

# Mogućnosti razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske

---

Hruševar, Ines

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

*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:191:933463>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-04**



*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**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**

**INES HRUŠEVAR**

**Mogućnosti razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske**  
**Possibilities for the development of continental tourism in the Re-**  
**public of Croatia**

Završni rad

Zabok, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Mogućnosti razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske**  
**Possibilities for the development of continental tourism in the Re-**  
**public of Croatia**

Završni rad

Kolegij: **Ekonomika turizma**

Mentor: **prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana**

Student: **Ines Hruševar**

Matični broj: **24914/19**

Zabok, srpanj 2023.



## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

**Ines Hruševar**

(ime i prezime studenta)

**24914/19**

(matični broj studenta)

Mogućnosti razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske

(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 završnog 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 završnim 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 završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 16.6.2023.

Potpis studenta

## SAŽETAK

Kontinentalni turizam definira se kao turizam koji obuhvaća aktivnosti u svim turističkim područjima koja se ne nalaze na morskoj obali i na otocima, a veže se uz specifične oblike turizma. Specifični oblici turizma popularan su pojam današnjice jer se njima prilagođavaju aktivnosti na putovanju potrebama i željama turiste te se tako kreira individualni pristup pojedincu. Sve se više razvijaju i nastoje zadovoljavati sve zahtjevnije turiste koji se odluče na takvu vrstu putovanja umjesto ljetnog odmorišnog turizma. U Hrvatskoj postoji velika sezonalnost ponude koja je orijentirana na odmorišni turizam tijekom ljetne sezone koji donosi velike prihode, no zanemaren je kontinentalni dio zemlje koji ima mnogo neiskorištenih potencijala koji se mogu iskoristiti za produljenje sezone na cjelogodišnje poslovanje te potaknuti razvoj dotad nerazvijenih oblika turizma. Kontinentalni dio Hrvatske koji obuhvaća nizinski panonsko - peripanonski prostor, grad Zagreb te planinski prostor Like i Gorskog kotara, a kao takav ima brojne preduvjete za razvoj cjelogodišnjeg turizma. Spomenuti prostor prometno je dobro povezan diljem zemlje, ali i s ostatkom Europe, ima povoljna klimatska obilježja, bogatu kulturnu i povijesnu baštinu, tradiciju, tradicionalnu kuhinju te zaštićena područja kao što su parkovi prirode koji su vrijedni posjeta. Ono što kontinentalnom dijelu Hrvatske za razvoj turizma nedostaje su: prepoznatljivost potencijala koje nudi, promocija specifičnih oblika turizma u sklopu razvoja, edukacija lokalnog stanovništva i stručnog turističkog kadra kako prilagoditi ponudu specifičnim zahtjevima turista, potaknuti suradnju između regija te privatnog i javnog sektora kako bi zajedničkim snagama omogućili razvoj tog prostora, izgradnja bogate ponude sadržaja i smještajnih kapaciteta gdje bi turisti za vrijeme posjeta mogli boraviti te unapređenje prometne infrastrukture kako bi se povećali međunarodni dolasci. Ovim završnim radom opisani su specifični oblici turizma kao mogućnost produljenja turističke sezone i razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske.

Ključne riječi: kontinentalni turizam; specifični oblici turizma; sezonalnost; cjelogodišnje poslovanje; Hrvatska

# SADRŽAJ

<b>UVOD</b> .....	1
<b>1. TEORETSKO ODREĐENJE KONTINENTALNOG TURIZMA</b> .....	3
<b>2. PREDUVJETI RAZVOJA KONTINENTALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ</b> .....	4
2.1. Položaj, reljef i vode .....	4
2.2. Zaštićena područja .....	5
2.3. Flora i fauna .....	5
2.4. Klimatska obilježja .....	6
2.5. Prometna povezanost .....	6
2.6. Demografska obilježja .....	7
<b>3. ANALIZA SADAŠNJEG STANJA KONTINENTALNOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE</b> .....	8
3.1. Sezonalnost turističke ponude i načini produljenja turističke sezone Republike Hrvatske .....	8
3.2. Analiza sadašnjeg stanja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske .....	10
3.3. SWOT analiza sadašnjeg stanja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske .....	12
3.4. Turistički promet u kontinentalnoj Hrvatskoj .....	13
<b>4. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U SKLOPU RAZVOJA KONTINENTALNOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE</b> .....	15
4.1. Zdravstveni turizam .....	15
4.2. Kulturni turizam .....	18
4.3. Poslovni turizam .....	19
4.4. Ruralni turizam .....	20
4.5. Lovni i ribolovni turizam .....	22
4.6. Ekoturizam .....	23
4.7. Vjerski turizam .....	25
4.8. Manifestacijski turizam .....	26
4.9. Gastronomski turizam .....	28
<b>ZAKLJUČAK</b> .....	30
<b>BIBLIOGRAFIJA</b> .....	31
<b>POPIS ILUSTRACIJA</b> .....	35

## UVOD

Uvodnim dijelom završnog rada iznosi se predmet rada te sukladno tome, ciljevi i svrha rada. Navedene su korištene metode i izvori prikupljanja podataka korišteni prilikom izrade te je sažeto prikazan sadržaj i struktura rada.

Predmet završnog rada je analiza mogućnosti razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske. U okviru teme istražiti će se trenutno stanje kontinentalnog turizma Republike Hrvatske i specifični oblici turizma koji mogu pomoći u razvoju turizma ovog prostora. Jedan od ciljeva rada istražiti kako se implementacijom specifičnih oblika turizma u poslovanje može smanjiti sezonalnost orijentirana na ljetnu sezonu i odmorišni turizam u primorskom dijelu zemlje, koji ostvaruje visoke prihode i primjer je masovnog razvoja turizma. Cilj je potaknuti razvoj drugih oblika turizma na kontinentalnom prostoru koji je dosad nedovoljno turistički iskorišten te na taj način produljiti turističku sezonu, preusmjeriti poslovanje turističke ponude i proširiti vidike o drukčijim načinima obavljanja turističke djelatnosti. Istraženi su i definirani najznačajniji specifični oblici turizma. Svrha rada je definirati potencijale i ograničenja koje ima kontinentalna Hrvatska u zemljopisnom i turističkom smislu kako bi se zaključilo u kojem smjeru razvijati turizam ovog prostora.

Pri izradi rada korištene su knjige različitih autora, najviše u opisnom dijelu preduvjeta za razvoj kontinentalnog turizma Hrvatske te u dijelu opisa svakog od specifičnih oblika turizma. Korišteni su članci iz područja turizma te internetske stranice koje su pomogle u dobivanju novih i aktualnih podataka o specifičnim oblicima turizma. Tijekom pisanja rada korištena je metoda sinteze uz pomoć koje su dijelovi rada objedinjeni te je definirano ono što se radom htjelo prikazati, metoda analize, deduktivna metoda te deskriptivna metoda. U radu je prikazana SWOT analiza razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske kojom su utvrđene ključne snage, slabosti, prilike i prijetnje razvoja turizma na ovom prostoru.

Završni rad podijeljen je u 4 poglavlja koja su razrađena u manje cjeline. Rad je započet sažetkom koji ukratko predstavlja temu.

U uvodnom dijelu rada predstavljene su temeljene naznake rada, a to su predmet, cilj i svrha rada, zatim metode i izvori prikupljanja podataka za izradu rada te sadržaj i struktura rada.

Prvo poglavlje rada orijentirano je na teoretsko određenje kontinentalnog turizma. Ovdje je objašnjen pojam turizma općenito prema definiciji te pojam kontinentalnog turizma. Također,

objašnjen je pojam specifičnih oblika turizma o kojima će se kasnije u radu detaljnije govoriti te kako specifični oblici turizma mogu doprinijeti razvoju turizma kontinentalne Hrvatske.

Drugo poglavlje rada odnosi se na prikaz preduvjeta razvoja kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj. Preduvjeti razvoja odnose se na reljef i položaj zemlje, vodeno bogatstvo, zaštićena područja, floru i faunu, klimatske preduvjete, prometnu povezanost zemlje i demografska obilježja stanovništva te je svaki od spomenutih preduvjeta detaljnije opisan.

Treće poglavlje rada posvećeno je analizi sadašnjeg stanja kontinentalnog dijela Republike Hrvatske. U okviru ovog poglavlja opisan je pojam sezonalnosti, koji se odnosi na sezonsko poslovanje turizma u Republici Hrvatskoj te su opisani načini na koje se potencijalno može produljiti turistička sezona na cjelogodišnje poslovanje. Iznesena je analiza sadašnjeg stanja ponude kontinentalnog prostora Hrvatske te je prikazana SWOT analiza s ključnim snagama, slabostima, prilikama i prijetnjama razvoja turizma u ovom dijelu zemlje.

Četvrto poglavlje odnosi se na specifične oblike turizma koji mogu doprinijeti valorizaciji raspoloživih resursa, a mogu se razviti u kontinentalnom prostoru Republike Hrvatske. Specifični oblici turizma opisani u radu su: zdravstveni turizam, kulturni turizam, ekoturizam, poslovni turizam, ruralni turizam, lovni i ribolovni turizam, manifestacijski turizam, vjerski turizam i gastronomski turizam. Svaki od specifičnih oblika turizma je detaljno predstavljen i opisan, najprije općenito, a potom i u okviru hrvatskog turizma i potencijala koje nudi u razvoju na prostoru kontinentalne Hrvatske.

Na kraju rada izveden je zaključak o temi.



# 1. TEORETSKO ODREĐENJE KONTINENTALNOG TURIZMA

Turizam je vrlo kompleksan pojam koji uključuje mnogo sastavnica i definicija kroz koje se može promatrati. Općenito se turizam može opisati kao skup odnosa i pojava vezanih za aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan mjesta svog stalnog boravka, i to neprekidno i najviše do godinu dana, radi provođenja slobodnog vremena, zbog poslovnih i drugih razloga.<sup>1</sup> Pojam kontinentalni turizam može se definirati kao turizam koji obuhvaća aktivnosti turizma u svim turističkim područjima koja se ne nalaze na morskoj obali i otocima. Kontinentalni turizam se ne veže uz prostor na kojem se obavlja turizam, već uz oblik usluge koja se na tom području pruža. Odnosno, veže se uz specifične oblike turizma. Specifični oblici turizma temelje se na određenom dominantnom turističkom motivu koji uvjetuje ponašanje ponude i potražnje na tržištu. Riječ je o turističkim kretanjima uvjetovanim pojedinim motivom koji turiste pokreće na putovanje u destinaciju gdje je turistička ponuda prilagođena ostvarenju željenog događaja.<sup>2</sup> Nastaju kao odgovor na masovni turizam vezan uz dugoročnu neodrživost i pristup svim turistima jednako umjesto individualnog pristupa potrebama pojedinca. Kako bi pojedini oblik turizma nastao nužno je postojanje dostatne turističke potražnje koja će odražavati specifične motive za dolazak turista te turistička ponuda će svoje kapacitete prilagoditi posebnim zahtjevima potražnje. Specifični oblici turizma naglasak stavljaju na turista, odnosno fokus je na oblikovanju turističkog proizvoda prilagođenog pojedincu i njegovim željama i potrebama. Od specifičnih oblika turizma s istaknutim posebnim obilježjima razlikujemo: zdravstveni, kulturni, ekoturizam, kongresni, ruralni, lovni i ribolovni, manifestacijski, vjerski, gastronomski turizam i druge. Mijenjanjem i povećanjem turističkih posjeta tijekom vremena, shodno se mijenjaju i prilagođavaju specifični oblici turizma, kako bi mogli adekvatno zadovoljavati i ispunjavati želje i potrebe turista tijekom putovanja i boravka u destinacijama. Obzirom na promjene trendova i ukusa kod potražnje u budućnosti se može očekivati sve više specifičnih oblika turizma na koje će ponuda morati odgovoriti.

---

<sup>1</sup> Čorak, Mikačić i Trezner, Osnove turizma, str. 15.

<sup>2</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Turizam, Vrste i oblici turizma, 2021.

## **2. PREDUVJETI RAZVOJA KONTINENTALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

Republika Hrvatska nalazi se na jugoistoku Europe. Raspolože raznim prirodnim i kulturnim resursima koje može iskoristiti za razvoj kontinentalnog turizma. Turizam ima veliku ulogu u stabilizaciji gospodarstva i gospodarskom rastu zemlje na način da otvara radna mjesta i upravlja ljudskim resursima. U nastavku su prikazani temeljni preduvjeti za razvoj kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj. Najprije se predstavlja položaj, reljef i vode zemlje, zatim zaštićena područja, flora i fauna, klimatska obilježja koja uvelike utječu na razvoj turizma nekog područja, prometna povezanost ključna za razvoj turizma zemlje te demografska obilježja Hrvatske.

### **2.1. Položaj, reljef i vode**

Republika Hrvatska je površinom od 56 594 km<sup>2</sup>, 19. zemlja po veličini u Europskoj uniji. Kopnom graniči sa Slovenijom, Mađarskom, Srbijom, Crnom Gorom te Bosnom i Hercegovinom, a preko mora s Italijom. Tri glavne reljefne cjeline Hrvatske su: nizinska ili panonska, planinska ili dinarska i primorska ili jadranska. Najveći dio zemlje čine nizine s 53% teritorija nižih od 200 m, brežuljkasti krajevi i pobrđa visine 200-500 m na 26% teritorija, dok najmanji dio, s 21% pokrivenosti čine nadmorske visine više od 500 m. Na sjeveroistoku zemlje proteže se Panonska nizina s rijekama Savom, Dravom i Dunavom te lesnim zaravnima Baranje i Srijema. Prema zapadu zemlje nastavljaju se šumovita gorja Psunj, Krndija i Papuk. Rubni dio Panonske nizine prelazi u brežuljkasti prostor s gorjima Medvednicom, Žumberačkom gorom i Ivančicom. Pobrđa u Pokuplju i Kordunu nalaze se na prijelazu prema planinskom području Hrvatske. Gorski kotar i Lika čine planinsko područje, koje se proteže od sjeverozapada do jugoistoka te je dio Dinarskog gorja s planinama Velebit, Dinara, Risnjak, Plješivica te Mala i Velika Kapela. U Gorskom kotaru nalaze se duboke riječne doline rijeke Kupe, Dobre i Čabranke, dok se u unutrašnjosti Like nalaze Kravsko, Ličko, Gacko i Plašćansko krško polje. Na planinski dio nadovezuje se primorje. Poluotok Istra nalazi se na sjeveru primorja, dok se južno od Rijeke proteže primorje okruženo otocima. Južni dio primorja naziva se Dalmacija, krškog je reljefa te je podijeljena na priobalni pojas, zaleđe i otoke. U zaleđu se nalazi Dalmatinska zagora sa Sinjskim i Imotskim poljima u kršu.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Reljefne cjeline

Crnomorskom slijevu pripadaju najduže hrvatske rijeke Sava i Drava te Dunav. Glavni plovni put Hrvatske je Dunav koji se koristi u cijeloj dužini, dok je Drava plovna do Osijeka, a Sava od Siska do ušća u Dunav.<sup>4</sup> Jezera Hrvatske su površinom mala, a najpoznatija su Plitvička jezera u Lici. Umjetna jezera s izgrađenim hidroelektranama su jezero Dubrava i Varaždinsko jezero te Peručko jezero. Pojava toplih izvora vode i mineralnih vrela posebnost je hrvatskog prostora i prirodni resurs zemlje. Najpoznatije toplice su: Krapinske, Tuheljske, Stubičke, Varaždinske, Bizovačke i Istarske, dok su od mineralnih vrela najposjećenija ona u Jamnici, Apatovcu i Lipiku na Kalniku. Republika Hrvatska ima velike zalihe pitke vode koja je važna za opskrbu stanovništva. Sve se češće javlja problem onečišćenja kopnenih voda. Do zagađenja dolazi putem industrijskih otpadnih voda, upotrebe kemikalija koje se puštaju u rijeke te kanalizacijom, a najviše su ugrožene rijeke tekućice koje protječu velikim gradovima.

## **2.2. Zaštićena područja**

Republika Hrvatska ima veliki broj prirodnih područja zaštićenih Zakonom o zaštiti prirode. Kako bi se očuvale prirodne ljepote osnovano je 12 parkova prirode, 8 nacionalnih parkova i 2 stroga rezervata. Nacionalni parkovi su prostori s očuvanim ekosustavima u kojima su dopuštene samo ograničene djelatnosti, a to su: Plitvička jezera, Krka, Mljet, Kornati, Brijuni, Paklenica, Risnjak i Sjeverni Velebit. Parkovi prirode su kultivirana područja s ekološkim obilježjima. U Hrvatskoj postoji sedam planinskih parkova prirode: Dinara, Biokovo, Velebit, Medvednica, Žumberak, Učka i Papuk, zatim dva otočna parka prirode Telašćica i Lastovo te nizinsko - poplavna područja Kopački rit i Lonjsko polje te Vransko jezero. Dva stroga rezervata su Bijele i Samarske stijene na Velikoj Kapeli te Hajdučki i Rožanski kukovi na Velebitu.<sup>5</sup> Nacionalni parkovi i parkovi prirode zajedno čine 10,1% površine Hrvatske. Navedeni zaštićeni objekti od iznimne su važnosti za hrvatski turizam.

## **2.3. Flora i fauna**

Bogat biljni pokrov i brojne vrste tla odlikuju i ističu posebnost hrvatskog podneblja. Gorski prostor zemlje bogat je šumama planinske bukve i jele te smrekovim šumama i gorskim livadama. Panonsko - peripanonski prostor karakteriziraju crna tla velike plodnosti koja postaju poljoprivredna zemljišta, dok se u ravninama nalaze šume hrasta lužnjaka, vrba, joha i topola. Hrvatska je zemlja bogata endemičnom florom i faunom te velikom biološkom raznolikosti.<sup>6</sup> Neke zaštićene vrste flore su: hrvatska perunika, velebitska degenija i hrvatski klinčić. Fauni

---

<sup>4</sup> Ibid., Rijeke i jezera

<sup>5</sup> Čokonaž, Pepeonik i Robotić, Turistička geografija, str. 46.

<sup>6</sup> Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zaštićena priroda

pripadaju sve životinjske vrste koje žive na području neke od njih su: sredozemna medvjedica, smeđi medvjed, ris, bijela roda, šišmiši, bjeloglavi sup, morska vidra, dobri dupin te čovječja ribica.

#### **2.4. Klimatska obilježja**

Klimatska obilježja Republike Hrvatske zahvalna su za razvoj i bavljenje turističkom djelatnosti zbog smještaja u umjerenom geografskom pojasu na jugu Europe. Hrvatska ima izražena četiri godišnja doba. Reljefna raznolikost podneblja i blizina Jadranskog mora utječu na lokalne klimatske razlike. U panonskom dijelu, Slavoniji i Baranji prevladava umjereno topla i vlažna klima. Tijekom siječnja srednje temperature variraju od 0 do  $-2^{\circ}\text{C}$ , dok je sredinom srpnja oko  $22^{\circ}\text{C}$ . Od zapada prema istoku smanjuje se količina oborina. U središnjem dijelu Hrvatske, odnosno krajevima sjeverno od rijeke Save, nalazi se Zagrebačka županija s najviše je oborina u svibnju i lipnju. U gorskom dijelu, temperature u zimskom dijelu godine variraju između  $-2$  i  $-4^{\circ}\text{C}$ , a ljeti ispod ugodnih  $20^{\circ}\text{C}$ <sup>7</sup>. Ovdje je veća količina oborina i snijega koji se zadržava 50-60 dana u godini. Primorsko područje Hrvatske ima sredozemnu klimu. Broj sunčanih sati godišnje jedan je od važnijih geografskih elemenata za razvoj turizma. Južno i sjeverno Hrvatsko primorje godišnje imaju najviše sunčanih sati, dok kontinentalni dijelovi zimi zbog naoblake i magle imaju manje sunčevog zračenja. Također, istočni dio zemlje sunčaniji je od zapadnog i prima manje padalina od ostatka podneblja. Najsuši mjeseci su srpanj i kolovoz, dok najviše oborina padne u hladnijem dijelu godine. Najpoznatiji vjetrovi su jugo, bura i maestral koji utječu na vremenske prilike.

#### **2.5. Prometna povezanost**

Hrvatska ima povoljnu, ali nedovoljno razvijenu prometnu povezanost unutar države i s ostatkom europskog kontinenta. Iz zapadne i srednje Europe prema jugoistočnoj Europi i Mediteranu prolazi nekoliko magistralnih puteva kroz Hrvatsku. Jedan od najvažnijih faktora razvoja turizma predstavljaju autoceste. Hrvatska se nalazi na presjeku nekoliko paneuropskih prometnih pravaca koji imaju veliku važnost. Zapadni Mediteran je s Ukrajinom povezan prometnim pravcem Trst – Rijeka – Zagreb – Budimpešta - Kijev. Važan je i prometni pravac Salzburg - Ljubljana – Zagreb - Beograd - Solun koji prolazi kroz pet država te prometni pravac koji prolazi dolinom Dunava. Kroz Hrvatsku prolazi i jonski prometni pravac duž jadranske obale koji kreće od Trsta u Italiji do Kalamate u Grčkoj. Najvažniji uzdužni prometni pravac je onaj koji prolazi dolinom rijeke Save od Slovenije preko Hrvatske do Srbije. Na tom dijelu

---

<sup>7</sup> Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Klimatska obilježja

izgrađena je autocesta do Županje i željeznica.<sup>8</sup> Za Jadransko područje tijekom trajanja ljetne sezone veliku vrijednost imaju stalne trajektne veze hrvatskih i talijanskih morskih luka. Za razvoj turizma važna je povezanost zemlje zračnim prometom te postojanje aerodroma i zračnih luka. Zračna luka Zagreb na Plesu ujedno je i međunarodni aerodrom, a važne su i pulska, riječka, zadarska, splitska i dubrovačka luka.

## **2.6. Demografska obilježja**

U Hrvatskoj je prvi popis stanovništva proveden 1857. godine te je od tada broj stanovnika kontinuirano u porastu. Najveći broj stanovnika zabilježen je 1991. godine, dok je na popisu 2001. godine zabilježen pad stanovnika u odnosu na prethodni zbog iseljavanja stanovništva uslijed Domovinskog rata. Hrvatsko stanovništvo čini samo 0,66 % ukupnog europskog stanovništva.<sup>9</sup> Jedan od glavnih problema hrvatskog stanovništva je neravnomjerna razmještenost. Razmještaj je uvjetovan najprije prirodnim, a zatim i prometnim, gospodarskim i ostalim karakteristikama. Najgušće je naseljen prostor središnje Hrvatske koji obuhvaća grad Zagreb te Varaždinsku i Međimursku županiju, dok je najrjeđe naseljen prostor gorske Hrvatske, odnosno Ličko - senjska županija, Dalmatinska zagora, otoci te ratom opustošeni prostori. U gradovima broj stanovništva naglo raste dok u selima opada zbog boljih gospodarskih uvjeta u gradovima, veće i raznolikije ponude poslova i boljih životnih uvjeta. Neki od glavnih uzroka prirodnog pada stanovništva su: migracije iz sela u gradove, sve kasnije stupanje u brak, lošije gospodarske prilike, iseljavanje stanovništva mlađe životne dobi, velik broj neprirodnih pobačaja i slično. Najprisutnija je migracija visokoobrazovane radne snage koju nazivamo odljev mozгова. Glavnina stanovništva zaposlena je u tercijarnim i kvartarnim djelatnostima, zatim u sekundarnim, a najmanje je zaposlenih u primarnom sektoru djelatnosti.

---

<sup>8</sup> Čokonaj, Pepeonik i Robotić, Turistička geografija, str. 10.

<sup>9</sup> Ibid, str. 57

### **3. ANALIZA SADAŠNJEG STANJA KONTINENTALNOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE**

Kada se spominje hrvatski turizam, većini je prva asocijacija Jadransko more i Dalmacija vezano uz ljetnu sezonu poslovanja ili pak kontinentalni turizam u Zagrebu, Slavoniji, Međimurju, Lici i Gorskom Kotaru. Kao glavni problem Republike Hrvatske u turističkom poslovanju javlja se sezonalnost. Hrvatska je orijentirana na ljetnu turističku sezonu tijekom koje ostvaruje većinu svojih prihoda i najveći broj turista tijekom godine. Strateški ciljevi turizma Hrvatske moraju biti usmjereni na smanjenje sezonskog poslovanja i produljenje ljetne turističke sezone na cjelogodišnje poslovanje, zbog ekonomskih koristi države i izbjegavanja prenapučenosti primorskih destinacija, prometnih gužvi, zagađenja te devastacije okoliša uslijed prevelike posjećenosti prostora. Također, nedostatak razvoja hrvatskog turizma je manjak ponude smještajnih kapaciteta koji obuhvaćaju hotele, motele, kampove i turistička naselja, što dovodi do nemogućnosti prihvata novih turista. Uz navedeno, loša prometna povezanost Hrvatske unutar zemlje i s ostatkom Europe dodatno smanjuje razvoj turizma. Najvažniji oblik prijevoza u turizmu trenutno je promet autocestama, a potom i zračni promet. Najmanje razvijeni vid prometa koji utječe na smanjenje turističkih kretanja unutar i izvan granica zemlje je željeznički promet.

#### **3.1. Sezonalnost turističke ponude i načini produljenja turističke sezone Republike Hrvatske**

Hrvatski turizam je sezonskog karaktera, kao i većina turističkih aktivnosti i turizma u ostalim mediteranskim zemljama. Pojam sezonalnosti označava ponavljanje istog ili sličnog uzorka, odnosno cikličke varijacije kretanja neke pojave svake kalendarske godine u okvirno isto vrijeme.<sup>10</sup> Sezonalnost je tipična pojava u većini gospodarskih aktivnosti i gospodarskim sektorima.<sup>11</sup> U kontekstu sezonalnosti, turizam je najizraženija gospodarska aktivnost čije promjene u ponudi i sezoni izrazito utječu na poslovanje. Uglavnom je vezana uz ljetnu ili zimsku sezonu ovisno o području na kojem se nalazi. Definicija Richarda Butlera je najcitiranija kada se govori o sezonalnosti turizma. Predstavlja ju kao „privremenu neravnotežu u turističkoj aktivnosti koja se manifestira kroz broj posjetitelja, njihovu potrošnju, promet na autocestama i drugim oblicima prijevoza te kroz zaposlenost i stupanj posjećenosti atrakcija“.<sup>12</sup> Sezonalnost

---

<sup>10</sup> Kožić, Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?, 2006., str. 470.-480.

<sup>11</sup> Hylleberg, 1992., Koenig- Lewis i Bischoff, 2005.

<sup>12</sup> Butler, 1994., str. 332

turizma označava vremensko - prostorni disbalans turističke ponude, potražnje i prometa. Posljedično disbalansu sezonalnost ima mnoge ekonomske, društvene i ekološke posljedice na područje na kojem je prisutna. Uzroci sezonalnosti u turizmu dijele se u dvije skupine: prirodne i institucionalne. Prirodni se odnose na povezanost s klimatskim uvjetima, primjerice količina padalina, temperatura zraka, količine dnevnog svjetla i ostali. Druga vrsta, institucionalni uzroci, odnose se na pisane i nepisane norme i običaje. Oni su najčešće prikazani kao praksa odlaženja na godišnji odmor, tijekom školskih praznika za djecu školske dobi, kao općeniti raspored vjerskih i državnih praznika u kalendarskoj godini.

Posljedice sezonalnosti turizma podijeljene su u tri kategorije, a to su:

- Socio-kulturne posljedice odnose se na lokalnu zajednicu i destinacije u kojima je prihvatni kapacitet za vrijeme sezone premašen. Ondje dolazi do prenapučenosti prostora i trzavica između lokalnog stanovništva i turista zbog manjka prostora, prometnih gužva, gužva u trgovinama, povećane stope kriminala i poskupljenja, dok se izvan sezone lokalno stanovništvo suočava s nedovoljnom ponudom za zadovoljenje osnovnih životnih potreba jer ponuda „napusti“ destinaciju nakon završetka turističke sezone. Iako lokalno stanovništvo privređuje ekonomske koristi od turizma, čest je slučaj sukoba s turistima uslijed kulturnih i materijalnih razlika.
- Ekološke posljedice vežu se uz nadmašenost ekološkog kapaciteta destinacije u mjesecima tijekom sezone, preopterećenost gradskih jezgri, onečišćenje zraka, vode i tla te na taj način dolazi do narušavanja ravnoteže flore i faune. Zagađenje okoliša proizlazi iz povećanog prometa u destinaciji, ispuštanjem raznih plinova iz prijevoznih sredstva, bacanje otpada u prirodu i slično. Sezonalnost u ekološkom pogledu negativno utječe na održivost turizma.
- Gospodarske posljedice uključuju promjenjivost prihoda tijekom sezone, tečaja valute, poskupljenja, promjenjivost u zaposlenosti jer se radna snaga zapošljava isključivo za potrebe trajanja turističke sezone, čijim završetkom ista bude otpuštena te nedovoljna razine kvalitete usluge jer uslijed povećanja broja zaposlenih, smanjuje se kvaliteta radne snage.

Visoka sezonalnost jedno je od glavnih obilježja hrvatskog turizma, pa je smanjenje sezonalnosti strateški cilj brojnih razvojnih turističkih dokumenata, primjerice Strategije razvoja turizma do 2020. godine prema kojoj je vizija razvoja turizma uspostavljena da bi

turizam trebao biti cjelogodišnji (produljenje sezone).<sup>13</sup> U okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine analizom hrvatskog turizma uočeno je da uzimajući resursnu osnovu obzir turistički promet u kontinentalnom dijelu zemlje je izuzetno mali, odnosno neproporcionalan realnim mogućnostima. Utvrđeno je da je ruralni turizam dominantno vezan za kontinentalnu Hrvatsku te da razvoj ovog oblika turizma može pridonijeti razvoju ruralnih predjela kontinentalnog prostora. Između kontinentalnog i priobalnog dijela zemlje zabilježen je veliki nerazmjer ponude smještajnih kapaciteta. Također je utvrđeno kako bi se adekvatnom valorizacijom prirodne baštine kontinentalne Hrvatske snažnije iskoristio potencijal ovog prostora. Zaključeno je da se u kontinentalnoj Hrvatskoj fokus mora staviti na podizanje kvalitete ugostiteljske ponude, novih turističkih atrakcija te specifičnih oblika turizma.<sup>14</sup>

Kako bi se produljila turistička sezona i uspostavilo cjelogodišnje poslovanje u turističkim destinacijama, nužno je implementirati pametno poslovanje koje će se temeljiti na načelima održivosti, zaštiti okoliša i lokalnog stanovništva i smanjenju sezonalnosti i masovnosti turizma. Produljenje sezone moguće je ostvariti razvojem specifičnih oblika turizma u kontinentalnom dijelu zemlje, smanjenjem cijena u smještajnim i ugostiteljskim objektima, osmišljavanjem novih inovativnih programa, proizvoda i sadržaja koji će privlačiti posjetitelje te poboljšati prometnu povezanost, osobito zračnim linijama s ostatkom kontinenta, kako bi se osigurao dolazak međunarodnih turista u razdobljima izvan ljetne sezone.

### **3.2. Analiza sadašnjeg stanja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske**

Najjača i najprepoznatljivija županija kontinentalnog turizma Republike Hrvatske je Zagrebačka županija. Smještena u blizini glavnog grada zemlje, iznimno je dobro prometno povezana, infrastrukturno napredna i idealna lokacija za jednodnevne, dvodnevne ili vikend izlete, tijekom cijele godine.

Kontinentalni turizam Republike Hrvatske se odnosi na središnji nizinski dio zemlje koji obuhvaća grad Zagreb, panonsko-peripanonski prostor te planinsko područje Like i Gorskog Kotara. U međunarodnom, ali i domaćem turizmu, planinski dio Hrvatske gotovo je u potpunosti neiskorišten, iako ima mnogo potencijala za razvoj i prepoznatljivost te mogućnost produljenja ljetne sezone na zimsku, obzirom da posjeduje planine pogodne za razvoj

---

<sup>13</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., 2013, str. 30.

<sup>14</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Strategija održivog razvoja turizma do 2030. godine, 2022.



specifičnih oblika turizma. Ovaj bi prostor mogao pružiti niz zanimljivosti i aktivnosti turistima zbog krškog reljefa koji ima poznate prirodne fenomene interesantne posjetiteljima iz zemalja u kojima takvih reljefnih posebnosti nema. Planina Velebit trebala bi biti glavna atrakcija i predvodnik turizma ovog prostora, zbog svojih krških oblika, jedinstvenih vidika prema otocima i moru, mnogobrojnih endemičnih vrste biljnog i životinjskog svijeta te šuma koje mogu poslužiti u razvoju specifičnih oblika turizma. Prostor Gorske Hrvatske najrjeđe je naseljen dio zemlje. Većina stanovnika živi seoskim načinom života te proizvodi zdravu, zanimljivu i tradicionalnu hranu koja se može iskoristiti za razvoj ruralnog turizma. Razvojem prometne povezanosti ovaj se prostor itekako može turistički razviti i iskoristiti.

Nizinski, panonsko-peripanonski prostor Hrvatske također je turistički slabije iskorišten. Ovaj dio zemlje trebao bi bolje oglašavati svoje atraktivne lokalitete te poraditi na njihovom uređenju i pristupačnosti. Prostor nizinske Hrvatske bogat je toplicama i ljekovitim vodama koje se mogu iskoristiti za razvoj zdravstvenog turizma. Brojni parkovi prirode izuzetnih posebnosti i ljepote te kulturne manifestacije i gradovi mogu postati dobri privlačni faktori domaćih i stranih posjetitelja. Ovaj prostor nudi razvoj ruralnog turizma putem ekološki prihvatljive zdrave hrane, čijom se promocijom, proizvodnjom i ponudom može stvoriti mogućnost dodatne zarade seoskim domaćinstvima. Smještaj hotela, motela i kampova uzduž glavnih turističkih prometnica do gorskog i nizinskog prostora Hrvatske u kojima bi se nudilo noćenje i hrana turistima te ih se upućivalo do turističkih atrakcija tih mjesta potaknuo bi razvoj ovih neiskorištenih turističkih prostora kontinentalne Hrvatske. Na taj način bi ovi prostori turistički iskoristili svoja prirodna i kulturna blaga i ljepote te postali više od samo tranzitnih turističkih područja, kao što su trenutno.

### 3.3. SWOT analiza sadašnjeg stanja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske

SWOT analiza prikaz je snaga, slabosti, prilika i prijetnja određene regije koje dolaze iz gospodarskog, političko i socio-kulturnog okruženja. Prikazana SWOT analiza se odnosi na preduvjete razvoja turizma kontinentalne Hrvatske.

Tablica 1. SWOT analiza sadašnjeg stanja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>- povoljan geografski položaj</li> <li>- neiskorišteni resursi</li> <li>- povoljna klimatska obilježja</li> <li>- brojna zaštićena područja</li> <li>- raznolikost flore i faune</li> <li>- kvaliteta očuvanog okoliša i briga o okolišu</li> <li>- bogata kulturno - povijesna baština</li> <li>- brojna poljoprivredna područja</li> <li>- suradnja turističkih zajednica regija</li> <li>- postojanje strategija i planova turističkog razvoja</li> <li>- sigurnost zemlje</li> <li>- gostoljubivost domaćina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- loša cestovna i željeznička povezanost</li> <li>- iseljavanje, odljev mozgova</li> <li>- manjak financijskih sredstava za razvoj</li> <li>- slaba promocija u odnosu na turizam u priobalju</li> <li>- slaba zainteresiranost nacionalnih tijela i turista za kontinentalni turizam</li> <li>- nedovoljna turistička ponuda</li> <li>- niski prihodi od turizma na kontinentalnom prostoru</li> <li>- nerazvijenost specifičnih oblika turizma</li> <li>- needuciranost stanovništva o potencijalima razvoja kontinentalnog turizma</li> <li>- slaba podrška poduzetnicima</li> <li>- nekontrolirana gradnja objekata</li> </ul>
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> <li>- produljenje turističke sezone na cjelogodišnje poslovanje razvojem specifičnih oblika turizma</li> <li>- prenamjena objekata u turističke svrhe</li> <li>- privlačenje stranih investitora</li> <li>- povećanje suradnje između regija</li> <li>- stvaranje autentičnosti regije</li> <li>- unapređenje prometne povezanosti i infrastrukture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konkurencija, osobito turizma u priobalju</li> <li>- potencijalni ekološki problemi uslijed razvoja turizma</li> <li>- nezainteresiranost lokalnog stanovništva za razvoj turizma</li> <li>- migracije stanovništva</li> <li>- pojava terorizma, pljački, nasilja</li> </ul>

IZVOR: obrada autora prema Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120\\_1-sast\\_medjmint\\_vijece.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf) (preuzeto 24.4.2023.)

U SWOT analizi snaga predstavlja resurse i prednosti koje zemlja posjeduje i koristi u turizmu. Povoljnim geografskim položajem Hrvatske lakše se povezuju središnje i južne zemlje Europe. Umjereno topla i sredozemna klima Hrvatske povoljne su za razvoj turističke djelatnosti. Mnoga zaštićena područja, primjerice parkovi prirode, privlače očuvanim okolišem, a bogata kulturno - povijesna baština privlačni je element ponude formiran događajima u prošlosti. Sigurnošću zemlje privlače se turisti koji se na putovanju žele osjećati zaštićeno i ne izloženo opasnostima, a gostoljubivost domaćina daleko je poznata izvan granica Lijepe naše. Slabosti kontinentalne Hrvatske smanjuje se uspješnost poslovanja turizma, primjerice loša cestovna i željeznička mreža. Iseljavanje iz kontinentalnog dijela zemlje posljedica je nedovoljne ponude ranih mjesta za mlado stanovništvo zbog nedovoljne uključenosti nacionalnih tijela. Promocija kontinentalnog turizma, kao i sama ponuda slabija je u odnosu na priobalni, donosi manje prihode čime se smanjuje zainteresiranost turista za posjet. Nedovoljna educiranost stanovništva kao i slaba podrška poduzetnicima utječe na smanjenje razvoja specifičnih oblika turizma. Prilike predstavljaju promjene u okolini koje se mogu iskoristi za povećanje konkurentnosti. Prenamjenom postojećih objekata u turističke svrhe, izgradnjom novih objekata i razvojem specifičnih oblika turizma produljila bi se turistička sezona. Povećanom suradnjom između regija i unapređenjem prometne povezanosti i infrastrukture povećala bi se cjelogodišnja promocija specifičnih oblika turizma te bi se privukli strani investitori. Prijetnje se odnose na uvjete okoline koje negativno utječu na poslovanje, na koje se ne može utjecati. Ključna prijetnja turizmu kontinentalne Hrvatske jest konkurencija priobalnog turizma tijekom ljetne turističke sezone. Prilikom razvijanja specifičnih oblika turizma nastaju i ekološki problemi poput zagađenja i prenapučenosti prostora. Na nezainteresiranost lokalnog stanovništva ne može se utjecati ukoliko sami ne uoče brojne prednosti razvoja. Pojava terorizma, pljački i nasilja jedna su od najnegativnijih posljedica razvoja turizma na bilo kojem prostoru.

### **3.4. Turistički promet u kontinentalnoj Hrvatskoj**

Kontinentalni turizam Republike Hrvatske odnosi se na sve županije koje nemaju priobalni dio. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u dokumentu Dolasci i noćenja turista u 2022. godini poznati su slijedeći podatci o dolascima i noćenjima u županijama kontinentalne Hrvatske. U 2022. godini je u Zagrebačkoj županiji ostvareno 126 615 ukupno domaćih i stranih dolazaka, što donosi povećanje od 59,1% u odnosu na prethodnu 2021. godinu. Broj noćenja je porastao za 52,1% te je iznosio 229 238 noćenja. Krapinsko - zagorska županija zabilježila je porast od 16,9% ukupnih dolazaka te 21,7% više noćenja nego u prethodnoj godini. Porast

dolazaka i noćenja u 2022. godini zabilježen je i u Sisačko-moslavačkoj županiji. Ondje su dolasci porasli za čak 76,8% u odnosu na prethodnu godinu te je isto tako i broj noćenja porastao za 69,2%. U Karlovačkoj županiji dolasci su porasli za 33,2%, dok su noćenja sukladno porasla za 38,2% u odnosu na 2021. godinu. U Varaždinskoj županiji je broj dolazaka iznosio 21,9% više te se i broj noćenja povećao za 36,3%. Koprivničko-križevačka županija ostvarila je najmanji broj dolazaka i noćenja od svih županija kontinentalnog dijela Hrvatske, no svejedno je povećala taj broj u odnosu na prethodnu godinu i to za 37,2% više dolazaka i 34,2% više noćenja. Bjelovarsko-bilogorska županija ostvarila je prosječno povećanje dolazaka sa 46,1% te povećanje noćenja za 39,3%. U Virovitičko-podravskoj županiji također je 2022. godine ostvareno povećanje dolazaka i noćenja za prosječno pedeset posto. Broj dolazaka se povećao za 49,2%, dok su se noćenja povećala za 54%. U Požeško-slavonskoj županiji ostvareno je 53,2% više dolazak i 62,1% više noćenja u odnosu na 2021. godinu. Brodsko-posavska županija zabilježila je prosječno povećanje od 46,1% dolazaka i 47,1% noćenja u 2022. godini. Osječko-baranjska županija zabilježila je veće povećanje broja dolazaka za 43,3% od broja noćenja koji se povećao za 35,6%. Najveći porast broja dolazaka ostvarila je Vukovarsko-srijemska županija za čak 109,4% u odnosu na prethodnu godinu te je isto tako porastao i broj noćenja za 82,1%. U Međimurskoj županiji se također povećao broj dolazaka i noćenja. Dolasci su povećani za 36,3%, a noćenja za 41,6%. Na kraju, bitno je reći kako su se dolasci i u gradu Zagrebu povećali za 69,9% u odnosu na 2021. godinu te su se i noćenja povećala za 60,4%.<sup>15</sup> Važno je napomenuti kako je gotovo u svim županijama u ukupno ostvarenom broju dolazaka i noćenja više sudjelovalo stranih nego domaćih turista. Vidljivo je da je 2022. godine u svim županijama zabilježeno povećanje broja dolazaka i broja noćenja u odnosu na prethodnu 2021. godinu.

---

<sup>15</sup> Državni zavod za statistiku, Dolasci i noćenja turista u 2022.

## 4. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA U SKLOPU RAZVOJA KONTINENTALNOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Turistički rezultati Republike Hrvatske ne bi smjeli ovisiti o vremenskim prilikama te moru i suncu, a turistički sadržaji se ne bi trebali odnositi samo na obalni dio, već bi turizam trebao razviti cjelogodišnju ponudu i na kontinentalnom prostoru zemlje. Specifični oblici turizma jedan su od načina produljena turističke sezone, a u nastavku su opisani oni koji se mogu razviti na kontinentu Hrvatske poput zdravstvenog, kulturnog, poslovnog, ekoturizma, ruralnog, manifestacijskog, vjerskog i gastronomskog turizma.

### 4.1. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam potaknut je zdravljem, najstarijim i najjačim motivom turističkih kretanja. Hrvatska svojim komparativnim prednostima poput blizine velikim tržištima, sigurnosti zemlje, tradicijom, prirodnim ljepotama i povoljnom klimom može unaprijediti razvoj ovog oblika turizma.

Tablica 2. Ponuda pružatelja usluga zdravstvenog turizma kontinentalne Hrvatske

Wellness ponuda	Lječilišta	Specijalne bolnice	Klinike/Bolnice
Hoteli sa wellness sadržajima (oko 20) Toplice (sa smještajem: ➤ Terme Tuhelj ➤ Terme Jezerčica ➤ Terme Sveti Martin ➤ Toplice Lešće	➤ Bizovačke Toplice ➤ Lječilište Topusko ➤ Top Terme, Topusko	➤ Stubičke Toplice ➤ Krapinske Toplice ➤ Varaždinske Toplice ➤ Daruvarske Toplice ➤ Naftalan, Ivanić Grad ➤ Toplice Lipik	Javne zdravstvene ustanove: ➤ Klinički bolnički centri (3) ➤ Kliničke bolnice (3) ➤ Klinike (4) ➤ Opće bolnice (16) ➤ Poliklinike Privatne zdravstvene ustanove

IZVOR: (1) Ministarstvo zdravstva RH, <https://zdravlje.gov.hr/kontakti/kontakti-zdravstvenih-ustanova/bolnicke-zdravstvene-ustanove/2722>, (2) Nacionalni program - Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma

Posebno relevantni proizvodi zdravstvenog turizma obuhvaćaju: wellness turizam, lječilišni turizam i medicinski turizam u sferi javnog i privatnog sektora.<sup>16</sup> Trenutna zdravstveno - turistička ponuda raširena je diljem Hrvatske, a najveći dio ponude smješten u primorskoj i sjeverno - zapadnoj Hrvatskoj.

<sup>16</sup> Narodne novine, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, 2013, zdravstveni turizam

Medicinskim i holističkim wellness turizmom, koji se odvija u hotelima i lječilištima, postiže se duhovna i tjelesna ravnoteža. Medicinski wellness predstavlja provođenje zdravstveno - preparativnih i kurativnih programa, sa svrhom prevencije bolesti te unapređenja i očuvanja zdravlja uz multidisciplinarni tim. Holistički wellness podrazumijeva ostalu, nemedicinsku wellness ponudu koja uključuje razne masaže, kozmetičku njegu lica i tijela te pravilno korištenje spa vodenih sadržaja.<sup>17</sup>

Hotelski wellness centri glavni su akteri wellness ponude Hrvatske i sastavni sadržaj ponude hotela s 4 i 5 zvjezdica. U kontinentalnom dijelu Hrvatske prisutno je 20-ak hotela s uključenom wellness ponudom. Najčešći sadržaji wellness ponude hotela su:

- masaže
- tretmani ljepote
- saune
- unutarnji i vanjski bazeni
- fitness centri

Toplički kompleksi u kontinentalnom dijelu zemlje veliku pozornost pridaju otvorenim i zatvorenim bazenskim sadržajima, obogaćeni valovima, vodenim masažama, gejzirima, slapovima te toboganima i tematskim bazenima poput plivačkih i rekreacijskih. Dijelovi bazena u toplicama ispunjeni su ljekovitom ili termalnom vodom. Neki od topličkih kompleksa surađuju s medicinskim ustanovama, pružajući određene medicinske tretmane.

Hrvatska wellness ponuda međunarodno je konkurentna zbog visoke kvalitete opreme, usluge i sadržajnosti programa. Problem nastaje u sezonalnosti ovog oblika turizma jer do najveće potražnje dolazi u ljetnim mjesecima, u izostanku regulative vezane uz medicinsku opremljenost osoblja koje pruža wellness usluge te ograničenost uvođenja medicinskih komponenta u hotelske wellnesse. Smanjenjem cijena tretmana, sauna, wellness paketa i ulaznica za bazene wellness ponuda ostvarivala bi veću posjećenost i popularnost u zimskim mjesecima i tako povećala poslovanje i dolazak turista tijekom cijele godine u kontinentalni dio Hrvatske.

Lječilišni turizam odvija se u lječilištima i specijalnim bolnicama uz stručno i kontrolirano korištenje prirodnih ljekovitih činitelja, mineralnih ulja (naftalan) i termalnih izvora. Specijalizirane su za rehabilitaciju nakon raznih oboljenja uz stručno medicinsko osoblje i suvremenu medicinsku opremu kao ključan preduvjet razvoja, a većina ih se nalazi u

---

<sup>17</sup> Institut za turizam, Nacionalni program- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, 2014.

kontinentalnom dijelu zemlje. U zdravstvenim ustanovama i lječilištima sadržaji namijenjeni zdravstvenim turistima i HZZO pacijentima nisu odvojeni. Dodatnim ulaganjem u osuvremenjivanje, povećanjem novih smještajnih kapaciteta, ulaganjem u obrazovanje, stručni kadar i aparaturu povećala bi se konkurentnost na međunarodnom tržištu. Također, potrebno je odvojiti bolničke pacijente od zdravstvenih turista u lječilištima kako bi svaki od njih dobio odgovarajuću skrb.

Medicinski turizam odvija se u ordinacijama, klinikama i poliklinikama te specijalnim bolnicama. Prodaje se kao proizvod koji uključuje medicinske usluge u turističke pakete. Čimbenici privlačenja medicinskog turizma odnose se na cjelokupno okruženje zemlje, zdravstvo, turizam i industriju zemlje te kvalitetu medicinskih objekata i usluga.<sup>18</sup> Medicinski turizam u Hrvatskoj povezuje se s ponudom specijaliziranih privatnih zdravstvenih ustanova za plastičnu kirurgiju, oftalmologiju, IVF, stomatologiju, ortopediju i fizikalnu terapiju jer velike javne medicinske ustanove ne pokazuju interes u smjeru razvoja medicinskog turizma. Najveća koncentracija ordinacija u kontinentalnom dijelu zemlje nalazi se u Zagrebu. Pristupačnim cijenama i kvalitetom usluga te kvalitetnim kadrom i opremljenosti ordinacija hrvatski medicinski turizam probija se na međunarodno tržište, iako je trenutna ponuda neorganizirana, premalo diversificirana i slabo prepoznatljiva.<sup>19</sup>

Promocija zdravstvenog turizma Hrvatske je ograničena te se svodi na napore pojedinih pružatelja usluga da promoviraju svoje usluge na stranicama hotela, lječilišta i drugih objekata za pružanje zdravstvenih usluga. Na Internet stranici Hrvatske turističke zajednice zdravstveni turizam se ne prezentira kao skupna kategorija, već kao „Wellness i zdravlje“, što je samo dio zdravstvenog turizma, dok je medicinski turizam u potpunosti izostavljen. Snalaženje na toj stranici je otežano bez konkretnih informacija o sadržajima i ponudi. Tiskani promotivni materijali usmjereni su isključivo na wellness ponudu. Za razvoj zdravstvenog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj potrebno je uložiti puno truda u njegovu promociju. Hrvatska turistička zajednica trebala bi dodatno promovirati zdravstveni turizam na svojim Internet stranicama, izdvojiti ga te isticati s wellness, lječilišnim i medicinskim objektima, napisati ponešto o svakom te staviti direktne linkove na njihove stranice. Dodatnom inicijativom

---

<sup>18</sup> Padilla- Melendez i Rosa del Aguila- Obra, Health Tourism: Conceptual Framework and Insights from the Case of a Spanish Mature Destination; Tourism & Management Studies, 2016.

<sup>19</sup> Institut za turizam, Nacionalni program- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, 2014.

nacionalnih tijela, ulaganjem u postojeće izgrađene kapacitete i suradnjom javnog sektora s klinikama i bolnicama potaknuo bi se razvoj medicinskog turizma.

## 4.2. Kulturni turizam

Glavni motiv kulturnog turizma je upoznavanje objekata i sadržaja kulturnog karaktera. Putem kulturnih manifestacija i aktivnosti upoznaje se prošlost i suvremeni život nekog mjesta. Povećanom potražnjom za osobnim kreativnim sudjelovanjem u turističkom doživljaju kao podvrsta kulturnog nastaje kreativni turizam koji putem radionica, tečajeva i istraživačkih aktivnosti omogućava upoznavanje baštine i destinacije.

Turističke politike i aktivnosti trebaju se provoditi poštujući umjetničku, arheološku i kulturnu baštinu, koju treba zaštititi i prenijeti budućim generacijama. Posebnu pozornost treba posvetiti očuvanju spomenika, svetih mjesta, arheoloških i povijesnih nalazišta, kao i unapređenju muzeja koji moraju biti otvoreni i dostupni posjetiteljima. Prema UNWTO-u kulturni turizam može se definirati kao „Vrsta turističke aktivnosti u kojoj je osnovna motivacija posjetitelja naučiti, otkriti, doživjeti i konzimirati materijalne i nematerijalne kulturne atrakcije i proizvode u turističkoj destinaciji.“<sup>20</sup> Atrakcije i proizvodi odnose se na skup materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih obilježja društva poput umjetnosti i arhitekture, povijesne, kulturne i kulinarske baštine, književnosti, glazbe, kreativne industrije i žive kulture s njihovim životnim stilovima, vrijednosnim sustavima, vjerovanjima i tradicijama.

Po ulozi koju kultura ima u motivaciji posjetitelja da putuju razlikuju se tri vrste turista:

- turisti motivirani kulturom - oko 5 do 15% turista, vole posjećivati atraktivna elitna kulturna događanja te vole da ih se tretira kao posebne goste
- turisti inspirirani kulturom - oko 30% turista u koju spadaju i lokalni stanovnici, privlače ih poznati kulturni lokaliteti, atrakcije i događaji, cjenovno su osjetljivi i traže vrijednost za novac, djelomično su motivirani kulturom te će atrakcije posjetiti ukoliko imaju vremena, ako su lako dostupne i ako nude vrijednost za novac
- turisti privučeni kulturom - čine oko 20% turista, oni ne planiraju posjet kulturnim atrakcijama, već će ih posjetiti ako su im ponuđene<sup>21</sup>

Kulturni turizam privlači posjetitelje visoke potrošnje, a istovremeno malo šteti okolišu i lokalnoj kulturi, dok pridonosi gospodarstvu i podršci razvoja kulture.<sup>22</sup> Upoznavanje kulturnih

---

<sup>20</sup> UNWTO, Tourism and culture

<sup>21</sup> Ministarstvo turizma, Strategija razvoja kulturnog turizma, 2003.

<sup>22</sup> Richards, What is Cultural Tourism?, 2003.



znamenitosti i događaja su prema istraživanju TOMAS Ljeto 2008. godine, osmi motiv dolaska turista u Hrvatsku.<sup>23</sup>

U razvoju kulturnog turizma kontinentalne Hrvatske postoje prioritete na koje se treba osvrnuti, a to su:

- oživljavanje povijesti - Living history
- promocija kulturnog turizma
- izgradnja novih suvremenih muzeja
- kreativne radionice
- tematske ceste/ rute
- suvremena kultura
- izgradnja centara za posjetitelje
- razvoj festivala i događanja
- edukacija dionika
- poticanje razvoja privatnog poduzetništva
- udruživanje u partnerstva
- ulaganja u restauraciju<sup>24</sup>

Iako kulturni turizam u Hrvatskoj nije sustavno razvijen, kultura je oduvijek bila sastavni dio turističke ponude. Izradom Strategije razvoja kulturnog turizma mnogi su se objekti kulturne baštine obnovili, organizirani su projekti u funkciji razvoja kulturno - turističkih proizvoda, izgrađeni su novi muzeji te su modernizirane muzejske postave. Došlo je do rasta zanimanja djelatnika u kulturi za uključivanje u turističku ponudu te se povećala ponuda paket aranžmana koju uključuju kulturu u svoju ponudu.<sup>25</sup> Kulturni turizam je afirmiran te pomaže u stvaranju turističkog imidža, a njegove strategije i akcije mogu imati pozitivan utjecaj na produljenje turističke sezone i proširenje potražnje. Kontinentalna Hrvatska povijesno je bogat prostor te obiluje kulturnim dobrima i običajima koja se mogu iskoristiti kao dio ponude kulturnog turizma.

### **4.3. Poslovni turizam**

Putovanja vezana za sudjelovanje na stručnim, političkim, znanstvenim, poslovnim i drugim skupovima glavni su motiv poslovnog turizma. Uključuje kongresni i sajamski turizam, sastanke s poslovnim partnerima te motivacijska nagradna putovanja zvana *insentive* turizam. U engleskoj literaturi poslovni turizam poznat je pod skraćenicom MICE - *Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions*. Poslovni turizam pruža priliku za razmjenu poslova, susretanje ljudi, znanstvenih spoznaja i promociju turističke ponude, pa je stoga jedan od najbrže rastućih oblika turizma. Neizravno utječe na razvoj svih tercijarnih djelatnosti - trgovine, ugostiteljstva

---

<sup>23</sup> Institut za turizam, Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, 2015.

<sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

i hotelijerstva, uslužnih djelatnosti i prometa.<sup>26</sup> Poslovni turisti zahtijevaju visoku kvalitetu usluge koja podrazumijeva točnost, pouzdanost, brzinu i informiranost te ostvaruju relativno visoku potrošnju. Najznačajnija prednost poslovnog turizma je cjelogodišnje poslovanje te osiguranje stalne zaposlenosti s punim radnim vremenom. Za uspješnost poslovnog turizma potrebno je unaprijediti smještajne kapacitete i prometnu infrastrukturu te osigurati kulturnu, zabavnu, rekreacijsku, ugostiteljsku i trgovačku ponudu destinacije.

Iako Hrvatska još uvijek nije iskoristila sve potencijale ponude, atraktivna je destinacija za organiziranje poslovnih skupova, ali na tržištu ne može konkurirati bez većih kongresnih kapaciteta. Najistaknutiji grad kontinentalne Hrvatske po poslovnom turizmu je grad Zagreb. Ponuda kongresnih dvorana za održavanja sastanaka ovdje je smještena u poznatim hotelima The Westin Zagreb, Sheraton Zagreb Hotel te Antunović Hotel Zagreb, dok su u ostatku kontinentalnog područja poznati Hotel Osijek i varaždinski Hotel Turist kao mjesta poslovnog turizma.<sup>27</sup>

Poslovni turizam na raspolaganju za razvitak mora imati privlačne, prometne i receptivne čimbenike. Hrvatski privlačni aspekt ogleda se u brojnim prirodnim i kulturno - povijesnim resursima te se nalazi na povoljnom geoprometnom položaju i križanju zračnih putova. Receptivni faktori čine ponudu namijenjenu prihvatu turista u sadržajima za smještaj, prehranu, razonodu, rekreaciju i zabavu. Kontinentalni dio Hrvatske treba se razvijati u pravcu izgradnje i preobrazbe hotela viših kategorija s velikim kongresnim dvoranama koje će omogućiti održavanje kongresnih manifestacija. Potrebno je uravnotežiti i ponuditi prepoznatljive i konkurentne sadržaje da bi se privukli ciljni segmenti turista tijekom cijele godine.

#### **4.4. Ruralni turizam**

Ruralni turizam, često nazvan agroturizmom i seoskim turizmom, prema definiciji Vijeća Europe iz 1986. poseban je oblik turizma i skupni naziv za razne aktivnosti koji se odvijaju na ruralnom prostoru. Kao ključne karakteristike ruralnog turizma mogu se istaknuti:

- očuvani okoliš
- domaća hrana
- odsutnost buke
- mirna sredina
- komunikacija s domaćinima

---

<sup>26</sup> Alkier Radnić, Herak i Rudančić- Lugarić, Poslovni turizam u funkciji unapređenja turizma grada Opatije, 2016.

<sup>27</sup> Hrvatska turistička zajednica

- upoznavanje seljačkih poslova.<sup>28</sup>

Ruralni turizam podrazumijeva boravak u seoskoj sredini koja posjetiteljima pruža čist zrak i prirodni ambijent, bavljenje raznim aktivnostima sudjelovanja u životu i radu u seoskom gospodarstvu te sudjelovanje u svečanostima i ostalim manifestacijama.

Na kontinentalnom prostoru Hrvatske nalazi se najveći dio ruralnog prostora. Unatoč raznovrsnoj i bogatoj atrakcijskoj osnovi, ruralni turizam u Hrvatskoj je slabo je razvijen, najviše zbog atraktivnosti morske obale i većih investiranja u maritimni prostor, ali i neravnomjerne raspoređenosti ponude. Razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj započeo je 1996. godine donošenjem Pravilnika o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu. Ruralni prostor zauzima 91,6% površine Hrvatske, a obilježava ga bio i društvena raznolikost.<sup>29</sup> Strateški ciljevi hrvatskog turizma u ruralnom području su: ravnomjerni regionalni razvoj, samozapošljavanje i motivacija mladih za ostanak na selu. Razvoj ruralnog turizma pomaže u očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju, štiti okoliš i pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovi održivog razvoja.<sup>30</sup> Razvojem masovnog turizma nastala je granica između maritimnog i ruralnog prostora, pa je kontinentalni ruralni prostor ostao turistički nerazvijen. Neadekvatno praćenje statistike posjeta ovog oblika turizma i slaba promocija kočje razvoj ruralnog turizma kontinentalne Hrvatske.<sup>31</sup>

Najznačajnije područje kontinentalne Hrvatske u ruralnom turizmu je prostor Slavonije i Baranje, bogat turističkim atrakcijama, termalnim i ljekovitim vodama, nezagađenim okolišem, svetištima, vinskim cestama, parkovima prirode, kulturnom baštinom, kuhinjom te poznatim slavonskim gostoprimstvom domaćina. Ovaj prostor treba iskoristiti resurse koje posjeduje razvojem ruralnog turizma jer niske cijene proizvoda i usluga ondje privlače turiste s ograničenim budžetima za vrijeme putovanja. Problem u razvoju ruralnog turizma je manjak novostvorenih turističkih atrakcija, nedostatak poduzetničkih znanja, vještina i promocije. Razvoj ruralnog turizma na prostoru Međimurja potaknuo bi stvaranje dodatnog prihoda domaćinstvima, povećao kvalitetu života te ublažio depopulaciju regije. Seoski turizam treba se razvijati u svrhu revitalizacije ruralnih područja ulaganjem poduzetnika, prezentacijom tradicije kroz narodne običaje i tradicijske zanate, proizvodnjom tradicionalnih proizvoda i

---

<sup>28</sup> Naglav, Martinović i Mrvica Mađarac; Ruralni turizam u Osječko- baranjskoj županiji- stanje i perspektive, 2019.

<sup>29</sup> Demonja i Ružić, Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, 2010.

<sup>30</sup> Hrvatska gospodarska komora, Ruralni turizam Hrvatske, 2015.

<sup>31</sup> Kušen, Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno, Ruralni turizam, str.167.-190.

očuvanjem okoliša. Međimurska županija nudi zdravu klimu, prostore za rekreaciju, prometnu povezanost, tradicionalnu kuhinju, pjesmu, glazbu i ples.<sup>32</sup>

Za razvoj ruralnog turizma kontinentalne Hrvatske potrebno je iskoristiti dostupne resurse, postupno planirati razvoj, osigurati održivost sustava te ulagati u edukaciju članova lokalnih zajednica da se uključe u ruralnu ponudu turizma.

#### **4.5. Lovni i ribolovni turizam**

Lovni i ribolovni turizam namijenjen je osobama koje se u slobodno vrijeme bave lovom i športskim ribolovom. Lovstvo se definira kao djelatnost uzgoja, zaštite, lova i korištenja divljači te umijeće i vještinu hvatanja ili odstrela divljači. Ribolov se definira kao aktivnost izlova ribe i morskih plodova, a dijeli se na slatkovodni i morski. U području kontinentalne Hrvatske provodi se slatkovodno ribarstvo koje uključuje ribolov, poribljavanje, akvakulturu te zaštitu riba i staništa. Aktivnosti lova i ribolova provode se tijekom cijele godine ovisno o kalendaru lovidbe, a sudionici moraju imati valjane lovne iskaznice. U sklopu lova i ribolova teži se očuvanju biološke i ekološke ravnoteže flore i faune te brizi o životinjskim vrstama.

Prostor kontinentalne Hrvatske svojim zemljopisnim položajem, očuvanom prirodom, florom i faunom, rijekama, jezerima, brdima i ravninama pogodan je za bavljenje lovom i ribolovom. Gosti lovnog turizma obično su veće platežne moći te troše više od gostiju masovnog turizma, što može pridonijeti gospodarstvu kontinentalnih krajeva. Od razvoja lovnog turizma korist imaju i prateće djelatnosti primjerice ugostiteljstvo, smještaj te prijevoznici. U sklopu ovog turizma organiziran je i posjet lovištima, odstrel divljači te promatranje i snimanje divljači poznat kao fotosafari.<sup>33</sup>

Lovno - turističku ponudu Hrvatske karakterizira velik broj neiskorištenih lovnih potencijala, neprikladni smještajni kapaciteti te neadekvatna ugostiteljska ponuda uslijed koje ostvaruje niže prihode te tako nije zadovoljavajuće pozicionirana kao lovna destinacija. Ciljevi razvoja hrvatskog kontinentalnog lovnog turizma su: intenzivnija promocija lovnih destinacija, obrazovanje lokalnog stanovništva, obnova i izgradnja prikladnih smještajno - ugostiteljskih lovnih kapaciteta, razvoj elitnog lovnog turizma, zaštita lovnih resursa, djelotvorna lovočuvarska služba i poticanje transparentnog financijskog sustava u lovstvu.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Grgić, Hadelan, Krznar i Zrakić; Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?, 2017.

<sup>33</sup> Portal Privatni smještaj, Lovni turizam u Hrvatskoj

<sup>34</sup> Kovačević i Kovačević, Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno, Lovni turizam, str. 191.-213.

Slavonija, Baranja i Srijem smještene u ravnici kontinentalnog dijela zemlje, bogate su gorama, rijeka, jezerima i močvarama te imaju veliki potencijal za razvoj lovnog turizma. Dostupne su i prateće gastro aktivnosti, vinski podrumi te posjeti parkovima prirode Kopački rit i Papuk. Ovdje je popularan lov na jelena, srnjake, divlje svinje te sitnu, pernatu i dlakavu divljač, poput prepelica, fazana, zečeva i divljih patki. Prostor Prigorja, Međimurja, Podravine i Hrvatskog zagorja smješten u središnjem dijelu zemlje karakteriziraju bregovi, dvorci i utvrde, obrađena polja, gastronomska i enološka ponuda te termalni izvori. U Zagorju i Međimurju najveći je odstrel prepelica, patke, zeca, fazana i srneće divljači, u Podravini se najviše lovi sitna divljač, jeleni i srnjaci, divlje svinje i prepelice, a u Prigorju srnjaci, divlje svinje i sitna divljač.

Prostor Like, odlično prometno povezan s ostatkom Hrvatske, najveći potencijal lovnog turizma ima iz rijeka, jezera i planinskih vrhova. U šumama žive jeleni lopatari, lisice, kune i jazavci, divlje mačke, risovi, vukovi, medvjedi i divlje svinje. U planinskom kršu obitavaju divokoze, kozorozi i mufloni, a od pernate divljači najzastupljenije su prepelice, divlje patke, jarebice, fazani, divlje guske, golubovi te veliki tetrijeb.<sup>35</sup> Slavonija i Baranja ima povoljne preduvjete i za ribolovni turizam te se u okviru obiteljskih gospodarstava organiziraju se mnoga natjecanja u ribolovu. Odlična mjesta za ribolov su brojni kanali na rijekama Dunav i Drava te se tamo love dunavski šaran, som i smuđ. Likom i Gorskim Kotarom teku rijeke Korana i Gacka u kojima se nalaze lososi i pastrve, dok u rijeci Kupi plivaju pastrve i šarani. Prednosti lovnog i ribolovnog turizma u kontinentalnom turizmu Hrvatske su: produženje turističke sezone, proširenje i diversifikacija turističke ponude, upoznavanje turista s lovnom i ribolovnom baštinom područja te povećanje prihoda osoba koje se bave tim oblikom turizma, lokalne zajednice i Hrvatske.

#### **4.6. Ekoturizam**

Ekoturizam podrazumijeva odmor u očuvanoj prirodi i promicanje zaštite okoliša. UNWTO je ekoturizam definirao kao „Sve oblike prirodnog turizma kojima je glavna motivacija turista promatranje i uvažavanje prirode i tradicionalnih kultura koje dominiraju u prirodnim područjima“. Ekoturizam sadrži edukacijske i interpretacijske komponente, obično se organizira za male skupine, podržava zaštitu prirodnih područja ostvarivanjem ekonomskih koristi za zajednice i organizacije, stvara radna mjesta i mogućnost zarade lokalnim zajednicama.

Dva osnovna cilja ekoturizma su:

---

<sup>35</sup> Portal Privatni smještaj, Odredišta lovnog turizma u Hrvatskoj

- svođenje negativnih utjecaja na mjesto koje se posjećuje na minimum i pridonijeti održivom razvoju lokalnoj zajednici i cijelom području
- stvaranje svijesti o očuvanju okoliša među lokalnim stanovništvom i turistima

Održivi turizam širi je pojam od ekoturizma, odnosi se na sve turističke aktivnosti, bez obzira na motivaciju i uključuje sve poznate oblike turizma. Udovoljava potrebama turista i domicilnog stanovništva, čuva resurse budućeg razvoja te upravlja resursima tako da se zadovolje osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi.

Ekoturizam se prvotno razvija u područjima s određenim stupnjem zaštite okoliša te je početak razvoja vezan uz osnivanje prvih nacionalnih parkova u Hrvatskoj, Plitvičkih jezera i Paklenice, osnovanih 1949. godine. Tada se pojam ekoturizma nije koristio, ali su nacionalni parkovi poticali ekološku edukaciju posjetitelja i stanovništva te zaštita prirodnih područja uz postizanje ekonomske koristi. Počekom 19. stoljeća izdani su prvi stručni časopisi „Priroda“ i „Hrvatski planinar“ te se od tada govori o zaštiti prirode u Hrvatskoj. Donošenjem Zakona o zaštiti spomenika kulture i prirodnih rijetkosti, 1945. godine, počela se razvijati zaštita prirode u suvremenom smislu. Zaštićena područja u Hrvatskoj danas pokrivaju 10,8% ukupne površine, od čega 9,9% kopnenog dijela i 1% mora. U nacionalnim parkovima zabranjene su aktivnosti koje bi mogle negativno utjecati na okoliš, dok su one uz određene mjere i nadzor u parkovima prirode dopuštene.<sup>36</sup>

Ekoturizam ističe se kao poželjan oblik turističkog razvoja, a Hrvatska posjeduje bogate resurse za njegov razvoj. Izostanak poticaja, nedovoljno razumijevanje pojma ekoturizam, manjak educiranih kadrova te pretjerana orijentacija na turizam u priobalju glavni su problemi ne razvoja ekoturizma. Razvoj ekoturizma u Hrvatskoj ograničen je na zaštićena područja u kojima nema adekvatnih smještajnih kapaciteta, a uslijed nedostatka sredstava, zaštita okoliša provodi se više deklarativno nego stvarno što ne zadovoljava zahtjeve ekoturista. Kako bi se mogla provoditi kontrola kvalitete, ekoturizam podrazumijeva višu cijenu ulaznica koju turisti često nisu spremni platiti. Važno je uključiti lokalno stanovništvo u osmišljavanje i organiziranje aktivnosti ekoturizma. Odličan alat za promicanje ekoturizma u prostorima očuvane prirode bila bi izgradnja ekohotela. Potrebno je stvoriti smjernice i politike na državnoj i nižim razinama kako bi se zaštitila prirodna i kulturna baština te omogućio razvoj ekoturizma koji bi donio ekonomske koristi i osigurao dobrobit lokalnog stanovništva kontinentalne Hrvatske.

---

<sup>36</sup> Gatti i Klarić, Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno, Ekoturizam, str. 149.- 165.

## 4.7. Vjerski turizam

Vjerski turizam osim religijskih i duhovnih, obuhvaća kulturne i društvene motive te podrazumijeva posjet važnim religijskim lokalitetima. Zbog komponente, hodočašća, smatra se najstarijim oblikom turizma. Sve svjetske religije imaju sveta mjesta koja prigodno posjećuju. Primarno, vjerski turizam privlači religiozne i duhovne turiste, ali je namijenjen i ostalim interesnim skupinama. Čine ga dvije osnovne komponente: duhovna i kulturna, pa privlači i turiste koji nisu motivirani vjerskim potrebama, dok je hodočasnički turizam motiviran isključivo vjerskim potrebama. Pojavni oblici vjerskog turizma su:

- hodočašće - grupni ili individualni posjet svetim mjestima
- masovna okupljanja - uoči obilježavanja religijskih blagdana i obljetnica
- obilazak i posjet značajnijim religijskim mjestima i objektima - u sklopu turističkog aranžmana

Kako bi neka destinacija imala predispozicije za razvoj vjerskog turizma, bitno je da raspolaže atrakcijskom osnovom te turistički valoriziranim atrakcijama jer ako posjeduje sakralne objekte, a oni nisu uključeni u ekonomske, socijalne i razvojne planove, nisu uključeni ni u razvoj vjerskog turizma. Za vjerski turizam također je važna razvijenost infrastrukture, smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih objekta, javnih usluga, dodatnih sadržaja, prometnica i slično.

U Hrvatskoj vjerski turizam ima dugu i bogatu povijest, obiluje sakralnim svetištima i povijesno-kulturnim spomenicima. Jedan je od najznačajnijih specifičnih oblika turizma, a njegov potencijal je veći od trenutno iskorištenog. Kontinentalni dio Hrvatske trebao bi poduzeti potrebne aktivnosti da aktivira vjersko-turističke potencijale te da se vjerski turizam nađe u koncepcijama razvoja određenih regija, gradova i zemlje. Potrebno je registrirati najvažnije sakralne objekte i svetišta, organizirati, popularizirati i educirati stanovništvo te prezentirati vjerski turizam i načine ekonomske valorizacije.<sup>37</sup> Vjerski turizam se tijekom povijesti razvijao oko marijanskih svetišta koja su i danas uključena u turističku ponudu.

U okviru hrvatskog vjerskog turizma najistaknutija su hodočašća na temelju kojih se zasniva ovaj oblik turizma. Marijanska hodočašća koja se nalaze na prostoru kontinentalnog dijela Hrvatske su:

---

<sup>37</sup> Vizjak, Vjerski turizam kao novi oblik turizma, 1993., str. 141.-148.

- zagrebačka nadbiskupija: Marija Bistrica, Zagreb, Sljeme, Remete, Stenjevec, Čučerje, Kamensko, Dol, Trški Vrh, Vinagora, Lobar, Belec, Volavje, Vukovina, Kloštar Ivanić, Kutina, Molve, Močile, Sveta Marija, Lepoglava, Nova Rača, Križevci
- đakovačka nadbiskupija: Aljmaš, Osijek, Bapska, Ilača, Sotin, Šumanovci, Dragotin, Slavonski Brod, Voćin, Pleternica, Slavonski Kobaš, Kutjevo, Velika, Tekije, Morović, Srijemski Karlovci.<sup>38</sup>

Svetište Marija Bistrica je najpopularnije, najposjećenije i najveće marijansko svetište u Hrvatskoj. Nalazi se na kontinentalnom dijelu zemlje u istoimenoj općini. Svetište se počelo razvijati nakon Domovinskog rata te ga posjeti oko 900.000 hodočasnika godišnje. Ludbreg je grad u Varaždinskoj županiji u kontinentalnoj Hrvatskoj i mjesto je vjerskih hodočasnika. Ondje se nalazi rimokatolička župna crkva Presvetog Trojstva i Svetište Predragocjene Krvi Kristove.

Ključni problem razvoja ovog oblika turizma je neizgrađena strategija razvoja vjerskog turizma od strane Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice te isto tako oskudna turistička statistika o vjerskom turizmu, dostupna isključivo za pojedine destinacije. Problem stvaraju neadekvatni smještajni kapaciteti i loša sveukupna ponuda te orijentiranost na domaće posjetitelje koji ograničava dolazak stranih turista, širenje i prepoznatljivost na međunarodnom tržištu.

#### **4.8. Manifestacijski turizam**

Manifestacijski turizam relativno je novi oblik turizma, nastao kao odgovor na želje i zahtjeve suvremenih turista koji žele iskusiti potpuni doživljaj destinacije, što mogu ostvariti posjetom manifestacija. Definira se kao marketinška i destinacijska strategija koja pomaže u ostvarenju potencijalnih ekonomskih koristi dobivenih organiziranjem manifestacija. Manifestacije obično podrazumijevaju velike skupine turista koje posjećuju događaje sportskog, zabavnog, kulturnog, vjerskog, poslovnog i sličnog karaktera. Njihova organizacija uključuje veliki broj sudionika ponude i ostalih popratnih aktivnosti. Manifestacije se mogu definirati kao organizirane društvene pojave specifičnog sadržaja, profilom sudionika, brojem posjetitelja i vremenom trajanja koje karakterizira značaj sadržaja, važnost sudionika, značaj rezultata, odnosno masovnost posjeta.<sup>39</sup>

Manifestacije se mogu organizirati uslijed raznih događaja, a najčešće se radi o proslavama:

<sup>38</sup> Laudato TV, Popis od 107 marijanskih svetišta u hrvatskom narodu

<sup>39</sup> Kesar, Specifični oblici turizma, 2015.



- nacionalnih praznika
- javnih događaja velika značaja
- iznimnih kulturnih ostvarenja
- sportskih događaja
- korporativnih proslava
- sajмова
- planiranja novih proizvoda<sup>40</sup>

Kako bi se manifestacija smatrala uspješnom važno je da organizator ispuni određene ciljeve, a to su:

- privlačenje većeg broja turista
- katalizator za urbanu regeneraciju
- bolji imidž destinacije
- poboljšanje marketinga
- bolja valorizacija atrakcija i lokaliteta<sup>41</sup>

Najpoznatija manifestacija u kontinentalnom dijelu Hrvatske je Advent u gradu Zagrebu organiziran kao tradicionalna predblagdanska manifestacija održavana na nekoliko lokacija u centru grada te je bogata kulturno - zabavnim programom i gastronomskom ponudom. Neke od ostalih manifestacija u zagrebačkoj županiji su: Lipanjska pozornica, Međunarodna zelinska gljivarijada, Festival igračaka, enološka manifestacija Škrletovo, Tour de Marča, Izložba vina kontinentalne Hrvatske, Svetoivanjski dani, Kupske večeri, Etno Pesarovina, Bučijada, Zelinska kestenijada. U Krapinsko - zagorskoj županiji organizira se manifestacija Tabor film festival, dok je u Varaždinskoj županiji tradicionalno organiziran festival Špancirfest.

Organizacijom manifestacija u kontinentalnom dijelu Hrvatske ostvarila bi se prepoznatljivost ovog prostora, zatim bi se povećala prosječna duljina boravka u destinaciji, povećali bi se prihodi gradova domaćina u kojem se manifestacija održava, osiguralo bi se dodatno zapošljavanje domicilnog stanovništva i povećala potreba za dodatnom radnom snagom, potaknula bi se izgradnja objekata i preusmjerenje turističkih tokova iz primorskih krajeva zemlje, unaprijedili bi se poslovni subjekti ponude i javnog sektora, podigla bi se kvaliteta ponude i ojačala konkurentnost te bi se proširilo turističko tržište Hrvatske.

---

<sup>40</sup> Pivčević, Upravljanje manifestacijama, 2015., str. 6

<sup>41</sup> Oklobdžija, The role of events in tourism development, 2015., str. 83.-97.

## 4.9. Gastronomski turizam

U oblikovanju posebnih turističkih doživljaja, gastronomija i gastronomski trendovi postaju sve značajniji čimbenik. Gastronomija se definira kao vještina u pripremanju, gotovljenju i posluživanju jela i pića. Hrana je najbolji predstavnik kulture nekog naroda i regije, a kuhinja odražava povijest i specifičnosti određenog kraja. Gastronomija je sastavni dio svakog turističkog putovanja obzirom da upotpunjuje doživljaj destinacije, no posebni turistički proizvodi temeljeni na gastronomskom naslijeđu i trendovima temeljni su motiv putovanja za određene segmente turista.

Gastronomski turizam visoko je dohodovan jer privlači turiste s višim prihodima te na taj način može biti dobra strategija za razvoj lokalnog i regionalnog gospodarstva.<sup>42</sup> Gastro turisti educirani su i zahtjevni segment jer prate trendove i isto očekuju od vlasnika ugostiteljskih objekata, bitna im je vrijednost za novac, traže vrhunsku kvalitetu usluge, razvijaju svijest o zdravlju te žele doživjeti nova iskustva uz pomoć hrane. Gastronomija je u okruženju sveopće globalizacije postala jedno od najznačajnijih sredstava očuvanja identiteta pojedinih destinacija.<sup>43</sup>

Hrvatska oblikuje brojnim ugostiteljskim objektima od kojih su za gurmane najzanimljiviji restorani i gostionice s autohtonom hrvatskom kuhinjom.<sup>44</sup> Nudi najpopularnija domaća jela i specijalitete te jela standardne europske kuhinje. Gastronomija ima potencijal produljenja turističke sezone i važnu ulogu u formiranju turističkih proizvoda. Geografska podijeljenost Hrvatske na panonsku, dinarsku i jadransku regiju uvjetuje regionalne razlike u prehrani i ponudi jela. Veliki potencijal u razvoju ovog oblika turizma leži u kontinentalnoj Hrvatskoj koja je poznata po tradicionalnim jelima i pripremi istih.

Biseri hrvatske kuhinje su jela koju su se tradicionalno pripremala za blagdane, poljske radove, berbe, kolinje i post. Naziv autohtono jelo mora ispuniti određene kriterije: da je izvorno (staromodno), bez stranog utjecaja te da je način obrade namirnica ili jela starinski od vrste termičke obrade do vrsta posuda u kojoj se priprema. Jedno od najpoznatijih autohtonih jela kontinentalne Hrvatske je kotlovina. Popularan je i slavonski domaći kulen proizveden u tradicionalnom svinjogojskom podneblju.

---

<sup>42</sup> Bakan i Salopek, Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju, 2015.

<sup>43</sup> Hjalager i Richards, Tourism and Gastronomy, 2002.

<sup>44</sup> Drpić i Vukman, Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj, 2014.

Najpoznatije tradicijsko jelo Hrvatskog zagorja su zagorski štrukli, koji se mogu pripremiti kuhanjem i pečenjem, a mogu biti slani ili slatki. Osnovni sastojci štrukli su vučeno tijesto punjeno kravljim sirom, kiselim vrhnjem i jajima. Ovdje se radi i tradicionalna bučnica od mlade tikve ili buče. Na sjeverozapadnom području Hrvatske poznati su medičarski obrti i tradicionalna proizvodnja meda, proizvoda od meda i svijeća. Najpopularnija slastica su samoborske kremšnite. Certifikat autohtonosti dobili su varaždinski klipići, a sisačka češnjovka autohtona je kobasica Posavine. Jela u Slavoniji i Baranji karakterizira začinjenost i obilne porcije, neka od njih su: čobanac, riblji paprikaš s domaćom tjesteninom, čvarci, jela od divljači i riječnih riba, snetina s brusnicama, roštilj, okruglice s kruhom, odresci punjeni slavonskom šunkom, sirom ili gljivama, kompot od dunja, jabuka i krušaka, pržena cvjetača u tijestu i konjske kobasice.

Na prostoru Zagorja, Međimurja i Podravine poznata su: purica s mlincima, kuhana svinjska koljenice, krvavice s kiselim kupusom, kotlovina, štrukli, pohana piletina, variva od graha i buče, kiselog kupusa i koprive te juhe od peradi i gljiva. Iako su mnoga jela kontinentalne Hrvatske postala svjetski poznata, dio turističke ponude još uvijek ih nije uvrstila na svoje jelovnike.

## ZAKLJUČAK

Hrvatska je zemlja koja raspolaže velikim bogatstvom resursa koje je moguće iskoristiti za povećanje razvoja turizma. Republika Hrvatska orijentirana je na poslovanje i razvoj turizma u priobalju, uz Jadransko more, i ljetnu turističku sezonu koja uz niža financijska ulaganja i manje truda u razvoj, donosi velike financijske prihode u turizmu. Kao glavni problem javlja se sezonalnost turističkog poslovanja Republike Hrvatske. Kontinentalni dio zemlje koji obuhvaća nizinski panonsko - peripanonski prostor te planinski prostor Gorskog kotara i Like predstavlja područje na kojem se nalaze vrijedni potencijali koji se mogu učinkovito iskoristiti u razvoju turizma i pomoći u produljenje turističke sezone na cjelogodišnje poslovanje. Dostupnim resursima ovih prostora može se proširiti potražnja na kontinentalne dijelove te tako kreirati novi turistički doživljaji i potaknuti gospodarski razvoj prostora. Poljoprivreda koja većinom glavna asocijacija kada se spomene kontinentalna Hrvatska nikako ne bi smjela biti jedina asocijacija na taj prostor koji obiluje prirodnim i kulturnim bogatstvima, biljnim i životinjskim vrstama, zaštićenim područjima, urbanim središtima, jedinstvenom gastronomijom, raznim manifestacijama, tradicijom, običajima, autohtonim proizvodima i gostoljubivošću lokalnog stanovništva. Spomenuti resursi omogućuju razvoj specifičnih oblika turizma poput zdravstvenog, kulturnog, poslovnog, ruralnog, lovnog i ribolovnog, ekoturizma, manifestacijskog, vjerskog te gastronomskog turizma na kontinentalnom prostoru zemlje. Navedeni specifični oblici turizma prilika su za smanjenje sezonalnosti obzirom da se oni mogu prakticirati tijekom cijele godine, jer nude razne oblike aktivnosti i zabave, a ne samo tijekom ljetne sezone orijentirane na odmor i opuštanje. Sve navedeno moguće je ostvariti sustavnim upravljanjem turizma. Potrebno je spomenute oblike turizma razvijati na način da se uvrste u razne strategije razvoja, stvoriti adekvatnu promociju, kako bi ih se prepoznalo kao vrijedne posjeta te uložiti dostatna financijska sredstva u razvoj istih. Potrebno je uložiti i u razvoj ostalih preduvjeta za lakši dolazak turista na kontinentalni prostor, što se ponajprije odnosi na ulaganje i razvoj prometne infrastrukture. Ključno je dodatno razviti zračni promet koji će omogućiti dolazak međunarodnih turista, razviti željeznički promet koji bi olakšao kretanje unutar zemlje te uložiti u obnovu prometnica, obzirom da je cestovni promet trenutno glavni oblik prijevoza kojim turisti dolaze u Republiku Hrvatsku. Sve aktivnosti turizma potrebno je provoditi i razvijati u okviru održivog turizma, kako ne bi došlo do zagađenja prostora, nekontrolirane izgradnje, uništenja prirodnih i kulturnih resursa. Međuregionalna suradnja, međusektorska suradnja te suradnja svih dionika, nositelja turističke ponude od iznimne je važnosti prilikom razvoja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske.

## **BIBLIOGRAFIJA**

### **Knjige:**

Čokonaj, Emil, Zlatko Pepeonik i Vjekoslav Robotić. Turistička geografija. 1. izd. Zagreb: Meridijani, 2003.

Čorak, Sandra, Vesna Mikačić i Željko Trezner. Osnove turizma. Zagreb: Školska knjiga, d.d., 2009.

Kesar, O. Specifični oblici turizma. Nastavni tekst za predavanje na kolegiju Specifični oblici turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, Zagreb, 2015.

Klarić, Zoran i Petra Gatti. Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno. Ekoturizam, Zagreb: Institut za turizam, 2006., str. 149. - 165.

Kovačević, Branko i Marina Kovačević. Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno. Lovni turizam, Zagreb: Institut za turizam, 2006., str. 191.-213.

Kušen, Eduard. Hrvatski turizam- plavo, bijelo, zeleno. Ruralni turizam, Zagreb: Institut za turizam, 2006., str. 167. - 190.

Pivčević, S. Upravljanje manifestacijama- nastavni materijali. Split: Ekonomski fakultet Split, 2015., str. 6.

### **Članci:**

Alkier Radnić, Romina, Ivan Herak i Andreja Rudančić - Lugarić. Poslovni turizam u funkciji unapređenja turizma grada Opatije. Opatija: Ekonomski vjesnik, 2016., str. 540. - 548.  
Preuzeto 10.5.2023.: <https://hrcak.srce.hr/file/172160>

Bakan, Rikard i Davor Salopek. Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju. Br.1., vol.6., 2015., str. 105. - 110.

Butler, R.W. Seasonality in tourism; issues and problems. Chichster: Wiley and Sons, 1994., str. 332. - 339.

Demonja, Damir i Pavlo Ružić. Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Meridijani, 2010., br.3., str. 899. - 911., Preuzeto 12.5.2023.: <https://hrcak.srce.hr/file/107847>

- Drpić, Katarina i Marko Vukman. Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj. Split: Praktični menadžment, br.1. vol.5., 2014., str. 62. - 67. Preuzeto 16.5.2023.: <https://hrcak.srce.hr/file/199011>
- Grgić, Ivo, Lari Hadelan, Stjepan Krznar i Magdalena Zrakić. Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?. Zagreb: Agronomski fakultet Zagreb, 2017. Preuzeto 12.5.2023.: <https://hrcak.srce.hr/file/280899>
- Hjalager, Anne-Mette i Greg Richards. Tourism and Gastronomy. London, 2002. Preuzeto 16.5.2023.: [https://www.researchgate.net/publication/322925141\\_Tourism\\_and\\_Gastronomy](https://www.researchgate.net/publication/322925141_Tourism_and_Gastronomy)
- Hylleberg, S. General introduction. Oxford: Oxford University Press, 1992., str. 3. - 14.
- Koenig- Lewis, N. i Bischoff, E.E. Seasonality research: The state of the art. International Journal of Tourism Research, 2005., str. 201. - 219.
- Kozić, Ivan. Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?. Zagreb: Institut za turizam, br. 2/2013, 2006., str. 470.- 480.
- Naglav, Klea, Natali Martinović i Sandra Mrvica Mađarac. Ruralni turizam u Osječko-baranjskoj županiji- stanje i perspektive. Vukovar: Časopis za ekonomiju i politiku tranzicije, 2019. Preuzeto 12.5.2023.: <https://hrcak.srce.hr/file/342743>
- Oklobdžija, S. The role of events in tourism development. Br.2., vol. 6., 2015., str. 83. - 97.
- Padilla- Melendez, Antonio i Ana Rosa del Aguila- Obra. Health Tourism: Conceptual Framework and Insights from the Case of a Spanish Mature Destination. Tourism & Management Studies, 2016.
- Richards, Greg. What is Cultural Tourism?., 2003.
- Vizjak, Ana. Vjerski turizam kao novi oblik turizma. Opatija: Vjesnik, 1993., str. 141. - 148. Preuzeto 15.5.2023.: <https://hrcak.srce.hr/clanak/331951>

## Internet izvori:

1. Državni zavod za statistiku. Dolasci i noćenja turista u 2022. Zagreb, 2023., Preuzeto 4.6.2023.: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>
2. Hrvatska gospodarska komora. Ruralni turizam Hrvatske. 2015., Preuzeto 12.5.2023.: <https://www.hgk.hr/documents/hgkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf>
3. Hrvatska turistička zajednica. Top 10 kongresnih hotela u Hrvatskoj. Preuzeto 10.5.2023.: <https://croatia.hr/hr-hr/poslovni-turizam/novosti-ideje-trendovi/top-10-kongresnih-hotela-u-hrvatskoj>
4. Laudato TV. Popis od 107 marijanskih svetišta u hrvatskom narodu. Preuzeto 15.5.2023.: <https://laudato.hr/Novosti/Zanimljivosti/Popis-od-107-marijanskih-svetista-u-hrvatskom-naro.aspx>
5. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Turizam, Vrste i oblici turizma. 2021. Preuzeto 22.5.2023.: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>
6. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, hrvatska.eu zemlja i ljudi. Klimatska obilježja. Preuzeto 23.4.2023.: <https://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=10>
7. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, hrvatska.eu zemlja i ljudi. Reljefne cjeline. Preuzeto 23.4.2023.: <https://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=7>
8. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, hrvatska.eu zemlja i ljudi. Rijeke i jezera. Preuzeto 23.4.2023.: <https://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=9>
9. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, hrvatska.eu zemlja i ljudi. Zaštićena priroda. Preuzeto 23.4.2023.: <https://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=13>
10. Ministarstvo turizma. Nacionalni program- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma. Zagreb: Institut za turizam, 2014. Preuzeto 27.4.2023.: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608\\_AP\\_%20Zdravstveni%20turizam.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf)
11. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma. Zagreb: Institut za turizam, 2015. Preuzeto 8.5.2023.: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001\\_160128-AP\\_kulturni.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf)
12. Ministarstvo turizma. Strategija razvoja kulturnog turizma. Zagreb, 2003. Preuzeto 4.5.2023.: <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/73.%20-%201.4.pdf>
13. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Zagreb, 2013., str. 30. Preuzeto 24.4.2023.: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120\\_1-sast\\_medjmint\\_vijece.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf)

14. Narodne Novine. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Zagreb, 2022. Preuzeto 22.5.2023.: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html)
15. Narodne Novine. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Zagreb, 2013., zdravstveni turizam. Preuzeto 24.4.2023.: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_05\\_55\\_1119.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html)
16. Portal Privatni smještaj. Lovni turizam u Hrvatskoj. Preuzeto 14.5.2023.: <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/lovni-turizam-u-hrvatskoj>
17. Portal Privatni smještaj. Odredišta lovnog turizma u Hrvatskoj. Preuzeto 14.5.2023.: <https://portal.privatnismjestaj.hr/clanak/odredista-lovnog-turizma-u-hrvatskoj>
18. UNWTO. Tourism and culture. Preuzeto 4.5.2023.: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>



## **POPIS ILUSTRACIJA**

### **Popis tablica**

Tablica 1. SWOT analiza sadašnjeg stanja kontinentalnog turizma Republike Hrvatske .....	12
Tablica 2. Ponuda pružatelja usluga zdravstvenog turizma kontinentalne Hrvatske .....	15