TABLICA</b> .....	<b>61</b>
<b>POPIS GRAFOVA</b> .....	<b>61</b>
<b>POPIS SLIKA</b> .....	<b>61</b>

# 1. UVOD

Tema ovog diplomskog rada je golf turizam. Golf ima dugu povijest i tradiciju koja datira još iz 1457. godine. U najrazvijenijim zemljama svijeta kao što su Sjedinjene Američke Države, Skandinavske zemlje, Velika Britanija, Njemačka, golf je izrazito popularan sport kojime se aktivno bavi veliki broj stanovnika. Budući da se golf igrališta grade diljem svijeta, mnogi rekreativni i profesionalni golferi putuju u druge zemlje s ciljem igranja golfa. Dotična putovanja predstavljaju golf turizam, tj. posjet mjestu izvan stalnog mjesta boravka s ciljem igranja golfa ili promatranja važnih golf turnira. Jedna od karakteristika golf turista je da u prosjeku imaju veću kupovnu moć od ostalih vrsta turista, pa čak i od nautičara. Golf resorti stoga ostvaruju visoke prihode od naknada za igranje na golf terenima, od prihoda smještaja, pružanja usluga hrane i pića te drugih usluga. Golf turizam ima i razne utjecaje na okoliš, te se obično smatra selektivnim oblikom turizma koji najviše onečišćuje okoliš. Svrha diplomskog rada je istraživanje golf turizma, uočavanje pozitivnih i negativnih utjecaja koje golf turizam ima na područje u kojem se nalazi, analiza modela upravljanja golf turizmom, te komparacija hrvatskog i portugalskog golf turizma. Cilj diplomskog rada je uočavanje važnosti pravilnog razvoja golf turizma, poboljšanjem turističkih rezultata uz istovremeno poboljšanje očuvanja okoliša. S obzirom na svrhu i cilj diplomskog rada iznesena je glavna hipoteza te dvije pomoćne hipoteze. Glavna hipoteza koja se postavlja je da „golf turizam produžuje turističku sezonu“. Prva pomoćna hipoteza koja se postavlja je da „golf turizam pozitivno utječe na imidž destinacije“, a druga pomoćna hipoteza koja se postavlja je da „razvoj golf turizma negativno utječe na okoliš.“

U znanstvenom istraživanju, formuliranju i prezentiranju ovog diplomskog rada korištene su u odgovarajućim kombinacijama brojne znanstvene metode, kao što su: metoda analize i sinteze, metoda dedukcije i indukcije, metoda komparacije, metoda deskripcije i metoda klasifikacije. Diplomski se rad sastoji od 12 dijelova. U uvodu je postavljen predmet istraživanja, definirani su svrha i cilj istraživanja i struktura rada. U drugom dijelu prikazuje se razvoj golf turizma kroz povijest te je ukratko objašnjen pojam golf turizma. U trećem dijelu daje se uvid u svjetsku dinamiku i trendove golf turizma, te se ističe važnost golf turoperatora. Četvrti dio je opširna prezentacija društveno-ekonomskih utjecaja golf turizma, među kojima su zdravstveni i ekonomski utjecaji, te su objašnjene karakteristike golf turista koje se mogu nadovezati na ekonomski utjecaj. U petom dijelu, ponuđeno je objašnjenje različitih oblika upravljačkih struktura, djelovanja u kriznim situacijama, te utjecaj pravilnog

vođenja poslovanja na operativne prihode i rashode. Šesti dio predstavlja analizu utjecaja izgradnje golf igrališta te održavanje golf terena na okoliš.

Sedmi dio je prikaz hrvatskog golf turizma kroz Strategiju razvoja turizma do 2020. godine, te ponudu hrvatskih golf sadržaja. U osmom dijelu provedeno je istraživanje koje se odnosi na golf turizam u Istarskoj županiji kroz SWOT analizu, te analiziranjem klimatskih uvjeta u Istarskoj regiji. U devetom dijelu izvršena je komparacija hrvatskog i portugalskog golf turizma kroz osnovne turističke pokazatelje, pokazatelja važnima za usporedbu golf turizma te usporedbom poslovnog modela najboljeg hrvatskog i portugalskog golf resorta. Deseti dio predstavlja budućnost golf turizma kroz internacionalizaciju ovog sporta i kroz izazove zaštite prirode u budućnosti. U zaključku su iznijete spoznaje do kojih se došlo obradom zadane teme. U posljednjem dijelu, literaturi, iznijeta je bibliografska građa korištena pri obradi teme diplomskog rada, poredana po abecednom redu. Posebno bih se želio zahvaliti svojem mentoru doc.dr.sc. Aljoši Vitasoviću na pruženim savjetima, te pomoći prilikom pisanja diplomskog rada.

## 2. OSNOVNE ZNAČAJKE GOLF TURIZMA

### 2.1. Pojam golf turizma

Golf turizam je jedan od selektivnih oblika turizma što znači da je namijenjen jednom užem segmentu turista. Potpuno je drugačiji od masovnog turizma kod kojeg postoji velika koncentracija turista na jednome mjestu. Za razliku od masovnih turista, golf turisti ostvaruju daleko veću potrošnju u destinaciji. Od svih segmenata potrošača, golf turisti imaju najveću kupovnu moć te je stoga njihova prisutnost poželjna u svakoj turističkoj destinaciji. Golf turizam se po svojim karakteristikama ubraja u sportski turizam, te danas predstavlja jednog od najbrže rastućih oblika turizma. Sportski turizam može se definirati na temelju opće definicije turizma, a to znači da sportski turizam predstavlja putovanje pojedinca ili grupe izvan svog uobičajenog mjesta boravka s ciljem gledanja ili sudjelovanja u rekreativnoj ili natjecateljskoj sportskoj aktivnosti, a njegov boravak nije vezan uz promjenu stalnog mjesta boravka ili sa stjecanjem zarade. Iako je pojam sportskog turizma relativno nov, turizam potaknut sportskim događajima postoji još od antičkog doba. Mnoge su turističke destinacije prepoznale potencijal sportskog turizma te su započele s intenzivnim razvojem sportskih sadržaja u sklopu smještajnih kapaciteta. Golf turizam jedan je od prestižnijih i cjenovno skupljih oblika turizma, pa stoga golf resorti (kompleksi smještajnih kapaciteta u blizini golf igrališta) često privlače velike investitore. Golf turizam je ujedno i oblik održivog turizma. Većina golf investicija u potpunosti uzimaju u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke. Osim toga, cilj investicija je briga o potrebama posjetitelja, okoliša i turističke destinacije. Stoga, golf turizam ima veliki utjecaj na imidž destinacije. Prisutnost golf turizma u destinaciji povećava ekonomsku korist lokalne zajednice budući da u obližnjim smještajnim kapacitetima borave turisti izrazito visoke platežne moći. Razvoj ovakvog oblika turizma u potpunosti mijenja i poboljšava imidž destinacije.

Posljednjih godina objavljene su i brojne knjige i akademski članci koji su potaknuti golf turizmom i njegovim utjecajima, a najpoznatiju knjigu "*Golf Tourism*" napisao je Simon Hudson. Knjiga ima dva izdanja, prvo je objavljeno 2009. godine, a drugo 2014. godine.

## 2.2. Razvoj golf turizma kroz povijest

Mjesto porijekla golfa bilo je predmet mnogih rasprava. Najstariji pisani dokument u kojem je golf spomenut, datira iz 1457. godine. Dokument je napisao škotski parlament, a u njemu je golf opisan kao igra koja ozbiljno prijeti streljaštvu (tadašnjem najpopularnijem škotskom sportu). Bez obzira na taj dokument, golf se nastavio igrati zbog rastuće popularnosti, a najaktivniji igrači bili su upravo pojedinci koji su napisali dotični dokument (političari, plemići i kraljevska obitelj).

Slika 1: Škotska kraljica Mary Stuart



Alamy ANMP86

Izvor: Alamy.com, <http://www.alamy.com/stock-photo-mary-queen-of-scots-golf-5080709.html>, 08.03.2015.

Škotska kraljica Mary Stuart bila je prva žena koja se aktivno počela baviti golfom. Ubrzo se golf počeo igrati diljem Škotske, a kasnije i u cijeloj Velikoj Britaniji. Prvi golf teren koji po svom konceptu podsjeća na današnje golf terene bio je škotski St. Andrews, a izgrađen je 1552. godine (gotovo 100 godina nakon što je golf izumljen). Golf se izvan granica Velike Britanije najprije proširio na britanske kolonije. Indija je bila prva među njima, a nakon Indije golf se počeo igrati u Australiji, Tajlandu, Južnoafričkoj Republici te u Kanadi. Zanimljivo je da se u Sjedinjenim Američkim Državama golf nije pojavio do 1888. godine, a danas se najveći broj golf igrališta nalazi upravo u SAD-u.



Povećanje broja golf igrališta u SAD-u je zapanjujući. Do 1896. godine na teritoriju SAD-a izgrađeno je 80 golf terena, a u sljedeće 4 godine izgrađeno ih je još 812.<sup>1</sup> Stoga, već 1890. godine, SAD su postale najveća svjetska golf destinacija, te se i dan danas nalaze na prvome mjestu. Iako se golf počeo igrati sredinom petnaestog stoljeća, službena golf pravila definirana su u Škotskoj tek 1897. godine.

Povećanjem broja golf terena u svim krajevima svijeta, te povećanjem turističke aktivnosti nakon Drugog svjetskog rata, započeo je novi turistički trend, a to je želja za putovanjem radi igranja golfa. Veliki broj turističkih destinacija započelo je razvijati i diverzificirati turističke golf proizvode s ciljem privlačenja većeg broja gostiju koji posjeduju veću kupovnu moć. Neke zemlje poput Malezije, Tajlanda i Indonezije jednim su dijelom uspjele potaknuti razvoj turizma na temelju razvoja golf turizma, tj. određivanjem golf turizma kao jednog od glavnih turističkih proizvoda. Početkom 20. stoljeća mnoge su se zemlje borile sa sezonalnošću turizma. Čak i zemlje s ugodnom klimom i lijepim plažama turiste su uspjele privući isključivo u kraćem dijelu godine. Španjolska je jedna od prvih europskih zemalja koja je razvojem golf turizma produžila turističku sezonu.<sup>2</sup> Produženje turističke sezone strategijom razvoja golf turizma ne koristi se samo u toplim krajevima. Golf resort Panorama u kanadskoj Britanskoj Kolumbiji postao je prvi golf resort u povijesti koji je izgrađen u svrhu produženja zimske (skijaške) sezone. Izgradnjom golf resorta u Britanskoj Kolumbiji povećan je broj turističkih dolazaka u ljetnim mjesecima (uobičajeno slabijeg dijela turističke sezone). Izgrađen je 2005. godine, te su mnoge zimske destinacije potaknute kanadskim primjerom počele ulagati u golf turizam. Golfom su se osim profesionalnih igrača, od njegovih samih početaka bavili isključivo uspješni poslovni ljudi. Stoga mnoge su destinacije ulagale u golf sadržaje kako bi privukle uspješne poslovne ljude i ponudile im poslovnu suradnju za vrijeme njihovog boravka. Najvažnije europske emitivne zemlje u segmentu golf turizma prikazane su u sljedećem poglavlju.

---

<sup>1</sup> Hudson, S., Hudson, L. (2014.): *Golf tourism*, Drugo izdanje, str. 7

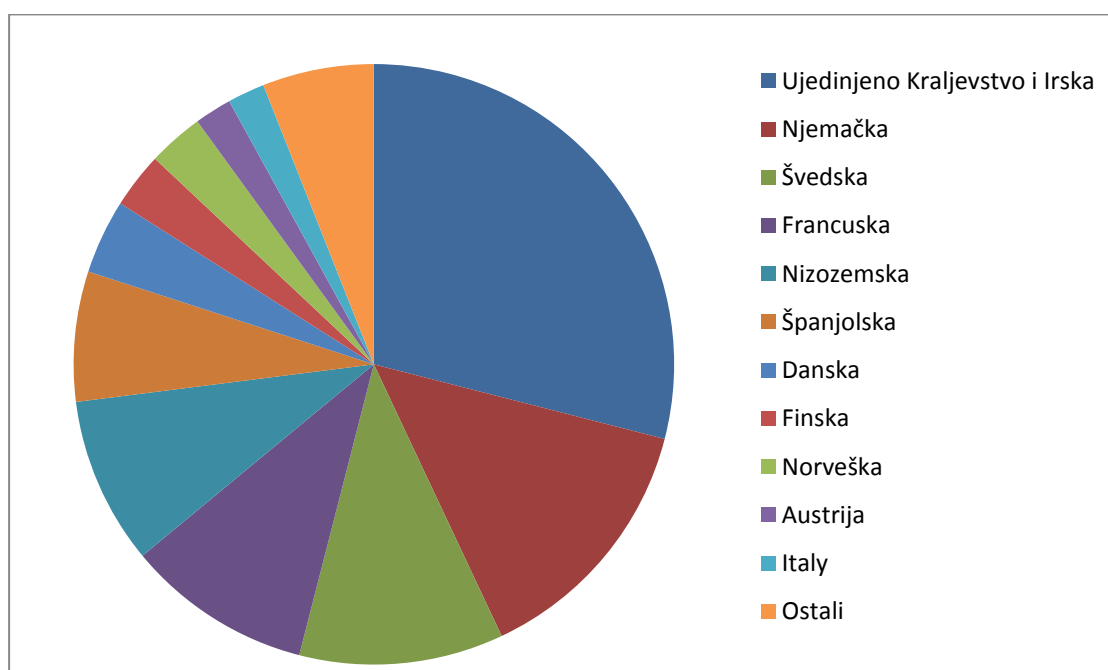
<sup>2</sup> Španjolska Costa del Sol se izvan glavne turističke sezone promovira kao Costa del Golf, a na tom se teritoriju nalazi 31 golf resort.

### 3. PONUDA I POTRAŽNJA NA SVJETSKOM TRŽIŠTU

#### 3.1. Europsko golf tržište

Ponuda i potražnja za golf sadržajima unutar Europe koncentriran je u relativno malom broju zemalja. 94% svih registriranih golfera i 92% svih golf terena nalaze se u jedanaest država. Najveće europsko golf tržište su Ujedinjeno Kraljevstvo i Irska, na čijem području živi 29% golfera te se na tom području nalazi čak 44% ukupnih golf terena u Europi. Njemačka je druga značajna golf nacija. Na njenom teritoriju nalazi se svaki deseti golf teren u Europi, a 14% svih golfera u Europi su Nijemci.<sup>3</sup>

Graf 1: Distribucija potražnje u Europi



Izvor: KPMG, *Golf participation in Europe 2013*,

<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Documents/KPMG-Golf-participation-in-Europe-2013.pdf>, 07.04.2015.

Na grafikonu je vidljivo koje države imaju najveći udjel stanovništva koji se profesionalno ili rekreativno bavi golfom, a one su: Island, Švedska, Danska, Finska, Nizozemska i Norveška. Putem grafikona može se prepoznati važnost golf turizma budući da su zemlje s najvećim udjelom ujedno i najrazvijenije zemlje čiji državljani imaju veliku kupovnu moć.

<sup>3</sup>KPMG, *Golf participation in Europe 2013*,

<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Documents/KPMG-Golf-participation-in-Europe-2013.pdf>, 10.03.2015.

Udio muškaraca u profesionalnom i rekreativnom igranju golfa tradicionalno je dominantan. 63% europskih golfera su muškarci, 22% žene, a 14% djeca. U 2013. godini udio muškaraca u golfu porastao je za 0,4%, udio žena za 0,6%, a udio djece je drastično pao. 2013. godine registrirano je 11.500 djece manje u odnosu na godinu ranije.<sup>4</sup> Zanimljivo je da u nekim zemljama u razvoju udio djece u golfu iznosi i do 25%. Među njima su Grčka, Srbija i Rumunjska, dok se u Turskoj smatra da je svaki drugi golfer osoba do 18 godina starosti.

Veliki broj golfera organizaciju svog odmora prepušta turoperatorima koji su se specijalizirali upravo za golf tržište koje danas iznosi 80-ak milijardi eura godišnje. Poslovanje golf turoperatora detaljnije je objašnjeno u sljedećem poglavlju.

---

<sup>4</sup>IBIDEM

## 3.2. Golf turoperatori

Veliki broj svjetskih turoperatora kreira posebne turističke aranžmane za golf turiste. Većina dotičnih turoperatora u sastavu su udruženja "*International Association of Golf Tour Operators*" (IAGTO), što pokazuje podatak da je u 2012. godini IAGTO u svom sastavu imao 492 turoperatora iz 62 različitih zemalja. Golf turisti svoj odmor najčešće rezerviraju putem članica IAGTO-a, primjerice 2012. godine 80% svih turističkih golf aranžmana u svijetu prodano je putem IAGTO-a.<sup>5</sup> Uobičajeni turistički golf aranžman kojeg turoperatori nude, uključuje troškove "*green fee-ja*", rezervacije termina za igranje golfa, troškove prijevoza i smještaja.

Većina golf turista koji svoj odmor rezerviraju uz pomoć golf turoperatora dolaze iz najvećih svjetskih emitivnih golf tržišta, a to su: Britanci, Amerikanci, Kanadani, Švedani, Nijemci i Austrijanci. Pojavom gospodarske krize 2008. godine, ni golf turisti nisu ostali imuni na visinu cijena turističkih golf aranžmana, te je cijena često presudni faktor u donošenju odluke za kupnju. Bez obzira na tu činjenicu, golf turistima je kvaliteta golf igrališta i dalje izrazito bitna. Stoga, dobar odnos dobivene vrijednosti i tražene cijene važniji je nego ikada prije. Razvojem digitalnih medija i većom umreženosti ljudi diljem svijeta putem Interneta, omogućilo je brže i transparentnije širenje imidža određenog golf resorta. Transparentnost omogućuju brojni komentari gostiju na društvenim mrežama poput *Facebook-a*, *Twitter-a* i važnim internetskih portalima poput *Trip Advisor-a*, *Booking.com-a* i drugima. Ponuđači golf usluga putem dotičnih društvenih mreža i portala imaju mogućnost privući veći broj klijenata, međutim za povećanje broja klijenata i njihovo zadržavanje potrebno je pružati kvalitetnu uslugu. Loša kvaliteta pružene usluge brzo "odjekne" na društvenim mrežama, a posljedica je gubitak postojećih i potencijalnih klijenata. Stoga, veliki golf turoperatori za poslovanje biraju golf resorte koji pružaju dobar omjer vrijednosti i cijene.

Golf turizam osim ekonomskih efekata stvara i društvene efekte. Objašnjeni su u sljedećem poglavlju, a koje započinje s karakteristikama golf turista. Karakteristike golf turista su važne zbog boljeg shvaćanja i korištenja ekonomskih prednosti ovog turističkog segmenta.

---

<sup>5</sup> Hudson, S., Hudson, L. (2009.): *Golf tourism*, Prvo izdanje, stranica 58.

## 4. DRUŠTVENO-EKONOMSKI EFEKTI U GOLFU

### 4.1. Karakteristike golf turista

Golf turisti su većinom muškarci srednjih godina ili blizu godina umirovljenja. Međutim profil golfera se zadnjih godina mijenja, ponajviše zbog činjenice da se sve više žena počinje baviti ovim sportom. "*Hennessey et al*" 2008. godine napravio je istraživanje u kojemu su golf turisti bili podijeljeni u tri različite skupine. S obzirom na učestalost ili veću frekventnost putovanja golf turisti podijeljeni su na one koji rijetko putuju, na one koji povremeno putuju, te na golf turiste koji često putuju. Golferi koji često putuju, u istraživanju *Hennessey-a* nazvani su "predani golferi". Prema dotičnom istraživanju "predani golferi" se jako razlikuju od druge dvije skupine golfera. Stariji su, bogatiji, manje osjetljivi na cijene usluga i proizvoda, najčešće žive u ne obalnim područjima, te češće rezerviraju smještaj prije samog dolaska u destinaciju. "Predani golferi" troše znatno više novčanih sredstava na odmoru, a samo na proizvode vezane uz golf prosječno potroše 483 američkih dolara. Za kraj istraživači *Hennessey-a* zaključili su da ova kategorija golfera može ostvariti veliki ekonomski utjecaj u turističkoj destinaciji upravo zbog velike količine slobodnih novčanih sredstava, navika potrošnje i učestalosti putovanja.<sup>6</sup>

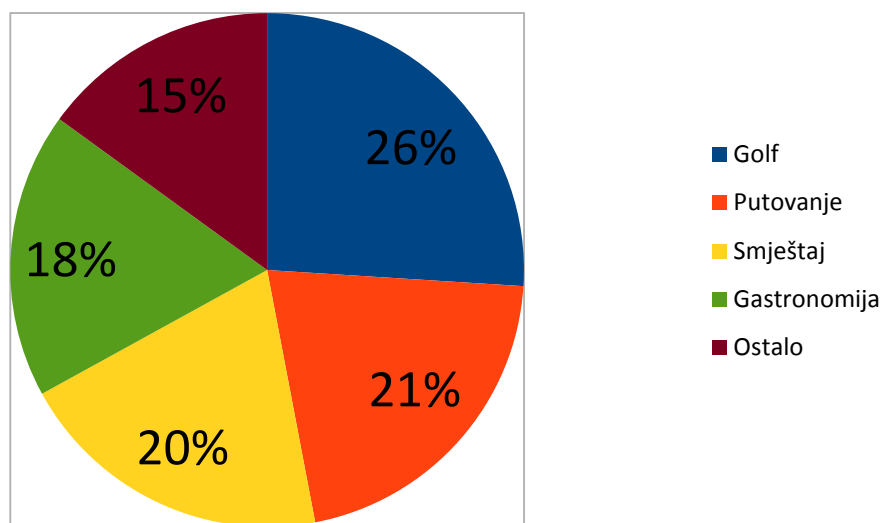
Jedan od motiva golfera za bavljenje golfom je mogućnost upoznavanja novih poslovnih partnera te sklapanje poslova. Konceptija golfa omogućava sudionicima da veći dio igre razgovaraju, što omogućava odvijanje procesa poslovnog pregovaranja.

---

<sup>6</sup> Hudson, S., Hudson, L. (2014.): *Golf tourism*, Drugo izdanje, stranica 37.

Golf turisti zarađuju puno više od prosječnog radnika te su obično vlasnici poduzeća, menadžeri ili stručnjaci iz svih područja ekonomije. U usporedbi s drugim turistima, golf turisti na odmoru potroše značajno više novaca. Osim plaćanja dobivenih usluga na golf terenima, veliki dio novčanih sredstava troše u obližnjim hotelima, restoranima, *shopping* centrima i *rent-a-car* poslovnicama.

Graf 2: Potrošnja golf turista tijekom boravka u destinaciji

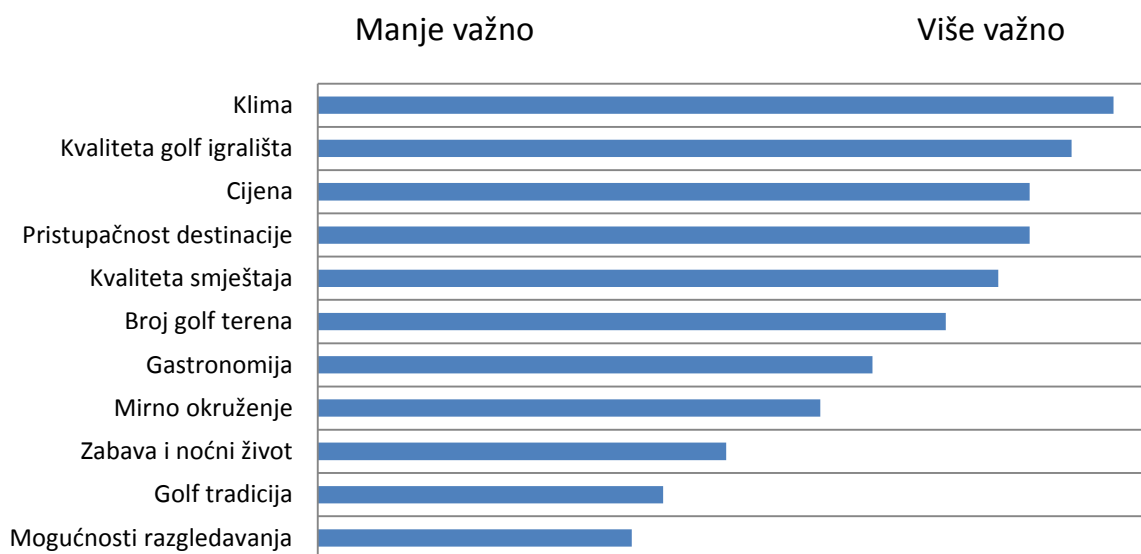


Izvor: Hudson, S., Hudson, L. (2009.): *Golf tourism*, Prvo izdanje, stranica 43.

U grafikonu je vidljivo da je udjel troškova putovanja, smještaja i gastronomije u prosjeku gotovo jednak. Prema istraživanju koje je proveo KPMG 2013. godine, golf turisti u Europi dnevno u prosjeku potroše 205-250 američkih dolara tijekom kratkog boravka u destinaciji, a 345 američkih dolara dnevno tijekom dužeg boravka. Dotična potrošnja odnosi se isključivo na "green fee" (više u poglavlju 3.2.) i vanpansionske usluge, ne i na smještaj i putovanje.<sup>7</sup> Visina potrošnje ovisi i o kvaliteti samoga golf resorta. Stoga dnevna potrošnja može biti mnogo veća od navedene.

<sup>7</sup> KPMG, *Golf travel insights 2013*,  
<http://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadNovedades/ArticulosyPublicaciones/Documents/Golf-Travel-Insights-2013.pdf>, 05.03.2015.

Graf 3: Motivacijski čimbenici u golf turizmu



Izvor: KPMG, *Golf travel insights*,  
[http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Online%20library/EN/KPMG\\_GolfTravelInsights.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/EN/KPMG_GolfTravelInsights.pdf),  
12.04.2015.

Na temelju podataka iz grafičkog prikaza može se zaključiti da su prosječnom golferu od iznimne važnosti; klima, kvaliteta igrališta, cijena usluga te pristupačnost destinacije. U poglavlju 7.3. prikazati će se klimatske karakteristike Istarske županije, a koje pružaju idealne uvjete za razvoj golf turizma. Prometna pristupačnost planiranih istarskih golf terena objašnjena je u poglavlju 7.1.

Golf turizam nije isključivo vezan za ekonomske i ekološke efekte. Jedan dio efekata odnosi se i na zdravlje pojedinaca koji rekreativno ili profesionalno igraju golf. Ovaj je segment detaljnije objašnjen u sljedećem poglavlju.

## 4.2. Utjecaj golf turizma na zdravlje

Golf obično asocira na mirno okruženje u kojima golferi igraju, male električne automobile kojima se golferi kreću po igralištu kako bi brže i jednostavnije došli do bačene loptice. Još jedan od razloga zbog čega se golf smatra jednostavnom i ležernom igrom su nosači golf opreme kojima je zadaća pratiti golfere te nositi njihovu tešku golf opremu. Iako se na prvi pogled čini kao izrazito miran i ležeran sport u usporedbi s većinom drugih sportova, golf pruža brojne psihičke i zdravstvene dobitke.

Tijekom sedamdesetih i osamdesetih godina prošloga stoljeća smatralo se da tjelovježba nije efikasna ukoliko pojedinac na barem 20 minuta ne ubrza pulsiranje vlastitog organizma. Iстина je međutim drugačija budući da je umjereno vježbanje također efikasno, iako uključuje više razdoblja neaktivnosti. Prema istraživanju kojeg je proveo *Bauerfeind Performace Center*, igranje golfa uključuje emocionalne, mentalne i fizičke zdravstvene pogodnosti.<sup>8</sup> S emocionalne strane golf pruža osjećaj ispunjenja koji se može povezati s višim razinama *Maslovljeve* hijerarhije potreba gdje se posebno ističe samopoštovanje. Također, emocije kod golfera pozitivne su zbog mogućnosti uživanja na otvorenim prostorima u društvu prijatelja ili na natjecanjima na kojima odmjeravaju snage s drugim golferima. Golf je i mentalni izazov za svakoga budući da golfer uoči i prilikom udarca loptice palicom za golf, mora biti potpuno koncentriran na tehniku udarca kako bi odigrao dobar udarac. Većina ljudi smatra da je golf fizički ležeran sport, međutim golf je izazovan sport koji zahtjeva mišićnu snagu, izdržljivost, ravnotežu i koordinaciju. Golferi rekreativci koji nemaju vlastitog nosača golf opreme te električni automobil, nakon udarca loptice, tešku opremu nose sa sobom na velikim udaljenostima. Znanstveno je dokazano da je igranje golfa uz pravilnu prehranu, odlična kombinacija za prevenciju osteoporoze, tj. smanjenje gustoće kostiju.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Impowerage.com, *Golf for fun and fitness*, <http://impowerage.com/fitness/activities/golf-for-fun-and-fitness>, 22.02. 2015.

<sup>9</sup>Cybergolf.com, *Osteoporosis & golf*, [http://www.cybergolf.com/golf\\_news/osteoporosis\\_golf](http://www.cybergolf.com/golf_news/osteoporosis_golf), 22.02.2015.



Prema istraživanju švedskog *Karolinska Instituta*, stopa smrtnosti golfera je 40% manja, a životni vijek 5 godina duži u usporedbi s osobama iste dobi i socioekonomskog statusa, a koje se ne bave nijednim sportom ili aktivnošću. Profesor Anders Ahlbom koji je u suradnji s Bahmanom Farahmandom proveo istraživanje nije iznenađen dotičnim rezultatima istraživanja. On smatra da golf pruža više pozitivnih učinaka za zdravlje pojedinca budući da odigrati partiju golfa znači boraviti 5 do 6 sati na otvorenom, te prohodati prosječno 6 do 7 kilometara. Specifičnost za golf je da se njime uglavnom bave osobe srednje ili starije životne dobi kojima takav višesatni boravak na otvorenom u kombinaciji s pozitivnim psihosocijalnim aspektima igre poboljšava psihofizičko zdravlje. Dotična studija naravno ne isključuje da postoje i drugi faktori koji smanjuju stopu smrtnosti golfera, a koji nisu vezani za golf. Međutim, autori studije smatraju da igranje golfa ima značajnu ulogu u pozitivnim rezultatima provedenog istraživanja. Zanimljivo je da su pozitivni psihofizički efekti golfa izraženiji kod pojedinaca iz radničke klase u usporedbi s pojedincima iz prestižnijih zanimanja.<sup>10</sup> Istraživanje je provedeno na podacima 300 tisuća švedskih golfera.<sup>11</sup> Prema istraživanju kojeg je proveo *Walker Research Group*, jedna partija golfa smanjuje razinu glukoze u krvi za 20% kod mladih ljudi, 10% kod osoba srednjih godina, te čak za 30% kod osoba starije životne dobi, a kod svih sudionika bilježi se smanjenje težine tijela. Povremeno igranje golfa povećava samopouzdanje pojedinca, a dokazano je da stariji golferi imaju više samopouzdanja, te statičku i dinamičku kontrolu u usporedbi sa starijim zdravim osobama koje ne igraju golf.<sup>12</sup>

Uzimajući u obzir brojna provedena istraživanja na temu utjecaja golfa na zdravlje ljudi, može se zaključiti da povremeno rekreativno bavljenje golfom predstavlja dovoljnu psihofizičku aktivnost za održavanje ili povećanje psihofizičkog zdravlja pojedinca. Zadnji i najvažniji efekt golf turizma na destinaciju objašnjen je u slijedećem poglavlju a odnosi se na ekonomske efekte koje golf sadržaji kreiraju u turističkoj destinaciji u kojoj se nalaze.

---

<sup>10</sup> B. Farahmand, G. Broman, U. de Faire, D. Vågerö, A. Ahlbom, *Golf: a game of life and death - reduced mortality in Swedish golf players*, Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports, 2008.

<sup>11</sup> Golf je u Švedskoj izrazito popularan te se njime što aktivno, a što rekreacijski bavi 600 tisuća ljudi.

<sup>12</sup> World Golf Foundation, *The health and wellness benefits of golf*, <http://www.golf2020.com/research/health-wellness.aspx>, 22.02.2015.

### 4.3. Ekonomski utjecaji golf turizma

Golf turizam se od njegovih samih početaka ponajviše promatrao kroz ekonomske utjecaje. Pitanja vezana uz negativne utjecaje na zdravlje i okoliš, do nedavno nisu bila u središtu pažnje. Wall i Mathieson, autori knjige *Tourism, Change, Impacts and Opportunities* navode sljedeće razloge:<sup>13</sup>

- ekonomski utjecaji golf turizma relativno su jednostavniji za izračunavanje u usporedbi s izračunavanjem utjecaja na zdravlje i okoliš
- većina podataka koji služe za izračunavanje utjecaja prikupljeni su od strane vladinih organizacija i agencija (vlade su u prošlosti u obzir uzimale uglavnom ekonomske podatke)
- uvjerenje vladinih agencija da turizam pruža brz i siguran povrat uloženog kapitala, te da kao takav može biti pozitivna snaga u poboljšanju gospodarske situacije zemlje.

Ekonomski stručnjaci često spominju multiplikativni efekt golf turizma. Ekonomske analize pokazuju da će novac koji golf turisti potroše u destinaciji naknadno opet biti potrošen od strane receptivne destinacije, te se na taj način povećava razina potrošnje u samoj destinaciji. Turizam u mnogim manje razvijenim destinacijama može služiti kao temelj gospodarskog rasta. Mala i srednja poduzeća u takvim destinacijama imaju izravne i neizravne ekonomske koristi od turizma, stoga su se mnoge zemlje u razvoju odlučile na razvoj golf turizma.<sup>14</sup> Turistička kretanja su se do prije nekoliko desetljeća odvijala uglavnom na području Europe i SAD-a. Međutim, udio turističkih dolazaka se posljednjih godina drastično promijenio, te se danas 47% svih turističkih dolazaka ostvaruje u zemljama u razvoju, a očekuje se da će 2015. godine premašiti 50%.<sup>15</sup>

Jedan od razloga takvih turističkih kretanja su ulaganja u razvoj selektivnih oblika turizma, a među kojima je i golf turizam koji osim što povećava broj turističkih dolazaka, drastično povećava turističke prihode.

---

<sup>13</sup>Wall, G., Mathieson, A., *Tourism, Change, Impacts and Opportunities*, Pearson education, Harlow, 2006., str. 55

<sup>14</sup>Bartolucci, M., Čavlek, N. et al (2007.), *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb, str. 43

<sup>15</sup>UNWTO, *UNWTO Tourism Highlights*,  
[http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf),  
08.03.2015.

Danas se prihodi od golf turizma broje u milijardama eura. Sjedinjene Američke Države su najjače svjetsko golf tržište, te godišnje ostvaruju 52,6 milijardi eura prihoda. Europsko tržište je dosta skromnije od američkog te iznosi 15,1 milijardu eura.<sup>16</sup> Jedan od značajnijih ekonomskih utjecaja golfa je zapošljavanje stanovništva. U Europi 180 tisuća ljudi ima stalni radni ugovor vezan uz golf turizam. Nadalje, u golf turizmu postoji veliki broj različitih radnih mjesta, pa je stoga atraktivan i zbog mogućnosti razvoja poslovne karijere. Tržište nekretnina je također usko vezano uz golf turizam. Nekretnine koje se nalaze u blizini golf resorta obično imaju daleko veću vrijednost od nekretnina izgrađenih u drugim središtima. Zanimljivo je da u vrijeme gospodarske recesije potražnja za njima ne pada tako drastično kao za drugim nekretninama. Golf turizam ima i negativne ekonomske utjecaje. Najopasniji oblik golf turizma za lokalnu zajednicu i općenito gospodarstvo neke zemlje su *all inclusive* golf resorti. Baš ako i *all inclusive* hoteli, takav oblik golf resorta onemogućava lokalnu zajednicu da iskoristi sve ekonomske pogodnosti golf turizma. Lokalna zajednica je isključena zbog toga što golferi većinu novčanih sredstava troše na prijevoz, smještaj, te vanpansionske usluge u hotelu, a tek manji dio sredstava potroše izvan područja golf resorta. Mnogi se slažu da takav koncept golf turizma nije poželjan za lokalnu zajednicu, te se u brojnim destinacijama vrši pritisak na vlasnike golf resorta. Ovaj se problem može riješiti partnerstvom vlasnika golf resorta s lokalnim restoranima, prodavaonicama, turističkim agencijama i drugim poduzetnicima. *All inclusive* golf turizam najzastupljeniji je u slabije razvijenim zemljama kojima je svaka ekonomska pomoć dobrodošla, pa makar ona bila minimalna. Jedan sličan primjer postoji i u Istri. Kempinski Adriatic Golf Resort u Savudriji svojim gostima pruža usluge smještaja, igranja golfa, te uživanje u istarskoj gastronomiji. Međutim, sve te usluge pruža unutar granica resorta. Osiguravaju čak i prijevoz od hotela do zračne luke Pula i do drugih bližih zračnih luka. Na svojoj internetskoj stranici <http://www.kempinski.com/en/istria/hotel-adriatic/special-offers/discover-istria/> promoviraju paket aranžman "*Discover Istria*", međutim on ne podrazumijeva upoznavanje Istre, već uživanje u Istri i njenim gurmanskim specijalitetima unutar granica resorta. Pitanje je kolika je stvarna ekonomska korist za lokalnu zajednicu, te koliki udio prihoda ostvarenih *all inclusive* uslugom ostaje u Republici Hrvatskoj? Stoga, važno je definirati adekvatnu upravljačku strukturu, a ona je detaljno objašnjena u sljedećem poglavlju.

---

<sup>16</sup>Professional Golfers Association, *The economic impact of golf on the economy of Europe*, <https://dl.dropboxusercontent.com/u/125064834/Economic%20Impact%20of%20Golf%20on%20the%20Economy%20of%20Europe%202011.pdf>, 08.03.2015.

## 5. UPRAVLJANJE GOLF TURIZMOM

### 5.1. Upravljačka struktura u golf turizmu

Upravljačka struktura golf resorta pokazuje način na koji je određeni resort organiziran, tj. pokazuje tko njime upravlja. Problemi u efikasnom upravljanju golf resortima došli su do izražaja tek početkom 80-ih godina prošloga stoljeća. Do tada su prihodi golf resorta bili daleko veći od troškova. Budući da je početkom 80-ih godina porasla cijena kapitala baš kao i visina operativnih troškova, efikasno upravljanje golf resortom postala je nužnost. Ishod takvih kretanja na tržištu kapitala bio je nastanak više različitih upravljačkih struktura u golf turizmu.

Načini upravljanja prema Hudsonu su:<sup>17</sup>

1. Investitor samostalno upravlja svim operacijama – ovaj način upravljanja specifičan je za investitore koji imaju prijašnjeg iskustva u upravljanju golf resortima. Operacije vodi voditelj golf resorta zajedno sa svojim suradnicima. Prednost ovog modela za investitora je veći uvid u način vođenja golf resorta. Dionici su također zadovoljniji budući da znaju sve pojedinosti oko načina upravljanja. Manjak ovog modela je da su voditelji resorta nerijetko nedovoljno sposobni i stručni.
2. Investitor prepušta upravljanje vanjskom partneru – unajmljivanje kompanije koja je specijalizirana za upravljanje golf resortima specifična je za investitore koji nemaju iskustva u vođenju golf terena. Specijalizirane menadžment kompanije za svoje usluge naplaćuju ugovorenu naknadu. Visina naknade ovisi i o imidžu unajmljene kompanije budući da veliki broj golfera svoj odmor nastoji provoditi u golf resortima kojeg vode određeni golf brendovi. Jedan takav primjer postoji i u Hrvatskoj, a to je Kempinski Adriatic. Hotel i golf resort vodi u svoje ime, ali za tuđi račun, tj. za Rezidenciju Skiper d.o.o. koja je uložila u ovaj projekt.
3. Vanjski partner upravlja igralištima u javnom vlasništvu – izrazito mali udio golf igrališta u svijetu je u državnom ili javnom vlasništvu. Lokalne samouprave upravljanje golf terenima uglavnom prepuštaju specijaliziranim menadžment kompanijama. Baš kao i kod prethodnog načina upravljanja, investitor (lokalna samouprava) nema iskustva u upravljanju golf terenima. Vanjski partner za svoje usluge naplaćuje proviziju, a lokalna samouprava ostvaruje dodatan prihod od golf turizma.

---

<sup>17</sup>Hudson, S., Hudson, L. (2009.): *Golf tourism*, Prvo izdanje, stranica 109.

Upravljanje golf terenima najčešće se prepušta specijaliziranim menadžment kompanijama zato jer nije važno samo izgraditi golf teren, važno je i pravilno njime upravljati. Da bi investicija u određeni golf teren bila uspješna, nije važno samo održavati ga, već je jako važno i efikasno njime upravljati i promovirati ga na turističkom tržištu. Baš kao i hoteli tako se i golf resorti promoviraju na tržištu kako bi zadržali svoje goste i privukli nove.

Prepuštanje upravljanja vanjskom partneru je dobra odluka budući da je taj partner specijaliziran za upravljanje golf resortom. Prepuštanjem upravljanja, pored efikasnije promocije i upravljanja terenom, smanjuju se administrativni troškovi investitora, troškovi održavanja terena i drugi vezani troškovi. Takav bi se oblik upravljanja trebao uvesti na svim planiranim golf projektima u Hrvatskoj. Golf tereni u Hrvatskoj su malobrojni, stoga je bitno da se njima upravlja efikasno.

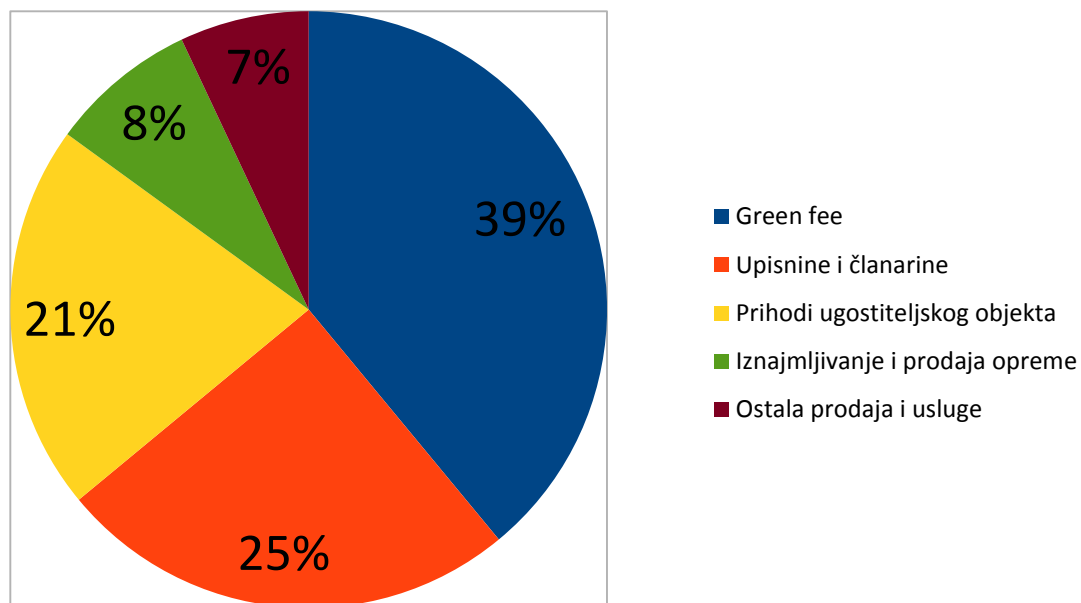
Prema Strategiji razvoja turizma do 2020. godine, Istra bi trebala postati najvažnija golf destinacija u Hrvatskoj. Razvojem golf turizma potaknuo bi se daljnji razvoj elitnog turizma u Istri. Najmućniji svjetski golferi odabiru isključivo destinacije u kojima posluju poznati svjetski golf brendovi kao što su *Troon Golf*, *Billy Casper Golf*, *American Golf Corporation*, *Kemper Sports* i mnogi drugi. Troon Golf je najveća svjetska kompanija koja se bavi isključivo upravljanjem golf terenima. Na internetskoj stranici <http://www.troongolf.com> postoji pregled svih 207 golf terena kojima oni upravljaju. Golf terenima često upravljaju u suradnji s poznatim svjetskim hotelskim lancima. Angažiranjem poznatog golf brenda i luksuznog hotelskog lanca, investitor može biti siguran da će u njegov golf resort dolaziti isključivo gosti izrazito visoke kupovne moći. Investitori budućih istarskih golf terena trebali bi razmotriti angažiranje dotičnih brendova s ciljem da Istra postane globalno prepoznatljiva kao destinacija s malobrojnim, ali izrazito atraktivnim golf terenima.

Vrhunska realizacija golf projekta i adekvatan način upravljanja sa sobom donose dodatne prihode i uštede na troškovnoj strani poslovanja. U sljedećem poglavlju pobliže su objašnjeni i prihodi i rashodi u golf poslovanju.

## 5.2. Prihodi i rashodi u poslovanju

Menadžment golf resorta može imati značajan utjecaj na profitabilnost golf terena. U golf turizmu postoje brojni izvori prihoda te je u pravilu njihova struktura slična u većini golf resorta.

Graf 4: Struktura prihoda golf resorta



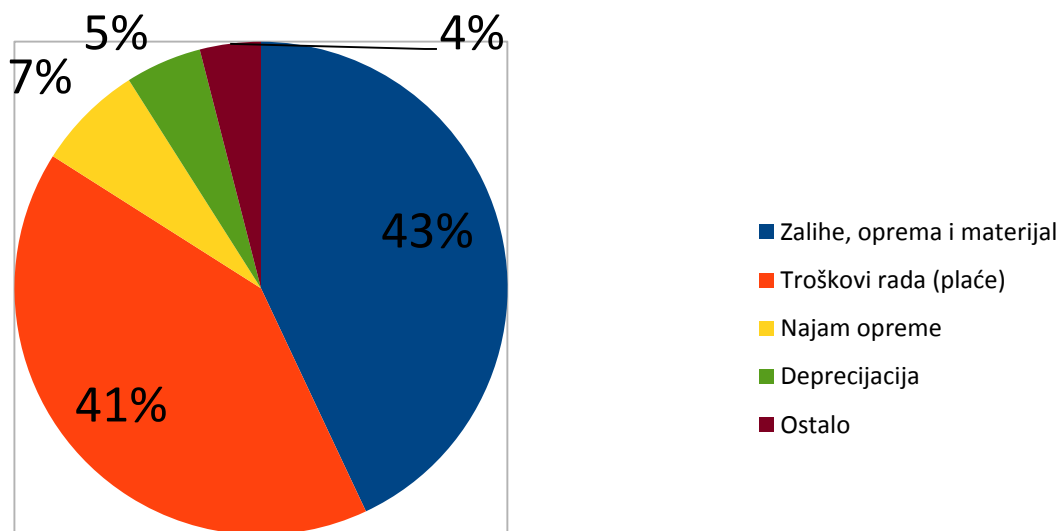
Izvor: IBIS World, *Golf courses & country clubs*,

<http://walshmbaproject.wikispaces.com/file/view/Golf+Course+Industry.pdf>, 06.04.2015.

Na grafikonu je vidljivo da se najveći dio prihoda odnosi na "green fee". Green fee se odnosi na naknadu koju golferi plaćaju za igranje na golf terenu. Veliki broj golfera preferira hotelski ili drugi oblik smještaja koji nije u sklopu golf resorta, ali se nalazi u blizini više golf igrališta. Namjera dotičnih golfera je odigrati golf na više različitih golf igrališta, isključivo plaćanjem "green fee" naknade. "Ostala prodaja i usluge" odnosi se na prihod od organizacije tečaja golfa, organizacije turnira, od sponzora itd. Naravno, u golf resortima gdje u sklopu golf terena postoje i smještajni kapaciteti, ostvaruje se i prihod od prodaje usluge smještaja. U luksuznim golf resortima sa smještajnim kapacitetima na razini 5 zvjezdica, prihodi od prodaje usluge smještaja obično su puno viši od ostvarenih "green fee" prihoda. Primjer je Kempinski Adriatic u Savudriji gdje cijena noćenja hotelskih soba varira između 200 i 600 eura, a noćenje u predsjedničkim apartmanima "Jure Grando" i "Henry Morgan" iznosi i do 6.000 eura ([https://secure.kempinski.com/KISA/en/choose\\_room.html](https://secure.kempinski.com/KISA/en/choose_room.html)).

Operacije u golf resortu imaju pretežno fiksne troškove, dok se većina varijabilnih troškova može smanjiti uz kontinuirano planiranje troškova i pravilnim rukovođenjem. Najveći troškovi poslovanja odnose se na kupovinu potrebne opreme, materijala, sredstava za održavanje travnatih površina te za kupnju namirnica i pića koje se kasnije prodaju gostima.

Grafikon 2: Struktura troškova golf resorta



Izvor: IBIS World, *Golf courses & country clubs*,

<http://walshmbaproject.wikispaces.com/file/view/Golf+Course+Industry.pdf>, 06.04.2015.

Drugi najveći rashod koji u strukturi ukupnih troškova sudjeluje sa 41%, odnosi se na trošak rada, tj. na plaće zaposlenika. To pokazuje da je golf turizam radno intenzivan te da se velika sredstva ulažu u obuku i usavršavanje zaposlenika. Prosječan broj zaposlenika u golf resortima jako se razlikuje s obzirom na vrstu golf resorta te s obzirom na državu u kojoj se nalazi. Primjerice, u kineskim golf resortima s 18 rupa u prosjeku je zaposleno 258 radnika, a u australskim golf resortima tek 50-ak.<sup>18</sup> U golf resortima razvijenih zemalja broj zaposlenika raste na vrhuncu turističke sezone, dok u Kini uglavnom nema sezonskih zaposlenika, već su svi radnici u stalnom radnom odnosu. Takvo je poslovanje i dalje profitabilno zbog niske cijene rada. Veliki utjecaj na rashode imaju neočekivane i krizne situacije. Stoga je razvijen krizni menadžment, te je objašnjen u sljedećem poglavlju.

<sup>18</sup>Hudson, S., Hudson, L. (2014.): *Golf tourism*, Drugo izdanje, stranica 116.

### 5.3. Upravljanje rizicima i kriznim situacijama

U golf turizmu se pod upravljanjem rizicima uglavnom podrazumijeva upravljanje financijskim rizicima. Osim financijskih rizika, u golf turizmu postoji i cijeli niz drugih rizika, a koji uključuju vremenske nepogode i ozljede golf turista.

Upravljanje rizicima je način pripreme za potencijalne nepoželjne događaje. Prema Gee-u priprema se sastoji od četiri koraka:<sup>19</sup>

1. Identifikacija rizika – odnosi se na identifikaciju mogućih uzroka koji bi mogli naštetiti golf investiciji. Smanjenje poslovnih prihoda ne mora isključivo biti vezano uz slabije poslovanje samog golf resorta, već on može biti posljedica negativnih događaja u makro okruženju. U Sjedinjenim Američkim Državama tijekom prvih godina svjetske gospodarske krize, većina golf resorta ostvarivalo je izrazito loše poslovne rezultate zbog smanjenja kupovne moći golf turista. Jedan od češćih rizika u golf turizmu, baš kao i u hotelijerstvu je povećanje broja reklamacija, tj. žalbi gostiju. Važno je identificirati moguće uzroke reklamacija kako bi se na vrijeme poduzele odgovarajuće mjere te tako spriječili ne samo financijski gubici kompanije, već bi se spriječio i pad imidža golf resorta.
2. Mjerenje rizika – razvijanje sustava kontrole i praćenja učestalosti i opsega poslovnih gubitaka koji su nastali zbog nepredviđenih okolnosti.
3. Smanjenje rizika – uobičajene nepredviđene okolnosti koje mogu dovesti do reklamacija gostiju te stvaranje gubitaka regulirane su zakonima koji se odnose na područje u kojem posluje golf resort. Najčešće se radi o regulativama koje su vezane uz posluživanje hrane, zaštitu na radu, protupožarnu zaštitu i dr. Zakonske regulative često su previše blage, pa se nepredviđene situacije mogu izbjeći dobrovoljnom primjenom strožih regulativa, tj. dobrovoljnim uvođenjem viših standarda kvalitete.
4. Upravljanje financijskim rizikom – većina golf resorta samostalno može podmiriti manje gubitke koji su uzrokovani nepredviđenim situacijama. Međutim, savjetuje se da se potencijalni visoki gubici osiguraju kod osiguravajućih kuća.

---

<sup>19</sup>Hudson, S., Hudson, L. (2014.): *Golf tourism*, Drugo izdanje, stranica 126.



Pojedine osiguravajuće kuće specijalizirane su za pružanje osiguravajućih usluga golf resortima. Primjerice, britanski *Kerry London Sport and Leisure* pokriva financijski gubitak i štetu koja je uzrokovana terorističkim napadima, zagađenjem morskih i drugih vodenih površina na području ili u blizini golf resorta, te financijski gubitak uzrokovan kasnim otkazivanjem vjenčanja i drugih velikih događaja. Na njihovoj službenoj Internet stranici može se pronaći dokument u kojemu su navedeni svi poslovi i nepoželjni događaji koje golf investitor može kod njih osigurati. Dokument je podijeljen u 6 stavki koje uključuju materijalnu štetu, prekid poslovanja, odgovornost, prijevoz dobara, pravne troškove i osobne nezgode. Svaka stavka ima više pod stavki te su za svaku navedeni uvjeti osiguranja.<sup>20</sup>

Upravljanje u kriznim situacijama usko je vezano uz upravljanje rizicima, međutim ovaj je pristup proaktivniji u smanjenju razine opasnosti koja može biti uzrokovana prirodnim katastrofama i drugim negativnim promjenama u makro okruženju. Veća važnost upravljanju u kriznim situacijama pridana je tek početkom ovoga stoljeća. Sve je počelo terorističkim napadom na SAD 11. rujna 2001. godine. Od toga dana u svijetu je izvršeno više od 3000 terorističkih napada, a nerijetko su među žrtvama bili turisti. Jedna od najpoznatijih prirodnih katastrofa u ovome stoljeću zasigurno je uragan Katrina koji je 2005. godine uništio 80% američkog grada New Orleans te za sobom ostavio 1836 žrtava. Vrijedi napomenuti da je dotično područje prije udara uragana Katrine godišnje posjećivalo 10 milijuna turista.

Dotični, ali i drugi nepredviđeni događaji utjecali su na razvoj upravljanja kriznim situacijama koji osigurava smanjenje materijalnih šteta, nezadovoljstva gostiju te ljudskih žrtava.

---

<sup>20</sup>KL Sport & Leisure, *Golf club policy summary*, [http://www.kl-insurance.co.uk/wp-content/uploads/2011/04/Golf\\_Clubs\\_-\\_Key\\_Facts.pdf](http://www.kl-insurance.co.uk/wp-content/uploads/2011/04/Golf_Clubs_-_Key_Facts.pdf), 01.04.2015.

Danas većina golf resorta ima unaprijed pripremljene mjere za obranu od prirodnih katastrofa i drugih izrazito negativnih događaja. Priprema i djelovanje u takvim situacijama obuhvaća tri koraka:<sup>21</sup>

1. Uspostavljanje tima za krizne situacije – tim za krizne situacije u pravilu bi trebao biti uspostavljen unaprijed, prije nastanka nepoželjnog događaja. Važno je odrediti glavne zadaće pojedinih zaposlenika u golf resortu, a koje stupaju na snagu u kriznim situacijama. Na taj se način izbjegava poduzimanje paničnih reakcija zaposlenika. Nespremnost zaposlenika potaknula bi paniku i među posjetiteljima golf resorta. Kombinacija nespremnosti i panike može uzrokovati katastrofalne posljedice, koje se u uvjetima spremnosti mogu izbjeći.

2. Promoviranje golf destinacije tijekom i nakon krize – u kriznim situacijama važno je održavati kvalitetne odnose s javnošću. Javnost mora biti obaviještena o svim koracima koji se poduzimaju u namjeri rješavanja krizne situacije. Ono što javnost najviše zamjera golf investitorima je izbjegavanje preuzimanja odgovornosti u kriznim situacijama. Budući da je danas utjecaj socijalnih medija gotovo presudan za imidž turističke destinacije, može se pretpostaviti da će se nezadovoljstvo nekolicine klijenata golf resorta proširiti i na širu javnost. Pozitivni odnosi s javnošću mogu smanjiti nezadovoljstvo jednog dijela klijenata te ih čak potaknuti na ponovni dolazak u golf resort.

4. Praćenje oporavka te analiziranje kriznog događaja – ovaj se korak odnosi ponajviše na marketing i promociju nakon suzbijanja krizne situacije. Analiziraju se i odabiru tržišni segmenti koji bi mogli nadomjestiti ostvareni gubitak gostiju te se shodno tome raspodjeljuju financijska sredstva u svrhu promocije.

Krizne situacije osim na financijsko poslovanje, veliki utjecaj imaju i na prirodne površine koje su često u velikoj opasnosti. Okoliš se nažalost može onečistiti i u redovnom poslovanju golf resorta. Razlog tome je nedostatak ulaganja u golf terene i krivi način upravljanja. Problemi zagađenja okoliša analizirani su u sljedećem poglavlju.

---

<sup>21</sup>Hudson, S., Hudson, L. (2014.): *Golf tourism*, Drugo izdanje, stranica 127.

## 6. UTJECAJ RAZVOJA GOLF TURIZMA NA OKOLIŠ

### 6.1. Utjecaji na tlo, šumske površine i bioraznolikost

Golf organizacije oduvijek su smatrale da je golf turizam ekološki osvješteniji od mnogih drugih oblika turizma kod kojih je za razvoj potreban veći zahvat na okoliš. Golf tereni prekriveni su travnatim površinama i šumskim područjima, međutim razvoj golfa u sebi skriva mnoge potencijalne i realne štetne posljedice. Do 1995. godine nije se puno pisalo i govorilo o negativnim utjecajima golf turizma na okoliš. Međutim, nakon brojnih istraživanja o utjecajima golf turizma na okoliš te novinskim napisima, 1995. godine 80 najistaknutijih članova američkih golf organizacija, te udruga za zaštitu prirode, sastalo se u američkom *Pebble Beach-u*.<sup>22</sup> Cilj konferencije koja je trajala 3 dana bilo je pronalaženje načina kako golf turizam učiniti ekološki prihvatljivijim. Razgovori su bili prilično žustri budući da se članovi golf organizacija i udruga za zaštitu prirode nikada nisu podnosili. Ishod konferencije bilo je stvaranje Golf i ekološke inicijative. U sklopu dotične inicijative kreirani su mnogi priručnici, edukacijski filmovi i izvještaji kojima se kod čitatelja i gledatelja nastojala podići svijest o zaštiti prirodnih površina. Tijekom godina redovito su održavane brojne konferencije, a dvadeset godina nakon prve održane konferencije i dalje postoje brojni problemi, a među kojima se najviše ističu mjesto izgradnje novih golf terena, način na koji se izgrađuju, a posebno način na koji se oni održavaju.

Mnogi smatraju da se izgradnja golf terena i razvoj okolnih površina očituje u velikim gubicima prirodnih površina, životinjskih staništa, te u nestajanju bioraznolikosti. Zabrinutost i negodovanje lokalnog stanovništva drastično raste kada se golf tereni planiraju izgraditi u blizini močvarnih područja, šuma te na drugim osjetljivim lokacijama gdje bi razvoj i aktivnosti golf turizma mogle naštetiti vrijednim prirodnim bogatstvima. Prilikom faze izgradnje (ravnjanja) golf terena najčešće se koristi teška mehanizacija, a nakon korištenja iste, tlo, tj. krajolik najčešće bude *nereverzibilno* izmijenjen. Tek se manji udio golf terena izgradi uzimajući u obzir interes zaštite prirodnih površina.

---

<sup>22</sup> Golf digest.com, *How green is golf?*, <http://www.beyondpesticides.org/golf/gd200805golfenvironment.pdf>, 24.02.2015.

U urbanim područjima razvoj golf terena može doprinijeti širenju bioraznolikosti. Svakako je bioraznolikost na području golf resorta veća u usporedbi s bioraznolikosti u blizini *shopping* centara ili stambenih zona. Međutim, u većini slučajeva prilikom realizacije golf projekata, bioraznolikost životinjskih i biljnih vrsta postane žrtva profita investitora. Smanjenje bioraznolikosti raste zbog aktivnog igranja na području cijelog golf terena, a posebice nakon upotrebe pesticida zbog održavanja terena u idealnom stanju. Najvidljiviji negativni utjecaj pesticida na bioraznolikost je povećanje smrtnosti svih vrsta riba i ptica. Golf turistima golf resorti izgledaju kao prava idila, krajolik je potpuno zelen, a mjestimice se mogu vidjeti i neke vrste životinja. Golferi vole boraviti u prirodi, te nisu skloni uznemiravanju ili ubijanju životinjskih vrsta, međutim brojnost i zdravlje životinjskih i biljnih vrsta pada bez obzira na dobru narav golfera. Prisutnost ljudi u njihovom staništu, a posebice korištenje pesticida može uzrokovati štetne posljedice u njihovoj reprodukciji, ponašanju, psihologiji i općem zdravlju, a nerijetko uzrokuju smrt.<sup>23</sup>

Bioraznolikost u golf resortima može se održati ili čak povećati koristeći nekoliko jednostavnih metoda. Broj ptica može se povećati ugradnjom ptičjih kućica na stabla u blizini golf terena. Ptice čine prirodnu zaštitu od kukaca koje se obično nastoji ukloniti uporabom raznih pesticida koji onda štete svim ostalim vrstama biljaka i životinja. Jezera koja se obično nalaze uz golf terene mogu se nastaniti s ribama koje pružaju prirodnu zaštitu od algi. Golferima velike nelagode pružaju komarci kojima su golferi savršeni "plijen", budući da se sporo kreću, a često nepomično odmjeravaju kako najbolje udariti lopticu. Umjesto raznih pesticida u blizini golf resorta mogu se izgraditi male nastambe za šišmiše koji predstavljaju prirodnu zaštitu od komaraca koji u jednoj noći mogu pojesti do 1000 komaraca, a ta se metoda već uvela u pojedinim golf resortima.<sup>24</sup> Uzimajući u obzir dotične metode suzbijanja nepoželjnih nametnika prirodnim putem, može se zaključiti da postoji jako puno prostora za smanjenje količine korištenih pesticida.

---

<sup>23</sup>Elsevier.com, *Effects of golf courses on local biodiversity*,  
<http://www.symbio.co.uk/files/Independant%20Research%20Papers/Effects%20of%20golf%20courses%20on%20local%20biodiversity%20Tanner%20&%20Gange.pdf>, 01.03.2015.

<sup>24</sup> Rutgers, *Golf Courses and the Environment*,  
<http://www.golfturf.rutgers.edu/golf-courses-and-the-environment.asp>, 01.03.2015.

Mark Hurdzan, poznati američki arhitekt čija je specijalnost projektiranje golf terena, smatra da je jedan dio kritika javnosti o štetnosti golf turizma na okoliš opravdana. Najveći dio kritika odnosi se na upotrebu velikih količina vode u svrhu navodnjavanja. Hurdzan smatra da se može i mora smanjiti količina vode koja se koristi u svrhu navodnjavanja. Također, slaže se s kritikama koje govore o pretjeranom korištenju energije, posebice fosilnih goriva. Međutim, smatra da velike zelene površine golf terena apsorbiraju velike količine ugljičnih plinova koji su glavni uzročnici globalnog zagrijavanja.<sup>25</sup> Ovu Hurdzanovu izjavu ne bi se trebalo shvatiti ozbiljno budući da i prije izgradnje golf terena postoje zelene površine, a zasigurno je i gustoća šuma prije izgradnje veća. Pregledom nekih fotografija na njegovoj službenoj internetskoj stranici (<http://hurdzangolf.com/westwood-plateau-case-study/>) na kojima se vidi ekstremno krčenje šume zbog izgradnje golf terena može se zaključiti da njegova izjava o smanjenju emisija ugljičnih plinova izgradnjom golf terena nije točna.

Sve do 90-ih godina prošlog stoljeća za održavanje golf terena i uništavanje nametnika koristili su se opasni pesticidi. Među najopasnijim korištenim pesticidima bili su kadmij i arsen, a koji su svrstani u teške i opasne metale. Početkom 90-ih počeli su masovni prosvjedi udruga za zaštitu prirode koji su natjerali vlasnike golf terena na korištenje manje štetnih i opasnih pesticida. Pesticidi koji se danas koriste i dalje su opasni, kako za prirodu, tako i za čovjeka. Dokazano je da pesticidi koji se danas koriste na nekim golf terenima mogu kod nekih osoba uzrokovati akutne i kronične zdravstvene probleme, a među kojima vrtoglavicu i glavobolju. Jay Feldman, suosnivač američke neprofitne organizacije *Beyond Pesticides*, čiji je glavni cilj zaštita okoliša i javnog zdravlja putem smanjenja i ukidanja štetnih pesticida, smatra da je došlo vrijeme za uvođenje organskih pesticida za održavanje golf terena. Zadnjih se godina povećala svijest golfera o važnosti zaštite prirode i zdravlja. Porast razine svijesti golfera manifestirala se na povećanje potražnje za ekološki održivim golf terenima u čijem se održavanju ne koriste štetni pesticidi. Taj se trend može usporediti s trendom povećanja potražnje za ekološki proizvedenim, tj. organskim prehrambenim proizvodima. Industrija organski proizvedenih proizvoda u zadnjih je nekoliko godina izrazito porasla, te danas samo u SAD-u vrijedi više od 20 milijardi američkih dolara.

---

<sup>25</sup>Hurdzangolf.com, *Westwood plateau*, <http://hurdzangolf.com/westwood-plateau-case-study/>, 24.02.2015.

Prvi organski golf teren izgrađen je 2007. godine u austrijskom Kobaldhof-u. Zanimljivo je da je prvi organski golf teren izgrađen u zemlji koja se ne nalazi u svjetskom vrhu golf destinacija. Međutim, uzimajući u obzir razne svjetske lobije i moćne američke kemijske kompanije poput *Dow Chemical-a* i *Monsanta*, a koje proizvode pesticide, može se zaključiti da će se pesticidi u tradicionalnim golf destinacijama koristiti još dugi niz godina. Austrija se u golf turizmu, baš kao i u mnogim drugim aspektima vođenja i upravljanja u gospodarstvu, postavlja kao odličan primjer. Ramsau am Dachstein, prvi organski golf teren privukao je veliku medijsku pažnju posebice u SAD-u gdje već dugi niz godina traju prepirke između voditelja golf resorta i raznih udruga za zaštitu prirode.

Slika 2: Organski nutrienti korišteni u održavanju golf terena



Izvor: Golf Digest.com, *Special Report: Golf's green teams*,  
<http://www.golfdigest.com/magazine/2008-12/environment>, 01.03.2015.

U austrijskom Kobaldhofu navode da golferima pružaju ne samo igranje na terenima koji nisu održavani s kemikalijama, već i boravak u hotelskom smještaju kojeg okružuju zelene površine koje se također održavaju isključivo prirodnim gnojivima.<sup>26</sup> Od 2007. godine diljem svijeta razvijen je veliki broj organskih golf terena, ponajviše zbog povećanja ekološke osviještenosti golf turista. Uzimajući u obzir sve činjenice u ovome pod poglavlju, odbacuje se hipoteza da razvoj golf turizma negativno utječe na okoliš. Razvoj golf turizma temeljen na "austrijskom primjeru", u prirodno degradiranim područjima, može stvoriti isključivo pozitivne efekte u okruženju.

---

<sup>26</sup>Ramsau Dachstein, *The world's first organic golf course*,  
<http://www.ramsau.com/en/summerholidays/organic-golf-course/>, 01.03.2015.

## 6.2. Utjecaji na pitku vodu

Brojna istraživanja pokazuju da se količina pitke vode u svijetu ubrzano smanjuje. Danas gotovo milijarda ljudi u svijetu nema jednostavan pristup pitkoj vodi, veliki više milijunski gradovi poput Sao Paula imaju velikih problema s opskrbom pitke vode pa se na ulicama gradova mogu vidjeti prizori koji su do sada viđeni isključivo u nekim dijelovima Afrike.

Slika 3: Problem opskrbe pitke vode u brazilskom Sao Paulu



Izvor: Los Angeles Times, *Sao Paulo, Brazil, officials downplay water crisis as residents suffer*, <http://www.latimes.com/world/brazil/la-fg-ff-brazil-water-crisis-20141213-story.html>, 01.03.2015.

Sao Paulo je jedan od brojnih svjetskih gradova koji se susreće s problemom opskrbe pitkom vodom. U svijetu u kojem jedna sedmina ljudi nema jednostavan pristup pitkoj vodi, postoji nekoliko oblika turizma koji svoje uspješno poslovanje temelje na korištenju velikih količina vode koja bi se svakako mogla bolje iskoristiti. Istina, voda se pretjerano koristi u gotovo svim gospodarskim granama, međutim turizam bi trebao biti primjer ostalima kako održivo poslovati i brinuti se o okolišu u kojem posluju.

Golf turizam se od svih oblika turizma ističe kao naj neodgovorniji u upravljanju vodom kao prirodnim resursom. Na većem dijelu golf terena u svijetu voda se za navodnjavanje koristi prekomjerno.<sup>27</sup> Od 50-ih godina prošlog stoljeća uvedena je nekolicina metoda ušteda u korištenju vode za navodnjavanje travnatih površina. 80-ih godina uvedeno je automatsko navodnjavanje golf terena u svrhu uštede, međutim ispostavilo se da automatskim sustavom navodnjavanja raste potrošnja vode. Najnoviji izumi i metode kojima se smanjuje količina vode za navodnjavanje golf terena su:<sup>28</sup>

- senzori koji se ugrađuju ispod same površine golf terena, a svrha im je detektiranje stupnja vlažnosti tla. Ugradnjom senzora izbjegava se uobičajeno navodnjavanje terena na temelju vremenske prognoze, pa stoga dotičan sustav navodnjavanja zaista smanjuje količinu utrošene vode,
- korištenje vrste trave koja je prilagođena atmosferskim i drugim uvjetima u kojima se gradi golf resort, te korištenje trave koja ne zahtjeva veliku količinu vode za održavanje,
- korištenje reciklirane otpadne vode koja se ne može koristiti u kućanstvu,
- povećanje ekološke svijesti golf turista očituje se na smanjenje i ukidanje navodnjavanja u zimskim mjesecima kada trava izgubi njenu atraktivnu zelenu boju te posmeđi. Do nedavno su golf tereni sa smeđom travom bili neatraktivni, pa su stoga bili pretjerano navodnjavani. Danas sve veći broj golf turista ne očekuje da će u zimskim mjesecima na odredištu vidjeti zelenu travu, te im igranje na smeđoj travi predstavlja novi izazov budući da je teže igrati golf na takvoj površini.
- sadnja trave "*Seashore Paspalum*" je najveća inovacija budući da se ova vrsta trave može navodnjavati morskom vodom. Ušteda vode sadnjom ove vrste trave je zaista velika ako se uzme u obzir podatak da se 60% golf terena nalazi u obalnim područjima.

---

<sup>27</sup> Campbell, M. (2002.), *Enciklopedija golfa*, Znanje, Zagreb, str. 62

<sup>28</sup> Golf digest.com, *How green is golf?*,

<http://www.beyondpesticides.org/golf/gd200805golfenvironment.pdf>, 01.03.2015.



Pesticidi koji se koriste za suzbijanje nametnika nerijetko dođu u kontakt s podzemnim vodama, rijekama i jezerima. Istraživanje američkog *U.S. Geological Survey-a* iz 2006. prikazalo je zabrinjavajuće stanje voda i jezera u blizini golf terena. Na gotovo svim uzorcima voda prikupljenima u rijekama i jezerima u blizini golf terena pronađene su manje ili veće količine pesticida.<sup>29</sup>

Golf igrališta u Hrvatskoj se mimo par izuzetaka, uglavnom planiraju na ekološki i kulturno naj vrijednijim područjima koja se nalaze uz sam rub ili čak unutar granica zaštićenih područja i ekološke mreže Republike Hrvatske. Planirana je izgradnja golf igrališta uz Vransko jezero, koje je pod zaštitom kao park prirode i pod međunarodnom zaštitom kao jedno od svjetski važnih močvarnih područja (tzv. *Ramsarsko područje*). Golf igralište Brkač se na primjer nalazi podno Motovuna (koji je pod UNESCO-ovom zaštitom) uz vrijedni krajolik rijeke Mirne i unutar ekološke mreže. Općina Bilje je čak planirala mijenjati prostorni plan kako bi bila moguća izgradnja golf terena nadomak parka prirode Kopački rit. Najaktualniji golf projekt u Hrvatskoj je izgradnja golf igrališta na Srđu pored Dubrovnika, a čija se lokacija nalazi unutar ekološke mreže. Uzimajući u obzir moguće štetne posljedice koje pesticidi uzrokuju vodenim površinama, može se iznijeti zaključak da je izgradnja golf igrališta u blizini parkova prirode i drugih vrijednih prirodnih područja veoma rizična. Golf tereni bi se svakako trebali razvijati, ali isključivo u područjima u kojima ne može doći do ekološke katastrofe ili smanjenja bioraznolikosti, posebice zaštićenih biljnih i životinjskih vrsta. Razvoj golf turizma može čak i unaprijediti određena područja, ali isključivo područja koja su devastirana prirodnim putem ili utjecajem ljudi u prostoru.

Pravilan razvoj golf turizma koji se temelji na minimalnom zahvatu na okoliš te na ispravnim metodama održavanja golf terena, mora biti integriran u Strategiju razvoja turizma do 2020. godine. U Hrvatskoj se planira izgradnja manjeg broja golf terena, pa je stoga nužno da oni budu integrirani u prirodu u kojoj se nalaze. Strategija razvoja turizma do 2020. godine prikazana je u sljedećem poglavlju.

---

<sup>29</sup>U.S. Geological Survey, *Pesticides in the Nation's Streams and Ground Water*, <http://pubs.usgs.gov/fs/2006/3028/>, 01.03.2015.

## 7. GOLF TURIZAM U HRVATSKOJ

### 7.1. Strategija razvoja turizma do 2020. godine

Prema Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, u razdoblju do 2020. godine planira se izgradnja 30 novih suvremenih golf igrališta s pratećom ponudom, organiziranih u nekoliko regionalno raspoređenih grozdova. Najviše regionalnih grozdova planira se izgraditi na području sjevernog Jadrana. Područje jednog grozda obuhvaća minimalno 5 golf igrališta na međusobnoj udaljenosti od oko 1 sat vožnje automobilom. Golf grozdovi se planiraju na područjima koja su lako dostupna, klimatski povoljna, dobro infrastrukturno opremljena te u blizini većih turističkih ili urbanih aglomeracija. Uz detaljnu analizu potreba, akcijskim planom razvoja golf ponude utvrđuju se konkretni, zemljišno-knjižno 'čisti' lokaliteti za izgradnju odgovarajućih sadržaja ponude. Za svaki od njih razrađuje se koncept najbolje uporabe izabranih lokaliteta kao i prijedlog poslovno-upravljačkog modela te procjena tržišne i financijske isplativosti.<sup>30</sup> Na mnogim lokacijama još uvijek nisu riješeni svi imovinsko-pravni odnosi iako se Strategijom zahtijevao odabir lokacija čiji su imovinsko-pravni odnosi riješeni. Dotični će se problemi nastojati riješiti raznim aktivnostima koje su nužne za realizaciju odabranih projekata, a među njima su:<sup>31</sup>

- osiguranje prikladnog zemljišta u većinskom javnom vlasništvu,
- rješavanje imovinsko-vlasničke problematike,
- provedba prostorno planskih usklađenja te izrada provedbene planske dokumentacije,
- izrada projektnog zadatka za prikupljanje ponuda potencijalnih investitora,
- prezentacija investicijskih mogućnosti i sagledavanje inicijalnog interesa,
- provedba javnog natječaja i odabir partnera.

Akcijski plan pretpostavlja izmjene i dopune postojećeg Zakona o prostornom uređenju i gradnji te Zakona o šumama kojima se omogućuje izgradnja golf igrališta u šumi i na šumskom zemljištu bez njihove prethodne prenamjene u građevinsko, a sve sukladno vrijedećoj prostorno planskoj dokumentaciji.

---

<sup>30</sup>Ministarstvo turizma RH, *Strategija razvoja turizma do 2020. godine*,  
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, 11.03.2015.

<sup>31</sup>IBIDEM

Time se bitno skraćuje procedura ishodaenja svih potrebnih dozvola te znatno proširuje broj pogodnih lokaliteta za izgradnju golf igrališta. Akcijski plan također podrazumijeva provedbu javne rasprave i usklađivanje interesa svih razvojnih dionika u destinaciji.

Od svih aktivnosti najviše se debata vodi oko promjene Zakona o šumama. Otpor promjeni odredbi u Zakonu o šumama pružaju brojne udruge za zaštitu okoliša. Najglasnija među udrugama je "Zelena akcija" koja je raspisala peticiju s ciljem onemogućavanja promjene odredbe Zakona o šumama prema kojoj se golf tereni mogu graditi na šumskom području bez prenamjene u građevinsko zemljište. Nakon tri godine snažnog pritiska od strane udruge Zelena Istra, GONG-a, *Transparency International* Hrvatska, inicijative "Srđ je naš" i ostalih grupa za zaštitu okoliša, 2011. godine ukinut je Zakon o igralištima za golf. Kao razlog navedeno je da su „igrališta i prateće građevine za golf objekti velikih površina koji značajno i trajno mijenjaju okoliš i krajolik, a važeći Zakon o igralištima za golf ne daje jamstva za sprečavanje zlouporaba, niti jamstva za razmatranje ekološkog aspekta gradnje golf igrališta. Puno je veći interes Republike Hrvatske u očuvanju poljoprivrednog zemljišta, šuma, okoliša kao i u zaštiti najviših ustavnih vrednota socijalne pravde, jednakosti ljudi, jednakog položaja poduzetnika na tržištu, jamstva prava vlasništva i vladavine prava, nego što je to interes države za izgradnju golf igrališta."<sup>32</sup> Strategijom razvoja turizma do 2020. godine, dvije godine nakon ukidanja dotičnog Zakona o igralištima za golf, ponovno se nastoji pojednostaviti proces ishodaenja potrebnih dozvola za gradnju golf terena na šumskim površinama. Očekivano, otpor od strane brojnih udruga nije izostao, te se danas po medijima mogu čuti vijesti o golfu na Srđu i brojnim drugim lokacijama.

Zakon o šumama u svom sastavu ima još jednu upitnu odredbu, a koja pogoduje razvoju golfa. U Zakonu o šumama postoji odredba prema kojoj se opožarene površine šuma mogu privesti drugoj kulturi pet godina od opožarenja. Prema toj se odredbi praktički može podmetnuti požar te nakon 5 godina šumsko područje privesti drugoj kulturi koja pogoduje razvoju golf terena. Uz činjenicu da u Hrvatskoj nažalost postoje brojne korupcijske mreže na nacionalnim i lokalnim razinama, takav se scenarij zaista može dogoditi. Stoga, brojne se udruge intenzivno bore i protiv ove odredbe.

---

<sup>32</sup> Pravo na grad, *Od danas konačno ne vrijedi sporni Zakon o igralištima za golf*, <http://pravonagrad.org/od-danas-konacno-ne-vrijedi-skandalozni-zakon-o-igralistima-za-golf/>, 11.03.2015.

U Strategiji razvoja turizma do 2020. godine navedeni su modeli razvoja golf ponude. Osim golf resorta za koje se obično smatra kao jedini oblik golf ponude, u planu je izgradnja još 2 oblika od kojih je jedan bez komercijalnih smještajnih objekata.

Tri modela razvoja golf ponude su:<sup>33</sup>

- Gradnja golf igrališta bez komercijalnih smještajnih objekata – igrališta se grade u blizini većih postojećih koncentracija komercijalne smještajne ponude, a nastaju kao samostalni (javni) sportski kompleksi u kojima je moguća i manja izgradnja uobičajenih pratećih sadržaja. Model se zasniva na javnom ili javno-privatnom ulaganju/partnerstvu u kojima tipično sudjeluje država ili jedinica lokalne samouprave (osiguranjem zemljišta, prostorno planske dokumentacije te dijela investicije) i turistički (hotelski) gospodarski subjekti s područja destinacije (osiguranjem sredstava za financiranje izvedbe) te EU fondovi ako se radi o javnim golf igralištima. Upravljanje golf igralištima povjerava se specijaliziranoj profesionalnoj organizaciji čiji izvor prihoda proizlazi iz poslovanja golf igrališta,
- Gradnja golf igrališta u sklopu hotela – hotelski kompleksi koji se grade na području planiranih turističkih zona te koji, uz ostale sadržaje, uključuju ponudu golfa. Moguća je i specijalizacija, odnosno pozicioniranje pojedinih hotelskih kompleksa kao integriranih golf resorta. Golf igralištima može upravljati menadžment resorta ili se upravljanje može povjeriti specijaliziranoj profesionalnoj organizaciji čiji izvor prihoda proizlazi iz poslovanja golf igrališta,
- Gradnja golf igrališta s pratećim smještajnim objektima – igrališta se grade na području planiranih zona sporta i rekreacije uz mogućnost izgradnje pratećih smještajnih objekata u kontaktnim građevinskim zonama, kako bi se u cjelini osigurala veća isplativost investicije te postojanost potražnje i potrošnje. Upravljanje se povjerava specijaliziranoj profesionalnoj organizaciji čiji izvor prihoda proizlazi iz poslovanja golf igrališta.

Izrazito je važno da se svaki od dotičnih modela razvija u skladu s okolišem, bez uništavanja šumskih područja te da korist od takvih modela ima i lokalna zajednica koja često bude isključena iz takvih projekata. Trenutna golf ponuda prikazana je u sljedećem poglavlju..

---

<sup>33</sup> Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH*, <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-13-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>, 11.03.2015.

## 7.2. Ponuda golf sadržaja u Hrvatskoj

Ponuda, tj. broj golf terena u Hrvatskoj je među "najsiriromašnjima" u Europi. U Hrvatskoj je do sada izgrađeno tek 6 golf terena, a na mnogim lokacijama na kojima je predviđena izgradnja golf terena postoje brojni problemi. Kao što je već objašnjeno u prethodnom poglavlju, najviše se problema kod razvoja novih golf terena odnosi na imovinsko-pravne odnose, te na snažan pritisak udruga za zaštitu prirode. Zbog dotičnih nejasnoća i otpora dijela lokalne zajednice, u Hrvatskoj je do danas izgrađeno tek 6 golf terena. Slovenija ima 14 golf terena (7 s 9 rupa i 7 s 18 rupa) iako je površina njenog teritorija puno manja od Hrvatske. Stupanj sporosti i zatvorenosti razvoja golf turizma u Hrvatskoj može se uočiti na temelju usporedbe s Turskom. Turska je investitorima osigurala besplatnu infrastrukturu, a golemo neiskorišteno i prirodno siromašno zemljište u pokrajini Belek dala je u koncesiju na 50 godina. Danas je Belek, od najbližeg aerodroma udaljen samo 45 minuta vožnje, u krugu od pola sata vožnje sagrađeno je 16 luksuznih golf igrališta, a u neposrednoj blizini sagrađeno je desetak hotela s pet zvjezdica.<sup>34</sup> U Hrvatskoj je tako drastičan razvoj golf turizma nezamisliv. Turska golf resorte gradi u devastiranim područjima, a takav je razvoj dobrodošao jer se devastirana područja pretvaraju u poželjna područja. Hrvatska se golf ponuda planira stvarati na prirodno najatraktivnijim i netaknutim područjima, a pojedini golf resorti planiraju se izgraditi čak u blizini parkova prirode. Širenje golf ponude u takvim područjima je neprihvatljivo. U Hrvatskoj postoje brojna područja koja još uvijek nisu razminirana. Problem miniranih područja u Hrvatskoj zasigurno se jednim dijelom može riješiti razvojem golf sadržaja na tim područjima. Hrvatska Vlada umjesto da na razminiranje troši proračunska sredstva, mogla bi dotična područja dati u koncesiju investitorima koji bi tako uoči početka gradnje golf terena razminirali cijelo područje. Nažalost isto razmišljanje ne dijele i državne vlasti koje golf terene planiraju graditi na netaknutim područjima. Primjer razvoja golf sadržaja na sasvim pogrešnoj lokaciji je izgradnja golf resorta blizu Dajle kod Novigrada (Istra). *Tvrtka Golf Istra Magica d.o.o.* od Crkve je 2006. godine kupila Fratarsku šumu te se nakon nedavno završenog sudskog spora s Republikom Hrvatskom, planira izgradnja golf terena s 18 rupa. Golf resort u svom će sastavu imati 80 vila, hotel i popratne sadržaje. Međutim, sva će se infrastruktura izgraditi na šumskom području. Prije dvije godine na tom je području bila gusta šuma, a danas su većina tih stabala porušena.

---

<sup>34</sup> Jutarnji list, *Golferi godišnje Irskoj donesu 204 milijuna eura*, <http://www.jutarnji.hr/template/article/article-print.jsp?id=1089190>, 12.03.2015.

Hrvatska na svom teritoriju ima samo 6 golf terena te su prostorno veoma udaljeni jedan od drugoga. Hrvatska golf ponuda uključuje:

1. Kempinski Golf Club Adriatic – najpoznatiji golf resort u Hrvatskoj. Izgrađen je 2009. godine na sjeveru Istre (Crveni Vrh), a investicija je bila vrijedna 1,3 milijarde kuna. Odmah nakon otvorenja započeli su sudski sporovi oko vlasništva, a neka građevinska poduzeća koja su sudjelovala u gradnji, nikada nisu isplaćena.

Slika 4: Golf Club Adriatic



Izvor: Golf Adriatic, <http://www.golf-adriatic.com/en/>, 12.03.2015.

Prošlo je gotovo 6 godina od njegovog otvorenja, te je i dalje najluksuzniji golf resort u Hrvatskoj. Resortom upravlja Kempinski, jedan od najvećih i najluksuznijih hotelskih lanaca u svijetu. Iako zapošljava veliki broj lokalnog stanovništva, Kempinski Adriatic praktički nudi *all inclusive* ponudu, što znači da gosti koji odsjedaju u hotelu tek manji dio budžeta potroše izvan hotela te je lokalna zajednica isključena iz ekonomskih koristi koje nudi golf turizam.

2. Golf igralište Brijuni – najstariji hrvatski golf teren izgrađen je davne 1922. godine, te je već tada bio zamišljen kao dodatan sadržaj lokalnim, tada luksuznim hotelima. Igralište je više puta obnovljeno, a zadnji put 2006. godine kada su proces obnove vodila dvojica ponajboljih svjetskih golf arhitekata George Thomas i Tom Simpson. Područje golf resorta je vrlo specifično budući da na njegovom području žive brojne životinjske vrste, a među kojima jeleni i paunovi. Igralište je promovirano kao ekološko što znači da se u njegovom održavanju ne koriste pesticidi, a kvaliteta trave ovisi o vremenskim uvjetima budući da se travnate površine ne navodnjavaju.

3. Spa & Golf resort Sveti Martin na Muri – u toplicama je turistička aktivnost počela još davne 1911. godine kada su na njenom teritoriju vršila bušenja s ciljem pronalaska nafte. Međutim iz bušotina je umjesto nafte potekla termalna voda. Terme Sveti Martin više su puta mijenjale vlasništvo, a intenzivne investicije u poboljšanje smještajnih i drugih sadržaja započele su 2003. godine. Toplice su danas jedan od lidera kontinentalnog turizma. Završetkom hotela i golf terena, predstavljaju najveći projekt kontinentalnog turizma s dosadašnjom investicijom od preko 300 milijuna kuna i preko 200 zaposlenika. Izgradnjom golf terena s 9 rupa turistička sezona traje gotovo čitavu godinu. Kombinacija termalnih voda i golf resorta pokazala se kao odlična investicija.

4. Golf & Country Club Zagreb – izgrađen je na nekad devastiranom području. Usmjerenost prema brizi zaštite prirode pokazuje suradnja s Centrom za reintrodukciju ptica te s lokalnim lovačkim društvima čija je zadaća skrbiti o zdravlju životinja na tom području.

5. Golf & Country Club Dolina Kardinala – prvi pravi hrvatski golf teren s 18 rupa. Baš kao i Kempinski Adriatic, ovaj golf resort obilježili su sudski procesi oko prava vlasništva i međusobnog dugovanja sudionika.

6. Golf centar Novi dvori Zaprešić – najpoznatije golf vježbalište u Hrvatskoj izgrađeno je 2004. godine. Iako je od samoga početka bila planirana gradnja golf igrališta s 18 rupa, golf centar je i dalje vježbalište, a radovi na proširenju još uvijek se ne naziru.

Prema Strategiji razvoja turizma, do 2020. godine u Hrvatskoj se planira izgraditi 30 novih golf terena. Najviše ih se planira izgraditi u Istri koja bi se tako promovirala kao elitna destinacija. Razvoj golf destinacije Istre objašnjena je u sljedećem poglavlju (7.3.). Veliki dio najvrijednijih golf investicija planiraju se realizirati na području Istre, međutim najveća golf investicija planira se kod Dubrovnika na Srđu. Vrijednost projekta "Golf Park Dubrovnik" investitori procjenjuju na 8,5 milijardi kuna te ističu da će nakon završetka gradnje zaposliti tisuću radnika koji bi radili tijekom cijele godine i još 500 radnika za vrijeme turističke sezone. Investitori planiraju izgraditi 240 vila, 400 apartmana, 2 luksuzna hotela, 2 golf terena, konjički klub, teniske terene i druge dodatne sadržaje. Ovaj golf projekt također obilježavaju sudski postupci. Brojne aktivističke grupe smatraju da je u pozadini investicije klasični "*nekretninski biznis*", tj. gradnja vila i apartmana u svrhu prodaje. Investitori ne skrivaju da će 240 vila biti na prodaju te smatraju da je investicija neisplativa ako se vile budu isključivo iznajmljivale.

Sličan primjer je Kempinski Adriatic u Savudriji gdje je pored hotela i golf resorta izgrađen veliki broj apartmana i vila, a koje su namijenjene prodaji. Diljem svijeta grade se golf resorti koji u svojem sastavu imaju nekretnine namijenjene prodaji. Pitanje je samo broja i veličine nekretnina. Udio nekretnina koje su namijenjene prodaji, s obzirom na profitabilnost investitora te ekonomske koristi za lokalnu zajednicu ne bi smio biti više od 2-3% ukupno izgrađenih smještajnih jedinica. Veći postotak jedinica planiranih za prodaju nije prihvatljiv zato što vlasnici tih nekretnina na odmor dolaze samo u kraćem dijelu godine, a u ostatku godine smještajne jedinice ostaju prazne. U toplim krajevima golf je cjelogodišnji sport, pa se smještajne jedinice u blizini mogu iznajmljivati tijekom gotovo čitave godine. Lokalna zajednica više ekonomske koristi ima kod cjelogodišnje popunjenosti kapaciteta, a izrazito nisku korist kod vlasnika nekretnina koji dolaze na mjesec ili dva. Na temelju ovih činjenica potvrđuje se stajalište aktivista da trenutna investicija Golf Park Dubrovnik isključuje lokalnu zajednicu od većine potencijalnih ekonomskih koristi golf turizma. Rješenje ne samo ovog golf projekta, već i svih drugih golf projekata je u promjeni zakonske regulative. Zakonom bi se trebao propisati maksimalan udio smještajnih jedinica koji se može prodati. Mnogi će investitori zbog nedorečenosti Zakona o golfu i brojnih problema s kojima se susreću prilikom realizacije golf projekta, okrenuti leđa Hrvatskoj i uložiti u neku drugu zemlju. Najvažnija Hrvatska turistička destinacija po pitanju razvoja golf turizma je Istarska regija. Većina hrvatskih golf igrališta izgraditi će se u Istri, a taj je razvoj detaljnije objašnjen u sljedećem poglavlju.



## 8. RAZVOJ GOLF DESTINACIJE ISTRE

### 8.1. Ekonomske prednosti razvoja golf turizma u Istarskoj županiji

Prema analizi koju je proveo Istra Golf Dizajn d.o.o., razvoj golf turizma u Istri snažno bi povećao vrijednost direktnih inozemnih investicija. S obzirom da će se oko stvaranja istarske golf regije okupiti uglavnom strani investitori, jasno je da će sveukupno ulaganje u istarski golf predstavljati direktnu inozemnu investiciju u istarski turizam. Znajući za činjenicu da samo golf igralište sa svojim prihodima nije profitabilna investicija, investitori u svojem planu obavezno kalkuliraju s izgradnjom pratećih smještajnih objekata poput hotela visoke kategorije, vila ili bungalova. Kako se zna da će izgradnjom golf igrališta porasti cijene nekretnina i zemljišta u neposrednom susjedstvu, investitor najčešće kupuje teren u okolini golf igrališta da bi na njemu izgradio navedene objekte, koji su temelj profitabilnosti cjelokupne investicije izgradnje golf igrališta. Kao što je već u prošlim poglavljima objašnjeno, takav oblik ulaganja nerijetko služi kao paravan za "nekretninski biznis" koji nije poželjan za lokalnu zajednicu. Iako konačna visina ulaganja ovisi o kvaliteti smještaja koju investitor želi postići, vrsti i broju objekata koje će graditi, prema analizi Istra Golf Dizajna d.o.o. očekivana prosječna vrijednost investicije potrebne za izgradnju jednog golf resorta iznosi oko 50 milijuna eura. Ukupna investicija ovisi o broju otvorenih igrališta u narednom razdoblju čiji je broj nemoguće utvrditi. No, uz pretpostavku da se u narednih 5 godina realizira 10 golf igrališta od predviđenih 23, direktne investicije u istarski turizam bi u tom slučaju iznosile 500 milijuna eura, tj. 100 milijuna eura godišnje. Prema dostupnim podacima, ukupna ulaganja u turizam u Istarskoj županiji u 2007. godini iznosila su 334 milijuna eura, pa se na temelju ovih podataka može zaključiti da bi izgradnja 10 golf igrališta u Istri u narednih 5 godina povećala ukupna ulaganja u istarski turizam za 30%.<sup>35</sup> Budući da je golf izrazito popularan među poslovnim ljudima te da su smještajni kapaciteti u sklopu golf terena u pravilu visoke kategorije, Istra će biti u mogućnosti privući turiste više platežne moći. Kao što je već ranije navedeno u poglavlju 2.1., golf turisti potroše od 205 do 345 američkih dolara dnevno isključivo na "green fee" i vanpansionske usluge.

---

<sup>35</sup> Poslovni.hr, *Investicije u hrvatski turizam u 2007.*,  
<http://www.poslovni.hr/komentari/investicije-u-hrvatski-turizam-u-2007-46008?nomobile=>, 04.04.2015.

Potencijalni prihodi od golf turizma u Istarskoj županiji mogu se u grubo izračunati na temelju prosječnog godišnjeg broja odigranih rundi<sup>36</sup> u drugim europskim zemljama te na temelju prosječne dnevne potrošnje golf turista. Prema istraživanju KPMG-a na svakom se golf terenu u Grčkoj, Turskoj, Portugalu i Cipru godišnje u prosjeku odigra 25 tisuća golf rundi.<sup>37</sup> Čak i ako istarska golf igrališta godišnje budu bilježila 20 tisuća golf rundi (5 tisuća golf rundi manje u odnosu na konkurenciju u Europi), uz najnižu prosječnu dnevnu potrošnju golf turista u visini od 200 eura, potencijalni godišnji prihod ostvaren u samo jednom golf resortu iznosio bi 4 milijuna eura. Dotičnom prihodu moraju se još dodati i prihodi od usluge smještaja koja je uglavnom puno viša u usporedbi s klasičnim smještajnim kapacitetima. Prosječna cijena usluge smještaja od 300 eura dnevno, uz gore već navedene prihode, omogućuje potencijalno ostvarenje prihoda u visini od 10 milijuna eura po golf resortu. Ako u Istarskoj županiji bude poslovalo 10 golf terena uz prateće sadržaje, omogućiti će se ostvarenje 100 milijuna eura prihoda godišnje od golf turizma. 31%, odnosno 2,17 milijardi eura hrvatskih prihoda od turizma ostvaruje se u Istarskoj županiji. Povećanje prihoda u visini od 100 milijuna eura zahvaljujući razvoju golf turizma u Istri, značilo bi povećanje prihoda od 4,4%.

Razvoj golf turizma u Istri povećao bi naravno i broj turističkih noćenja. S obzirom na prethodnu računicu od 20 tisuća golf rundi godišnje po golf terenu, dolazimo do brojke od 200 tisuća golfera godišnje koji će igrati na potencijalno 10 golf terena u Istri. Sa svakim golferom dolazi minimalno još jedan pratitelj. Stoga, broj noćenja u Istri mogao bi se potencijalno povećati za 400 tisuća. Budući da Istarska županija godišnje ostvaruje 21,8 milijuna noćenja, broj noćenja bi se razvojem golf turizma povećao za otprilike 2%. Ono što je specifično za dotična noćenja je činjenica da se gotovo 75% noćenja u golf turizmu ostvaruje izvan glavne turističke sezone. Primjer je portugalska regija Algarve koja tek 25% ukupnog broja noćenja golf turista ostvaruje u periodu lipanj-rujan, a 75% noćenja odnosi se na pred i post sezonu gdje su ožujak i listopad najizraženiji.<sup>38</sup> Ovaj je podatak još važniji ako se u obzir uzme kupovna moć golf turista. U pred i post sezoni (tradicionalno slabije

---

<sup>36</sup> Krug ili runda golfa odnosi se na igranje golfa koji uključuje određen broj rupa, najčešće 18 rupa koje se odigravaju prema unaprijed određenom redoslijedu.

<sup>37</sup> KPMG, *Golf Benchmark Survey 2010*, [http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Online%20library/EN/Golf%20Benchmark%20Survey%202010\\_TURKEY.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/EN/Golf%20Benchmark%20Survey%202010_TURKEY.pdf), 05.04.2015.

<sup>38</sup> Istra Golf Dizajn d.o.o., *Analiza okvirnih mogućnosti razvoja golfa na području Istarske županije*, <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2953>, 05.04.2015.

popunjenim dijelovima turističke sezone) mogli bi se ostvariti daleko bolji rezultati privlačeći golf turiste, budući da bi se čak 75% godišnje turističke potrošnje odvijalo u periodima smanjene turističke aktivnosti.

Produženje turističke sezone te povećanje turističke potrošnje u pred i post sezoni omogućilo bi otvaranje novih radnih mjesta. U osnovnim pratećim sadržajima golf igrališta stvara se u prosjeku 15-30 radnih mjesta. Taj broj se odnosi na broj radnih mjesta samo na golf igralištu (radnici na održavanju, učitelji golfa te ostali zaposlenici), ali ne i pratećim sadržajima golf resorta (smještajni kapaciteti i prateće usluge) pa je evidentno da će broj novo otvorenih radnih mjesta biti značajno veći upravo zbog gradnje novih smještajnih jedinica. Prema procjenama pojedinih istarskih golf projekata, u svakom golf resortu trebalo bi biti zaposleno najmanje 70 osoba. Budući da se golf igra tijekom gotovo čitave godine, novo otvorena radna mjesta ne bi bila sezonskog karaktera kao što je to slučaj kod drugih oblika turizma. Nadalje, zbog povećane vanpansionske potrošnje u pred i post sezoni omogućilo bi zapošljavanje stanovništva i u lokalnim zajednicama koje bi ostvarivale veću turističku potrošnju. Držeći se i dalje broja od 10 potencijalnih golf resorta koji bi se mogli otvoriti u Istri, dolazimo do brojke od najmanje 700 novih radnih mjesta koji u kombinaciji s otvaranjem novih radnih mjesta u lokalnoj zajednici, čine gotovo 800 novih radnih mjesta. U 2014. godini je prema Hrvatskom zavodu za zapošljavanje, u Istarskoj županiji registrirano 7.953 nezaposlenih.<sup>39</sup> Otvaranjem 10 golf resorta nezaposlenost u Istarskoj županiji smanjila bi se za 9,94%. Uzimajući u obzir podatak da se 75% turističkog prometa na golf terenima odvija u pred i post sezoni, potvrđuje se hipoteza da golf turizam produžuje turističku sezonu. Također, može se zaključiti da razvoj golf turizma može stvoriti značajne turističke prihode izvan glavne turističke sezone te tako potaknuti cjelogodišnje zapošljavanje stanovništva.

Najveća prednost Istre u pogledu razvoja golf turizma odnosi se na idealne klimatske uvjete koji omogućavaju odvijanje golf aktivnosti tijekom gotovo čitave godine. Dobri klimatski uvjeti najvažniji su motivacijski čimbenici za prosječnog golf turista. Klimatski uvjeti u Istarskoj županiji objašnjeni su u sljedećem poglavlju.

---

<sup>39</sup> Hrvatski zavod za zapošljavanje, *Registrirana nezaposlenost*, <http://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>, 05.04.2015.

## 8.2. Osnovne karakteristike klime u Istarskoj županiji u odnosu na golf turizam

U Istri je prisutno četiri vrsta klime:

- Mediteranska klima prisutna je u užem obalnom pojasu u kojem zimi temperatura najhladnijeg mjeseca rijetko pada ispod 5°C. Karakterizira ju izrazito sezonski godišnji raspored oborina, tako da većina oborina padne u jesen, a ljeti se nerijetko javlja suša. Kasnih mrazeva nema, a snijeg se javlja rijetko.
- Submediteranska klima zauzima najveći dio istarskog poluotoka, počinje nekoliko kilometara od obalnog pojasa pa prema unutrašnjosti. Ovaj tip klime ima nešto više oborina ljeti zbog češćih lokalnih pljuskova. Često se javljaju temperature ispod 0°C u zimskom periodu, a ponekad se znaju javiti i kasni proljetni mrazevi. Snijeg je rijetka pojava.
- Planinska klima se u Istri nalazi na području najviših nadmorskih visina (područje Učke i Ćićarije). Zime su hladne sa snijegom, a godišnja suma oborina je i dvostruko veća nego u područjima Istre s mediteranskom klimom. Ljeta su svježija, sa čestim dnevnim lokalnim pljuskovima.
- Kontinentalna klima je najmanje zastupljena, javlja se u uskom području u sjevernoj Istri, a ima tipična obilježja kontinentalne klime.

Prema Istra Golf Dizajnu d.o.o., najpovoljniji uvjeti insolacije obzirom na vrijeme trajanja svijetlog dijela dana, vladaju ljeti, pa je zato od lipnja do kolovoza prosječno dnevno globalno zračenje oko 4,5 puta veće u odnosu na zračenje u studenom do siječnju. Godišnji prosjek temperature zraka duž sjevernog dijela obale iznosi oko 14 °C do 16°C na južnom obalnom području i otocima. Siječanj, kao najhladniji mjesec, ima srednju temperaturu uglavnom iznad 6°C, a srpanj i kolovoz oko 24°C. Razdoblje kad je dnevni srednjak temperature zraka viši od 10°C traje približno 260 dana godišnje, a vruće vrijeme, s dnevnim maksimumom iznad 30°C, traje najviše 20 dana.<sup>40</sup> Temperatura tla se u pravilu ne spušta ispod ništice, a niti u zraku to nije česta pojava.

---

<sup>40</sup>Istra Golf Dizajn d.o.o., *Analiza okvirnih mogućnosti razvoja golfa na području Istarske županije*, <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2953>, 06.04.2015.

Prosječne godišnje količine oborina duž zapadne obale Istre iznose između 850 i 900 mm, dok su u kvarnerskom dijelu znatno veće i iznose 1000 do 1200 mm, a na istočnim obroncima Učke iznad Opatije dostignu i do 1800 mm godišnje.<sup>41</sup> Maksimum padalina nastupa krajem jeseni, a minimum sredinom ljeta, ali za razliku od ostalog dijela istočnog Jadrana, na riječkom području i u Istri postoji još sporedni maksimum u travnju i sporedni minimum u ožujku. Snijeg pada rijetko i brzo se topi, tako da ga na obali ima prosječno 2 do 3 dana godišnje. Tuča nastupa također 2 do 4 puta godišnje, a grmljavina oko 50 puta.<sup>42</sup>

Glavni elementi klime na području Istre izrazito su povoljni za razvoj golfa i to tijekom cijele godine. Malo je područja u svijetu koja imaju takav raspon klime što omogućava podjednako igranje golfa i ljeti i zimi. Neke karakteristike kao što su dosta oborina i vlage, zatim vjetrovi bura i jugo, malo magle i malo temperatura ispod ništice, odnosno iznad 30 stupnjeva, idu u prilog golfu, dok je relativno mnogo grmljavina nepovoljno za golf. Gledajući mediteranske golf destinacije prednost Istre je mogućnost igre gotovo cijelo ljeće, dok je to u Španjolskoj, Portugalu, te osobito u Turskoj zbog visokih temperatura manje moguće. Isto tako zimske temperature, odnosno uglavnom odsustvo snijega, omogućuju golf igru i u tim mjesecima što je u odnosu na srednju, a da ne govorimo sjevernu Europu, fantastična prednost. Najbolji primjer za to su Engleska, Škotska i Irska, gdje je golf najrasprostranjeniji i igra se cijelu godinu, a klimatski uvjeti tome značajno pridonose.

U sljedećem poglavlju napravljena je usporedba hrvatskog i portugalskog golf turizma, pri čemu su komparirani ključni turistički pokazatelji država, regija i golf igrališta.

---

<sup>41</sup> IstraMet, *Klima u Istri*, <http://www.istramet.com/klima-u-istri/>, 06.04.2015.

<sup>42</sup> Državni hidrometeorološki zavod, *Analiza srednjeg godišnjeg broja grmljavinskih dana u razdoblju 1971-2000. na području Hrvatske*, [https://bib.irb.hr/datoteka/493365.referat\\_EIS\\_MPTadic.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/493365.referat_EIS_MPTadic.pdf), 06.04.2015.

## 9. KOMPARACIJA HRVATSKOG I PORTUGALSKOG GOLF TURIZMA

U svrhu komparacije Hrvatskog i Portugalskog golf turizma napravljena je SWOT analiza najvažnijih turističkih regija dotičnih zemalja. Cilj komparacije je utvrditi koje su prednosti Istarske regije u odnosu na regiju Algarve, te kojim bi se slabostima i prijetnjama u razvoju trebalo posvetiti više pažnje.

Tablica 1: SWOT analiza Istarske županije:

<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• očuvane prirodne površine i prekrasni krajolici</li> <li>• relativno niska izgrađenost prostora</li> <li>• kvalitetna i raznovrsna gastronomska ponuda</li> <li>• povijesna i kulturna baština</li> <li>• blizina emitivnih tržišta</li> <li>• male udaljenosti između obalnog i kontinentalnog dijela</li> <li>• očuvan autohtoni način života</li> <li>• povoljni klimatski uvjeti</li> <li>• dugogodišnja turistička tradicija</li> <li>• povoljna sigurnosna situacija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedostatak kadrova za rad na golf terenu</li> <li>• nedostatak devastiranih prirodnih područja</li> <li>• loš imidž golfa u javnosti</li> <li>• mali broj istarskih golfera</li> <li>• kvaliteta smještajnih kapaciteta</li> <li>• neriješeni zemljišno-knjižni odnosi</li> </ul>
<b>Prilike</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• produženje turističke sezone</li> <li>• povećanje zaposlenosti</li> <li>• poboljšanje kvalitete turističkog proizvoda</li> <li>• poboljšanje imidža turističke destinacije</li> <li>• povećanje inozemnih ulaganja</li> <li>• proboj na nova turistička tržišta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• moguće zagađivanje okoliša</li> <li>• preizgrađenost kapaciteta</li> <li>• stihijski razvoj</li> <li>• špekulativna kupovina zemlje</li> <li>• uplitanje politike</li> <li>• mogućnost pojave korupcije</li> <li>• sporost pravnog sustava</li> <li>• reguliranje složenih vlasničkih odnosa</li> <li>• gubljenje kontrole nad resursima</li> <li>• gubljenje lokalnog identiteta</li> </ul>

Izvor: Istra Golf Dizajn d.o.o., *Analiza okvirnih mogućnosti razvoja golfa na području Istarske županije*, <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2953>, 05.04.2015.

U SWOT analizi navedeni su brojni društveno-ekonomski efekti razvoja golf turizma, a neki od njih istaknuti su u Analizi okvirnih mogućnosti razvoja golfa na području Istarske županije. Analizu je izradio *Istra Golf Dizajn d.o.o* Za razliku od mnogih drugih zemalja koje imaju razvijen golf turizam, Hrvatska ima relativno nisku izgrađenost i očuvane prirodne ljepote, a u tome se posebno ističe Istarska županija. Ostale snage koje idu u prilog razvoju golf turizma na području Istre su: relativno mala udaljenost obalnih i kopnenih područja, blizina emitivnih tržišta te dugogodišnja turistička tradicija. Razvoj golf turizma nažalost ima i brojne slabosti, a među kojima se posebno ističu neriješeni zemljišno-knjižni odnosi, loš imidž golfa u javnosti te nedostatak kvalitetnih turističkih kadrova. Prilike i prijetnje razvoju golf turizma u Istri su mnogobrojne. Prilike i mogućnosti koje se otvaraju razvojem golf turizma su: produženje turističke sezone, povećanje zaposlenosti, poboljšanje kvalitete turističkog proizvoda te poboljšanje imidža turističke destinacije. Posebno se treba istaknuti mogućnost poboljšanja imidža destinacije. U pravilu razvojem golf turizma, destinacija se počinje smatrati elitnom. U blizini golf igrališta uglavnom borave imućniji gosti, budući da se u blizini grade prestižni hoteli i posluju vrhunski restorani. Većina ljudi smatra da su isključivo golferi kupuju nekretnine koje se nalaze u blizini golf terena. Međutim, prema istraživanju kojeg su proveli Nicholls i Crompton, tek se 25-30% kupaca bavi golfom. Ostali vlasnici nekretnina obožavaju prirodno okruženje i otvorene prostore. Važni razlozi za kupnju dotičnih nekretnina su također prestiž, status, imidž i ekskluzivnost.<sup>43</sup> Prema ovom istraživanju čak 70% kupaca nekretnine kupuje zbog potonjih razloga. Jedan takav primjer u Hrvatskoj je investicija u Kempinski Adriatic. U blizini golf igrališta izgrađen je veliki broj vila čiji se kupci uglavnom ne bave golfom te je glavni razlog kupnje bio imidž destinacije i prestiž vlasništva nekretnine u blizini golf resorta. Na temelju svega iznesenog prihvaća se hipoteza da golf turizam pozitivno utječe na imidž destinacije.

---

<sup>43</sup> Nicholls, S., Crompton, J., Why do people choose to live in golf course developments?, *Journal of Park and Recreation Administration*, 2005., 52. str.

Tablica 2: SWOT analiza portugalske regije Algarve

<b>Snage</b>	<b>Slabosti</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• prometna povezanost</li> <li>• povoljni klimatski uvjeti</li> <li>• izražena gostoljubivost turističkih djelatnika</li> <li>• kvalitetna i raznovrsna gastronomska ponuda</li> <li>• visoka kvaliteta golf igrališta</li> <li>• raznovrsnost golf ponude</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• masovnost i gustoća golf ponude</li> <li>• nedostatak kvalitetnog smještaja</li> <li>• ovisnost o engleskom i njemačkom tržištu</li> <li>• visoke cijene</li> <li>• relativno slaba promocija</li> <li>• nedovoljna zračna povezanost</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Prilike</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Prijetnje</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pretvaranje regije Algarve u "europsku Floridu"</li> <li>• potražnja za integriranim golf destinacijama</li> <li>• povećanje broja domaćih gostiju</li> <li>• povećanje popularnosti Portugala u Skandinavskim zemljama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• povećanje potražnje za golf sadržajima u konkurentskim zemljama</li> <li>• pogoršanje kvalitete golf ponude</li> <li>• širenje urbanih sredina</li> </ul>

Izvor: Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, Competitividade e eficiência na indústria do golfe: o caso do algarve [http://www.apdr.pt/siterper/numeros/RPER07/art\\_5.pdf](http://www.apdr.pt/siterper/numeros/RPER07/art_5.pdf), 24.05.2015.

Iz tablice je vidljivo da Istra i Algarve imaju slične snage, a to su gastronomija, klimatski uvjeti i prometna povezanost. Za razliku od Portugala gdje je već danas prisutno zasićenje golf infrastrukture, u Hrvatskoj je golf tek u počecima te postoji veliki prostor za razvoj. Stoga, Istra ima puno više prilika u odnosu na Portugal koji je već na vrhuncu razvoja golf turizma. Najveća prijetnja za portugalski golf turizam je povećanje konkurentnosti golf turizma u drugim europskim zemljama. Zahvaljujući izvrsnim klimatskim uvjetima koji su pogodni za igranje golfa, Portugal je postao jedna od najpoznatijih europskih golf destinacija, te nerijetko osvaja prestižne nagrade namijenjene za najbolje golf resorte i igrališta na svijetu.



Tako je primjerice za 2014. godinu osvojio nagrade za najbolju europsku i svjetsku golf destinaciju, ponajviše zbog popularne portugalske regije Algarve.<sup>44</sup> Za istu je godinu dobio i nagradu za najbolje novootvoreno golf igralište u Europi. Nagradu je dobilo golf igralište *Quinta do Lago* u kojeg je uloženo 29 milijuna eura.<sup>45</sup> U odnosu na hrvatske "mega projekte" od 100 i više milijuna eura, ovo golf igralište može djelovati skromno, međutim ovaj se iznos investicije odnosi isključivo na izgradnju suvremenog golf igrališta kojeg okružuje tek manji broj vila koje su namijenjene za prodaju. Stoga, može se zaključiti da svrha ove investicije nije bila izgradnja velikih hotela i mnogobrojnih apartmana u blizini igrališta, već zarada od "green fee-a" i drugih golf usluga. Ovo portugalsko igralište predstavlja odličan primjer ulaganja koje može biti primijenjeno u određenim područjima u Hrvatskoj u kojima zahvat na okoliš mora biti minimalan.

Tablica 3: Usporedba općih podataka Hrvatske i Portugala

<b>Opći pokazatelji:</b>	<b>Hrvatska</b>	<b>Portugal</b>
<b>Veličina teritorija</b>	56,59 tisuća m <sup>2</sup>	92 tisuće m <sup>2</sup>
<b>Broj stanovnika</b>	4,25 milijuna	10,46 milijuna
<b>Broj golf igrališta</b>	6	86

Usporedbom veličine teritorija može se zaključiti da Hrvatska može izgraditi puno više od sadašnjih šest golf igrališta. Iako je Portugal teritorijalno tek 62% veći od Hrvatske, unutar svog teritorija ima čak 86 golf igrališta. Razvoj golf turizma u Portugalu započeo je 90-ih godina prošloga stoljeća, a njegov razvoj nisu kočile brojne procedure kao što je to slučaj u Hrvatskoj.

<sup>44</sup> Visit Portugal, *Portugal named world's best destination for golfing in 2014*, <http://visitportugalblog.blogspot.com/2014/11/portugal-named-worlds-best-destination.html>, 23.04.2015.

<sup>45</sup> Golf Business Monitor, *Quinta do Lago*, [http://www.golfbusinessmonitor.com/golf\\_industry/2015/01/quinta-do-lago-won-the-2015-todays-golfer-travel-awards.html](http://www.golfbusinessmonitor.com/golf_industry/2015/01/quinta-do-lago-won-the-2015-todays-golfer-travel-awards.html), 23.04.2015.

Tablica 4: Usporedba turističkih pokazatelja Hrvatske i Portugala

	<b>Hrvatska</b>	<b>Portugal</b>
<b>Ukupan udio turizma u BDP-u zemlje</b>	27,8% BDP-a	15,6% BDP-a
<b>Ukupni turistički prihodi</b>	7 milijardi eura	15,17 milijardi eura
<b>Broj stanovnika izravno i neizravno zaposlenih u turizmu</b>	311,500 (29,9% ukupno zaposlenih u državi)	818,500 (18,2% ukupno zaposlenih)
<b>Investicije u turizam</b>	871 milijun eura	2,8 milijardi eura
<b>Ostvarena noćenja</b>	12,43 milijuna noćenja	12,5 milijuna
<b>Prosječni dnevni izdaci po osobi</b>	66,36 eura	100,22 eura

Izvor: Svjetsko vijeće za putovanje i turizam (WTTC), *Economic Impact 2014*, [www.wttc.org](http://www.wttc.org), 21.04.2015.

Uvidom turističkih pokazatelja koji su iznijeti u tablici može se zaključiti da Portugal turističkim aktivnostima upravlja puno bolje od Hrvatske. Iako Portugal ostvaruje nešto više turističkih noćenja, prihod od turističkih aktivnosti je više nego dvaput veći od prihoda koji se realizira u Hrvatskoj. Portugalu u prilog ide činjenica da su mu najveća emitivna turistička tržišta, redom najrazvijenije europske zemlje čiji građani imaju iznadprosječnu kupovnu moć. Zemlje koje čine najveći udio u portugalskim turističkim dolascima su Ujedinjeno Kraljevstvo, Španjolska, Njemačka i Francuska. Ovaj podatak pojašnjava činjenicu da su prosječni dnevni izdaci turista u Portugalu puno veći u odnosu na izdatke koji se ostvaruju u Hrvatskoj. Naravno, velike investicije u kvalitetan smještaj i inovativne sadržaje nužne su za povećanje turističkih dolazaka iz dotičnih zemalja. Portugal je i u realizaciji turistički vezanih investicija bolji od Hrvatske budući da je 2014. godine realizirao 2,8 milijardi eura investicija.<sup>46</sup> Iz gore prikazane tablice može se vidjeti da je portugalsko gospodarstvo manje ovisno o turizmu od hrvatskog, a samim time manji je i udio stanovnika zaposlen u turizmu.

<sup>46</sup> Svjetsko vijeće za putovanje i turizam (WTTC), *Economic Impact 2014*., [www.wttc.org](http://www.wttc.org), 21.04.2015.

Najvažnija golf destinacija u Portugalu je regija Algarve koja se nalazi u južnom dijelu Portugala. Geografski je udaljena na maksimalno 3 sata leta od najvećih europskih gradova, što povećava potražnju za putovanjem u ovu portugalsku regiju. Regija Algarve već je tri desetljeća izrazito popularna među golferima, ponajviše zbog prekrasne prirode i obalnih područja. Usporedbom Istarske županije s portugalskim Algarveom, može se zaključiti da regija Istra jako zaostaje u pogledu kvalitete i kvantitete golf ponude.

Tablica 5: Opći pokazatelji relevantni za usporedbu razine razvoja golf turizma

	<b>Istra</b>	<b>Algarve</b>
<b>Veličina teritorija</b>	3,47	4,99
<b>Broj golf igrališta</b>	2	39
<b>Prosječna cijena „green fee-ja“</b>	44,5 eura	70 eura

Na temelju podataka iznesenima u tablici iznad, može se zaključiti da iako je regija Algarve tek nešto veća od Istarske regije, broj golf igrališta u Algarve-u daleko je veći. Zanimljivo je da ne postoji ni jedan novinarski ili drugi članak u kojem se negativno piše o intenzitetu razvoja golf turizma u regiji Algarve. U Istri trenutno posluju samo dva golf terena, a kod svakog novog golf projekta mediji najčešće ističu samo negativne aspekte razvoja golf turizma. S većim brojem golf terena, regija Algarve nema problema s dužinom turističke sezone budući da se glavna "golf sezona" odvija u veljači, ožujku, travnju, rujnu, listopadu i prosincu. Golf aktivnosti u ljetnim mjesecima nisu toliko izražene zbog velikih vrućina u tom dijelu Portugala. Istra ima bolje klimatske uvjete od regije Algarve, te bi čak i u ljetnim mjesecima mogla imati intenzivan golf turizam. Važno je analizirati i razliku u prosječnoj cijeni "green fee-ja" u Portugalu i Hrvatskoj. Prosječna cijena "green fee-ja" u Portugalu iznosi 70 eura, dok u Hrvatskoj iznosi 44,5 eura. Podatak o prosječnoj cijeni "green fee-ja" prikupljen je na temelju uzorka od 30 golf igrališta u Portugalu<sup>47</sup>, a podatak o prosječnoj cijeni "green fee-ja" u Hrvatskoj prikupljen je na temelju cijena koje su objavljene na web stranicama Kempinski Adriatica, Golf & Spa Sv. Martin, Brijuni Golf Club-a te Golf & Country Zagreb-a.

<sup>47</sup> Tee Times Golf, *Green Fees Portugal*, <http://www.greenfeesportugal.info/algarve.php>

Usporedba prosječne cijene "*green fee-ja*" između dvije države ili regije može pokazati razliku u kvaliteti golf sadržaja. Prema gore prikazanoj usporedbi razine cijena može se zaključiti da Hrvatska osim što ima malobrojna golf igrališta, ona su i nedovoljno kvalitetna. To se može zaključiti i usporedbom Kempinski Adriatica (najboljeg golf resorta u Hrvatskoj) i Monte Rei Golf & Country Club-a (najboljeg golf resorta u Portugalu. Iako se golf resort na sjeveru Istre smatra najboljim u Hrvatskoj, prosječna cijena "*green fee-ja*" mu je 60 eura. Za usporedbu, portugalski Monte Rei Golf & Country Club "*green fee*" prodaje i za 190 eura dnevno.<sup>48</sup> Cijena "*green fee-ja*" od sredine studenog po sredine ožujka iznosi visokih 135 eura. Razlog tako visoke cijene "*green fee-ja*" ovog golf resorta je naravno nemjerljiva kvaliteta. Monte Rei je jedan od brojnih golf igrališta koje je dizajnirao poznati golf arhitekt Jack Nicklaus. Golf igrališta koje on osmišljava svake se godine predstavljaju kao najboljima u svijetu. Tako je 2009. godine 12 od 75 najboljih golf igrališta u Sjevernoj Americi dizajnirano od strane Jack-a Nicklause.<sup>49</sup> Ako se u Hrvatskoj namjerava izgraditi tek mali broj golf igrališta onda bi ta buduća igrališta morala imati potpis najboljih golf dizajnera današnjice. Njihov potpis automatski povećava potražnju za golf igralištem, a osim toga povećava i cijenu njegovog "*green fee-ja*". Ova nas činjenica dovodi do zaključka da vrhunski hotel kakav je Kempinski Adriatic nije dovoljan za privlačenje klijenata izrazito visoke kupovne moći. Za ostvarivanje istoga, Kempinski bi morao uložiti značajna sredstva u angažiranje jednog od vodećih svjetskih golf dizajnera te iz temelja redizajnirati golf igralište u blizini hotela.

U usporedbi hrvatskog i portugalskog golf turizma vrijedi istaknuti i činjenicu da u Portugalu postoji 20 tisuća domaćih igrača koji su članovi jednog od portugalskih golf klubova. Ne postoji podatak o broju Hrvata koji igraju golf, no može se pretpostaviti da je njihov broj daleko manji.

Golf turizam će u bližoj budućnosti biti prisutan u svim dijelovima svijeta, te će se velika pažnja posvetiti zaštiti okoliša. Budućnost golfa prikazana je u sljedećem poglavlju.

---

<sup>48</sup> Monte Rei.com, *Green fees*, [http://www.monte-rei.com/en/green\\_fees\\_algarve\\_portugal.html](http://www.monte-rei.com/en/green_fees_algarve_portugal.html), 27.04.2015.

<sup>49</sup> Wikipedia, *Jack Nicklaus*, [http://en.wikipedia.org/wiki/Jack\\_Nicklaus#Golf\\_course\\_design](http://en.wikipedia.org/wiki/Jack_Nicklaus#Golf_course_design), 27.04.2015.

## 10. BUDUĆNOST GOLF TURIZMA

### 10.1. Internacionalizacija golf turizma

Sjedinjene američke države i Europa tradicionalno su najjača svjetska golf tržišta, te se u njima odvija glavina turističkih kretanja vezana uz golf. Međutim, popularnost golfa u mnogim drugim svjetskim destinacijama raste puno većim stopama nego u SAD-u i Europi. Samim time i investicije u golf sadržaje postaju izraženije u dotičnim destinacijama. Rast popularnosti u drugim destinacijama te potražnja golf turista za njima, može se promatrati i kroz broj golf turnira tijekom godine. Veliki broj turnira "europske golf ture" igra se u Ujedinjenim Arapskim Emiratima i Kataru. Te dvije zemlje geografski ne pripadaju Europi, međutim povećanje popularnosti i potražnje za golfom u tim destinacijama potaknulo je Međunarodnu golf federaciju (IGF) da veliki broj turnira organizira u geografski udaljenijim destinacijama. Sve veći broj značajnijih golf turnira koji profesionalnim golferima donose najviše bodova organizira se u Aziji i drugim manje razvijenim regijama svijeta. Osim povećanja turističkih dolazaka i prihoda, povećava se broj profesionalnih golfera koji dolaze iz tih zemalja.

Kina se od svih zemalja najviše ističe u internacionalizaciji, tj. širenju golf turizma diljem svijeta. Predviđa se da će se do 2030. godine 1% stanovništva Kine baviti golfom, što znači da će Kina 2030. godine imati otprilike 13 milijuna golfera, a prema nekim istraživanjima porast broja kineskih golfera biti će još drastičniji te se očekuje 20 milijuna golfera do 2030. godine. Budući da se danas tek 358.000 Kineza bavi golfom, do 2030. godine biti će potrebno izgraditi još tisuću golf resorta.<sup>50</sup> Poznato je da turizam uklanja kulturne i političke barijere među zemljama, a golf nije izuzetak. Primjer je golf resort koji je izgrađen na granici Kambodže i Vijetnama. "*Friendship golf course*" (Golf igralište prijateljstva) izgrađen je na način da se 9 rupa nalazi u Kambodži, a 9 u Vijetnamu. Resort je vrijedan 100 milijuna američkih dolara i uključuje poslovne prostore, hotel, *casino* i druge sadržaje te direktno i indirektno zapošljava 1000 ljudi iz obje zemlje.<sup>51</sup> To je ujedno jedan od najboljih primjera internacionalizacije golfa.

---

<sup>50</sup>Hudson, S., Hudson, L., *Golf tourism*, Drugo izdanje, 2014., stranica 266.

<sup>51</sup>Golf Club Atlas, *Around the world in 76 days*, <http://golfclubatlas.com/in-my-opinion/around-the-world-in-76-days-by-ron-fream/>, 10.03.2015.

U Europi baš kao u Sjedinjenim Američkim Državama, broj novih golf resorta daleko je manji u usporedbi s ostatkom svijeta. Golf turizam od svojih samih početaka bio je prisutan u zapadnoj Europi, a na istoku i jugoistoku Europe tek je u zadnjih nekoliko godina golf turizam postao značajniji. U ovom dijelu Europe, golf turizam je najviše zastupljen u Češkoj čije Ministarstvo turizma sponzorira odvijanje golf događaja i turnira, te turiste potiče na kupnju ulaznica koje uključuju igranje na više golf terena diljem Češke. Do danas se u Češkoj izgradilo gotovo 100 golf terena, daleko više nego u drugim zemljama istočne i jugoistočne Europe. Od ostalih zemalja u regiji, Republika Hrvatska je najatraktivnija, a posebice Istarska županija. Hrvatska Vlada je 2006. godine predložila izgradnju 50 golf terena. Međutim, velika većina golf projekata nije realizirana zbog birokracije, sudskih postupaka te zaštite prirodnih površina. Gotovo iste prepreke postoje i u drugim susjednim zemljama poput Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore.

Potražnja za golf sadržajima u budućnosti prikazana je u sljedećem poglavlju u kojem su prikazana tržišta s najvećim rastom golf turizma. Osim toga prikazane su promjene u željama i potrebama golfera, a koje će se u bližoj budućnosti dodatno promijeniti.

## 10.2. Potražnja za golf sadržajima i aranžmanima u budućnosti

Postojeći golf resorti u ne tako dalekoj budućnosti početi će održivo poslovati. Razlog su drugačiji stavovi golfera koji sve češće prate imidž golf resorta, a koji ovisi o održivom poslovanju. Baš kao što potrošači kod kupovine prehrambenih proizvoda obraćaju pažnju na sastojke proizvoda, tako i golferi obraćaju pažnju na metode upravljanja golf terenima i odnosu prema okolišu. Povećanje ekološke svijesti golf turista primorati će investitore na ulaganje u sadnju autohtonih biljaka, potpuno ukidanje korištenja pesticida i uvođenje uporabe prirodnih gnojiva u prihrani travnjaka na golf terenima.

Prema predviđanjima HSBC-a, potražnja za golf sadržajima općenito će rasti diljem svijeta, a ponajviše u Aziji zbog naglog jačanja kineske srednje klase. Predviđa se da će ove godine 98 milijuna kineskih kućanstava povećati svoj dohodak i svrstati se u srednju klasu, što je ogromni porast u odnosu na 2010. godinu kada se srednja klasa u Kini sastojala od 52 milijuna kućanstava. Indija također bilježi porast i jačanje srednjeg staleža te danas broji 50 milijuna kućanstava, što je povećanje od 18 milijuna u odnosu na 2010. godinu.<sup>52</sup> Ovakav dramatičan porast bogatstva u Aziji odražava se i na golf turizam. Bavljenje golfom zasigurno je statusni simbol, tj. znak pripadanja u društvu, a u Aziji je igranje golfa postao jedan od temeljnih statusnih simbola. Kineski roditelji prema istraživanju HSBC-a iz 2007. godine smatraju da djeca redovitim igranjem golfa povećavaju sposobnost donošenja kvalitetnih odluka te povećava razinu samopouzdanja. Takvo razmišljanje do nedavno dijelili su samo roditelji iz Sjedinjenih Američkih Država i Velike Britanije. Nadalje, kineski poslovni ljudi golf vide kao priliku za bolje upoznavanje poslovnih partnera iz zapadnih zemalja, zato jer golf dokazano uklanja kulturne barijere.

Stoga, može se očekivati da će najveća koncentracija potražnje za golf sadržajima u budućnosti biti u Aziji, posebice u Kini i Indiji koje će tako postati glavna svjetska emitivna golf tržišta.

---

<sup>52</sup>HSBC, *Golf's 2020 Vision*, [http://thefuturescompany.com/wp-content/uploads/2012/09/The\\_Future\\_of\\_Golf.pdf](http://thefuturescompany.com/wp-content/uploads/2012/09/The_Future_of_Golf.pdf), 06.03.2015.

U budućnosti se mogu očekivati promjene u trendovima na strani turističke potražnje. Želje i potrebe golfera će se mijenjati, a neke od očekivanih promjena u turističkim paket aranžmanima biti će:<sup>53</sup>

1. Povećanje potražnje za *family friendly* golf resortima – golf tereni biti će prilagođeni djeci manjeg uzrasta baš kao i smještajni kapaciteti i dodatni sadržaji.
2. Igranje na manjim golf terenima sa 6 do 9 rupa (umjesto uobičajenih 18) – neki televizijski sportski kanali već promoviraju golf turnire koji se igraju na manjim terenima.
3. Povećanje potražnje za virtualnim simulacijama golfa – već danas u mnogim hotelima postoje prostorije s virtualnom simulacijom golfa. Golferi ne moraju nužno boraviti u golf resortu da bi igrali golf, a ugradnja takve tehnološke opreme u vlastite domove postati će uobičajena pojava u razvijenim zemljama. Sve realnije video igre također će potaknuti igrače na bavljenje "pravim" golfom.
4. Najveće svjetske golf organizacije potaknuti će izradu drugačije opreme za golf kako bi se smanjila udaljenost koju golferi mogu postići nakon odigranog udarca. Takva će oprema kod mnogih golf turista promijeniti navike igranja, te će posljedično početi igrati na manjim terenima, a to će naravno imati pozitivan utjecaj na okoliš budući da će izgrađeni tereni biti puno manji od današnjih.

Uzimajući u obzir današnje i predviđene buduće trendove, može se zaključiti da će golf postati pristupačniji većem dijelu stanovništva, biti će više usmjeren na obitelji s djecom, a neorganski i neodrživi golf resorti ostvariti će nagli pad potražnje za njihovim uslugama.

Izazovi zaštite okoliša neizostavni su dio budućnosti golf turizma. U budućnosti će se morati učiniti dodatan napor u cilju očuvanja prirodnih površina. Dotični izazovi objašnjeni su u sljedećem poglavlju.

---

<sup>53</sup>Hudson, S., Hudson, L., Golf tourism, Drugo izdanje, 2014., str. 270



### 10.3. Izazovi zaštite okoliša u budućnosti

Najveće svjetske golf organizacije izdvojile su klimatske promjene kao jednu od najvećih prijetnji za budućnost golf turizma. Prema istraživačkoj kući Scott and Jones, utjecaji klimatskih promjena mogu biti pozitivni i negativni. Smatraju da iako će globalno zagrijavanje zasigurno naštetiti golf turizmu u toplijim krajevima, hladnije svjetske destinacije mogle bi profitirati od toplijeg vremena tijekom većeg dijela godine.<sup>54</sup>

Globalno zagrijavanje u budućnosti će prouzročiti više negativnih posljedica svjetskom golf turizmu, posebice u obalnim destinacijama. Istraživanja pokazuju da bi 645 od 1168 obalnih golf terena u Sjedinjenim Američkim Državama moglo nestati do kraja ovog stoljeća, ako se predviđanja o povećanju razine mora za 2 metra pokažu točnima.<sup>55</sup> Klimatske promjene postaju sve intenzivnije te se u budućnosti mogu očekivati sve ekstremniji vremenski uvjeti i više nepredviđenih vremenskih neprilika. Dotične će promjene utjecati na načine vođenja golf terena s ciljem prilagođavanja ekstremnijim vremenskim uvjetima. Predviđeni problemi s kojima će se golf industrija morati nositi u budućnosti su:<sup>56</sup>

- manja dostupnost vode i restrikcije njenog korištenja
- češće vremenske neprilike koje uključuju poplave i sušu
- skraćivanje sezone u kojoj se obnavljaju (rastu) travnate površine
- smanjenje bioraznolikosti i povećanje broja nametnika i bolesti
- nužnost povećanja budžeta za obnovu golf terena nakon vremenskih neprilika
- povećanje cijena izvora energije

Pristup održivog razvoja u upravljanju golf terenima pokazuje se kao najbolja metoda upravljanja u nepredviđenim okolnostima.

---

<sup>54</sup>Scott, D., Jones, B., *A regional comparison of the implications of climate change for the golf industry in Canada*, Canadian Geographer, str. 221

<sup>55</sup>Hudson, S., Hudson, L., *Golf tourism*, Drugo izdanje, 2014., str. 282

<sup>56</sup>The R&A, *Planning for changing climate*,  
<http://golfcoursemanagement.randa.org/en/Environmental-Impact/Planning-for-climate-change.aspx>, 05.03.2015.

U brojnim industrijskim granama diljem svijeta počela je ubrzana implementacija novih tehnoloških mogućnosti i provođenje ekološki osvještenijeg poslovanja s ciljem smanjenja emisije štetnih plinova. Golf turizam se također usmjerio u tom pravcu, te danas sve veći broj investitora u golf terene primjenjuje principe održivosti putem većeg korištenja obnovljivih izvora energije. Odličan primjer je *Marriott International*<sup>57</sup> koji u svojem sastavu ima 25 golf terena koji imaju certifikat Audubon Cooperative Sanctuaries. Dobivanje dotičnog certifikata zahtjeva ispunjavanje visokih kriterija ekološke i ekonomske održivosti, a oni su.<sup>58</sup>

- planiranje okoliša (minimalni zahvat na okoliš prilikom gradnje terena)
- efikasno upravljanje vodnim resursima
- upravljanje biljnim i životinjskim staništem (povećanje, a ne smanjenje brojnosti životinjskih vrsta)
- zabrana korištenja pesticida i drugih kemijskih tvari

Od svih kriterija potrebno je izdvojiti efikasno upravljanje vodnim resursima. Dostupnost pitke vode u svijetu je u padu, te se u bližoj budućnosti očekuju velike nestašice vode. Izuzetno je važno da se ne samo novi golf tereni, već i oni najstariji okrenu održivom upravljanju vodnim resursima. Danas postoji veliki broj golf terena koji koriste prekomjernu količinu vode, nerijetko pitke vode za navodnjavanje igrališta. U bližoj se budućnosti mogu očekivati puno žustrije debate na relaciji vlasnika golf terena te udruga za zaštitu prirode. Kako vrijeme bude odmicalo tako će čak i vlasnici golf terena kojima nije stalo do imidža održivog poslovanja biti primorani uložiti u nove tehnološke sustave navodnjavanja. Može se očekivati da će veliki dio svjetskih vlada uvesti zakonske propise u svrhu očuvanja izvora pitke vode. Već danas postoji tehnologija kojom se morska voda može desalinizirati. Moguće je da će u bližoj budućnosti vlade sufinancirati projekte koji u svojem sastavu imaju sustav desalinizacije, a u takve bi se projekte zasigurno mogli uključiti i investitori novih i postojećih golf projekata. Kao nikada prije, važno je živjeti i poslovati u savršenom skladu s prirodnim okruženjem, jer će taj sklad diktirati kretanje klimatskih promjena u budućnosti.

---

<sup>57</sup>Marriott International je treći najveći hotelski lanac u svijetu, a u čijem su sastavu Ritz Carlton i Bulgari Hotels

<sup>58</sup>Hudson, S., Hudson, L., *Golf tourism*, Drugo izdanje, 2014., str. 280

## 11. ZAKLJUČAK

Golf je i dalje najveći i najvažniji oblik sportskog turizma. Svjetsko golf tržište procijenjeno je na 30 milijardi američkih dolara, te u njemu sudjeluje 50 milijuna golfera i golf turista koji putuju diljem svijeta te sudjeluju u golf aktivnostima koje se odvijaju na gotovo 40 tisuća golf igrališta. Izrazito visoka kupovna moć golf turista, investitorima i lokalnoj zajednici omogućava razvoj selektivnog oblika turizma koji generira puno veće prihode u odnosu na druge oblike turizma, a što je još važnije većina tih prihoda realizira se izvan glavne turističke sezone. Hrvatska već tradicionalno ima problem sa sezonalnošću turizma te zadnjih godina ulaže velike napore s ciljem produženja turističke sezone. Posljednji značajni program Ministarstva turizma zove se "Hrvatska 365" te se njime nastoje promovirati događaji i aktivnosti u kojima potencijalni gosti mogu sudjelovati izvan glavne turističke sezone. Projekt je zaista odlično i jednostavno predstavljen na internetskom portalu <http://croatia.hr/en-GB/Seasons/Autumn>. Na portalu se mogu pronaći različiti oblici provođenja odmora u svim dijelovima Hrvatske, međutim i dalje se primjećuje manjak turističkih aktivnosti kojima se gosti mogu baviti u mjesecima od listopada do svibnja. Sedam mjeseci slabih turističkih aktivnosti je nedopustivo za zemlju koja se prema Strategiji razvoja turizma do 2020. godine nastoji pozicionirati među 20 najkonkurentnijih turističkih zemalja u svijetu. Razvoj golf turizma sa sobom donosi i potencijalno negativne posljedice za okoliš, može poprimiti obilježja "all inclusive" ponude te može biti paravan za poslove s nekretninama. Međutim, mnogi svjetski primjeri poput Portugala i njegove regije Algarve pokazuju da se uz značajne investicije i vrhunsko planiranje mogu izgraditi golf igrališta koja imaju minimalan utjecaj na okoliš u kojemu se nalaze, te nemaju karakteristike golf projekata putem kojih se nastoje prodati nekretnine. Hrvatska ne smije izgraditi previše golf igrališta. Golf projekti koji se nastoje realizirati moraju biti malobrojni, ali vrhunske kvalitete, a to znači da u projektiranje moraju biti uključeni najpoznatiji svjetski golf brendovi i dizajneri. Tek se manji broj igrališta mora izgraditi na prirodno atraktivnim područjima, dok se većina njih mora izgraditi na devastiranim područjima, ponajviše u kontinentalnoj Hrvatskoj gdje bi takav oblik turizma produžio turističku sezonu na praktički čitavu godinu, te lokalnoj zajednici donio veću ekonomsku korist. Na temelju svega iznesenog prihvaćaju se hipoteze da golf turizam pozitivno utječe na imidž destinacije, te da golf turizam produžuje turističku sezonu, a odbacuje se hipoteza da razvoj golf turizma negativno utječe na okoliš.

## 12. LITERATURA

### • Popis knjiga

1. Bartolucci, M., Čavlek, N. et al (2007.): *Turizam i sport - razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb
2. Campbell, M. (2002.): *Enciklopedija golfa*, Znanje, Zagreb
3. Hudson, S., Hudson, L. (2009.): *Golf tourism*, Prvo izdanje
5. Hudson, S., Hudson, L. (2014.): *Golf tourism*, Drugo izdanje
6. Wall, G., Mathieson, A., *Tourism, Change, Impacts and Opportunities*, Pearson education, Harlow, 2006., str. 55

### • Popis članaka

7. B. Farahmand, G. Broman, U. de Faire, D. Vågerö, A. Ahlbom, *Golf: a game of life and death - reduced mortality in Swedish golf players*, Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports, 2008.
8. Državni hidrometeorološki zavod, *Analiza srednjeg godišnjeg broja grmljavinskih dana u razdoblju 1971-2000. na području Hrvatske*, [https://bib.irb.hr/datoteka/493365.referat\\_EIS\\_MPTadic.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/493365.referat_EIS_MPTadic.pdf), 06.04.2015.
9. Golf digest.com, *How green is golf?*, <http://www.beyondpesticides.org/golf/gd200805golfenvironment.pdf>, 24.02.2015.
10. Golf Digest.com, *Special Report: Golf's green teams*, <http://www.golfdigest.com/magazine/2008-12/environment>
11. HSBC, *Golf's 2020 Vision*, [http://thefuturescompany.com/wp-content/uploads/2012/09/The\\_Future\\_of\\_Golf.pdf](http://thefuturescompany.com/wp-content/uploads/2012/09/The_Future_of_Golf.pdf), 06.03.2015.
12. Institut za turizam, *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH*, <http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-13-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf>, 11.03.2015.
13. Istra Golf Dizajn d.o.o., *Analiza okvirnih mogućnosti razvoja golfa na području Istarske županije*, <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2953>, 05.04.2015.
14. KPMG, *Golf Benchmark Survey 2010*, [http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Online%20library/EN/Golf%20Benchmark%20Survey%202010\\_TURKEY.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/EN/Golf%20Benchmark%20Survey%202010_TURKEY.pdf)

15. KPMG, *Golf participation in Europe 2013*,  
<http://www.kpmg.com/CZ/cs/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Documents/KPMG-Golf-participation-in-Europe-2013.pdf>, 10.03.2015.
16. KPMG, *Golf travel insights 2013*,  
<http://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadNovedades/ArticulosyPublicaciones/Documents/Golf-Travel-Insights-2013.pdf>, 05.03.2015.
17. Ministarstvo turizma RH, *Strategija razvoja turizma do 2020. godine*,  
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>, 11.03.2015.
18. Nicholls, S., Crompton, J., Why do people choose to live in golf course developments?, *Journal of Park and Recreation Administration*, 2005., 52. str.
19. Scott, D., Jones, B., *A regional comparison of the implications of climate change for the golf industry in Canada*, *Canadian Geographer*, str. 221
20. Svjetsko vijeće za putovanje i turizam (WTTC), *Economic Impact 2014*.  
[www.wttc.org](http://www.wttc.org), 21.04.2015.
21. UNWTO, *UNWTO Tourism Highlights*,  
[http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en\\_hr\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf), 08.03.2015.
22. World Golf Foundation, *The health and wellness benefits of golf*,  
<http://www.golf2020.com/research/health-wellness.aspx>, 22.02.2015.

- **Internet izvori**

23. Cybergolf.com, *Osteoporosis & golf*,  
[http://www.cybergolf.com/golf\\_news/osteoporosis\\_golf](http://www.cybergolf.com/golf_news/osteoporosis_golf), 22.02.2015.
24. Elsevier.com, *Effects of golf courses on local biodiversity*,  
<http://www.symbio.co.uk/files/Independant%20Research%20Papers/Effects%20of%20golf%20courses%20on%20local%20biodiversity%20Tanner%20&%20Gange.pdf>, 01.03.2015.
25. Golf Club Atlas, *Around the world in 76 days*, <http://golfclubatlas.com/in-my-opinion/around-the-world-in-76-days-by-ron-fream/>, 10.03.2015.
26. Golf Adriatic, <http://www.golf-adriatic.com/en/>, 12.03.2015.
27. Golf Business Monitor, Quinta do Lago,  
[http://www.golfbusinessmonitor.com/golf\\_industry/2015/01/quinta-do-lago-won-the-2015-todays-golfer-travel-awards.html](http://www.golfbusinessmonitor.com/golf_industry/2015/01/quinta-do-lago-won-the-2015-todays-golfer-travel-awards.html), 23.04.2015.
28. Hrvatski zavoz za zapošljavanje, *Registrirana nezaposlenost*,  
<http://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>, 05.04.2015.

29. Hurdzangolf.com, *Westwood plateau*, <http://hurdzangolf.com/westwood-plateau-case-study/>, 24.02.2015.
30. IBIS World, *Golf courses & country clubs*, <http://walshmbaproject.wikispaces.com/file/view/Golf+Course+Industry.pdf>, 06.04.2015.
31. Impowerage.com, *Golf for fun and fitness*, <http://impowerage.com/fitness/activities/golf-for-fun-and-fitness>, 22.02. 2015.
32. IstraMet, *Klima u Istri*, <http://www.istramet.com/klima-u-istri/>, 06.04.2015.
33. Jutarnji list, *Golferi godišnje Irskoj donesu 204 milijuna eura*, <http://www.jutarnji.hr/template/article/article-print.jsp?id=1089190>, 12.03.2015.
34. KL Sport & Leisure, *Golf club policy summary*, [http://www.kl-insurance.co.uk/wp-content/uploads/2011/04/Golf\\_Clubs\\_-\\_Key\\_Facts.pdf](http://www.kl-insurance.co.uk/wp-content/uploads/2011/04/Golf_Clubs_-_Key_Facts.pdf), 01.04.2015.
35. Los Angeles Times, Sao Paulo, Brazil, *officials downplay water crisis as residents suffer*, <http://www.latimes.com/world/brazil/la-fg-ff-brazil-water-crisis-20141213-story.html>, 01.03.2015.
36. Monte Rei.com, *Green fees*, [http://www.monte-rei.com/en/green\\_fees\\_algarve\\_portugal.html](http://www.monte-rei.com/en/green_fees_algarve_portugal.html), 27.04.2015.
37. Poslovni.hr, *Investicije u hrvatski turizam u 2007.*, <http://www.poslovni.hr/komentari/investicije-u-hrvatski-turizam-u-2007-46008?nomobile=>, 04.04.2015.
38. Pravo na grad, *Od danas konačno ne vrijedi sporni Zakon o igralištima za golf*, <http://pravonagrad.org/od-danas-konacno-ne-vrijedi-skandalozni-zakon-o-igralistima-za-golf/>, 11.03.2015.
39. Professional Golfers Association, *The economic impact of golf on the economy of Europe*, <https://dl.dropboxusercontent.com/u/125064834/Economic%20Impact%20of%20Golf%20on%20the%20Economy%20of%20Europe%202011.pdf>, 08.03.2015.
40. Ramsau Dachstein, *The world's first organic golf course*, <http://www.ramsau.com/en/summerholidays/organic-golf-course/>, 01.03.2015.
41. Rutgers, *Golf Courses and the Environment*, <http://www.golfturf.rutgers.edu/golf-courses-and-the-environment.asp>, 01.03.2015.
41. Tee Times Golf, *Green Fees Portugal*, <http://www.greenfeesportugal.info/algarve.php>
42. The R&A, *Planning for changing climate*, <http://golfcoursemanagement.randa.org/en/Environmental-Impact/Planning-for-climate-change.aspx>, 05.03.2015

43. U.S. Geological Survey, *Pesticides in the Nation's Streams and Ground Water*, <http://pubs.usgs.gov/fs/2006/3028/>, 01.03.2015.

44. Visit Portugal, *Portugal named world's best destination for golfing in 2014*, <http://visitportugalblog.blogspot.com/2014/11/portugal-named-worlds-best-destination.html>, 23.04.2015.

45. Wikipedia, *Jack Nicklaus*, [http://en.wikipedia.org/wiki/Jack\\_Nicklaus#Golf\\_course\\_design](http://en.wikipedia.org/wiki/Jack_Nicklaus#Golf_course_design), 27.04.2015.

## POPIS TABLICA

Red. br.	Naziv tablice	Str.
1.	SWOT analiza Istarske županije	44
2.	SWOT analiza portugalske regije Algarve	46
3.	Usporedba općih podataka Hrvatske i Portugala	47
4.	Usporedba turističkih pokazatelja Hrvatske i Portugala	48
5.	Opći pokazatelji relevantni za usporedbu razine razvoja golf turizma	49

## POPIS GRAFOVA

Red. br.	Naziv grafa	Str.
1.	Distribucija potražnje u Europi	8
2.	Potrošnja golf turista tijekom boravka u destinaciji	12
3.	Motivacijski čimbenici u golf turizmu	13
4.	Struktura prihoda golf resorta	20

## POPIS SLIKA

Red. br.	Naziv slike	Str.
1.	Škotska kraljica Mary Stuart	6
2.	Organski nutrienti korišteni u održavanju golf terena	28
3.	Problem opskrbe pitke vode u brazilskom Sao Paulu	29
4.	Golf Club Adriatic	36

