Razvoj turizma na području kontinentalne Hrvatske

Brcković, Melani

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:878611

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-07**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr.Mijo Mirković“

MELANI BRCKOVIĆ

RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU KONTINENTALNE HRVATSKE

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr.Mijo Mirković“

MELANI BRCKOVIĆ

RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU KONTINENTALNE HRVATSKE

Završni rad

JMBAG: 0303058221, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Mentor: doc.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, rujan 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Melani Brcković dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom „Razvoj turizma Kontinentalne Hrvatske“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, _____

Potpis

_____

SADRŽAJ

1. Uvod 1
2. Povijesni razvoj turizma u Hrvatskoj 3
2.1. Povijesni tijek razvoja turizma u Hrvatskoj 3
2.2. Obilježja današnjeg turizma Hrvatske 6
2.3. Ograničenja razvoja Hrvatskog turizma 8
3. Regije Republike Hrvatske 10
3.1. Turističke regije Republike Hrvatske 10
3.1.1. Jadranska Hrvatska 11
3.1.1.1. Istra 11
3.1.1.2. Kvarner 12
1.1.1.1. Dalmacija 12
4. Razvoj Kontinentalne Hrvatske 13
4.1. Karakteristike Kontinentalne Hrvatske 13
4.2. Prometna povezanost 15
4.3. Selektivni oblici turizma na području Kontinentalne Hrvatske 16
4.3.1. Kulturni turizam 18
4.3.2. Gastronomski turizam 20
4.3.3. Turizam događaja 22
4.3.4. Vjerski turizam 23
4.3.5. Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama 24
5. Zaključak 25
Literatura 27
Sažetak 30

1. Uvod

Malo je društvenih djelatnosti u svijetu koje su tijekom posljednjih sto godina imale tako brz razvoj poput turizma. Turizam u Hrvatskoj jedna je od najrazvijenijih i najraširenijih gospodarskih grana te najznačajnija sastavnica za razvoj cjelokupne države. Veliku ulogu u počecima razvoja turizma imali su ratovi koji su u konačnici doveli do turizma Hrvatske kojeg danas poznajemo. U razdoblju od druge polovice 19. stoljeća do Prvog svjetskog rada obilježeno je izgradnjom cestovnih i željezničkih prometnica koje su razvile socio-ekonomske prilike srednjeg sloja društva i ubrzala putovanja.

Ovaj rad sastoji se od tri poglavlja. U prvom dijelu rada govori se o razvoju turizma Republike Hrvatske kroz povijest. Razvoj je podijeljen u šest faza. U prvoj fazi turizam se razvijao u kontinentalnim dijelovima, a kasnije se širio na obalno područje. Tada je razvoj bio prepušten lokalnom stanovništvu. U drugoj fazi investiralo se u smještajne kapacitete te se investiralo u prometne veze. Za Hrvatsku, Opatija predstavlja značajniji početak razvoja turizma kada se 1844. godine izgradila Villa Angiolina, nakon čega je Opatija proglašena zimovalištem bogatih gostiju iz Austro-Ugarske te drugih dijelova Europe. Nakon Drugog svjetskog rata obnavljali su se razoreni objekti i tek neznatan broj poslovnih objekata krenuo je s radom, gdje šestu fazu razvoja obilježava konsolidacija turističkog života u Hrvatskoj.

Također, prvo poglavlje rada ističe obležja i ograničenja turizma Hrvatske. U počecima razvoja turizma, turizam je bio samo za elitu, bogate ljude koji su na raspolaganju imali novca i slobodnog vremena. Sve do masovnog razvoja turizma kada turizam može biti dostupan skoro svim slojevima društva, što obilježava turizam Hrvatske kojeg danas znamo. Globalizacija je donijela brojne koristi turizmu. Dovela je do „ukidanja granica“ među državama što je dovelo do još većeg broja ljudi koji se odluče za putovanje. Jedna od problematika u Hrvatskoj jest usmjeravanje politike najviše na razvoj turizma, što s jedne strane taj razvoj usmjerava samo na određene dijelove Hrvatske.

Drugo poglavlje dijeli Hrvatsku na turističke regije. Svrha te podjele je olakšanje kod praćenja kretanja turizma te upravljanje različitim područjima. Hrvatska se najviše dići

bogatom obalom i čistim morem zbog čega je i turizam najviše rasprostranjen na obalnom području. Zbog toga, ovaj je rad usmjeren na Kontinentalnu Hrvatsku.

Poslijednje i najvažnije poglavlje ovog rada ističe specifičnosti i važnosti turizma Kontinentalnog dijela. Zbog velikog ulaganja u turizam u priobalna područja Hrvatske, dovelo je do nerazvijenosti ovod dijela. Da bi neka destinacija bila konkurentna, mora imati raznovrsnu ponudu, a Kontinentalna Hrvatska ima potencijal za stvaranje i jačanje prepoznatljivosti hrvatskog turizma. Ovaj dio Hrvatske nema more, ali je to područje bogato zelenim i zlatnim poljima, ravnicama, pitomim brežuljcima, vrludavim rijekama, srednjovjekovnim utvrdama i renesansnim dvorcima, izvorima ljekovite vode i tradicionalnim specijalitetima koji turistima mogu pružiti bogatu ponudu. Ističu se selektivni oblici turizma koji vode računa o kvaliteti usluge, o identitetu i humanosti turističke usluge.

Kod pisanja rada korištene su neke od glavnih znanstvenih metoda, a to su povijesna metoda, metoda klasifikacije, metoda generalizacije te deduktivna metoda. Uz navedene metode u radu su korištene i neke druge znanstvene metode.

Za pisanje ovog rada dostupnost izvora podataka je bila raznolika kako u obliku knjiga tako i u mnoštvo oblika internetskih izvora. Neki od podataka dostupnih za pisanje ovog rada su sitetizirani. Sredstvo koje je korišteno za pisanje ovog rada je elektroničko računa sa programskim paketom za obradu teksta – MS Word.

2. Povijesni razvoj turizma u Hrvatskoj

Prvi počeci turizma vezali su se uz tadašnje razdoblje. Uspoređujući stanje iz razdoblja nakon Domovinskog rata, turizam ostavlja pozitivan utisak i to najviše na obalnom području gdje se nalazi najveći dio turističkih kretanja. Ekonomske vrijednosti koje turizam donosi svojim djelovanjem, igra važnu ulogu kod gospodarskog oporavka neke zemlje kao što je Hrvatska. Osim što turizam sam donosi prihode putem vlastitog poslovanja, potiče i poslovanje drugih djelatnosti koje su indirektno povezane s turizmom. Ostvareni prihod od turizma koristi se za revitalizaciju destinacije te podizanje životnog standarda za lokalno stanovništvo.

2.1. Povijesni tijek razvoja turizma u Hrvatskoj

Povijest Hrvatske u različitim literaturama imaju različitu podjelu. Ona zajednička svima dijeli povijest u faze prema ratnim zbivanjima. „Čavlek i Bartoluci (2011), smatraju dvojbenim cijelu povijest hrvatskog turizma orijentirati isključivo prema ratovima, te predlažu periodizaciju razvoja turizma u Hrvatskoj u šest faza:

1. FAZA (razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu)
2. FAZA (kraj 19.stoljeća, odnosno faza znatiželje)
3. FAZA (razdoblje od početka 20. stoljeća do kraja Prvog svjetskog rata, odnosno faza „osvješćivanja“)
4. FAZA (razdoblje između dva svjetska rata, odnosno faza prvih postignuća)
5. FAZA (razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja)
6. FAZA (razdoblje od 1991. godine do početka 21. stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj)“[1]

U početcima razvoj je bio prepušten lokalnom stanovništvu jer država tome nije pridavala veliku važnost te se zbog toga u prvoj fazi, turizam razvijao u kontinentalnim dijelovima, a kasnije se širio na obalno područje. U počecima razvoja

[1] Vukonić, Boris, Povijest Hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb, 2005., str.23.-24.

turizma, turizam je bio samo za elitu, bogate ljude koji su na raspolaganju imali novca i slobodnog vremena. „Sve do osnivanja socijalističke države rekreacijsko je putovanje u Jugoslaviji bilo povlastica male urbane više i srednje klase obrazovanih stručnjaka te obrtnika i trgovca.“[2]

U drugoj fazi, između dva Svjetska rata, investira se u smještajne kapacitete te se poboljšavaju prometne veze koje su ključan aspekt kod razvoja turizma. Razdoblje od druge polovice 19. st. do Prvoga svjetskog rata obilježeno je izgradnjom cestovnih i željezničkih prometnica te uvođenjem parobrodskih linija na Jadranskom moru, kao preduvjeta za ozbiljno bavljenje turizmom. Tada su se otvorili prvi hoteli, ponajprije u Opatiji *(Villa Angiolina* 1844. i *Kvarner* 1884), napisani su prvi turistički vodiči (u Poreču i Puli već 1845), u Zagrebu su se 1892. godine počela organizirati istraživačka putovanja na Velebit i Jadransku obalu, a primorska su mjesta postala središtima zdravstvenoga turizma. U njima su se tada osnovala prva turistička društva (u Krku 1866. i na Hvaru 1868). U razdoblju prije Drugog Svjetskog rata postojali su odbori za proljepšanje mjesta i turistički savezi koji su imali ulogu poboljšanja turističke ponude, a nakon Drugog Svjetskog rata, zamjenjuju ih turistička društva te turistički savezi i osnivaju se u svim većim turističkim mjestima na obali i otocima te kontinentalnom dijelu. Nakon Drugog Svjetskog rata, turizam Hrvatske ima naglasak na oporavku gospodarstva putem industrije. Prvo je došlo do obnavljanja turističke infrastrukture uništene u ratnim razaranjima i njezine nacionalizacije, a istodobno su se počeli osnivati nacionalni parkovi i parkovi prirode te dramski, filmski i glazbeni festivali (Dubrovačke ljetne igre, Splitsko ljeto, Pulski filmski festival i dr.). Treću fazu razvoja karakterizira obnavljanje razorenih objekata i tek neznatan broj poslovnih objekata je krenuo s poslovanjem.

Četvrtu fazu karakterizira međuratno razdoblje kad je turizam u Hrvatskoj dobio snažan zamah s prosječno milijun turističkih dolazaka godišnje i nakon toga uvedene su obvezne boravišne pristojbe, otvarane su mjenjačnice i izdavane turističke revije te su uspostavljene domaće i međunarodne zrakoplovne linije.

„Godine 1953. osniva se Turistički savez Hrvatske, središnja organizacija koja je kao takva već postojala u većini europskih zemalja, kojemu je cilj bilo proučavanje i

[2] Taylor, Karin, „Turizam i staranje socijalističke Jugoslavije“, Sunčana strana Jugoslavije. Povijest turizma u socijalizmu, ur. Hannes Grandits i Karin Taylor, Srednja Europa, Zagreb 2013., str. 23.-47.

propagiranje novih oblika suvremenog turizma te davanje sugestija za organizaciju društvenog turizma s ciljem pojačanja turističkog prometa i približavanje turizma širokim društvenim slojevima.“[3] Godine 1960. u Opatiji je osnovana Viša ekonomska škola ugostiteljskog smjera koja je kasnije postala Odjel za Ugostiteljstvo i turizam. Tijekom gospodarske ekspanzije 1960-ih počeli su se graditi mnogobrojni turistički objekti, hoteli, marine, kampovi, pa i cijela turistička naselja, uglavnom na Jadranu, ali i u kontinentalnoj Hrvatskoj (toplice u Hrvatskom zagorju i Slavoniji, područja nacionalnih parkova u Lici i Gorskom kotaru). Važna godina za turizam bila je i 1979., kad su na UNESCO-ovu listu svjetske baštine upisana prva tri područja (Dioklecijanova palača u Splitu, stari grad Dubrovnik i nacionalni park Plitvička jezera).

Razvoj turizma se proteže sve do šest faza, u kojoj posljednja predstavlja turizam koji danas znamo. O razvoju masovnog turizma može se govoriti unazad šezdesetak godina. „Početkom 1990-ih pretvorbom i privatizacijom turističkih poduzeća mijenja se vlasnička struktura. Tijekom Domovinskoga rata zbog ratne opasnosti i blokade prometnih veza prema primorskim krajevima turizam gotovo zamire, a u turističkim se objektima smještaju mnogobrojni prognanici iz svih krajeva Hrvatske i izbjeglice iz susjedne BiH. Do novoga zamaha došlo je nakon 1995, a poglavito nakon 2000, kad niz hrvatskih turističkih mjesta bilježi snažan porast broja stranih turista, a sama se Hrvatska pozicionira u vrh svjetske turističke potražnje.“[4] Tako u posljednjoj fazi turizam se oblikovao i razvio na područjima koja su popularizirana i u kojima se pružao veliki broj investicija i podrška od strane države i lokalnog stanovništva.

[3] Duda, Igor, U potrazi za blagostanjem. O povijesti dokolice ipotrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih, Srednja Europa, Zagreb, 2005., str. 83.
[4] http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1

2.2. Obilježja današnjeg turizma Hrvatske

Kao posljednja faza povijesnog razvoja, Hrvatsku obilježava privatizacija i restrukturiranje turističkog sustava. Brojne privatizacijske afere su usporile Hrvatsku u odnosu na konkurenciju, a glavni problem razvoja turizma je nedefinirana vizija razvoja u budućnosti. Iako počeci bilježe razvoj turizma kontinentalnog dijela Hrvatske, danas to obilježje ostaje zanemareno. Većina ulaganja odlazi na obalna područja i sav razvoj je usmjeren na taj dio.

Globalizacija je donijela brojne koristi turizmu i doprinijela je njegovom razvoju i bržem širenju. Dovelo je do „ukidanja granica“ među državama te se time povećao broj ljudi koji se odlučuju na putovanja. Globalno gledajući, na svjetskoj i Hrvatskoj razini broj dolaska i noćenja je u stalnom porastu. Jedna od vrlo važnih problematika situacije u Hrvatskoj, jest usmjeravanja politike najviše na razvoj turizma, što s jedne strane se smatra pametnim potezom da Hrvatska iskoristi svoja bogatstva za razvoj države, a s druge strane taj razvoj se usmjerava samo na određene dijelove Hrvatske te time stvara socijalne i ekološke probleme. Problem koji se nadovezuje na prethodni je taj da se u Hrvatskoj razvoj turizma i dalje orijentira na elitni, umjesto na masovni turizam.

DOLASCI TURISTA 1980. - 2015. (U 000)			
-	UKUPNI	DOMAĆI	STRANI
1980.	7.929	3.922	4.007
1985.	10.125	4.569	5.556
1990.	8.497	3.477	5.020
1995.	2.438	1.113	1.324
2000.	7.136	1.305	5.831
2005.	9.995	1.528	8.467
2010.	10.604	1.493	9.111
2015.	14.343	1.660	12.683

Tablica 1.: Dolasci turista u razdoblju od 1980. – 2015. (u 000) (izvor: Ministarstvo turizma Hrvatske, Statistički podaci, 2018.)

Tablica prikazuje dolaske turista u razdoblju do 1980. do 2015. godine između domaćih i stranih turista u kojima je vidljivi porast dolaska stranih turista u sve većem broju kroz godine, što za razliku od dolaska domaćih turista kada se bilježi postepeni pad kada je 1980. godine bilo 3.922 miliona dolaska, a 2015. godine je taj broj pao na 1.660 miliona dolaska.

Prihodi od turizma za 2018. godinu iznosi 10.096,5 miliona eura što je za 603,5 miliona eura više od prihoda 2017. godine. Tim se brojčanim podacima dokazuje porast razvoja turizma Hrvatske kroz godine, no ove godine to se značajno promijenilo. Prvi podaci koji su objavljeni za turističku sezonu 2019. bilježi se pad noćenja za 10% u usporedbi sa 2018. godinom, što predstavlja veliki problem za razvoj Hrvatskog turizma.

„Postavlja se pitanje zbog čega je stao taj trend rasta te se navodi kako Hrvatska ima prelijepu obalu, ali i da su mnogi problemi turističkog sektora u Hrvatskoj domaće proizvodnje. Naročito se hrvatskom turizmu, to što za visoke cijene nudi mnogo privatnih apartmana niske kvalitete te se događa da se od gostiju traži i više od 100 eura dnevno za garsonijere koje su opremljene još u vrijeme Jugoslavije. Turiste tjeraju i skupi parkinzi, kao i niz drugih stvari koje daju loš glas hrvatskom turizmu poput skupljeg naplaćivanja ležaljki koje se nalaze u hladu.“[5] Razvoj turizma u Hrvatskoj je doveo do problema precijenjenosti turističke ponude koju svaki poslodavac odabire za sebe. Veliki postotak odluka koje privatni poslodavci donose utemeljeni se na njihovom slobodnom odlučivanju što je u krajnosti dovelo do odbojnosti prema toj turističkoj ponudi.

[5] https://www.index.hr/vijesti/clanak/njemacki-mediji-objavili-razarajucu-kritiku-hrvatskog-turizma-skupo-i-prljavo/2108202.aspx

2.3. Ograničenja razvoja Hrvatskog turizma

Hrvatska kao turističko tržište smještena je usred Europe kao najsnažnija turistička regija koja čini više od 50% globalnog turističkog proizvoda.

„Razvoj turističkog sektora u okviru hrvatskog gospodarstva povezan je sa sljedećim strukturnim ograničenjima.

a) Prvo ograničenje proizlazi iz niske gustoće turističkog outputa u ukupnom nacionalnom proizvodu.
b) Drugo ograničenje utječe na vitalnost turističkog outputa u dubljem razdoblju, naziva se geopolitička elastičnost potražnje za turističkim proizvodom koja označava elastičnost potražnje za turističkim uslugama ovisno o političkoj stabilnosti u zemlji. Ako je pojedina zemlja stalno politički stabilna, može se očekivati i stabilan rast potrošnje. Suprotno ovome česte promjene političke stabilnosti nepovoljno djeluju na razvoj turističkih djelatnosti u toj zemlji. Koncept elastičnosti je sredstvo ekonomske analize ponašanja ključnih varijabli u tržišnom okruženju.
c) Treće ograničenje je zakon padajućih stopa prinosa koji je osobito važan u zemljama koje tek zauzimaju svoje mjesto na globalnom turističkom tržištu. Ako je zemlja na početku svoje turističke ekspanzije, baza je niža, pa je svaki rast iskazan u višim relativnim pokazateljima odnosno stopama rasta.
d) Četvrto ograničenje je posljedica zanemarivanja trećeg ograničenja, ako se kontinuitet u visokim stopama rasta želi održati pri rastućem BDP-u, potrebno je osigurati sve veće investicije kako bi se održala jednaka stopa rasta. Budući da visoku razinu investicija u turizmu nije moguće osigurati iz domaće štednje, nacionalno gospodarstvo se okreće međunarodnome tržištu kapitala i stranim ulaganjima.
e) Peto ograničenje proizlazi iz koncepta životnog ciklusa turističkog proizvoda. Ekonomska teorija i empirijski testovi utvrdili su da svaki proizvod prolazi različite etape svoje tehnološke zrelosti i potrošačke privlačnosti, od trenutka nastajanja pa do izlaska iz upotrebe. Etape su :

   • *Isticanje* je početna istraživačka etapa, čini ju većinom mali broj turista avanturista, istraživača željnih novih atrakcija.

• *Tranzicija* je etapa kojom se postupno uspostavlja turističko tržište, razvija se administrativna infrastruktura .

• *Razvitak* je etapa visoke turističke razvijenosti neke zemlje ili regije u određenoj zemlji, broj turista premašuje broj lokalnog stanovništva, potrebna je uvozna radna snaga u turističkoj industriji.

• *Stagnacija* je etapa kada dolazi do viška smještajnih kapaciteta, koncentracija na paket aranžmane i kongresni turizam, učestale promjene vlasništva nad objektima.

• *Pad i/ili oživljavanje* je gubitak tržišta, a razlozi su pretežito vikend turizam i dnevni gosti, konverzija turističkih objekata, ili u slučaju oživljavanja, pronalazak novih atrakcija i novog emitivnog tržišta. “[6]

Kod petog ograničenja vezanog uz životni ciklus turističkog proizvoda, Hrvatsko turističko kretanje tim ciklusom dovelo je do trenutne situacije kada se turistička ponuda treba „oživjeti“, odnosno treba se usmjeriti na nove atrakcije i novo turističko tržište.

[6] Obadić, A. i Tica, J.,Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2016., str.424

3. Regije Republike Hrvatske

Iako se po broju turističkih dolazaka Hrvatska ne može mjeriti s vodećim zemljama poput Italije, Španjolske i Francuske, svojim višegodišnjim povećanjem tog broja definitivno se ubraja među posjećenije zemlje Sredozemlja. U mnogobrojnim člancima svjetskih časopisa naveliko se hvale Hrvatske prirodne i kulturne atrakcije, a najviše se dići bogatom obalom i čistim morem zbog čega je i turizam najviše rasprostranjen na obalnom području.

3.1. Turističke regije Republike Hrvatske

Svrha podjele Hrvatske na turističke regije je olakšanje kod praćenja kretanja turizma, upravljanja tim područjem i sl. Kod podjele koriste se različiti pristupi regionalizacije. Neki su utemeljeni na povijesnim značajkama i zbivanjima, dok oni drugi razmatraju zemljopisna ili geografska obilježja. Regije su podijeljene na Jadransku i Kontinentalnu Hrvatsku.

Slika 1.: Podjela Hrvatske
(izvor:https://coupedecheveux2015.blogspot.com/2018/04/karta-kontinentalne-hrvatske.html)

Jadransko područje je prema indeksu konkurentnosti razvijenije od Kontinentalne jer nudi veću ponudu poslova, veće zapošljavanje, ima bolje razvijeniju osnovnu infrastrukturu, veći broj uspješnijih investicija i sl.

Raznolikost regija u relativno maloj zemlji znači da u samo nekoliko dana u Hrvatskoj se mogu iskusiti veliki gradovi i gradići, planine, otoci, šume i plaže.

3.1.1. Jadranska Hrvatska

Predstavlja regiju koja graniči sa Slovenijom na sjeverozapadu, Bosnom i Hercegovinom na istoku, Crnom Gorom na jugu dok s Italijom ima morsku granicu na zapadu. Glavni grad Jadranske Hrvatske je Split koji je turistički među najrazvijenijim gradovima Hrvatske. Izvanredno povoljan prometni položaj regije koja se nalazi na raskrižju važnih europskih kopnenih i morskih putova, utjecao je na to da se stanovništvo opredijeli za pomorstvo i druge gospodarske djelatnosti vezane uz more. Zbog toga ovo područje ima razvijenu pomorsko – prometnu, brodograđevnu, lučku i turističku djelatnost koje su od velikog značenja za cijelu Hrvatsku.

3.1.1.1. Istra

Istra je najveći hrvatski poluotok te najveća zelena oaza sjevernog Jadrana. Duž obale prevladavaju borove šume i prepoznatljiva zelena makija. Već nekoliko godina promovira istinske mediteranske doživljaje koristeći krilatice „Zeleni Mediteran“ i „Mediteran kakav je nekad bio“. To je mjesto prepuno tradicije, autentičnih doživljaja, zamamne gastronomije, turistički razvijenog priobalja s bistrim morem i poviješću bogate zelene unutrašnjosti. Zapadna obala Istre je plića i razvedenija, dok je istočna strma i slabije naseljena. Dijeli se na tri dijela: Crvena Istra (zapadna obala), Siva Istra (središnji dio) te Bijela Istra (padine Učke i istočni dio poluotoka).

Cijela Istra bogata je poviješću. Čari su u uskim srednjovjekovnim uličicama i starim građevinama. Turizam Istre najviše se orijentira na elitniji turizam te se posljednjih godina razvio velikom brzinom.

3.1.1.2. Kvarner

Zbog izvrsnog zemljopisnog područja i blage mediteranske klime, jedan je od turistički najprivlačnijih destinacija. Obuhvaća tri različite prostorne cjeline: primorska područja Opatijske rivijere, grada Rijeke i Riječkog prstena, te Crikveničko-vinodolske rivijere; zatim kvarnerske otoke Krk, Rab, Cres i Lošinj, te brdski Gorski kotar. „Kvarner je neprocjenjiv spoj mora, otoka i gorja na iznimno malom prostoru. U samo jednom danu možete ploviti jahtom ili se kupati u moru, a zatim uživati u hladovini nedaleke šumovite unutrašnjosti.“[7]

Kvarner je regija s najdužom turističkom tradicijom u Hrvatskoj. Na Opatijskoj rivijeri prije 170 godina započeo organizirani razvoj turizma i to kroz zdravstveni turizam. Davno u 19. stoljeću, europska aristokracija u ovom području prepoznala je blagu klimu idealnu za ovo mediteransko područje. Zahvaljujući njima stvorene su prve raskošne vile i hoteli.

1.1.1.1. Dalmacija

Jedna je od najstarijih regionalnih pojmova u Hrvatskoj. Površinom je izuzetno velika, može se reći i najveća regija, te se dijeli na Sjevernu, Srednju i Južnu Dalmaciju. Sjeverna Dalmacija proteže se od otoka Paga na sjeveru pa sve do grada Primoštena na jugu. Tu se nalaze gradovi bogatom povijesnom baštinom, nacionalni parkovi te brojni otoci. U Srednjoj Dalmaciji nalazi se grad Split s 1700 godina starom Dioklecijanovom palačom koja je pod zaštitom UNESCO-a. Južna Dalmacija ima turistički najpoznatiji i najelitniji grad u Hrvatskoj, Dubrovnik kojeg opasuje 1940 m gradskih zidina. Neovisno o položaju, Dalmacija je prepoznatljiva po dugim šljunčanim i pješčanim plažama. Kameni labirinti suhozida u brojnim vinogradima i maslinicima te netaknutom prirodom prostiru se uzduž cijele Dalmacije.

[7] http://www.visitrijeka.hr/Sve_o_Rijeci/Kvarner

4. Razvoj Kontinentalne Hrvatske

Svima je znano kako je Hrvatska destinacija koja pruža uživanje u čistom plavom moru, razvedenim obalama i toplim mjesecima. Velika koncentracija na Jadran i obalu tijekom godina je ostavila trag na kontinentalni dio Hrvatske. Zbog velikog ulaganja u turizam u priobalna područja Hrvatske, dovelo je, ne samo do problema nerazvijenosti i neiskorištenosti kontinentalnog područja, nego je dovelo i do iseljavanja stanovništva. Ono čime bi se Hrvatska trebala predstavljati je bogatstvo velikim šumama, prostranim poljima, raznovrsnim vinogradima, posebnim kulturama, gastronomijom i mnogim posebnim proizvodima koji se mogu ponuditi turistima kao autohtonom ponudom.

4.1. Karakteristike Kontinentalne Hrvatske

Kontinentalnu Hrvatsku zauzima najveći dio Hrvatske i u njoj živi više od polovice hrvatskog stanovništva. Čine ju 2,96 milijuna stanovnika i 64,1% BDP-a po stanovniku. Zauzima područje Gorskog kotara i Like koji su smješteni u Zaleđu Kvarnera i Sjeverne Dalmacije, Središnje Hrvatske i Zagorja, glavni grad Zagreb te Slavonija i Baranja. Podijeljena je na 13 županija i Grad Zagreb kao posebnu podregiju. „Uz snažno razvijeni primarni sektor djelatnosti, također prednjači i stupnjem razvijenosti sekundarnoga sektora kao i u većini djelatnosti tercijarnoga sektora. Međutim, ona još uvijek zaostaje u turističkom razvoju. Turistička se djelatnost pretežno temelji na valorizaciji atraktivnih društvenih faktora (ustanove i priredbe), dok se atraktivni prirodni faktori iskorištavaju u manjoj mjeri.“[8]

U tom dijelu regije turistički najvažniji Zagreb, koji prednjači u Hrvatskoj u pogledu koncentracije ustanova i priredbi. Zagreb kao glavni grad Republike Hrvatske i kulturno, znanstveno, gospodarsko, poslovno i kongresno turističko središte najviše dominira središnjim dijelom kontinentalne Hrvatske. Ostali veći gradovi Kontinentalne Hrvatske su Karlovac, Čakovec, Varaždin, Koprivnica, Bjelovar, Osijek, Slavonski Brod, Vinkovci, Vukovar, Đakovo i Ilok.

[8] Curić Z., Glamuzina N., Tvrtko Opačić V., Geografija turizma, Zagreb, 2013., str.268.

Ima razvijen seoski ali i zdravstveni turizam kroz brojne ljekovite toplice poput Varaždinskih toplica, Stubičkih, Krapinskih i Tuheljskih toplica. „U Međimurju, najsjevernijoj pokrajini, glavna je destinacija termalni centar *Sveti Martin na Muri*. Na desnoj obali Drave smješten je Varaždin, koji je kratkotrajno u 18.st. imao funkciju hrvatske prijestolnice. Glavne su atrakcije grada kulturno-povijesni spomenici (najbolje očuvana barokna jezgra u Hrvatskoj) i priredbe (ponajprije koncertne, od kojih su najpoznatije *Varaždinske barokne večeri* i *Špancirfest*). U Podravini, sjeveroistočno od Zagreba, glavna je atrakcija naselje *Hlebine* s galerijom slika svjetski poznate naivne umjetnosti. Na Dravi su uređena kupališta, koja uglavnom imaju lokalno turističko značenje, a najvažnija je *Šoderica* kod Koprivnice. Na tom se području razvija i lovni i ribolovni turizam te izletnička središta. Jugoistočno od Zagreba i Siska, na sutoku Save, Une, Kupe, Lonje i Struge, smješten je park prirode *Lonjsko polje* sa zaštićenim močvarnim prostorima.

Grad *Karlovac*, osnovan 1579. godine, poznat po najvećem festivalu piva u Hrvatskoj, staroj gradskoj jezgri podignutoj unutar planski izgrađene šesterokrake zvjezdaste utvrde, kao i četiri rijeke koje teku na širem gradskom području (Kupa, Korana, Mrežnica i Dobra). Zapadni i središnji dio Slavonije važan je po atraktivnim prirodnim faktorima, posebice hidrogeografskim i geomorfološkim. Od hidrogeografskih najvažniji su termalni centri: *Daruvarske toplice, Lipi*k i *Velika*, a od geomorfoloških važan je Park prirode *Papuk* na istoimenoj gori. Park prirode *Kopački rit*, jedno od najvećih močvarnih područja u Europi, smješteno u Baranji nedaleko od utoka Drave u Dunav.“[9] Kopački rit privlači posjetitelje slikovitim krajolicima, ptičjim i ribljim vrstama, gastronomskom ponudom, ribičkim, lovnim i agroturizmom. Najprepoznatljiviji dio ovog dijela Hrvatske je prirodni fenomen poznat u svijetu i uvršten u listu Svjetske kulturne i prirodne baštine, a to je Nacionalni park Plitvička jezera.

[9] Curić Z., Glamuzina N., Tvrtko Opačić V., Geografija turizma, Zagreb,2013., str.268./269.

4.2. Prometna povezanost

Kontinentalna Hrvatska nalazi se na povoljnom prometnom položaju, a zahvaljujući modernom sustavu prometnica lako je doći do željene destinacije ako se putuje automobilom.

Kopneni promet ima dugu tradiciju, ali se znatnije razvio tek u novije vrijeme, s pojavom mogućnosti masovne serijske proizvodnje mehaničkih naprava. Kada su na ovom području bili stvoreni osnovni društveno-ekonomski preduvjeti za vlastito kreiranje prometne mreže, oni su bili iskorišteni samo manjim dijelom, prije svega za pojačavanje veza kontinentalnog područja s primorjem.

Rezultat dosadašnje prometne politike u nas jest izrazita koncentracija prometa savskom dolinom – Posavinom. Drugi prometni tok u Hrvatskoj jest jadranski, koji je ograničen na uski obalni pojas.

Kontinentalna Hrvatska danas ima najrašireniji cestovni promet kojim se prevozi najviše putnika u svijetu. Kontinentalna Hrvatska cestovno je razvijena i povezana sa svim većim gradovima u inozemstvu oko nas. Osim cestovnog prometa, razvijen je sustav i zračnog te željezničkog prometa kojeg prati duga povijest. U kontinentalnom dijelu nalazi se najveća zračna luka u Hrvatskoj nazvana po prvom hrvatskom predsjedniku Franji Tuđmanu. U 2016. godini kroz zračnu je luku prošlo 2.776, 087 putnika pa se prema tom podatku nalazi među deset najprometnijih zračnih luka na prostoru između Jadrana i Baltika.

Prva željeznička dionica na području današnje Hrvatske sagrađena je 1860. godine u Međimurju. Ta pruga vodila je iz Mađarske, iz grada Nagykanizse preko Čakovca i Kotoribe. Premda je ta prva pruga prolazila preko malog dijela Hrvatske, kasnije se željeznički promet proširio cijelom Hrvatskom. Time se prometna infrastruktura povezala sa svim važnijim dijelovima Europe i svijeta.

4.3. Selektivni oblici turizma na području Kontinentalne Hrvatske

Turizam Kontinentalne Hrvatske pokazuje potencijal u daljnjem razvoju hrvatskog turizma i ukupne turističke ponude. Da bi neka destinacija bila konkurentna, mora imati raznovrsnu ponudu, a kontinent ima potencijal za stvaranje i jačanje prepoznatljivosti hrvatskog turizma kroz različite selektivne oblike turizma. Nakon razvoja masovnog turizma, dolazi do usmjeravanja turizma prema pojedincu kao sudioniku turističkog putovanja. Posljedicom toga javlja se više posebnih oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača, njihovih preferencija, sa specifičnim uslugama i potrebama koje žele zadovoljiti na nekom putovanju.

Selektivni turizam možemo definirati kao sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma koji je utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području. Selektivni oblici turizma potiču razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanja sigurnosti turista u destinaciji. Sigurnost turista postao je jedan od najvažnijih čimbenika u ocjeni kvalitete u destinaciji kao i turističkoj ponudi. Ovim oblicima turizma potiče se gospodarski razvoj određene destinacije.

„Sa povećanom brigom javnog mjenja o zaštiti životne sredine u mogim turističkim destinacijama, nekontrolirani masovni turizam gubi na svojoj privlačnosti i sve češće postaje predmet kritike. Iz ove perspektive, selektivni oblici turizma vide se kao poželjan odgovor na masovni turizam, čak i kao njegova alternativa, prije svega zbog ograničenog obujma i načina izvođenja takvih turističkih kretanja, ali i karakteristika i aktivnosti (ponašanja) turista sa posebnim interesiranjem.“[10] Selektivni turizam vodi računa o odgovornom ponašanju sudionika, odnosno vodi računa o kvaliteti usluge, o identitetu i humanosti turističke usluge kao i o ekološki osviještenim turistima, socijalno odgovornim i uravnoteženim brojem turista koji ne ugrožavaju lokalno stanovništvo na određenom području.

[10] Rabotić B., Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013., str. 20.

Prema sadržaju ponude, turizam dijelimo na prirodne i društvene resurse. Turizam prirodnih resursa je:

- Zdravstveni turizam
- Sportski turizam
- Nautički turizam
- Eko turizam
- Lovni i ribolovni
- Ruralni turizam

Turizam društvenih resursa:

- Kulturni turizam
- Gastronomski turizam
- Turizam događaja
- Vjerski turizam
- Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama

Kontinentalna Hrvatska zbog svojih prirodnih bogatstava i ljepote prirode ima veću ponudu društvenih resursa. Prema tome možemo reći da Kontinentalna Hrvatska ima bogatiju ponudu od obalnog dijela u kojem se većina turističkih ponuda vrti oko kristalno čistog mora.

4.3.1. Kulturni turizam

Kulturni turizam je oblik turizma u kojem prevladava interes potražnje za objektima i sadržajima kulturnog karaktera. Ljudske potrebe izazivaju želju za turističkim putovanjem koja su u suštini kulturne prirode.

„Novije razdoblje turističke povijesti bilježi oživljavanje turizma u gradovima i selima koja svoju turističku orijentaciju velikim dijelom temelje na očuvanju kulturne baštine, oživljavanju starih običaja, te formiranje odgovarajućeg kulturno turističkog proizvoda kome kultura vrlo često daje tržišno prepoznatljivi brend.“[11] Kulturni turizam uz edukativni element sadržava i zabavno iskustvo koje kombinira umjetnost s prirodnom i društvenom baštinom te različitim kulturnim i zabavnim manifestacijama.

Kulturni turizam Hrvatske ne može se mjeriti s Italijom ili Španjolskom koje imaju puno dulju i bogatiju kulturu, ali Hrvatskoj nije u cilju prodavati jednaku kulturu, nego drugačiju kulturu i doživljaje koje turisti nemaju u svojoj zemlji. Općenito za našu zemlju govore da je naša kultura specifična i način življenja ležerniji. Kulturni turizam, povijest neke zemlje može prenijeti preko manifestacija ili drugih društvenih događaja. Jedan od nekih u Hrvatskoj na kontinentalnom području su *Đakovački vezovi* koji su poznati poznati i kao najveći hrvatski tradicionalni festival koji svake godine okupi na desetke tisuća sudionika i posjetitelja koji tih dana dišu kao jedno.

Slika 2.: Logo Đakovačkih vezova (izvor: https://djakovacki-vezovi.hr/page/13/)

[11] Geić S., Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str.304.

Smješten je u srcu Slavonije, prepunom žitnih polja, ravnica i slikovitih mjesta, mjesto u kojemu katedrala Sv. Petra stoji kao simbol grada. Osnovan je 1967. godine prigodom međunarodne godine turizma. Festival traje dva tjedna, a obično završava prvog vikenda u srpnju kada se održava glavni događaj – povorka folklornih grupa iz svih dijelova Hrvatske i gostiju iz inozemstva. Ovaj kulturni događaj predstavlja dugu povijest naše zemlje, tradicionalne narodne nošnje, izvedba tradicionalnih plesova i pjesma kao i običaja, koncerti u Đakovačkoj katedrali te degustacije delicija i vina. Postoje i posebni programi u kojima se predstavljaju konji i svadbena kola, utrke konjskih zaprega, preponske utrke, mimohod čistokrvnih bijelih lipicanaca iz Ivandvora.

Osim prikaza kulturnog turizma na primjeru društvenog događaja, Hrvatska ima posebnu lokaciju kulturne povijesti i to na području Podravine, a odnosi se na *Galerija naivne umjetnosti – Hlebine*, nazvana još i *Galerija Josipa Generalića*. Josip Generalić najveći je predstavnik hrvatskog naivnog slikarstva.

Slika 3.: Unutrašnjost galerije naivne umjetnosti – Hlebine (izvor: https://kckzz.hr/cestitka-povodom-dana-opcine-hlebine-2018/)

Radi se o slikanju tehnikom ulja na staklu. Njegova djela naglašavaju romantični koncept podravskog krajolika i lirsku idealizaciju seoskog života. U prostorima galerije često se održavaju izložbe mnogih umjetnika, recitali i folklorni nastupi, atraktivni za posjetitelje i turiste.

4.3.2. Gastronomski turizam

Pripremanje i konzumiranje hrane čini dio neke kulture. „Kombinacija putovanja, hrane i vina stekla je popularnost početkom 19. stoljeća sa otvaranjem prvih restorana, ali je zbog visokih troškova tada bila dostupna uglavnom povlaštenoj eliti.“[12] Turisti dolaze u našu zemlju kako bi kušali kvalitetnu domaću hranu, začinjenu domaćom pjesmom, plesom i običajima. Takva mjesta su sve popularnija, i ljudi su počeli sve više njegovati našu povijest i gastronomiju jer današnje vrijeme u kojem živimo je užurbano. Zbog toga ljudi na odmoru žude za kušanjem domaće hrane. Takav primjer u obliku društvenog događaja odvija se u Vrbovečkom kraju. Kako bi privukli što više posjetitelja u svoj grad i vrbovečki kraj, 1981. godine po prvi puta organizirana je, sada već tradicionalna manifestacija *„Kaj su jeli naši stari“.*

Slika 4.: Prikaz sadržaja manifestacije *„Kaj su jeli naši stari“* (izvor: https://zg-magazin.com.hr/pivski-festival-svijet-na-tanjuru-i-kaj-su-jeli-nasi-stari/)

Težnja organizatora bila je da se jela pripremaju po starim i što izvornijim receptima, a zatim bi se jela ocjenjivala, izlagala i degustirala. Natjecanje se izvodilo u četiri kategorije – juha, glavno jelo, desert i uređenje stola, a sva hrana posluživala se u starome posuđu, dok su žene bile odjevene u tradicionalne nošnje što je prikazano na primjeru gore navedene slike.

[12] Rabotić B., Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija Beograd, 2013., str.148.

Gastronomski turizam cijelokupne Hrvatske je vrlo bogat, ali za područje Kontinentalne Hrvatske može se reći da je specifičan. Jedna od poznatijih lokacija koja se mora staviti na listu lokacija koje vrijedi posijetiti je *restoran „Grozd“*. Nalazi se u Brodskom Varošu, u neposrednoj blizini Slavonskog Broda. Osnovan je 1988. godine i u vlasništvu je gospodina Ante Jukića. Ono po čemu je poznat ovaj restoran je gastronomska ponuda domaćih jela i pića, naziva se još i mjestom gdje čuvaju tajne domaće kuhinje. Ima u ponudi najkvalitetnija vina s područja Slavonije, Baranje i Srijema. Ovaj restoran radi na principu godišnjih doba te tako u ponudi imaju najčešće ono što je karakteristično za to doba.

Slika 5.: Interijer restorana „Grozd“ (izvor: https://www.okusi.hr/okusi-granicarskog-posavlja/partneri/item/207-restoran-grozd.html)

Iz priložene slike može se vidjeti kako je restoran uređen u rustikalnom stilu koji pomalo sliči na „kleti“ na području kontinentalnog dijela. Time se ovaj restoran razlike od ostalih što osim sezonske autohtone hrane nudi i cijelokupni doživljaj domaćeg uređenja.

4.3.3. Turizam događaja

Ova vrsta turizma podrazumijeva kretanje relativno velikih skupina turista na određene manifestacije. Te manifestacije mogu biti sportskog, kulturnog, zabavnog i nekog drugog karaktera. „Još od vremena pretečeg turizma uočeno je da održavanje manifestacije dovodi u određeno mjesto više posjetioca koji povećavaju i uobičajeni obujam potrošnje u pojedinim uslužnim djelatnostima.“[13]Takva vrsta manifestacije popraćena velikim postocima posjećenosti turista je *Advent u Zagrebu*. Prema statističkim podacima zabilježenim za 2018. godinu, u prvih 29 dana adventa Zagreb je posjetilo 117,1 tisuća gostiju, među kojima je 78,2 stranih gostiju što je za 9% više u odnosu na 2017. godinu.

Slika 6.: Logo manifestacije „Advent u Zagrebu“ (izvor: http://www.adventzagreb.com/)

Radi se o predblagdanskoj manifestaciji koja se održava na više lokacija u središtu Zagreba s bogatim kulturno-zabavnim programom. Advent započinje tradicionalnim paljenjem prve adventske svijeće na Trgu bana Jelačića, a u ulicama okolo trga nalazi se Božićni sajam na kojem proizvođači tradicionalnih i suvremenih proizvoda nude prigodne božićne poklone, licitare i medenjake, šarene ukrase, božićni nakit i suvenire. Na glavnom trgu nalazi se velika božićna jelka, a na pozornici se održavaju prigodni koncerti. Ova manifestacija se natječe i na međunarodnoj razini, te je tri puta proglašena najboljom destinacijom za božićne blagdane u Europi.

[13] Rabotić, str. 135

4.3.4. Vjerski turizam

Ovaj oblik turizma fokusiran je na grupna putovanja pripadnika iste vjeroispovjesti, u pratnji duhovnog ili stručnog vođe. Religijski ili vjerski turizam jedan je od najstarijih vidika putovanja, a danas predstavlja vrlo značajan sektor globalnog turizma. Zbog njegovog ekonomskog potencijala, sve veća pažnja poklanja se pitanjima upravljanja i promocije ovog oblika turizma.“[14] Važno je naglasiti da vjerski turizam nema izražen sezonski karakter nego je njegova posjećenost povezana sa vjerskim kalendarom. Vjerski turizam je u globalu sudjelovanje u vjerskim obredima, a može biti povezan s lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim vjerskim svetištima. U Hrvatskoj takvo mjesto je smješteno u Hrvatskom zagorju, a poznato pod nazivom *Hrvatsko nacionalno svetište Majke Božje Bistričke.* Nositeljem naziva nacionalno svetište postalo je 1715. godine, kada je Hrvatski sabor podigao veliki zavjetni oltar. Zbog porasta marijanske pobožnosti, svetišna crkva postala je tijesna i premalena te se dalo proširiti i preurediti crkvu, župni dvor s arkadama te iz stare crkve načinili crkvu u stilu neorenesanse. „U 2017. godini nadmašen je ukupan broj ostvarenih noćenja na području općine Marija Bistrica od kada se bilježi statistika u uredu Turističke zajednice od 1998. godine. U 2017. godini ostvareno je ukupno 24.021 noćenja što je povećanje za 14,75% u odnosu na 2016. godinu. U tom istom razdoblju 2017. godine zabilježeno je 15.934 dolazaka što je povećanje za 12,44%.“[15]

Slika 7.: Svetište Majke Božje Bistričke (izvor: http://www.jelkovec.zupa.hr/svetiste-majke-bozje-bistricke/)

[14] Rabotić, str. 209.
[15] http://www.tz-marija-bistrica.hr/Cms_Data/Contents/tzo-marija-bistrica/Folders/Dokumenti/~contents/NJ52NVTDJLBUBJSY/izvje-e-o-raduTZO-Marija-Bistrica-za-2017.pdf

Često se vjerski obredi održavaju na otvorenom zbog veće koncetracije turista u isto vrijeme. U Mariju Bistricu već se stoljećima sakupljaju vjernička mnoštva iz svih hrvatskih krajeva ali i inozemstva, ali i pojedinci koji ovamo dolaze u tišini osobnoga hodočašća, tražeći i nalazeći svoj duhovni mir.

4.3.5. Turizam na umjetno stvorenim atrakcijama

Umjetne atrakcije dobra su dodatna razonoda za velike i male. Popraćeno uglavnom zabavnim sadržajem. Takav oblik turizma nalazi se u gradu Varaždinu te je poznat pod nazivom *„Špancirfest“.*

Slika 8.: Logo Špancirfesta (izvor: https://www.zagreb.info/ritam-grad/zg-dogadaji/dosad-najbogatiji-najrznovrsniji-i-najambiciozniji-stize-jos-jedan-spancirfest/224254)

To je najraznovrsniji hrvatski festival koji već dvadeset godina povijesnu gradsku jezgru grada Varaždina pretvori u najveću pozornicu u Hrvatskoj. Ulice, trgovi, palače, parkovi, perivoji i dvorišta povijesnog Varaždina postaju pozornice, teatri, restorani, barovi, klubovi, učionice i trgovine. Manifestacija koja je sposobna zabaviti, zaintrigirati te dotaknuti i potaknuti kreativnost ukusa, okusa i očekivanja. Posjeduje veliku raznolikost programa, bogatstvo sadržaja smještenih u staru jezgru grada Varaždina. Koncerti, ulični performansi,kreativne radionice, sadržaji za djecu, predstave, izložbe, ples, bogata gastro ponuda te popratni programi.

5. Zaključak

Zaključno svemu možemo reći da je turizam najbrže rastuća djelatnost te donosi najviše prihode i beneficije. Rastuća konkurencija i dinamične promjene, nameću osmišljavanje novih turističkih proizvoda na turističkom tržištu. Dolaskom do masovnog razvoja turizma, dovelo je i do toga da prosječna ponuda turistu nije dovoljna, nego se traži nešto više. Moderan i turistički osviješten turist, ne žudi više samo za čistim modrim morem , nego traži doživljaj ushićenja i divljenja za novom i drugačijom kulturom, načinom življenja lokalnog stanovništva, žele se osjećati kao dio te zajednica, kušati potpuno drugačiju hranu i naučiti tradicionalne plesove. Problematika turizma s kojom se bori Hrvatska je velika politička usmjerenost na promoviranje priobalnog područje na kojem se turizam posljednjih godina drastično razvio i proširio. Sve djelatnosti tog područja, usmjerile su se na turizam. Izgradili su se brojni apartmani, hoteli, kampovi, restorani, brodogradilišta i sve to postupno dovodi do ekološke problematike našeg čistog mora. Umjesto toga, svim zajedničkim snaga trebalo bi turizam usmjeriti na sva područja Hrvatske jer smatram da Hrvatska može ponudi sve što turistu treba.

Kontinentalna Hrvatska ima sve za ponuditi što ne uključuje more. Idealno za turiste koji više žude za mirnijim, manje stresnim i opuštajućim ponudama. Koliko je priobalno područje bogato ljepotama i morem, toliko istodobno u vrijeme turističke sezone može biti i vrlo stresno zbog masovnog dolaska turista. Dok se takva situacija u Kontinentalnom području ne dešava. Promocija Kontinentalnog dijela nije razvijena koliko bi mogla biti. Može ponuditi puno toga, kao primjerice brojna seoska imanja koja svoj svijetli trenutak sigurno iščekuju u budućnosti. To je idealno mjesto na kojem se spaja povijest, kultura i običaji, a kako je prije navedeno, sve više dolaze turistički osviješteni turisti koji traže baš takve specifične ponude.

U Kontinentalnoj Hrvatskoj više se njeguje kultura i nekadašnji način življenja kojeg ljudi prikazuju u različitim manifestacijama koji s godinama dolaze u sve većem broju i bilježe sve veći broj dolazaka. Kao što je u radu navedena manifestacija „Đakovački vezovi“ koji svu povijest sadržavaju u jednom događaju. Prikaz tradicionalnih plesova, tradicionalne nošnje, običaji, kultura, narječja te gastronomsko bogatstvo naše zemlje za koju možemo reći da se ističe među Europskim zemljama.

Zbog gospodarskog i političkog stanja zemlje, veliki broj ljudi se iselio i doveo do opustošenja nekih dijelova Kontinentalne Hrvatske što dodatno otežava razvoj turističkog aspekta zemlje. Ono što ide u korist našem turizmu je prometna povezanost sa svim Europskim zemljama te je lako doći do nas s bilo koje strane svijeta. Turizam Kontinentalne Hrvatske iščekuje svijetlu budućnost. Trendovi u turizmu se mijenjaju nevjerojatnom brzinom i prirodna bogatstva šuma, rijeka i jezera koju Hrvatska ima sve više će se cijeniti.

Literatura

KNJIGE:

1. Bartoluci M. i Čavlek N. (2011.) Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
2. Blažević B. (2007.) Turizam u gospodarskom sustavu. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
3. Curić Z., Glamuzina N. i Tvrtko Opačić V. (2013.) Geografija turizma – regionalni pregled: Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb
4. Geić S. (2011.) Menadžment selektivnih oblika turizma: Sveučilište u Splitu
5. Jadrešić, V. (2010.) Od masovnog do selektivno-održivog turizma. Plejada
6. Koncul, N. (2009.) Ekonomika i turizam. Zagreb: Mikrorad d.o.o.
7. Obadić, A. i Tica, J. (2016.) Gospodarstvo Hrvatske. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
8. Pirjevec B. (2002.) Počela turizma. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
9. Pirjevec B. (2008.) Turizam - jučer, danas. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu
10. Rabotić B. (2013.) Selektivni oblici turizma: Visoka turistička škola strukovnih studija Beograd
11. Šimunović I. (2007.) Urbana ekonomika – petnaest tema o gradu: Sveučilište u Splitu

ELEKTRONSKI IZVORI:

1. Ministarstvo turizma Hrvatske – Turizam u brojkama 2018.
   https://mint.gov.hr/ (20.08.2019.)
2. Državni zavod za statistiku
   https://www.dzs.hr/ (20.08.2019.)
3. Institut za turizam
   http://www.iztzg.hr/ (19.08.2019.)
4. Hrvatska.eu
   http://croatia.eu/index.php (10.09.2019.)

5. Razvoj turizma Hrvatske
https://croatia.hr/hr-HR (12.09.2019.)
6. Istra
https://www.coloursofistria.com/hr/ (20.08.2019.)
7. Kvarner
http://www.kvarner.hr/turizam (20.08.2019.)
8. Dalmacija
https://www.dalmatia.hr/fr (20.08.2019.)
9. Đakovački vezovi
https://djakovacki-vezovi.hr/ (06.09.2019.)
10. „Kaj su jeli naši stari“
https://tz-vrbovec.hr/ (06.09.2019.)
11. Advent u Zagrebu
http://www.adventzagreb.com/ (06.09.2019.)
12. Hrvatsko nacionalno svetište Majke Božje Bistričke
http://www.svetiste-mbb.hr/ (06.09.2019.)
13. Špancirfest
https://spancirfest.com/ (06.09.2019.)

POPIS SLIKA:

Slika 1.: Podjela Hrvatske.....10

Slika 2.: Logo Đakovačkih vezova.....18

Slika 3.: Unutrašnjost galerije naivne umjetnosti – Hlebine……...19

Slika 4.: Prikaz sadržaja manifestacije *„Kaj su jeli naši stari*.....20

Slika 5.: Interijer restorana „Grozd“……..….21

Slika 6.: Logo manifestacije „Advent u Zagrebu“.....22

Slika 7.: Svetište Majke Božje Bistričke.....23

Slika 8.: Logo špancirfesta.....24

POPIS TABLICA:

Tablica 1.: Prosječan broj noćenja po dolasku za 2017./2018.....6

Sažetak

Turizam u Hrvatskoj jedna je od najrazvijenijih i najraširenijih gospodarskih grana te najznačajnija sastavnica za razvoj cjelokupne države. Jedna od problematika u Hrvatskoj jest usmjeravanje politike najviše na razvoj turizma, što s jedne strane taj razvoj usmjerava samo na određene dijelove Hrvatske. Zbog velikog ulaganja u turizam u priobalna područja Hrvatske, dovelo je do nerazvijenosti Kontinentalne Hrvatske. Da bi neka destinacija bila konkurentna, mora imati raznovrsnu ponudu, a Kontinentalna Hrvatska ima potencijal za stvaranje i jačanje prepoznatljivosti hrvatskog turizma. Zbog toga, ovaj rad usmjeren je na turističku ponudu Kontinentalne Hrvatske. Njezina bogata raznolikost prirodnih i kulturnih atrakcija može uvelike konkurirati s priobalnim područjem Hrvatske.

KLJUČNE RIJEČI: turizam, razvoj, Kontinentalna Hrvatska, raznovrsna turistička ponuda, prirodna bogatstva, povijest

Abstract

Tourism is one of the most developed and widespread branches of economy in Croatia. Furthermore, tourism is the most important component in the development of the entire country. However, major focus only on tourism development is one of the problems of Croatian economic policy, though the focus lays only on tourism of certain parts of the country. As a matter of fact, large investments in Croatian coastal tourism have led to the underdevelopment of Continental Croatia. For a destination to be competitive, above all, it must have a diverse offer, and Continental Croatia not only has the potential to create but also to enhance the recognition of Croatian tourism worldwide. Therefore, this paper focuses on the tourism offer of Continental Croatia. Overall, its rich diversity of natural and cultural attractions can greatly compete with the coastal area of Croatia.

KEY WORDS: tourism, development, Continental Croatia, diverse tourism offer, natural resources, histoy