Razvoj turizma na području kontinentalne Hrvatske

Abramović, Magdalena

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:856137

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

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

MAGDALENA ABRAMOVIĆ

RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU KONTINETALNE HRVATSKE

Završni rad

Pula, 2021.

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

MAGDALENA ABRAMOVIĆ

RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU KONTINETALNE HRVATSKE

Završni rad

JMBAG: 0303073151, redovan student
Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomija doživljaja
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija

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

Pula, srpanj 2021.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

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

U Puli, _____ (datum)

Potpis

_____

Sadržaj

1. UVOD 1
2. POVIJESNI RAZVOJ HRVATSKOG TURIZMA 3
2.1. Hrvatska i razvoj hrvatskog turizma za vrijeme Jugoslavije do danas 4
3. KONTINENTALNA HRVATSKA 7
3.1. Prometna povezanost Kontinentalne Hrvatske u svrhu turizma 9
4. REPUBLIKA HRVATSKA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA 13
4.1. Konkurentnost Hrvatskog turizma 14
4.2. Broj turista u Republici Hrvatskoj 16
5. TURISTIČKA PONUDA KONTINENTALNE HRVATSKE 18
5.1. Pet najatraktivnijih turističkih destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj 20
5.1.1. Baranja 20
5.1.2. Plešivica 21
5.1.3. Lika 22
5.1.4. Ilok 23
5.1.5. Hrvatsko Zagorje 24
ZAKLJUČAK 26
LITERATURA 27

1. UVOD

Turizam ima više različitih definicija koje u globalu imaju slično značenje. Jedna od njih je ta da je turizam„skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost“.[1]Turizam obuhvaća:

- rekreaciju,
- putovanje i
- odmor.

Turistička se kretanja dijele na vrste i specifične oblike turizma. Vrste turizma su definirane određenim kriterijem npr. prema trajanju boravka turista (boravišni, vikend i izletnički turizam), specifični oblici turizma obilježeni su specifičnim turističkim motivom koji posjetitelje privlači u točno određene destinacije, npr. lov - lovni turizam. Specifični oblici turizma orijentirani su na manje (definirane) segmente turističke potražnje, a nastali su kao suprotnost masovnom turizmu.

Na domaćoj ekonomiji,u posljednjih nekoliko desetljeća, turizam je bitan faktor koji omogućava pozitivan trend ekonomskog rasta. Ukoliko se uspoređuje stanje iz razdoblja nakon Domovinskog rata, može se zaključiti kako je turizam pogodno djelovao na ekonomsko stanje Republike Hrvatske. Ovaj će se rad bazirati na turizam i razvoj turizma na području kontinentalne Hrvatske.

Ekonomskibenefiti koje turizam donosi svojim djelovanjem igraju važnu ulogu kad je u pitanju gospodarski oporavak zemalja u razvoju kao što je Hrvatska. Posebice je bitan gospodarski oporavak u kontinentalnoj Hrvatskoj. Obalna područja imaju više prihoda od turizma dok je kontinentalni dio još uvijek u fazi razvoja. Turizam, osim što sam donosi prihode putem vlastitog poslovanja, potiče i poslovanje djelatnosti indirektno povezanih sa turističkim poslovanjem pa na taj način stvara prihode i van dometa svog poslovanja. Na taj se način ostvareni prihodi od turizma mogu koristiti za strateške projekte revitalizacije destinacija koji za cilj imaju podizanje životnog standarda lokalnog stanovništva, ali jednako tako služe za stvaranje boljeg imidža

[1]Hunziker i Krapf, 1942.

destinacije za nadolazeću turističku sezonu. Ekonomska se vrijednost turizma prije svega može najbolje vidjeti direktnim povećanjem BDP-a putem priljeva stranog novca kojeg turizam potiče privlačenjem inozemnih turista te multiplikativnog efekta koji taj novac potencira to jest tzv. turistički multiplikator. Pomoću nevidljivog izvoza tj. prodaje dobara i usluga turistima, dolazi do povećanja ukupnog izvoza zemlje pa na taj način turizam doprinosi smanjenju deficita. Najbitnija prednost i vrijednost turizma u pogledu gospodarstva je povećanje zaposlenosti što je za Republiku Hrvatsku u ovom trenutku izuzetno bitno. Kako se turizam razvija tako se otvarajunova radna mjesta koja omogućuju pravilniju raspodjelu dohotka na nekom području i shodno tome i bolji životni standard. Sve ove navedene prednosti razvoja turizma bit će prikazane i opisane u ovom radu. U nastavku slijede detaljnije opisani aspekti turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj kao i mogućnosti njegovog daljnjeg razvijanja.

2. POVIJESNI RAZVOJ HRVATSKOG TURIZMA

Na području Republike Hrvatske turizam se prvi put javlja u razdobljima humanizma i renesanse za vrijeme kojih se grade temelji budućnosti turističke djelatnosti. U tomseperioduzačinju pojmovigraditeljstva, ugostiteljstva, cestogradnje i svega ostaloga što se podrazumijeva kao pretečama i temeljima turizma. Primjerice, sve do 1543. godine u Dubrovniku su se subvencionirale gostionice u kojima je bio osiguran smještaj za goste koji su bili putnici. Tih godina je uz Knežev dvor otvoreno prenoćiste za Turke. Iz navedenog može se uočiti i razvoj raznih ugostiteljskih usluga čije je poslovanje usko vezano uz pojavu turističkih i drugih kretanja. Za razliku od današnjih turističkih kretanja, u ondašnje vrijeme je centar turističkih zbivanja bio, osim na obalnom pojasu, i u skoro svim većim naseljima u kontinentalnoj Hrvatskoj u kojoj su tada poslovali različiti oblici gostionica/svratišta. Dolaskom Habsburgovaca i Mletačke Republike započinje značajniji rast turizma.To se može uočiti kroz poznavanje više jezika,kulture te razvoja organizirane brige za gosta i visoke razine gostoljubivosti. Jedan od primjera tadašnjih ugostiteljskih objekata čija je namjena bila turističke prirode jest ladanjska kuća. Jedna od takvih bio je i prostrani ljetnikovac Tvrdalj kojeg je sagradio plemić Petar Hektorović na svom obiteljskom imanju u Starom Gradu na Hvaru početkom 16. stoljeća.[2]

Hrvatski turizam ima dugu povijest. Oduvijek je Hrvatska privlačila turiste iz cijeloga svijeta, prvenstvenog zbog bogatstva i raznolikosti prirodne baštine.Povijest hrvatskoga turizma odvijala se u četiri razdoblja:

- do Prvoga svjetskog rata (1850-1914)
- između dva svjetska rata (1918-1939)
- od Drugoga svjetskoga rata do 1991.
- razdoblje najnovije hrvatske povijesti do danas[3]

Pojam turizma, prema današnjem poimanju te riječi, značajan razvoj doživljava u 19. stoljeću. Gradnja prvih hotela u doba kada je područjem Hrvatske vladala Austro-Ugarska označava razvoj komercijalnog turizma. 50-tih godina 20. stoljeća Hrvatska doživljava značajan napreda, a 60-tih postaje i jedna od značajnijih konkurentskih

[2] M. Mandarić, Statistička analiza kretanja u turizmu u Republici Hrvatskoj
[3] Vukonić, B. (2005): Povijest hrvatskoga turizma. Zagreb: Prometej, str. 21

destinacija na području Sredozemlja. Nakon Napoleonovih ratova u 19. stoljeću dolazi do stabilizacije općih političkih i gospodarskih prilika u Europi, čime se završava dugotrajni postupak stvaranja državnih cjelina: gradi se cestovna mreža te se sve više razvija urbanizacija. Ovi uvjeti doveli su do začetaka razvoja prometnih infrastruktura na području Europe, što je značajan korak obzirom da je kvalitetna prometna infrastruktura jedan od najvažnijih čimbenika za razvoj turizma tad i danas. Polako se stvaraju uvjeti za nastanak tada nove pojave turizma, koja je kasnije obilježila 20. stoljeće. Industrija turizma je brzo uvidjela kako se određeni resursi mogu učinkovito iskoristiti u komercijalne svrhe turizma i na taj način ostvariti zaradu. Osim prometa, još jedan od čimbenika turističke ponude započeo je svoj intenzivan razvoj u 19. stoljeću, a to su receptivni kapaciteti, tj. ugostiteljski objekti. Došlo je do izgradnje mnogih i značajnih hotela na priobalnom području.

Osim prethodno navedenih faktora, do razvoja turizma dolazi i zbog uvođenja željezničke mreže.U to vrijeme, bez željezničke mrežebilo bi gotovo nezamislivo organizirano putovanje većeg broja putnika, a to je svakako jedna od oznaka pojave turizma. U kontinentalnom dijelu zemlje nije bilo prometnog sredstva s većim kapacitetom od željeznice, kao ni odgovarajućih cesta koje bi masovnije mogle dovoditi turiste na hrvatske turističke destinacije. Tadašnja opća situacija i stanje u infrastrukturi bili su još nedovoljno razvijeni da bi se mogao omogućiti kvalitetniji razvoj turizma u hrvatskim krajevima.[4]

2.1. Hrvatska i razvoj hrvatskog turizma za vrijeme Jugoslavije do danas

Značajna promjena u razvoju turizma došla je za vrijeme Jugoslavije. Taj je period imao važnu ulogu za razvoj međunarodnog turizma. Tako je u 1988. godini Jugoslavija ostvarila ukupni turistički promet od oko 20 milijuna turista s 100,3 milijuna noćenja. Od ukupnog turističkog prometa inozemni je ostvario 42,2%, s ostvarenih 49% noćenja. Devizni je priljev od turizma, u 1989. godini iznosio 2.230 milijuna dolara, ne računajući privatni kliring. Prema svim osnovama, prihod je u 1989. godini bio preko 2,5 milijarde dolara. Sa takvim rezultatima tadašnja Jugoslavija svrstavala se među 25 vodećih turističkih zemalja u svijetu, od čega je

[4] B. Vukonić, Povijest hrvatskog turizma, Prometej & HAZU, Zagreb. 2005., str. 32.

najznačajniju ulogu imala Hrvatska. Od ukupnog inozemnog turističkog prometa, Hrvatska u sastavu Jugoslavije zaslužna je za čak 80% prometa.[5]

Kraj uspješnog razvoja turizma započeo je početkom Domovinskog rata 1990-tih godina. Ratne neprilike dovele su do potpune stagnacije, čak i degradacije turističkog razvoja na području Hrvatske. Hrvatska je u to vrijeme bila označena kao vrlo nesigurnom zemljom što znači da nije bilo nikakvih turističkih kretanja. Od 1991. do 1995. godine, gospodarski život, pa tako i razvoj turizma, bio je potpuno zaustavljen. U poslijeratno vrijeme, 1996. godine zabilježen je prvi porast turističkog prometa za oko 14,5%. Do kraja 20. stoljeća ukupni broj turista porastao je do 6,5 milijuna, s približno 5,5 milijuna tj. 85% inozemnih turista.

Od 1996. godine do danas, došlo je do raznih promjena u turizmu kao posljedica raznih promjena unutar države i u svijetu. Te promjene su:

- ekonomske krize,
- ulazak u EU,
- novi turistički trendovi,
- razvoj međunarodne i domaće prometne infrastrukture,
- razvoj tehnologije i komunikacije,
- promjene zakona,
- epidemija COVID19 virusa, itd.

Turizam je u hrvatskim dokumentima o razvoju ključan oslonac dugoročne razvojne strategije. U stručnim i znanstvenim analizama i dokumentima s početka 21. stoljeća, prema Družiću, ističe se prije svega dvojna uloga turizma u razvoju Hrvatske:

1. Turizam da bude stabilizator platno-bilančnih odnosa, tj. faktor dovođenja u ravnotežu ekonomskih odnosa nacionalnog gospodarstva s inozemstvom i

2. da participira u stabilizaciji nacionalnog tržišta radne snage, tj. da se prikrivena nezaposlenost u ostalim sektorima, koja je procesom restrukturiranja

[5] B. Vukonić, Povijest hrvatskog turizma, Prometej & HAZU, Zagreb. 2005., str. 33.

gospodarstva postala otvorena nezaposlenost, djelom rješava novim zapošljavanjem u turizmu.[6]

[6]I. Družić, Ratna elastičnost turističke potražnje i rekonstruiranje hrvatskog gospodarstva, Acta turistica br.1., 1998., str. 39

3. KONTINENTALNA HRVATSKA

Kontinentalna Hrvatsku zauzima najveći dio Hrvatske i u njoj živi više od polovice hrvatskog stanovništva. Prema zadnjem službenom popisu stanovništva u kontinentalnoj Hrvatskoj živi 2,96 milijuna stanovnika s 64,1% BDP-a po stanovniku. Kontinentalna Hrvatska proteže se od Gorskog kotara i Like, Kvarnera i Sjeverne Dalmacije, Središnje Hrvatske i Zagorja pa sve do glavnog grada Zagreb te Slavonije i Baranje. Podijeljena je na 13 županija i Grad Zagreb kao posebnu podregiju. Županije koje obuhvaća prostor kontinentalne hrvatske su sljedeće:

- Bjelovarsko-bilogorska županija
- Virovitičko-podravska županija
- Požeško-slavonska županija
- Brodsko-posavska županija
- Osječko-baranjska županija
- Vukovarsko-srijemska županija
- Karlovačka županija
- Sisačko-moslavačka županija
- Međimurska županija
- Varaždinska županija
- Koprivničko-križevačka županija
- Krapinsko-zagorska županija
- Zagrebačka županija

Na slici 1 prikazano je područje koje obuhvaća Kontinentalna Hrvatska, odnosno podjelu Republike Hrvatske na Kontinentalni i Jadranski dio. Druga po redu sliku prikazuje sve županije u Hrvatskoj. Također je vidljivo prethodno navedenih 13 županija koje su dio Kontinentalne Hrvatske.



Slika 1. Podjela Hrvatske: kontinentalna i jadranska Hrvatska (izvor: https://ec.europa.eu/regional_policy/archive/atlas2007/hr/maps/hr_map.png)



Slika 2. Županije u Republici Hrvatskoj (izvor: https://hr.izzi.digital/DOS/1660/datastore/10/publication/1660/pictures/2019/07/04/1562265957_1549514678_Hrvatske-zupanije.jpg)

Kontinentalna Hrvatska ima razvijeni primarni sektor djelatnosti, također prednjači i stupnjem razvijenosti sekundarnoga sektora kao i u većini djelatnosti tercijarnoga sektora. Međutim, ona još uvijek zaostaje u turističkom razvoju. Turistička se djelatnost pretežno temelji na valorizaciji atraktivnih društvenih faktora (ustanove i priredbe), dok se atraktivni prirodni faktori iskorištavaju u manjoj mjeri.[7] U tom dijelu regije turistički najrazvijeniji je Zagrebkoji prednjači u Hrvatskoj u pogledu koncentracije ustanova i priredbi. Zagreb kao glavni grad Republike Hrvatske i kulturno, znanstveno, gospodarsko, poslovno i kongresno turističko središte najviše dominira središnjim dijelom kontinentalne Hrvatske. Ostali veći gradovi Kontinentalne Hrvatske su Karlovac, Čakovec, Varaždin, Koprivnica, Bjelovar, Osijek, Slavonski Brod, Vinkovci, Vukovar, Đakovo, Požega i Ilok.

3.1. Prometna povezanost Kontinentalne Hrvatske u svrhu turizma

Od samih početka razvoja turizma jasno je izražena povezanost prometa i turizma i njihov međusobni utjecaj. Takva povratna veza između turističke i prometne djelatnosti odražava se na sveukupnu gospodarsku sliku zemlje i ima tendenciju rasta u budućnosti. S prometnog aspekta svakako je najvažnija infrastruktura svih prometnih grana, a potom razvoj brodskih i trajektnih veza. Izgradnja prometne infrastrukture u samoj turističkoj destinaciji, a još više prometnica do turističkog odredišta te međusobna prometna povezanost turističkih destinacija od ključne su važnosti za razvitak turizma. Preko 70% inozemnih turista dolazi u našu zemlju motornim vozilima, a i 70% plovila (do 7 m), koja dolaze na Jadran radi nautičkog turizma, dolaze cestom. Svi oni očekuju europsku razinu prometne infrastrukture; brz, siguran i kvalitetan prijevoz iz mjesta stalnog boravka do turističkog odredišta. Zato o stupnju razvijenosti, voznim karakteristikama, propusnoj moći te opremljenosti naših prometnica ovisi razvitak destinacija.

Dakle može se zaključiti kako promet ima veliku ulogu u turizmu koja se najviše očituje u ova tri aspekta:

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

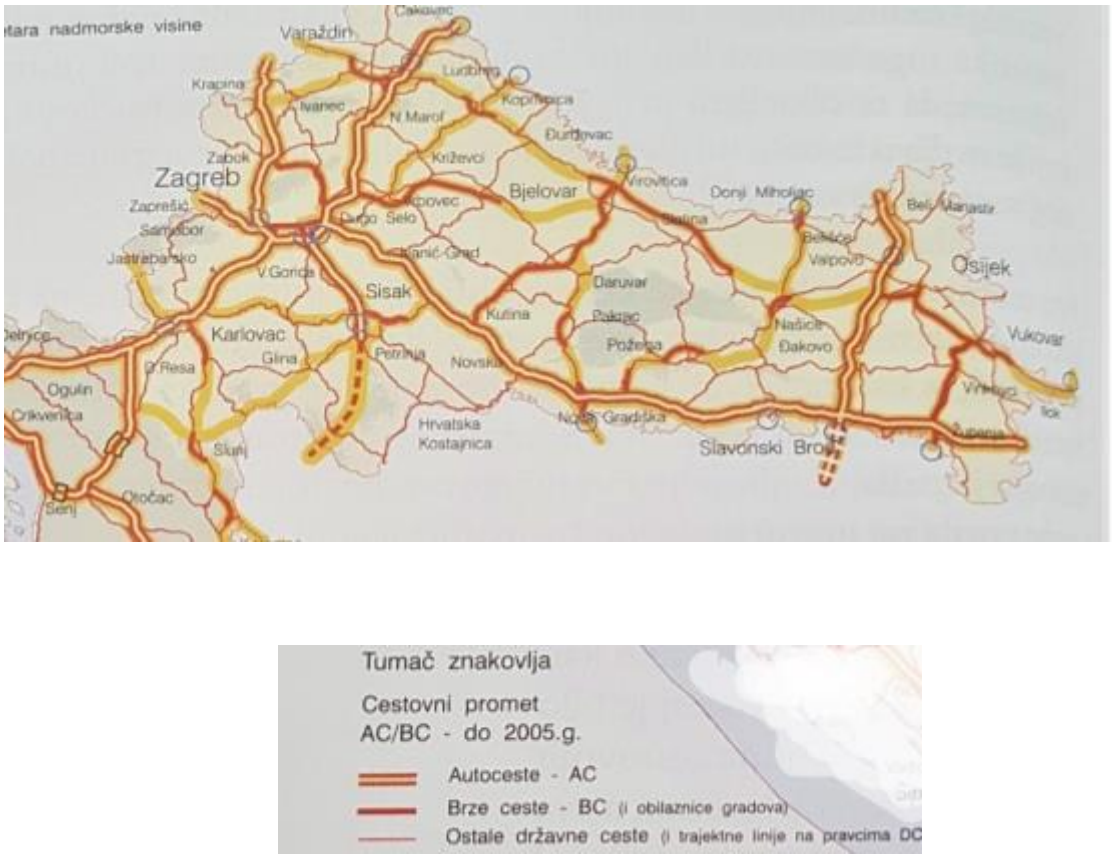
- Promet opskrbljuje prijevoznu dostupnost turističkim destinacijama
- Promet omogućuje povezanost između turističkih destinacija
- Neke vrste prometa su same po sebi turistička atrakcija

Iako je, kako je navedeno na početku rada,željeznički promet najviše zaslužan za početak razvoja masovnog turizma, njegovo korištenje danas je vrlo malo. Veliki povratak željezničkog prometa je polako u usponu u zadnjih dvadeset godina s pojavom super brzih vlakova koji značajno smanjuju vrijeme putovanja i konkuriraju zračnom prijevozu. Turisti biraju transportno vozilo, a izbor najčešće ovisi o:

- Izboru destinacije,
- Trajanju putovanja,
- Organizaciji putovanja,
- Stupnju dostupnosti informacija,
- Pristupu informacijama,
- Postojećim izborima prijevoza,
- Dostupnosti drugih oblika prijevoza te
- Cijeni prijevoza.[8]

Kontinentalna Hrvatska nalazi se na povoljnom prometnom položaju. Zahvaljujući modernom sustavu prometnica lako je doći do željene destinacije ako se putuje automobilom. Na slici 3 prikazana je mreža autocesta i cesta u Kopnenom dijelu Republike Hrvatske.

[8] Kovačić, M., Milošević T.: Interdependence of Transport and Tourism; University of Rijeka, Faculty of Maritime Studies, Pomorski zbornik 52 (2016.), 99-111.



Slika 3. Mreža autocesta i cesta Konpene Hrvatske (izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i stanovanja RH, Zavod za prostorno planiranje)

Kopneni promet ima dugu povijest, ali se znatnije razvija tek u novije vrijeme. Kada su na tom području bili stvoreni osnovni društveno-ekonomski preduvjeti za vlastito kreiranje prometne mreže, oni su bili iskorišteni samo manjim dijelom, prije svega za pojačavanje veza kontinentalnog područja s primorjem. Rezultat dosadašnje prometne politike Kopnene Hrvatske jest izrazita koncentracija prometa savskom dolinom – Posavinom. U Kontinentalnom dijelu Hrvatskenajzastupljeniji je cestovni promet. Taj je dio cestovno razvijena i vrlo dobro povezan sa svim većim gradovima u okolnom inozemstvu. Osim cestovnog prometa, razvijen je zračni te željeznički promet. U kontinentalnom dijelu nalazi se najveća zračna luka u Hrvatskoj nazvana po prvom hrvatskom predsjedniku Franji Tuđmanu. U 2016. godini kroz zračnu je luku prošlo 2.776, 087 putnika pa se prema tom podatku nalazi među deset

najprometnijih zračnih luka na prostoru između Jadrana i Baltika.[9]Na slici 4 prikazana je zračna luka „Franjo Tuđman“.



Slika 4. Zračna luka „Franjo Tuman“ (izvor: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/92/Zagreb_Airport_New_Terminal.jpg)

Što se tiče željezničkog prometa, prva željeznička dionica na području današnje Hrvatske sagrađena je 1860. godine u Međimurju. Dionica jepolazila iz Mađarske, iz grada Nagykanizse preko Čakovca i Kotoribe. Iako je navedena pruga prolazila preko manjeg dijela Hrvatske, kasnije se željeznički promet proširio cijelom Hrvatskom. Time se prometna infrastruktura povezala sa svim važnijim dijelovima Europe i svijeta što je omogućilo razvoj turizma u Republici Hrvatskoj.

[9]https://hr.wikipedia.org/wiki/Zra%C4%8Dna_luka_%E2%80%9EFranjo_Tu%C4%91man%E2%80%9D

4. REPUBLIKA HRVATSKA KAO TURISTIČKA DESTINACIJA

Prethodno je navedeno kako Kopnena Hrvatska ima 13 županija, dok cijela Republika Hrvatska broji 21 županiju. Zahvaljujući povoljnoj klimi i geografskom položaju, Hrvatska slovi kao jedna od najpopularnijih turističkih destinacija. Ona jeneizbježno turističko odredište mnogobrojnih turista iz različitih dijelova svijeta. Hrvatska se može pohvaliti bogatom kulturno-povijesnom baštinom. Turističkidoživljaj zasniva se na individualnom pristupu i sve većoj želji za upoznavanjem kulture lokalne zajednice destinacije koju se posjećuje. Osim kulturnog turizma, u Republici Hrvatskoj razvijen je niz drugih selektivnih oblika turizma. U nastavku, u tablici 1, dana je SWOT analiza turizma Republike Hrvatske.

Snage (eng. *strengths*)	Slabosti (eng. w*eaknesses*)
• Geografski položaj • Klima • Kulturna baština i bogata povijest • Prirodne ljepote • Očuvana prirodna bogatstva • More	• Marketing • Nekorištenje moderne tehnologije • Manjak stručnog kadra
Prilike (eng.*opportunities*)	Prijetnje (eng. t*hreats*)
• Povećanje kvaliteta usluga • Korištenje moderne tehnologije • Repozicioniranje turizma • Stvaranje novih partnerstva	• Ekonomske krize • Epidemije (COVID-19) • Nemogućnost prilagodbe novim turističkim potrebama

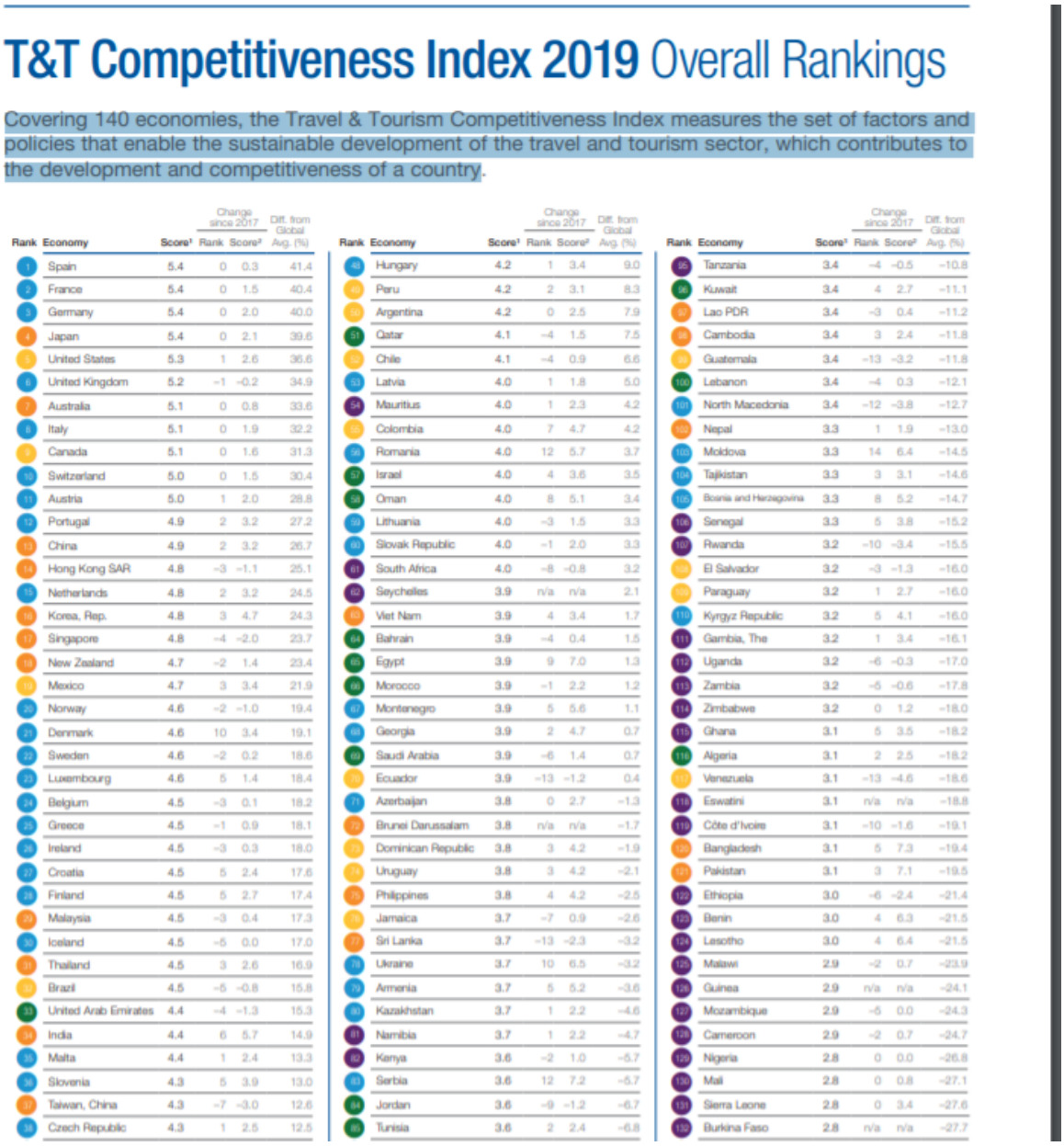
Tablica 1. SWOT analiza turizma Republike Hrvatske (izvor: izrada autora)

Snage kojima se može pohvaliti i istaknuti hrvatski turizam su: geografski položaj, povoljna klima, kulturna baština i bogata povijest, razne prirodne ljepote i nacionalni te prirodni parkovi prirode, očuvana prirodna bogatstva te Jadransko more. Najveće slabosti su nedovoljna ulaganja u marketing i *brending*, nekorištenje modernih tehnologijai manjak stručnog kadra kako bi turistička usluga i doživljaj bili na zavidnoj razini. Nadalje, potrebno je kreirati strategije razvoja i uključiti u to lokalne zajednice. Trenutno se cijeli svijet, pa tako i Republika Hrvatska suočava s nepovoljnom situacijom koju je uzrokovao virus poznat kao COVID-19. Novonastala situacija znatno je utjecala na turistička kretanja, a pitanje je kako će se tek situacija razvijati u budućnosti.

4.1. Konkurentnost Hrvatskog turizma

Više od deset godina Svjetski ekonomski forum (engl. Word Economic Forum) angažira čelnike u putovanjima i turizmu kako bi proveli detaljnu analizu konkurentnosti zemalja u putovanjima i turizmu (T&T). Objavljuju se izvještaj o konkurentnosti140 gospodarstava te se mjeri skup čimbenika i politika koji omogućavaju održivi razvoj sektora Putovanja i turizam (T&T) što zauzvrat doprinosi razvoju i konkurentnosti zemlje. Izvještaji*TravelandTourismCompetitivenessReport*govore kako je 2011. godine Hrvatska, premamеđunarodnoj konkurentnosti, zauzela 34. mjesto u svijetu, a 2019. 27 mjesto.[10]Primjetno je zaostajanje spram drugih turistički razvijenijih zemalja Mediterana, ali primjetan je u napredak u odnosu na 2011. godinu. Hrvatska je međunarodno najkonkurentnija kada su u pitanju bankomati, hotelske sobe i rent-a-car. Prosječnu konkurentnost Hrvatska je ostvarila u kvaliteti zdravstvene zaštite, osobne sigurnosti, te u sferi kvalitete, odnosno raspoloživosti kulturnih atrakcija. Što se tiče cjenovne konkurentnosti, RH je bolje rangirana od svih zemalja Mediterana. Na slici 5. prikazani su službeni rezultati iz 2019. godine. Ti su rezultati posljednji i najnoviji koji su trenutno dostupni. Budući da se svake godine mjere čimbenici te dobivaju novi rezultati, ove se godine očekuje nova rang lista.

[10]https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019



T&T Competitiveness Index 2019 Overall Rankings

Covering 140 economies, the Travel & Tourism Competitiveness Index measures the set of factors and policies that enable the sustainable development of the travel and tourism sector, which contributes to the development and competitiveness of a country.

Rank	Economy	Score[1]	Change since 2017 Rank	Change since 2017 Score[2]	Diff. from Global Avg. (%)
1	Spain	5.4	0	0.3	41.4
2	France	5.4	0	1.5	40.4
3	Germany	5.4	0	2.0	40.0
4	Japan	5.4	0	2.1	39.6
5	United States	5.3	1	2.6	36.6
6	United Kingdom	5.2	–1	–0.2	34.9
7	Australia	5.1	0	0.8	33.6
8	Italy	5.1	0	1.9	32.2
9	Canada	5.1	0	1.6	31.3
10	Switzerland	5.0	0	1.5	30.4
11	Austria	5.0	1	2.0	28.8
12	Portugal	4.9	2	3.2	27.2
13	China	4.9	2	3.2	26.7
14	Hong Kong SAR	4.8	–3	–1.1	25.1
15	Netherlands	4.8	2	3.2	24.5
16	Korea, Rep.	4.8	3	4.7	24.3
17	Singapore	4.8	–4	–2.0	23.7
18	New Zealand	4.7	–2	1.4	23.4
19	Mexico	4.7	3	3.4	21.9
20	Norway	4.6	–2	–1.0	19.4
21	Denmark	4.6	10	3.4	19.1
22	Sweden	4.6	–2	0.2	18.6
23	Luxembourg	4.6	5	1.4	18.4
24	Belgium	4.5	–3	0.1	18.2
25	Greece	4.5	–1	0.9	18.1
26	Ireland	4.5	–3	0.3	18.0
27	Croatia	4.5	5	2.4	17.6
28	Finland	4.5	5	2.7	17.4
29	Malaysia	4.5	–3	0.4	17.3
30	Iceland	4.5	–5	0.0	17.0
31	Thailand	4.5	3	2.6	16.9
32	Brazil	4.5	–5	–0.8	15.8
33	United Arab Emirates	4.4	–4	–1.3	15.3
34	India	4.4	6	5.7	14.9
35	Malta	4.4	1	2.4	13.3
36	Slovenia	4.3	5	3.9	13.0
37	Taiwan, China	4.3	–7	–3.0	12.6
38	Czech Republic	4.3	1	2.5	12.5
39	Hungary	4.2	1	3.4	9.0
40	Peru	4.2	2	3.1	8.3
41	Argentina	4.2	0	2.5	7.9
42	Qatar	4.1	–4	1.5	7.5
43	Chile	4.1	–4	0.9	6.6
44	Latvia	4.0	1	1.8	5.0
45	Mauritius	4.0	1	2.3	4.2
46	Colombia	4.0	7	4.7	4.2
47	Romania	4.0	12	5.7	3.7
48	Israel	4.0	4	3.6	3.5
49	Oman	4.0	8	5.1	3.4
50	Lithuania	4.0	–3	1.5	3.3
51	Slovak Republic	4.0	–1	2.0	3.3
52	South Africa	4.0	–8	–0.8	3.2
53	Seychelles	3.9	n/a	n/a	2.1
54	Viet Nam	3.9	4	3.4	1.7
55	Bahrain	3.9	–4	0.4	1.5
56	Egypt	3.9	9	7.0	1.3
57	Morocco	3.9	–1	2.2	1.2
58	Montenegro	3.9	5	5.6	1.1
59	Georgia	3.9	2	4.7	0.7
60	Saudi Arabia	3.9	–6	1.4	0.7
61	Ecuador	3.9	–13	–1.2	0.4
62	Azerbaijan	3.8	0	2.7	–1.3
63	Brunei Darussalam	3.8	n/a	n/a	–1.7
64	Dominican Republic	3.8	3	4.2	–1.9
65	Uruguay	3.8	3	4.2	–2.1
66	Philippines	3.8	4	4.2	–2.5
67	Jamaica	3.7	–7	0.9	–2.6
68	Sri Lanka	3.7	–13	–2.3	–3.2
69	Ukraine	3.7	10	6.5	–3.2
70	Armenia	3.7	5	5.2	–3.6
71	Kazakhstan	3.7	1	2.2	–4.6
72	Namibia	3.7	1	2.2	–4.7
73	Kenya	3.6	–2	1.0	–5.7
74	Serbia	3.6	12	7.2	–5.7
75	Jordan	3.6	–9	–1.2	–6.7
76	Tunisia	3.6	2	2.4	–6.8
77	Tanzania	3.4	–4	–0.5	–10.8
78	Kuwait	3.4	4	2.7	–11.1
79	Lao PDR	3.4	–3	0.4	–11.2
80	Cambodia	3.4	3	2.4	–11.8
81	Guatemala	3.4	–13	–3.2	–11.8
82	Lebanon	3.4	–4	0.3	–12.1
83	North Macedonia	3.4	–12	–3.8	–12.7
84	Nepal	3.3	1	1.9	–13.0
85	Moldova	3.3	14	6.4	–14.5
86	Tajikistan	3.3	3	3.1	–14.6
87	Bosnia and Herzegovina	3.3	8	5.2	–14.7
88	Senegal	3.3	5	3.8	–15.2
89	Rwanda	3.2	–10	–3.4	–15.5
90	El Salvador	3.2	–3	–1.3	–16.0
91	Paraguay	3.2	1	2.7	–16.0
92	Kyrgyz Republic	3.2	5	4.1	–16.0
93	Gambia, The	3.2	1	3.4	–16.1
94	Uganda	3.2	–6	–0.3	–17.0
95	Zambia	3.2	–5	–0.6	–17.8
96	Zimbabwe	3.2	0	1.2	–18.0
97	Ghana	3.1	5	3.5	–18.2
98	Algeria	3.1	2	2.5	–18.2
99	Venezuela	3.1	–13	–4.6	–18.6
100	Eswatini	3.1	n/a	n/a	–18.8
101	Côte d'Ivoire	3.1	–10	–1.6	–19.1
102	Bangladesh	3.1	5	7.3	–19.4
103	Pakistan	3.1	3	7.1	–19.5
104	Ethiopia	3.0	–6	–2.4	–21.4
105	Benin	3.0	4	6.3	–21.5
106	Lesotho	3.0	4	6.4	–21.5
107	Malawi	2.9	–2	0.7	–23.9
108	Guinea	2.9	n/a	n/a	–24.1
109	Mozambique	2.9	–5	0.0	–24.3
110	Cameroon	2.9	–2	0.7	–24.7
111	Nigeria	2.8	0	0.0	–26.8
112	Mali	2.8	0	0.8	–27.1
113	Sierra Leone	2.8	0	3.4	–27.6
114	Burkina Faso	2.8	n/a	n/a	–27.7

Slika 5. Izvještaj *TravelandTourismCompetitivenessReport*(izvor: https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019)

4.2. Broj turista u Republici Hrvatskoj

Iz godine u godinu Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija. U nastavku slijedi tablični prikaz dolazaka i noćenja turista za Republiku Hrvatsku u razdoblju od 2011. godine do 2020. godine.

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU REPUBLIKE HRVATSKE CROATIAN BUREAU OF STATISTICS		2011.	2012.	2013.[2)]	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
	2010. = 100										
Dolasci turista, tis.	*Tourist arrivals, '000*										
ukupno	*Total*	11 456	11 835	12 434	13 128	14 343	15 594	17 431	18.667	19.566	7.001
domaćih	*Domestic*	1 529	1 466	1 485	1 505	1 660	1 786	1 838	2.022	2.213	1.456
stranih	*Foreign*	9 927	10 369	10 948	11 623	12 683	13 809	15 593	16.645	17.353	5.545
Indeksi dolazaka turista	*Tourist arrival indices*										
ukupno	*Total*	108,0	111,6	117,3	123,8	135,3	147,1	164,4	176,0	184,5	66,0
domaćih	*Domestic*	102,4	98,2	99,5	100,8	111,2	119,6	123,1	135,4	148,2	97,5
stranih	*Foreign*	109,0	113,8	120,2	127,6	139,2	151,6	171,1	182,7	190,5	60,9
Noćenja turista, tis.	*Tourist nights, '000*										
ukupno	*Total*	60 354	62 743	64 818	66 484	71 605	78 050	86 200	89.652	91.243	40.794
domaćih	*Domestic*	5 603	5 221	5 138	5 160	5 743	5 857	5 978	6.477	7.095	5.415
stranih	*Foreign*	54 751	57 522	59 680	61 324	65 863	72 193	80 222	83.175	84.148	35.379
Indeksi noćenja turista	*Tourist night indices*										
ukupno	*Total*	107,0	111,2	114,9	117,8	126,9	138,3	152,8	158,9	161,7	72,3
domaćih	*Domestic*	103,3	96,3	94,7	95,1	105,9	108,0	110,2	119,4	130,8	99,8
stranih	*Foreign*	107,4	112,8	117,0	120,3	129,2	141,6	157,2	163,1	165,0	69,4

Slika 6. Dolasci i noćenja turista u Republiku Hrvatsku, 2011-2020 (izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm)

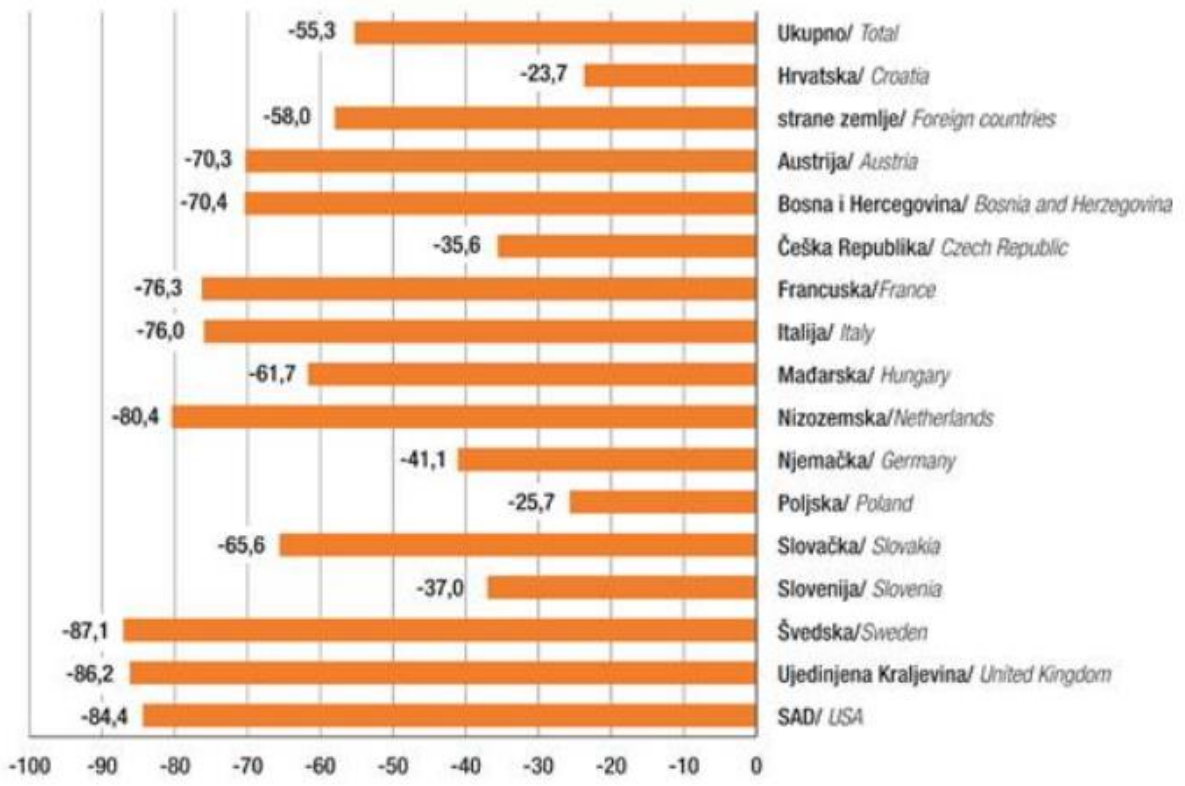
„Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u 2019. ostvarili su turisti iz Njemačke, i to 2,9 milijuna dolazaka i 19,9 milijuna noćenja. Slijede noćenja turista iz Slovenije (8,9%), Austrije (8,4%), Poljske (7,0%), Italije (6,1%), Češke (5,9%) te Ujedinjene Kraljevine (5,1%). Najviše noćenja njemački turisti ostvarili su u Istarskoj županiji, i to 8,6 milijuna, što je 43,0% od ukupno ostvarenih noćenja njemačkih turista u Hrvatskoj u 2019. te u Primorsko-goranskoj županiji, u kojoj su ostvarili 4,5 milijuna noćenja, što je 22,5% od ukupno ostvarenih noćenja njemačkih turista u Hrvatskoj u 2019.“[11]

„U 2020., godini zbog pandemije prouzročene koronavirusom, broj noćenja turista vratio se na razinu od prije 20 godina. Ograničenja putovanja, zatvaranje granica, propisi o karanteni i provođenje epidemioloških mjera u Republici Hrvatskoj i svijetu,

[11] Državni zavod za statistiku, izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm

kako bi se spriječilo širenje zaraze, izravno su utjecali na pad dolazaka i noćenja turista.U komercijalnim smještajnim objektima u 2020. ostvareno je 7,0 milijuna dolazaka i 40,8 milijuna noćenja turista, što je 64,2% manje dolazaka i 55,3% manje noćenja turista u odnosu na 2019.Tako su u 2020. u komercijalnim smještajnim objektima domaći turisti ostvarili 1,5 milijuna dolazaka i 5,4 milijuna noćenja. U odnosuna 2019., to je pad dolazaka turista za 34,2% i pad noćenja turista za 23,7%. Domaći turisti prosječno su ostvarili 3,7 noćenja po dolasku.Strani turisti u 2020. ostvarili su 5,5 milijuna dolazaka i 35,4 milijuna noćenja, što je u odnosu na 2019. pad dolazaka turista za 68,0% i pad noćenja turista za 58,0%. Strani turisti prosječno su ostvarili 6,4 noćenja po dolasku.Turisti iz Njemačke ostvarili su najviše noćenja stranih turista u 2020., i to 11,7 milijuna, što je 33,2% od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista. Najviše noćenja turisti iz Njemačke ostvarili su u Istarskoj županiji, i to 5,1 milijun, što je 43,6% od ukupno ostvarenih noćenja turista iz Njemačke u Republici Hrvatskoj u 2020. U odnosu na 2019., noćenja turista iz Njemačke pala su za 41,1%.Slijede noćenja turista iz Slovenije (4,7 milijuna), Poljske (4,4 milijuna), Češke (3,2 milijuna), Austrije (2,1 milijun) te Italije i Mađarske (obje po 1,2 milijuna). Sve navedene zemlje ostvarile su znatno manje noćenja turista u 2020. u odnosu na 2019. Noćenja turista iz Italije manje je za 76,0%, Austrije za 70,3%, Mađarske za 61,7%, Slovenije za 37,0%, Češke za 35,6% te Poljske za 25,7%.“[12] Stope promjena noćenja grafički su prikazana na slici 7.

[12] Državni zavod za statistiku, izvor: https://www.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html



Slika 7. Stope promjena noćenja turista u 2020/2019 (izvor: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm)

5. TURISTIČKA PONUDA KONTINENTALNE HRVATSKE

Kontinentalna Hrvatska ima raznoliku turističku ponudu, ali ta ponuda još uvijek ima mjesta i prostora za poboljšanje.Potencijal za jačanje prepoznatljivosti hrvatskog turizma na kontinentalnom dijelu može se razviti kroz različite selektivne oblike turizma. Selektivni turizam može se definirati kao sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu suvremenog i budućeg turizma koji je utemeljen na selekciji programa, odgovornom ponašanju svih sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz poželjan uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području.[13] Selektivni oblici turizma potiču razvoj standarda neophodnih za zaštitu prirodnih resursa i povećanja sigurnosti turista u destinaciji. Sigurnost turista postao je jedan od najvažnijih čimbenika u ocjeni kvalitete u destinaciji kao i

[13] Geić, S. Menadžment selektivnih oblika turizma (2011.)

turističkoj ponudi. Ovim oblicima turizma potiče se gospodarski razvoj određene destinacije.Nakon razvoja masovnog turizma, dolazi do usmjeravanja turizma prema pojedincu kao sudioniku turističkog putovanja i upravo u tom smjeru razvija se kontinentalni turizam. Nakon prethodno navedenog masovnog turizma koji je zastupljen na obalnim područjima Republike Hrvatske, u kontinentalnom dijelu dolazi do usmjeravanja turizma prema pojedincu kao sudioniku turističkog putovanja. Kao posljedica toga javlja se više posebnih oblika turizma koji odražavaju zahtjeve turističkih potrošača, njihovih preferencija, sa specifičnim uslugama i potrebama koje žele zadovoljiti na nekom putovanju. Selektivni turizam brine o odgovornom ponašanju sudionika, odnosno vodi računa o kvaliteti usluge, o identitetu i humanosti turističke usluge kao i o ekološki osviještenim turistima, socijalno odgovornim i uravnoteženim brojem turista koji ne ugrožavaju lokalno stanovništvo na određenom području. Prema sadržaju ponude, turizam dijelimo na prirodne i društvene resurse.

Turizam prirodnih resursa je:

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

Turizam društvenih resursa je:

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

Kontinentalna Hrvatska zbog svojih prirodnih bogatstava i ljepote prirode ima veću ponudu društvenih resursa. Može se zaključitikako Kontinentalna Hrvatska ima raznovrsniju ponudu u odnosu na obalni diokod kojeg se većina turističkih ponuda bazira oko mora.

5.1. Pet najatraktivnijih turističkih destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj

Prema portalu Kult Plave Kamenice u nastavku slijedi pet najatraktivnijih turističkih destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj. Kult Plave Kamenice je heterogena grupa novinara, fotografa, *sommeliera*, enologa, *chefova*, i gastronomskih stručnjaka koje spaja strast prema hrani i vinu. Uz dugogodišnje profesionalno iskustvo odlikuje ih želja da u medije vrate kompetentne, točne i pravovremene informacije o svemu što se događa u hrvatskoj i svjetskoj gastronomiji.[14]

5.1.1. Baranja

Portal Kult Plave Kamenice opisuje Baranjukao jedan od najfascinantnijih hrvatskih krajeva. Navode kako jeonaautentično divlja, a opet pristupačna i bezopasna. Baranja je puna vinograda kojadaju vrhunska vina s podrumima koji spadaju među starije u ovom dijelu Europe. Ona ima ponešto malih obiteljskih pansiona koji zaista stvaraju ugođaj života na idiličnom selu. Kopački rit, sa svojim orlovima, kormoranima, jelenima i vodenim zmijama mogao bi postati popularan kao Plitvice. Ističu kako je jedina loša strana Baranje nepostojanje malo većeg hotelaza smještanje potencijalnih gostiju. Na slici 8 prikazan je djelić Parka prirode Kopački rit.



Slika 8. Park prirode Kopački rit (izvor: https://croatia.hr/sites/default/files/styles/image_full_width/public/2017-11/kopacki-rit--ivo-biocina.jpg?itok=7dXbqJTC)

[14]https://plavakamenica.hr/kult-plave-kamenice/

5.1.2. Plešivica

Plešivica je naziv za jugoistočni greben Samoborskog gorja i proteže se približno u smjeru istok-zapad u dužini od 7 km s maksimalnom širinom od 1.5 km. Greben počinje kod sela Vranov Dol i proteže se do izdvojenog vrha Okić poviše sela Klake. Hrbat je podijeljen u dva dijela prijevojem Poljanice (581 m).Najviši vrh planine Plešivica zove se Čerga i nalazi se na 780 metara nadmorske visine. Na vrhu se nalazi geodetska točka, vidikovac te poletna staza za *paraglajdere*.Uz vrh prolazi i Jaskanski planinarski put.Središnji greben Plješivice, od prijevoja Poljanice do sela Poljanica Okićka sastoji se od niza vrhova s visinama u rasponu od 730 do 760 m.Padine planine prekrivene su gustom bjelogoričnom šumom s manjim područjima pod crnogoričnom šumom. Crnogorična šuma nije prirodnog porijekla već je rezultat pošumljavanja.Južne padine Plešivice poznata su vinogorja na kojima se uzgajaju mnoga kvalitetna vina. Pretpostavlja se da su vinovu lozu u ove krajeve donijeli Tračani od kojih su Iliri i Kelti preuzeli kulturu uzgajanja vinove loze.Prijevoj Poljanice popularna su biciklistička destinacija.[15] Na slici 9 prikazane su prirode ljepote i raskoš Plešivice.

[15] Plešivica, izvor:https://hr.wikipedia.org/wiki/Ple%C5%A1ivica



Slika 9. Plešivica (izvor: https://www.journal.hr/wp-content/uploads/2020/09/Ple%C5%A1ivica.jpg)

5.1.3. Lika

Lika je povijesna regija na jugozapadu središnjeg dijela Hrvatske, površine od oko 5.000 km2. Najveći grad u regiji je Gospić.Lika je gorska regija ili visoravan, okružena gorskim lancima; Velebit na jugu, Velika Kapela na zapadu, Mala Kapela na sjeveru te Lička Plješivica na istoku. Sjeverna granica prilično je neodređena jer Ogulinsko-Plašćanska dolina čini prijelazni prostor između Like i Gorskog Kotara. Cijelo područje može se okarakterizirati kao planinska zaravan raščlanjena manjim planinskim lancima u više cjelina (Gacka, Ličko polje ili Lika, Krbava (regija) i Ličko Pounje). Ima veliko strateško i prometno značenje jer čini spojnicu kontinentalnog i primorskog dijela Hrvatske, stoga se Lika još naziva i "Kralježnica Hrvatske". Kroz Liku prolazi državna cesta Zagreb-Split, s izlazom preko Maslenice na Zadar, autocesta Zagreb-Zadar-Split-Ploče, te željeznička pruga Zagreb-Knin-Zadar/Split. Ovaj položaj i prometna povezanost čini Liku dobrom i poželjnom turističkom destinacijom. Kroz Liku protječu hrvatske ponornice, rijeka Gacka , rijeka Lika, rijeka

Otuča , rijeka Krbava, rijeka Korenica te u Lici još izvire rijeka Una koja protječe njezinim istočnim dijelom samo u gornjem toku.[16]

Novinari portala Plava Kamenica opisuju Liku kao prirodni djevičanski teritorij potencijalno novog hrvatskog turizma, koji bi se bazirao na održivom iskorištavanju neodoljive atraktivnosti čiste prirode. Napominju da bi se Lika pretvorila u turističku zonu, potrebna je opsežna i precizna državna operacija strateške naravi, koja bi se dosljedno provela. Na slici 10 nalazi se prikaz ličkog kraja.



Slika 10. Lika (izvor: https://plavakamenica.hr/2018/02/12/turizam-destinacije-kontinentalna-hrvatska/)

5.1.4. Ilok

Ilok je grad u Hrvatskoj koji administrativno pripada Vukovarsko-srijemskoj županiji. Najistočniji je grad u Hrvatskoj. Poznat je po nadimcima mali Dubrovnik i Dubrovnik na istoku.S brijega Iločkog dvorca pruža se prekrasan pogled na Dunav. Ilok se rasprostire po obroncima Fruške gore.Najviša visinska točka u Vukovarsko-srijemskoj županiji je Čukala kod Iloka s 294 m nadmorske visine.Opis Iloka na portalu Plava Kamenica glasi: „Ilok je prekrasan gradić na Dunavu s nekim od najvrjednijih i najljepših vinograda u Hrvatskoj. Ilok je posjedovao bazičnu infrastrukturu za razvoj turizma, uključujući i nekoliko sasvim korektnih hotela, no

[16] Lika, izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Lika

umjesto turističke ekspanzije, i Iloku se dogodio val iseljavanja. Ilok , gdje povremeno pristaju dunavski kruzeri, karakterističan je primjer da kontinentalni turizam u Hrvatskoj zapravo ne može uspjeti bez snažne i sustavne državne potpore, s naglaskom na promoviranju kontinentalnih destinacija u inozemstvu.“ Na slici 11 prikazan je popularan dvorac i izletište u Iloku koji ima potencijal razvoja i unapređivanja turizma kontinentalne Hrvatske.



Slika 11. Ilok (izvor: https://plavakamenica.hr/2018/02/12/turizam-destinacije-kontinentalna-hrvatska/)

5.1.5. Hrvatsko Zagorje

„Zagorje je, zbog blizine Zagreba kao i zbog svog blagog ali dinamičnog krajolika, idealna destinacija za jednodnevne izlete po vinarijama, ali i za višednevni boravak turista koji seosku idilu preferiraju gradu. Problem je u tome što u Zagorju baš nema idile. Zagorje bi trebalo biti prepuno solidnih do vrhunskih restorana i dobro uređenih vinarija s kušaonicama, da bi privuklo bar dio stranih gostiju koji posjećuju Zagreb. Zagorje je, nadalje, vrlo podesno za proizvodnju prirodne hrane, što je uvijek turistički

atraktivno. Muzej krapinskih neandertalaca jedan je od modernijih hrvatskih izložbenih prostora, a zagorski bi dvorci, uz ozbiljna ulaganja, uistinu mogli postati masovna turistička atrakcija. Osim toga, Zagorje posjeduje i pretpostavke za politički turizam, jer se na tako malom prostoru može ispričati veći dio novije hrvatske političke povijesti. No, Zagorje se zasad uglavnom bavi selektivnim zdravstvenim i masovnim vjerskim turizmom, namijenjenim domaćim potrošačima.“[17] Na slici 12 prikazan je dio Hrvatskog Zagorja.



Slika 12. Hrvatsko Zagorje (izvor: https://plavakamenica.hr/2018/02/12/turizam-destinacije-kontinentalna-hrvatska/)

[17] Hrvatsko Zagorje, izvor: https://plavakamenica.hr/2018/02/12/turizam-destinacije-kontinentalna-hrvatska/

ZAKLJUČAK

Budući da razvoj turizma ovisi o društvenim i ekonomskim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima, njegov razvoj mora biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora te politikama Europske unije. Hrvatski kontinentalni turizam treba seupotpuniti s dobro artikuliranom vizijom, jasnim planom djelovanja i prepoznatim strateškim područjima. Također se treba uklopiti u postojeće strateške smjernice te utjecati na kreiranje budućih nacionalnih i europskih politika. Vizija i strateški ciljevi hrvatskog kontinentalnog turizma moraju odražavati nacionalne prioritete te bit usklađeni sa ostatkom turizma u Republici Hrvatskoj. Ulaskom u Europsku uniju Hrvatska je dobila mogućnost otvaranja novih prilika u turizmu kao i nove mogućnosti financiranja. Riječ je o aktivnostima koje su usmjerene na razvoj proizvoda, smještajnih ponuda i turističke infrastrukture, investicija, marketinga, jačanja ljudskih potencijala te upravljanje turističkim razvojem. Sve to treba uključiti te dobro posložiti i pripremiti kako bi se turizam u Kontinentalnoj Hrvatskoj podigao na višu razinu. Osim operativnih strategija, od ključnogznačaja je i akcijski plan za utvrđivanje mjera koje su usmjerene na uklanjanje postojećih razvojnih ograničenja.

Kontinentalna Hrvatska ima sve za ponuditi što ne uključuje more. Idealno za turiste koji više žude za mirnijim, manje stresnim i opuštajućim ponudama. Promocija i marketing Kontinentalnog dijela Hrvatske nisu dovoljno razvijeni i zastupljeni koliko bi trebali biti. Cijeli kontinentalni dio može ponuditi puno toga, kao primjerice brojna seoska imanja te obiteljska poljoprivredna gospodarstva. Oni nude idealno mjesto na kojem se spaja povijest, kultura i običaji. Optimistično se može pretpostaviti kako turizam Kontinentalne Hrvatske iščekuje svoju svijetlu budućnost. Trendovi u turizmu se mijenjaju nevjerojatnom brzinom te se preferencije gostiju sve više mijenjaju i okreću na kontinentalni dio Hrvatske na kojem je trenutno veliki zadatak da bude spreman promovirati i dočekati potencijalne goste na visokom nivou.

LITERATURA

1. Vitasović A., Ekonomija doživljaja i konkurentnost hrvatske turističke ponude, doktorska disertacija, Fakultet za ekonomiju i turizam “Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2012
2. Pirjevec B,Kesar O., Počela turizma, Mikrorad d.o.o., Zagreb, 2002
3. Vukonić B., Povijest hrvatskog turizma, Prometej & HAZU, Zagreb. 2005.
4. Curić Z., Glamuzina N. i Tvrtko Opačić V. (2013.) Geografija turizma – regionalni pregled: Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb
5. Kovaĉić, M., Milošević T.: Interdependenceof Transport andTourism; University of Rijeka, FacultyofMaritimeStudies, Pomorski zbornik 52 (2016.), 99-111., Studentska 2, 51000 Rijeka, Croatia
6. Družić I., „Ratna elastičnost turističke potražnje i rekonstruiranje hrvatskog gospodarstva“, Acta turistica br.1., 1998.
7. Rural koncept, izvor:http://www.rural-koncept.hr/hr/destinacije/kontinentalna-hrvatska/sredisnja-hrvatska/prometna-povezanost/ (pristupljeno12.06.)
8. Prebežac D., Jurčević M., Promet u funkciji promicanja turizma Republike Hrvatske (2001.) vol. 13
9. Kovačić, M., Milošević T.: Interdependenceof Transport andTourism; University of Rijeka, FacultyofMaritimeStudies, Pomorski zbornik 52 (2016.)
10. Zračna luka „Franjo Tuđman“, izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Zra%C4%8Dna_luka_%E2%80%9EFranjo_Tu%C4%91man%E2%80%9D (pristupljeno: 21.06.2020)
11. TheTravelandTourismreport, izvor: https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019 (pristupljeno: 21.06.2020.)
12. Geić, S. 2011. Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split

13. Pet najatraktivnijih turističkih destinacija kontinentalne Hrvatske, izvor: https://plavakamenica.hr/2018/02/12/turizam-destinacije-kontinentalna-hrvatska/ (pristupljeno: 25.06.2021)
14. Plešivica, izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Ple%C5%A1ivica (pristupljeno: 25.06.2021.)
15. Lika, izvor: https://hr.wikipedia.org/wiki/Lika (pristupljeno: 27.06.2021.)