Aktivni turizam na hrvatskoj obali i otocima

Zurak, Josipa

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:548471

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Kultura i turizam

Josipa Zurak

Aktivan turizam na hrvatskoj obali i otocima

Završni rad

Zadar, 2016.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Kultura i turizam

Aktivni turizam na hrvatskoj obali i otocima

Završni rad

Student/ica:
Josipa Zurak

Mentor/ica:
Šime Knežević, prof.

Zadar,2016.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Josipa Zurak,** ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Aktivni turizam na hrvatskoj obali i otocima** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 26. rujan 2016.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. ŠTO JE AKTIVNI TURIZAM? 2

3. OPĆENITO O REPUBLICI HRVATSKOJ 3

3.1. Demografija 4

3.2. Promet 4

3.2.1 Autoceste 4

3.2.2. Zračne luke 5

3.3. Hrvatski otoci i obala 7

3.2.1 Elementi privlačnosti obale i otoka za turiste 8

3.2.2 Sadašnje stanje i pozicija aktivnog turizma na hrvatskoj obali i otocima 10

4. AKTIVNI TURIZAM U HRVATSKOJ 11

4.1.Volumen i odnos ukupnog turizma i aktivnog turizma u Hrvatskoj 11

4.1.1. Aktivni turizam po mjesecima 12

4.1.2. Turistička emitivna tržišta za segment aktivnog odmora 12

4.1.3. Prijevozna sredstva za putovanje do destinacije 13

4.1.4. Smještajni objekti u destinaciji 14

4.1.5. Potrošnja aktivnih turista u Hrvatskoj 15

4.1.6. Glavne koristi od aktivnog turizma za turističko gospodarstvo 15

4.1.7. Glavne koristi od aktivnog turizma za turiste 16

4.2.Vrste i ponuda aktivnog turizma na hrvatskoj obali i otocima 17

4.2.1. Nautički turizam 18

4.2.2 Zdravstveni turizam 20

4.2.3 Golf turizam 20

4.2.4. Cikloturizam 20

4.2.4.1 Biciklizam 21

4.2.5. Ruralni i planinski turizam 22

4.2.5.1 Alpinizam 22

4.2.5.2 Planinarenje i pješačenje 23

4.2.5.3 Jahanje 23

4.2.6. Sportski i pustolovni(avanturistički)turizam 23

4.2.6.1 Ronjenje 24

4.2.6.2. Zračni sportovi 24

4.2.6.3 Akvaparkovi 25

4.2.6.4.Vodeni sportovi 25

4.2.6.5.Speleologija 26
4.3. Pet gradova na hrvatskoj obali i otocima s ponudom aktivnog turizma 26
4.3.1. Rovinj 26
4.3.2 Bol na Braču 27
4.3.3. Biograd na Moru 28
4.3.4.Vodice 29
4.3.5. Konavle 29
5. BUDUĆNOST AKTIVNOG TURIZMA NA HRVATSKOJ OBALI I OTOCIMA 31
5.1 Pozicija Hrvatske kao turističke destinacije aktivnog turizma 31
5.2. Nužnost stalne prilagodbe turističke ponude 33
5.3. Očekivanja suvremenih turista prema aktivnom turizmu 34
6. ZAKLJUČAK 36
7. LITERATURA 37
8. POPIS TABLICA 40
9. POPIS ILUSTRACIJA 41
10. SAŽETAK 42
11. SUMMARY 43

1. UVOD

U analizi tematike završnog rada potrebno je prethodno postaviti problem i predmet istraživanja, svrhu, ciljeve istraživanja, znanstvene metode te strukturu rada.

Na početku rada je definiran pojam aktivnog turizma te što obuhvaća hrvatska obala i otoci, a zatim je istražen glavni problem hrvatskog turizma. Glavni problem je izražena sezonalnost te dolazak turista u Hrvatsku radi pasivnog odmora to jest " sunca i mora" koji zapravo i potiču sezonalnost jer taj oblik turizma ovisi o klimatskim uvjetima.
Na početku rada je detaljno opisano stanje turizma hrvatske obale i otoka, prometna infrastruktura, usluge smještajnih objekata, prirodni potencijali, glavna emitivna tržišta, broj dolazaka i broj noćenja te ostalo, kako bi se moglo utvrditi pravo stanje hrvatskog turizma.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatskeizdaje publikaciju u kojoj nabraja i pojašnjava vrste turizma, ali u ovom radu, po ocjeni i izboru autorice,izabrane su i razrađene one vrste turizma koje spadaju u aktivan turizam.
Publikacija Ministarstva turizma RH je: " Strategija razvoja turizma RH za 2020.godinu " te je sam rad većim dijelom usmjeren na tu publikaciju, to jest autorica se vodi kroz rad tom publikacijom.
Nakon definiranja glavnog problema te istraživanja i opisivanja predmeta rada, na kraju rada je opisano u kojem smjeru bi se trebao usmjeravati hrvatski turizam i koje aktivnosti bi trebalo poduzimati u cilju bolje iskoristivosti potencijala hrvatske obale i otoka te smanjenja sezonalnosti.

2. ŠTO JE AKTIVNI TURIZAM?

Povećanjem fonda slobodnog vremena i financijskih sredstava javlja se sve veća želja za putovanjem i odmorom, ali i sadržajima aktivnog odmora izvan mjesta stalnog boravka. Aktivni turizam kombinira različite sadržaje poput: sportsko - rekreacijske, kulturno - umjetničke, zabavne, izletničke i druge. Pridonosi poboljšanju čovjekova zdravlja, ujedno pridonosi i razvoju turizma nekog određenog područja u kojem se provode pojedini sadržaji aktivnog turizma.

Prema (A. Samper-Martínez , 2011.)"aktivni turizam je nova filozofija putovanja koja kombinira avanturu , ekoturizam i kulturne aspekte kroz otkrivanje i doživljavanje turističke ture. Aktivni turizam ima nizak negativni ekološki učinak, socijalno je 24 sata kompatibilan i visoke kvalitete. Aktivni turizam nastoji kombinirati rekreaciju, obrazovanje i donijeti korist, kako za turiste, tako i za destinaciju koja se posjećuje."[1]Osim toga, aktivni turizam kombinira različite oblike turizma koji će biti detaljnije objašnjeni u daljnjem tekstu.

„Odmor, sport, lov, ribolov, zabava, opuštanje, i tako dalje samo su neki od motiva zbog kojih se ljudi uključuju u turistička kretanja. Svi se oni baziraju na osnovnoj čovjekovoj potrebi za odmorom i rekreacijom, a danas se smatra kako je „rekreacija osnovna turistička potreba". Na osnovi iskazanih motiva za putovanjem obavlja se i klasifikacija pojedinih specifičnih oblika turizma pa tako razlikujemo turizam vezan za odmore; nautički, lovni, ribolovni te posebno sportski turizam."[2]

Kao značajan sadržaj slobodnog vremena aktivan odmor podrazumijeva aktivno sudjelovanje u aktivnostima, a nikako pasivno promatranje aktivnosti drugih. Ali zbog nedovoljne preciznosti o pojmu i samom sadržaju aktivnog odmora često dolazi do pogrešnog shvaćanja jer "aktivan odmor predstavljanačin odmaranja uz primjenu tjelesnih aktivnosti koje omogućuju povoljne fizičke i psihološke reakcije organizma, dok je sama teorija aktivnog odmora usmjerena prema potpunijem razumijevanju selektivnih programa sportske rekreacije ili psiho- fizičkim obnavljanjima zdravlja."[3]Aktivni turizam sam po sebi ima pozitivan učinak jer podržava zaštitu okoliša i potiče održivi rast i razvoj.

[1] SAMPER, M.: **Conference on Social Media inHospitalityandTourism**, (2011.)
[2]BARTOLUCI,M.,ŠKORIĆ, S**.: Uloga sportskihstručnjaka u realizaciji sportsko – rekreacijskih programa u turizmu**
[3]Ibid.

3. OPĆENITO O REPUBLICI HRVATSKOJ

"Republika Hrvatska je smještena na južnom dijelu Srednje Europe te u sjevernom dijelu Sredozemlja. Kopnena površina Hrvatske iznosi 56.594 km^2, a kopnena i morska zajedno 88. 073 km^2. Glavni grad je Zagreb koji je političko, kulturno, znanstveno i gospodarsko središte Republike Hrvatske.Jadranska turistička makroregija prostor je otoka, obale i submediteranskog zaleđa od rta Savudrija na sjeveru do Prevlake na jugu. Ukupna dužina hrvatske obale iznosi čak 6.278 km što je posljedica velike razvedenosti obale."[4]

Slika 1. Karta Republike Hrvatske


ČAKOVEC
VARAŽDIN
KOPRIVNICA
KRIŽEVCI
ZAGREB
BJELOVAR
VIROVITICA
DUGO SELO
SAMOBOR
VELIKA GORICA
SISAK
KUTINA
SLATINA
OSIJEK
KARLOVAC
PETRINJA
POŽEGA
NOVA GRADIŠKA
VUKOVAR
VINKOVCI
SLAVONSKI BROD
RIJEKA
PULA
RIJEKA
Crikvenica
Senj
Gospić
ZADAR
KNIN
ŠIBENIK
SINJ
SPLIT
TROGIR
METKOVIĆ
DUBROVNIK
Nova Mokošica
Mali Lošinj
Labin
Pazin
ROVINJ
Poreč
Umag
Novigrad
Ogulin
Otočac
Korenica
Udbina
Obrovac
Benkovac
Biograd n/M
Vodice
Primošten
Kaštela
Solin
Omiš
Makarska
Ploče
Opuzen
Vela Luka
Hvar
Stari Grad
Jelsa
Vis
Komiža
Korčula
Lastovo
Sobra
Slano
Cavtat
Gunja
Županja
Đakovo
Našice
Donji Miholjac
Valpovo
Darda
Čepin
Borovo
Ilok
Vrpolje
Pleternica
Daruvar
Garešnica
Velika Gorica
Jastrebarsko
Ivanić Grad
Dugo Selo
Durđevac
Đurđevac
Križevci
Ludbreg
Ivanec
Varaždin
Čakovec
Bjelovar
Pitomača
Virovitica
Slatina
Orahovica
Pakrac
Lipik
Kutina
Sisak
Petrinja
Glina
Sunja
Hrvatska Kostajnica
Dvor
Duga Resa
Karlovac
Ozalj
Jastrebarsko
Samobor
Zaprešić
Zagreb
Vrbovec
Čazma
Veliki Zdenci
Garešnica
Daruvar
Pakrac
Lipik
Novska
Nova Gradiška
Požega
Pleternica
Našice
Đakovo
Vinkovci
Vukovar
Borovo
Vrpolje
Županja
Slavonski Brod
Nova Gradiška
Novska
Kutina
Sisak
Velika Gorica
Samobor
Dugo Selo
Ivanić Grad
Čazma
Veliki Zdenci
Jastrebarsko
Žumberak i Samoborsko gorje
Čabar
Vrbovsko
Ogulin
Josipdol
Slunj
Rakovica
Plitvička jezera
Otočac
Senj
Crikvenica
Vinodolska dolina
Rijeka
Kastav
Opatija
Matulji
Lovran
Mošćenička Draga
Labin
Rabac
Raša
Pula
Medulin
Premantura
Brijuni
Cres
Lošinj
Krk
Rab
Pag
Novalja
Karlobag
Gospić
Udbina
Korenica
Plitvička jezera
Slunj
Rakovica
Otočac
Senj
Crikvenica
Ogulin
Josipdol
Vojnić
Glina
Sisak
Kutina
Novska
Nova Gradiška
Slavonski Brod
Županja
Gunja
Đakovo
Vinkovci
Vukovar
Ilok
Vrpolje
Pleternica
Požega
Našice
Donji Miholjac
Valpovo
Darda
Čepin
Osijek
Beli Manastir
Virovitica
Slatina
Orahovica
Đurđevac
Križevci
Koprivnica
Ludbreg
Varaždin
Čakovec
Mursko Središće
Ivanec
Zlatar
Zlatar Bistrica
Krapina
Zabok
Medvednica
Zaprešić
Zagreb
Vrbovec
Dugo Selo
Ivanić Grad
Samobor
Jastrebarsko
Žumberak i Samoborsko gorje
Čabar
Vrbovsko
Ogulin
Josipdol
Slunj
Rakovica
Plitvička jezera
Otočac
Senj
Crikvenica
Vinodolska dolina
Rijeka
Kastav
Opatija
Matulji
Lovran
Mošćenička Draga
Labin
Rabac
Raša
Pula
Medulin
Premantura
Brijuni
Cres
Lošinj
Krk
Rab
Pag
Novalja
Karlobag
Gospić
Udbina
Korenica
Gračac
Obrovac
Benkovac
Biograd n/M
Vodice
Primošten
Kaštela
Solin
Omiš
Trogir
Split
Supetar
Bol
Makarska
Vrgorac
Ploče
Opuzen
Metković
Vela Luka
Hvar
Stari Grad
Jelsa
Vis
Komiža
Korčula
Blato
Lastovo
Sobra
Slano
Cavtat
Nova Mokošica
Dubrovnik
Mljet
Pelješac
Sinj
Trilj
Drniš
Knin
Benkovac
Zadar
Nin
Vir
Pag
Novalja
Karlobag
Gospić
Udbina
Korenica
Otočac
Senj
Crikvenica
Ogulin
Josipdol
Slunj
Rakovica
Plitvička jezera

3.1. Demografija

"Prema popisu stanovništva iz 2011. godine u Hrvatskoj je živjelo 4.284.889stanovnika,a u jadranskoj Hrvatskoj je živjelo1.413.328 stanovnika.

Naseljeno je pedeset otoka (većina ih ima nekoliko naselja), a prema popisu stanovništva iz 2011. na njima je živjelo 132 443 stanovnika. Najviša planina je Dinara s visinom od 1831 m, a najduža rijeka je Sava sa 562 km u Hrvatskoj.

Jadranska turistička makroregija(mediteranska ili primorska) obuhvaća površinu od 17 850 km^2 ili 31,6% ukupne površine Hrvatske, u kojoj živi oko 1,46 milijuna stanovnika ili oko 30,6% ukupnog stanovništva Hrvatske."[5]

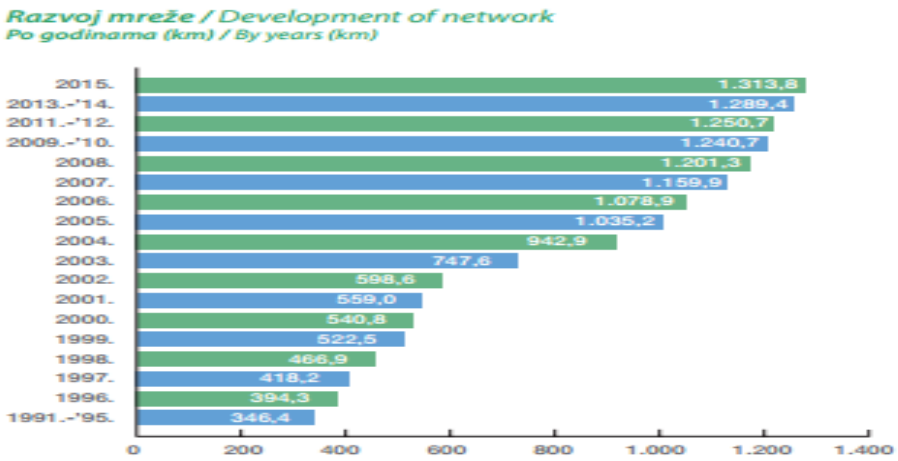
3.2. Promet

Turizam značajno ovisi o prometnoj povezanosti turističkih destinacija s glavnim emitivnim tržištima. U Republici Hrvatskoj glavnu prometnu infrastrukturu važnu za turizam čine autoceste,a poslije njih na drugo mjesto dolazi zračni promet.

3.2.1 Autoceste

Mreža autocesta u Republici Hrvatskoj je u posljednjih desetak do petnaest godina doživjela značajan razvoj. Investicije u izgradnju autocesta su omogućile puno bolju povezanost hrvatskih turističkih destinacija s glavnim emitivnim tržištima te znatno skratile vrijeme provedeno na putovanju i omogućile turistima više vremena za uživanje na njihovom odmoru.

Slika 2: Razvoj mreže autocesta u RH

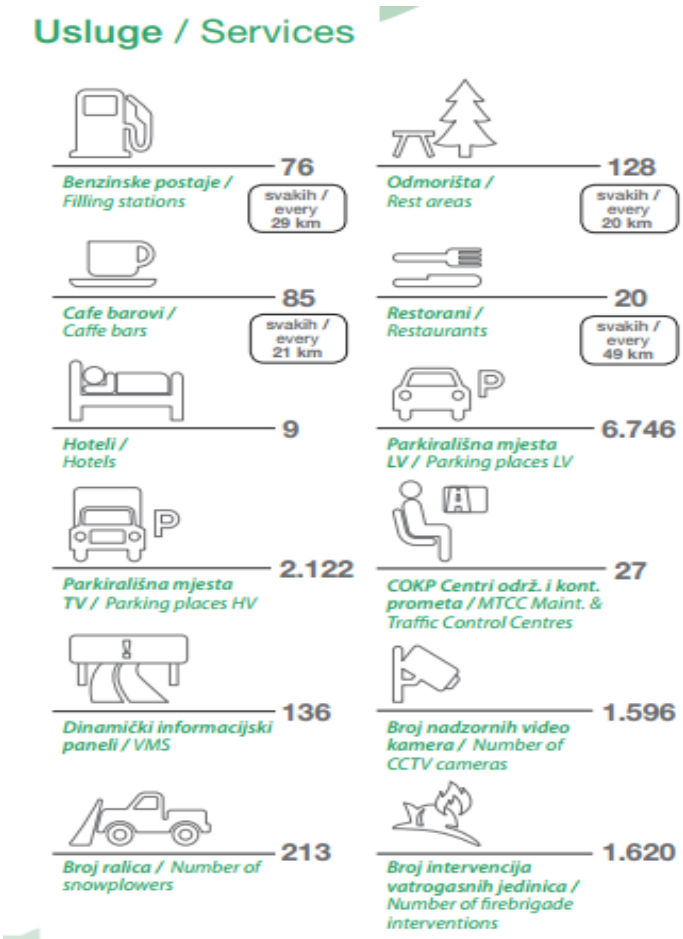


Izvor: http://www.huka.hr/mreza-autocesta (15.09.2016)

[5]**Državni zavod za statistiku**http://www.dzs.hr/ (16. 07. 2016)

Za razliku od ostalih cestovnih pravaca, autoceste nude puno veću kvalitetu i razinu usluge za putnike što značajno utječe na zadovoljstvo turista. Ponuda se sastoji od benzinskih postaja, cafe- barova, hotela, odmarališta, restorana i drugih usluga i sadržaja. Takva ponuda ne postoji na niti jednom prometnom pravcu kod drugih vrsta prijevoza, što pored ostalih prednosti, jednim dijelom utječe na odabir cestovnog prometa kao primarnog za dolazak u Hrvatsku.

Slika 3: Usluge na Hrvatskim autocestama



Izvor:http://www.huka.hr/mreza-autocesta (15.09.2016)

3.2.2. Zračne luke

"U Hrvatskoj je za međunarodni zračni promet otvoreno šest zračnih luka (Zagreb, Split, Dubrovnik, Pula, Rijeka i Zadar) i pet zračnih pristaništa (Osijek-Klisa, Brač, Lošinj, Ploče i Vrsar).

Zračne luke na otocima pokazuju da se koriste uglavnom ljeti kada se javlja turistički promet. Lošinj je štoviše izgubio pravo prihvata javnog zračnog prometa, a Brač je za promet otvoren u turističkoj sezoni dok se van sezone otvara samo po najavi. Može se konstatirati da nitijedna

zračna luka na otocima nije u funkciji povezivanja otoka odnosno njihovogstanovništva s kopnom. Svi su oni isključivo namijenjeni za turizam. Ukupni godišnji putnički promet na njima ne prelazi 2% prometa u Hrvatskoj."[6]

Navedene činjenice pokazuju kako Hrvatska ima velik broj zračnih luka, ali najsiromašnije ostvareni promet i jedna je od najzaostalijih po tehnološko-tehničkim rješenjima postojećih zračnih luka.

Tablica 1. Statistički podaci o prometu u zračnim lukama u RH 2014/2015

ZRAČNE LUKE	OPERACIJE ZRAKOPLOVA			PREVEZENO PUTNIKA		
	2014	**2015**	%	*2014*	**2015**	%
ZL Zagreb	*37.713*	**39.780**	5,48	*2.391.853*	**2.550.226**	6,62
ZL Split	*19.748*	**21.945**	11,13	*1.729.018*	**1.930.665**	11,66
ZL Dubrovnik	*16.602*	**16.852**	1,51	*1.570.175*	**1.679.260**	6,95
ZL Pula	*7.157*	**6.939**	-3,05	*370.314*	**347.044**	-6,28
ZL Zadar	*8.302*	**7.723**	-6,97	*477.384*	**468.850**	-1,79
ZL Osijek	*1.634*	**1.903**	16,46	*27.028*	**29.509**	9,18
ZL Rijeka	*2.230*	**3.932**	76,32	*103.433*	**136.849**	32,31
ZL Brač	*1.380*	**1.503**	8,91	*10.418*	**8.870**	-14,86
Z.p. Mali Lošinj	*3.034*	**4.478**	47,59	*5.713*	**14.116**	147,09
Ukupno:	*97800*	**105055**	7,42	*6685336*	**7165389**	7,18

Izvor: http://www.dzs.hr/ (16.09.2016)

[6]PAVLIN, S., ROGULJIĆ, S., SIKORA, I.:**Analiza stanja i perspektive razvitka Hrvatskih aerodroma**

Tijekom 2015. godine je prevezeno oko 7,2 mil. putnika u hrvatskim zračnim lukama, što je rast od 7,2% u odnosu na godinu prije. Rast broja prevezenih putnika nije rezultat ulaganja u zračne luke, već je glavni razlog rast ukupnog međunarodnog i hrvatskog turizma. Ulaganja u zračnu luku Zagreb i zračnu luku Dubrovnik će omogućiti značajno poboljšanje razine usluge, veći broj zračnih linija s glavnim emitivnim tržištima te veći broj pristiglih turista putem zračnih luka. Pritom drugi sudionici hrvatskog turizma, posebno aktivnog, trebaju pratiti ulaganja i razvoj zračnog prometa kako bi atraktivnosti usluga privukli nove turiste koji ne koriste cestovnu infrastrukturu (Skandinavija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Azija, SAD). Karakteristike i relativno nedostatak širine usluge hrvatskog turizma (izrazita sezonalnost) se vidi i iz podataka prevezenih putnika u zračnim lukama s obzirom da se od ukupnog broja prevezenih putnika njih 49% odnosi na tri mjeseca u godini (srpanj, kolovoz, rujan).

Ulaganja u prometnu infrastrukturu koja je značajno utjecala na razvoj i rezultate hrvatskog turizma nisu pratili ostali sudionici u prometu kao što su poduzeća u lokalnom javnom prijevozu, Jadrolinija i Hrvatske željeznice.

Glavni nedostaci koji se ističu su: nedostatak relevantnih informacija o prometnim linijama koji bi bili dostupni turistima, manjak prometnih linija za vrijeme turističke sezone, zastarjelost prijevoznih sredstava, visoka cijena prijevoza u odnosu na razinu usluge koju nude. Iako je isplativost ulaganja u prijevozna sredstva i prometnu infrastrukturu gore navedenih sudionika upitna zbog izrazite sezonalnosti hrvatskog turizma te ukupnog malog postotka iskorištenosti postojeće infrastrukture, značajna financijska sredstva se nalaze u Europskim fondovima koji se vide kao prilika za maksimalno iskorištavanje potreba i potražnje turizma iz prometnog aspekta.

3.3. Hrvatski otoci i obala

Hrvatski otoci obuhvaćaju gotovo sve otoke istočne obale Jadrana i njegova središnjeg dijela, čineći drugo po veličini otočje Sredozemlja. Ima ih 1.244, a geografski se dijele na 602 otoka i otočića, 642 hridi i grebena."[7] Obično se dijele na istarsku, kvarnersku, sjevernodalmatinsku, srednjodalmatinsku i južnodalmatinsku skupinu. Najveći otok je Krk (409,9 km^2).[8]

Hrvatska obala i otoci leže u području jadranskog tipa mediteranske klime. Ljeta su vruća i suha, zime blage i vlažne, a insolacija je velika. Posebna klimatska obilježja razlikuju se od

[7] **Hrvatski hidrografski institut:** http://www.hhi.hr/ (17. 07.2016)
[8] **Obale i otoci:** http://www.hr/hrvatska/geografija/jadran/obala-i-otoci (11.07.2016)

otoka do otoka, ovisno o strani svijeta, nadmorskoj visini ili izloženostivjetrovima. Glavni činitelj otočne klime i biljnog pokrova je Jadransko more koje spada u topla mora. [9]

Krški reljef i klima uvjetovali su razvoj specifičnog biljnog i životinjskog svijeta na kopnu pa se u ovoj makroregiji nalazi čak šest nacionalnih parkova(Mljet, Kornati, Paklenica, Sjeverni Velebit, Krka i Brijuni) te više parkova prirode i strogih rezervata.[10]

3.2.1 Elementi privlačnosti obale i otoka za turiste

Kvaliteta turističke destinacije i turističkog destinacijskog proizvoda zasniva se na kvaliteti pojedinih elemenata koji sačinjavaju destinacijski proizvod, a koji se mogu definirati kao faktori atraktivnosti destinacije. " Činitelji koji privlače turiste su prirodni, socijalni ali i različiti elementi ponude u destinaciji , kao i tečaj domaće valute, politička stabilnost zemlje, sociodemografski trendovi, ubrzani razvoj informacijske tehnologije i sl. Sveukupna razina kvalitete turističke destinacije ponajviše je određena razinom kvalitete njezinih osnovnih turističkih resursa." [11]

"Aduti hrvatske ponude su ljepota krajolika, mogućnost obiteljskog odmora, osobna sigurnost i gostoljubivost.''[12]

"Među prirodnim atrakcijama najvažnije mjesto imaju more, razvedena obala te mnoštvo otoka, ali i brojne očuvane prirodne plaže, kao i zelenilo i šumovitost velikog dijela teritorija. Hrvatska se ističe snagom netaknute prirode, s osam nacionalnih parkova i jedanaest parkova prirode. Zemlja je s mnogobrojnim planinskim rutama, alpinističkim smjerovima, rafting rutama, raj je za skijaše i bicikliste, oaza mira i tišine."[13]Hrvatska ima velik broj otoka i otočića, neki od najvećih otoka su: Lošinj, Cres, Krk, Rab, Brač, Hvar, Vis, Korčula, Mljet. "Hrvatski otoci privlače netaknutim, prirodnim, skladnim okolišem, jedinstvenim krajobrazima i blagom sredozemnom klimom.''[14]Na mnogim otocima nalazi se prekrasna arhitektura i ugođaj, antički spomenici, umjetnost u kamenu, drvu, na platnu i starim pergamenamate ponuđen boravak za robinzonsku avanturu na otoku.

---

[9]Ibid.
[10]BARTOLUCI, M., ČAVLEK, N. :Op.cit (81. Str.)
[1111]MARKOVIĆ S.,: ''**Hrvatski turizam (plavo, bijelo, zeleno)**" Institut za turizam, Zagreb, 2006
[12]Ibid.
[13]**Pustolovni turizam:http://www.uhpa.hr/projekti/specijalizacije/pustolovni-turizam (12.7)**

[14] GRGONA, J.: "**Turizam u funkciji gospodarskog razvitka**"ekonomski pregled, 2002

Hrvatska prirodna bogatstva čine i 8 nacionalnih parkova te 11 parkova prirode; u nastavku su navedeni i detaljno opisani samo neki od njih koji se nalaze na hrvatskoj obali i otocima te koji čine velik dio privlačnosti stranim turistima na hrvatskim prostorima.

Tablica 2. Nacionalni parkovi

NACIONALNI PARKOVI	BROJ POSJETITELJA	AKTIVNOSTI
PLITVIČKA JEZERA	275.042	Planinarenje, posjećivanje špilja, vožnja brodom, vođene ture, biciklizam, poučne staze
PAKLENICA	40 000	Biciklizam, planinarenje, alpinizam, promatranje životinja, speleologija, poučne ture, škola u prirodi, vođene ture
MLJET	20.350	Biciklizam, planinarenje, speleologija, vožnja čamcem, vođene ture
KORNATI	14.680	Vožnja brodom, ronjenje, poučne staze, planinarenje
KRKA	158.259	Biciklizam, speleologija, vožnja brodom, poučne staze, škole u prirodi, vođene ture
BRIJUNI	68.059	Biciklizam, vožnja čamcem, ronjenje, poučne staze, škole u prirodi, golf, tenis, safari park
SJEVERNI VELEBIT	5.399	planinarenje, biciklizam, poučne staze, škola u prirodi, vođene ture

Izvor:https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-velebit (16.09.2016).

Tablica 3. Parkovi prirode

PARKOVI PRIRODE	BROJ POSJETITELJA	AKTIVNOSTI
UČKA	/	Biciklizam, planinarenje, alpinizam, paraglajding, škole u prirodi, vođene ture, poučne staze
VRANSKO JEZERO	/	Biciklizam, planinarenje, ribolov, vožnja čamcem, promatranje životinja, poučne ture
BIOKOVO	Oko 50 000	Biciklizam, planinarenje, alpinizam, paraglajding
LASTOVSKO OTOČJE	Oko 30 000	Biciklizam, ribolov, ronjenje, planinarenje
TELAŠĆICA	121,500	Ronjenje, promatranje životinja, vožnja čamcem

Izvor:https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-velebit (16.09.2016).

Sljedeća prednost Hrvatske je zemljopisni položaj jer se njena obala zajedno s otocima nalazi usred Europe, blizu emitivnih turističkih zemalja. "Hrvatska obala ima izuzetno povoljne uvjete za razvoj nautičkog turizma od kojih se ističu: razvedena obala i mnogobrojni otoci, pogodni uvjeti za rekreativnu plovidbu, čisto i toplo more, slikovitost i raznolikost krajolika

tepostojeća nautička infrastruktura, ali i prometni uvjeti.''[15]Otočni krajobraz skupa sa čistoćom okoliša također stvara privlačnost i razvedenost obale.

3.2.2 Sadašnje stanje i pozicija aktivnog turizma na hrvatskoj obali i otocima

"Hrvatska je izrazito siromašna u novostvorenim turističkim atrakcijama kao što su suvremeno opremljeni kongresni centri, tematski i/ili zabavni parkovi, golfska igrališta, centri za posjetitelje, kvalitetno osmišljene tematske rute te slični sadržaji turističke ponude bez kojih je izuzetno teško uspostaviti pretpostavke za proširenje međunarodno prepoznatljivog proizvodnog miksa, turističko aktiviranje kontinentalnog prostora, uključujući i prostor priobalnog zaleđa, te produljenje sezone. Hrvatskoj danas nedostaju centri cjelogodišnjeg planinskog i sportskog turizma, kvalitetne biciklističke staze s potrebnom infrastrukturom i suprastrukturom, ronilački i jedriličarski centri te drugi sadržaji nužni za kvalitetno i dugoročno održivo tržišno pozicioniranje na tržištu posebnih interesa.

Hrvatska obala skupa s otocima na temelju prirodnih karakteristika ima dobre uvjete za plivačke aktivnosti i aktivnosti skijanja na vodi, jedrenje na dasci, ronjenje, nautiku i jedrenje na raznim plovilima, a u zimskim mjesecima ime dobre uvjete za razvoj zdravstvenog turizma uz specifične oblike sportsko – rekreacijskih aktivnosti."[16]

"Zbog konfiguracije terena, dobri su uvjeti za formiranje pješačkih i biciklističkih staza te staza za jahanje, izgradnju terena za odbojku na pijesku, tenis i golf.Većina plaža pogodna je za aktivnosti kao što su aerobik i vježbanje u vodi, a značajan dio obale pogodan je za izgradnju vodenih parkova(različite vrste tobogana i drugih objekata zabave, sporta i rekreacije u takvim prostorima)."[17] U neposrednom zaleđu obalnog prostora nalaze se planinski masivi poput Velebita, Dinare, Biokova i drugih, krški oblici, rijeke tekućice i jezera te drugi prirodni resursi koji pružaju mogućnost razvoja širokog spektra sportsko – rekreacijskih aktivnosti, kao što su planinarenje, speleološka kretanja, zmajarenja, bungeejumping, slobodno penjanje uz visoke litice i stijene, rafting, vožnja po jezerima i rijekama,a oblikovanjem i izgradnjom biciklističkih i motociklističkih staza potiče se razvoj biciklizma, motociklizma te drugih aktivnosti.Hrvatska ima velik potencijal za razvoj aktivnih oblika turizma, no također ima lošu opremljenost te je orijentirana na sezonalnost, dok neke vrste aktivnih oblika nude produljenje sezone, to jest nude aktivnosti tokom cijele godine, stoga se u takve oblike treba ulagati.

---

[15]Marković S, op.cit.

[16]**Strategija razvoja hrvatskog turizma za 2020 godinu**: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (18.09.2016)

[17]BARTOLUCI, M., ČAVLEK, N.:Op.cit. (82. Str.)

4. AKTIVNITURIZAM U HRVATSKOJ

Vrijeme devedestih je obilježila borba Hrvatske za samostalnost i u tom vremenu je hrvatskaturistička " industrija ", osim što se nalazila u stanju prisilnog mirovanja, trpjela znatne devastacije prirodnih resursa i infrastrukture. Počeci organiziranih pustolovnih putovanja u Hrvatskoj bilježe se krajem osamdesetih godina. Atlas Adventures u ponudu uvodi nove vrste izleta.[18] S vremenom su se te vrste razvijale, no nažalost ni danas nisu dostigle vrhunac u vlastitoj ponudi.Po nastupanju mira u Hrvatskoj, ponovno je oživljeno turističko poslovanje općenito, a s tim naravno i ponuda aktivnog turizma u različitim područjima i s različitim intenzitetom, zavisno od mogućnosti.Ministarstvo turizma Republike Hrvatske izdaje popis vrsta i oblika u hrvatskom turizmu, ali kroz rad će se spominjati samo određene vrste turizma koje pod pretpostavkom autorice spadaju u aktivni turizam. Te vrste su: nautički, zdravstveni, golf, cikloturizam, ruralni i planinski, te sportski i pustolovni turizam.

4.1.Volumen i odnos ukupnog turizma i aktivnog turizma u Hrvatskoj

U 2015. zabilježeno je 14 343 323 dolazaka i 71 605 315 noćenja turista u turističkim smještajnim objektima u Republici Hrvatskoj. Od ukupnog broja dolazaka njih 84% se odnosi na dolaske u primorsku Hrvatsku. Uzimajući u obzir kako oko 70% turista u Republiku Hrvatsku dolazi motivirano zabavom i novim doživljajima (Istraživanje Tomas ljeto 2014), može se procijeniti kako je u Republici Hrvatskoj tijekom 2015. godine boravilo oko 8,4 mil. aktivnih turista

Slika 4. Motivacija aktivnih turista



Izvor: Tomas istraživanje: http://www.iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/Tomas-Ljeto-2014-Sazetak-iz-knjige.pdf , (16.09.2016)

[18]MARUŠIĆ, M., PREBEŽEC, D.:**" Istraživanje turističkih tržišta, Zagreb**, 2004

TOMAS istraživanje u razdoblju 2010.-2014. pokazuje rast važnosti aktivnog turizma i povećanje motiviranosti dolaska turista tražeći zabavu i nova iskustva.

4.1.1. Aktivni turizam po mjesecima

Aktivni turizam se najintenzivnije događa tijekom dva glavna turistička mjeseca u godini (srpanj, kolovoz) iz dva glavna razloga, a to su ograničenost turističke infrastrukturevremenskimuvjetima i neorijentiranost hrvatskog turizma na cjelogodišnji turizam.

Slika 5. Broj noćenja po mjesecima u 2015. godini u RH

Ukupno *Total*	71 605 315
Mjesec *Month*	
I.	362 383
II.	368 780
III.	677 798
IV.	1 749 515
V.	3 980 684
VI.	8 742 000
VII.	20 373 298
VIII.	23 732 640
IX.	8 669 315
X.	1 963 488
XI.	511 624
XII.	473 790

Izvor: DZS: http://www.dzs.hr/ (17.09.2016)

Ostvarena noćenja u smještajnim kapacitetima po mjesecima pokazuju izrazitu sezonalnost hrvatskog turizma, pa tako i aktivnog turizma,s obzirom da se 61% svih noćenja ostvare u srpnju i kolovozu, a 85% svih noćenja se ostvari u razdoblju lipanj-rujan.

4.1.2. Turistička emitivna tržišta za segment aktivnog odmora

Njemačka, kao najveće emitivno turističko tržište čini za Hrvatsku vodeću emitivnu zemlju iz koje dolazi najveći broj turista, u 2015. godini to je bio broj od 2,1 mil. dolazaka turista te 15,8 mil. ostvarenih noćenja. Hrvatska pozicija na njemačkom tržištu je stabilna. Na drugom i trećem mjestu su Slovenija i Italija, koje su također već dugi niz godina vjerni posjetioci hrvatske obale. "Ipak, u posljednje vrijeme zamjetan je rast dolazaka iz Ujedinjenog Kraljevstva, Južne Koreje, Japana, Švedske i SAD-a, što upućuje na to da Hrvatska postaje sve zanimljivije odredište i za neka nova tržišta."[19]

[19]**Konkurencija**:http://www.poslovnipuls.com/2015/07/15/evo-sto-sve-morate-znati-o-konkurentnosti-hrvatskog-turizma/ (18.09.2016)

Slika 6. Strani turistički promet po zemljama

Strani turistički promet po zemljama (u 000)						
	DOLASCI TURISTA		INDEKS	NOĆENJA TURISTA		INDEKS
	2014.	2015.	2015./14.	2014.	2015.	2015./14.
Njemačka	1.989	2.124	106,8	14.749	15.770	106,9
Slovenija	1.102	1.192	108,2	6.236	6.678	107,1
Italija	1.061	1.111	104,7	4.466	4.800	107,5
Austrija	1.019	1.120	109,9	5.404	5.902	109,2
Češka	661	696	105,3	4.600	4.812	104,6
Poljska	630	675	107,1	4.078	4.323	106,0
Francuska	441	466	105,7	1.658	1.709	103,1
Ujedinjeno Kraljevstvo	429	491	114,5	2.102	2.419	115,1
Mađarska	366	436	119,1	1.931	2.266	117,3
Slovačka	355	381	107,3	2.383	2.550	107,0
Ostali	3.570	3.991	111,8	13.716	14.634	106,7
UKUPNO STRANI	11.623	12.683	109,1	61.323	65.863	107,4

Izvor:**http://business.croatia.hr/Documents/4060/Turizam-u-brojkama-2015.pdf**(15.09.2016)

4.1.3. Prijevozna sredstva za putovanje do destinacije

Od prometnih sredstava s kojima turisti putuju u Hrvatsku, u velikoj prednosti je cestovni prijevoz, dok je na drugom mjestu niskotarifni zračni prijevoz. Kako većina turista na hrvatsku obalu i otoke dolaze kao aktivni turisti, dok je pasivnih samo mali postotak, tako ovaj postotak i razlika među prijevoznim sredstvima odgovara aktivnim turistima.

Slika 7. Prijevozna sredstava



Izvor: Tomas istraživanje, ljeto 2014:http://www.iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/Tomas-Ljeto-2014-Sazetak-iz-knjige.pdf (18.09.2016)

4.1.4. Smještajni objekti u destinaciji

"U 2015. godini je u primorskoj Hrvatskoj ostvareno oko 67,2 mil. noćenja, od čega je samo 19,9 mil. noćenja, odnosno 30%, ostvareno u hotelima i sličnom smještaju. S druge strane odmarališta i slični objekti za kraći odmor su ostvarili 30,2 mil. noćenja, odnosno 45% svih noćenja u Republici Hrvatskoj."[20]

Slika 8. Smještajni kapaciteti u RH

Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)

	BROJ POSTELJA			STRUKTURA (u %)	
	2014.	2015.	INDEKS 2015./14.	2014.	2015.
Hoteli i aparthoteli	132.998	135.322	101,7	13,6	13,1
Turistička naselja	29.887	30.836	103,2	3,1	3,0
Turistički apartmani	16.671	15.371	92,2	1,7	1,5
Kampovi i kampirališta	236.162	227.568	96,4	24,2	22,1
Privatne sobe	470.694	512.583	108,9	48,2	49,8
Lječilišta	2.449	2.510	102,5	0,3	0,2
Odmarališta	2.870	2.749	95,8	0,3	0,3
Hosteli	10.341	11.692	113,1	1,1	1,1
Ostalo	72.241	88.550	122,6	7,4	8,6
Nekategorizirani objekti	3.101	2.131	68,7	0,3	0,2
UKUPNO	977.414	1.029.312	105,3	100,00	100,00

Izvor:**http://business.croatia.hr/Documents/4060/Turizam-u-brojkama-2015.pdf** (15.09.2016)

Iz navedenog se može zaključiti kako postoji manjak ponude hotelskih smještajnih kapaciteta u sezoni, međutim prava vršna popunjenost od gotovo 90% odvija se samo u središnjim ljetnim mjesecima, srpnju i kolovozu. Upravo u srpnju i kolovozu ostvari se preko 60% svih hotelskih turističkih noćenja (što je znatno iznad svih mediteranskih zemalja). Navedene činjenice utječu na poslovanje i profitabilnost hotelijera. Kao posljedica toga, hoteli su uglavnom orijentirani na strategiju niskih cijena kao dominantni alat za upravljanje profitabilnošću.Nužan preduvjet za povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta (produljenje sezone, predsezone i postsezone) i povećanje potrošnje turista (u smještajnim objektima i izvan njih) jest podizanje kvalitete svih smještajnih kapaciteta.

Cilj bi trebao biti promijeniti kvalitativnu strukturu hotelskih smještajnih kapaciteta uz istodobno adekvatnu kvalitativnu promjenu u svim ostalim vrstama osnovnih i komplementarnih smještajnih kapaciteta. S druge strane postoji problem nedostatka infrastrukture kao što su kongresni centri, zdravstveni/wellness centri, golfska igrališta,

[20]**Dzzs:**http://www.dzs.hr/ (17.09.2016)

tematski parkovi i slično koji bi stvorili dodatnu ponudu i smanjili sezonalnost potražnje koncentriranu visoko u "špici" ljetne sezone. Upravo u tom području aktivni oblici turizma predstavljaju veliku priliku za razvoj hrvatskog turizma kroz povećanje kvalitete smještajnih kapaciteta, proširenje ponude unutar smještajnih objekata i turističkih destinacija te adekvatnu promociju hrvatskih resursa. To je pristup koji omogućuje postizanje veće iskorištenosti kapaciteta i veće potrošnje gostiju, a time i povećanja prihoda u hrvatskom turizmu.

4.1.5. Potrošnja aktivnih turista u Hrvatskoj

Istraživanje TOMAS ljeto, 2014. o prosječnim dnevnim izdacima po osobi pokazuju kako aktivni turisti ostvaruju veću potrošnju od pasivnih turista u prosjeku za više od 6,5 eura po osobi. Razina potrošnje bi se mogla i povećati orijentirajući se na aktivne turiste iz određenih emitivnih tržišta (npr. Britanci ostvaruju prosječnu potrošnju po osobi od 122 eura, odnosno 60 eura više od Poljaka i Nijemaca).

Slika 9. Potrošnja u destinaciji RH

POTROŠNJA U DESTINACIJI
Prosječni dnevni izdaci po osobi

	€	%
UKUPNO	66,36	100
Smještaj	36,22	55
Hrana i piće izvan objekta	12,18	18
Kupnja	9,49	14
Sport i zabava	1,83	
Kultura	0,93	
Zabava	3,06	13
Izleti	1,57	
Ostalo	1,09	

Izvor: Tomas istraživanje, ljeto 2014:http://www.iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/Tomas-Ljeto-2014-Sazetak-iz-knjige.pdf (18.09.2016)

4.1.6. Glavne koristi od aktivnog turizmaza turističko gospodarstvo

Turizam je bitan za gospodarstvo svake zemlje, pa i Hrvatske.Udio prihoda turizma u ukupnom BDP-u Hrvatske u 2015. godini iznosio je 18,1%. " Devizni prihod od turizma kao udio BDP-a u Hrvatskoj kontinuirano raste od 2011., i to kao rezultat uzlaznog trenda rasta prihoda u turizmu i silaznog trenda BDP-a. No pitanje je može li se vrijednost nacionalnoga gospodarstva temeljiti na tako visoko rizičnoj grani čija je vrijednost gotovo petina BDP-

a."[21]Turizam je podložan prirodnim nepogodama, geopolitičkim nestabilnostima i sličnom, što može značajno utjecati na gospodarstvo Republike Hrvatske.

Današnja cjelokupna ponuda u Hrvatskoj nije još uvijek dovoljno razvijena kako bi zadovoljila sve zahtjevniju turističku potražnju (vidjeti tablicu Sustav turističkih proizvoda prema turističkim regijama Hrvatske u poglavlju 6.2).
Gosti koji uglavnom dolaze zbog sunca i mora niže su platežne moći. Iako postoji trend povećanja kategorije smještaja, problem je nedovoljna ponuda dodatnih sadržaja u destinaciji. Iako postoje strategije razvoja turističke ponude, one se ne provode u dovoljnoj mjeri. Stoga aktivni turizam predstavlja mogućnost diversifikacije i smanjenja ukupnog rizika u kretanju ukupnih prihoda u turizmu, a time i ostalih važnih gospodarskih kretanja poput prihoda od poreza, stope zaposlenosti, investicija, kretanja platne bilance, pritiska na tečaj domaće valute i mnogih drugih.
Aktivna putovanja mogu biti od velike koristi za turističke destinacije, a to se može očitovati kroz stvaranje radnih mjesta, rast prihoda te pružanje snažnog poticaja za očuvanje okoliša.
Prednosti koje donose aktivni oblici turizma:

- šire ukupnu turističku ponudu
- privlače turiste iz zemalja koji nisu samo iz glavnih emitivnih tržišta
- aktivni turisti ostvaruju veću prosječnu potrošnju u destinacijama
- produžuju ukupno trajanje sezone
- povećavaju prosječnu popunjenost smještaja
- omogućuju veće buduće investicije u turistički sektor.

4.1.7. Glavne koristi od aktivnog turizmaza turiste

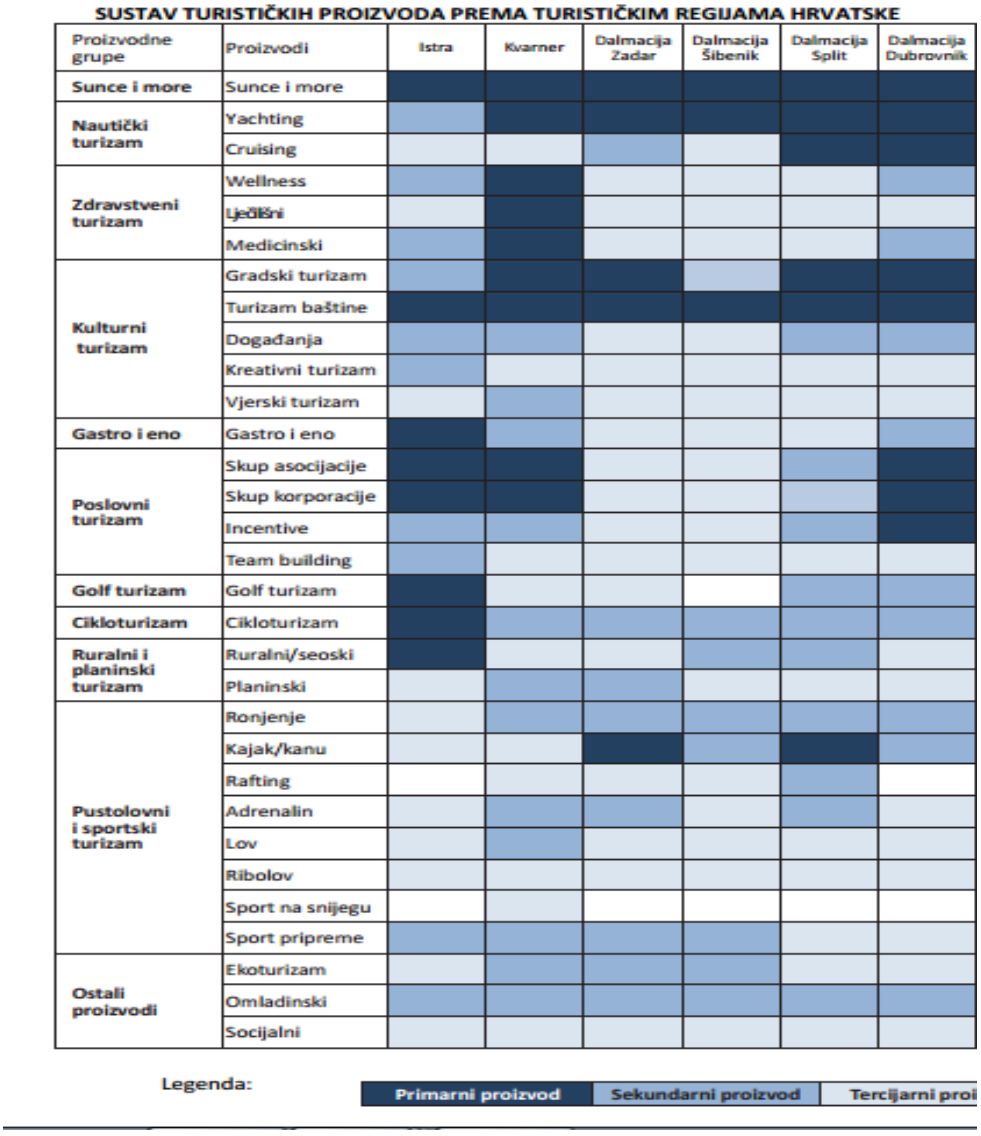
Zbog sve veće urbanizacije i modernog načina života, sve veći broj ljudi se odlučuje na odmor izvan mjesta stalnog boravka. Upravo zbog takvog načina života, ljudi bježe od svakodnevice i uključuju se u turističke tokove, a bijeg od takvog načina života pruža aktivni turizam. Za vrijeme odmora i boravka u destinaciji, aktivni turizam pruža turistima mogućnost sudjelovanja u različitim aktivnostima koje ga opuštaju i pomoću kojih se zabavlja.

[21]**Makroekonomija:**http://www.hgk.hr/sektor-centar/centar-makroekonomija/znacaj-deviznog-prihoda-od-turizma (18.09.2016)

4.2.Vrste i ponuda aktivnog turizma na hrvatskoj obali i otocima

Na hrvatskoj obali i otocima postoji široka ponuda usluga koje ulaze u područje aktivnog turizma, stoga će fokus ovog rada biti u skladu s podjelom strategije razvoja turizma RH do 2020. U nastavku će detaljnije biti analizirana ponuda nautičkog, zdravstvenog, golf, cikloturizma, ruralnog i planinskog, sportskog i pustolovnog turizma. Te vrste aktivnog turizma, osim pasivnog sunca i mora, imaju najveći potencijal za razvoj u hrvatskom turizmu.

Slika 10. Sustav turističkih proizvoda prema turističkim regijama Hrvatske



SUSTAV TURISTIČKIH PROIZVODA PREMA TURISTIČKIM REGIJAMA HRVATSKE

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

Legenda: Primarni proizvod | Sekundarni proizvod | Tercijarni proi

Izvor: Strategija razvoja Hrvatske za 2020 godinu

U prikazu sustava turističkih proizvoda prema regijama, prikazani su primarni, sekundarni i tercijarni proizvodi turizma, no u radu su izdvojeni oblici koji pripadaju aktivnom turizmu. Svaki od oblika je u određenoj količini razvijen po pojedinim regijama hrvatske obale i otoka.

Primarne proizvode Istre čine cikloturizam, ruralni i planinski turizam,golf turizam te pustolovni turizam. Kvarnerske adute čine nautički turizam, zdravstveni turizam,pustolovni turizam,golf turizam,cikloturizam te ruralno- planinski turizam. Zadarsko područje je usmjereno na nautički turizam i pustolovno – sportski turizam.Primarni proizvod šibenskog područja je nautički turizam, splitskog je nautički i pustolovni turizam, te dubrovačkog nautički i pustolovni turizam.

4.2.1. Nautički turizam

Hrvatska je pomorska zemlja s dugom poviješću i tradicijom pomorstva i turizma. " Prirodna osnova za razvoj nautičkog turizma je Jadransko more s razvedenom obalom dužine 6.176 km, od čega 4.398 km pripada obali otoka, s ukupno 1.244 otoka, otočića i hridi, od kojih je naseljeno 50 otoka. Nautičarima su najprivlačnija područja pod različitim kategorijama zaštite kao istaknute prirodne vrijednosti zbog posebne krajobrazne i biološke raznolikosti: strogi rezervati, nacionalni parkovi, posebni rezervati, parkovi prirode, regionalni parkovi, spomenici prirode, značajni krajobrazi, park-šume, spomenici parkovne arhitekture.

"U Hrvatskoj postoji 57 marina s kapacitetom od 17. 221 vezova. Smještene su u većim dalmatinskim gradovima ili otočnim uvalama u blizini prirodnih i kulturnih atraktivnosti. Mnoge luke nautičkog turizma dodatno su oplemenile sadržaje: od vrhunske tradicionalne kuhinje, obvezne vode i električne energije, zdravstvene ambulante, usluga charter tvrtki do korištenja apartmana te elektronskog nadzora i čuvarskog osiguranja imovine i opreme gostiju. Također je sve veći broj marina dobitnica međunarodne Plave zastave, ekološke nagrade za projekt zaštite mora i priobalja Međunarodne zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš (FEE) koji se već 13 god. uspješno provodi."[22]

Slika 11. Kapacitet marina u RH

Kapacitet marina		
	2014.	2015.
Broj marina	56	57
Luke nautičkog turizma (sidrišta, privezišta, suhe marine)	53	61
Površina akvatorija (m^2)	3.322.650	3.614.784
Broj vezova	17.221	17.351
Ukupna dužina razvijene obale za privez (m)	65.178	63.542
Ukupna površina prostora na kopnu (m^2)	799.032	787.562

Izvor:**http://business.croatia.hr/Documents/4060/Turizam-u-brojkama-2015.pdf** (15.9.2016.)

[22]**Marine**http://www.croatia-yachting-charter.com/hr/Marine%20u%20Hrvatskoj/ (15.09)

Najveća prednost Hrvatske je u tzv. općim i socijalnim čimbenicima nautičke ponude – čistoći mora, ljepoti krajolika, ekološkoj očuvanosti obale te osjećaju sigurnosti u zemlji, dok su najveći nedostatak ukupne hrvatske nautičke ponude posebni elementi ponude: ugostiteljska ponuda, kapacitet, opremljenost luka nautičkog turizma.

Slika 12. Marine na hrvatskoj obali



Izvor: http://www.croatia-yachting-charter.com/hr/Marine%20u%20Hrvatskoj/ (17. 9.2016.)

Jedna od značajnijih manifestacija koja se organizira u ovoj vrsti turizma je"UltrasailingBeneteauyacht charter flota" u Splitu sa svojom dugom tradicijom koja seže još od 1995. godine. "Ultrasailing“ je tvrtka koja zastupa najveće brodogradilište jedrilica na svijetu, nudi školu jedrenja s punom opremom. Već spomenuta manifestacija regate je jako popularna i uključuju se turisti iz različitih destinacija, čak 10 mjeseci unaprijed rezerviraju svoje mjesto i jedrilicu. Natjecanja u regati se održavaju još od 2006. godine i svake godine sudjeluje sve veći broj stranaca sa svojim ili s iznajmljenim jedrilicama tvrtke „Ultrasailing"[23].

[23]**Ultra sailing**http://www.ultra-sailing.hr/hr/ (17.09.2016)

4.2.2 Zdravstveni turizam

''Zbog blizine velikih tržišta, 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: (i) wellness turizam, (ii) lječilišni turizam i (iii) medicinski turizam."[24]

Zbog izvanrednih prirodnih resursa kao što su ljekovita blata, čisto more, visok salinitet koji pogoduju zdravstvenom turizmu i sve većeg interesa turista, Hrvatska može razviti ovaj oblik turizma tijekom cijele godine te smanjiti sezonalnost koja je ujedno jedan od većih problema hrvatskog turizma.

4.2.3 Golf turizam

Golf je jedan od starijih rekreativnih sportova koji je malo razvijen u Hrvatskoj. Ima jako malo terena s 18 rupa te je onaj najveći u Nacionalnom parku Brijuni.

"Nažalost, Hrvatska trenutačno raspolaže sa samo sedam igrališta i nekoliko vježbališta te zbog toga trenutačno ne postoji na turističkoj golf-karti." [25]Zbog ovakvog stanja, RH je odredila i strategiju na koji način poboljšati aktualnu ponudu te je postavila željenu poziciju koju želi dostići do 2020. godine. "Sukladno tome, Hrvatska će izgraditi 30 visokokvalitetnih golf igrališta, pretežito rekreativnog, a u manjoj mjeri i natjecateljskog karaktera, uključujući i igrališta s potpisom najpoznatijih svjetskih golf arhitekata, organiziranih u više regionalnih gradova." [26]

4.2.4. Cikloturizam

"Atraktivan i raznolik prirodni okoliš, bogata kulturno-povijesna baština iz raznolikih perioda, povoljna klima, blizina velikih tržišta, sigurnost zemlje te mnoštvo cesta s manjim intenzitetom motornog prometa i puteva pogodnih za kretanje bicikla pružaju Hrvatskoj brojne komparativne prednosti za razvoj cikloturizma.

Glavna prepreka snažnijem razvoju cikloturizma i korištenju bicikla za prijevoz i rekreaciju u Hrvatskoj je nepostojanje osnovne prometne infrastrukture (Nacionalne mreže cikloturističkih putova), mali broj posebno izgrađenih biciklističkih staza i traka, loše održavanje i trasiranje

[24]**MINT**: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (17.9.2016.)
[25]**Strategija razvoja turizma za 2020 godinu:**http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (15.09.2016.)
[26]Ibid.

postojećih ruta te nepovezanost cikloturističkih ruta uslijed nedostatka veza pogodnih za bicikliste između pojedinih dijelova Hrvatske."[27]

"Iako je Hrvatska relativno dobro premrežena lokalnim i županijskim biciklističkim stazama, od kojih su neke dio međunarodnih biciklističkih ruta, proizvod još uvijek nije adekvatno valoriziran ni komercijaliziran."[28]

4.2.4.1 Biciklizam

Biciklizam je jedna od novijih turističkih aktivnosti koji koristi sve veći broj posjetitelja. Biciklizam promiče zdraviji način života i omogućuje razgledavanje destinacije na drugačiji način. Biciklizam se dijeli na cestovni i brdski.

Međugradske biciklističke staze na Jadranu su:

- Makarska – Split,
- Šibenik – Zadar,
- NP Plitvice – Učka,
- Pula – Umag,

i atraktivne staze u Nacionalnim parkovima Krka i Plitvice te parkovima prirode Biokovo, Velebit i Učka."[29] Najznačajnija manifestacija koja se organizira u ovoj vrsti turizma je "Tour of Croatia" koja je najljepša razglednica Hrvatske. Tour of Croatia ima službeno pokroviteljstvo Ureda predsjednice Republike Hrvatske i Vlade Republike Hrvatske, podržavaju je Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode te Parkovi Hrvatske, Grad Zagreb te brojni drugi gradovi i županije. Tour of Croatia je događanje kojem je sportska arena zapravo cijela Hrvatska, utrka se održava na više od tisuću kilometara, uključeno je 12 gradova domaćina i 10 županija, a etape prolaze kroz više od sto raznih mjesta[30]. Ovo je pravi primjer manifestacije koja će u svjetskim okvirima ojačati turističku atraktivnost ne samo destinacija u kojima će se provoditi, već i cijele Hrvatske. Prošle godine utrka se odvijala od Osijeka do područja Makarske, zatim Istre i sve do Zagreba.

---

[27] **MINT**:http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_akcijski_cikloturizam.pdf (16.09.2016)
[28] Ibid.
[29] **Cikloturizam**http://ekonomskiportal.com/cikloturizam-kada-turizam-postane-ciklo/(16.09.2016)

[30] **Tour Croatia**
http://www.tourofcroatia.com/press/Objava%20za%20medije_predstavljanje%204.4_final.pdf(19.09.2016)

4.2.5. Ruralni i planinski turizam

"Autentičnost i jedinstvenost očituje se u ruralnom turizmu koji je određen ruralnim prostorom i na kontinentu, i u priobalju i na otocima, koristeći autohtone vrijednosti područja."[31]

Ruralni i planinski turizam su zapravoutemeljeni na prirodnim resursima kao što su nacionalni parkovi, parkovi prirode, kulturni krajolici suhozida, vinogradi, maslinici te narodna kultura.

Turistički proizvod ruralnog turizma se stvara obnovljenim tradicijskim gospodarstvima, turističkim uslugama u seljačkim domaćinstvima i uživanjem u kulturnom krajoliku, gastronomiji i običajima, te razgledavanjem kulturnih dobara koji su dobar pokazatelj za razvoj hrvatskog turizma.

Planine zajedno s obalom čine najvažnije turističke destinacije koje su privlačne onima koji žele pobjeći od modernog načina života. Planinska područja sa svojim osobitim klimatskim uvjetima odredila su način putovanja, sadržaje i aktivnosti u planinama te vrstu objekata kao što su planinske kućice, domovi, hoteli i ostalo.

Jedna od najznačajnijih manifestacija je "Međunarodni susret penjača" koji se organizira već dugi niz godina u NP Paklenica. Traje nekoliko dana i održava se oko 1. svibnja svake godine. "Program sadrži:

- Millet Rise UpSpeedClimbing - jedinstveno natjecanje u brzinskom penjanju velikih stijena u muškoj i ženskoj kategoriji;
- Penjački maraton „Paklenica fromdawn to dusk“ - tri kategorije: muška, ženska i miješana;
- Kids Speed -natjecanje u brzinskom penjanju za djecu do 14 godina;
- Film festival Paklenica -prikazivanje kratkih amaterskih filmova s tematikom penjanja."[32]

4.2.5.1 Alpinizam

"Alpinizam je penjanje po neoznačenim i neosiguranim strmim stijenama, pri čemu se za osiguranje i napredovanje upotrebljava alpinistička oprema i tehnika. Alpinistička djelatnost

[31]"**Ruralni turizam Hrvatske**"http://beta.hgk.hr/documents/hgkkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf(17.09.2016)
[32]**NP Paklenica**http://www.np-paklenica.hr/index.php/penjanje/medunarodni-susret-penjaca(18.09.2016)

jedna je od najtežih i najopasnijih planinarskih disciplina i zbog toga je regulirana prilično strogim pravilima."[33]

Najznačajnija, ujedno i najpoznatija alpinistička područja u Hrvatskoj su Velebit, Biokovo te Anića kuk u Nacionalnom parku Paklenica. Ta prirodna područja su vrlo posjećena zbog ovakvih i sličnih aktivnosti. Na svakom području se nalazi profesionalno osoblje koje pomaže još neiskusnim penjačima na visokim i nesigurnim stijenama.

4.2.5.2 Planinarenje i pješačenje

Na istim područjima kao i alpinisti, osvajati vrhove mogu i planinari, samo na nižim i manje opasnim planinama, a to su Velebit, NP Paklenica te Biokovo.

"Planinarenje obuhvaća gotovo sve čovjekove djelatnosti izravno i neizravno vezane uz kretanje i boravak u planinama. Odlazak u prirodu, druženje i kretanje na čistom planinskom zraku predstavlja aktivan oblik odmora koji planinara ispunjava osjećajem zadovoljstva i novim doživljajima."[34]Planinarenje predstavlja stil života svake osobe koja je zaljubljenik u prirodu i osvajanje vrhova planina. Osim planinarenja, postoji jedan malo lakši način za uživanje u planinama, šetnja u prirodi, tj. pješačenje koje spaja aktivnost kretanja u prirodi s razgledavanjem same destinacije.

4.2.5.3 Jahanje

Ponuda aktivnog odmora na hrvatskoj obali i otocima uključuje i jahanje. "U Splitu, Trilju, Istri, Zadru i drugim mjestima jadranske obale te na otocima nude se konjušnice i konjički klubovi koji organiziraju škole jahanja za početnike, a profesionalcima pružaju mogućnost rekreativnog jahanja."[35]

Osim same ponude jahanja, nude se i brojni drugi ugostiteljski i zabavni sadržaji u jahačkim klubovima.

4.2.6. Sportski i pustolovni(avanturistički)turizam

"Sportski turizam podrazumijeva putovanje za vrijeme odmora s ciljem bavljenja sportom."[36]

Sportski i pustolovni turizam uključuju primjerice; ronjenje, kajaking i kanuing, rafting, adrenalinske sportove, lov, ribolov i zimske sportove te sportske pripreme.

---

[33] **Alpinizam**http://www.hps.hr/specijalisticke-djelatnosti/alpinizam/(15.09.2016)
[34] **Planinarstvo:** http://www.hps.hr/planinarstvo/osnove-planinarstva/sto-je-planinarstvo/ (15.09.2016)
[35] **Jahanje**:http://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor/jahanje(15.09.2016)
[36] BARTOLUCI,M. I ČAVLEK N., op.cit.

Hrvatska, kao što je već spomenuto, obiluje mnogim prirodnim područjima koja su namijenjena kako za većinu oblika turizma, tako i za sportski i pustolovni turizam. S obzirom na bogatstvo i podlogu koju nudi, Hrvatska još uvijek nedovoljno koristi svoje komparativne prednosti te su sami nositelji ponude sportskog i pustolovnog turizma zapravo privatni poduzetnici.

4.2.6.1 Ronjenje

" Ronilačke lokacije koje su u Jadranu najatraktivnije sigurno su podvodni zidovi i grebeni, podmorske špilje i olupine brodova i zrakoplova. Dalmacija leži na tzv. krasu ili krškom terenu, prepunom procijepa, špilja, jama i kanala. "[37] Osim jedinstvenih biljnih i životinjskih vrsta na Jadranu, podvodni svijet sadrži arheološke lokalitete s ostacima potonulih brodova te podmorske olupine.

Hrvatska turistička zajednica izdvaja deset najboljih lokacija za ronjenje koje su prilagođene turističkom ronjenju:

- BaronGautsch (Rovinj)
- Mali Ćutin (Kampor)
- Katedrala (Mali Lošinj)
- Kampanel (Sali)
- VodnjakKampanel (Hvar)
- Vrulja (Brela)
- Bijelac (Zaklopatica)
- Lenga (Pomena)
- Mrkanjac (Cavtat)
- Kaiser Franz Josef (Molunat)

4.2.6.2. Zračni sportovi

Područja najvećih letačkih pustolovina u Hrvatskoj ima čak na više od 30 lokacija, a one najistaknutije na obali i otocima Hrvatske se nalaze u Zadru, Istri, Rijeci, Hvaru, te Lošinju."[38] Zračni sportovi su idealni za promatranje obale, mora i otoka iz visina, a najznačajniji zračni sportovi u Hrvatskoj su paragliding, padobranstvo, let balonom te slobodan pad.

[37] **Jezera:** http://jezera-cruising.com/hr/posebna-ponuda-krstarenje/jedrenje/podvodne+%C5%A1pilje (15.09.2016)
[38] **Aktivni odmor** http://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor (15.09.2016)

" Paragliding je sport koji u jednom kombinira rekeraciju, ali isto tako i natjecanje. To je aktivnost kao stvorena za sve željne avanture i osjećaja letenja".[39] Slično tome je i let balonom koji pruža lagano lebdenje na ne tako velikim visinama te promatranje prekrasne okoline koje pružaju hrvatska mora, planine, rijeke, plaže i ostalo, dok su padobranstvo i slobodan pad solucije na većim visinama. "Padobranstvo je skok iz letjelice, s visine koja može biti bilo gdje između tisuću i četiri tisuće metara"[40]. Pri nižim skokovima padobran se mora odmah otvoriti kako bi se tijelo moglo usporiti dovoljno da se omogući sigurno slijetanje, no kod viših skokova skakač može uživati u otprilike jednoj minuti slobodnog pada.

Istra organizira svake godine natjecanje u paraglidingu pod nazivom " Istra open". Piloti mahom dolaze iz Hrvatske i Slovenije, ali i iz Rusije, Mađarske i Italije. Oko 200-tinjak stručnih pilota se upuste u natjecanje u zraku, a osim paraglidinga, organizirani su i popratna letačka natjecanja."[41]

4.2.6.3 Akvaparkovi

Akvaparkovi su zabavni vodeni parkovi koji sadrže bazene, tobogane i ostale zabavne pojedinosti. Jedan od najnovijih aquaparkovaje "Aquacolors" koji se nalazi u Istri; ostali parkovi su:

- Akquapark Solaris blizu Šibenika
- Aquapark Aquacolors u Poreču -najveći adrenalinski park u Hrvatskoj,
- Aquapark Čikat na Lošinju,
- Aquapark u Umagu,
- Aquapark u Fažani

4.2.6.4.Vodeni sportovi

Vodeni sportovi se nalaze skoro u svakom turističkom mjestu na hrvatskoj obali i otocima. S obzirom na morska i riječna bogatstva, vodene aktivnosti nisu razvijene u mjeri u kojoj bi mogle biti. Najznačajniji vodeni sportovi su rafting, kanu i kajaking koji su u objašnjeni u daljnjem tekstu.

Bistro i toplo more, bezbroj malih zaljeva i plaža čini kajakaštvo na Jadranu ponajboljim u Europi." Od Brijuna na sjeveru do Elafitskih otoka i Mljeta na jugu, otočne su skupine idealne za islandhopping pustolovinu: od lučice do lučice, od zaljeva do zaljeva, nekoliko milja

[39] **Paragliding**http://www.savjetnica.com/paragliding-sport-za-avanturiste/ (15.06.2016)
[40] **Zračni sportovi**http://www.wish.hr/2012/03/adrenalinski-zracni-sportovi/ (16.09.2016)
[41] **Istra:**http://www.istarski.hr/node/3577(16.09.2016)

veslanja i puno pristajanja. Udaljenosti između otoka nisu velike, a kajakom se može uploviti i u riječna ušća (Mirne, Zrmanje, Krke, Cetine ili deltu Neretve)."[42]

Rafting omogućuje upoznavanje rijeka, obale strmih kanjona te dubina u brzim gumenim čamcima.Poznata područja hrvatske obale i otoka s ponudom raftinga, kanua i kajakinga su: Kanjon Cetine, Kanjon Zrmanje, te Žutokositska otočna skupina.

4.2.6.5.Speleologija

"Speleologija je aktivnost razgledavanja špilja, jama i drugih podzemnih krških fenomena.Speleološki objekti se dijele na pećine i jame koje čine iznimnu ponudu za turiste koji vole zaranjati u dubine zemlje, istraživajući skrivena područja.

Najpoznatija speleološka područja u Hrvatskoj su:

- NP Sjeverni Velebit (Lukina jama, Slovačka jama)
- Hvar - (Grapčeva špilja)
- NP Paklenica - (Manita peć)
- Biokovo - (Jama Amfora, Mokre noge)
- Brač - (Titina jama)
- Istra – (Jama kod Rašpora)"[43]

4.3. Pet gradova na hrvatskoj obali i otocima s ponudom aktivnog turizma

U sljedećim poglavljima završnog rada, opisat će se pet gradova na hrvatskoj obali i otocima s ponudom aktivnog turizma. Odabrani gradovi su: Rovinj, Brač, Biograd na moru, Vodice i Konavli.

4.3.1. Rovinj

Grad Rovinj se nalazi na zapadnoj obali Istre te je ujedno i jedan od najrazvijenijih gradova istarskog područja**.** Jedno je od najrazvijenijih turističkih mjesta u Hrvatskoj s bogatom prirodnom i kulturnom baštinom pri čemu se ističu stari grad i bujna park-šuma Zlatni rt (Punta corrente). Zlatni rt je kategoriziran kao park-šuma, dok su rovinjski otoci i obala proglašeni zaštićenim krajolikom. Rovinj posjećuju mnogobrojni strani i domaći gosti. Smještajni su kapaciteti raznoliki, ali najvažnije mjesto zauzimaju hoteli i turistička naselja visoke kvalitete.

[42]**Pustolovni turizam**http://www.turistplus.hr/hr/pustolovni_turizam_u_hrvatskoj/513/ (17.09.2016)
[43]**Speleologija**http://speleologija.hr/uvod-u-speleologiju(16.09.2016)

Rovinj se zadnjih 40-ak godina razvio u turističko središte zbog svoje prirode, razvedene obale i mnoštva otoka, mediteranske klime, raznovrsnih turističkih sadržaja te kulturno-povijesnih vrijednosti.

U turističkoj ponudi Rovinja značajno mjesto zauzimaju sport i rekreacija te manifestacije i zabava. Ugodna klima te široka paleta sportskih aktivnosti i sadržaja omogućavaju organizaciju natjecanja, turnira, sportske škole i pripreme sportaša tijekom cijele godine.

Aktivna ponuda Rovinja sadrži: slobodno penjanje, kayaking, jahanje, ronjenje, biciklizam i pješačenje, udičarenje i podvodni ribolov, vožnja brodom oko rovinjskih otoka i tenis. Osim glavnih aktivnosti u Rovinju se još mogu pronaći vodeni sportovi kao što su windsurf, ronjenje, jedrenje i skijanje na vodi, te mini golf, stolni tenis, mali nogomet i streljaštvo."[44]

"Rovinj obiluje brojnim zabavnim sadržajima za sve uzraste, od najstarijih do onih najmlađih. Iz cjelokupne ponude svakako je zanimljivo istaknuti brojne barove i restorane uz samu obalu te zanimljive manifestacije koje se održavaju za vrijeme ljetnih mjeseci poput Rovinj Photodaysa, Ljetnog salsa festivala, Kultfesta, Regate oglavnog jedra te tradicionalni događaji poput Rovinjske noći i blagdana sv. Eufemije, zaštitnice grada."[45]

4.3.2 Bol na Braču

Otok Brač se nalazi u blizini Splita i najveći je otok u Dalmaciji. Jedna od najpoznatijih turističkih destinacija u Hrvatskoj koja se nalazi na Braču je Bol. Poznata je po velikom broju sportskih aktivnosti i samim time je idealno mjesto za aktivni odmor. U ponudi su windsurfing, kiteboarding, ronjenje, tenis, pješačenje i biciklizam.

"Uz izgradnju smještajnih kapaciteta raste izgradnja infrastrukture, objekata namijenjenih zabavi i razonodi gostiju te športsko-rekreativnih objekata. Pored hotela, u sastavu poduzeća „Zlatni rat" na Bolu se usporedo grade i drugi smještajni kapaciteti. Otvoreno je nekoliko odmarališta, a razvija se i privatni smještaj.U turističku ponudu uključuje se i Dominikanski samostan, nudeći spoj prirode i mira za potpuno tjelesno i duhovno opuštanje posjetitelja. Otvaraju se i mnoge trgovine, restorani, konobe, komini, kafići, barovi, diskoteke itd., a športska ponuda biva sve bogatija."[46]

Brač se smatra posebnim mjestom za odmor koji uključuje brdski biciklizam, zahvaljujući svojim raznolikim terenima, slikovitom pejzažu, starim stazama i očaravajućim mjestima.

[44]**Rovinj** http://www.rovinj.co/hr/upoznajte-rovinj/(12.07.2016)
[45]**Hoteli Rovinj:**http://www.rovinj.co/hr/upoznajte-rovinj (12.07.2016)
[46]**Bol:**http://braconline.com.hr/turisticke-zajednice-brac.html(16.09.2016)

Brač je postao savršena i jako popularna destinacija za pješačenje ili planinarenje u Hrvatskoj zbog svojih skrovitih špilja, tematskih staza, najviši vrhodsvih dalmatinskih otoka, zanimljive flore i faune i spektakularnog pogleda na susjedne otoke i obalu. Ronilački centri nude sve, od početničkih tečajeva i tečajeva za djecu do naprednih tečajeva te poludnevne, cjelodnevne i noćne ronilačke izlete. Zahvaljujući stalnom bočnom vjetru koji puše duž bračko-hvarskog kanala, Bol je omiljena destinacija za surfere iz Europe i dalje, a sezona započinje u svibnju i traje do kraja rujna.

4.3.3. Biograd na Moru

Biograd na Moru je gradić koji se nalazi na području Zadarske županije."Bio je hrvatski kraljevski grad koji se prvi put spominje sredinom X. stoljećaMože se reći da je mlađi grad, s obzirom da je prije nekoliko stoljeća bio srušen do temelja. Stradao je u mletačko-turskim ratovima, a 1521. i 1646. je porušen i zapaljen."[47]No to nije smetalo Biogradu da postane ono što je danas, jedna od razvijenijih turističkih destinacija na hrvatskoj obali.

Ono što Biograd na Moru čini izuzetnom destinacijom je njegovo prirodno okruženje, blizina Nacionalnog parka Kornati, Nacionalnog parka Krka, te Parka prirode Vransko jezero (ornitološki rezervat, bogato športsko ribolovno područje, zanimljivo kanuistima i promatračima ptica). Biograd na Moru je poznata destinacija nautičara, čije je odredište Kornatski arhipelag. Regate, škole jedrenja ili ronjenja i druge nautičke aktivnosti organizirane su kroz cijelu godinu. "U biogradskoj marini se već godinama održava " Biograd boat show", najveća izložba plovila na ovom dijelu Europe, obično se održava u listopadu, što označuje kraj nautičke sezone."[48]

U neposrednoj blizini Biograda nalazi se pet nacionalnih parkova (Kornati, Krka, Paklenica, Sj. Velebit i Plitvička jezera) te dva parka prirode (Vransko jezero i Telašćica). Biograd je i vrlo zanimljiva destinacija za biciklizam, jedrenje, sportsko- rekreativni ribolov, a zbog velikog broja raznovrsnih ptica idealno je mjesto za birdwatching, ronjenje, jahanje. Na plaži se može iznajmiti vodeni skuter, čamac, kanu ili pedalina, let padobranom, skijanje na vodi, surfing te uživati u drugim vodenim atrakcijama i sportovima.

Od smještajnih objekata nalaze se tri značajna hotela, kampovi te velik broj privatnog smještaja.

[47]**Kulturni turizam**http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/biogradnamoru/(20.09.2016)
[48]**Biograd na Moru**: http://www.bbs.com.hr/ (16.09.2016)

4.3.4.Vodice

Vodice su grad sjeverno od Šibenika i jedan su odsubregionalnih centara Šibensko-kninske županije. U novije vrijeme poznat je kao turističko središte. U blizini Vodica nalaze se dva nacionalna parka, Krka i Kornati te park prirode Vransko jezero.

"U ponudi aktivnog turizma je ronjenje na arheološkim lokalitetima, zatim biciklizam koji je isprepleten mrežom s oko 100 km cestovnih i brdskih biciklističkih staza, moguć je i ribolov te od vodenih sportova: jedrenje, jedrenje na dasci, vožnja kajakom i stajaće veslanje na dasci, te ostala ponuda: boćanje, tenis, nogomet, jet-ski, vodeni tobogan.

U vodicama se počeo razvijati i zdravstveni turizam,a tome su ponajviše pridonijela dva hotela,hotel Olympia i hotel Punta koji nude wellness odmore za sva godišnja doba, uključujući vrhunske detox, antistres i aroma terapije te su novo i zanimljivo turističko odredište za organizaciju kongresa, seminara i teambuilding programa."[49]

Vodice su već godinama glavno okupljalište mladih turista koji dolaze radi zabave jer se u Vodicama nalazi velik broj zabavnih noćnih klubova, organizirane su i veće dnevne zabave koje privlače mladež te se može reći da Vodice sadrže i elemente omladinskog turizma. Iz tog razloga otvara se sve veći broj smještajnih objekata u kojima još uvijek prevladava privatni smještaj,kao i restorani, kafići, fast-food-ovi i ostali popratni objekti.

4.3.5. Konavle

Konavle je područje na krajnjem jugu Hrvatske, jugoistočni je dio današnje dubrovačke rivijere i predio posebnih prirodnih ljepota i kontrasta: brdskog i nizinskog, gorskog i krševitog, modrog i zelenog.

U Konavlima je uvelike razvijen ruralni turizam, s ponudom likera, vina, gastronomije obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Folklor je njihov glavni adut, više puta godišnje se organiziraju kulturne manifestacije u kojima se izlaže narodna nošnja te se održavaju folklorne predstave koje privlače velik broj turista.

"[50]U ponudi aktivnog turizma, tj. sportsko- pustolovnog turizma se nalaze jahački centri, moderno koncipiran avanturistički izlet -vožnja malenim ATV vozilima, pješačke staze, biciklizam te ronjenje, slobodno penjanje, adrenalinski park Sveta Ana i CadmosVillage.

[49]**Vodice** http://kontaktwww.vodice.hr/hr/dozivjeti-vodice/kongresni-turizam (16.09.2016)
[50]**Ruralni turizam**http://www.tzcavtat-konavle.hr/hr/rural-tourism (16.09.2016)

Adrenalinski park Cadmosvillage je skriven u hrastovoj šumi, taj park priča legendu o ljubavi bogova Cadmosa i Harmonie kao i o srednjevjekovnom kamenom križu smještenom u središtu CadmosVillage-a.

Smještajni objekti su privatne kuće, hoteli i apartmani.

5. BUDUĆNOST AKTIVNOG TURIZMA NA HRVATSKOJ OBALI I OTOCIMA

U ovom poglavlju se definira pozicija hrvatskog aktivnog turizma u odnosu na konkurenciju, prilagođavanje ponude aktivnog turizma prema turistima i određivanje budućih smjernica razvoja aktivnog turizma.

5.1 Pozicija Hrvatske kao turističke destinacije aktivnog turizma

Tržišna pozicija Hrvatske u odnosu na konkurente u određenoj je mjeri odraz tržišne pripremljenosti njezinih glavnih turističkih proizvoda. Za makroregiju sjeverni Jadran to su odmor na suncu i plaži te cikloturizam i ronilački turizam. U makroregiji južni Jadran posebno se izdvajaju yachting turizam te odmor na suncu i plaži. Sadržaji i raznolikost mogućnosti za zabavu, sport i kupnju tradicionalno su kritične točke hrvatske turističke ponude. Iako Hrvatska iz godine u godinu poboljšava kvalitetu ovih usluga, taj rast nije dovoljan da se promijeni relativna pozicija Hrvatske u odnosu na konkurente.

"Dvije grupe čimbenika u najvećoj mjeri određuju konkurentnost turizma:

I. opći čimbenici: klimatski uvjeti, ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka uključujući naselja;
II. posebni čimbenici: prometna dostupnost u odnosu na glavna emitivna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost, ljubaznost i educiranost osoba"[51]

Navedeni čimbenici su svakako glavni aduti hrvatske obale i otoka. Hrvatska obala obiluje prekrasnim krajolicima, parkovima prirode, nacionalnim parkovima, strogim rezervatima, kao i razvijenim cestovnim i zračnim prijevozom koji je prilagođen da upravo ta bogatstva budu posjećena od strane turista i tako iskorištena u turističke svrhe. U Hrvatskoj je razvijen proizvod "sunce i more", koji se zadnjih godina pokušava mijenjati i stvoriti turistima želju aktivnog sudjelovanja u sadržajima koji im se nude osim kupanja i uživanja na suncu. Osim sunca i mora aduti Hrvatske su atraktivna obala i more, kulturno - povijesna baština, te destinacijska ponuda određenih aktivnih i drugih sadržaja.

"Kvaliteta turističke ponude Hrvatske u odnosu na Španjolsku, Francusku, Italiju, Grčku i Tursku pokazuje da je Hrvatska u odnosu na većinu glavnih konkurenata popravila relativnu

[51] **Nautički turizam**
http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf
(16.09.2016)

percepciju imidža."[52]Jačanje imidža same zemlje kao sadržajne i kako je prikazana od strane Hrvatske turističke zajednice- "Croatia fulloflife", destinacije, pokušava odgovoriti svim segmentima turista, čak i izvan ljetne sezone, kako bi smanjila sezonalnost koja je nažalost prisutna u hrvatskom turizmu. "Boravak u Hrvatskoj pruža veću percepciju vrijednosti za novac nego u konkurentskim zemljama. U 2010. godini percepcija vrijednosti za novac boravka u Španjolskoj i Grčkoj približila se onoj u Hrvatskoj."[53]

"U razdoblju do 2020. godine Hrvatska se orijentira na pet grupa emitivnih geografskih tržišta te se, uz tradicionalne ciljne segmente 'obitelji s djecom' i 'zlatne dobi', znatno agilnije okreće i prema drugim, potrošačkim segmentima čiji stilovi putovanja i preferencije za širom paletom proizvoda omogućuju produljenje turističke sezone i rast potrošnje."[54]

Slika 13. Emitivna tržišta

CILJNA GEOGRAFSKA TRŽIŠTA I POTROŠAČKI SEGMENTI

Ciljna geografska tržišta							
Tržišta	Emitivna zemlja	Udio (2020)	Rast (↑/god) (2012-2020)	Tržišta	Emitivna zemlja	Udio (2020)	Rast (↑/god) (2012-2020)
Vodeća	Njemačka	21%	3% - 5%	Izazovna	Rusija	4%	7% - 10%
	Slovenija	9%	1,5% - 3%		Nizozemska	4%	4% - 6%
	Austrija	8%	4%		V. Britanija	2%	2,5% - 8%
	Hrvatska	7,5%	1% - 2%		Francuska	3%	1,5% - 8%
	Italija	7%	0,7% - 2%		Španjolska	1%	5% - 10%
Sklona	Češka	6%	1% - 3%		Skandinavija	3,5%	1% - 7%
	Poljska	6%	4% - 6%	Udaljena	SAD	1%	5% - 6%
	Slovačka	5%	5% - 8%		Kanada	0,4%	10%
Susjedna	Mađarska	2,5%	0% - 4%		Australija	0.5%	10%
	BiH	2%	4% - 6%		Japan	0,4%	8%
	Srbija	1%	4% - 5%		Kina	0,1%	10% - 12%

Izvor: Strategija razvoja Hrvatskog turizma za 2020 godinu

U razdoblju do 2020. godine Hrvatska se orijentira na pet grupa emitivnih geografskih tržišta; vodeća, sklona, susjedna, izazovna i udaljena. Vodeća emitivna tržišta su svake godine u povećanju, stoga da bi se zadržala ta tržišta, potrebno je neprekidno ulagati u poboljšanje ponude, kao i na susjedna tržišta, dok se na sklonim tržištima, kao i na izazovnim tržištima treba ulagati i orijentirati na određene segmente ponude koji bi ih privukli. Na udaljena tržišta

[52]**MINT**http://www.mint.hr/UserDocsImages/130124-S_turizma-nacrt.pdf (16.09.2016)
[53]**MINT**http://www.mint.hr/UserDocsImages/130124-S_turizma-nacrt.pdf(15.09.2016)
[54]**MINT**http://www.mint.hr/UserDocsImages/130124-S_turizma-nacrt.pdf(15.09.2016)

treba djelovati određenom prilagodbom prometne strukture, to jest unaprijediti i povećati zračne linije.

Kako je Hrvatska zemlja s već spomenutim prirodnim bogatstvima i velikim potencijalom za sve većim razvojem zdravstvenog turizma, ciklo turizma, golf turizma, sportskog i pustolovnog turizma, ruralnog i planinskog te ostalih, ona bi trebala biti orijentirana na aktivne turiste, to jest one, koji osim sunca i mora žele obogatiti svoj odmor različitim aktivnostima.

"Ovako diversificiran sustav turističkih proizvoda omogućuje Hrvatskoj prodiranje do šire strukture segmenata posjetitelja čija sklonost različitim vrstama putovanja, različitim cjenovnim pozicijama i putovanjima u različitim razdobljima godine otvara mogućnost bitnog vremenskog produljenja turističke aktivnosti i povećanja turističke potrošnje u Hrvatskoj."[55]

5.2. Nužnost stalne prilagodbe turističke ponude

"Izrazito razvedena obala s otočkim arhipelagom jedinstvenim na Mediteranu, s nizom slikovitih mjesta bogate kulturno-povijesne baštine nudi idealne preduvjete za kupališni turizam («sunce i more»), ali isto tako za ekskluzivniji nautički turizam te za ulazak u tržišne niše na području sporta, kulture, doživljaja itd. Istraživanje TOMAS je pokazalo da je osnovni motiv dolaska u Hrvatsku sunce i more – preko 90% gostiju. **Bitno je napomenuti da relativno malo turista dolazi u Hrvatsku zbog njenih ostalih atraktivnosti i sadržaja, poput kulture ili ronjenja, što potvrđuje nužnost njihovog definiranja, oblikovanja i adekvatne promocije**. Zbog jake konkurencije koja je posljednjih godina djelovala na povećanje kvalitete i diferencijaciju svog proizvoda, više nije moguće samo pojedinačnim marketinškim aktivnostima, koristeći se cijenom i promocijom, utjecati na poboljšanje tržišne pozicije naših turističkih destinacija. Nije više osnovno pitanje „gdje provesti odmor" jer se standardi u pogledu smještaja, prehrane i prijevoza mogu, uglavnom, svugdje ispuniti, već je pitanje „kako provesti odmor", a ono podrazumijeva visoku kvalitetu i bogat sadržaj boravka u odabranoj destinaciji".[56]

"Zbog zasićenosti određenih sadržaja od strane turista, potrebno je stalno pratiti nove trendove turizma te suvremenih turista. Ono na što se treba usredotočiti i prilagođavati je unaprjeđenje sadržajnosti i atraktivnosti destinacije, ekološka svijest, u smislu orijentacije prema očuvanju

[55]**Mint**http://www.mint.hr/UserDocsImages/130124-S_turizma-nacrt.pdf(17.09.2016)
[56]BORKOVIĆ, V.: **Strateški marketinški plan turističke destinacije s posebnim osvrtom na Dubrovnik**, Tržište, 1-2/95, Zagreb, 1995, str. 418

prirodnih resursa, zbrinjavanja otpada, jačanje avio dostupnosti, uskladiti sadržaje s ciljnim segmentima turista te osigurati suvremenu i inovativnu komunikaciju s tržištem, što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu, odnosno unaprjeđenje online informacijsko-prodajnih portala ponuđača usluga i destinacija, i naravno poticanje daljnjeg razvoja svih varijacija proizvoda aktivnog odmora (ljetni, pred i post sezona, uz more, u zaleđu, ruralnim)usklađenih s tržišnim trendovima i faktorima uspjeha, očekivanjima gostiju i u skladu s konceptima destinacijskih brandova."[57]

5.3. Očekivanja suvremenih turista prema aktivnom turizmu

Osnova napretka turističkog tržišta je razvitak, diversifikacija i individualizacija turističkih potreba. Turistička potražnja diktira razvoj turističke ponude za ostvarenje konkurentskih prednosti i multipliciranje profita. Turistička je potražnja sve zahtjevnija, izbirljivija, racionalnija i selektivnija, a istodobno se razvija novi sustav vrijednosti, želja i sklonosti turista. Zasićeni dosadašnjima sadržajima, turisti traže nove izazove, lokacije, sadržaje i doživljaje. Razvijaju se novi – selektivni oblici turizma namijenjeni određenim tržišnim segmentima koji su definirani životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama. Prevladava individualni turizam podređen potrebama svakog pojedinog turista. Opći trendovi turističke potražnje mogli bi se sažeti na sljedeće:

- opći rast standarda ljudi – turista
- opći rast javnoga 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 životne dobi
- ljudi žele i ostaju sve duže fizički aktivni
- raste potreba i interes za užicima i fizičkim doživljajima
- traže se sve više specijalizirani sadržaji za segmentirane i ciljane skupine."[58]

Nekadašnji osnovni motivi putovanja poput kupanja i sunčanja postaju veoma zastarjeli jer turisti zahtijevaju nova iskustva i doživljaje. Konkurentnost destinacije danas značajno ovisi o njezinoj strukturi ponude, odnosno razvijenosti aktivnih oblika turizma jer je upravo to područje prilika za diversifikaciju destinacija na temelju čega potencijalni posjetitelji sve više

[57]**Strategija razvoja turizma za 2020 godinu:**http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (18.09.2016)
[58]RADNIĆ,A.,:"**Turizam u Europskoj uniji''**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.,(str. 99.)

odlučuju izabrati upravo tu, a ne neku drugu destinaciju. Ono što je prije dvadesetak godina bilo "in" danas je "out". To ne znači da danas mnogi turisti nisu zainteresirani za takav masovni i jeftini turizam, ali se u toj cijeni traži puno više jer se zbog velike konkurencije nudi raznovrsna ponuda za sve nižu cijenu aranžmana. Međutim, sve je više onih kojima masovni turizam ne može ispuniti njihove potrebe, zahtjeve, želje i očekivanja. Putovanje je postalo dio stila života i ljudske kulture, a turisti očekuju više od svog odmora. "[59]Činjenica je da je iskustvo postalo jezgra turističkog putovanja. Bez obzira na lokaciju turističke destinacije, turist traži sadržajniji i kvalitetniji proizvod jer mu je od same lokacije puno važniji način na koji će provesti svoj odmor. Cilj svakog turističkog putovanja je doživljaj, a aktivni turizam je rješenje za želje i motivaciju suvremenog turista.

[59]**Razvoj turizma**(http://razvojturizma.com/dokumenti/Turisticki_dozivljaj.pdf). (15.09.2016)

6. ZAKLJUČAK

Aktivni turizam, kao pojam sam po sebi nije definiran, no on predstavlja putovanje turista izvan mjesta stalnog boravka, koristeći osim odmora i aktivnosti koje sama destinacija pruža. Te aktivnosti mogu biti različite, no u ovom radu aktivni turizam je podijeljen prema izvoru iz Ministarstva turizma Republike Hrvatske na nautički, zdravstveni, golf, cikloturizam, ruralni i planinski, sportski i pustolovni turizam.

Hrvatska je zemlja u koju turisti u većinom dolaze radi sunca i mora, no s vremenom se to počelo mijenjati, tako da svaki turist koji dođe radi sunca i mora, dodatno traži i koristi neki od sadržaja aktivnog turizma. Hrvatska ima velikih prirodnih potencijala na kojima bi se mogla poboljšati i dodatno izgraditi ponuda aktivnog turizma. Većinu vrsta i oblika aktivnog turizma Hrvatska zapravo stavlja pod sekundarne i tercijarne potrebe, što bi se trebalo promijeniti kako bi mogla razvijati aktivni turizam.

Jako je dobro razvijena cestovna infrastruktura, kojom turisti najčešće i posjećuju našu zemlju, dobro su razvijeni popratni sadržaji, no moglo bi se uvesti više linijašto se tiče zračnog prijevoza, te poboljšati dostupnost lokalnih cesta i na nekim područjima uvesti veći broj plovidbenih linija.

Hrvatski turizam se događa zapravo najviše od svibnja do rujna, što pokazuje problem sezonalnosti, ali razvojem aktivnog turizma sama ta sezonalnost bi se mogla promijeniti i produžiti turistička sezona. Ministarstvo turizma RH je objavilo strategiju razvoja turizma do 2020. godine, u kojoj se planiraju značajna ulaganja u aktivni turizam.

U radu je izdvojeno pet gradova hrvatske obale i otoka, po regijama, te je detaljnije objašnjena ponuda njihovog aktivnog turizma.

Hrvatska ima velike prirodne i druge potencijale za razvoj aktivnog turizma na obali i otocima, ali je potreban dobar plan i ulaganja, čijom realizacijom bi se mogla promijeniti slika pasivnog odmora u aktivan odmor na hrvatskoj obali i otocima.

7. LITERATURA

Knjige, časopisi i članci:

1.) SAMPER M. : **Conference on Social Media inHospitalityandTourism**, (2011.)

2.)BARTOLUCI M.,ŠKORIĆ S**.: Uloga sportskihstručnjaka u realizaciji sportsko – rekreacijskih programa u turizmu**

3.) BARTOLUCI M., ČAVLEK N. i suradnici: " **Turizam i sport- razvojni aspekti**,(str.81), Školska knjiga, Zagreb, 2007.

4.) PAVLIN S., ROGULJIĆ S., SIKORA I.:**Analiza stanja i perspektive razvitka hrvatskih aerodroma**

5.)MARKOVIĆ S.,: **''Hrvatski turizam (plavo, bijelo, zeleno)**" Institut za turizam, Zagreb, 2006.

6.) J. GRGONA: "**Turizam u funkciji gospodarskog razvitka**"Ekonomski pregled, 2002.

7.) MARUŠIĆ M., PREBEŽEC D.:**'' Istraživanje turističkih tržišta,** Zagreb, 2004.

8.) BORKOVIĆ, V.: **Strateški marketinški plan turističke destinacije s posebnim osvrtom na Dubrovnik**, Tržište, 1-2/95, Zagreb, 1995., (str. 418)

9.) RADNIĆ, A.,:"**Turizam u Europskoj uniji''**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.,(str. 99.)

Internetski izvori:

10)**Državni zavod za statistiku** http://www.dzs.hr/ (16. 7. 2016.)

11) **Hrvatski hidrografski institut:**http://www.hhi.hr/ (17. 7.2016.)

12) **Obale i otoci:**http://www.hr/hrvatska/geografija/jadran/obala-i-otoci (11.7.2016.)

13) **Pustolovni turizam:**http://www.uhpa.hr/projekti/specijalizacije/pustolovni-turizam(12.7)

14) **Parkovi prirode**https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-velebit (16.9.2016.)

15)**Strategija razvoja turizma za 2020. godinu:**

http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf (18.09.2016)

16)**Konkurencija**:http://www.poslovnipuls.com/2015/07/15/evo-sto-sve-morate-znati-o-konkurentnosti-hrvatskog-turizma/ (18.9.2016.)

Izvor:http://business.croatia.hr/Documents/4060/Turizam-u-brojkama-2015.pdf(15.9.2016.)

17)**Makroekonomija:**http://www.hgk.hr/sektor-centar/centar-makroekonomija/znacaj-deviznog-prihoda-od-turizma (18.9.2016.)

18) **Marine**http://www.croatia-yachting-charter.com/hr/Marine%20u%20Hrvatskoj/ (15.9.)

19) **Ultra sailing**http://www.ultra-sailing.hr/hr/ (17.9.2016.)

20)**Cikloturizam**http://ekonomskiportal.com/cikloturizam-kada-turizam-postane-ciklo/(16.9.2016.)

21)**TourCroatia:**http://www.tourofcroatia.com/press/Objava%20za%20medije_predstavljanje%204.4_final.pdf (15.9.2016.)

22) **Ruralni turizam Hrvatske:**
http://beta.hgk.hr/documents/hgkkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf
(17.09.2016)

23)**NP Paklenica**:http://www.np-paklenica.hr/index.php/penjanje/medunarodni-susret penjaca(18.9.2016.)

24**)Alpinizam:** http://www.hps.hr/specijalisticke-djelatnosti/alpinizam/(15.9.2016.)

25)P**laninarstvo:** http://www.hps.hr/planinarstvo/osnove-planinarstva/sto-je-planinarstvo/
(15.9.2016.)

26**)Jahanje**:http://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor/jahanje(15.9.2016.)

27)**Jezera:**http://jezera-cruising.com/hr/posebna-ponuda krstarenje/jedrenje/podvodne+%C5%A1pilje (15.9.2016.)

28) **Aktivni odmor**http://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor (15.9.2016.)

29)**Paragliding** http://www.savjetnica.com/paragliding-sport-za-avanturiste/ (15.6.2016.)

30**) Zračni sportovi** http://www.wish.hr/2012/03/adrenalinski-zracni-sportovi/ (16.9.2016.)

31)**Istra:** http://www.istarski.hr/node/3577 (16.9.2016.)

32)**Pustolovni turizam**http://www.turistplus.hr/hr/pustolovni_turizam_u_hrvatskoj/513/ (17.9.2016.)

33) **Speleologija**http://speleologija.hr/uvod-u-speleologiju (16.9.2016.)

34)**Rovinj** http://www.rovinj.co/hr/upoznajte-rovinj/(12.7.2016.)

35)**Hoteli Rovinj:**http://www.rovinj.co/hr/upoznajte-rovinj (12.7.2016.)

36) **Bol:**http://braconline.com.hr/turisticke-zajednice-brac.html (16.9.2016.)

37) **Vodice informacije**: http://www.bbs.com.hr/ (16.9.2016.)

38)**Vodice** http://kontaktwww.vodice.hr/hr/dozivjeti-vodice/kongresni-turizam (16.9.2016.)

39)**Ruralni turizam**http://www.tzcavtat-konavle.hr/hr/rural-tourism (16.9.2016.)

40)**Nautički turizam**
http://www.mppi.hr/UserDocsImages/Strategija%20razvoja%20nautickog%20turizma%20HR%201.pdf (16.9.2016.)

41) **Razvoj turizma**

http://razvojturizma.com/dokumenti/Turisticki_dozivljaj.pdf (15.09.2016)

42)**Kulturni turizam**

http://www.kulturniturizam.com/hrv/sadrzaj/biogradnamoru/ (12.09.2016)

8. POPIS TABLICA

Tablica 1 Statistički podaci o prometu na aerodromima u RH 2014./2015. 7

Tablica 2 Nacionalni parkovi 10

Tablica 3 Parkovi prirode 10

9. POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1 Karta Republike Hrvatske 4

Slika 2 Razvoj mreže autoceste 5

Slika 3 Usluge na Hrvatskim autocestama 6

Slika 4 Motivacija aktivnih turista 12

Slika 5 Broj noćenja po mjesecima u 2015. godini u RH 13

Slika 6 Strani turistički promet po zemljama 14

Slika 7 Prijevozna sredstva 14

Slika 8. Smještajni kapaciteti u RH 15

Slika 9. Potrošnja u destinaciji u RH 16

Slika 10. Sustav turističkih proizvoda prema turističkim regijama Hrvatske 17

Slika 11. Kapacitet marina u RH 19

Slika 12. Marine u Hrvatskoj 20

Slika 13. Emitivna tržišta 32

10. SAŽETAK

Tema ovog završnog rada je Aktivni turizam na hrvatskoj obali i otocima.

U radu su definirani aktivni turizam i hrvatska obala i otoci. Zatim su navedeni vrste i oblici aktivnog turizma, kako bi se bolje mogla razraditi sama tema završnog rada. Detaljno se prikazuje stanje turizma, potom stanje aktivnog turizma na hrvatskoj obali i otocima te ponuda i potencijali za razvoj aktivnog turizma. Zatim se detaljno opisuje pet izdvojenih gradova hrvatske obale i otoka: Rovinj, Bol na Braču. Biograd na Moru, Vodice i Konavle. Gradovi su izabrani po regijama te je opširnije opisana njihova ponuda aktivnog turizma. I na samom kraju su prikazane smjernice budućeg razvoja aktivnog turizma u Hrvatskoj.

Ključne riječi: aktivni turizam, hrvatska obala i otoci, razvoj, pet gradova, ponuda.

11. SUMMARY

The theme of this final work is: Active tourism on the Croatian coast and islands.
The final work defines active tourism and Croatian coast and islands. Active tourism is then listed in the types and forms of activities, in order to better understand the topic of the final work. There is also status of tourism and active tourism of Croatian coast and islands and the offer and the potential for development of active tourism. There is also described five towns of the Croatian coast and islands: Rovinj, Bol on Brac, Biograd, Vodice and Konavle.
Cities are chosen by region, and their offer of active tourism is detail described. And at the end are presented guidelines of Development of active tourism in Croatia.

Key words: active tourism, Croatian coast and islands, development, five towns, offer