

Mogućnosti uključivanja lokalne zajednice u turističku ponudu na području sjevernog Velebita

Rožman, Barbara

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:811840>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij

BARBARA ROŽMAN

Mogućnosti uključivanja lokalne zajednice u turističku ponudu na području sjevernog Velebita

Possibilities of including the local community in the tourist offer in the northern Velebit area

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij
Menadžment u turizmu

Mogućnosti uključivanja lokalne zajednice u turističku ponudu na području sjevernog Velebita

Possibilities of including the local community in the tourist offer in the northern Velebit area

Diplomski rad

Kolegij: **Turizam i lokalna zajednica**

Student: **Barbara Rožman**

Mentor: **Izv. prof. dr. sc. Jelena Đurkin Badurina**

Matični broj: 4008DO23

Opatija, srpanj 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Barbara Rožman

(ime i prezime studenta)

0116167331

(matični broj studenta)

**Mogućnosti uključivanja lokalne zajednice u turističku ponudu na području sjevernog
Velebita**

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 2. srpnja 2024.

Potpis studenta

Sažetak

Unatoč povećanom naglasku na sudjelovanje zajednice u planiranju turizma, trenutno znanje o stavovima zajednice i njihovim motivacijama za uključivanje u upravljanje je ograničeno i rascjepkano. Ovaj rad istražuje ulogu vrijednosti baštine, turizma i percepcije koje stanovnici destinacija imaju kao pokretače spremnosti za sudjelovanje u razvoju turizma. Cilj ovog istraživanja je poboljšati razumijevanje stavova zajednice i njihovog potencijala za uključivanje u donošenje odluka i samu turističku ponudu lokalnih zajednica. Sjeverni Velebit, kao jedinstveni dio Hrvatske, nudi brojne mogućnosti za uključivanje lokalne zajednice u turističku ponudu kroz netaknutu prirodu i raznovrsnu gastronomsku ponudu koja se nalazi na tom području. Aktivno uključivanje lokalne zajednice u turizam na području sjevernog Velebita donosi mnoge koristi, od ekonomskih do socijalnih, te omogućuje očuvanje bogate kulturne i prirodne baštine za buduće generacije. Rezultati ovog istraživanja mogu poslužiti kao smjernice za uključivanje lokalne zajednice u turističku ponudu na području sjevernog Velebita, posebno u zajednicama poput Kutereva, Krasna i Otočca, gdje već postoji svijest o doprinosu turizma, međutim nije dovoljno razvijena.

Ključne riječi: lokalna zajednica; turizam; Sjeverni Velebit; Krasno; Kuterevo; Otočac.

Sadržaj

1. Važnost uključivanja lokalne zajednice u turizam	2
2. Prednosti i izazovi uključivanja lokalne zajednice u turizam	5
3. Značajke Sjevernog Velebita kao lokalne zajednice	9
3.1. Geografsko područje Sjevernog Velebita	11
3.2. Ekonomske i demografske karakteristike poručja	12
4. Značajke Sjevernog Velebita kao turističke destinacije	15
4.1. Turistička ponuda Krasna	18
4.2. Turistička ponuda Kutereva.....	19
4.3. Turistička ponuda Otočca	21
5. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva Sjevernog Velebita o uključivanju u turističku ponudu.....	24
5.1. Metodologija istraživanja	24
5.2. Rezultati provedenog intervjua s vlasnicima odabranih OPG-a.....	26
5.3. Rezultati anketnog istraživanja lokalnog stanovništva.....	29
6. Interpretacija provedenog istraživanja i preporuke za unapređenje uključivanja lokalne zajednice u turizam	48
Zaključak.....	51
Literatura	52
Popis ilustracija.....	55

Uvod

Turizam je prepoznat po svom doprinosu gospodarstvu u mnogim zemljama u kojima doprinosi ekonomskoj diversifikaciji, profitabilnosti i mogućnostima zapošljavanja u zemlji. Unatoč tome, možemo primijetiti da su stavovi i percepcije lokalnih zajednica prema razvoju turizma i prema turistima, između negativnog i pozitivnog. Osim toga, ekonomski se učinci smatraju uglavnom pozitivnima, dok se sociokulturni, pravni i utjecaji na okoliš smatraju negativni. Stoga je važno razumjeti uključenost i odnos lokalnih zajednica i kvalitete te utjecaj na održivost ruralnog turizma na području Sjevernog Velebita, točnije promatranih zajednica u ovom radu, a to su Kuterevo, Krasno i Otočac.

Velebit je stanište raznolikog biljnog i životinjskog svijeta, ali i ljudi. Podneblja Velebita kotline su u kojima već dugi niz godina stanovništvo živi i surađuje s prirodom. U prošlim vremenima stanovnici područja Sjevernog Velebita živjeli su od poljoprivrede, šumarstva, stočarstva i ratarstva, dok danas većinom stariji ljudi ostaju na njegovom području, a mladi u potrazi za boljom budućnosti odlaze van njegovih granica.

Cilj ovog rada je pružiti sveobuhvatnu analizu stavova i percepcija lokalnog stanovništva o turizmu te kroz konkretne primjere iz prakse prikazati mogućnosti i izazove uključivanja zajednice u turističku ponudu sjevernog Velebita. Za potrebe ovog rada provedene su dvije vrste istraživanja. Jedno istraživanje baziralo se je na online anketi putem google forms obrasca, dok je drugo istraživanje provedeno putem intervjua s tri različita OPG-a (OPG Sekula Otočac, OPG Šporčić Kuterevo i OPG Devčić Krasno). Struktura rada sastoji se od važnosti uključivanja lokalne zajednice u turizam gdje se spominju prednosti i izazovi uključivanja zajednice u turizam. Spomenuti ćemo i značajke sjevernog Velebita kao lokalne zajednice, objasniti geografsko područje i prikazati ekonomske i demografske karakteristike područja. Također, prikazati će se značajke sjevernog Velebita kao turističke destinacije, prema lokalnim zajednicama Krasna, Kutereva i Otočca.

1. Važnost uključivanja lokalne zajednice u turizam

Održivo lokalni razvoj kroz gospodarski održive aktivnosti koje planiraju, upravljaju i kontroliraju članovi zajednice, imaju za cilj povećati opću kvalitetu životnog standarda i stvaranje bogatstva kojem će doprinijeti ciljevi zajednice. Peredo i Chrisman to opisuju kao „proces u kojem zajednica djeluje poduzetnički kako bi stvorila i upravljala novim poduzećem ugrađenim u svoje postojeće društvene strukture“¹. Uspjeh poduzetništva u zajednici uvelike ovisi o postojećem društvenom kapitalu unutar zajednice kao glavnom pomagaču stvaranja mreže i preduvjeta za uspješnu izgradnju kapaciteta. Također, čimbenici važni za opće planiranje i razvoj zajednice kao što su osjećaj zajednice i obrasci socijalizacije također mogu igrati značajnu ulogu u uspjehu poduzetništva u zajednici. Zbog svoje mješavine ekonomskih i društvenih ciljeva, poduzetništvo u zajednici često se povezuje s društvenim poduzetništvom, ali dok se društveno poduzetništvo često oslanja na nadahnute pojedince, u središtu zajednice poduzetništvo je „društveno poduzeće“. Poduzeće u zajednici može se definirati kao oblik upravljanja kroz koju članovi zajednice kao što su stanovnici definirane lokalne zajednice, kao i drugi lokalni dionici (partnerske organizacije, investitori, lokalni poduzetnici) surađuju kako bi postigli zajedničke ciljeve u ekonomski održivom načinu.²

Sudjelovanje u zajednici smatra se metodom temeljne demokracije, gdje pojedinci imaju pravo na sudjelovanje u donošenju odluka o stvarima koje izravno utječu na njihove živote. Smatra se korektivnim stilom, posebno tamo gdje su lokalni stanovnici siromašni ili geografski nepovoljni. Styliadis, Biran, Sit i Szivas, Bello, Lovelock i Carr zagovarali su da se cilj održivog razvoja turizma može postići dobrovoljnim uključivanjem lokalnih zajednica. Murphy je priznao da će postojati pravi konsenzus, manje šanse za odgode i skladniji razvoj, samo ako je više pojedinaca motivirano za uključivanje u razvoj turizma u ranoj fazi. Snyman je podržao da turizam treba voditi zajednica, gdje su članovi zajednice odgovorni za kontrolu turističke infrastrukture i objekata koji su im dostupni.³

¹ Peredo AM and Chrisman JJ (2006) Toward a Theory of Community-Based Enterprise. (str: 310)

² Jelena Đurkin and Marko Peric (Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Croatia) Organising for communitybased tourism: Comparing attitudes of local residents and local tourism entrepreneurs in Ravna Gora, Croatia.(str: 2) Pristupljeno 21.06.2024

³ Devkant Kala / S. C. Bagri Barriers to local community participation in tourism development: Evidence from mountainous state Uttarakhand, India (str: 2) Pristupljeno 21.06.2024

Kada razmišljamo o lokalnoj zajednici, važno je postaviti okvir za ono što tražimo i definiramo. Lokalna zajednica se razlikuje od administrativno-pravne zajednice (poput općine) jer nastaje spontano, iz dugotrajnih potreba ljudi. Dok administrativno-pravna zajednica može brzo mijenjati oblik ovisno o trenutačnim shvaćanjima, političkoj orijentaciji i dogovorima, stvarna lokalna zajednica ima dublje korijene. Općina može biti malena ili iznimno velika, obuhvaćajući različite teritorije i broj stanovnika. Njezina veličina ovisi o svrsi koju želimo postići: može li se postići demokratičnost, funkcionalnost ili nešto treće? Lokalna zajednica je mjesto gdje ljudi žive, rade, dijele interese i brinu se jedni o drugima. To je srž društva u kojem se osjećamo povezano i podržano.⁴ Turizam u zajednici je oblik turizma koji je nastao kako bi neutralizirao negativne utjecaje konvencionalnog ili masovnog turizma kao što su curenje i pad lokalne kontrole prirodnih resursa. Turizam temeljen na zajednici postaje sve popularniji i sve se više promovira kao sredstvo za smanjenje siromaštva i poticanje razvoja lokalne zajednice.⁵

Razvoj turizma nosi sa sobom dodatne izazove u dizajnu i implementaciji sudjelovanja lokalne zajednice u planiranju. Turizam često počinje s visokim stupnjem uključenosti i prihvaćanja od strane stanovnika odredišta. No, tek nakon značajnog razvoja, stanovnici počinju prepoznavati i reagirati na negativne promjene koje turizam donosi. Nedostatak adekvatnog uključivanja stanovnika može dovesti do neizvjesnosti i nesporazuma. Pronalaženje članova javnosti koji zastupaju općeprihvaćene stavove i bave se planiranjem turizma može biti izazovno. Različiti faktori oblikuju njihove percepcije, a generalizirajući obrasci odgovora stanovnika mogu biti teško identificirani. Budući da lokalno stanovništvo možda ima slabije znanje o turizmu i njegovom razvoju, potrebno je kontinuirano edukativno sudjelovanje svih strana. Promidžbeni naponi trebaju uvjeriti javnost da je njihov doprinos važan i vrijedan za održivi razvoj destinacije.⁶

⁴ Dr. Dimitrije Sergejev: Što je lokalna zajednica? <https://hrcak.srce.hr/file/176073> Pristupljeno 20.02.2024

⁵ Dr. Andrea Giampiccoli, Durban University of Technology Department of Hospitality and Tourism; Community-based tourism development model and community participation https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_7_4_2018.pdf Pristupljeno 20.02.2024

⁶ David F. Simmons: Community participation in tourism planning https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51036712/0261-5177_2894_2990003 Pristupljeno 20.02.2024

Promjene koje se događaju kod lokalnog stanovništva, a uzrokovane turističkim razvojem, su stalne i raznolike. One mogu biti pozitivne (kao što su mogućnost zapošljavanja i poboljšanje infrastrukture) ili negativne (kao što su prometne gužve, kriminal ili premašivanje prihvatnog kapaciteta). U destinacijama, odnos između turista i lokalnih stanovnika često je složen. Sudaraju se različite potrebe: turisti traže slobodno vrijeme i užitek, dok lokalno stanovništvo često doživljava turizam kao teret i rad. Ova napetost između potrebe za odmorom i potrebe za opstankom može biti izazovna. Važno je napomenuti da tradicija turizma u destinaciji igra ulogu u intenzitetu ovih odnosa. U destinacijama s dužom tradicijom turizma, odnos između turista i lokalnih stanovnika može biti manje intenzivan nego u destinacijama gdje je turizam tek u začetku razvoja.⁷

⁷ Elena Rudan: Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizam destinacije. Pristupljeno 22.02.2024

2. Prednosti i izazovi uključivanja lokalne zajednice u turizam

Turizam predstavlja društveni doprinos koji se manifestirao u različitim oblicima u različitim regijama svijeta tijekom godina. Imperativ je priznati da turizam, kao fenomen, može imati i pozitivne te negativne utjecaje na lokalitete koje obuhvaća. Masovni turizam, koji se smatra negativnim utjecajem, nepovoljno je utjecao na razne turističke destinacije i lokacije. Posljedice izazvane turizmom potencijalno mogu oblikovati kvalitetu lokalnih zajednica, pa čak i iskustva samih posjetitelja. Razni su se autori bavili izazovima koje donosi prekomjerni turizam, posljedica nekontroliranog rasta turizma u destinacijama koje donose društvenu korist i imaju utjecaj na okoliš.⁸ Bilo izravno ili neizravno, lokalna zajednica nailazi na povoljne i nepovoljne ishoda turizma, pa je stoga njihovo sudjelovanje ključno za bolje rješavanje utjecaja te ostvariti dobrobiti generirane kroz turističke aktivnosti. Tosun i Timothy otkrili su da niska razina obrazovanja, nesvjesnost i ograničeni načini prikupljanja informacija razlozi su nesudjelovanja zajednice u turizmu razvoj.⁹

Turizam temeljen na zajednici smatra se alternativnim oblikom turizma usklađenim s ciljevima održivog razvoja i načelima održivosti. Prihod ostvaren razvojem turizma često je ključan za gospodarsko blagostanje područja a potaknut je važnim konceptom poznatim kao efekt multiplikacije. Sposobnost turizma da stvara radna mjesta jedan je od glavnih razloga zašto vlade potiču njegov razvoj. Turizam također stvara neizravno zapošljavanje u industrijama koje nisu izravno povezane sa sektorom, primjerice u građevinarstvu, bankarstvu, projektiranju i transportnim poduzeća. Mathieson i Wall izvještavaju da pored stvaranja prihoda i otvaranja radnih mjesta, razvoj turizma također doprinosi poboljšanju infrastrukture u odredišnim područjima, npr. poboljšanja cesta i željeznica, razvoj zračnih luka, poboljšanja telekomunikacija i komunalnih usluga kao što su opskrba vodom i strujom.¹⁰

⁸ Leonilo Alves de Abreu, Marinês da Conceição Walkowski, André Riani Costa Perinotto and Júlia Fragoso da Fonseca: Community-Based Tourism and Best Practices with the Sustainable Development Goals (str: 2) Pristupljeno 21.06.2024

⁹ Devkant Kala / S. C. Bagri Barriers to local community participation in tourism development: Evidence from mountainous state Uttarakhand, India (str: 319) Pristupljeno 21.06.2024

¹⁰ Geoffrey Wall and Alister Mathieson; Tourism: Change, Impacts and Opportunities (str: 87)

Stynesu i Jag izvještavaju da sektor putovanja i turizma ima sposobnost pružanja niza pozitivnih ekonomskih učinaka od kojih ističu povećanje domaćeg dohotka i strane valute zarada, ekonomski višestruke učinke, povećanje zaposlenosti i poboljšanje infrastrukture.¹¹

Iako su ekonomski utjecaji turizma općenito pozitivni, mogu imati i negativne posljedice, uključujući curenje, pad tradicionalnog zapošljavanja, sezonsku nezaposlenost i povećanje troškova života. Do curenja u turizmu dolazi kada se novac izgubi iz odredišnog područja. To se dešava iz razloga jer su hoteli u vlasništvu tvrtki koje posluju u drugim zemljama te profit odvođe iz samog lokalnog područja. Razvoj turizma može dovesti do gubitka tradicionalnih poslova, kada radnici prelaze iz djelatnosti poput poljoprivrede, šumarstva, rudarstva i ribarstva u uslužne poslove u turizmu. Zemlje u razvoju koje naporno rade na privlačenju turista imaju slične probleme u čuvanju radnika u primarnim industrijama. Sezonska nezaposlenost može biti problem u turističkim destinacijama koje nisu aktivne tijekom cijele godine, što predstavlja dodatno opterećenje za resurse lokalne i državne uprave. Priljev posjetitelja u područje za odmor može potaknuti cijene roba i usluga, osobito kada je potražnja visoka u sezoni. To je također negativan utjecaj na lokalno stanovništvo koje će morati plaćati više cijene za hranu, piće, zabavu, prijevoz, događanja itd.

“Glavni čimbenici nedovoljne brige o baštini su nedostatak svijesti o njezinim vrijednostima, nedostatak političke volje, slaba i nedostatna ulaganja, nedostatak dokumentiranosti i istraživanja, ilegalni promet pokretnim kulturnim dobrima, nedovoljno poticajne mjere za održavanje baštine, nedovoljna povezanost i usklađenost djelovanja sektora koji izravno utječu na kulturnu baštinu kao što su prostorno uređenje, turizam, gospodarstva te nedostatna institucionalna skrb o baštini.”¹²

¹¹ Jeetesh Kumar, Kashif Hussain, Suresh Kannan: Positive vs. negative impacts of tourism development (str; 405) https://www.researchgate.net/publication/277411573_POSITIVE_VS_NEGATIVE_ECONOMIC_IMPACTS_OF_TOURISM_DEVELOPMENT_A_REVIEW_OF_ECONOMIC_IMPACT_STUDIES
Pristupljeno 21.02.2024

¹²Biserka Dumobivć Bilušić: Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima <https://hrcak.srce.hr/file/258282> Posjet 21.02.2024

Turizam, u zaštićenim područjima, stvara dobrobiti, ali i štete. U međusobnoj interakciji, ovi efekti se manifestiraju na različite načine. Potencijalne dobrobiti uključuju porast zaposlenja za lokalno stanovništvo, povećanje dohotka, stimuliranje i diversifikaciju lokalne ekonomije, poticanje lokalne proizvodnje, doprinos očuvanju prirodnog i kulturnog nasljeđa te podršku istraživanju i razvoju ekoloških navika. Negativni učinci proizlaze iz samih turističkih posjeta, ali mnogi se mogu kompetentno upravljati, smanjujući ih.¹³ Ostali negativni aspekti odnose se na visoke rizike od turističke investicije i sezonalnost turizma. Sezonalnost, iako je osnovna karakteristika turizma također može proizvesti neke poteškoće s ekonomskog gledišta.¹⁴ Dodatni negativni učinci na turizam odnose se i na promicanje glumljene autentičnosti, izazivanje društvenog konflikta, izazivanje kulturnog paradoksa, sukob vrijednosti, nesporednosti stereotipizaciju.¹⁵ Društveno gledano, turizam ima važnu ulogu u poboljšanju kulturne razmjene, poboljšanju životnog standarda, podržavanju očuvanja kulture (npr. muzeja, spomenika) i poticanju ponosa lokalnog stanovništva za njihovu domovinu. Iako stvara brojne prilike za dobre rezultate, ne mora nužno značiti da su to uvijek i dobiveni rezultati. Kada lokalno stanovništvo životni stil turista doživljava poželjnijim od vlastitog, može se pojaviti fenomen „relativne izopačenosti“, s učincima koji variraju od prihvatanja mode turista, do formiranja „razvijene kulture“ koja često uključuje aspekte kao što je konzumacija droga i prostitucija. Želja za životom kao što žive turisti često čini lokalno stanovništvo nesretnim, frustriranim ili ljutitim, razmišljanja potaknuta barem djelomično činjenicom da lokalno stanovništvo mora raditi kako bi turistima pružilo kvalitetno slobodno vrijeme. Ovakvi osjećaji ponekad dovode do čudnih izraza, kao što je zabilježeno u Cornwallu gdje su neki mještani na svoje automobile stavili naljepnice s natpisom: „Nisam turist: živim ovdje!“¹⁶

Agustin Cocola-Gant tvrdi kako veliki broj dolazaka turista dovodi do svakodnevnog pritiska koji dramatično narušava kvalitetu života stanovnika. Veliki broj posjetitelja stanovnicima izaziva osjećaj da su izbačeni iz svog mjesta. Nameće im se tuđa kultura, što

¹³ Petrić, L., Kako turizam razvijati na održiv način u zaštićenim obalnim prostorima? "Park prirode Biokovo". Dostupno na: hrcak.srce.hr/file/59310, 22.02.24
<https://repozitorij.vus.hr/en/islandora/object/vus%3A523/datastream/PDF/view>

¹⁴ Cristi Frent: An overview on the negative impacts of tourism (str: 3) Pristupljeno 22.06.2024

¹⁵ Daniela Angelina Jelinčić: Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija (str: 11) Pristupljeno 22.06.2024

¹⁶ Adriana Budeanu : Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7125848/> Pristupljeno 25.05.2024

ih dovodi do ljutnje i frustracije, a kao krajnji rezultat i napuštanja samog područja zbog prevelikog broja posjetitelja.¹⁷

¹⁷ Agustin Cocola-Gant: Tourism, gentrification and displacement (str.:201) https://www.researchgate.net/profile/Agustin-Cocola-Gant/publication/323416826_Struggling_with_the_leisure_class_Tourism_gentrification_and_displacement/links/5a952f490f7e9ba429712986/Struggling-with-the-leisure-class-Tourism-gentrification-and-displacement.pdf (Pristupljeno 25.05.2024)

3. Značajke Sjevernog Velebita kao lokalne zajednice

Velebit, najveći, iako ne i najviši, planinski lanac u Hrvatskoj, ima bogatu povijest naseljavanja. Još u prapovijesnim vremenima, prije nego što se može saznati iz povijesnih izvora, pračovjek se sklanjao u velebitskim pećinama. Nalazi u Gornjoj Cerovačkoj pećini, uključujući kosti, oruđe i ostatke ognjišta, svjedoče o lovcima na pećinskog medvjeda. Nakon toga, Indoeuropljani su naselili ovo područje, a Iliri su boravili na Velebitu tisućama godina prije nego što su Rimljani došli i pokorili ga. Propašću Rimskog carstva, Huni i Avari postali su novi gospodari ovog prostora, prisiljavajući starosjedilačko stanovništvo da se skloni na otoke. Dolazak Hrvata predstavlja prekretnicu u povijesti Velebita. Stari Hrvati osnovali su pastirsko-zemljoradnička naselja u kojima su zajedno živjeli s Morlacima, koji su tada bili slavenizirani. No, turska opasnost prijetila je ovom području do kraja 15. stoljeća, što je dovelo do iseljenja i nestanka mnogih starih narodnih običaja. U 16. stoljeću Turci su se približili Velebitu, osvojivši Liku i Krbavu. To je imalo velike posljedice i za podvelebitsko primorje. Kako bi se bolje organizirala obrana od Turaka, 1579. godine uspostavljena je Vojna krajina ili granica. Sjeverni i srednji dio velebitskog primorja i podgorja potpali su pod otočku, a južni dio pod ličku pukovnicu. Tijekom 17. stoljeća doseljavaju se bunjevačka plemena iz sjeverne Dalmacije, a drugi val doseljavanja dolazi iz Senja, Vinodola i otoka Krka, Cresa i Lošinja. Osim stalnih naselja, postoje i skupine stanovnika koji su dolazili u ove krajeve zbog službe, kao što su oficiri, podoficiri, financijski službenici, učitelji, župnici, kapelani, trgovci i drugi.¹⁸

Velebit je već dugo izvor inspiracije za lokalne zajednice, s kulturno-povijesnim značajem koji seže stoljećima unazad. Planina je također prepoznata po svojoj ekološkoj važnosti, što je dovelo do osnivanja Nacionalnih parkova Sjeverni Velebit i Paklenica. Ova zaštićena područja doprinose očuvanju jedinstvenih ekosustava oblikovanih pod utjecajem Velebita.¹⁹

¹⁸ Ana Lemić: Velebit. HČJZ - Hrvatski časopis za javno zdravstvo (Pristupljeno 26.5.2024.)

<https://hrcak.srce.hr/file/448507>

¹⁹ Velebit Mountain: Croatia's Natural Climate Divider. (Posjet 25.5.2024) <https://howcroatia.com/velebit-mountain-croatias-natural-climate-divider/>

Lokalne zajednice područja oko Velebita, imale su u prošlosti nedovoljno obradive površine i mali prinosi nisu zadovoljavali potrebe stanovništva. Razmjena voća za žito s Ličanima nije bila dovoljna pa su bili primorani kupovati žito sredstvima ostvarenim viškovima u stočarskoj proizvodnji ili zaradom na sezonskim poslovima. Nakon Drugog svjetskog rata počelo se kupovati i gotovo brašno. Žito koje bi se uzgojilo, mljelo se u mlinovima uz velebitske potoke. Manje količine mljele su se na malim žrvnjevima u domaćinstvu. Kruh se pekao ispod peke, a mijesio se domaćim kvascem izrađenim od ranije zamiješanoga tijesta. Velebit obiluje samoniklim jestivim biljem koje se bralo i spravljalo za jelo. Na nižim nadmorskim visinama i uz more uzgajale su se masline, grožđe i smokve, a svako naselje imalo je svoje pčelinje košnice. Iako je stočarstvo bilo primarna gospodarska grana, ribarstvo nije bilo nevažno. Svako selo imalo je svoje obrtnike koji su izrađivali uporabne predmete za domaćinstvo, oruđe za obradu drveta i kamena te za radove na polju. Od vune su se izrađivali odjevni predmeti, a od kože opanci i sandale. Vodu, koja je omogućila život na Velebitu, ali ga često činila neizvjesnim, gorštaci su pribavljali na razne načine zbog izrazito malo površinskih tokova. Gradile su se cisterne ili "šterne" u koje se skupljala kišnica, uz potoke kao osnovne izvore pitke vode. Na Velebitu se može pronaći i zdenaca, no mnogo manje nego šterni. Gorštaci su koristili i vodu iz prirodnih udubina u stijeni, čatrnje ili škrape u kojima bi se skupila kišnica ili voda od otopljenoga snijega. Za vrijeme suše do vode se dolazilo vadeći snijeg ili led iz jama snježnica. Stoka se napajala na lokvama, plitkim vodama stajaćicama duž cijeloga Velebita. Stoka je, pijući vodu, zbijala dno lokvi, što je otežavalo propuštanje vode dublje u tlo, pa su lokve opstajale dok je bilo stoke. Danas, kada je stočarstvo gotovo nestalo, lokve zarastaju, presušuju i nestaju. One koje još postoje služe kao pojilišta divljači i važne su za očuvanje bioraznolikosti. Autorica smatra da bi ih iz tih razloga, a i zbog lokalne prošlosti, trebalo zaštititi.²⁰

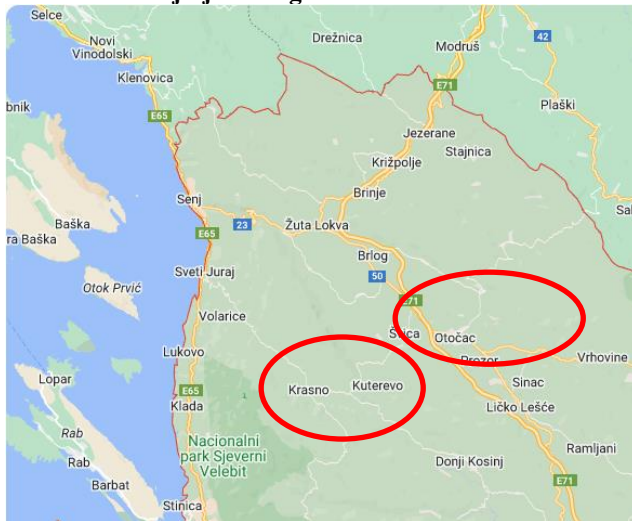
U ovom radu bazirati ćemo se na područje lokalnih zajednica Kuterevo, Krasno i Otočac

²⁰ Ana Lemić: Sela i stanovi na Velebitu. Svjedočanstva života od nastanka do nestanka: <https://hrcak.srce.hr/file/451657> Pristupljeno 01.06.2024

3.1. Geografsko područje Sjevernog Velebita

Velebit je najveći planinski masiv u Hrvatskoj, proteže se od sjeverozapada prema jugoistoku, a dio je Dinarskog gorja. Njegova raznolika topografija uključuje surove vrhove, bujne doline i duboke kanjone, što ga čini utočištem za ljubitelje prirode i riznicom bioraznolikosti. Geološki procesi koji su formirali Velebit također su pridonijeli njegovoj sposobnosti utjecaja na klimatske obrasce u okolnim područjima²¹.

Slika 1. Položaj Sjevernog Velebita



Izvor: Google maps <https://www.google.com/maps>

Na slici prethodno možemo vidjeti položaj promatranih lokalnih zajednica u ovom radu. Sve tri promatrane zajednice nalaze se na području Ličko-senjska županije. Prostorno najveću površinu zauzima grad Otočac s 565,3km². Sljedi ga Krasno koje zauzima površinu od 99,6 km² te je u usporedbi s Kuterevom i Otočcem, bliži primorskom djelu Hrvatske. Kuterevo kao najmanja zajednica od tri promatrane zauzima površinu od 31,72 km².

²¹ Velebit Mountain: Croatia's Natural Climate Divider: <https://howcroatia.com/velebit-mountain-croatias-natural-climate-divider/> Pristupljeno 27.5.2024

Velebit je hrvatska planina, simbol nacionalnog identiteta koji pripada planinskom lancu Dinarida. Pokriva približno 2270 km², s više od 130 vrhova koji prelaze nadmorsku visinu od 1370 metara. Najviši vrh je Vaganski vrh (1757 m) smješten u južnom i najvišem dijelu Velebita. Veći dio Velebita proteže se uz obalu mora, s nadmorskom visinom od 700 metara na najnižem prijevoju do najvišeg vrha od 1757 m. Dio primorske strane Velebita ističe se dobro razvijenim i očuvanim šumama koje mu daju slikoviti izgled. S druge strane, lička ili kontinentalna strana planine znatno se razlikuje po reljefnim karakteristikama. Na kontinentalnoj strani nema uzdužnih terasa ili stupnjeva karakterističnih za primorsku stranu; umjesto toga, prevladavaju blagi obronci koji se spuštaju u Gacko i Ličko polje. Važno je napomenuti da se svi dijelovi kontinentalne strane Velebita ne odlikuju istim reljefom.²²

3.2. Ekonomske i demografske karakteristike poručja

Područje Parka prirode Velebit je ekonomski nerazvijeno, što je karakteristično i za okolna područja. Stanovništvo na ovom području već desetljećima bilježi pad. Na prvi pogled, smanjenje broja stanovnika može se činiti poželjnim u zaštićenom području. Međutim, parkovi prirode, osim zaštitne funkcije, imaju i razvojni potencijal. Trenutne demografske prilike na velebitskom području su nepovoljne i ne pokazuju značajne izgleda za poboljšanje u budućnosti. Prema najnovijem popisu stanovništva iz 2021. godine, područje Krasna, Kutereva i Otočca zajedno broji 9102 stanovnika. U posljednjih nekoliko godina, grad Otočac je doživio najveći turistički razvoj, te on sam broji 8332 stanovnika. U gradu se organiziraju mnoge manifestacije, među kojima se ističu Gacka run, Eko Etno, Jesen u Otočcu, Advent u Otočcu i brojne druge. Većina stanovništva grada i okolice radi u većim gradovima ili naseljima u okolici. Stanovništvo se obično usmjerava prema gradu Gospiću, gdje većina i radi, a sam grad Gospić udaljen je oko 40 minuta vožnje od grada Otočca. Mladi ljudi iz grada uglavnom studiraju ili pohađaju srednje škole u Zagrebu ili Rijeci te se rijetko vraćaju na ovo područje nakon završetka obrazovanja. Razlog tome je nedostatak poslovnih prilika u gradu, jer nema mnogo mogućnosti za napredovanje.

U odnosu na Otočac, Kuterevo broji 385 stanovnika. Većina stanovnika je starija populacija koja radi u šumarstvu ili se bave poljoprivredom (ali većinom za vlastite potrebe).

²² Zoran Šikić, Denis Gurlica, Tomislav Šarić: Velebit i zaštita prirode. <https://hrcak.srce.hr/file/281559>
Pristupljeno 22.02.2024

U Kuterevu postoji 5 OPG-ova (OPG Šporčić, OPG Malčić, OPG Butina, OPG Rožman, OPG Bukovac). Svi se bave proizvodnjom domaćih proizvoda. Neki od njih bave se i izradom drvenarija, što je dugogodišnja tradicija samog mjesta.

Krasno koje je u samom središtu Parka Sjeverni Velebit, broji 385 stanovnika kao i Kuterevo, međutim u usporedbi s njim razvijenije je, jer više gravitiraju prema primorskoj strani tj. gradu Senju. U Krasnu postoji više od 10 OPG-ova te dvije sirane koje se bave proizvodnjom sira i domaćih proizvoda, te zapošljavaju mještane Krasna. Stanovništvo se također bavi poljoprivredom i šumarstvom.

Od ukupnog broja stanovnika Otočca (8.332) prema popisu iz 2021. godine, osnovnu školu završilo je 1.604 stanovnika, srednju školu 4.124 stanovnika, dok visoko obrazovanje ima 1.148 stanovnika. Bez obrazovanja je 91 stanovnik. Prema podacima preuzetim sa stranice Geostat, stanovništvo Otočca prema starosti prikazuje da je 749 stanovnika starosti 65 godina i više, 2.571 stanovnik je starosti od 15 do 64 godine, dok je 532 stanovnika u dobi od 0 do 14 godina. Ukupan broj stanovnika Kutereva iznosi 385 prema popisu iz 2021. godine. Prema starosti, 65 i više godina ima 88 stanovnika, dok u dobnoj skupini od 15 do 64 godine ima 254 stanovnika. U dobi od 0 do 14 godina je 43 stanovnika. Što se tiče Krasna, od ukupnog broja stanovnika, 65 i više godina ima 245 stanovnika. U dobnoj skupini od 15 do 64 godine je 44 stanovnika, a od 0 do 14 godina također 44 stanovnika.²³

Tablica 1. Popis stanovništva po lokalitetima 2011. i 2021. godina

POPIS STANOVNIŠTVA 2021.				POPIS STANOVNIŠTVA 2011.				Indeks 2021/ 2011
	UKUPNO	M	Ž		UKUPNO	M	Ž	
OTOČAC	8.332	4093	4239	OTOČAC	9778	4890	4888	85
KUTEREVO	385	191	194	KUTEREVO	522	280	242	74
KRASNO	385	196	189	KRASNO	476	233	243	81

Izvor: izrada autora na temelju podataka prikupljenih s državnog zavoda za statistiku; <https://dzs.gov.hr>

Prema analizi popisa stanovništva u periodu 2011.-2021. godine vidljivo je kako se broj stanovnika navedenih lokalnih zajednica smanjio. Najveći pad stanovništva bilježi Kuterevo, čiji se je broj smanjio za 27%. Razlog smanjenju broja je odlazak mladog stanovništva u inozemstvo i veća stopa mortaliteta u odnosu na 2011. godinu. Otočac i Krasno bilježe isti pad stanovništva od 15%. Razlog je također kao i kod Kutereva, odlazak mladih ljudi i povećana stopa mortaliteta.

²³ Podaci preuzeti sa službene stranice Geostat: <https://geostat.dzs.hr/> Pristupljeno 22.06.2024

4. Značajke Sjevernog Velebita kao turističke destinacije

Sjeverni Velebit prirodni je kapital koji sa svojom specifičnom lokacijom, resursima i geografskim karakteristikama može uvelike doprinijeti razvoju lokalnih zajednica svog područja. Prihodi generirani razvojem turizma na Sjevernom Velebitu mogu značajno poboljšati kvalitetu života lokalnog stanovništva, istovremeno jačajući svijest i zadovoljstvo zbog postojanja Nacionalnog parka. Uz to, rastući interes za održivim oblicima turizma i ekoturizma sugerira da će njihov doprinos lokalnom i regionalnom razvoju biti sve veći u budućnosti, tvrdi Eagles.²⁴ Za postizanje tih ciljeva, ključno je zadovoljiti dva temeljna uvjeta: prvo, treba osigurati raznolike proizvode i usluge koje će privući turiste i potaknuti ih na trošenje novca, drugo, bitno je ograničiti odljev prihoda iz lokalne zajednice. Ovaj zadatak zahtijeva koordinaciju i regulaciju od strane turističkih planera, uz aktivno sudjelovanje lokalne zajednice. U ovom pristupu postoji potencijal za generiranje novih radnih mjesta i unapređenje kvalitete života lokalne zajednice. Kroz ovaj proces, mogu se integrirati različiti aspekti - obrazovni, znanstveni, kulturni, sportski, zdravstveni i drugi. Međutim, u usporedbi s drugim nacionalnim parkovima u Hrvatskoj, primjetno je kako Sjeverni Velebit ostvaruje relativno slabe rezultate u turizmu. Nacionalni park ima ograničen utjecaj na razvoj turizma te stoga na socioekonomsku transformaciju svoje mikroregije.²⁵

Neki od naselja unutar Parka prirode Velebit imaju potencijal postati snažnija turistička odredišta, kao što su Lovinac, Sveti Rok, Gračac (Cerovačke špilje), Karlobag s Baškim Oštarijama, Kuterevo, Krasno te izvori Gacke. Ovo za poglavlje 3turizam na području istrazivane zajednice²⁶.

Nacionalni parkovi najuređeniji su dio zaštićenog okoliša koji omogućuje velikom broju posjetitelja da, poštujući načela očuvanja, upoznaju prirode i njezinih zakonitosti, stječući tako razumijevanje potrebe zaštite tijekom odmora i uživanja u njihovoj neviđenoj ljepoti. Na taj način zaštićena područja ostvaruju svoju drugu primarnu funkciju, tj. što je obrazovanje. Nacionalni parkovi i parkovi prirode posjeduju najvrednije i najatraktivnije

²⁴ Utjecaj nacionalnih parkova Paklenica i SjeverniVelebit na lokalni razvoj: <https://repozitorij.pmf.unizg.hr/islandora/object/pmf%3A10509/datastream/PDF/view> (str; 12) Pristupljeno 19.04.2024

²⁵ Utjecaj nacionalnih parkova Paklenica i SjeverniVelebit na lokalni razvoj: <https://repozitorij.pmf.unizg.hr/islandora/object/pmf%3A10509/datastream/PDF/view> (str; 13) Pristupljeno 19.04.2024

²⁶ Ana Pejnović: Prirodno-geografska obilježja I turističko vrednovanje Velebita <https://geografija.hr/prirodnogeografska-obiljezja-i-turisticko-vrednovanje-velebita/> Pristupljeno 22.2.24

prirodne značajke, a turizam u takvim područjima ima sve veći porast značaj za sve veći broj zemalja.²⁷

Nacionalni park Sjeverni Velebit je idealno odredište za sve ljubitelje aktivnog odmora i rekreacije u netaknutoj prirodi. Na raspolaganju je preko 30 planinarskih staza koje vode kroz raznolike krajolike i nude brojne mogućnosti istraživanja ovog područja. Radi lakše navigacije, planinarske staze su označene markacijama, a na raskrižjima su postavljeni putokazi s procijenjenim vremenom hoda u satima. Skoro svaka od ovih staza vodi do planinskih vrhova koji pružaju prekrasne panoramske poglede, kako na more i otoke, tako i na Liku. Postojeće planinarske staze i putovi također su pogodni za druge aktivnosti poput trekkinga i hikinga.²⁸

Prostor Parka prirode predstavlja gospodarski nerazvijeno područje, sličnih obilježja kao i njegovo prostorno okruženje. Pad broja stanovništva može se pratiti već čitavo stoljeće. Na prvi pogled, takvo stanje je poželjno za zaštićeno područje. Međutim, parkovi prirode obično imaju, osim zaštitne, i razvojnu komponentu. Prostorni plan Parka prirode Velebit ne bi trebao sprječavati gradnju unutar svojih granica, već bi trebao poticati projekte usmjerene na obnovu nekadašnjih poljoprivrednih površina i uzgoj stoke. To bi moglo rezultirati proizvodnjom zdrave hrane koja bi se dobro uklopila s turizmom, bilo obalnim, planinskim, ekoturizmom ili ruralnim turizmom. Trenutne demografske prilike na velebitskom prostoru su vrlo nepovoljne i ne obećavaju značajno poboljšanje u budućnosti. Pojedina naselja unutar parka prirode imaju bolje izgleda za budućnost kao potencijalno jača turistička središta. Na primjer, Lovinac, Sveti Rok, Gračac (Cerovačke špilje), Karlobag s Baškim Oštarijama, Kuterevo, Krasno i Vrila Gacke predstavljaju naselja koja mogu postati ključne turističke destinacije.²⁹

²⁷ Sanja Tisme, Zeljko Kremeric, Kristina Ozimec, Damir Demonje: Analysis of Ecotourism Development Potential in Protected Areas in the Republic of Croatia and Recommendations <https://hrcaak.srce.hr/file/28002> pristupljeno 03.6.2024

²⁸ Nacionalni park Sjeverni Velebit: <https://np-sjeverni-velebit.hr/www/hr/posjeti/ponuda> Pristupljeno 03.06.2024

²⁹ Ana Pejnović: Prirodnogeografska obilježja i turističko vrednovanje Velebita <https://geografija.hr/prirodnogeografska-obiljezja-i-turisticko-vrednovanje-velebita/> Pristupljeno 03.06.2024

Veliki adut Sjevernog Velebita je i pogodna klima, pogotovo ljeti kada posjetitelji dolaze na područje Velebita gdje su dani topli, a noći izrazito ugodne u uspoređi s primorskom stranom. Iako je prepun atrakcija, prirodnih ljepota, bioraznolikosti i kulturnog nasljeđa, Sjeverni Velebit kao turistička destinacija nema veliki turistički značaj za svoje stanovništvo. Nacionalni park Sjeverni Velebit kao sam ne nudi dovoljno aktivnosti za posjetitelje, te njegova ponuda nema dovoljno popratnih sadržaja unutar samog parka. Zbog toga je ključno povezati park s kontinentalnim dijelom gdje se nalaze Krasno, Kuterevo i Otočac kako bi se dodatno obogatila turistička ponuda. Ova povezanost omogućila bi posjetiteljima da, nakon što obiđu park, posjete atrakcije u spomenutim lokalnim zajednicama, čime bi se proširilo njihovo iskustvo i zadovoljstvo.

U Krasnu, posjetitelji bi mogli obići Kuću Velebita, koja je ujedno i informacijski centar za posjetitelje. Kuća Velebita nudi prepoznatljiv i moderan sadržaj koji detaljno prikazuje prirodne i kulturne atrakcije Parka. Ovo mjesto pruža bogatu edukativnu i interaktivnu prezentaciju o raznolikosti i važnosti Velebita, čineći ga izvrsnim početkom za svakoga tko želi razumjeti i doživjeti ovaj prekrasan dio Hrvatske.

Nakon Krasna, posjetitelji bi se mogli uputiti u Kuterevo, gdje se nalazi Utočište za mlade medvjede. Ovo utočište nudi jedinstvenu priliku za promatranje suživota čovjeka i divljine. Posjetitelji mogu vidjeti mlade medvjede u njihovom prirodnom okruženju te naučiti više o naporima za očuvanje ove vrste i važnosti zaštite prirodnih staništa.

Otočac, smješten uz rijeku Gacku, pruža raznolike aktivnosti na otvorenom. Posjetitelji mogu uživati u kajakarenju na rijeci, što je idealno za ljubitelje vodnih sportova, ili se odlučiti za vožnju quadovima po okolici, koja nudi prekrasne pejzaže i priliku za istraživanje prirode na uzbudljiv način. Rijeka Gacka poznata je po svojoj čistoj vodi i prirodnoj ljepoti, što je čini savršenom destinacijom za opuštanje i avanturu. Povezivanjem Nacionalnog parka Sjeverni Velebit s Krasnom, Kuterevom i Otočcem, posjetiteljima se pruža cjelovito iskustvo koje kombinira prirodne ljepote, edukaciju i zabavne aktivnosti. Ova integrirana turistička ponuda ne samo da obogaćuje doživljaj posjetitelja, već i doprinosi održivom razvoju lokalnih zajednica.

4.1. Turistička ponuda Krasna

Krasno Polje je najveće naselje na Velebitu, koje privlači desetke tisuća vjernika svake godine kao poznato marijansko svetište u Hrvatskoj. Osim toga, ovo mjesto je dom Nacionalnog parka Sjeverni Velebit, pilana, šumarija i sirane. 2005. godine je otvoren prvi šumarski muzej u Hrvatskoj u Krasnom. Osjećaj suživota s prirodom može se doživjeti boraveći u obnovljenim pastirskim stanovima u Lubenovcu i Alanu, unutar Nacionalnog parka Sjeverni Velebit. Planinari imaju mogućnost smještaja u nekoliko planinarskih kuća u blizini, poput Apatišana, Oltara, Zavižana i Alana. Posjetitelji koji žele doživjeti autentičnu prirodnu ljepotu Velebita svakako će uživati u posjeti Krasnom³⁰.

U Krasnu je 2018. godine otvoren Centar za posjetitelje Kuća Velebita, proširujući tako postojeću turističku ponudu i pružajući atraktivan edukativni doživljaj koji privlači nove posjetitelje. Kuća Velebita predstavlja posjetiteljski i informacijski centar gdje se posjetitelji mogu upoznati s klimom, vrstama i staništima, kulturnom baštinom, geologijom i podzemnim svijetom Sjevernog Velebita, s posebnim naglaskom na duboke jame koje su jedna od posebnih značajki Parka. Javna ustanova Nacionalnog parka Sjeverni Velebit usko povezuje turističku ponudu s područjem Krasna, koje je često polazište za obilazak Nacionalnog parka. Centar za posjetitelje Kuća Velebita, iako se nalazi izvan granica nacionalnog parka, dodatno jača tu poziciju te postaje simbolički ulaz u ovaj nacionalni park. On na jednom mjestu predstavlja sve prirodne i kulturne vrijednosti koje Park štiti.

Na području Krasna moguća je i opcija prenoćišta u nekoliko smještajnih objekata, među kojima se ističu:

1. Konoba Jure: (55 ležajeva - smještaj, hrana i piće),
2. Apartmani Manjan: (22 ležajeva - smještaj, hrana i piće),
3. Hrvatske šume: Šumarska kuća (33 ležaja -smještaj),
4. Hrvatske šume: Muzej šumarstva (13 ležaja-smještaj),³¹

³⁰ Krasno: <https://visitsenj.com/rivijera-senj/krasno/> Pristupljeno 14.04.2024

³¹ Marko Sokolić: Razvoj posjećivanja u zaštićenim područjima u Lici: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka%3A1672/datastream/PDF/view> Pristupljeno 14.04.2024

4.2. Turistička ponuda Kutereva

Kuterevo je smješteno nedaleko od grada Otočca, u uskoj velebitskoj uvali. Poznato je po utočištu za mlade medvjede koje djeluje od 2002. godine, pružajući sklonište za medvjede siročice i štiteći medvjede stanište, dok istovremeno promiče održivo življenje i tradiciju lokalne planinske zajednice. Edukacija posjetitelja i približavanje divljini i karizmi medvjeda sastavni su dio programa posjeta Kuterevu. Od 2005. godine, uspostavljena je Volonterska postaja s ciljem podrške projektu i razvoja lokalne zajednice. U posljednjih nekoliko godina, Utočište za mlade medvjede Kuterevo ugostilo je prosječno 15 volonterskih grupa, više od 50 individualnih volontera te više od 20 tisuća posjetitelja.³²

Uz posjet utočištu, u Kuterevu valja istaknuti mogućnost boravka u prirodi. Kampiranje, planinarenje, bicikliranje i ostale aktivnosti koje nudi sama okolina. U Kuterevu se nalazi restoran Butina domaću hranu i specijalitete specifične za krajeve tog dijela Like. Također, u blizini samog utočišta nalazi se i jedan kafić u privatnom vlasništvu koji je otvoren tijekom cijele godine.

Od smještajnih kapaciteta, za prenoćište ili duži boravak u mjestu, valja istaknuti:

1. Pansion Butina (13 ležaja – hrana i piće)
2. House Breza (kuća za odmor - 12 osoba)
3. Matan House (kuća za odmor – 6 osoba)

Tablica 2. Turistički promet po podvrsti objekta u mjestu Kuterevo za period 01.01.2023-31.12.2023

Vrsta objekta	Podvrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	156	101	257	397	463	860
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	38	16	54	74	53	127

Izvor: Podaci poslani od strane turističke zajednice grada Otočca

³² Kuterevo: <https://visit-lika.com/page/kuterevo-utociste-medvjeda> Pristupljeno 15.04.2024

Iz tablice turističkog prometa po podvrsti objekta u Kuterevu za period od siječnja 2023. do prosinca 2023., jasno je vidljivo da su dolasci domaćih turista veći u obje vrste objekata u usporedbi s dolascima stranih turista. Možemo primjetiti da kod objekata u domaćinstvu noćenja stranih posjetitelja nadmašuju noćenja domaćih, dok je situacija kod objekata na OPG-u obrnuta, s većim brojem noćenja domaćih turista u odnosu na strane.

Ovi podaci pokazuju zanimljive razlike između Kutereva i grada Otočca. Iako Kuterevo ima znatno manji broj posjetitelja, udio noćenja stranih turista je veći u odnosu na domaće. To nam može ukazivati na specifične atrakcije ili ponude u Kuterevu koje privlače više stranih posjetitelja, dok domaći turisti možda preferiraju druge destinacije ili tipove smještaja unutar ovog područja.

Kuterevo, sa svojim specifičnim atrakcijama poput Utočišta za mlade medvjede, može biti posebno privlačno stranim turistima koji traže jedinstvena iskustva u prirodnom okruženju. S druge strane, domaći turisti možda više posjećuju OPG-ove zbog autentičnog doživljaja hrvatskog seoskog života i domaće gastronomije.

4.3. Turistička ponuda Otočca

Područje grada Otočca, obuhvaćajući Gacku dolinu i podvelebitski kraj, pruža bogat spektar mogućnosti za aktivan i zdrav odmor u prirodi ali i raznoliku kulturnu ponudu. U centru grada nalazi se muzej Gacke koji prikazuje povijest grada kroz ratno razdoblje. Uz posjet muzeju može se razgledati i Japodska zbirka, predmet kulture ilirskih plemena. Nedaleko od muzeja, nalazi se Gačanski park, pored Crkve Presvetog Trojstva, koji je izgrađen na inicijativu Katedre čakavskog sabora pokrajine Gacke³³. Posjetitelji mogu uživati u sportskom ribolovu na rijeci Gackoj, istraživati biciklističke staze, otkriti izvore same rijeke Gacke. Osim toga, ovo područje nudi čist planinski zrak i neizostavnu ljepotu netaknute prirode. Gacka, privlači svojom čistoćom i šarmom te pruža posebno zadovoljstvo svima koji je posjete. S obzirom na položaj u podnožju Velebita, rezervata biosfere, i blizinu Jadranskog mora i Nacionalnog parka Plitvička jezera, gostima se pruža mogućnost organiziranja raznovrsnih izletničkih tura.

Na području Gacke doline u posljednjih nekoliko godina ističe se lovni turizam koji privlači lovce divljači iz raznih dijelova svijeta, ali i zaljubljenike u fotografiju koji su u potrazi za pejzažima flore i faune rijeke Gacke. Glavne vrste divljači za odstrjel su divlje svinje, srnjaci, jeleni i smeđi medvjedi. Također postoji mogućnost odstrjela šljuka, golubova, šojki, lisica, jazavaca, kuna i zečeva. Od zaštićenih vrsta divljači, u lovištu obitavaju vuk, ris, veliki tetrijeb i lještarka. Za one koji ovaj kraj žele upoznati bez lovačkog oružja te uživati u nedinutim prirodnim bogatstvima ovog kraja, postoji mogućnost organiziranja foto lova. Od ribljih vrsta u rijeci Gackoj, najviše se lovi pastrva, koja zbog raznolikosti biljnog svijeta rijeke, raste 5-7 puta brže nego na drugim mjestima. Ribolovna sezona počinje 1. ožujka a završava 31. listopada.³⁴

Osim lovnog, ribolovnog i izletničkog turizma, područje ima velike predispozicije za razvoj seoskog turizma, odgovarajući na trend sve veće ekološke svijesti turista. Grad Otočac trenutno broji 15 OPG-ova, bez okolice. Ponuda OPG-ova je raznolika te nisu svi bazirani na izradi jednog proizvoda. U ponudi OPG-ova mogu se pronaći marmelada, med, domaći sokovi od bazge i razni drugi prehrambeni artikli. Uz sve navedeno, dio OPG-ova u

³³Lika Club: <https://likaclub.eu/tjedan-otocca-7-razloga-zbog-kojih-biste-treballi-posjetiti-otocac-dolinu-rijeke-gacke/> Pristupljeno 16.04.2024

³⁴ Ribolov: <https://ribo-lov.com/2021/03/20/otocac-i-gacka-prepoznatljiva-destinacija-ribolovnog-turizma/> Pristupljeno 16.04.2024

svojoj ponudi nudi proizvode izrađene od drva, tradicionalne instrumente s područja Gacke doline te izradu coklji.

Gacka dolina nudi netaknutu prirodu i mogućnosti za organiziranu sportsku aktivnost, zabavu i relaksaciju, promovirajući tako zdravstvene koristi boravka u prirodi. Smještajni kapaciteti uključuju hotel Park u samom centru grada te privatne smještaje.³⁵

Od privatnih smještaja, za prenoćište ili duži boravak u mjestu, valja istaknuti:

1. Ruralna kuća za odmor Marta (kuća za odmor – 10 osoba)
2. Holiday House Lana (kuća za odmor - 6 osoba)
3. Kuća za odmor Gacla 6 (kuća za odmor - 10 osoba)
4. Kuća za odmor Božica (kuća za odmor - 4 osobe)

Svoju turističku ponudu Otočac u zadnjih par godina proširuje u vidu održavanja različitih manifestacija koje privlače ljude iz cijele Hrvatske i šire. Od manifestacija valja istaknuti: Gacka run, The Coklje fest, Smotru folklor, Barkanovu biciklijadu te Eko Etno Gacka . Gacka run je manifestacija koja je zajednički organizirana od strane grada Otočca i Zajednice sportskih udruga grada. Događaj je organiziran u nekoliko kategorija: dječja utrka, utrka na 5 km i polumaraton. Održava se svake godine sredinom lipnja. The Coklje fest je festival u kojemu se isprepliću zabava i tradicija. Coklja, kao jedan od autohtonih ličkih dijelova narodne nošnje, čiji je proces izrade zaštićen od strane UNESCO-a, glavni je razlog održavanja ovog festivala. Tijekom festival se može sudjelovati na modnoj reviji, kreativnim radionicama i natjecanju u najboljem bećarcu o cokljama. Održavanje festival je početkom mjeseca lipnja.³⁶ Smotra folklore u Otočcu održava se svake godine sredinom mjeseca lipnja. Okuplja Kulturno umjetnička društva iz raznih dijelova Hrvatske koja dijele tradiciju i kroz ples i pjesmu prikazuju život u prošlosti. Barkanova biciklijada obuhvaća 40 kilometara staze koja vodi uz rijeku Gacku. Po asfaltu i makadamu. Sudjelovati mogu i djeca i odrasli. Održava se početkom mjeseca srpnja.

³⁵Grad Otočac: <https://visitcroatia.net/hr/object/turisticka-zajednica-grada-otocca/> Pristupljeno 12.04.2024

³⁶Discover Otočac: <https://discover-otocac.com/hr/doga%C4%91anja> Pristupljeno 14.04.2024

Eko Etno Otočac dvodnevna je gastro manifestacija koja je ujedno najznačajnija i najposjećenija manifestacija na području Otočca. Održava se u gradskom parku te nudi lokalne proizvode OPG-ova s područja Otočca i specijalitete iz čitave Hrvatske. Uz sve navedeno, održava se i natjecanje u kuhanju kotlića. Održavanje manifestacije je sredinom mjeseca kolovoza.

Tablica 3. Turistički promet po podvrsti objekta u mjestu Otočac za period 01.01.2023-31.12.2023

Vrsta objekta	Podvrsta objekta	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno
Hoteli	Hotel	2.112	27.083	29.195	3.829	28.994	32.823
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	1.602	4.835	6.437	3.386	9.693	13.079
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	Soba za iznajmljivanje	0	14	14	0	176	176

Izvor: Podaci poslani od strane turističke zajednice grada Otočca

Iz tablice turističkog prometa po podvrsti objekta u Otočcu za period od siječnja 2023. do prosinca 2023., jasno je vidljivo da su dolasci stranih posjetitelja znatno veći u svim vrstama smještajnih objekata u odnosu na domaće turiste. Možemo primijetiti da u skupini kampova nisu zabilježena noćenja niti dolasci domaćih turista. Ovi podaci nam ukazuju na jasan trend da domaći turisti nisu česti posjetitelji ovog područja u usporedbi sa stranim posjetiteljima. Moguće je da domaći turisti nisu dovoljno upoznati s atrakcijama koje Otočac i njegova okolica nude, ili jednostavno preferiraju druge destinacije unutar Hrvatske. S druge strane, strani turisti možda vide Otočac kao egzotično ili autentično mjesto koje vrijedi posjetiti, te su stoga njihovi dolasci i noćenja znatno veći. Ovi podaci nam također mogu ukazivati na potrebu za ciljanim marketinškim kampanjama usmjerenim prema domaćem tržištu kako bi se povećala svijest o turističkoj ponudi Otočca.

5. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva Sjevernog Velebita o uključivanju u turističku ponudu

Lokalno stanovništvo Sjevernog Velebita sve se više uključuje u turističku ponudu svojih lokalnih zajednica. S obzirom na to da dolazi do razvijanja turističke ponude koja privlači turiste diljem svijeta, lokalni stanovnici svjesni su dobrobiti i mogućnosti zarade koju oni nose. Međutim premala informiranost o mogućnostima koje nudi turizam, uvelike odbija stanovništvo ovih krajeva, prvenstveno stanovništvo starije životne dobi.

Kroz ovo istraživanje ispitati ćemo stavove stanovnika Kutereva, Krasna i Otočca te saznati njihovo mišljenje o razvoju turizma i turističkoj ponudi svojih lokalnih zajednica.

5.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje stavova lokalnog stanovništva Sjevernog Velebita provedeno je obliku google obrasca tj. online ankete anonimnog karaktera i intervjua. Online anketa sastojala se od 15 pitanja s jednim odgovorom i 1 pitanje koje je koncipirano na način mreže s višestrukim odabirom. Za popunjavanje ankete bilo je potrebno 5-6 minuta. Pitanja su obuhvaćala teme vezane uz demografske podatke, posjedovanje OPG-a, zadovoljstvom uključenosti u turističku ponudu te uključenosti u turizam. Anketa je distribuirana putem različitih online kanala i ostvaren je uzorak od 113 valjanih anketa. Osim online istraživanja stanovnika, provedeni su intervjui s OPG-ovima s područja Kutereva, Krasna i Otočca. S područja Kutereva intervju je proveden s kućnom radinost Šporčić, s područja Krasna s OPG-om Devčić, a s područja Otočca s OPG-om Sekula.

U nastavku je popis pitanja koja su bila sastavni dio intervjua:

1. Koliko dugo imate OPG i na kojim proizvodima se bazira vaša ponuda?
2. Kako je bilo na početku, kad ste tek otvorili OPG?
3. Smatrate li da Vam OPG donosi dovoljnu zaradu za život?
4. Smatrate li da se kroz godine vaš profit od OPG-a povećao?
5. Smatrate li da možete zaposliti ljude u svom OPG-u?
6. Smatrate li da Vaše područje ima dovoljno mogućnosti za prodaju vaših proizvoda?
7. Na koji način ste trenutno uključeni u turizam?
8. Da li svoje proizvode prodajete i turistima i koliki je (otprilike) udio kupaca-turista u odnosu na „domaće“ kupce?

9. Koja od aktivnosti u sklopu OPG-a vam donosi najveće prihode?
10. Da li ste spremni ulagati u svoju zajednicu u svrhu razvitka turističke ponude, i povećanja potražnje za vašim proizvodima? U što mislite dalje ulagati i razvijati u budućnost?
11. Na koji način bi se mogli dodatno uključiti u turističku ponudu vašeg mjesta?
12. Koji su vaši prijedlozi za unapređenje turističke ponude i povezivanje turizma i lokalne poljoprivrede?

Temeljem analize rezultata za obje vrste uzorka, doneseni su određeni zaključci o analiziranom području.

5.2. Rezultati provedenog intervjua s vlasnicima odabranih OPG-a

U nastavku će biti sažeto prikazane informacije dobivene kroz 3 provedena intervjua.

Tablica 4. Podaci o intervjuiranim OPG-ovima

Naziv OPG-a	Lokacija	Površina lokacije	Djelatnost
OPG Sekula	Otočac	565,3 km ²	Uzgoj bobičastog voća
OPG Šporčić	Kuterevo	31,72 km ²	Izrada predmeta od drva
OPG Devčić	Krasno	99,6 km ²	Proizvodnja sira

Izvor: Izrada autora na temelju prikupljenih podataka

5.2.1 Počeci i osnivanje OPG-a

Sami početci osnivanja razlikuju se kod 3 ispitivana OPG-a. OPG Kućna radinost Šporčić osnovan je davne 1913. godine, sto godina prije OPG-a Sekula, koji je osnovan 2012. godine i OPG-a Devčić koji je osnovan 2009. godine. Proizvodi na kojima se bazira ponuda OPG-ova karakteristični su za područja Sjevernog Velebita. Kod OPG-a Šporčić ponuda je bazirana na izradi proizvoda i namještaja od drva, OPG Sekula svoju ponudu bazira na uzgoju kupina i maline te preradi istih dok je OPG Devčić baziran na ponudi sira. Kroz provedeni intervjui vidljivo je kako prilikom otvaranja OPG-a nisu svi imali iste mogućnosti niti uvjete za rad. OPG Šporčić prilikom otvaranja nije dobio nikakva financijska sredstva za pomoć u odnosu na OPG Sekula kojemu je prvu sadnicu i financijska sredstva kao poticaj za daljnji uzgoj dao grad Otočac. Kod OPG-a Devčić početci su bili skromni iz razloga jer su sami kretali u otvaranje OPG-a kao i OPG Šporčić. Posjedovali su manji broj obradivih površina, puno manje stoke te iz tog razloga nisu imali znatne prihode. Sva tri OPG-a slažu se kako u počecima nisu bili prepoznatljivi niti su njihovi prihodi bili veliki. Smatraju kako se razvojem turizma na njihovom području počela razvijati i svijest o OPG-ovima i njihovoj važnosti za turizam te uključenosti u ponudu.

5.2.2. Prihodi i mogućnosti za zapošljavanje u sklopu OPG-ova

Prihodi koji se ostvaruju kod OPG-ova rastu iz godine u godinu. Svi se slažu kako se kroz godine profit povećava iz razloga jer su dostupniji posjetiteljima i domaćem stanovništvu putem interneta i raznih platformi te da su do sad već razvili uspješan način poslovanja i kroz ulaganje u njega dobili povratno bolju prodaju. Također, sva tri OPG-a smatraju kako na

području Sjevernog Velebita ima dovoljno mogućnosti za prodaju njihovih proizvoda. OPG Devčić za razliku od preostala dva OPG-a nema potrebu za odlaskom na razne manifestacije kojima prisustvuju OPG Šporčić i OPG Sekula iz razloga jer sve svoje proizvode prodaju od kuće. Ljudi koji kupuju proizvode većinom jesu iz njihove okoline, bliže ili šire, ali smatraju da ukoliko žele povećati svoju prodaju ne mogu ostati bazirani samo na obližnje kupce te da svoju ponudu moraju proširiti i van granica županije. Što se tiče proizvoda od kojih najviše profitiraju, kod OPG-a Šporčić to su tamburice/dangubice, košare i stolice. OPG Sekula najveći prihod ostvaruje putem prerađenih proizvoda od kupine i maline (pekmez, marmelada) dok OPG Devčić svoj prihod ostvaruje putem prodaje sira. Kod zapošljavanja ljudi u svoj OPG, svi dijele isto mišljenje. Trenutno im nije potrebna dodatna osoba za rad. Sva tri OPG-a baziraju se na obitelji te smatraju kako bi bilo teško pronaći osobu od povjerenja koja bi svoj posao obavljala konkretno. Smatraju da bi trebali prepoznati pravog radnika koji bi posao mogao obavljati umjesto njih te da bi u slučaju zapošljavanja dodatnih ljudi trebali dobiti financijska sredstva za pomoć od strane nadležnih tijela. Što se tiče prihoda od OPG-a, OPG Šporčić smatra da prihod koji ostvaruje nije dovoljan za život te da im OPG trenutno služi kao dodatan izvor prihoda uz posao koji redovno rade. S druge strane, OPG Sekula vjeruje da bi im uzgoj kupina i malina mogao pružiti dovoljnu zaradu za život ako bi se tome u potpunosti posvetili ali trenutno kao i OPG Šporčić smatraju da im je to dodatni izvor prihoda koji je dobro došao. OPG Devčić smatra kako bi mogli bez problema živjeti od zarade koju donosi njihov OPG, te se nadaju da će se u skoroj budućnosti i realizirati plan da se samo njime bave.

5.2.3. Odnos prema turizmu

Uključenost OPG-ova u turizam na području Sjevernog Velebita razvila se u posljednjih nekoliko godina. OPG Sekula i OPG Šporčić su u turističku ponudu uključeni kroz razne manifestacije koje se održavaju na njihovom području kao što su Jesen u Lici, sajam u Cetingradu, Eko Etno Gacka i razne druge... OPG Devčić je u turističku ponudu Krasna uključen kroz prodaju svojih sireva u mjestu. OPG Sekula svoje proizvode plasira u trogivnu Zera Like koja se nalazi u Gospiću. Dosta toga prodaju od kuće, jer se turisti često kroz sela zaustavljaju i ispituju mještane gdje bi mogli uzeti autohtone proizvode koji su karakteristički za njihove krajeve. Dodatnu uključenost u turističku ponudu OPG Šporčić nudi kroz izradu marmalade, coklji i pletiva, dok OPG Sekula i OPG Devčić nemaju ambicija

za dodatnu uključenost. OPG-ova. OPG Šporčić i OPG Sekula tvrde kako u prodaji svojih proizvoda imaju veći udio domaćih kupaca u odnosu na kupce turiste dok je kod OPG-a Devčić podjednak udio jednih i drugih.

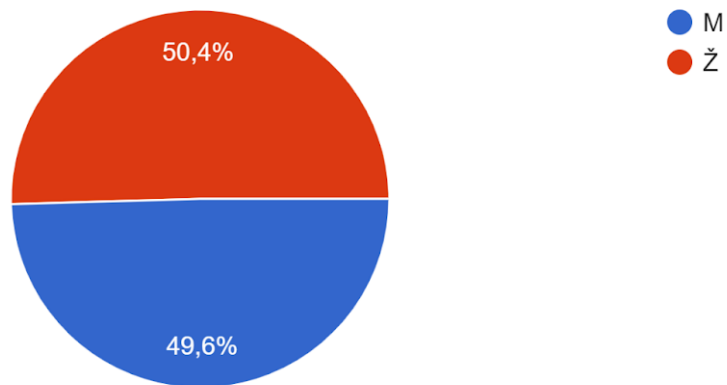
Sva tri OPG-a spremna su ulagati u zajednicu ukoliko bi u tome sudjelovalo više OPG-ova koji se nalaze na njihovom području. Smatraju da zajedničkim snagama mogu podići svoje proizvode na veću razinu te ih samim time bolje i plasirati na tržištu. Što se tiče postojeće suradnje s lokalnom samoupravom smatraju kako se na neki način trude pripomoći lokalnim OPG-ovima, ali smatraju da nisu u prvome planu. Sva tri OPG-a smatraju kako nisu dovoljno informirani o mogućnostima uključivanja u turističku ponudu te da bi turističke zajednice grada Otočca i grada Senja trebale educirati svoje stanovništvo o mogućnostima koje nudi turizam i posjedovanje OPG-a. Prijedlozi za unapređenje turističke ponude bili bi da se stavi više oznaka tj. putokaza kako bi ljudi znali da u mjestu ima populacije koja ima domaće proizvode. Da se sva OPG društva više promovira putem društvenih stranica turističke zajednice grada Otočca i Senja, te da se postave punktovi za prodaju proizvoda na frekventnijim lokacijama kroz područja lokalnih zajednica. Također smatraju kako bi im se na neki način trebalo dojaviti tj. sugerirati gdje bi mogli plasirati svoje proizvode.

5.3. Rezultati anketnog istraživanja lokalnog stanovništva

U nastavku će biti prikazani rezultati anketnog istraživanja provedenog putem google forms obrasca.

Od ukupnog broja ispitanika 113, na anketu je odgovorilo 57 žena i 56 muškaraca.

Grafikon 1. Spol

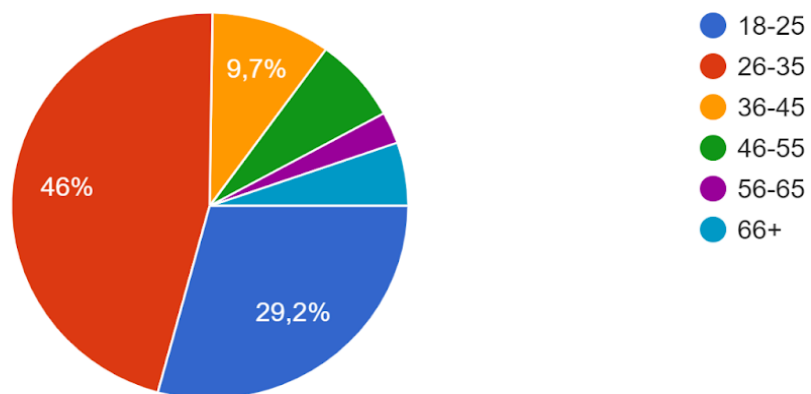


Izvor: Izrada autorana a temelju provedenog anketiranja

Podjednak udio ispitivanih muškaraca i žena prikazuje rezultate razmišljanja oba spola. Demografska ravnoteža omogućuje da je istraživanje reprezentativno i da se u obzir uzimaju razmišljanja i stavovi o uključivanju u turističku ponudu oba spola, što doprinosi pouzdanosti prikupljenih podataka.

U anketi je drugo pitanje bilo o starosnoj dobi ispitanika. Najveći broj ispitanika, njih 46% ili 52 ispitanika, pripada dobnoj skupini od 26 do 35 godina. Slijede ih ispitanici u dobi od 18 do 25 godina sa 29,2% ili 33 ispitanika. U dobnoj skupini od 36 do 45 godina nalazi se 9,7% ispitanika, odnosno 11 osoba. Ispitanici u dobi od 46 do 55 godina čine 7,1% anketiranih, što je 8 osoba, dok je 5,3% ili 6 ispitanika starije od 66 godina. Najmanji udio imaju ispitanici u dobi od 56 do 65 godina, sa 2,7% ili 3 ispitanika.

Grafikon 2. Starost ispitanika

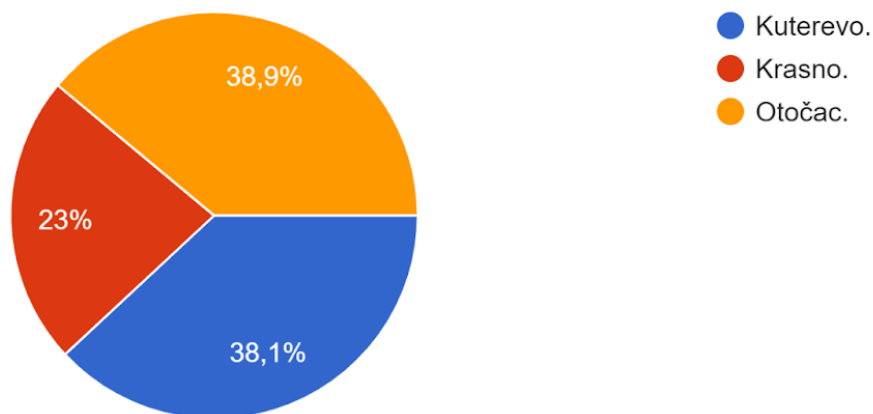


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

S obzirom na podatke o starosnoj dobi ispitanika možemo uvidjeti kako je dobna skupina 26-35 godina s najvećim postotkom, a sljedeći ju odmah dobna skupina 18-25 godina što znači da je anketa bila dobro prihvaćena od strane mlađe populacije koja je voljna sudjelovati u istraživanjima vezanim za svoje lokalne zajednice. Kod populacije iznad 46 godina starosti bilježimo manji broj odgovora što ne mora nužno značiti nezainteresiranost za sudjelovanje u anketi, već nedostatak uređaja ili nemogućnost ispunjavanja iste zbog razloga tehnologije.

Najveći broj ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju dolazi iz Otočca, 38,9% ili 44 ispitanika. Stanovnici Kutereva čine 38,1% ili 43 ispitanika, dok najmanje ispitanika dolazi s područja Krasna, što iznosi 23% ili 26 ispitanika.

Grafikon 3. Lokalna zajednica iz koje dolaze ispitanici

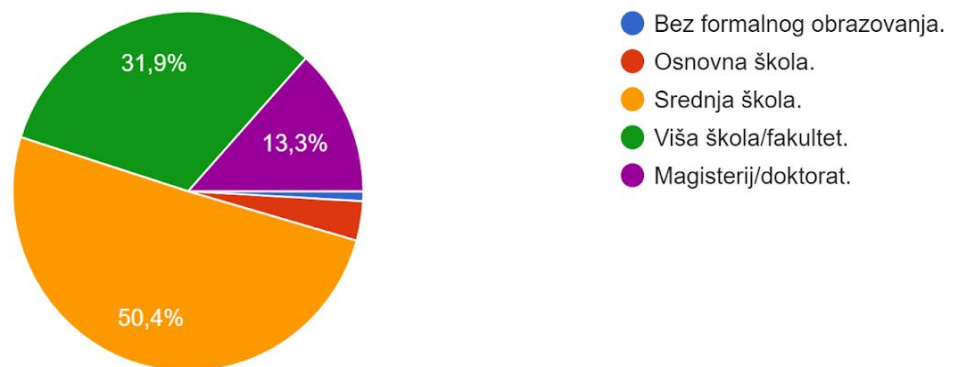


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

S obzirom na područje iz kojeg dolaze najviše ispitanika koji su uključeni u istraživanje dolazi s područja Otočca, njih 44. Podjednak broj ispitanika dolazi iz lokalne zajednice Kuterevo, kod koje je zabilježen broj od 43 ispitanika. Najmanje ispitanika dolazi iz lokalne zajednice Krasno. S obzirom da su Kuterevo i Otočac dvije zajednice koje su u blizni, podjednak dio uključenosti u istraživanje doprinjeti će točnosti provedene ankete i razmišljanju objiju strana. Krasno je, iako blizu Kutereva, više orijentirano gradu Senju nego Otočcu. Iz tog razloga je u istraživanje uključen manji broj ispitanika.

Od ukupnog broja ispitanika njih 50,4% ili 57 ispitanika ima završenu srednju školu. Sljede ih ispitanici s završenom viškom školom/fakultetom s 31,9% točnije 36 ispitanika. Nakon njih s 13,3% ili 15 ispitanika, ima završen magisterij/doktorat. Osnovnu školu završilo je 3,5%, 4ispitanika, dok je 0,9% tj. jedna osoba bez formalnog obrazovanja.

Grafikon 4. Razina obrazovanja lokalnog stanovništva

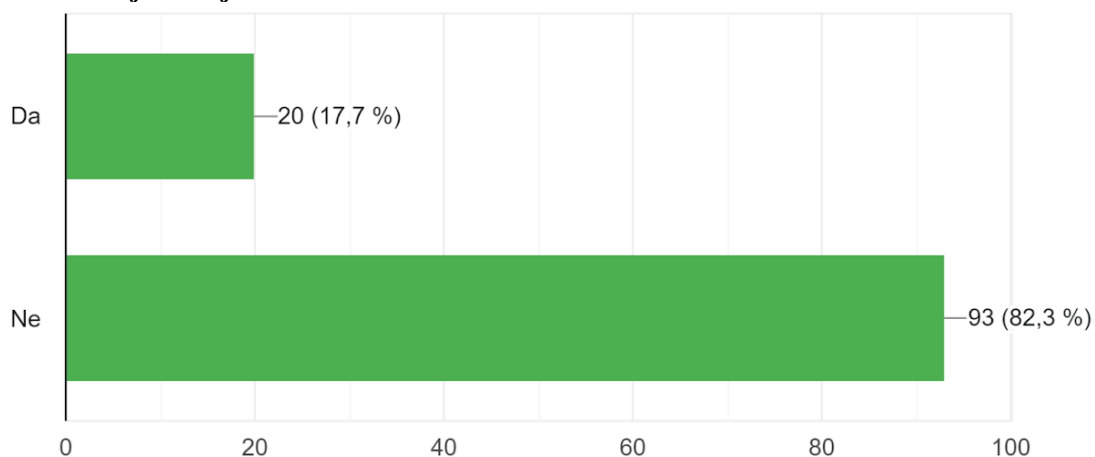


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Razina obrazovanja lokalnog stanovništva prikazuje kako je znatan udio stanovnika sa završenom srednjom školom u odnosu ostale razine obrazovanja. S obzirom da proučavane lokalne zajednice nemaju mogućnost ponuditi studiranje u svom mjestu, osim u Otočcu gdje postoji jedan fakultet, tj. upravni odjel Veleučilišta Nikola Tesla Gospić, mladi većinom odlaze u veće gradove na studij, kao što su Rijeka ili Zagreb. Postotak od 31,9% ili njih 36, ima završenu visoku školu/fakultet što može doprinjeti razvoju lokalnih zajednica, s obzirom na stručnost i visoku razinu obrazovanja uz 13,3% ispitanika koji su završili magisterij/doktorat. Samo osnovu školu završilo je 3,5%, a njih 0,9% nema formalnog obrazovanja. Razlog tim postocima je nemogućnosti daljnjeg školovanja koje je bilo znatno istaknuto u prošlosti. Rijetki su upisivali srednju školu ili fakultet, zbog nemogućnosti financiranja istih.

Na pitanje o posjedovanju OPG-a, 17,7% ispitanika ili njih 20, odgovorilo je kako posjeduje OPG, dok je 82,3% ispitanika ili njih 93, odgovorilo kako u svom vlasništvu nema OPG.

Grafikon 5. Posjedovanje OPG-a

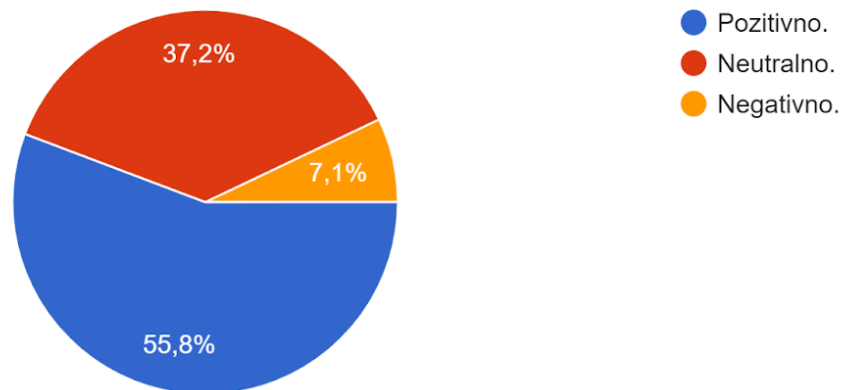


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Podaci o posjedovanju OPG-a pokazuju kako je znatan udio onih koji u svom vlasništvu nemaju obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG), čak njih 82,3%. Samo 17,7% ispitanika odgovorilo je kako u svom vlasništvu imaju OPG. Razlog ne posjedovanja OPG-ova je nedovoljna informiranost lokalnog stanovništva, koju ćemo spomenuti kasnije u ovom istraživanju. Stanovnici lokalnih zajednica nisu informirani o mogućnostima i zaradi koji mogu ostvariti putem OPG-a, te se iz tog razloga ni ne upuštaju u osnivanje istog. Ovakvi rezultati pokazuju kako je potrebno lokalno stanovništvo više motivirati i educirati o mogućnostima koje nudi OPG, kako bi kroz svoj rad mogli doprinjeti razvoju lokalne zajednice u kojoj se nalaze.

Na pitanje kako ocjenjuju rad turističke zajednice svog mjesta/grada, 55,8% ili 63 ispitanika odgovorilo je kako pozitivno ocjenjuju rad svoje turističke zajednice. Sljede ih ih ispitanici s neutralnim mišljenjem, njih 37,2% ili 42 ispitanika. 7,1% ili 8 ispitanika rad turističke zajednice ocjenjuje negativno.

Grafikon 6. Ocjena rada turističke zajednice mjesta/grada

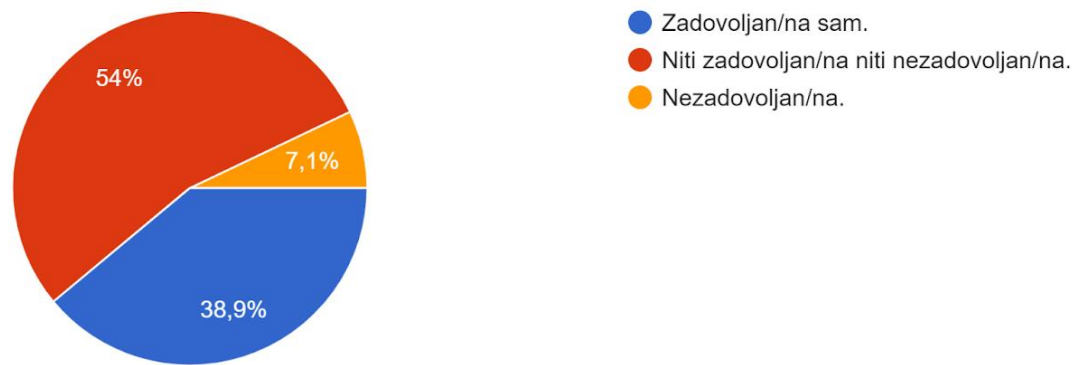


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Rad turističke zajednice pozitivno je ocijenilo više od pola ispitanika, njih 55,8%. To nam pokazuje kako se turistička zajednica svojom organizacijom raznih spomenutih manifestacija, pozitivno utječe na život lokalnog stanovništva. S druge strane, njih 37,2% neutralnog je mišljenja o radu turističke zajednice, smatraju da fali dodatnih aktivnosti za poboljšanje, dok njih 7,1% nije zadovoljno radom. Da bi se podaci o nezadovoljstvu poboljšali, turistička zajednica trebala bi uključivati stanovnike lokalnih zajednica u svoju ponudu i razne manifestacije, kako bi se lokalni stanovnici osjećali više uključeno u sva zbivanja na području u kojemu se nalaze.

Na pitanje o zadovoljstvu suradnjom između lokalnih proizvođača i ponuđača turističkih usluga njih 54% ili 61 ispitanik, niti je zadovoljan niti nezadovoljan suradnjom. Dio ispitanika od 38,9% ili njih 44 zadovoljno je suradnjom lokalnih proizvođača i ponuđača, dok je 7,1% ili 8 ispitanika nezadovoljno.

Grafikon 7. Zadovoljstvo suradnjom između lokalnih proizvođača i ponuđača turističkih usluga

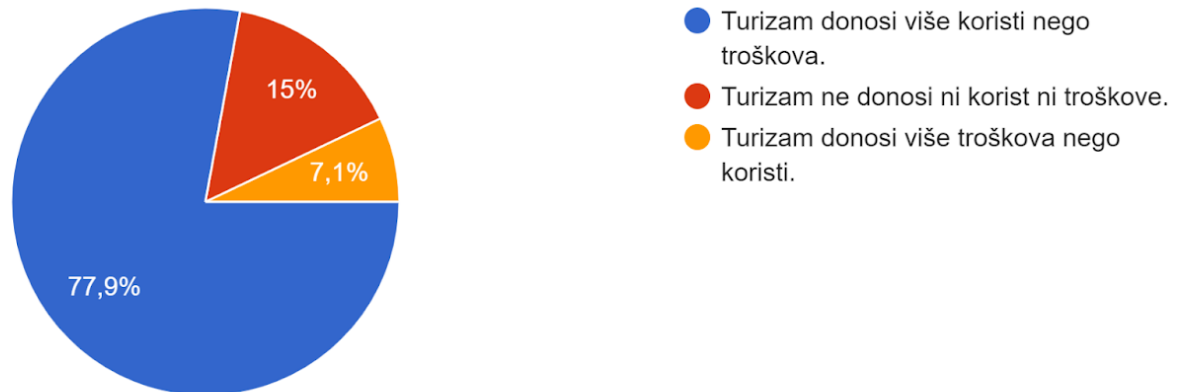


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Podaci o zadovoljstvu suradnjom između lokalnih proizvođača i ponuđača turističkih usluga koje nam prikazuje istraživanje, govore nam kako je veliki broj ispitanika podijeljen u smislu zadovoljstva. Niti su zadovoljni, niti su nezadovoljni. To nam pokazuje kako postojeća suradnja između proizvođača i ponuđača usluga ne funkcionira na pravi način. Ponuđači turističkih usluga će u određenim situacijama proizvode nabavljati van svoje lokalne zajednice, što donosi nezadovoljstvo u samoj lokalnoj zajednici iz koje dolaze. S druge strane znatni postotak od 38,9% ispitanika govori nam kako zadovoljstvo ipak postoji te da pojedini ispitanici uspijevaju svoje proizvode i usluge plasirati kroz turističku ponudu. Ispitanici koji su nezadovoljni suradnjom, njih 7,1% u manjini je u odnosu na zadovoljne i podijeljne što nam pokazuje potrebu za poboljšanjem suradnje kako bi se osigurao potencijal za razvoj turističke ponude lokalnih zajednica.

Na pitanje vezano za odnos između koristi i troškova koje turizam donosi u njihovoj lokalnoj zajednici njih 77,9% ili 88 ispitanika odgovorilo je kako smatra da turizam donosi više koristi nego troškova. Ostatak ispitanika od 15% ili njih 17, tvrdi kako turizam ne donosi ni korist ni troškove, a udio od 7,1% ili 8 ispitanika smatra kako turizam donosi više troškova nego koristi.

Grafikon 8. Odnos između koristi i troškova koje turizam donosi u lokalnoj zajednici



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Podaci o odnosu koristi i troškova koje turizam donosi lokalnoj zajednici pokazuju da većina ispitanika, njih 77,9%, vjeruje da turizam donosi više koristi nego troškova. To ukazuje na pozitivan stav prema turizmu kao gospodarskoj grani koja može poticati razvoj, povećavati zapošljavanje i unapređivati infrastrukturu u lokalnoj zajednici.

Manji dio ispitanika, 15% njih, smatra da turizam ne donosi ni koristi ni troškove. To može biti posljedica percepcije da lokalna zajednica ne ostvaruje značajne ekonomske ili druge beneficije od turizma, možda zbog nedovoljne uključenosti u turističku ponudu ili neadekvatnog upravljanja turističkim resursima. Najmanji udio ispitanika, 7,1%, smatra da turizam donosi više troškova nego koristi. Razlozi za ovakav stav mogu uključivati negativne utjecaje turizma na okoliš, povećanje troškova infrastrukture ili nepovoljne društvene promjene kao što su povećana cijena nekretnina ili gužve.

Na pitanje o zainteresiranosti o sudjelovanju u turističkoj ponudi svoje lokalne zajednice 54% ispitanika ili njih 61, voljno je sudjelovati u turističkoj ponudi lokalne zajednice.

Njih 27,4% ili 31 ispitanik, razmislilo bi, ukoliko bi od toga imao koristi.

Postotak od 12,4% ili 14 ispitanika nije voljno sudjelovati , dok 7 ispitanika tj. njih 6,2% njih sudjeluje.

Grafikon 9. Zainteresiranost o sudjelovaju u turističkoj ponudi lokalne zajednice

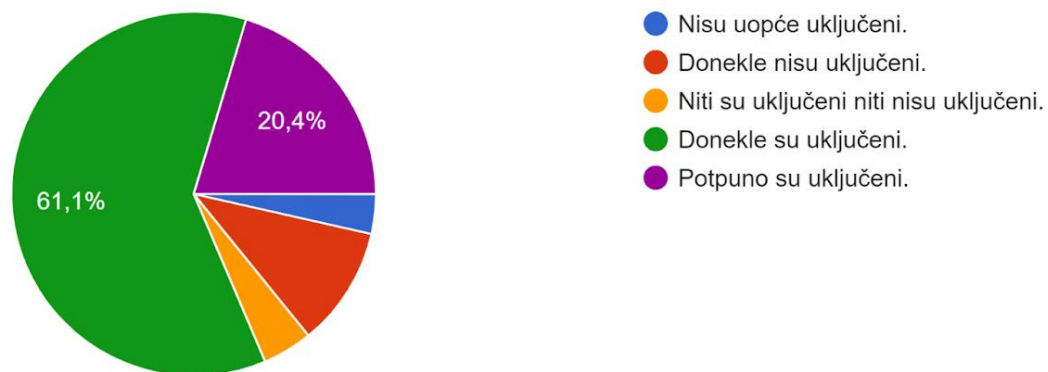


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Podaci o zainteresiranosti za sudjelovanje u turističkoj ponudi lokalne zajednice pokazuju raznolike stavove među ispitanicima. Većina, ili 54% ispitanika, izrazila je volju da sudjeluje u turističkoj ponudi, što ukazuje na širok interes za aktivno uključivanje u turizam radi promocije lokalnih proizvoda i usluga. Drugi značajniji postotak, 27,4% ispitanika, bio bi zainteresiran za sudjelovanje ako bi od toga imali direktnu korist, što naglašava važnost ekonomske motivacije i povećanja financija. Manji broj ispitanika, 12,4%, nije voljan sudjelovati, dok 6,2% već sudjeluje u turističkoj ponudi. Podaci naglašavaju potrebu za razumijevanjem različitih perspektiva i motivacija lokalnog stanovništva kako bi se turizam razvijao na način koji povećava koristi za zajednicu uz poštovanje njenih specifičnih potreba i interesa.

Na pitanje u kojoj mjeri smatrate da su autohtoni proizvodi uključeni u turističku ponudu, 69 ispitanika ili 61,1% smatra kako su donekle uključeni. Postotak od 20,4% ili 23 ispitanika smatra da su potpuno uključeni. Da proizvodi donekle nisu uključeni smatra 10,6% ili 12 ispitanika. Njih 4,4% ili 5 ispitanika smatra da proizvodi niti su uključeni niti nisu uključeni, dok 3,5% ili 4 ispitanika smatra da proizvodi nisu uopće uključeni.

Grafikon 10. Uključenost autohtonih proizvoda (mlijeko, sir, vino, med i sl.) u turističku ponudu



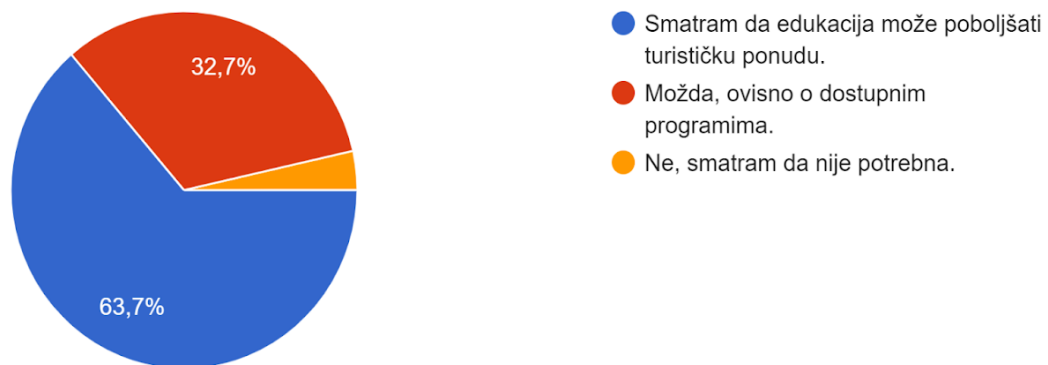
Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Veliki broj ispitanika od 61,1%, smatra da su autohtoni proizvodi donekle uključeni u turističku ponudu. To nam ukazuje na postojanje određenog napora ili inicijativa za promicanje lokalnih proizvoda među turistima, ali i na prostor za daljnje unapređenje njihove vidljivosti i dostupnosti. Broj od 23 ispitanika ili 20,4%, vjeruje da su autohtoni proizvodi potpuno uključeni u turističku ponudu, što može ukazivati na uspješne primjere povezanosti lokalne kulture, tradicije i proizvodnje u turističke aktivnosti. S druge strane, 10,6% ispitanika smatra da su autohtoni proizvodi donekle nedovoljno uključeni, sugerirajući potrebu za jačim naglaskom na lokalne specifičnosti. Manji postotak ispitanika izražava mišljenje da autohtoni proizvodi nisu dovoljno ili uopće nisu uključeni u turističku ponudu, što može biti posljedica nedovoljne promocije, logističkih izazova ili nedostatka svijesti o važnosti očuvanja lokalne autentičnosti u turističkoj industriji.

Ovi podaci istraživanja pokazuju potrebu za poboljšanim pristupom uključivanja autohtonih proizvoda u turističku ponudu kako bi se poboljšalo iskustvo turista, potaknuo lokalni gospodarski razvoj te očuvala kulturna baština i tradicija zajednice.

Od ukupnog broja ispitanika njih 72 ili 63,7% smatra kako edukacija stanovništva može poboljšati turističku ponudu lokalnih zajednica. Da je njihovo mišljenje ovisi o dostupnim programima educiranja tvrdi 32,7% ili 37 ispitanika. Ostatak od 3,5% ili 4 ispitanika smatra kako edukacija nije potrebna.

Grafikon 11. Educiranje lokalnog stanovništva o turizmu



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

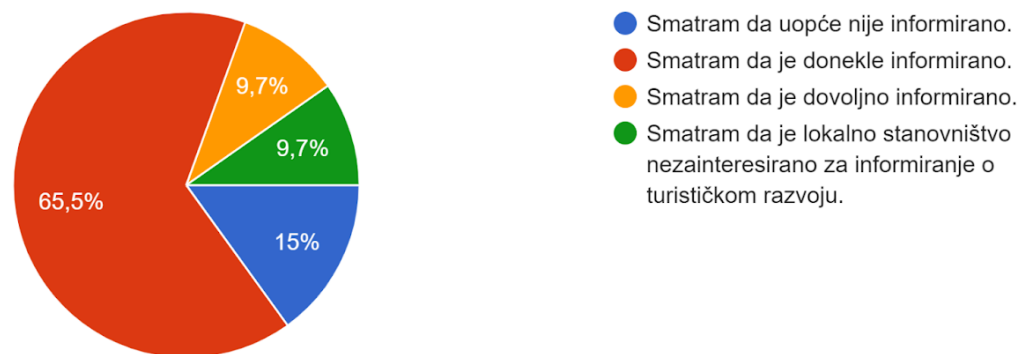
Rezultati istraživanja o važnosti edukacije stanovništva za poboljšanje turističke ponude lokalnih zajednica pruža dublji uvid u stavove ispitanika. Većina od 63,7% ispitanika, vjeruje da bi edukacija stanovništva mogla značajno unaprijediti turističku ponudu. To nam svjedoči o prepoznatom potencijalu edukacije u podizanju svijesti o važnosti očuvanja kulturne baštine, unapređenju usluga i stvaranju autentičnog turističkog doživljaja.

Značajan broj, 32,7% ispitanika, ističe da je njihovo mišljenje o potrebi edukacije ovisno o dostupnosti programa. Ovaj segment naglašava važnost prilagođenih i pristupačnih obrazovnih inicijativa koje bi mogle potaknuti lokalno stanovništvo na aktivno sudjelovanje u turizmu te poboljšati kvalitetu usluga. Manji postotak, 3,5% ispitanika, smatra da edukacija nije potrebna. Razlozi za ovakav stav mogu varirati, uključujući nedostatak svijesti o koristima edukacije ili percepciju da trenutni napor nije dovoljno opravdan ili učinkovit. Svakako, navedeni rezultati sugeriraju potrebu za kontinuiranim razvojem edukacijskih programa koji bi podržali lokalno stanovništvo u razumijevanju i sudjelovanju u turizmu, što bi dugoročno moglo doprinijeti razvoju turizma zajednice.

Na pitanje o tome da li misle da je lokalno stanovništvo trenutno dovoljno informirano o turističkom razvoju svog lokaliteta njih 65,5% ili 74 ispitanika misli kako je donekle informirano. Postotak od 15% ili 17 ispitanika smatra da uopće nije informirano.

Isti postotak ispitanika smatra kako je stanovništvo dovoljno informirano o razvoju svog lokaliteta ali i da je nezainteresirano za informiranje o turističkom razvoju, njih 9,7% ili 11 ispitanika za oba pojedina odgovora.

Grafikon 12. Informiranost o turističkom razvoju svog lokaliteta



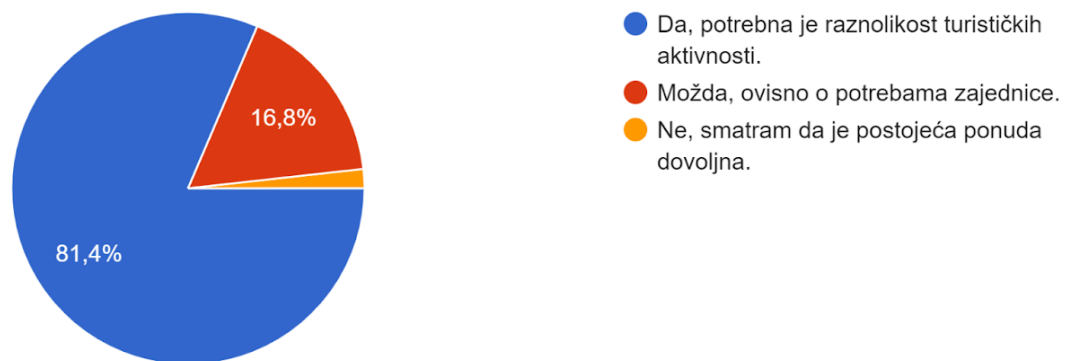
Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Na pitanje o informiranosti lokalnog stanovništva o turističkom razvoju svog lokaliteta, rezultati istraživanja pokazuju različite stavove među ispitanicima. Većina, odnosno 65,5% ispitanika, smatra da je lokalno stanovništvo donekle informirano o turističkom razvoju. To pokazuje da postoji određena razina informiranosti, ali da može biti prostora za poboljšanje i prenošenje informacija koje se pružaju zajednici. Dio od 15% ispitanika, vjeruje da lokalno stanovništvo uopće nije informirano o turističkom razvoju svog lokaliteta. Ovo nam može ukazivati na nedostatke u komunikaciji ili nedovoljnu transparentnost u informiranju stanovništva o turističkim aktivnostima i njihovom utjecaju na zajednicu. Isti postotak ispitanika, 15%, smatra da je lokalno stanovništvo dovoljno informirano o razvoju svog lokaliteta, ali i da je nezainteresirano za daljnje informiranje o turističkom razvoju. To pokazuje složenost u percepciji lokalne zajednice o potrebi i motivaciji za aktivno praćenje ili sudjelovanje u turizmu, unatoč dostupnim informacijama. Dodatnih 9,7% ispitanika ili 11 osoba istovremeno smatra da lokalno stanovništvo nije dovoljno informirano i da je nezainteresirano za informiranje o turističkom razvoju. Ovo pokazuje kako je potrebno

povećati informiranost i angažman lokalnog stanovništva u planiranju i upravljanju turizmom, s ciljem rasta razvoja zajednice.

Na pitanje da li zajednica ima potrebu za proširenjem turističke ponude, 92 ispitanika ili 81,4% smatra njih da je potrebna raznolikost turističkih aktivnosti. Njih 16,8% ili 19 ispitanika smatra da ovisi o potrebama zajednice. Dok njih 1,8% ili 2 ispitanika smatraju da je postojeća ponuda dovoljna.

Grafikon 13. Potreba za proširenjem turističke ponude zajednice

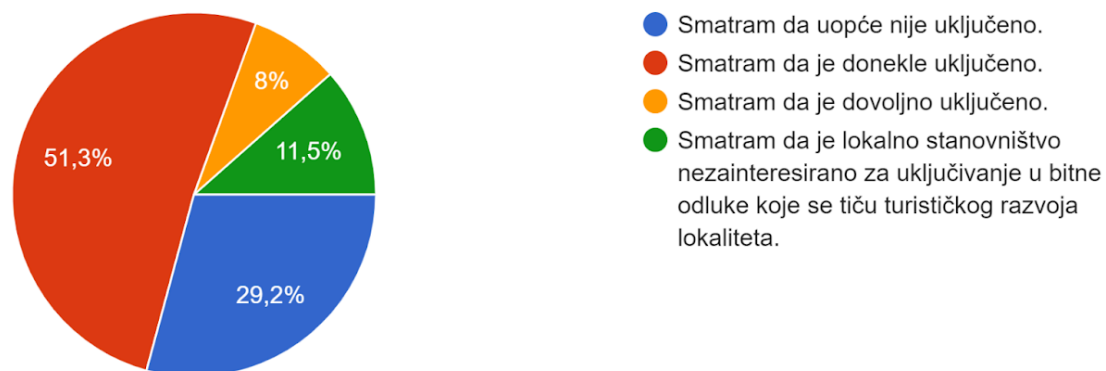


Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Rezultati istraživanja o potrebi proširenja turističke ponude u lokalnoj zajednici pokazuju kako većina, 81,4% ispitanika, smatra da je potrebna raznolikost u turističkim aktivnostima. To nam ukazuje na prepoznavanje potencijala za diversifikaciju turističke ponude kako bi se privukli različiti profili posjetitelja, osiguralo kontinuirano zanimanje za destinaciju te smanjila sezonska ovisnost o turizmu. Manji postotak, 16,8% ispitanika, vjeruje da potreba za proširenjem turističke ponude ovisi o specifičnim potrebama i preferencijama lokalne zajednice. Ova skupina ističe važnost prilagođavanja turističkih aktivnosti i ponude kako bi odgovarale stvarnim interesima i resursima zajednice. Samo 1,8% ispitanika smatra da je postojeća turistička ponuda dovoljna. Ovo manjinsko mišljenje može odražavati zadovoljstvo trenutnim stanjem ili uvjerenje da su daljnje promjene ili proširenje nepotrebni ili čak rizični za očuvanje autentičnosti ili kvalitete turističkog doživljaja. Rezultati sugeriraju da postoji široka podrška za inicijative koje bi proširile turističku ponudu radi stimuliranja lokalnog gospodarstva, obogaćivanja kulturne i prirodne ponude te stvaranja održivijeg turizma. Važno je stalno uvažavati stavove i potrebe zajednice kako bi se osigurao razvoj turizma koji koristi svim dionicima lokalne zajednice.

Na pitanje smatrate li da je lokalno stanovništvo uključeno u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju svog lokaliteta 51,3% ili 58 ispitanika smatra da je donekle uključeno. Njih 29,2% ili 33 ispitanika smatra da uopće nije uključeno u donošenje odluka svog lokaliteta. Postotak od 11,5% ili 13 ispitanika smatra da je lokalno stanovništvo nezainteresirano za uključivanje u bitne odluke koje se tiču turističkog razvoja lokaliteta. Ostatak od 8% ili 9 ispitanika smatra kako je dovoljno uključeno u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju svog lokaliteta.

Grafikon 14. Uključenost u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju lokaliteta



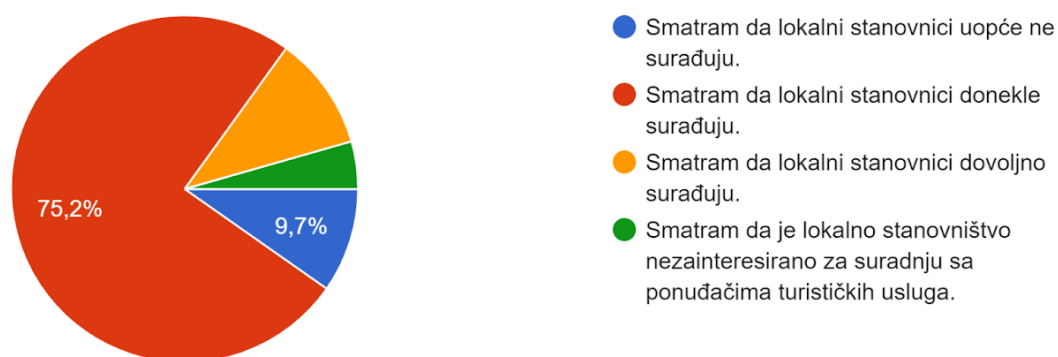
Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Na pitanje o uključenosti lokalnog stanovništva u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju lokaliteta većina ispitanika, 51,3%, smatra da je lokalno stanovništvo donekle uključeno u proces donošenja odluka. To na ukazuje na određeni stupanj participacije ili konzultacija s lokalnim zajednicama, ali može također sugerirati da postoji prostor za jačanje njihovog aktivnog sudjelovanja u planiranju turizma. Druga značajna skupina, 29,2% ispitanika, smatra da lokalno stanovništvo uopće nije uključeno u donošenje odluka o turističkom razvoju. To može odražavati nedostatak transparentnosti ili otvorenosti u procesu donošenja odluka, što može rezultirati osjećajem nezadovoljstva ili nevažnosti mišljenja lokalnih zajednica. Postotak od 11,5% ispitanika vjeruje da je lokalno stanovništvo nezainteresirano za uključivanje u bitne odluke koje se tiču turističkog razvoja. Razlozi za ovakav stav mogu uključivati nedostatak povjerenja u institucije ili percepciju da njihov doprinos ne bi bio adekvatno cijenjen. Manji broj ispitanika, 8%, smatra da je lokalno stanovništvo dovoljno uključeno u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju. Njihov

stav može ukazivati na pozitivne primjere i provođenje odluka ili uspješnih inicijativa uključivanja u zajednicu.

Na pitanje smatraju li da lokalni stanovnici dovoljno surađuju sa ponuđačima turističkih usluga njih 75,2% ili 85 ispitanika smatra da lokalni stanovnici donekle surađuju. Njih 10,6% ili 12 ispitanika smatra da lokalni stanovnici dovoljno surađuju. Postotak od 9,7% ili 11 ispitanika smatra kako lokalni stanovnici uopće ne surađuju, dok njih 4,4% ili 5 ispitanika smatra da je lokalno stanovništvo nezainteresirano za suradnju sa ponuđačima turističkih usluga.

Grafikon 15. Suradnja sa ponuđačima turističkih usluga i promocija njihovih proizvoda



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Percepcija o suradnji lokalnog stanovništva s ponuđačima turističkih usluga prikazuje nam kako većina, ili 75,2% ispitanika, smatra da donekle postoji suradnja između lokalnih stanovnika i ponuđača turističkih usluga. Taj podatak nam ukazuje na prepoznatu prisutnost suradnje, iako ne u potpunosti razvijenu ili konzistentnu. Manji dio ispitanika, 10,6%, vjeruje da lokalno stanovništvo dovoljno surađuje s ponuđačima turističkih usluga, što nam može upućivati na pozitivne primjere suradnje ili povjerenje u postojeće odnose između zajednice i turističkog sektora. S druge strane, 9,7% ispitanika smatra da lokalni stanovnici uopće ne surađuju s ponuđačima turističkih usluga, što može ukazivati na nedostatak integracije ili komunikacije između dionika u turističkom razvoju. Manji postotak, 4,4% ispitanika, smatra da je lokalno stanovništvo nezainteresirano za suradnju s ponuđačima turističkih usluga, što može proizići iz nedostatka svijesti o koristima suradnje ili percepcije da lokalna zajednica nije aktivno uključena u planiranje ili implementaciju turističkih aktivnosti.

Kod pitanja za označivanje razina interesa za uključivnje u lokalni turistički razvoj kroz sljedeće načine od 1(u potpunosti nezainteresiran do 5 (u potpunosti zainteresiran).

Kroz davanje prijedloga za razvoj novih i povezivanje postojećih turističkih proizvoda i usluga:

- 14 ispitanika u potpunosti nezainteresirano
- 14 ispitanika donekle zainteresirano
- 24 ispitanika niti zainteresirano niti nezainteresirano
- 38 ispitanika donekle zainteresirano
- 23 ispitanika u potpunosti zainteresirano

Kroz sudjelovanje u odlučivanju o tome koji će se resursi turistički valorizirati i u njih ulagati javna sredstva iz proračuna:

- 16 ispitanika u potpunosti nezainteresirano
- 14 ispitanika donekle zainteresirano
- 26 ispitanika niti zainteresirano niti nezainteresirano
- 40 ispitanika donekle zainteresirano
- 17 ispitanika u potpunosti zainteresirano

Sudjelovanjem u promoviranju turističke ponude (letci, osobna preporuka, dijeljenjem novosti na društvenim mrežama):

- 18 ispitanika u potpunosti nezainteresirano
- 15 ispitanika donekle zainteresirano
- 17 ispitanika niti zainteresirano niti nezainteresirano
- 33 ispitanika donekle zainteresirano
- 30 ispitanika u potpunosti zainteresirano

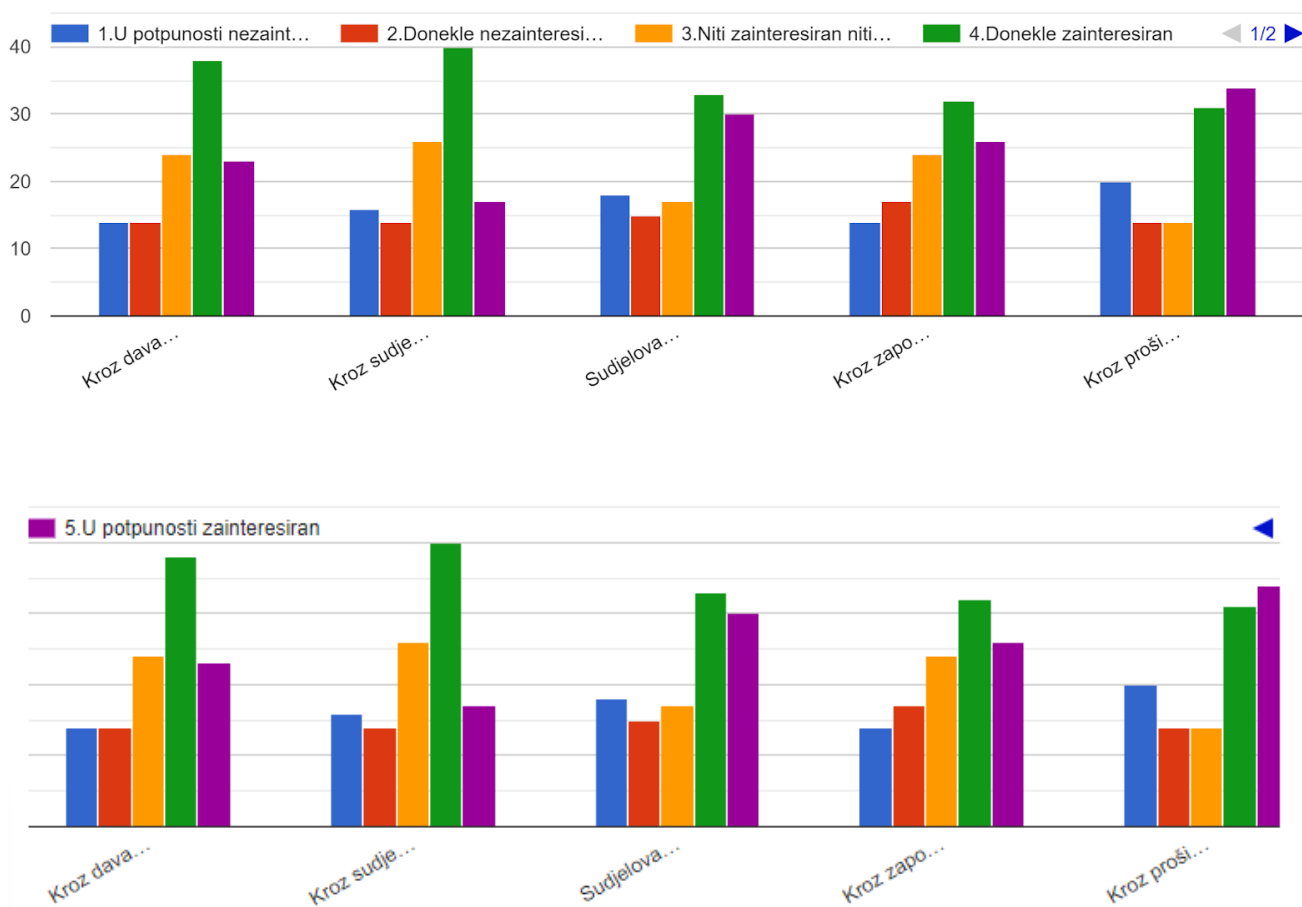
Kroz zapošljavanje (stalno ili povremeno) u turizmu:

- 14 ispitanika u potpunosti nezainteresirano
- 17 ispitanika donekle zainteresirano
- 24 ispitanika niti zainteresirano niti nezainteresirano
- 32 ispitanika donekle zainteresirano
- 26 ispitanika u potpunosti zainteresirano

Kroz proširivanje svoje postojeće djelatnosti na turističke usluge:

- 20 ispitanika u potpunosti nezainteresirano
- 14 ispitanika donekle zainteresirano
- 14 ispitanika niti zainteresirano niti nezainteresirano
- 31 ispitanika donekle zainteresirano
- 34 ispitanika u potpunosti zainteresirano
-

Grafikon 16. Razina zainteresiranosti za uključivanje u lokalni turistički razvoj



Izvor: Izrada autora na temelju provedenog anketiranja

Kod pitanja razine interesa za uključivanje u lokalni turistički razvoj kroz davanje prijedloga novih i povezivanje postojećih turističkih proizvoda i usluga 23 ispitanika pokazuju potpunu zainteresiranost, što ukazuje na prepoznatu važnost razvoja i inovacija u turizmu. S druge strane, 14 ispitanika izražava potpunu nezainteresiranost, što može odražavati nedostatak vidljivosti ili razumijevanja potencijala novih turističkih proizvoda. Veliki broj ispitanika koji su donekle ili niti zainteresirani niti nezainteresirani (38 i 24 ispitanika) sugerira

raznolikost stavova i potrebu za dodatnim informiranjem ili angažmanom kako bi se razvili relevantni prijedlozi.

Kod pitanja o sudjelovanju javnosti u odlučivanju o turističkoj valorizaciji resursa i ulaganjima iz proračuna ukupno 16 ispitanika iskazalo je potpuni nedostatak interesa za sudjelovanje u ovom procesu. Nasuprot tome, 14 ispitanika pokazalo je određeni interes, iako nisu u potpunosti angažirani. Grupa od 26 ispitanika zauzima neutralan stav, ne pokazujući ni interes ni nezainteresiranost. Ovaj podatak nam pokazuje da bi dodatna motivacija mogla pomoći u uključivanju ove grupe. Najveća skupina, koja broji 40 ispitanika, donekle je zainteresirana, što predstavlja dobru osnovu za daljnje angažiranje i poticanje njihovog sudjelovanja. Od ukupnog broja ispitanika, samo 17 njih je u potpunosti zainteresirano za aktivno sudjelovanje u procesu donošenja odluka.

Kod pitanja o sudjelovanju javnosti u promoviranju turističke ponude 18 broj sudionika pokazuje potpunu nezainteresiranost za aktivnosti poput distribucije letaka, osobne preporuke ili dijeljenja novosti na društvenim mrežama. S druge strane, 15 ispitanika pokazuje umjereni interes, ali nisu u potpunosti angažirani. Grupa od 17 ispitanika ostaje neutralna, ne iskazujući ni interes ni nezainteresiranost. Ova neutralna skupina može biti ključna za dodatnu motivaciju i uključivanje u promotivne aktivnosti. Najveći broj ispitanika, njih 33, donekle je zainteresiran za promociju turističke ponude, što predstavlja dobru osnovu za daljnje poticanje njihovog sudjelovanja. Također, 30 ispitanika je potpuno zainteresirano za aktivno sudjelovanje u promoviranju turističkih aktivnosti.

Kod pitanje vezanog za zapošljavanje u turizmu, bilo stalno ili povremeno, manji broj sudionika, njih 14, u potpunosti je nezainteresiran za rad u turizmu. S druge strane, 17 ispitanika pokazuje određeni interes, ali nisu u potpunosti angažirani. Skupina od 24 ispitanika zauzima neutralan stav, ne pokazujući ni interes ni nezainteresiranost. Sama neutralna skupina može biti ključna za dodatnu motivaciju i uključivanje u turistički sektor. Najveći broj ispitanika, njih 32, donekle je zainteresiran za zapošljavanje u turizmu, što predstavlja dobru osnovu za daljnje poticanje njihovog angažmana. Konačno, 26 ispitanika je u potpunosti zainteresirano za rad u turizmu, bilo stalno ili povremeno.

Kod pitanja vezanog uz proširivanje postojeće djelatnosti na turističke usluge manji broj sudionika, njih 20, u potpunosti je nezainteresiran za proširenje svojih djelatnosti na turizam. Samo 14 ispitanika pokazuje umjereni interes, ali nisu u potpunosti angažirani, a također isti broj osoba ostaje neutralno, ne pokazuje ni interes ni nezainteresiranost. Broj od 31 ispitanika, donekle je zainteresiran za proširenje na turističke usluge, što predstavlja dobru

osnovu za daljnje poticanje njihovog sudjelovanja. Najveća skupina, s 34 ispitanika, pokazuje potpunu zainteresiranost za ovu inicijativu, što ukazuje na snažan potencijal za rast i razvoj kroz proširenje djelatnosti na turizam.

6. Interpretacija provedenog istraživanja i preporuke za unapređenje uključivanja lokalne zajednice u turizam

Temeljem analize rezultata za obje vrste uzorka, doneseni su određeni zaključci o analiziranom području.

Kod provedenog intervjua s vlasnicima OPG-ova, prisutna je raznolikost u proizvodima koje nude. Prilikom otvaranja OPG-a nisu svi imali iste mogućnosti niti uvjete za rad, što nam pokazuje da lokalna samouprava ne daje svima iste prilike za razvoj. Primjer toga je vidljiv kod OPG-a Sekula i OPG-a Šporčić iz razloga jer je OPG Sekula prvu sadnicu i financijsku potporu dobio od strane grada Otočca, dok OPG Šporčić nije dobio nikakva sredstva. Sami početci rada svima su bili skromni iz razloga jer su posjedovali manji broj resursa za proizvodnju, ali svi smatraju kako se razvojem turizma na njihovom području počela razvijati svijest o važnosti OPG-ova za turizam i turističku ponudu. Sva tri OPG-a smatraju kako se prihodi koje ostvaruju povećavaju iz godine u godinu jer su dostupniji posjetiteljima i domaćem stanovništvu putem raznih platformi. Tvrde kako Sjeverni Velebit ima dovoljno mogućnosti za prodaju njihovih proizvoda ali smatraju da se ne mogu samo bazirati na domaćem stanovništvu, te da njihova ponuda mora ići van granica njihove županije. Kod mogućnosti zapošljavanja također dijele isto mišljenje, da im trenutno nije potrebna osoba za rad i da se većinom baziraju na obiteljskom poslovanju. Kod odnosa prema turizmu, OPG Devčić tvrdi kako im nije potrebna dodatna uključenost, jer većinu svojih proizvoda prodaju od kuće dok OPG Sekula i OPG Šporčić sudjeluju na raznim manifestacijama na svome području ali i šire. Svi su voljni sudjelovati i spremni ulagati u zajednicu ukoliko bi u tome sudjelovalo više OPG-ova koji su na njihovom području. Smatraju da jedino zajedno mogu postići cilj veće uključenosti u turističku ponudu svoga kraja. Što se tiče postojeće suradnje s lokalnom samupravom smatraju kako se lokalna samouprava trudi pripomoći, međutim nisu u prvom planu. Ujedno smatraju kako nisu dovoljno informirani o mogućnostima uključivanja u turističku ponudu te da bi turističke zajednice grada Otočca i Senja trebale razviti zajedničku strategiju educiranja stanovništva.

Na temelju provedene ankete vidljivo je kako mali broj ispitanika posjeduje OPG. Razlog neposjedovanja vidljiv je i iz provedenog intervjua, gdje su nam vlasnici sami potvrdili kako su nedovoljno informirani o mogućnostima koje nudi obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo. Zadovoljstvom radom turističke zajednice pozitivno je, što pokazuje kako turistička zajednica kroz razne manifestacije i festivale pozitivno utječe na život loklanog stanovništva. Suradnjom lokalnih proizvođača i ponuđača većina ispitanika nije nezadovoljna ali nije ni zadovoljna, što nam pokazuje da suradnja ne funkcionira na pravi način, te da joj treba poboljšanje. Kod odnosa koristi i troškova koje turizam donosi lokalnoj zajednici, najveći broj ispitanika ističe da turizam donosi više koristi nego troškova. Ovaj podatak nam pokazuje kako su stanovnici ispitivanih područja svjesni dobrobiti turizma i njegovog doprinosa lokalnoj zajednici. Kod zainteresiranosti za sudjelovanje u turističkoj ponudi najveći broj ispitanika dalo je odgovor kako su voljni sudjelovati u ponudi svoje lokalne zajednice što pokazuje zainteresiranost za aktivno uključivanje u turizam. Da su autohtoni proizvodi donekle uključeni u turističku ponudu smatra najveći broj ispitanika, što pokazuje da postoji prostora za dodatna uključivanja i ponudu.

Ispitanici također smatraju kako edukacija može poboljšati turističku ponudu, te da je stanovništvo trenutno donekle informirano o turističkom razvoju svog lokaliteta. Ovi podaci nam pokazuju kako postoji određena razina informiranosti, ali da ima prostora za poboljšanje i napredak, s obzirom da su stanovnici zainteresirani za educiranje u svrhu turizma. Ispitanici smatraju da postojeća turistička ponuda nije dovoljna, te da je potrebna raznolikost kako bi se proizvodi bolje plasirali na tržište. Također smatraju kako je lokalno stanovništvo donekle uključeno u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju što nam pokazuje kako postoji suradnja s loklanim zajednicama od strane turističke zajednice. Kod suradnje s ponuđačima turističkih usluga i promocije njihovih proizvoda, smatraju da loklani stanovnici donekle surađuju sa ponuđačima. Iz toga nam je vidljivo kako ne postoji dovoljno razvijena suradnja s ponuđačima, koji bi plasirali proizvode i povećali udio prodaje. Razina interesa za uključivanje u lokalni turistički razvoj kroz davanje prijedloga za razvoj novih i povezivanje posjećih turističkih proizvoda, kroz sudjelovanje u odlučivanju o tome koji će se resursi turistički valorizirati i u njih ulagati javna sredstva iz proračuna, sudjelovanjem u promoviranju turističke ponude, kroz zapošljavanje u turizmu, kroz proširivanje svoje postojeće djelatnosti na turističke usluge pokazuje kako su ispitanici za svaku kategoriju donekle zainteresirani. To nam pokazuje kako su stanovnici osviješteni u vidu turizma, te da su voljni uključiti se u turističku ponudu i turizam, ukoliko bi od njega imali koristi.

Razvoj turizma i uključivanje lokalnog stanovništva u turizam može promaknuti nekoliko važnih nacionalnih ciljeva. To uključuje brži gospodarski rast u regijama, poboljšanu dobrobit i pravednost, osnaživanje lokalnog stanovništva te poboljšano očuvanje resursa.³⁷ Preporuke za unapređenje turističke ponude kroz uključivanje lokalnih zajednica na području sjevernog Velebita mnogobrojne su. S obzirom na to da je lokalno stanovništvo trenutno nedovoljno uključeno u turističku ponudu, što možemo zaključiti kroz provedeno istraživanje, turistička ponuda nije ni raznolika. Prvenstveno bi se kod unapređenja turističke ponude trebalo usmjeriti na cilj tj. jasno prepoznati uloge koje će turizam igrati u postizanju društvenih ciljeva.³⁸ Uključivanje lokalne zajednice može se uspostaviti kroz zajedničko planiranje strategije razvoja, kroz poticanje privatnih pothvata (otvaranje OPG-a, otvaranje restorana, ponuda smještaja), stvaranje sustava transparentnog informiranja stanovnika i OPG-a o mogućnostima za suradnju, financijska sredstva namijenjena razvoju turizma i educiranje stanovništva. Uključiti se mogu i kroz reklamiranje svojih proizvoda putem društvenih mreža kako bi proširili svoju turističku ponudu izvan svog područja. Također važno je da postoji suradnja između lokalne zajednice i turističkih zajednica kako bi se ujedno ostvarila mogućnost uključivanja i samih proizvoda u turističku ponudu. Promicanje i širenje ponude na druga tržišta potaknulo bi se kroz uključivanje lokalaca u razne manifestacije i festivale koji doprinose razvoju zajednica. Ključnu ulogu kod uključivanja lokalne zajednice u turizam imala bi turistička zajednica, koja bi kroz provođenje spomenutih preporuka obuhvatila zajedničke stavove i mišljenja stanovnika i provela ih u djelo. Preporuke su uistinu mnogobrojne, međutim važno je znati stav lokalnog stanovništva, njihovu volju i želju za suradnjom i uključivanjem u turizam kako bi znali poduzeti prave korake u razvoju.

³⁷Caroline Ashley and Elizabeth Garland : Promoting community based tourism development https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30488574/rdp04-libre.pdf?1390991838=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPromoting_Community_based Pristupljeno 23.06.2024

³⁸David G Simmons : Community participation in tourism planning https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51036712/0261-5177_2894_2990003-520161223-27096-1eta79m-libre.pdf?1482544854=&response-content-disposition Pristupljeno 23.06.2024

Zaključak

Kroz provedena istraživanja možemo zaključiti da je uključivanje lokalnih zajednica u turističku ponudu Velebita ključno za održivi razvoj regije. Detaljno istraživanje stavova i percepcija lokalnog stanovništva omogućilo je stjecanje uvida u njihove motivacije i prepreke za sudjelovanje u turizmu. Prikupljeni podaci pokazuju da su lokalne zajednice, unatoč različitim demografskim karakteristikama, spremne aktivno sudjelovati u razvoju turizma, pod uvjetom da se to provodi na način koji poštuje njihove vrijednosti i resurse.

Jedan od ključnih rezultata ovog istraživanja je da su namjere za sudjelovanje u turizmu uglavnom vođene idealima zajednice, posebno kod članova koji su snažno vezani za svoje mjesto. Suprotno tome, percepcije turizma kao takvog nisu bile presudne u oblikovanju namjera za sudjelovanje, što naglašava važnost usredotočenja na lokalne vrijednosti i resurse. U istraživanju je sudjelovao podjednak broj muškaraca i žena, što nam je omogućilo prikaz realnih razmišljanja oba spola. Ova demografska ravnoteža osigurava da su zaključci istraživanja reprezentativni i da obuhvaćaju perspektive i muškaraca i žena, pružajući uravnotežen uvid u stavove lokalne zajednice. Kroz ovakvo detaljno istraživanje stavova i percepcija, moguće je razviti strategiju razvoja turizma koja uključuje i poštuje lokalnu zajednicu. Integriranjem njihovih vrijednosti i motiva, te prepoznavanjem potencijalnih prepreka, možemo kreirati turističke ponude koje ne samo da privlače posjetitelje, već i obogaćuju život lokalnog stanovništva.

Aktivnim uključivanje lokalne zajednice, moguće je oblikovati turističke ponude koje su autentične, održive i ekonomski korisne za cijelu regiju. Na taj način, turizam može postati glavni alat gospodarskog razvoja koji istovremeno čuva i njeguje kulturnu i prirodnu baštinu područja sjevernog Velebita.

Literatura

- Caroline Ashley and Elizabeth Garland : Promoting community based tourism development
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30488574/rdp04-libre.pdf?1390991838=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPromoting_Community_based Pristupljeno 23.06.2024
- Budeanu, A. (2024). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. Pristupljeno 25.05.2024. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7125848/>
- Cocola-Gant, A. (2018). Tourism, gentrification and displacement.
<https://www.researchgate.net/profile/Agustin-Cocola-Gant/publication> Pristupljeno 25.05.2024.
- David G Simmons : Community participation in tourism planning
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51036712/0261-5177_2894_2990003-520161223-27096-1eta79m-libre.pdf?1482544854=&response-content-disposition Pristupljeno 23.06.2024
- Devkant Kala / S. C. Bagri Barriers to local community participation in tourism development: Evidence from mountainous state Uttarakhand, India (str: 2) Pristupljeno 21.06.2024
- Devkant Kala / S. C. Bagri Barriers to local community participation in tourism development: Evidence from mountainous state Uttarakhand, India (str: 319) Pristupljeno 21.06.2024
- Daniela Angelina Jelinčić: Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija (str: 11) Pristupljeno 22.06.2024
- Dumobivc Bilušić, B. (2024). Kulturna baština u Hrvatskoj pred novim izazovima. Pristupljeno 21.02.2024. <https://hrcak.srce.hr/file/258282>
- Cristi Frent: An overview on the negative impacts of tourism (str: 3) Pristupljeno 22.06.2024
- Jelena Đurkin and Marko Peric (Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Croatia) Organising for communitybased tourism: Comparing attitudes of local residents and local tourism entrepreneurs in Ravna Gora, Croatia.(str: 2) Pristupljeno 21.06.2024
- Giampiccoli, A. (2018). Community-based tourism development model and community participation. Pristupljeno 20.02.2024.
https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_7_4_2018.pdf
- Kumar, J., Hussain, K., Kannan, S. (2015). Positive vs. negative impacts of tourism development. Pristupljeno 21.02.2024.
https://www.researchgate.net/publication/277411573_POSITIVE_VS_NEGATIVE_ECONOMIC_IMPACTS_OF_TOURISM_DEVELOPMENT_A_REVIEW_OF_ECONOMIC_IMPACT_STUDIES
- Lemić, A. (2024). Velebit. HČJZ - Hrvatski časopis za javno zdravstvo. Pristupljeno 26.5.2024.
<https://hrcak.srce.hr/file/448507>
- Lemić, A. (2024). Sela i stanovi na Velebitu. Svjedočanstva života od nastanka do nestanka. Pristupljeno 01.06.2024. <https://hrcak.srce.hr/file/451657>

- Petrić, L. (2024). Kako turizam razvijati na održiv način u zaštićenim obalnim prostorima? "Park prirode Biokovo". Pristupljeno 22.2.24. <https://repozitorij.vus.hr/en/islandora/object/vus%3A523/datastream/PDF/view>
- Pejnović, A. (2024). Prirodnogeografska obilježja i turističko vrednovanje Velebita. Pristupljeno 03.06.2024. <https://geografija.hr/prirodnogeografska-obiljezja-i-turisticko-vrednovanje-velebita/>
- Rudan, E. (2024). Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizam destinacije. Pristupljeno 22.02.2024.
- Sergejev, D. (2024). Što je lokalna zajednica? Pristupljeno 20.02.2024. <https://hrcak.srce.hr/file/176073>
- Simmons, D. F. (1994). Community participation in tourism planning. Pristupljeno 20.02.2024. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51036712/0261-5177_2894_2990003
- Šikić, Z., Gurlica, D., Šarić, T. (2024). Velebit i zaštita prirode. Pristupljeno 22.02.2024. <https://hrcak.srce.hr/file/281559>
- Tisme, S., Kremeric, Z., Ozimec, K., Demonje, D. (2024). Analysis of Ecotourism Development Potential in Protected Areas in the Republic of Croatia and Recommendations. Pristupljeno 03.6.2024. <https://hrcak.srce.hr/file/28002>
- Wall, G., Mathieson, A. (2006). Tourism: Change, Impacts and Opportunities.
- Utjecaj nacionalnih parkova Paklenica i Sjeverni Velebit na lokalni razvoj. (2024). Pristupljeno 19.04.2024. <https://repozitorij.pmf.unizg.hr/islandora/object/pmf%3A10509/datastream/PDF/view>
- Velebit Mountain: Croatia's Natural Climate Divider. (2024). Pristupljeno 25.5.2024. <https://howcroatia.com/velebit-mountain-croatias-natural-climate-divider/>
- Discover Otočac. (2024). Pristupljeno 14.04.2024. <https://discover-otocac.com/hr/doga%C4%91anja>
- Grad Otočac: (2024). Pristupljeno 12.04.2024. <https://visitcroatia.net/hr/object/turisticka-zajednica-grad-otocca/>
- Kuterevo: (2024). Pristupljeno 15.04.2024. <https://visit-lika.com/page/kuterevo-utociste-medvjeda>
- Krasno: (2024). Pristupljeno 14.04.2024. <https://visitsenj.com/rivijera-senj/krasno/>
- Lika Club: (2024). Pristupljeno 16.04.2024. <https://likaclub.eu/tjedan-otocca-7-razloga-zbog-kojih-biste-trebali-posjetiti-otocac-dolinu-rijeke-gacke/>
- Leonilo Alves de Abreu, Marinês da Conceição Walkowski, André Riani Costa Perinotto and Júlia Fragoso da Fonseca: Community-Based Tourism and Best Practices with the Sustainable Development Goals (str: 2) Pristupljeno 21.06.2024

- Peredo AM and Chrisman JJ (2006) Toward a Theory of Community-Based Enterprise. (str: 310)
- Ribolov: (2021). Otočac i Gacka prepoznatljiva destinacija ribolovnog turizma. Pristupljeno 16.04.2024. <https://ribo-lov.com/2021/03/20/otocac-i-gacka-prepoznatljiva-destinacija-ribolovnog-turizma/>
- Marko Sokolić: (2024). Razvoj posjećivanja u zaštićenim područjima u Lici. Pristupljeno 14.04.2024. <https://zir.nsk.hr/islandora/object/vuka%3A1672/datastream/PDF/view>
- Geoffrey Wall and Alister Mathieson; Tourism: Change, Impacts and Opportunities (str: 87)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1. Popis stanovništva po lokalitetima 2011. i 2021. godina	14
Tablica 2. Turistički promet po podvrsti objekta u mjestu Kuterevo za period 01.01.2023-31.12.2023	19
Tablica 3. Turistički promet po podvrsti objekta u mjestu Otočac za period 01.01.2023-31.12.2023.....	23
Tablica 4. Podaci o intervjuiranim OPG-ovima.....	26

Grafikoni

Grafikon 1. Spol.....	29
Grafikon 2. Starost ispitanika	30
Grafikon 3. Lokalna zajednica iz koje dolaze ispitanici	31
Grafikon 4. Razina obrazovanja lokalnog stanovništva	32
Grafikon 5. Posjedovanje OPG-a.....	33
Grafikon 6. Ocjena rada turističke zajednice mjesta/grada	34
Grafikon 7. Zadovoljstvo suradnjom između lokalnih proizvođača i ponuđača turističkih usluga	35
Grafikon 8. Odnos između koristi i troškova koje turizam donosi u lokalnoj zajednici	36
Grafikon 9. Zainteresiranost o sudjelovanju u turističkoj ponudi lokalne zajednice	37
Grafikon 10. Uključenost autohtonih proizvoda (mlijeko, sir, vino, med i sl.) u turističku ponudu.....	38
Grafikon 11. Educiranje lokalnog stanovništva o turizmu.....	39
Grafikon 12. Informiranost o turističkom razvoju svog lokaliteta	40
Grafikon 13. Potreba za proširenjem turističke ponude zajednice	41
Grafikon 14. Uključenost u donošenje bitnih odluka o turističkom razvoju lokaliteta	42
Grafikon 15. Suradnja sa ponuđačima turističkih usluga i promocija njihovih proizvoda	43
Grafikon 16. Razina zainteresiranosti za uključivanje u lokalni turistički razvoj	45

Slike

Slika 1. Položaj Sjevernog Velebita.....	11
--	----