

Selektivni turizam u RH

Pehar, Monika

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:137:055254>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-06**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković”

MONIKA PEHAR

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA U HRVATSKOJ

(Diplomski rad)

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma “Dr. Mijo Mirković”

MONIKA PEHAR

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA U HRVATSKOJ

(Diplomski rad)

JMBAG: 0303060328, izvanredna studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj, izvanredni diplomski studij, 2. godina

Predmet Selektivni turizam

Znanstveno područje: ekonomija

Znanstveno polje: ekonomija

Znanstvena grana: ekonomija

Mentor: prof.dr.sc. Aljoša Vitasović

Pula, Rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za prvostupnika
_____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad
rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na
objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio
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, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli,
kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

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

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

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

UVOD.....	1
1. RAZVOJ TURIZMA.....	2
1.1. Nastanak selektivnog turizma.....	3
1.2. Vrste selektivnog turizma	6
2. OBILJEŽJA HRVATSKE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE.....	8
2.1. Selektivni oblici turizma u Hrvatskoj	11
3. OPĆE KARAKTERISTIKE ZDRAVSTVENOG TURIZMA.....	16
3.1. Vrste zdravstvenog turizma	17
3.2. Elementi zdravstvenog turizma kao polazište razvoja turizma.....	18
3.3. Zdravstveni turizam u Hrvatskoj	19
3.4. Povijesni razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj.....	21
3.5. Aktualna kretanja u zdravstvenom turizmu Hrvatske	23
3.6. Zdravstveni turizam kao rješenje podizanja konkurentnosti Hrvatske kao turističke destinacije	24
4. RURALNI TURIZAM	25
4.1. Oblici ruralnog turizma	31
4.2. Ruralni turizam u Hrvatskoj.....	32
5. KULTURNI TURIZAM.....	38
5.1. Kulturni turizam u Hrvatskoj.....	41
5.2. Gradovi kulture u Hrvatskoj.....	44
5.2.1 Zagreb	44
5.2.2 Dubrovnik.....	47
5.2.3 Zadar.....	48
5.2.4 Rijeka.....	49
5.2.5 Varaždin	50
ZAKLJUČAK	53
SAŽETAK	55
SUMMARY	55
LITERATURA.....	57
POPIS TABLICA.....	60
POPIS SLIKA	60

UVOD

Današnji turisti više nisu zadovoljni standardnom i unificiranom ponudom na turističkom tržištu pa se s toga kao glavni trend na ponude na turističkom tržištu navodi pojava selektivnih oblika turizma. Kako bi destinacija privukla suvremenog turista, kojeg više ne privlači samo hotel s pet zvjezdica, potrebno je razviti ponudu koja će se temeljiti na događajima i doživljajima. Da bi se postigao uspjeh na turističkom tržištu potrebno je imati usluge koje imaju univerzalnu privlačnost, a razvoj proizvoda mora imati naglasak na prilagodljivosti. Osjećaj sigurnosti pri pružanju usluga, bilo vezano uz samo putovanje, bilo u radnoj okolini, pridonijet će privlačenju i zadržavanju kupaca. Velike promjene u sektoru turizma izazvao je ubrzani razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija te elektronsko trgovanje koje je ponudu približio turistima. Destinacijski menadžment ima prvenstveni zadatak izgraditi integralnu kvalitetu turističke ponude destinacije, na polazištima načela održivog razvoja, koje treba preoblikovati u konkurentske prednosti. To znači ponuditi one sadržaje koji će osigurati veću dnevnu potrošnju i bolju ekonomsku valorizaciju svih turističkih resursa.

Hipoteza ovoga rada je da Hrvatska kao turistička destinacija ima jako velike mogućnosti za konkuriranje sa selektivnim oblicima turizma, međutim turistička ponuda je bazirana još uglavnom na suncu i moru te je ujedno cilj ovoga rada ukazati na mogućnosti razvoja selektivnih oblika turizma kojima bi Hrvatska bila sve konkurentnija na turističkom tržištu.

U uvodnom dijelu se objašnjava koji su sve selektivni oblici turizma te se i pojedinačno objašnjavaju.

Drugo poglavlje se bavi temom Hrvatske kao turističke destinacije te se također i obrađuju selektivni oblici turizma koji su zastupljeni u Hrvatskoj.

Zadnja tri poglavlja rada obrađuju detaljnije pojedinačno selektivne oblike turizma koji su zastupljeni u Hrvatskoj.

Prilikom pisanja rada korištene su metode istraživanja poput metode kvalitativne i kvantitativne analize, ali i metoda deskripcije te komparacije. Metoda dedukcije javlja se kao prirodan tijek istraživanja, analize i obrade podataka.

1. RAZVOJ TURIZMA

Prvi odlasci čovjeka izvan stalnog mjesta boravka bili su povezani s robnom razmjenom proizvoda i usluga u vrijeme najranije povijesti. Kao početak razvoja turizma možemo govoriti o kretanju i putovanju iz vjerskih i hodočasničkih razloga izvan stalnog mjesta boravka. Naziv turizam počinje se upotrebljavati tek u 19. stoljeću, a s obzirom na upotrebu riječi turizam njegov razvitak se može podijeliti u tri razdoblja: putovanja radi rekreacije u kojima su turisti isključivo iz privilegirane klase, putovanja turista iz privilegiranih društvenih slojeva nazivaju se turistička i traju od polovice 19. stoljeća do Prvog svjetskog rata i putovanja kao masovna pojava turista iz svih društvenih slojeva koja počinju od završetka Prvog svjetskog rata.¹ Razvojem civilizacije, a prije svega tehnološkim napretkom (prijevozna sredstva), stvaranjem viška sredstava koje je pojedinac ili obitelj trošila na osobno zadovoljstvo, dolazimo do pojma turizma kakav je primjeren današnjem vremenu. Nakon ekspanzije masovnog turizma krajem prošlog stoljeća dolazi do usmjerenja razvoja turizma prema pojedincu. Kao posljedica toga javlja se više posebnih oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača sa specifičnim uslugama i potrebama koje žele zadovoljiti na nekom putovanju.

Turizam kao pojava pojavljuje se već u najstarijoj povijesti kod onih naroda koji su dosegli odgovarajući nivo kulture i materijalnog stanja. Mnogi izvori modernog turizma u Europi pronalaze u Velikim turnejama, odnosno The Grand Tour, iz sedamnaestog i osamnaestog stoljeća. Velike turneje bile su putovanja mladih pripadnika aristokratskih obitelji diljem europskog kontinenta. Ta putovanja bila su u obrazovne svrhe, kako bi naučili strane jezike, jahanje, mačevanje, umijeće uspostavljanja političkih i ekonomskih veza i slično. Iako su mnogi pripadnici drugih slojeva putovali kako bi posjetili rodbinu i prijatelja tek krajem osamnaestog stoljeća turizma je postao dostupan i ostalim slojevima društva u europskim zemljama. Krajem devetnaestog i početkom dvadesetog stoljeća, na rast turističkih aktivnosti Europljana utjecala su dva glavna čimbenika:²

- tehnološki napredak u transportu, te
- revolucionarno povećanje dokolice i raspoloživih prihoda.

¹Ružić, P., :Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, 2009.str. 1-7

² Alkier R., *Turizam u europskoj uniji*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009, str 52

Uvođenje željeznice bio je važan čimbenik u ubrzavanju rasta turizma zbog toga što je omogućila da masovni turizam postane stvarnost ubrzo nakon uvođenja željeznice kao načina putovanja. Godine 1846. zapadnoeuropske zemlje imale su oko 5 500 km pruge; desetljeće kasnije bilo ih je preko 18 000 km, a do 1876., mreža se učtverostručila na više od 75 000 km.³ Krajem 19. stoljeća željeznica i parobrod u Europi bili su relativno jeftini i brzi oblici prometa. Smanjenje troškova putovanja Europljanima je omogućilo da putuju dalje i lakše. Dvadeseto stoljeće ubrzalo je proces općom prihvaćenosti zrakoplova kao sredstvo masovnog prijevoza. Rastuće plaće i dohoci također su odigrali važnu ulogu u stimuliranju potražnje za turizmom u Europi.

Europski turizam ima dugu tradiciju i razvija se nekoliko stotina godina. Povijesni razvitak može se podijeliti u tri faze: ⁴

- Prva faza trajala je od početka sedamdesetih godina 18. st. do početka šezdesetih godina 20. stoljeća.
- Druga faza trajala je od šezdesetih do kraja osamdesetih godina 20. stoljeća. U tom je razdoblju došlo do znatnog razvoja turizma u Europi te se stoga ta faza zove faza masovnog turizma.
- Treća faza traje od devedesetih godina 20. stoljeća i nju karakterizira individualni turizam.

1.1. Nastanak selektivnog turizma

Pojam selektivni turizam pojavio se početkom 70. godina 20. stoljeća kao sinonim za održivi ili odgovorni turizam.⁵ Selektivni oblik turizma odnosi se na oblik turizma gdje je glavni focus na aktivnostima i okruženjima koji su privlačni manjem broju turista, odnosno posebnim tržišnim nišama. Turisti postaju sve zahtjevniji te razvijaju potražnju za nesvakidašnjim i neobičnim turističkim proizvodima. Želje za autentičnim proizvodima, novim lokalitetima te nestandardnim aktivnostima, postaju motivacija za posjet nekoj destinaciji. Za razliku od masovnog turizma, kod selektivnog turizma najvažnije je

³ Alkier R., *Turizam u europskoj uniji*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009, str 53

⁴ Vuković I., *Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku*, <http://hrcak.srce.hr/61770>

⁵ Rabotić B., *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija Beograd, 2013, str. 17

postavljanje turista u focus istraživanja i oblikovanja ponude i turističkih proizvoda. Važno obilježje selektivnih turističkih vrsta je diversifikacija ponude i turističkih proizvoda gdje je veliki broj proizvoda turističke ponude prilagođen manjim skupinama turista/potrošača. Životni vijek takvih turističkih proizvoda je relativno kratak i ta karakteristika je ciljno postavljena. U tom procesu realizira se: zadovoljenje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda.

Suvremeni turizam izrazito se naziva selektivnim turizmom. Kao protuteza pojmu masovni turizam, razvijen je još jedan pojam, selektivni turizam, kao nešto suprotno masovnom turizmu. Selektivni turizam javlja se kao odgovor na negativne implikacije masovnog turizma. Svijest o neodrživosti takvog turizma i potreba da se turistička potražnja odvoji od jedinstvenog turističkog paketa doveo je do promjene turističkih tokova. Najvažnija karakteristika selektivnog turizma je stavljanje turista u fokus u oblikovanju turističkih proizvoda. Disperzijom i diverzifikacijom turističke ponude turistički proizvod se prilagođava manjim skupinama turista, stimulirajući koncepte regionalnog razvoja. Raspršena koncentracija turističke potražnje osigurava održivi regionalni razvoj koji koristi lokalnoj zajednici, ali također sve zahtjevnija raznolika potražnja. Prema gore navedenom, selektivni turizam možemo definirati kao organizaciju različitih vrsta turizma usklađenih s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koja omogućava domaćinu i gostima da uživaju u pozitivnom i vrijednom iskustvu kroz zajedničko druženje i interakcije.

Turistička potražnja je sve zahtjevnija, izbirljivija i selektivnija te se razvija novi sustav vrijednosti, želje i sklonosti turizma. Turisti su zasićeni dosadašnjim sadržajima te traže nove lokacije, izazove i doživljaje. Sukladno turističkoj potražnji te njenom prilagođavanju razvijaju se novi, selektivni oblici turizma. Uglavnom prevladava individualan turizam koji je podređen potrebama svakog pojedinog turista. Današnji turisti više nisu zadovoljni standardnom i unificiranom ponudom na turističkom tržištu pa se s toga kao glavni trend na ponude na turističkom tržištu navodi pojava selektivnih oblika turizma. Kako bi destinacija privukla suvremenog turista, kojeg više ne privlači samo hotel s pet zvjezdica, potrebno je razviti ponudu koja će se temeljiti na događajima i doživljajima. Da bi se postigao uspjeh na turističkom tržištu potrebno je imati usluge koje imaju univerzalnu privlačnost, a razvoj proizvoda mora imati naglasak na prilagodljivosti. Osjećaj sigurnosti pri pružanju usluga, bilo vezano uz samo putovanje, bilo u radnoj okolini, pridonijet će privlačenju i zadržavanju kupaca. Velike promjene u sektoru turizma izazvao je ubrzani razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija te elektronsko trgovanje koje je ponudu

približio turistima. Destinacijski menadžment ima prvenstveni zadatak izgraditi integralnu kvalitetu turističke ponude destinacije, na polazištima načela održivog razvoja, koje treba preoblikovati u konkurentske prednosti. To znači ponuditi one sadržaje koji će osigurati veću dnevnu potrošnju i bolju ekonomsku valorizaciju svih turističkih resursa.

Opći trendovi promjena turističke potražnje mogli bi se sažeti na sljedeće:⁶

- Opći rast standard ljudi – turista,
- Opći rast javnog i privatnog standarda,
- Veća očekivanja i rast želja za promjenama stalnog boravka,
- Potreba za novim ekološkim i prirodnim krajevima,
- Raste broj turista za boravak u prirodi,
- Raste broj ljudi – turista treće dobi,
- Ljudi žele i ostaju sve duže u životu fizički aktivni,
- Raste potreba i interes za užicima, fizičkim doživljajima,
- Traži se sve više specijalizirani sadržaji za segmentirane i ciljne skupine.

Razvoj selektivnog turizma u posljednjim je desetljećima dokazao iznimno širok spektar djelovanja kroz proširivanje potražnje i ponude slijedom potrebe zadovoljavanja turista i ostvarivanja odgovarajućih ekonomskih učinaka. Na taj način on je proširio svoje djelovanje na brojne druge sektore ili ih pak vezao uza se, pa danas djeluje u zajednici sa njima. Iz toga su proizašli brojni selektivni oblici turizma među kojima su najznačajniji i aktualni kulturni, ekoturizam, zdravstveni, sportski, nautički i religijski turizam uz koje ima još mnogo manje značajnih oblika.

⁶Alkier R., Turizam u europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009, str 99

1.2. Vrste selektivnog turizma

Vrste selektivnog turizma prisutne na tržištu turističkih usluga:

- Sportska rekreacija
- Sportski turizam
- Turizam mladih
- Zdravstveni turizam
- Zimski turizam
- Lovni turizam
- Turistički ribolov
- Nautički turizam
- Naturalizam – nudizam
- Izletnički turizam
- Week-end turizam
- Ruralni turizam
- Hobby programi
- Kulturni turizam (turizam naslijeđa)
- Kongresni turizam
- Vjerski turizam

Selektivne oblike turizma možemo klasificirati prema više različitih osnova, a to su podjele prema motivaciji te podjela prema vanjskim učincima.⁷

Podjela prema motivaciji:

- Rekreativni turizam (rekreativni turizam u bližim ili dalekim destinacijama, zdravstveni turizam),
- Kulturni turizam (kulturni svjetovni turizam i religijski turizam),
- Socijalni turizam (roditeljski turizam, turizam udruženja i saveza),
- Sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam),
- Komercijalni turizam (poslovni i kongresni, turizam sajmovi i izložbi),
- Politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija).

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima prema:

- Prema podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam),

⁷ Geić, S., Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu 2011. Str 225.

- Trajanju boravka (turizam kratkog boravka, turizam tranzita ili graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam dužeg trajanja boravka, turizam godišnjih odmora),
- Sezonom (ljetni turizam, zimski turizam),
- Broju sudionika (individualni turizam, kolektivni turizam, turizam skupina ili društava, klupski turizam, masovni turizam, obiteljski turizam),
- Dobi sudionika (turizam mladih, turizam treće dobi),
- Vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski turizam, avionski turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam),
- Vrsti smještaja (hotelski turizam, para – hotelski turizam, turizam sekundarnog domicila, kamping turizam),
- Učincima na platnu bilancu (aktivni turizam – receptivni turizam, pasivni turizam – emitivni turizam),
- Načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam iz štednje i kredita), o sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).

Selektivni turizam po vrstama možemo podijeliti na:

- Ekološke: ambijetalni, naturizam, edukativni, robinzonski, ruralni, zdravstveni, planinski turizam
- Alternativne: alternativni turistički projekti i programi, edukativni programi, avanturistički, polinezijski
- Edukativno-komunikativne: đачki, studentski, omladinski, edukativni, religiozni, kongresni, kulturno umjetnički, poslovni, seoski...
- Ekskluzivne: avanturistički, elitni, hedonistički, konjički, lovni, nautički, safari, otočni turizam
- Zabavno-rekreativne: hedonistički, lječilišno klimatski, pješački, rekreacijski, športski, zabavni ... turizam
- Ostale: organizacijski i sadržajni, te statistički i vremensko-prostorni obuhvat

2. OBILJEŽJA HRVATSKE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Oblikovanjem razvojne i turističke politike Hrvatska ima potencijalne mogućnosti da se priključi krugu turistički razvijenih zemalja. Hrvatski turizam karakteriziraju skromni kapaciteti, nepovoljna struktura i lokacija, nedovoljna iskorištenost, nezadovoljavajući stupanj komfora i niska razina usluga. Preko 88% hotelskih kapaciteta smješteno je u priobalnim dijelovima Hrvatske, dok ih je nedovoljno uz prometnice te u nacionalnim parkovima i planinsko-rekreacijskim centrima što nam ukazuje na to kako je Hrvatska cjelokupna turistička ponuda usmjerena prema ljetnom, kupališnom i nautičkom turizmu. Unutrašnjost Hrvatske je turistički još uvijek nedovoljno ili loše iskorištena, iako ne nedostaje potencijalnih turističkih atrakcija. Kontinentalna Hrvatska obiluje gradovima zanimljive povijesti i arhitekture poput Zagreba i Vukovara, svetištima, mnoštvom nacionalnih parkova koji su pod zaštitom UNESCO-a, zatim skijališta, vinskih cesta i slično. Za dinamičniji razvoj turizma u kontinentalnim područjima potrebna je izgradnja adekvatne turističke infrastrukture. Skroman komfor i neredovito održavanje smještajnih kapaciteta, slaba motiviranost i upitna profesionalnost rezultirali su nedovoljno kvalitetnom turističkom ponudom. Da bi nužan proces promjena na bolje što prije otpočeo, potrebno je uskladiti standarde u ugostiteljstvu sa standardima zemalja s kojima namjeravamo surađivati i konkurirati na međunarodnom turističkom tržištu. Svakako je nužno uspostaviti i provoditi takvu strategiju razvoja po kojoj bi Hrvatska u svijesti potencijalnih turista izgubila jeftine destinacije masovnog turizma. Sa jednom od najljepših obala svijeta, s više od tisuću otoka, ekološki očuvanim prirodnim bogatstvima, s osam nacionalnih parkova i deset parkova prirode, bogatim kulturnim i povijesnim nasljeđem, sa spomenicima pod zaštitom UNESCO-a te blagom mediteranskom klimom Hrvatska ima sve preduvjete za daljnji razvitak turizma kojim privlači turiste tijekom cijele godine. Turistička ponuda Hrvatske raznolika je i bogata - od nautičkog turizma, ronilačkog, kongresnog, ekološkog, ruralnog, kulturnog, vjerskog, pustolovnog, lovnog i ribolovnog turizma, do zdravstvenog i wellness turizma, krstarenja na motornim jedrenjacima i izletničkog turizma.

Tradicija organiziranog turizma u Hrvatskoj je oko 150 godina. Prve pojave slične turizmu pojavile su se još početkom 19. st. To su uglavnom bili odlasci na hodočašća ili liječenje pa su se u tu svrhu izgradila prva svratišta, hoteli i toplice poput Varaždinski i Daruvarskih toplica. Razdoblje od druge polovice 19. st. do Prvog svjetskog rata obilježeno je izgradnjom cestovnih i željezničkih prometnica. Osim izgradnje prometnica ovo razdoblje

obilježilo je i otvaranje prvih hotela, ponajprije u Opatiji (Villa Angiolina 1844 i Kvarner 1884), Zagrebu, Samoboru, Zadru, Crikvenici, Dubrovniku i dr., Napisani su i prvi turistički vodiči (u Poreču i Puli već 1845).⁸1892. godine u Zagrebu su se počela organizirati istraživačka putovanja na Velebit i jadransku obalu. Razdoblje između dva svjetska rata obilježeno je rastom turističkog prometa. Karakterizira ga otvaranje novih smještajnih kapaciteta i unapređenje pravne regulative u području turizma. Uvedene su obvezne boravišne pristojbe, otvarane su mjenjačnice i izdavane turističke revije te su uspostavljene domaće i međunarodne zrakoplovne linije.⁹Nekoliko pokazatelja iz toga razdoblja su 1926. prvi put ostvareno preko milijun noćenja, 1929. prvi put više inozemnih gostiju (52%), 1936. Uredba o unapređenju turizma te Odredba o donošenju uvjeta za proglašavanje turističkih mjesta.¹⁰Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do obnavljanja turističke infrastrukture, a istodobno su se počeli osnivati nacionalni parkovi i parkovi prirode. Tijekom 1960. počeli su se graditi mnogobrojni turistički objekti, hoteli, marine, kampovi pa i cijela turistička naselja. Važna godina za turizam bila je 1979. kada su na UNESCO-ovu listu svjetske baštine upisana prva tri područja (Dioklecijanova palača u Splitu, stari grad Dubrovnik i nacionalni park Plitvička jezera).¹¹Zbog Domovinskog rata i ratne opasnosti dolazi do blokade prometnih veza prema primorskim krajevima te turizam gotovo zamire, a u turističkim objektima uglavnom se smještaju prognanici iz svih krajeva Hrvatske. U razdoblju od 1990. do 1995.broj turističkih dolazaka pao je za 96,3 %, broj smještajnih kapaciteta smanjio se u prosjeku za 200 000 smještajnih jedinica.¹² Tek nakon 1995. niz turističkih mjesta bilježi snažan porast broja stranih turista.

Tablica br. 1. Noćenja stranih i domaćih turista u Hrvatskoj

	2017	2018	2019	2020
Domaći	5 978 264	6 476 646	7 095 300	5 415 391
Strani	80 221 997	83 175 143	84 147 631	35 379 064
Ukupno	86 200 261	89 651 789	91 242 931	40 794 455

⁸ <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=34> (25.01.2015)

⁹ Ibid

¹⁰ http://www.vsmi.hr/nastava/nastavni-materijali/doc_download/890-3-torta-povijesni-razvoj-turizma.html (05.01.2015)

¹¹ <http://www.croatia.eu/article.php?lang=1&id=34> (15.01.2015)

¹² http://www.vsmi.hr/nastava/nastavni-materijali/doc_download/890-3-torta-povijesni-razvoj-turizma.html (05.01.2015)

Izvor:https://www.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px_tableid=BS_T11.px&px_path=Turizam__Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20a1tajnim%20objektima&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=8cd8a24a-e571-4834-81f4-7a7a17eb6390

Tablica nam prikazuje noćenja stranih i domaćih turista kroz zadnje četiri godine iz koje je vidljivo da nam se iz godine u godinu povećava broj noćenja te time možemo zaključiti da turisti ostaju duže te da bi ponudom selektivnih oblika turizma mogli još više produžiti njihov boravak te ujedno i privući veći broj turista.

Hrvatska kao tradicionalno orijentirana turistička zemlja, u kojoj je turizam nedvojbeno najunosnija djelatnost osobito tijekom ljeta, kako bi i dalje opstala, ona mora držati korak sa nadolazećim trendovima te konstantno povećavati svoju konkurentnost. Na temelju analize mnogobrojnih radova s područja turizma, u budućnosti se očekuju sljedeći trendovi na području turizma:¹³

- globalizacija turizma,
- povezivanje turističkih operatora i velikih lanaca hotela,
- brža evolucija turističkoga tržišta,
- uvođenje novih tehnologija utemeljenih na e-commerceu i izravnim,
- interakcijama ponude i potražnje,
- one-to-one marketing, odnosno marketing izravnih odnosa s klijentima,
- (customer relationship) marketing,
- database menadžment,
- Website-ovi umjesto turističkih informacijskih centara,
- izravni on-line marketing,
- novo distribucijsko umrežavanje i brži sustavi bukiranja,
- ekoturizam.

¹³ Vuković I., (2006), Suvremeni trendovi u razvoju turizma U Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 1, str. 35-55

2.1. *Selektivni oblici turizma u Hrvatskoj*

Prognoze ukazuju da će se, uz 'sunce i more' kao i dalje globalno dominantan turistički proizvod, naročito brzo razvijati i cijeli niz proizvoda iz domene nautičkog, zdravstvenog, cikloturizma, pustolovno-sportskog, kulturnog i poslovnog turizma. Očekivana kretanja u razvoju ključnih proizvodnih grupa za Hrvatsku su:

- Sunce i more - Odmor na 'suncu i moru' i dalje će rasti. Prognoze ukazuju na nastavak sporijeg rasta mediteranskih destinacija i bržeg, iznadprosječnog rasta udaljenih destinacija Azije, Pacifika i Bliskog istoka. Izrazita segmentacija tržišta, 'nove' vrijednosti i rastuća sofisticiranost kupaca stvarat će potrebu za sve većom raznolikosti sadržaja, aktivnosti i usluga u destinaciji, širenje oblika smještajne ponude i rast 'kombiniranih' odmora 'sunca i mora' s drugim turističkim proizvodima.
- Nautički turizam - Predviđa se da će glavni korisnici biti segment kupaca dobne skupine 55+, čiji aktivni životni stil, zdravlje i raspoloživ prihod omogućuju bavljenje yachtingom. Rast potražnje za većim plovilima rezultirat će proširenjem marina i njihovim osposobljavanjem za prihvat većih jahti, uključivo i na Mediteranu. Značajan novi aspekt u razvoju yachtinga su inicijative usmjerene prema okolišno odgovornom poslovanju. Prognoze upućuju i na daljnji snažan rast cruisinga. Cruising kompanije će i dalje značajno ulagati u privlačenje novih tržišnih segmenata, posebice mladih, obitelji s djecom. Ekološka odgovornost i 'zelena' praksa postat će sve važnije teme za cruising industriju.
- Zdravstveni turizam – Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje, duge tradicije, konkurentnih cijena Hrvatska ima komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma. Proizvodi zdravstvenog turizma danas posebno relevantni za Hrvatsku uključuju: wellness turizam, lječilišni turizam i medicinski turizam. U zdravstveni turizam posebnu pozornost Hrvatska bi trebala posvetiti stomatologiji jer u usporedbi s ostalim zemljama hrvatska u tom području ima znatno niže cijene te mnogi dolaze u Hrvatsku samo zbog stomatologije. Raspoloživi podaci ukazuju na to da su proizvodi zdravstvenog turizma 2010. godine na globalnoj razini generirali prihod od oko 200 milijardi američkih dolara te da rastu 15% do 20% godišnje.
- Kulturni turizam – Kontinentalna i primorska Hrvatska destinacije su koje su bogate kulturno-povijesnom baštinom među kojima se ističu područja s dvorcima i utvrdama

poput Slavenskog broda i Daruvara, Dubrovnika koji ima veliku povijesnu baštinu, Poreč s Eufrazijevom bazilikom i mnogi drugi.

- Poslovni turizam - Kontinuirani razvoj proizvodne infrastrukture, a prije svega izgradnja multifunkcionalnih kongresnih centara i unapređenje hotelskih kongresnih kapaciteta te ulaganja u brendiranje hotela i razvoj kvalitetnog 'kongresnog lanca vrijednosti', kao i u bitno agilniju prodaju i promociju, omogućuju Hrvatskoj primarnu orijentaciju na skupove do 500 sudionika te prodor na tržište velikih skupova udruga i korporacija. Hrvatska također ostvaruje proboje na tržištu incentive i team-building putovanjagdje je prepoznata ne samo po raznolikosti turističke ponude, nego i po sadržajno zanimljivim, kreativnim i kvalitetnim programima.
- Golf turizam - Golf ponuda znatno više pridonosi atraktivnosti i boljoj popunjenosti postojećih smještajnih kapaciteta te većoj konkurentnosti turističkog sektora za investicije, u odnosu na drugu sportsko-rekreacijsku ponudu i sadržaje. Hrvatska planira izgraditi za sada dva golf igrališta u Istri i na području grada Dubrovnika. Golf igrališta sadržavala bi, osim samog golf igrališta, smještajne objekte, restorane, wellness sadržaje i ostale popratne sadržaje. Golf pretežno igraju pripadnici elitnih društava pa bi i samim ulaganjem u golf turizam Hrvatska privukla elitne turiste koji bi mnogo trošili za vrijeme svoga boravka.
- Eno i gastroturizam - Hrvatska uspješno gradi poziciju jedne od najbrže rastućih mediteranskih gourmet destinacija. Rast i razvoj ovog proizvoda temelji se na bogatoj gastro-enološkoj tradiciji, rastućoj ponudi ugostiteljskih objekata s vrhunskom ponudom lokalne gastronomije i enologije. Poticanje razvoja gastro-enoloških tematskih cesta i putova (npr. vinske ceste, ceste maslinovog ulja, ceste sira, ceste bučinog ulja i sl.), uključujući i kriterije i sustav upravljanja. Svaki turist koji posjeti Hrvatsku želio bi upoznati našu kulturu i običaje pa samim time i našu kuhinju i naše izvorne proizvode. Istra konkurira sa svojim domaćim maslinovim uljem koji mnogi turisti obožavaju i kupuju. Prodaja domaćih proizvoda je još jedan način dodatnih prihoda u turizmu. Potrebno je uložiti u izgradnju ili rekonstrukcija postojećih ugostiteljskih objekata usklađenih s tradicijskim značajkama lokalne arhitekture.

- Ruralni i planinski turizam – Hrvatska obiluje planinskim i ruralnim područjima. Ljubitelji planinarenja na području Hrvatske imaju mnogo izbora i razloga za dolazak u Hrvatsku. Jedini nedostatak je taj što postojeći planinski centri poput Bjelolasice, Platka i Begova Razdolja nisu do sada napravili veće iskorake prema cjelogodišnjem poslovanju. Potrebna je izgradnja i modernizacija postojećih planinskih centara te osiguranje primjerenog vertikalnog transporta.
- Cikloturizam, pustolovno-sportski turizam - Nastavak ubrzanog rasta cikloturizma, pustolovno-sportskog turizma, očekuje se i u budućnosti, što je trend podržan sve izraženijim potrebama potrošača za aktivnim i zdravim te okolišno odgovornim odmorom. U skladu s vrijednostima i interesima 'novih' turista očekuje se daljnja diversifikacija proizvoda te će se razvijati 'kombinirani' proizvodi koji povezuju, primjerice, pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću u sklopu 'putovanja sa značenjem'. Naročito se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova te u neturističkim destinacijama.

Trenutni trendovi turističkih proizvoda prema potrošačkim segmentima prikazuju da sunce i more kao turistički proizvod najviše privlači, te im predstavlja primarni segment posjeta, mlade do 24 godine te obitelji. Potrošači koji pripadaju skupini od 25 - 34 godine najviše privlače selektivni oblici turizma poput nautičkog turizma, zdravstvenog turizma, kulturnog turizma i slično, dok potrošači u skupini od 50. do 65. te skupina 65+ kao primarni segment imaju zdravstveni turizam, golf turizam i slično što zapravo i nije neobično jer takve skupine zahtijevaju opuštanje i uživanje. Sve ovo navedeno može se vidjeti u prilogu broj 1.

Hrvatska turistička ponuda podijeljena je prema turističkim regijama. Podjela je vidljiva u slici broj 1., turistička ponuda temeljena suncu i moru karakteristična za primorje ujedno i temeljna ponuda tog područja. Kao primarni proizvod navodi se još i nautički turizam i kulturni turizam. Kao karakterističnost kontinentalnog dijela navodi se planinski i ruralni turizam te planinski i sportski turizam. Osim predodžbe temeljnih proizvoda pojedine turističke regije iz ovog priloga je vidljivo da turistička ponuda Hrvatske ima velikih mogućnosti i potencijala za napredovanje.

Slika br. 1. Sustav turističkih proizvoda prema turističkim regijama Hrvatske

Proizvodne grupe	Proizvodi	Istra	Kvarner	Dalmacija Zadar	Dalmacija Šibenik	Dalmacija Split	Dalmacija Dubrovnik	Lika-Karlovac	Središnja Hrvatska	Slavonija	Zagreb
Sunce i more	Sunce i more	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod			
Nautički turizam	Yachting	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod			
	Cruising	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod			Sekundarni proizvod	
Zdravstveni turizam	Wellness	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod
	Iječilišni	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod		Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	
	Medicinski	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod		Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod
Kulturni turizam	Gradski turizam	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod		Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
	Turizam baštine	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod
	Događanja	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod		Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod
	Kreativni turizam	Sekundarni proizvod									Sekundarni proizvod
	Vjerski turizam	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod						Sekundarni proizvod		
Gastro i eno	Gastro i eno	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod				Sekundarni proizvod		Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod
Poslovni turizam	Skup asocijacije	Primarni proizvod	Primarni proizvod			Sekundarni proizvod	Primarni proizvod			Sekundarni proizvod	Primarni proizvod
	Skup korporacije	Primarni proizvod	Primarni proizvod			Sekundarni proizvod	Primarni proizvod			Sekundarni proizvod	Primarni proizvod
	Incentive	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod			Sekundarni proizvod	Primarni proizvod				Sekundarni proizvod
	Team building	Sekundarni proizvod						Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod		
Golf turizam	Golf turizam	Primarni proizvod				Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod		Sekundarni proizvod		Sekundarni proizvod
Cikloturizam	Cikloturizam	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	
Ruralni i planinski turizam	Ruralni/seoski	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod
	Planinski	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod
Pustolovni i sportski turizam	Ronjenje	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod			
	Kajak/kanu	Sekundarni proizvod		Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod	Primarni proizvod			
	Rafting			Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod			
	Adrenalin	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod			
	Lov	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	
	Ribolov	Sekundarni proizvod						Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	
	Sport na snijegu										
	Sport pripreme	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod				
Ostali proizvodi	Ekoturizam	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	
	Omladinski	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod	Sekundarni proizvod				Sekundarni proizvod
	Socijalni	Sekundarni proizvod									

Legenda:

Primarni proizvod	Sekundarni proizvod	Tercijarni proizvod	Proizvod nije dostupan
-------------------	---------------------	---------------------	------------------------

Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020 <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

Prioritetne teme turističkih proizvoda po regijama: ¹⁴

Zagreb

- kongresni turizam
- zdravstveni turizam

Dalmacija Zadar

- nautički turizam
- ronjenje
- sport, biciklizam

Centralna Hrvatska

- zdravstveni turizam
- seoski turizam
- lov, ribolov

Dalmacija Šibenik

- nautički turizam
- aktivnosti u prirodi
- sport

Slavonija

- aktivnosti u prirodi
- seoski turizam 156
- lov, ribolov

Dalmacija Split

- nautički turizam
- ronjenje

Istra

- golf
- seoski turizam
- biciklizam

Dalmacija Dubrovnik

- golf
- aktivnosti u prirodi
- kongresni turizam

Kvarner i planine

- aktivnosti u prirodi
- seoski turizam
- ronjenje
- lov ribolov

¹⁴ www.vlada.hr/hr/content/download/281805/.../73.%20-%201.3.pdf

3. OPĆE KARAKTERISTIKE ZDRAVSTVENOG TURIZMA

Suvremeni način života i sve veći stupanj zagađenosti cjelokupnog radnog i životnog ambijenta potiču primjenu različitih oblika prevencije, rehabilitacije i liječenja, čiju zdravstvenu osnovu upravu pružaju tzv. prirodni faktori turizma. Svaki pripadnik suvremene zajednice barem jednom na godinu želi otići iz svojega svakodnevnog ambijenta i barem na kratko doći u krajeve gdje djeluju upravo prirodni faktori turizma kao što su sunca, zrak, more i ljekovite vode.

Pojam zdravstvenog turizma moglo bi se odrediti kao granično područje medicine i turizma, u kojem gospodarski subjekti iz područja turizma i zdravstvene ustanove organiziraju boravak turista u klimatskim i lječilišnim mjestima prvenstveno radi prevencije oboljenja, rehabilitacije ali i liječenja uz pomoć prirodnih faktora turizma.¹⁵

Zdravstveni turizma se prema strukturi gostiju može podijeliti na domaći i inozemni, te prema području na kontinentalni i primorski zdravstveni turizam. Kontinentalni turizam temelji se na mineralnim izvorima, a primorski je zasnovan na poznatim svojstvima primorske i maritimne klime. Prema načinu provođenja zdravstvenog turizma razlikuje se:¹⁶

- Stacionarni tip zdravstvenog turizma – provodi se u zdravstvenim ustanovama,
- Poliklinički tip zdravstvenog turizma – radi se o uobičajenom smještaju u ugostiteljsko-turističke hotelske objekte uz primanje medicinskih usluga u zdravstvenim ustanovama,
- Organizirano zimovanje uz liječnički nadzor.

¹⁵ Mirić D., Vlahović D., Zdravlje i turizam, Slobodna Dalmacija d.d., Split/Hvar, 1998

¹⁶Ibid

3.1. Vrste zdravstvenog turizma

Zdravstveni turizam kao širi pojam koji opisuje općenito brigu za zdravljem i raznim postupcima prevencije od bolesti uključujući i wellness u destinaciji izvan stalnog mjesta boravka a sadrži kategorije:

- medicinski turizam,
- lječilišni turizam,
- wellness.

Medicinski turizam odnosi se na liječenje bolesti, operativne zahvate i lijekove. Razlikuju se dvije osnovne vrste medicinskog turizma. Danas, koncept medicinskog turizma razvio se korak dalje od klasičnog koncepta zdravstvenog turizma, toplica i SPA centara. Kada govorimo o medicinskom turizmu zapravo se radi se o uspješnom kombiniranju zdravstvenih tretmana i hotelskih i drugih usluga u turističkoj destinaciji. Pod pojmom medicinski turizam danas podrazumijevamo pružanje široke palete sofisticiranih i visokokvalitetnih medicinskih usluga kao na primjer:

- Estetska kirurgija,
- Dentalna medicina,
- Kardiologija i kardiovaskularna kirurgija,
- Ortopedska kirurgija,
- Bariatrična kirurgija,
- Potpomognuta oplodnja i reprodukcijaska kirurgija,
- Transplantacija organa, stanica i tkiva,
- Očna kirurgija,
- Preventivni dijagnostički pregledi.¹⁷

Lječilišni turizam, ovdje se polazi od savjesti svakog čovjeka i njegovog stila života, pa podrazumijeva vlastitu odgovornost i prevenciju zdravlja u kombinaciji s vremenom godišnjeg odmora, medicinski wellness, djelovanje protiv loših zdravstvenih navika postizanjem preventivnih ciljeva. Naglasak je na revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti

¹⁷Zdravstveni turizam izazovni potencijali
http://www.hospital.in2.hr/prezentacije/Marcel%20Medak_Zdravstveni%20turizam%20izazovi%20i%20potencijal-HD2013.pdf (16.01.2015)

čovjeka u okviru klimatskih, morskih i topličkih destinacija. U lječilištima se nude posebni programi oporavka, uravnotežena prehrana, rekreacijski, MPAO programi i drugi sadržaji.

Wellness turizam je izraz kojim se osim kao naziv za životni stil koji podržava navike i aktivnosti koje doprinose zdravlju „duše i tijela“. Svojestven je za putovanje radi unapređenja i očuvanje zdravlja, a provodi se u hotelima koji imaju wellness sadržaje i programe za opuštanje, antistres i ljepotu. Programi wellnessa u turizmu:¹⁸

- područja wellness programa
 - prevencija bolesti ili zaštita zdravlja,
 - tjelesno vježbanje i fitness,
 - programi ljepote,
- osnovni elementi wellnessa
 - prirodni agensi: voda more, zrak, sunce, aromatično bilje,
 - vježbanje: jutarnja gimnastika, ciljano, korektivno ili aerobno vježbanje,
 - antistresni programi: autogeni trening, masaže, kupke, joga, sauna,
 - terapija: dijagnostika, terapijski tretmani, postoperativni programi, rehabilitacija, psihoterapije, zdrava prehrana, ostalo,
 - programi ljepote: kozmetički tretman, pedikura, manikura, anticelulitni tretman i ostali programi.

3.2. Elementi zdravstvenog turizma kao polazište razvoja turizma

Za čovjeka današnjice njegovo zdravlje ima posebnu vrijednost. Osim medicinskih tretmana radi očuvanja i poboljšanja svojega zdravlja pripadnik suvremenog čovječanstva poduzima različite tjelesne aktivnosti i prilagođava se novom načinu prehrane. Na području turizma mogu se lako primijetiti određene promjene koje su utemeljene na počecima ideja zdravstvenog turizma. Današnji turizam poprima sve više obilježja različitih aktivnosti kojima je cilj obogaćivanje fizičke kondicije i zdravlja većine sudionika.

Suvremeni turist uz brojne aktivnosti, doživljava i prirodne elemente turizma za vrijeme svog boravka na turističkom odredištu želi koristiti i izvan klasične ljetne sezone. Određene klimatske pogodnosti i prirodne elemente turizma izvan ljetnog razdoblja moguće

¹⁸ Zdravstveni turizam, http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar//Web_Zdravstveni%20turizam.pdf (15.01.2015)

je realizirati kroz aktivnosti koje su neposredno povezane s različitim športskim i rekreativnim aktivnostima.

3.3. Zdravstveni turizam u Hrvatskoj

Hrvatska kao tradicionalno turistički orijentirana zemlja, njeguje i jedan od specifičnih oblika turizma, zdravstveni turizam. U Hrvatskoj postoji dugogodišnja tradicija postojanja lječilišnih mjesta kako na obali tako i u kontinentalnom dijelu zemlje. U ovom segmentu turističke ponude Hrvatska nudi 6000 postelja u 18 lječilišnih ustanova, od toga 2100 kreveta pod ugovorom sa Hrvatskim zavodom za zdravstveno osiguranje, riječ je o proizvodu koji na globalnoj razini raste po stopi između 15% i 20% godišnje. Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje, duge tradicije, konkurentnih cijena i općenito dobre reputacije zdravstvenih usluga, Hrvatska ima komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma. Proizvodi zdravstvenog turizma danas posebno relevantni za Hrvatsku uključuju: wellness turizam, lječilišni turizam i medicinski turizam.

Swot analiza zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - konkurentne cijene - rastući broj hotela sa wellness ponudom - sve veći broj privatnih zdravstvenih ustanova - blizina emitivnih tržišta 	<ul style="list-style-type: none"> - nedovoljna educiranost - zastarjeli objekti - prevelika ovisnos o HZZO - nedostatak kontrole kvalitete usluga
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> - starenje populacije - proširenje zdravstvenog osiguranja sa uslugama EU - povećanje svijesti o potrebi očuvanja zdravlja 	<ul style="list-style-type: none"> - sve veći broj konkurentskih destinacija - brzi razvoj tehnologije koji nameće potrebu za stalnim visokim investicijama - sve veći zahtjevi potrošača

Slika br. 2. Najveća postojeća lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj

Mjesto	Vrsta zdravstvene ustanove	Smještajni kapacitet
Crikvenica	SB za medicinsku rehabilitaciju Thalassotherapia	5 objekata ukupno 330 kreveta
Selce	Terme Selce	6 apartmana (i suradnja s hotelima)
Veli Lošinj	Lječilište za bolesti dišnih organa i kože	3 objekta ukupno 220 kreveta
Opatija	Klinika za liječenje, rehabilitaciju i prevenciju bolesti srca i krvnih žila Thalassotherapia	objekt klinike i vila sa 70 kreveta
Rovinj	Bolnica za ortopediju i rehabilitaciju „Prim. dr. Martin Horvat“	3 objekta (bolnički i paviljonski)
Sv. Stjepan, Livade	Lječilište Istarske toplice	vila i hotel ukupno 270 soba
Biograd na Moru	SB za ortopediju	objekt s 150 kreveta
Makarska	SB za medicinsku rehabilitaciju Biokovka	objekt s 3 dilatacije ukupno 480 kreveta
Vela Luka	SB za medicinsku rehabilitaciju Kalos	objekt ukupno 240 kreveta
Ivanić Grad	SB za medicinsku rehabilitaciju Naftalan	objekt ukupno 137 kreveta
Krapinske Toplice	SB za medicinsku rehabilitaciju	objekt ukupno 600 kreveta
Topusko	Lječilište	objekt ukupno 142 kreveta
Stubičke Toplice	SB za medicinsku rehabilitaciju	3 objekta ukupno 235 kreveta
Donja Stubica	Terme Jezerčica	objekt sa 45 soba
Varaždinske Toplice	SB za medicinsku rehabilitaciju	5 objekata ukupno 1100 kreveta
Bizovac*	Lječilište	2 objekta ukupno 90 kreveta
Daruvar	SB za medicinsku rehabilitaciju Daruvarske toplice	2 objekta ukupno 182 kreveta
Lipik	Specijalna bolnica za medicinsku rehabilitaciju	objekt ukupno 237 kreveta

Izvor:<http://www.zane.hr/wps/wcm/connect/d6d9cab6-5855-4988-9d0d-f3a69b669364/ZANE+Bilten+0313.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d6d9cab6-5855-4988-9d0d-f3a69b669364>

Ponuda zdravstvenog turizma temelji se na prirodnim lječilišnim činiteljima kojima je Hrvatska bogata i koji su povezani u različite oblike zdravstvenog turizma. Hrvatska ima nezagađenu prirodu, ljekovito blato, čisto more visokog stupnja saliniteta, ljekovite termalne vode, no prirodni potencijali sami za sebe nisu dovoljni, posebno ne za zdravstveni turizam koji u najvećem broju privlači dobro informirane i zahtjevne goste koji očekuju kvalitetan smještaj i uslugu te vrhunske zdravstvene usluge. Danas je u Hrvatskoj vrlo popularan dentalni turizam koji privlači mnogobrojne turiste najčešće iz obližnjih zemalja poput Italije, Slovenije i Austrije.

Hrvatski zdravstveno – turistički proizvod nedovoljno razvijen i nedovoljno konkurentan zbog toga što se u zdravstveno turističkoj ponudi navodi kontinentalna zdravstvena turistička ponuda koja posjeduje kvalitetu prirodnih ljekovitih činitelja i stručnog medicinskog osoblja te hotelska wellness ponuda koja je malobrojna i tržišno neprepoznatljiva. Wellness ponuda je dio zdravstvene ponude u kojoj se mogu, ali i ne moraju koristiti prirodni ljekoviti činitelji.

Tablica br. 2. Broj noćenja domaćih i stranih turista u lječilištima (u tisućama)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Domaći	115	115	132	119	85	79
Stani	84	85	89	84	70	73

Izvor: www.dzs.hr, Statistički ljetopis 2018

Iz tablice je vidljivo da se broj noćenja u lječilištima velikom većinom ostvaruje putem domaćih turista čiji se broj iz godine u godinu smanjuje, dok se broj stranih turista povećava te opet smanjuje što nam ukazuje da Hrvatska treba uložiti u institucije i osoblje zdravstvenog turizma.

3.4. Povijesni razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj

Od samog početka medicina je cijenila i primjenjivala elemente prirodnih faktora turizma kao što su sunce, zrak i more. Već je stara Grčka poznavala neke institucije koje možemo usporediti s objektima zdravstvenog turizma u današnjem smislu. Rimljani su pak otvorili većinu naših današnjih toplica pa bi smo mogli reći da zdravstveni turizma u Hrvatskoj ima neobično dugu tradiciju. Početci turizma u Hrvatskoj vezani su upravo za zdravstveni i lječilišni turizam koji se intenzivnije razvija od sredine 19.st. Temelji se na tradiciji već poznatih centara s izvorima termomineralne vode u kontinentalnom dijelu zemlje. Zdravstveni turizam se razvio u mjestima s ljekovitim čimbenicima gdje se ubrajaju:

- kupališna mjesta s ljekovitom vodom,
- mjesta s naročito povoljnom klimom (klimatska lječilišta),
- morske zone s razvijenom talasoterapijom,

- mjesta s ljekovitim blatom itd.

U priobalju se od kraja 19. stoljeća razvijaju nova, moderna lječilišna i kupališna mjesta te lječilišni gosti počinju organizirano dolaziti ponajprije zahvaljujući boljoj prometnoj povezanosti s većim gradovima, što je bio preduvjet za razvoj turizma.

Plansko ulaganje u lječilišni turizam započinje u Opatiji gdje je 1884. sagrađen najstariji hotel na hrvatskom Jadranu namjenski građen za turiste (hotel Kvarner), zatim se razvijaju i druga klimatska lječilišta u Lovranu, Crikvenici, Rovinju, Brijunima, otocima Lošinju, Hvaru. Na području Varaždina, Topuskog, Tuhelja, Stubice, Sutinskog, Krapine, Daruvara i Lipika podižu se mnoge lječilišne zgrade, kupke i hoteli. Nakon drugog svjetskog rata sve su toplice postale tzv. “društveno vlasništvo”, a većina lječilišta pretvorena je u specijalne bolnice (za medicinsku rehabilitaciju). Klijenti su bile osobe koje su dolazile preko zdravstvenog osiguranja. Glavni poticaji za daljnji razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj:¹⁹

- kvaliteta raspoloživih termalnih voda,
- duga tradicija u korištenju resursa,
- dobar geoprometni položaj,
- blizina emitivnih tržišta,
- ekološka očuvanost prostora,
- raznolikost komplementarne turističke ponude,
- razvijeni medicinski standardi, kao i sustav obrazovanja medicinske i kineziološke struke.

Ključan čimbenici u odabiru destinacije zdravstvenog turizma su standard medicinske usluge, cijena usluge, visoka stručnost i opremljenost ustanova koje se bave ovakvim uslugama i atraktivnost lokacije u turističkom smislu.

¹⁹Zdravstveni turizam, http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar//Web_Zdravstveni%20turizam.pdf (15.01.2015)

3.5. Aktualna kretanja u zdravstvenom turizmu Hrvatske

Kako su wellness programi u suvremenom turizmu sve popularniji, već 2005. čak 80 hrvatskih hotela deklariralo se kao wellness hoteli, a slijedom svjetskih trendova raste i broj zabavnih vodenih parkova i spa centara, s bogatim sadržajima zabave te rekreacije u vodi koji su iznimno povoljni za zdravstveno stanje organizama.²⁰

Orijentacija na ovaj selektivni oblik turizma evidentna je danas u gotovo svim turistički razvijenim zemljama i regijama. Porastom industrijalizacije, urbanizacije te standarda uključujući i zdravstvenu kulturu, progresivno raste broj korisnika ovog oblika turizma, tako da je on već danas postao značajna komponenta u svjetskoj turističkoj potražnji. Razvoj zdravstveno-rekreativnog turizma kao selektivnog oblika može biti od velike koristi posebice na Jadranu obzirom na iznimne mogućnosti koje se očituju u slijedećem:²¹

- pokazuje najmanje sezonskih oscilacija čime omogućuje bolje iskorištavanje kapaciteta,
- pruža posebne mogućnosti iskorištavanja kapaciteta u tzv. periodu mrtve sezone s obzirom na povoljne klimatske prilike primorja i karakter poremećaja potencijalnih korisnika turističko-medicinskih usluga;
- prosječna dnevna potrošnja povoljnija je nego kod ostalih kategorija turizma zbog složenijih usluga;
- ima najduži prosječan period boravka.

Hrvatska se sada nalazi na prekretnici turističkog razvoja pa je od presudne važnosti da se pravilno usmjeri razvitak turističke ponude u zdravstvenom aspektu.

²⁰ Geić S., Geić J., Čmrlec A., Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu, hrcak.srce.hr/file/95948

²¹ Ibid

3.6. Zdravstveni turizam kao rješenje podizanja konkurentnosti Hrvatske kao turističke destinacije

Jadransko turističko područje kao i kontinentalna Hrvatska upravo je na takvom stupnju razvoja da može maksimalno koristiti sve mogućnosti i oblike turizma koje pružaju klimatski elementi i ostali faktori prirodne sredine, te bogatstvo društvenih aktivnosti kao i povoljan geoprometni položaj u odnosu na izvore turističke potražnje. Zdravstvenom turizmu treba dati posebno značenje u master i strateškim planovima turističkog razvitka kao podizanje kvalitete turističkog proizvoda i odvijanje turističke sezone tokom cijele godine.

Uvažavajući opredjeljenja Strategije razvoja turizma RH do 2020. te Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020., Hrvatska turistička zajednica će tijekom 2014. godine podupirati razvoj zdravstvenog turizma sukladno financijskim mogućnostima vodeći računa o samom razvoju ovog segmenta, a posebice nakon smanjenja ovisnosti zdravstvenog turizma o korisnicima HZZO sustava.²²

Glavni poticaji za daljnji razvoj zdravstvenog turizma u Hrvatskoj su kvaliteta raspoloživih terminalnih voda, duga tradicija, dobar geoprometni položaj, ekološka očuvanost prostora te razvijeni medicinski standardi. Kao glavne nedostatke koji sprječavaju razvoj zdravstvenog turizma možemo navesti razvijenu orijentaciju prema turizmu mora i sunca, potreba velikih ulaganja, nerazvijen segment turističke ponude te nedostatna zakonska regulativa.

Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje, duge tradicije, konkurentnih cijena Hrvatska ima komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma. Proizvodi zdravstvenog turizma danas posebno relevantni za Hrvatsku uključuju: wellness turizam, lječilišni turizam i medicinski turizam. U zdravstveni turizam posebnu pozornost Hrvatska bi trebala posvetiti stomatologiji jer u usporedbi s ostalim zemljama hrvatska u tom području ima znatno niže cijene te mnogi dolaze u Hrvatsku samo zbog stomatologije.

²²Hrvatska turistička zajednica <http://business.croatia.hr/Documents/3027/PROGRAM-RADA-2014-.pdf> (15.01.2015)

4. RURALNI TURIZAM

Kada govorimo o ruralnim područjima, najčešće se tada govori kao o prostoru koji nije gradski, odnosno urbani, pa se takvim objašnjenjem dolazi do zaključka da su gradska naselja urbana područja, dok su općine ruralna područja.

Povijesni razvoj ruralnog turizma može se opisati sljedećim natuknicama:²³

- Do značajnijeg razvoja turizma u ruralnim prostorima dolazi nakon Drugoga svjetskog rata, no u obliku u kojem se danas shvaća (čimbenik obnove i razvitka sela i integralni dio turističkog proizvoda), razvija se u državama Europe i u SAD-u od sredine šezdesetih godina.
- Temelji njegova razvoja bili su povećanje slobodnog vremena i rast stopa individualne motorizacije. U tom razdoblju još se ne može govoriti o razvijenoj ekološkoj svijesti i težnji za aktivnim i diverzificiranim oblicima turizma.
- Do 1960-ih rekreacija i turizam u ruralnim prostorima nisu podlijegali zakonima slobodnog tržišta, principima ponude i potražnje i nisu imali utjecaja od strane državnih vlasti. Interes je bio usmjeren na primorska i planinska turistička naselja i gradove, mjesta koncentracije turizma. Namjena zemljišta u ruralnim područjima rijetko je oblikovana izvan okvira poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede.
- Nakon prvotne faze razvoja turizma u ruralnim prostorima, u kojoj su dominantni faktori razvoja bili samoinicijativnost stanovništva koje pruža određene usluge, ali i ljudi koji dolaze u ruralne prostore uglavnom tražeći mir i čistu prirodu, započinje, paralelno, pogotovo u državama koje su se suočile s problemom jakog polariziranog razvoja i depopulacije ruralnih područja, proces planiranog korištenja ruralnog turizma u funkciji revitalizacije i transformacije ruralnih krajeva.

Daljnjom analizom ruralnih područja dolazi se do više kriterija kojim se određeno područje smatra ruralnim.

Ruralnim područjima smatraju se:²⁴

²³ Rajko M.: Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre, *Oeconomica Jadertina* 2/2013., str.51.

²⁴ Lukić A., O teorijskim pristupima ruralnom prostoru, *Hrvatski geografski glasnik*. 72/2, 49-75.,2010, str. 52

- ona u kojima je u sadašnjosti ili bližoj prošlosti bio dominantan ekstenzivan način iskorištavanja zemljišta, posebice putem poljoprivrede i šumarstva,
- ona u kojima dominiraju mala naselja nižeg stupnja centraliteta s izraženom povezanošću izgrađenog i prirodnog pejzaža te koja većina lokalnog stanovništva smatra ruralnima,
- ona koja potiču životni stil što počiva na kohezivnom identitetu temeljenom na uvažavanju okoliša i vlastitog života kao dijela jedne cjeline.

Za ruralni turizam se može reći da predstavlja turističku aktivnost koja ima za cilj vratiti čovjeka tradicijskim vrijednostima i prirodnom okruženju gdje ruralni turizam nije nastao tek kao potreba za novim turističkim kapacitetima, već kao potreba očuvanja i revitalizacije odnosno oživljavanja i davanja nove dodatne vrijednosti naslijeđenoj baštini i autentičnom promoviranju tradicije.

Pojam ruralnog turizma često se zamjenjuje pojmovima kao seoski, seljački, ekoturizam, prirodni, agroturizam te zeleni turizam.

Ruralni turizam, prema definiciji Vijeća Europe, je oblik turizma koji obuhvaća sve aktivnosti u ruralnom području a ne samo aktivnosti koje bi spadale pod agroturizam. Ruralni turizam je specifičan oblik turističke ponude koja spaja dva gospodarska sektora, turizam i poljoprivredu. Kao glavne karakteristike, takve turističke ponude, možemo navesti mirnu sredinu, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje seljačkih poslova.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji četiri su ključna elementa koji determiniraju ruralni turizam. To su:²⁵

- prirodni ruralni resursi (rijeke, jezera, planine, šume i dr.),
- ruralni način života (obrti, lokalni događaji, gastronomija, tradicionalna glazba i sl.),
- ruralno nasljeđe (tradicionalna arhitektura, povijest, dvorci, crkve, sela i sl.),
- ruralne aktivnosti (jahanje, lov, ribolov, pješaćenje, biciklizam, vodeni sportovi i čitav niz aktivnosti na otvorenom).

²⁵ Bartoluci M., Hendija Z., Petračić M., Mogućnost održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, Acta turistica, Vol. 27 No. 2, 2015. Str. 196

Ponuda ruralnog turizma prikazuje se kroz usluge smještaja, prehrane i pića. Tipične su stare kamene kuće i konobe koje turistima pružaju autentična iskustva za određena ruralna područja. Objekti za smještaj i ugostiteljske usluge moraju zadovoljavati tehničke i minimalne uvjete te se njihova podjela može izvrši na sljedeće kategorije: hoteli, hotelska naselja, aparthoteli, apartmanska naselja, moteli, pansioni, kampovi, apartmani, kuće za odmor, sobe za iznajmljivanje, prenoćišta, odmarališta, restorani, gostionice, zdravljak, zalogajnica, pečenjarnica, pizzeria, bistro, slastičarnica, objekt brze prehrane, kavana, noćni klub, noćni bar, disco-bar, caffè bar, pivnica, buffet, krčma, konoba, kantina te pripremnica obroka. Ostale aktivnosti, ovisno o vrsti turista i njihovim željama, koje se mogu ponuditi u ruralnim sredinama su rad u polju, pješačenje, lov, ribolov, promatranje ptica, splavarenje i slično.

Turističke aktivnosti na ruralnom području:²⁶

- Ture - pješačenje (pješačke staze, prirodni parkovi, fitness staze), jahanje (konji, magarci), ture u kamp-kućici, motorizirane ture (sva terenska vozila, motocikli), fitness trening i zdravstvene pogodnosti,
- Aktivnosti na vodi - ribolov, plivanje, boravak na rijekama (kućice na vodi, čamci, teglenice), kanu i rafting, windsurfing, utrivanje brzim čamcima i jedrenje,
- Aktivnosti u zraku - mali zrakoplovi, jedrilice, hang-gliding i baloni na topli zrak,
- Sportske aktivnosti - tenis, golf, spuštanje i penjanje po stijenama,
- Kulturne aktivnosti - arheologija, područja pod restauracijom, tečajevi ručnog rada, umjetničke radionice, folklorne skupine, kulturni, gastronomski i drugi izvori podrijetla,
- Aktivnosti zdravstvenog karaktera - fitness trening i zdravstvene pogodnosti.

Uz ruralni turizam vrlo je važno uključiti i koncept održivog razvoja. Pod održivim razvojem u turizmu podrazumijeva se sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno sposobnost da ostane konkurentna na tržištu usprkos pojavi novih i manje posjećenih destinacija te da privuče podjednako posjetitelje koji se vraćaju i one koji dolaze prvi puta.²⁷ Održivi razvoj turizma podrazumijeva prvenstveno kvalitetno i odgovorno planiranje prostora koje stavlja naglasak na lokalne kulturne vrijednosti. Turizam je najviše

²⁶ Demonija, D. i Ružić, P., Ruralni turizam u Hrvatskoj. Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani, 2010, Str. 28-29.

²⁷Bučar K., Škorić S., Prebežac D., *Pravila ponašanja u turizmu*, hrcak.srce.hr/70627, (17.01.2015)

zainteresiran za održivost resursa upravo zbog toga što su resursi temelj njegova razvoja. Suština održivog razvoja turizma je usklađivanje lokalnih interesa i specifičnosti s regionalnim i nacionalnim interesima, objektivizacija privlačne snage resursa i planiranih turističkih atraktivnosti spozicije tržišta i profila turističkog proizvoda, te uvažavanje zadanih ograničenja u sferi okoliša, sociokulturnih i ekonomsko-političkih specifičnosti.

Održivi razvoj ruralnog turizma je proces koji omogućuje njegov rast i razvoj bez oštećivanja i iscrpljivanja onih faktora na kojima se temelji, a to su prije svega, zdrava klima, nezagađeni zrak, tlo i voda, odsutnost buke, odsutnost potencijalnih opasnosti od elementarnih nepogoda, očuvana priroda, očuvano graditeljsko nasljeđe, očuvane sociokulturne značajke, slikoviti krajobraz i mogućnost slobodnog kretanja turista.²⁸ Pri povezivanju pojmova ruralnog turizma i održivog razvoja, važno je istaknuti da su ruralna turistička odredišta znatno kompleksnija od tradicionalnih kupališno-odmorišnih i gradskih turističkih destinacija budući da podrazumijevaju razne, vrlo usitnjene aspekte ponude. Kao jedan od značajnijih problema javlja se slabije obrazovano stanovništvo ispodprosječnog stupnja obrazovanja koje sudjeluje u kreiranje turističkog proizvoda, a ističe se i problem nedostatka financijske potpore javnog sektora tom razvoju, posebno na razini turističkih destinacija. Sve to doprinosi neravnoteži između želje da ruralna destinacija postane što popularnija među turistima i želje da se istovremeno sačuvaju prirodne karakteristike ruralnog područja.

Koncept održivosti u ruralnom turizmu treba promatrati sa šireg aspekta. Održivost se ne može zasnivati samo na uskim načelima zaštite okoliša, već kao ciljeve održivosti treba postaviti još i:²⁹

- očuvanje lokalne kulture i identiteta lokalne zajednice,
- očuvanje krajolika i prirodnog "habitata",
- očuvanje i održivi razvoj ruralne ekonomije,
- održivi razvoj turizma na dugoročnom planu,
- razvoj i poticanje podrške, razumijevanja i senzibiliziranja "donositelja odluka", posebno lokalne, regionalne i državne vlasti, ali i drugih institucija odgovornih za dugoročan razvoj ruralnih područja,

²⁸ Bartoluci M., Hendija Z., Petračić M., Mogućnost održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, *Acta turistica*, Vol. 27 No. 2, 2015. Str. 202

²⁹ Krajnović A., Čičin D., Predovan M., Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice, *Oeconomica Jadertina* 1/2011.. str. 33.

- jasno razumijevanje činjenice da je isključiva vezanost uz turizam štetna i ne donosi željene rezultate, pa treba djelovati u pravcu diverzifikacije lokalne ruralne ekonomije i balansiranja između razvoja ruralnog turizma i drugih djelatnosti u ruralnom prostoru.

Ključni čimbenik održivog razvoja u turizmu su ljudi usvojim različitim ulogama i aktivnostima:³⁰

- turisti svojim ponašanjem izravno utječu na održivost,
- zaposlenici u turizmu na izravan ili posredan način utječu na održivost,
- poduzeća imaju izravan ili posredan utjecaj na održivost,
- javne službe također imaju izravan ili posredan utjecaj na održivost,
- lokalno stanovništvo imaju iznimno važnu ulogu u održivosti turističke destinacije.

Osnovna načela održivog razvoja turizma:

- menadžment i planiranje treba usmjeriti k adekvatnom korištenju resursa u turizmu,
- koncepcija održivog razvoja nije «anti-razvojna», ali ističe granice razvoja koje trebati uvažavati pri promišljanju razvoja turizma,
- naglasak je na dugoročnom promišljanju razvoja turizma,
- potrebno je voditi računa o jednakosti i pravdi među generacijama ljudi,
- svi zainteresirani iz okoline (stakeholders) trebaju biti konzultirani, uključeni u donošenje odluka i informirani,
- neophodna je realna procjena mogućnosti primjene održivog razvoja u praksi i mogućih dosega u budućem razdoblju,
- poduzeća mogu stjecati brojne prednosti primjenom koncepcije održivog razvoja u gospodarskoj praksi.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO), održivi turizam je turizam koji zadovoljava potrebe prisutnih turista i domicilnog stanovništva istodobno čuvajući resurse budućeg razvitka. Takav razvoj podrazumijeva upravljanje resursima na način da se udovolje

³⁰ *Održivi razvoj turizma i osnove turističke politike*,
web.efzg.hr/dok/TUR/Odr%C5%BEivi_razvoj_turizma_i_osnove_turisti%C4%8Dke_politike.ppt (17.01.2015)

osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi uz istodobno očuvanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti. Održivi turizam je dugoročni proces.

Tri dimenzije održivog razvoja su:

- ekonomska održivost – zasniva se na zdravom i ekonomski učinkovitom razvoju koji podrazumijeva optimalno upravljanje resursima na način da se njima mogu koristiti buduće generacije.³¹ Predstavlja prosperitet i efikasno upravljanje troškovima. Predstavlja široku interpretaciju ekološke ekonomije gdje su varijable i problemi okoliša i ekologije multidimenzionalne perspektive.
- Socijalna održivost – poštivanje ljudskih prava i jednake mogućnosti za sve ljude u zajednici. Socijalni razori poput rata, kriminala i korupcije otklanjaju resurse iz područja najveće ljudske potrebe.
- Održivost okoliša – podrazumijeva razvoj usklađen s ekološkim procesima, biološkim različitostima i resursima.³² Zahtijeva minimiziranje zagađenja te očuvanje biološke raznolikosti i prirodnog nasljeđa.

Ekološki održivi turizam možemo definirati kao uporabu, očuvanje i poboljšanje resursa zajednice kako bi se ekološki procesi održali te kako bi se ujedno i ukupna kvaliteta života mogla povećati. U skladu s navedenim nove investicije zahtijevaju nužno očuvanje neobnovljivih resursa. Ponuda usklađena s načelima održivosti trebala bi u tom smislu plasirati jedinstvenu turističku ponudu koja svojom posebnošću zadovoljava potrebe gostiju, a da nema negativan utjecaj na okoliš. Tome u prilog idu i suvremeni trendovi u razvoju turizma koji podrazumijevaju sve veću osviještenost potrošača.

Glavni cilj u razvoju turizma treba biti podizanje kvalitete života te prilagodba zahtjevima turističke potražnje. Konceptija razvoja treba se temeljiti na održivosti uz očuvanje izvornih odlika prirode i kulturnog nasljeđa.

³¹ Ibid

³² Ibid

4.1. Oblici ruralnog turizma

Ruralni turizam je turizam na seoskim gospodarstvima te se temelji na korištenju ruralnog prostora kao dio turističke ponude. Ruralni turizam razumijeva poticanje razvitka novih turističkih destinacija posebice na kontinentu izvan urbanih naselja te dalje od odlika masovnog turizma.

Ruralni turizam sadrži veliki broj pojava oblika:³³

- seljački (agroturizam) - odmor na seljačkom gospodarstvu s korištenjem usluga smještaja, prehrane, pića, zabave, rekreacije i drugih usluga u okviru seljačkog gospodarstva.
- rezidencijalni turizam - sporedno stanovanje gradskih stanovnika u dane vikenda, blagdana, godišnjeg odmora u vlastitim objektima odnosno vikendicama. Obično se ti objekti nalaze u ruralnom prostoru u blizini gradova ili značajnih prirodnih i drugih privlačnosti te takve objekte za odmor ne koriste samo njihovi vlasnici, već se oni mogu iznajmljivati i drugima.
- zavičajni turizam - stanovništvo koje se doselilo u grad koji ima veze s njihovim zavičajem. Ljudi se vraćaju u mjesta u kojima su ranije živjeli. Većinom je to putovanje gradskog stanovništva koje u posjećenim zavičajima spava, hrani se ili kod rodbine ili kod lokalnog stanovništva.
- sportsko-rekreacijski turizam – vezan je uz zabavne aktivnosti u prirodi, kao što su: šetanje, vožnja biciklom, skijanje, skijaško trčanje, jahanje, klizanje, plivanje, veslanje, badminton, igre loptom te se uglavnom razvija uz rijeke, jezera i šume.
- avanturistički turizam – aktivnosti vezane uz alpinističko penjanje, rafting, letenje zmajem ili balonom, akrobatsko skijanje, vožnju brdskim biciklom, trekning te u skorije vrijeme sve više poznati adrenalinski parkovi.
- zdravstveni turizam - oblik turizma usko povezan sa zdravljem i dobrobiti turista koji se bazira na prirodnim ljekovitim čimbenicima, postupcima fizikalne terapije i rehabilitacije.
- edukacijski turizam - temelji se na programu upoznavanja polaznika sa značajkama ruralnog prostora, stjecanju životnog iskustva za vrijeme boravka u prirodi, te drugih spoznaja u vezi s ruralnim prostorom.

³³ Ružić, P.,: Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula 2009, str. 17

- kamping turizam - turisti za smještaj odabiru kampove koji su najčešće improvizirani, a smješteni su unutar neke druge turističke ponude ili nekog seljačkog gospodarstva, ali su u blizini prirode, kulture i znamenitosti.
- kulturni turizam - upoznavanje kulture i lokalnog ambijenta te aktivan i sadržajan odmor koji u prvi plan stavlja iskustvo, doživljaje, obrazovanje i kulturu.
- nautički-kontinentalni turizam – čine ga brojni elementi, od flota, luka i lučica, do brodogradnje, industrije i ugostiteljstva. Ova je vrsta turizma prvenstveno vezana uz more ali i uz rijeke, jezera i kanale u ruralnim dijelovima.
- vjerski turizam - Posjetitelji ove vrste turizma na putovanje su potaknuti potpuno ili djelomično vjerskim motivima.

S obzirom na dužinu boravka turista, ruralni turizam, možemo podijeliti na prolazni ili izletnički te boravišni turizam. Izletnički turizam podrazumijeva kada turist boravi u mjestu radi razgledavanja, zabave bez noćenja, dok boravišni turizam podrazumijeva duži boravak turista s jednim ili više noćenja. Ruralni turizam revitalizira ruralne ambijente, poboljšava kvalitetu života seoskog stanovništva te doprinosi sveukupno razvoju gospodarskih i negospodarskih aktivnosti kao što su uzgoj prirodne i zdrave hrane, oživljavanje poljoprivredne proizvodnje, poboljšava izgradnju infrastrukture i kao najvažnije potiče ostanak stanovništva na ruralnim područjima, a samim tim spašava ih od propadanja.

4.2. Ruralni turizam u Hrvatskoj

Pod ruralni prostor u Hrvatskoj možemo svrstati područja slavonskog dijela i Gorskog kotara, Međimurja ili Hrvatskog zagorja te Podravine i Žumberka i ostalih ruralnih prostora u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Unutrašnjost Hrvatske je turistički još uvijek nedovoljno ili loše iskorištena, iako ne nedostaje potencijalnih turističkih atrakcija. Kontinentalna Hrvatska obiluje gradovima zanimljive povijesti i arhitekture poput Zagreba i Vukovar, svetištima, mnoštvom nacionalnih parkova koji su pod zaštitom UNESCO-a, zatim skijališta, visinskih cesta i slično.

Swot analiza ruralnog turizma u Hrvatskoj

Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - prirodni resursi (vode, šume, rijeke) - ljudski potencijal - kulturna baština - pogodna klima - bogata i prepoznatljiva gastroponuda - sve veći broj registriranih OPG-ova u funkciji ruralnog turizma - tradicija u proizvodnji vina - kulturno – turistički sadržaji 	<ul style="list-style-type: none"> - nedovoljno razvijena infrastruktura - needuciranost - ekonomska situacija - slaba ulaganja - nedovoljno poticaja za razvoj ruralnog turizma
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> - prekogranična suradnja - očuvanost eko sustava - pokretanje starih zanata - ekološka proizvodnja 	<ul style="list-style-type: none"> - nedostatak dodatnih sadržaja -slaba promocija (marketnig) - nedovoljna brendiranost

Kao glavna obilježja hrvatskog ruralnog prostora mogu se istaknuti sljedeća:³⁴

- Zemljište je razmjerno dobre plodnosti i jedno od bolje očuvanih u Europi, a uz kvalitetne vodne resurse, šume i obalni pojas omogućuje razvoj poljoprivrede, ribarstva, šumarstva i svih oblika ruralnog turizma.
- Zanimljiv geografski položaj i tri različita tipa klime (kontinentalna, planinska, mediteranska), rezultirali su raznolikošću biljnog i životinjskog svijeta, ali i različitim uvjetima za život i ostvarivanje dohotka u ruralnim područjima.
- Poljoprivreda, kao glavna ruralna djelatnost, važan je sektor nacionalnog gospodarstva, koji zapošljava oko 7% ukupne radne sile i s oko 10% sudjeluje u formiranju BDP-a i u vanjskoj trgovini.
- Kakvoća resursa i relativna važnost ruralnih područja ne odražava se na njihovu međunarodnu konkurentnost, osobito u poljoprivrednoj proizvodnji, što potvrđuje činjenica da je Hrvatska neto-uvoznik prehrambenih proizvoda, (namirujući polovicu svojih potreba za hranom iz uvoza).

³⁴ Franić, R.: Politika ruralnog razvitka – nova prilika za Hrvatsku. Agronomski glasnik, 2006, str. 225

Kao primjer razvoja ruralnog turizma navela bi Osječko-baranjsku županiju te Istrasku županiju koja obiluje primjerima ruralnog turizma.

Osječko-baranjska županija svojim zemljopisnim obilježjima pripada skupini kontinentalnog turizma u kojoj je od izuzetne važnosti razvitak turizma. Razvoj turizma za ovu županiju značio bi pokretanje regionalnog gospodarskog razvitka i povećanje zaposlenosti. Dosadašnji turistički razvitak Osječko-baranjske županije temeljio se na valorizaciji prirodnih resursa, kulturno-povijesnih sadržaja, geoprometnom položaju i dostignutoj razini turističko-ugostiteljskih kapaciteta.³⁵ Županija se za razvitak turizma bazirala na ekoturizam i ruralni turizam.

Ekoturizam stvara mogućnosti razvitka dosad slabo razvijenih regija. U Osječko-baranjskoj županiji za primjer ekoturizma je Park prirode Kopački rit. Kopački rit zaštićeni je rezervat sa netaknutom prirodom i predstavlja osnovni turistički motiv, a sa svojom okolinom je sjajan potencijal za razvoj ekoturizma, seoskog turizma, razvoja plovnih putova, lovnog, ribolovnog turizma i izletničkog turizma.³⁶

Kod ekoturizma razlikujemo dva bitna segmenta: male skupine s posebnim interesima za ekoturizam koji na taj način provode čitav odmor, i značajan broj onih koji odmor provode na moru, ali žele otići na kratak izlet u prirodu.³⁷

Ruralni turizam je turizam na seoskim gospodarstvima koja se uglavnom nalaze izvan urbanih naselja. Pod ruralni turizam spadaju seoska gospodarstva koja svoju egzistenciju temelje na poljoprivredi, a višak svojih proizvoda plasiraju kroz novi prodajni kanal - turizam. Kao primjer seoskog turizma možemo uzeti jednu obitelj koja se na svojem imanju bavi poljoprivredom ali nude usluge smještaja gostiju. Pa tako ukoliko turist odluči posjetiti njihovo imanje, odnosno doživjeti iskustvo „života na selu“, turist na tom imanju ima mogućnost boraviti na tom imanju jer pružaju usluge smještaja, mogu imati obilazak po imanju gdje iz prve ruke mogu vidjeti kako se hrana koju su konzumirali na tom imanju nastaje. Mogu vidjeti razne sadnice povrća i voća te način uzgoja domaćih životinja. Ukoliko turist cijeli svoj život živi u gradu te ne poznaje život na selu putem ruralnog turizma može doživjeti makar na kratko način života na selu.

³⁵ <http://www.obz.hr/hr/index.php?tekst=105>

³⁶ http://www.obz.hr/hr/pdf/2013/3_sjednica/08_informacija_o_stanju_i_razvojnim_mogucnostima_turizma_na_podrucju_obz_i_radu_turisticke_zajednice_zupanije.pdf

³⁷ http://www.obz.hr/hr/pdf/2013/3_sjednica/08_informacija_o_stanju_i_razvojnim_mogucnostima_turizma_na_podrucju_obz_i_radu_turisticke_zajednice_zupanije.pdf

Geografski položaj Istre u blizini glavnih kopnenih i pomorskih putova središnje Europe te ugodna sredozemna klima, blizina toplog mora i bogatstva pitomih prirodnih ljepota, definitivno su najveći razlog kako početka, tako i nastavka razvoja turizma na ovim područjima. Istra je najbliža mediteranska turistička destinacija zemljama srednje Europe i zelena oaza sjevernog Jadrana te najzapadnija županija Republike Hrvatske. Osim već poznatog stacionarnog turizma u mnogobrojnim hotelima, apartmanskim naseljima, kampovima, privatnom smještaju, danas se u Istri sve više razvija nautički turizam, kongresni, izletnički, lovni i ribolovni, agroturizam, kulturni, eno-gastronomski, sportsko-rekreacijski, ronilački, konjički te ekološki turizam.

Kao jedan od projekata razvoja turizma u Istri je projekt Revitalis. To je prekogranični projekt održivog razvoja sa značajnim rezultatima u širenju kulturno-turističke ponude slovenske i hrvatske Istre, shvaćajući je kao jednu zajedničku kulturno turističku destinaciju.³⁸ Tim projektom stvorena je mreža info centara, prekogranična edukacija i kulturna razmjena, stvoreni su značajni projekti obnove gradnje i infrastrukture. Omogućio će se protok turista iz urbanih područja (Poreč, Kopar, Izola, Piran) u ruralna (slovensko zaleđe, unutrašnjost Istre) putem okolišu prihvatljivih oblika prijevoza (biciklističke i pješačke rute uz vidikovce i odmorišta), uz održivi razvoj prekogranične destinacije te istovremeno, putem suvremene informatičke tehnologije (info kiosci) i jednostavan pristup podacima o lokalitetu (bluetooth prijenos podataka s mreže info kioska na mobitele turista) uz uvid u ponudu cijele destinacije Istre. Na taj način, kroz povećanu integriranu prekograničnu ponudu, utjecalo se na produžetak turističke sezone i gospodarstvo pograničnog područja čija je glavna djelatnost turizam.³⁹ Kao glavni cilj projekta navodi se zaustavljanje propadanja istarske unutrašnjosti. Specifični ciljevi bili su:⁴⁰

- razvoj modela revitalizacije istarskog zaleđa,
- razvoj integriranih turističkih proizvoda,
- poboljšanje i obnova infrastrukture za turizam te obnova kulturne baštine,
- poticanje prekogranične kulturne razmjene i događaja radi povećanja razine svijesti stanovništva i ostalih interesnih skupina o kulturnim i razvojnim potencijalima istarskog ruralnog područja.

³⁸ <http://www.mrrfeu.hr/default.aspx?id=1369>

³⁹ <http://www.mrrfeu.hr/default.aspx?id=1369>

⁴⁰ <http://www.mrrfeu.hr/default.aspx?id=1369>

Ciljevi budućeg razvoja turizma u Istarskoj županiji usmjereni su na racionalno i postupno korištenje raspoloživih resursa za razvoj turizma. Uz daljnji razvoj turizma je vezan poseban naglasak na očuvanje prostora, osobito glede zaštite okoliša. Želja je pozicioniranje istarskog turističkog gospodarstva na međunarodnom tržištu te povećanja ukupne sektorske učinkovitosti.

Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju, odnosno na revitalizaciji već postojeće tradicijske gradnje, odnosno baštine, kojoj se daje nova turistička namjena. Ovaj oblik turizma nema potrebu za izgradnjom novih kapaciteta, već, dapače, susreće se s izazovima kako na najbolji i najkvalitetniji način iskoristiti postojeće strukture.

Prema podacima iz 2010. godine oko 400 objekata s 3100 kreveta, svrstani su u istarska agroturistička gospodarstva gdje se mogu kušati tradicionalni specijaliteti spravljani na izvoran, domaći način i to proizvodima vlastite proizvodnje, ruralnim kućama za odmor, ruralnim obiteljskim hotelima, sobama i apartmanima u seoskim domaćinstvima. Danas je u Istarskoj županiji registrirano 250 domaćinstava različitih kategorija. Današnji turist sa željom da na svom putovanju doživi mnoga iskustva seoskog života najviše traže ruralne kuće za odmor, a u posljednje je vrijeme popularan i smještaj kod domaćina, 'ruralni B&B'. I seoski turizam Istre, kao i cijele države, na svojevrsnoj je prekretnici, odnosno pitanje je hoće li, kako je to na početku i zamišljeno, biti turizam malih serija, za manje grupe gostiju koji će konzumirati proizvode uzgojene na samom gospodarstvu, ili će se u potpunosti pretvoriti u 'masovku' (a sve ide prema tome) gdje će se gostima servirati kupovne namirnice.⁴¹

Novi razvojni model ruralnog turizma sasvim je precizno definiran u dokumentu Master plan razvoja turizma Istre; 2004.-2012., koji putem pet temeljnih elemenata (razvojni model, plan konkurentnosti, investicijske potrebe i mogućnosti, marketing plan te plan implementacije) nalaže precizan hodogram aktivnosti novog strateškog opredjeljenja razvoja turizma Istre. U agroturizmu Istarske županije do sada uspješno je oblikovano i ostvareno nekoliko programa i projekata od kojih su najznačajniji:⁴²

- Vinske ceste Istre- danas možemo smatrati kao jedan prepoznatljiv i uobličen turistički proizvod koji se iz godine u godinu upotpunjuje i usavršava.

⁴¹ <http://www.agroklub.com/seoski-turizam/sve-popularniji-istarski-agroturizam/3397/>

⁴² http://www.istra-istria.hr/uploads/media/Ruralni_razvoj_2008-2013sazetak.pdf

- Gastro vodič Istre- ima važnu ulogu u strateškom razvoju nove koncepcije turizma. Svojim multiplikativnim učincima projekt je izvrsno nadovezao i pripojio ostale (kompatibilne) razvojne projekte poput agroturizma, vinskih cesta, cesta maslinova ulja, Wine daya, Dana tartufa, bike staza itd u integralni turistički proizvod).
- Ceste maslinova ulja Istre- jedan su od potencijalno izuzetno atraktivnih turističkih proizvoda. Osnovni je cilj promocija maslina, maslinova ulja i proizvoda od maslina te njegova turistička prezentacija koja se sastoji u revalorizaciji, razvoju i njezi maslinarstva u Istri.
- Bike turizam u Istri- je specifičan projekt jer sadrži vrlo bitan element objedinjavanja svih razvojnih projekata u jedinstvenu cjelinu. Temelji se na očuvanoj prirodnoj okolini, kulturno-povijesnoj baštini te visokom stupnju ekološke svijesti. Proizašao je kao logičan slijed ubrzanog razvoja urbanih i industrijskih sredina, koje su često u neposrednom konfliktu s najugroženijom vrstom našeg planeta - vrijednim prirodnim i kulturnim blagodatima.
- Golf u Istri- golf projekt podrazumijeva izgradnju, ne samo golf igrališta već kompletnih golf centara s mnogostrukim pratećim i smještajnim sadržajima. To znači otvaranje novih tržišta, dolazak novih gostiju te u konačnici stvaranje sasvim novog imidža Istre kao turističke regije.

5. KULTURNI TURIZAM

Kulturni turizam ima dugu povijest, a sa svojim korijenima u Grand Touru nesumnjivo je izvorni oblik turizma. Svjetska turistička organizacija, na primjer, utvrdila je da kulturni turizam čini 37% globalnog turizma i predviđa da će rasti po stopi od 15% godišnje. Takve se brojke često navode u studijama tržišta kulturnog turizma (npr. Bywater, 1993.), ali rijetko se potkrepljuju empirijskim istraživanjima. Početak razvoja kulturnog turizma istraživačima je i dan danas nepoznata činjenica iz razloga što se svako putovanje može okarakterizirati kao kulturno, jer svaki putnik, dolaskom u drugo mjesto upoznaje njegovu kulturu, namjerno ili slučajno. Osim toga, za prve se individualne putnike još iz pretkolumbovskog doba može reći da su bili kulturni turisti jer je osnovni motiv uz ratovanje i vjeru bio upoznavanje starih kultura i destinacija.

Kako bi se jasno definirao pojam kulturnog turizma prvo je potrebno osnovno razumijevanje dvije složene definicije kulture i turizma. Međutim, trebalo bi imati na umu da prepoznavanje dva pojma kulture i turizma odvojeno smatra se preduvjetom za definiranje kulturnog turizma. U usporedbi sa širokim pojmom kulture, turizam je možda lakši termin za rješavanje. Poznate definicije turizma su podijeljene u dvije kategorije; „konceptualna“ definicija turizma koja se bavi suštinskim značenjem turizma i „tehnička“ definicija turizma usmjerena na ocjenjivanje i mjerenje vrijednosti turizma koja je posebno varijabilna u različitim zemljama. Općenito se na kulturu gleda kao na složenu cjelinu, koja donosi objedinjujući koncept za uvelike raznolike načine života. Po definiciji E. B. Tylora, koja se smatra prvom znanstvenom i najširokom definicijom, kultura se odnosi na znanje, vjeru, umjetnost, moral, zakone i običaje. Tomu rasponu valja dodati da se, u suprotnosti s današnjim duhovnim značenjem koje ju vezuje za simbolički svijet odvojen od tjelesnih potreba, ona prvotno odnosila na materijalni proces kolonizacije, štovanja, obradbe i oplođivanja zemlje.

Sinonim pojma kulturnog turizma predstavljaju skupine turista koje pokreću motivi i potrebe da na svojem putovanju temeljitije upoznaju ljude, njihovu tradiciju, kulturu i spomeničku baštinu.

Kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.⁴³

Takva vrsta turizma u kojem su cilj turističkih posjeta muzejima, izložbama, koncertima, ili je pak vezana uz materijalnu, izgrađenu baštinu, od religijskih spomenika do svjetovne arhitekture podrazumijeva kulturni turizam. Zbog toga ima pozitivne učinke na iste što doprinosi njihovom održavanju i očuvanju. Ovaj oblik turizma u stvari opravdava napore održavanje i očuvanje kulturne baštine te je ujedno zabavno i edukativno iskustvo koje kombinira umjetnost s prirodnom i društvenom baštinom te poviješću. Kulturni turizam je turistički izbor koji educira ljude o aspektima izvedbe, umjetnosti, arhitekture i povijesti te se zasniva na mozaiku lokaliteta, tradicija, umjetničkih oblika, slavlja i iskustava određene destinacije. Kulturni turizam jest putovanje usmjereno prema iskustvu umjetnosti, baštine i posebnih osobina destinacije.

Kada govorimo o tipologiji kulturnog turizma, s obzirom na njegovu raznolikost i složenost, on se može podijeliti u nekoliko podsektora ili tipologija:⁴⁴

- turizam naslijeđa
- turizam umjetnosti
- kreativni turizam
- urbani kulturni turizam
- ruralni kulturni turizam
- domorodački turizam

Važna karakteristika koja utječe na gospodarstvo svake zemlje jest održivost. Kako smo prije spominjali važnost održivosti u ruralnom turizmu tako je bitno da je spomenemo i u kulturnom turizmu. Održivost je kompleksan zadatak razvoja kulturnog turizma gdje se podrazumijeva posvećivanje jednake pažnje korištenju i očuvanju kulturnih dobara. Budući da se u ovom procesu isprepliću i u njemu aktivno sudjeluju različiti sudionici koji mu pristupaju s različitih pozicija i s različitim, često suprotnim, interesima možemo zaključiti da su turizam i racionalno upravljanje kulturnim dobrima u čvrstom odnosu, te jedan određuje drugi i utječe na njega i obrnuto. Održivo korištenje kulturne baštine podrazumijeva njezinu

⁴³ Richards, G.: 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. U: Planning Cultural Tourism in Europe; Dodd, D. i Van Hemel, A., ur.; Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, 1999. str. 17.

⁴⁴ Smith, M.K., Issues in Global Cultural Tourism, London: Routledge, 2009, str. 17

zaštitu, korištenje, te osiguravanje održivosti kulturne baštine koje ujedno omogućuje dodatno financiranje iz drugih izvora.

Studija o održivom turizmu, baziranom na prirodnoj i kulturnoj baštini objavljena od strane Europske unije, prepoznaje tri stupa:⁴⁵

- ekonomski – ovdje se daje definicija održivosti turizma i poduzetništva, te njihov međusobni utjecaj, dostupnost radne snage, prirodni resursi, ekonomska kohezija, blagostanje, te financijska dobit.
- društveni – mogućnost zapošljavanja, kvalitetan turizam, doprinos razvoju čovječanstva, socijalna pravda, etično ponašanje, poštivanje domaćeg stanovništva, te se i kod društvenog stupa kao i kod ekonomskog navodi kohezija, u ovom slučaju društvena.
- ekološki - održivost u domeni okoliša iskazuje se u ekološko prihvatljivoj proizvodnji i konzumaciji u čitavom lancu turizma i u održivom upravljanju, zaštiti i konzervaciji prirodnih resursa.

Osim o održivosti u kulturnom turizmu, možemo navesti i neke prednosti i nedostatke kulturnog turizma na samu destinaciju.

Među pozitivne učinke razvoja kulturnog turizma u destinaciji mogu se ubrojiti:⁴⁶

- povećanje potrošnje i produljenje boravka
- privlačenje turista veće platežne moći
- produljenje sezone u smislu stvaranja potražnje u manje poznatim turističkim destinacijama
- očuvanje kulturnih vrijednosti lokaliteta i kulturnog identiteta
- revitalizacija gradskih sredina u ulozi turističke razvojne infrastrukture, prvenstveno kada je riječ o kulturnom turizmu
- aktiviranje djelatnosti komplementarne kulturnim događanjima, kao i niza popratnih djelatnosti
- dodatni izvori prihoda kulturnim institucijama i povećanje broja posjetitelja
- povećava zadovoljstvo boravka u destinaciji

⁴⁵ Vizjak, A.: Značenje kulture u turizmu Europe. Turizam. 46 (1998), 5/6; str. 294.

⁴⁶ Vrtiprah, V.: Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. Ekonomska misao i praksa. 15 (2006), 2; str. 285

- dodatno zapošljavanje, posebno kulturnih djelatnika i umjetnika
- poboljšanje imidža turističke destinacije obogaćivanjem turističke ponude kulturnim atrakcijama
- proširivanje znanja o vlastitim kulturnim vrijednostima i obogaćivanje kvalitete kulturnog života lokalnog stanovništva

Najčešći negativni učinci razvoja kulturnog turizma u destinaciji su:⁴⁷

- pretjerana eksploatacija kulturnih resursa dovodi do njihove saturacije i pada turističke atraktivnosti
- turistička eksploatacija kulturnih resursa kroz vrijeme dovodi do postupnog gubljenja autentičnosti i uzrokuje ireverzibilne promjene
- štete učinjene na kulturno-povijesnim spomenicima,
- slabljenje kulturnog identiteta sredine u koju gosti dolaze.

5.1. Kulturni turizam u Hrvatskoj

Smještena između Balkana i Srednje Europe, Hrvatska predstavlja zemlju velike prirodne raznolikosti i bogate kulturne baštine. Hrvatski kulturni turizam oslanja se na šarmantnu suprotnost kontrasta. Venecijanske palače sjede pored napoleonskih utvrda, bečke vile suočene su sa socrealističkom skulpturom, a ranoslavenske crkve sagrađene na mjestima drevnih rimskih naselja nude nebrojene mogućnosti razgledavanja. Hrvatski muzeji predstavljaju glavne etape povijesti Europe. Safirska morska voda zemlje i duga obala prošarana otocima privlače posjetitelje, kao i brojni rezervati prirode, marine, drevni utvrđeni gradovi te pješčane i stjenovite plaže. Posljednjih je godina hrvatska obala postala poznato središte nautičkog turizma i naturizma i perspektivno je ronilačko odredište. Planinari istražuju vanjske krajolike kanjona, podzemne špilje, dramatične slapove, kamene vrhove i slikovita jezera Dinarskih Alpa koja zagrljaju obalu. Unutrašnja područja predstavljaju planinska odmarališta, nacionalne parkove, borove šume, vinograde i lječilišta.

U Hrvatskoj kulturni turizam sve intenzivnije zaokuplja pažnju ne samo zaposlenika u turizmu, već i kulture. Brojne konferencije, sastanci i radionice dio svog programa sve više posvećuju kulturnom turizmu, a njegovom se razvoju pristupa sustavno, stvarajući strategiju

⁴⁷ Koncul, N.: Položaj turizma u globalnim i europskim integracijskim procesima. Naše more. 51(2004), 5/6 ; str. 211.

razvoja kulturnog turizma i njezinu provedbu putem Ureda za kulturni turizam i Udruge kulturnog turizma u Hrvatskoj Gospodarskoj komori. Razvojem kulturnog turizma, turistički sektor teži obogaćivanjem turističke ponude kako bi prevladao strukturne probleme hrvatskog turizma, poput snažne sezonalnosti i zemljopisne koncentracije potražnje duž jadranske obale, dok je interes za kulturni sektor kroz financijske učinke koji proizlaze iz njegovog učinkovitog uključivanja u turističku industriju. Čini se da turisti koji su klasificirani kao "kulturni turisti" imaju prihode puno veće od prosječnih turista i troše više novca na ljetovanje (ne samo u kulturne svrhe, već na cijelo putovanje). Razvoj kulturnog turizma posebno je važan za one destinacije koje nemaju vlastiti imidž ili imidž nije dovoljno izgrađen da bi bio prepoznat na tržištu. WTO predviđa porast potražnje u sektoru kulturnog turizma za 15% godišnje do 2020. godine, a opseg poslovanja tržišnog sektora od 50 milijardi EUR godišnje.

S gledišta UNECO-ve liste svjetske batine važno je spomenuti: ⁴⁸

- Ranokršćanski kompleks Eufrazijeve bazilike u Poreču;
- Povijesnu jezgru Trogira;
- Dioklecijanova palača i srednjovjekovni Split;
- Stari grad Dubrovnik;
- Katedralu Sv. Jakova u Šibeniku;
- Starigradsko polje na Hvaru.

Republika Hrvatska susreće se s brojnim problemima u okviru kulturnog turizma, a to su: ⁴⁹

- Nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika – evidencija posjetitelja kulturnim ustanovama, lokalitetima i sličnim elementima, što utječe na problem upravljanja razvojem kulturnog turizma;
- Nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnom menadžmentu – nedovoljno multidisciplinarno obrazovanih stručnjaka, zastarjeli sustav obrazovanja koji nije prilagođen potrebama gospodarstva i turizma te nepostojanje dovoljne razine suradnje obrazovnih institucija i ostalih organizacija te poslovnih subjekata;
- Centraliziranost i birokratizacija postupaka – otežavaju, onemogućuju i odvrćaju potencijalnog inicijatora u njegovoj realizaciji;

⁴⁸ UNESCO (2016.): „Croatia“; <http://whc.unesco.org/en/statesparties/hr>, 25. studeni 2016

⁴⁹ IZTZ (2003.): „Strategija razvoja kulturnog turizma“; <http://www.rera.hr/Portals/0/docs/euturizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>, 25. studeni 2016.

- Nepostojanje prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda – nekreativnost kulturnih i turističkih djelatnika, nedovoljna znanja iz kulture i turizma, nezainteresiranost i neaktivnost lokalne razine, odnosno gospodarskih subjekata;
- Površno znanje lokalnog stanovništva o vlastitoj baštini – nerazumjevanje kulturnog turizma;
- Nedovoljna ili loše organizirana promidžba – posebno na međunarodnom turističkom tržištu;
- Nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma – jedan od vodećih problema koji usporava razvoj ovog turizma;
- Nepostojanje savjetodavne institucije za organizatore kulturno-turističkih inicijativa – problematika podrške i informiranja;
- Slaba izvansmještajna turistička ponuda, problematika označavanja i signalizacije lokaliteta, loša uređenost, nedostunost mnogih lokaliteta, problem revitalizacije i valorizacije i slično.

Swot analiza kulturnog turizma u Hrvatskoj

Snaga	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> - bogata kulturna baština i povijest - izgrađen je velik broj novih muzeja - moderniziran velik broj muzejskih postava - potražnja za proizvodima kulturnog turizma u RH postoji te je slična onoj u europskim zemljama - blizina raznovrsne ponude 	<ul style="list-style-type: none"> - spora prilagodba trendovima - nedovoljno iskorišteni kulturni resursi - neodgovarajuća kvaliteta radne snage - nedostatak kulturnih sadržaja izvan ljetne sezone - slaba promocija baštine
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> - valorizacija baštine - oživljavanje starogradske jezge gradova - projekti strategija razvoja kulturnog turizma - ulaganje u kulturnu baštinu i druge proizvode kulturnog turizma iz Eu fondova 	<ul style="list-style-type: none"> - nedovoljno ulaganje u održavanje kulturne baštine - degradacija baštine - nedovoljno iskorištenost EU fondova - gubitak kulturnog identiteta lokalnog stanovništva (ribara u obalnim gradovima, poljoprivrednike u selima i sl.)

5.2. Gradovi kulture u Hrvatskoj

S obzirom na bogatu povijest, organiziranost i kulturnoturistički potencijal, Hrvatska se može pohvaliti s nekoliko gradova koji slove kao kulturni gradovi. To ne znači da oni imaju kvalitetno ustrojenu ponudu kulturnog turizma, ali imaju izniman potencijal te provode neke konkretne aktivnosti u tom pravcu. Primjeri takvih gradova su Rijeka, Varaždin, Zagreb, Zadar i Pula.

5.2.1 Zagreb

Arheološka otkrića koja datiraju iz oko 35 000 godina p.n.e. tijekom kamenog doba otkriveni su u okolici današnjeg Zagreba, dok kasniji nalazi pokazuju dokaze Ilira u ovaj dio Europe. Kelti su se kasnije doselili s dalekog sjevera, vjerojatno u četvrtom stoljeću prije Krista. Naslijedili su ih Rimljani koji su izgradili veliko urbano središte zvano Andautonia i čiji su ostaci sačuvani u arheološkom parku Šćitarjevo. Zagreb kakav danas poznajemo, što će reći njegovo povijesno središte, datira iz srednjeg vijeka, a naselja na dva brda: svjetovni Gradec, danas poznat kao Gornji grad; i crkveni Kaptol. Prvi pisani podaci o Zagrebu datiraju iz 1094. godine kada je mađarski kralj Ladislav na putu prema Jadranskom moru uspostavio kaptolsku biskupiju. Zagrebačka katedrala i dalje dominira horizontom svojim neogotičkim stilom, dok su renesansni zidovi koji je okružuju rijetki sačuvani primjeri te vrste u ovom dijelu Europe.

Zagreb uživa bogat kulturni život. U gradu je aktivno oko 30 kazališta, neka s redovnim programima, neka povremena. Zajedno s 30-ak muzeja, velikim brojem galerija i brojnim kazališnim, glazbenim i plesnim festivalima, sve to čini Zagreb umjetničkim gradom. Od klasične do alternativne, od amaterske do profesionalne, od privatne do javne, ova različita umjetnička mjesta odražavaju visoku razinu kulturne svijesti. Hrvatsko narodno kazalište nacionalni je dom baleta, opere i drame. Od svih koncertnih dvorana najistaknutiji je Vatroslav Lisinski, nazvan po skladatelju prve hrvatske opere. U kazalištu Komedijska nalaze se operete i mjuzikli, rock i pop opere; brzi humor i satira postavljaju se u Kerempuhu, a suvremene produkcije prikazuju se u Gavelli, ZKM-u, ITD-u i EXIT-u.

Svjetski festival animiranog filma Animafest drugi je najstariji takve vrste u Europi. Glazbeni bienale, Festival plesnog tjedna i Eurokaz, međunarodni festival modernog

kazališta, na zagrebačke pozornice dovode izvođače iz cijelog svijeta. Kao što smo već vidjeli, povijest, umjetnost i kultura Zagreba, Hrvatske i Europe ogledaju se u arhitekturi grada, kao i u raznim muzejima. Arheološki muzej sadrži misterioznu mumiju žene iz Tebe u Egiptu, zamotanu u posteljinu - najduži tekst na etruščanskom koji još treba dešifrirati. Muzej grada Zagreba donosi suvremenu interpretaciju povijesnih događaja u gradu od pretpovijesti do danas. Muzej za umjetnost i obrt osnovan je zajedno sa školom u istoj disciplini u drugoj polovici 19. stoljeća, oboje osnovanim radi očuvanja tradicionalnih vrijednosti zanatstva. Jedinstvena kolekcija iz različitih područja i razdoblja izložena je u Muzeju Mimara od održavanja Sveučilišnih igara u Zagrebu 1987. godine.

Kao kulturno povijesna mjesta vrijedna posjeta možemo navesti:

Katedrala Uznesenja Blažene Djevice Marije izgrađena u 11. stoljeću, ova veličanstvena katedrala, djelomično srušena nakon potresa 1880. godine, ima novo lice otkako je austrijski arhitekt Hermann Bolle dodao dvije velike kule / strijele koje ovu katedralu čine simbolom Zagreba. Herman Bolle radio je i na dva druga simbola grada Zagreba: groblju Mirogoj i crkvi sv. Unutar katedrale nalazi se grob kardinala Stepinca, zagrebačkog nadbiskupa od 1946. do 1960., godine njegove smrti. Grobnica je napravljena 1991. godine kada je Hrvatska postala neovisna. To je bio način prepoznavanja važnosti tog čovjeka koji je vrijedno radio za neovisnost svoje zemlje i proveo 15 godina u zatvoru jer ga je jugoslavenski komunistički režim osudio za promicanje hrvatskog jezika. Katedrala ima i jedno od najvećih orgulja u Europi.

Slika br. 3 Katedrala Uznesenja Blažene Djevice Marije u Zagrebu



Gornji grad pun je šarma i okuplja mnogo zagrebačkih zanimljivosti poput tržnice Dolac, crkve sv. Marka, muzeja prekinutih odnosa, Kamenita vrata (Kamena vrata) i katedrale (Kaptol). Gornji grad je uzbudljiv i miran u isto vrijeme. To je poput "uspavane ljepotice" koja nudi svoje čari i zaustavlja vrijeme kako biste uživali u njegovoj ljepoti i bogatstvu. Trg sv. Marka simbol je gornjeg grada i grada Zagreba. U središtu trga nalazi se crkva sv. Marka, poznata po krovu koji predstavlja grbove Trojnog kraljevstva (Hrvatska, Dalmacija i Slavonija) i grba grada Zagreba. Arhitekt koji je napravio ovaj krov je poznati Herman Bolle koji je također vodio obnovu Katedrale i groblja Mirogoj.

Slika br. 4 Crkva sv. Marka u Zagrebu



Park Maksimir je jedan od najljepših urbanih parkova u Europi. Izabran za jedan od najljepših urbanih parkova u Europi, maksimirski park je ono što zovete na francuskom "un poumon vert" gdje se hrvatske obitelji okupljaju u ugodnim šetnjama ili vožnjama. Park nudi prekrasne perspektive i toliko je velik da ćete lako pronaći male mirne kutove posvuda. Obiteljima preporučujemo izlet u zoološki vrt (ulaznica i mogući dosjei) s više od 275 životinjskih vrsta sada, kada su na početku bile samo tri lisice i nekoliko sova.

Kula Lotrščak izgrađena kako bi čuvala južna vrata gradskog zida Gradec, datira iz 13. stoljeća i dugo je bila jedna od najprepoznatljivijih znamenitosti Zagreba. Legenda kaže da je ovaj veliki, četvrtasti romanički toranj jednom držao zvono koje je zvonilo svake noći prije zatvaranja vrata kako bi upozorilo stanovnike izvan zidina da se vrate (svi koji su ostali vani morali bi ostati tamo preko noći). U 19. stoljeću na toranj su dodani četvrti kat i prozori, a na krov mu je postavljen top koji je u međuvremenu pucao svaki dan u podne. Posjetitelji se mogu popeti na toranj za zadivljujući pogled na grad i posjetiti njegovu izložbenu galeriju i trgovine suvenirima.

5.2.2 Dubrovnik

Smješten na dalmatinskoj obali, postao je važna mediteranska sila od 13. stoljeća nadalje. Iako teško oštećen potresom 1667. godine, Dubrovnik je uspio sačuvati svoje prekrasne gotičke, renesansne i barokne crkve, samostane, palače i fontane. Oštećen ponovno devedesetih godina oružanih sukoba, sada je u središtu važnog programa obnove koji koordinira UNESCO.

Stari grad Dubrovnik je kasno srednjovjekovni grad opasan zidinama poznat po gotičkim, renesansnim i baroknim spomenicima. Razvio se pod imenom "Ragusa" od 14. stoljeća kao pomorski grad-država. U svojim procvatima tijekom 15. i 16. stoljeća bio je suparnik Veneciji. Razorni potres 1667. uništio je većinu njegovih javnih zgrada i okončao prosperitet grada. Dubrovačke gradske zidine, koje su uglavnom bile tijekom 12.-17. stoljeća, potpuno su netaknute. Oni okružuju veći dio Starog grada, a dugački su gotovo 2 km.

Utvrde grada s moćnim bedemima dužine 2 km, visine 25 m i 16 stražarskih kula okružuju riznicu arhitektonskih i kulturnih remek-djela savjesno sačuvanih tijekom stoljeća - poput franjevačkog samostana Dubrovnik - pogled na grad i luku obzidanu 14. stoljeća s jednom od najstarijih ljekarni u Europi ili katedralom sv. Vlaha, Gotičkom Kneževom palačom i dominikanskim samostanom koji su sagrađeni u 15. stoljeću. Užitek je prošetati uskim starim ulicama ili se zaustaviti u jednom od brojnih restorana i kafića koji pozivaju na odmor i uživanje u štihi grada i obilnoj, ukusnoj hrvatskoj kuhinji. Ako hodate po bedemu oko grada i penjete se na kule tvrđava, uživat ćete u panoramskom pogledu na stari grad sa zidinama i drevnim krovovima, luku i slikovito okruženje. Drevni grad Dubrovnik s brojnim povijesnim spomenicima 14. i 15. stoljeća nalazi se na UNESCO-vom popisu svjetske kulturne baštine.

Slika br. 5 Dubrovačke gradske zidine



5.2.3 Zadar

Zadar je urbano središte sjeverne Dalmacije kao administrativno, gospodarsko, kulturno i političko središte regije. Obala je posebno razvedena, otoci i netaknuta priroda mame mnoge nautičare u ove krajeve. Arhipelag broji 24 veća i oko 300 manjih otočića i stijena, 3 parka prirode - Telašćica, Velebit i Vransko jezero i 5 nacionalnih parkova - Paklenica, Plitvička jezera, Kornati, Krka i Sjeverni Velebit svrstavajući Zadar i okolicu na sam vrh hrvatska turistička ponuda.

Za Zadar se čulo zahvaljujući morskim orguljama i pozdravu Suncu, ali Zadar je puno više. Ironično, ove dvije instalacije imaju više značenja za većinu turista od više od 3000 godina starog Foruma udaljenog samo 100 metara. Zadar je pun povijesti, bogate povijesti. Zadar je najstariji kontinuirano naseljeni hrvatski grad. Teško je odabrati što prvo vidjeti, crkvu sv. Donata iz 9. stoljeća, rumunjski forum ili samo šetati tisućama godina starim ulicama. Zadar je mnogo više od mora i sunca, ali to dvoje povezano je u najljepši zalazak sunca na svijetu. Barem prema Alfredu Hitchcocku. Povodom posjeta Zadru, u svibnju 1964., dok je promatrao luksuznu igru sunca, Maestro je rekao: »Zadar ima najljepši zalazak sunca na svijetu, ljepši od onoga u Key Westu, na Floridi, pljeskom svake večeri. «

Prošlost je ostavila tragove na svakom koraku, uključujući crkvenu arhitekturu. U Zadru, između ostalih, postoje crkve kao što su: crkva sv. Donata, crkva i samostan sv. Marije, katedrala sv. Anastazije, crkva sv. Krizogona, crkva sv. Franje, crkva Gospe od Zdravlja, crkva sv. Andrije i sv. Petra starijeg, crkva sv. Ilije proroka, crkva i samostan sv. Mihovila, crkva sv. Dominika, kao i ostaci crkve sv. Crkve Svete Nediljice i Stomorice iz ranog srednjeg vijeka. Naime, to su najreprezentativnije i najmonumentalnije crkvene građevine, koje svjedoče o uistinu dinamičnom i stalnom duhovnom životu grada.

Slika br. 6 Crkva sv. Donata u Zadru



5.2.4 Rijeka

Rijeka je tijekom predsjedanja Europskom unijom 2020. godine bila prijestolnica kulture EU-a. Rijeka je grad najveće hrvatske luke i ima povijest raznolikosti i kulturnog suživota. Rijeka je bila glavni grad kulture EU-a, ulažući sredstva u kulturu i kulturnu baštinu, obraćajući posebnu pozornost na socijalnu dimenziju, smatrajući kulturu jednim od glavnih alata za urbanu i ekonomsku obnovu. Takva ulaganja uključuju obnovu zgrada, kulturni kalendar i snažan naglasak na obrazovanju.

U bivšoj tvornici Rikarda Benčića u Krešimirovoj ulici u Rijeci obnavljaju se tri zgrade industrijske baštine koje će se prenamijeniti u kulturne zgrade u kojima će se nalaziti: Gradski muzej Rijeka, Gradska knjižnica Rijeka i Dječja kuća, prva zgrada svog vrsta u Hrvatskoj, posvećena razvoju kreativnosti u djece. Muzej moderne i suvremene umjetnosti već se uselio u kompleks Benčić, koji je obnovljen u prvoj fazi, i nastavit će se proširiti na preostala područja u sadašnjoj zgradi. Brod Galeb također se obnavlja i preuređuje u muzejski brod, kulturnu i turističku atrakciju Rijeke.

Kulturni program 2020. godine predstavlja Rijeku i njezine prepoznatljive značajke u Europi, istodobno stavljajući u prvi plan aktualna europska kulturna i socijalna pitanja. Tri glavne programske teme odabrane su kao simboli isprepletenih identiteta Rijeke i suvremene Europe: voda, rad i migracije. Te se teme pojavljuju u programu na razne načine - izložbe, predstave, opere, konferencije, koncerti, festivali, posjeti međunarodnih i hrvatskih umjetnika, projekti lokalnih udruga, obnova prostora i postavljanje skulptura, promocije knjiga i susresti se i pozdraviti s građanima Rijeke, regije, Hrvatske i Europe.

Nakon uživanja u prirodi, pogled se proteže bezbrojnim detaljima, koje su franjevci pažljivo sačuvali, čuvajući Svetište Gospe Trsatske, jedno od najstarijih marijanskih svetišta u Hrvatskoj. Dvorac Trsat Frankopana obnovio je u 19. stoljeću Laval Graf Nugent kao obiteljski mauzolej. Smatra se da se dvorac nalazi na točno mjestu stare ilirske i rimske utvrde. U jednoj od crkava pokopan je hrvatski plemić Vuk Krsto Frankopan. Dvorište dvorca sada je pretvoreno u restoran te to mjesto posjećuju mnogi turisti jer je baš taj dvorac tijekom ljetnih mjeseci riječko kulturno-umjetničko središte s brojnim izložbama, koncertima, kazališnim predstavama i zabavnim programima, u zimskom periodu se održava advent koji također privlači mnogobrojne domaće i strane turiste. U svim ostalim mjesecima godine idealno je šetalište za susret s morem i Rijekom iz perspektive galeba. Trsat je jedno

od onih mjesta na kojima se pogled oka podudara sa širinom koja se otvara u nečijem duhu. Plavo more ispred Rijeke, koje puca pred očima posjetitelja kad se penju stepenicama do starog grada, priprema marijanske hodočasnike za njihovo unutarnje putovanje. Trsatski dvorac se nalazi na 110 metara nadmorske visine. No, Trsat otvara i druge vidike, mjesto je bogate kulturne baštine i kao takav idealno šetalište za tijelo i dušu.

Slika br. 7 Trsatski dvorac



5.2.5 Varaždin

Zbog svog povijesnog razvitka i geografskog položaja, ali i gospodarskog razvoja te njime uvjetovanih društvenih i socijalnih trendova, Varaždin je bazično destinacija – kulturnog (urbanog) turizma.

Otpriblike sat vremena sjeverno od Zagreba, velik dio oblika povijesne jezgre Varaždina zaslužan je za vrijeme glavnog grada kraljevine Hrvatske, s plemićima koji grade velike kuće kako bi bili blizu sjedišta moći. Varaždin je još jedno kopneno mjesto koje bi moglo imati koristi od više posjetitelja te je jedna od najposjećenijih turističkih destinacija kontinentalne Hrvatske, a trajna ulaganja u razvoj gospodarstva, komunalnu infrastrukturu i društveni standard čine ga iz godine u godinu sve kvalitetnijom turističkom destinacijom. Ono po čemu se Varaždin razlikuje od drugih gradova, njegova je izuzetna spomenička i umjetnička baština s najočuvanijom i najbogatijom baroknom urbanom cjelinom. Uz kompleks Starog grada na srazmerno malom prostoru ostale su jako dobro očuvane palače, javne zgrade, vrijedne kuće i vile u stilu baroka, klasicizma, rokokoja, secesije te jedna od najstarijih europskih gradskih vijećnica. Kao kulturno-povijesna naslijeđa možemo izdvojiti:

- Dvorac Veliki Tabor koji potječe iz 15. i 16. stoljeća i zadržava veći dio svog izgleda iz tog doba. U njemu se nalazi muzej s nekoliko izložbi i igra domaćin godišnjeg međunarodnog festivala kratkog filma.

Slika br. 8 Dvorac Veliki Tabor



- Tvrđava Stari grad - Ova gotičko-renesansna utvrda, koja je nekoliko puta građena i obnovljena od 14. do 19. stoljeća, dom je Odjela za kulturu i povijest u sklopu Gradskog muzeja Varaždin od 1925. I tvrđava i postav svjedočili su nekoliko obnova ali onaj koji se dogodio između 1983. i 1989. bio najopsežniji. Stari grad djelomično je zadržao oblik ambijentalnog muzeja, gdje su neki fondovi prikazani kroz zbirke, a neki kroz prostorije oblikovane u stilskom stilu. Osim prstenova, žezla i povijesnih dokumenata, Muzej prikazuje i vrijedne cehovske zbirke, topove, kamene spomenike te obostrano i vatreno oružje. U travnju 2007. otvoreno je novo muzejsko odjeljenje s 400 predmeta iz kolekcije stakla, keramike i satova.
- Varaždinsko groblje - Ne samo da su Varaždinci ponosni na svoj grad, već su ponosni i na svoje groblje, koje nije tužno mjesto kakvo je obično groblje, već je to park prirode pod prostornom zaštitom. Za razliku od drugih groblja, Varaždinsko groblje je osmislila vizionarska duša zvana Herman Haller 1905. godine. Haller, koji nije samo dizajnirao odmorište mrtvih, već izvanredan primjer krajobrazne arhitekture i spomenika prirode. Od 2003. godine registrirana je kao nepokretna baština koja ima sve karakteristike kulturne baštine. Varaždinsko groblje osnovano je 1773. godine, nakon što je kraljica Marija Terezija zabranu pokopa mrtvih unutar gradskih zidina izdala 1768. godine. Varaždinci vole šetati grobljem i radije ga koristiti kao park. Po mnogima, posebno starijim ljudima, groblje je i dalje najljepši park u gradu.

Varaždinsko groblje mirna je zelena oaza koja ostavlja posjetitelje na jedinstven dojam koji će im ostati u mislima dugo, dugo. Idealno je mjesto za odmor za posjetitelje zbog botaničkog sastava breza, cvijeća, trave i visokih čempresa koji omogućuju nježnu igru svjetla i sjene.

Festival Varaždinske barokne večeri najznačajnija je glazbeno-scenska priredba središnje Hrvatske, osnovana 1971., a danas je kao specijalizirani festival rane glazbe jedan od najeminentnijih festivala te vrste u svijetu. Ministarstvo kulture RH radi njegove iznimne kvalitete dodijelilo mu je nacionalni značaj prije 20 godina te je festival redovito održavan pod pokroviteljstvom Predsjednika Republike Hrvatske.

ZAKLJUČAK

U ukupnoj turističkoj ponudi apsolutna prednost je dana jadranskom turizmu. Međutim, to ne isključuje potrebu i mogućnost razvitka turizma na kontinentalnom prostoru i o upravo zbog razloga koji su u ovome radu izloženi, a odnose se na mogućnosti kojima ti dijelovi zemlje raspolažu. Kontinentalni turizam svakako ima svoje mjesto, iako je njegov udio relativno malen u odnosu na glavni turistički proizvod. Unutrašnji dio Istre također ne predstavlja veliki udio u turističkom prometu, riječ je o samo nekoliko postotaka. Ali taj oblik turizma predstavlja jedan novi proizvod koji oplemenjuje onaj glavni proizvod. Na isti način gledamo i turizam u kontinentalnom dijelu države. Imamo Liku i Gorski kotar, također i Slavoniju koja ima izniman potencijal uz Dunav. Upravo Dunav omogućuje integraciju s područjima uzvodno i nizvodno, razvijaju se određeni projekti pod okriljem različitih europskih strategija. Jedno vrijeme vrlo aktualni su bili riječni kruzeri koji svojim daljnjim razvitkom mogu puno pridonijeti razvoju kontinentalnih dijelova uz velike rijeke poput Dunava koje omogućavaju povezivanje Hrvatske s ostalim državama koje imaju tokove tih rijeka.

Zdravstveni turizam kao poseban oblik turističke ponude, usprkos bogatstvu prirodnih elemenata i dugogodišnjoj tradiciji nije poprimio značajne razvojne i poslovne dimenzije. Bez obzira na specifičnost svoje ponude zdravstveni turizam može biti jedan od glavnih činitelja razvoja i poslovne ekspanzije cjelokupnog turizma. Međutim, za doseg određenog stupnja razvoja zdravstvenog turizma potreban je veći razvoj svih pratećih djelatnosti ali i ljudske poslovnosti i kreativnosti.

No ako ćemo se fokusirati samo na dio Slavonije, onda možemo reći da Osijek, Baranja i Kopački rit, uz Ilok, Vukovar i Vučedol, zajedno s Vinkovcima, predstavlja jedan izniman potencijal za kontinentalni turizam. Njihove razne manifestacije poput Vinkovačkih jeseni, Osječke ljetne noći i mnoge druge privlače mnoge domaće turiste ali njihovom boljom promocijom mogu privući i puno veći broj stranih turista. Ključno je pri tome instalirati smještaj koji će omogućiti daljnju konzumaciju i ostalog turističkog proizvoda. Osječko-baranjska županija, već je uspjela upravo europskim sredstvima realizirati projekt vinskih cesta - "Wine Tour".

Da bi turizam Hrvatske imao svjetlu budućnosti potreban je konstantan rad na razvoju novih ponuda, selektivnih oblika turizma, povećanje kvalitete i diversificiranje ponude. Potrebno je uvažavati sve promijene koje se zbivaju na međunarodnom turističkom tržištu. Potrebna je temeljita rekonstrukcija i modernizacija ponude i nova i bogatija struktura turističkog proizvoda. Da bi se to sve ostvarilo nužan je priljev svježeg kapitala, tj. investicije koje su najvažniji pokretač razvoja gospodarskih i društvenih djelatnosti. Novi priljev investicija vodi do povećanja razine turističkog prometa što utječe na porast zaposlenosti i bruto domaćeg proizvoda. Ulaz stranog kapitala znači i transfer tehnologije, poduzetničkog ponašanja i modernog managementa koji vodi gospodarstvo prema svjetskoj razini razvijenosti. Hrvatska treba biti prezentirana kao sigurno, mirno i privlačno turističko odredište sa potpunom turističkom ponudom koja će biti na višoj razini od današnje.

SAŽETAK

Povećanjem turističke potražnje za novim stvarima, avanturama i nečim što turisti još nisu iskusili povećala se i potreba za stvaranjem novih oblika turizma koji će privući turiste. Kao odgovor na klasične turističke ponude pojavio se selektivni turizam. Stvaranjem što više oblika selektivnog turizma proširuje se krug turista koji će se pronaći u jednom od oblika selektivnog turizma na osnovu kojeg i odabru turističku destinaciju. Ulaganjem i usmjerenim dugoročnim planiranjem u određene oblike selektivnog turizma proširuje se ponuda, a samim time i prihodi. Hrvatska kao zemlja povoljne geolokacije i klimatskih uvjeta ima potencijala za stvaranja raznolike selektivne ponude koja može privući sve dobne skupine i zadovoljiti zahtjevne turiste. U radu će se govoriti o pojavi selektivnog turizma, koji su sve selektivni oblici turizma i njihovo objašnjenje, te će se obraditi najzastupljeniji oblici selektivnog turizma u Hrvatskoj. Svrha i cilja rada je prikazati važnost prepoznavanja turističke potražnje i konkurirati udaljenim turističkim lokacijama.

Ključne riječi: turizam, selektivni turizam, vrste selektivnog turizma, selektivni turizam u Hrvatskoj

SUMMARY

With the increase in tourist demand for new things, adventures and something that tourists have not yet experienced, the need to create new forms of tourism that will attract tourists has also increased. In response to the classic tourist offers, selective tourism appeared. By creating as many forms of selective tourism as possible, the circle of tourists who will find themselves in one of the forms of selective tourism on the basis of which they choose a tourist destination expands. By investing and focused long-term planning in certain forms of selective tourism, the offer is expanded, and thus the income. Croatia, as a country with favorable geolocation and climatic conditions, has the potential to create a diverse selective offer that can attract all age groups and satisfy demanding tourists. The paper will discuss the phenomenon of selective tourism, which are all selective forms of tourism and their explanations, and will discuss the most common forms of selective tourism in Croatia. The

purpose and goal of the paper is to show the importance of recognizing tourist demand and to compete with remote tourist locations.

Keywords: tourism, selective tourism, types of selective tourism, selective tourism in Croatia

LITERATURA

1) KNJIGE I ČLANCI

Ružić, P.: Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, 2009.

Rabotić B., Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija Beograd, 2013,

Alkier R., Turizam u europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009

Geić, S., Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu 2011.

Lukić A., O teorijskim pristupima ruralnom prostoru, Hrvatski geografski glasnik. 72/2, 49-75., 2010,

Bartoluci M., Hendija Z., Petračić M., Mogućnost održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, Acta turistica, Vol. 27 No. 2, 2015.

Rajko M.: Institucionalni model razvoja ruralnog turizma na primjeru Središnje Istre, Oeconomica Jadertina 2/2013.

Krajnović A., Čičin D., Predovan M., Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice, Oeconomica Jadertina 1/2011.

Bartoluci M., Hendija Z., Petračić M., Mogućnost održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, Acta turistica, Vol. 27 No. 2, 2015.

Ružić, P.,: Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula 2009.

Franić, R.: Politika ruralnog razvitka – nova prilika za Hrvatsku. Agronomski glasnik, 2006.

Richards, G.: 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. U: Planning Cultural Tourism in Europe; Dodd, D. i Van Hemel, A., ur.; Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, 1999.

Smith, M.K., Issues in Global Cultural Tourism, London: Routledge, 2009.

Vizjak, A.: Značenje kulture u turizmu Europe. Turizam. 46 (1998)

Vrtiprah, V.: Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću. Ekonomska misao i praksa. 15 (2006)

Koncul, N.: Položaj turizma u globalnim i europskim integracijskim procesima. Naše more. 51(2004), 5/6 ; str. 211.

Demonija, D. i Ružić, P., Ruralni turizam u Hrvatskoj. Zagreb: Izdavačka kuća Meridijani, 2010.

Mirić D., Vlahović D., Zdravlje i turizam, Slobodna Dalmacija d.d., Split/Hvar, 1998

Zdravstveni turizam izazovni potencijali

http://www.hospital.in2.hr/prezentacije/Marcel%20Medak_Zdravstveni%20turizam%20izazovi%20i%20potencijal-HD2013.pdf (16.01.2015)

Zdravstveni turizam, http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar/Web_Zdravstveni%20turizam.pdf (15.01.2015)

Zdravstveni turizam, http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar/Web_Zdravstveni%20turizam.pdf (15.01.2015)

Geić S., Geić J., Čmrlec A., Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu, hrcak.srce.hr/file/95948

Hrvatska turistička zajednica <http://business.croatia.hr/Documents/3027/PROGRAM-RADA-2014-.pdf> (15.01.2015)

Bučar K., Škorić S., Prebežac D., Pravila ponašanja u turizmu, hrcak.srce.hr/70627, (17.01.2015)

UNESCO (2016.): „Croatia“; <http://whc.unesco.org/en/statesparties/hr>, 25. studeni 2016

IZTZ (2003.): „Strategija razvoja kulturnog turizma“; Dostupno na: <http://www.rera.hr/Portals/0/docs/euturizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>, 25. studeni 2016.

Strateški program ruralnog razvoja Istarske županije (2008.-2013.). Dostupno na: http://www.istra-istria.hr/uploads/media/Ruralni_razvoj_2008-2013sazetak.pdf

Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja kulturnog turizma. Dostupno na: www.vlada.hr/hr/content/download/281805/.../73.%20-%201.3.pdf

2) IZVORI S INTERNETA

Osječko-baranjska županija. Dostupno na: <http://www.obz.hr/hr/index.php?tekst=105>

Informacija o stanju i razvojnim mogućnostima turizma na području Osječko-baranjske županije i radu turističke zajednice županije. Dostupno na:

http://www.obz.hr/hr/pdf/2013/3_sjednica/08_informacija_o_stanju_i_razvojnim_mogucnost_ima_turizma_na_podrucju_obz_i_radu_turisticke_zajednice_zupanije.pdf

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. Dostupno na:

<http://www.mrrfeu.hr/default.aspx?id=1369>

Agroklub \ Poljoprivredni portal. Dostupno na: <http://www.agroklub.com/seoski-turizam/sve-popularniji-istarski-agroturizam/3397/>

Državni zavod za statistiku. Dostupno na: <https://www.dzs.hr/>

Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, Strategija razvoja turizma RH do 2020

Dostupno na : <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

Zagreb nekretnine d.o.o., Najveća postojeća lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj.

Dostupno na: <http://www.zane.hr/wps/wcm/connect/d6d9cab6-5855-4988-9d0d-f3a69b669364/ZANE+Bilten+0313.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d6d9cab6-5855-4988-9d0d-f3a69b669364>

POPIS TABLICA

Tablica br. 1. Noćenja stranih i domaćih turista u Hrvatskoj

Tablica br. 2. Broj noćenja domaćih i stranih turista u lječilištima (u tisućama)

POPIS SLIKA

Slika br. 1. Sustav turističkih proizvoda prema turističkim regijama Hrvatske

Slika br. 2. Najveća postojeća lječilišta i specijalne bolnice u Hrvatskoj

Slika br. 3 Katedrala Uznesenja Blažene Djevice Marije u Zagrebu

Slika br. 4 Crkva sv. Marka u Zagrebu

Slika br. 5 Dubrovačke gradske zidine

Slika br. 6 Crkva sv. Donata u Zadru

Slika br. 7 Trsatski dvorac

Slika br. 8 Dvorac Veliki Tabor