

# Održivost turizma parkova prirode optimalnim korištenjem i umrežavanjem resursa

---

**Jaković, Božidar**

**Doctoral thesis / Disertacija**

**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:191:843785>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-30**



*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

Božidar Jaković

**ODRŽIVOST TURIZMA PARKOVA PRIRODE  
OPTIMALNIM KORIŠTENJEM I UMREŽAVANJEM  
RESURSA**

DOKTORSKI RAD

Opatija, 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Božidar Jaković

**ODRŽIVOST TURIZMA PARKOVA PRIRODE  
OPTIMALNIM KORIŠTENJEM I UMREŽAVANJEM  
RESURSA**

DOKTORSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana

Opatija, 2023.

UNIVERSITY OF RIJEKA  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

Božidar Jaković

**TOURISM SUSTAINABILITY OF NATURE PARKS  
BY OPTIMAL USE AND RESOURCES  
NETWORKING**

DOCTORAL THESIS

Opatija, 2023.

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

Doktorski rad obranjen je dana 7. rujna 2023. godine na Poslijediplomskom sveučilišnom doktorskom studiju „Menadžment održivog razvoja“ na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci, pred povjerenstvom u sastavu:

1. prof.dr.sc. Marinela Krstinić Nižić, predsjednica povjerenstva
2. prof.dr.sc. Oliver Kesar, član povjerenstva
3. prof.dr.sc. Zrinka Zadel, članica povjerenstva

## ZAHVALA

Proces izrade doktorskog rada složena je aktivnost koja zahtjeva fokusiranost i posvećenost radu doktoranda te vremenski kontinuitet pri izradi. Još značajnija komponenta je stručno i profesionalno vođenje te potpora doktorandu pri izradi doktorskog rada. Stoga je i proces izrade ovog doktorskog rada zahtijevao isti pristup, što je u konačnici dovelo do uspješnog završetka, ovog, zaista zahtjevnog pothvata.

Tijekom razdoblja izrade doktorskog rada, posebnu sam potporu te stručno i profesionalno vođenje imao od strane svoje mentorice, prof.dr.sc. Dore Smolčić Jurdana, koja je svojim pristupom poticala motivacijsku i opuštenu radnu atmosferu te svojim znanjem i sugestijama kontinuirano usmjeravala postupak izrade doktorskog rada po pojedinim fazama, zbog čega sam joj neizmjereno zahvalan. Jednako tako, zahvaljujem se Veleučilištu u Virovitici i kolegama koji su mi bili potpora na bilo koji način, kao i djelatnicima parkova prirode koji su pomogli pri anketiranju posjetitelja.

Posebnu zahvalu upućujem svojim roditeljima, koji su nesebično dali sebe te mi pružali potporu tijekom cijelog razdoblja studiranja na doktorskome studiju, a posebno tijekom izrade doktorskog rada kada je ponekada bilo teško, ali i naporno balansirati između rada i obiteljskog života. Zahvalan sam na svakom danu u kojem su pomagali supruzi i meni u svemu, a posebno sa dječicom. Također sam zahvalan svojim sestrama i braći na razumijevanju, potpori i pomoći kad god je trebalo te svojim nećacima koji su me pratili tijekom obilaska parkova prirode i anketiranja posjetitelja.

U konačnici, najveću zahvalu upućujem svojoj supruzi Katarini, koja je zajedno sa mnom prolazila i dijelila sve trenutke tijekom izrade doktorskog rada te s velikom ljubavlju, strpljenjem i nesebičnošću nadomještala moje izbjivanje u životu obitelji, posebno kod djece kojoj sam nedostajao u igri i odgoju, a koja su mi bila glavni izvor motivacije u pisanju doktorskog rada.

***Doktorski rad posvećujem svojoj obitelji, prije svega supruzi Katarini,  
svojim kćerima Margareti, Anastaziji i Esteri te sinčiću Josipu.***

## SAŽETAK

U doktorskom radu polazi se od činjenice da je održivost turizma temeljna koncepcija turističkog razvoja, što potvrđuju mnogobrojne studije kojima se nastoji doprinijeti poboljšanju održivosti turizma u različitim područjima i kontekstima. Budući da su zaštićena područja primarno zadužena za zaštitu izrazito osjetljivih i ugroženih resursa te vrijednosti samog područja, razvoj turizma u takvim područjima predstavlja trajni izazov unutar kojeg se trebaju kontinuirano optimizirati odnosi između zaštite i održivog korištenja resursa s ciljem održavanja ravnoteže između koristi i troškova, odnosno pritisaka. Stoga, usprkos brojnim istraživanjima u području održivog turizma, studije koje imaju za cilj novim spoznajama doprinijeti poboljšanju održivosti turizma u zaštićenim područjima su opravdane, posebno unutar kategorija koje su nedovoljno istražene.

S obzirom na istaknutu problematiku, doktorski rad je usmjeren na utvrđivanje pretpostavljenog doprinosa posjetitelja poboljšanju održivosti turizma parkova prirode u skladu s definiranim predmetnom istraživanja. Glavni cilj je uspostaviti te ispitati valjanost i pouzdanost konceptualnog modela za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

Pored teorijskog pregleda problematike i glavnih konstrukata konceptualnog modela, provedeno je empirijsko istraživanje sukladno postavljenom cilju i formuliranim hipotezama. Prikupljanje primarnih podataka provedeno je metodom anketiranja (*online* i *onsite* – na svim lokalitetima odabranih parkova prirode), korištenjem strukturiranog anketnog upitnika u okviru kojeg su čestice glavnih konstrukata mjerene Likertovom mjernom ljestvicom sa sedam stupnja intenziteta za potrebe testiranja formuliranih hipoteza. Prikupljanje i statistička obrada podataka provedena je na jednostavnom slučajnom uzorku kojeg čine 690 ispitanika između posjetitelja jednog od tri predmetna parka prirode (PP Lonjsko polje, PP Papuk, PP Žumberak – Samoborsko gorje). Testiranje formuliranih hipoteza provedeno je primjenom metode modeliranja strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM) i Kruskal-Wallis testa.

Temeljem provedenih analiza i dobivenih rezultata empirijskog istraživanja, potvrđeno je pet od ukupno sedam hipoteza koje su testirane primjenom metode PLS-SEM, dok je primjenom Kruskal-Wallis testa potvrđena jedna od ukupno dvije hipoteze. Metodom PLS-SEM potvrđena je pretpostavka multidimensionalnosti konstrukta spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode, kao i pozitivan, statistički značajan utjecaj pozitivne percepcije posjetitelja o



važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima te na spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Također je potvrđen pozitivan, statistički značajan utjecaj zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističkog doživljaja te utjecaj spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje turističkog doživljaja na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Primjenom Kruskal-Wallis testa, potvrđeno je postojanje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.

Doktorskim radom ostvaren je znanstveni doprinos na konceptualnoj, empirijsko-metodološkoj i aplikativnoj razini. U kontekstu konceptualnog doprinosa, sustavno su prikazane posebnosti i dosadašnja istraživanja predmetnih konstrukata konceptualnog modela, kao i područje održivog turizma, turizma u zaštićenim područjima te konverzije i održivog korištenja resursa u turizmu. Empirijsko-metodološki doprinos očituje se u dizajnu i prilagodbi instrumenta za mjerenje, ocjenjivanju konstrukata te prikazu izravnih, neizravnih i ukupnih utjecaja između konstrukata konceptualnog modela primjenom odgovarajuće metode multivarijatne statističke analize.

Doktorski rad doprinosi boljem razumijevanju potencijalnih pozitivnih utjecaja posjetitelja na održivost turizma parkova prirode na temelju percepcije o važnosti održivog korištenja resursa i zadovoljstva turističkim resursima, kao i na temelju spremnosti plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i jačanje održivosti turizma parkova prirode mjerenim na osnovi održivog korištenja i upravljanja resursima u parkovima prirode. Također, na aplikativnoj razini dane su smjernice za jačanje održivosti turizma u parkovima prirode optimalnim korištenjem i umrežavanjem različitih resursa na području parkova prirode, kao i preporuke za buduća istraživanja u turizmu zaštićenih područja, a posebno u turizmu parkovima prirode. Zaključuje se da su postignuti zadani ciljevi doktorskog rada, pri čemu je ujedno stvorena i osnova za buduća istraživanja u smjeru poboljšanja održivosti turizma u destinacijama s drugačijim ili sličnim obilježjima.

***Ključne riječi:*** održivi turizam, zaštićena područja, parkovi prirode, resursi, percepcija posjetitelja, turistički doživljaj, zadovoljstvo posjetitelja, spremnost plaćanja

## SUMMARY

Sustainable tourism can be seen as an approach that can provide solutions to the key challenges of tourism (ecological, social, and economic), all with the aim of ensuring permanent benefits to all parties involved, from the local community, region and environment in which tourism takes place, to quality assurance products, extraordinary experience, and visitor satisfaction. Therefore, for the destination to improve the tourism sustainability, it is necessary to optimally use and manage resources and stakeholders in the destination by applying appropriate strategies and tools with the aim of balancing expected benefits and unwanted costs. In this context, it is assumed that sustainable tourism should deliver the expected benefits to all parties, which can be observed at the level of:

- visitors (awesome tourist experience and satisfaction, environmental and social contribution from travel, etc.),
- protected areas (social and political support for protected areas, improvement of protection, tourism, and other infrastructure through revenue from visits, as well as optimal engagement, and management of all resources, especially when the number of visitors increases, etc.) and
- local communities and wider area (inclusion of the local population in the provision of various services and products in tourism independently or in combination with those of protected areas, increasing employability and better paid jobs, improvement of life quality, etc.).

The resources of protected areas can be viewed as all attributes, goods, values, or phenomena that can be the subject of tourist use, and for which visitors visit the destination, such as various attractions, amenities, landscapes, events, facilities, or a combination of several of them as part of products or services. Although each resource independently or as part of a product has its own value, all resources are interconnected and contribute to the tourist experience and visitor satisfaction. This means that although most visitors primarily visit the destination for an individual attraction (e.g., wonderful waterfalls), they certainly use several different resources of the protected area on which the tourist experience is based (local transport and guides, tourism and other infrastructure, additional facilities, etc.).

It is important to point out that the approach to resource use and management affects not only visitors, but also residents and resources as well. It is assumed that the optimal use, sustainable management, and inclusion of all resources in nature park tourism would have a positive impact on visitor satisfaction, especially among visitors with a positive perception towards sustainable tourism, and which are assumed

to be willing to contribute financially to the improvement of the tourism experience and sustainability of nature parks in which resources are sustainably used and managed.

A lack of previous studies examining visitors as important stakeholders in sustainable tourism have been identified in literature (Kastenholz et al., 2018; López-Sánchez & Pulido Fernández, 2016; Shamsub & Lebel, 2012; Moeller et al., 2011; Nicholas & Thapa, 2010; Nepal, 2008; Dolnicar et al., 2008). In particular, there is a lack of studies on visitors' perception of the sustainable resources use importance in tourism (Araújo et al., 2022; Nejati et al., 2015), on which support for sustainable tourism may depend (Kastenholz et al., 2018), and for which also assumes that it is related to an increased level of visitor satisfaction in a protected area (de Oliveira et al., 2020) and where visitor satisfaction can influence their willingness to pay a higher price for sustainable products and the sustainability of the destination (Bigné et al., 2008).

A detailed literature review showed that no studies simultaneously examine the relationships between the previously highlighted concepts in the case of tourism in protected areas from the visitor's perspective, especially at the level of nature parks, which have been neglected in research in relation to national parks. Therefore, it is considered justified to problematize the sustainability of nature park tourism in the context of optimal use and sustainable management and involvement of various resources from the visitor's perspective, both in the context of satisfaction and in the context of behavioural intentions such as willingness to pay to improve the experience and sustainability of nature park tourism. Regarding the highlighted problem, which was preceded by a detailed theory review and previous research, the subject of the doctoral thesis is to examine and determine the impact of visitors' perception of the importance of sustainable resources use in tourism on their satisfaction with tourism resources and, consequently, on the willingness to pay a higher price for improving the experience and for the sustainability of tourism in nature parks. According to the subject, the main goal of the doctoral thesis is to establish and to examine the validity and reliability of conceptual model for measuring the influence of visitors' positive perception of the importance of sustainable resources use in nature park tourism on their satisfaction with tourism resources, willingness to pay for improving the experience and willingness to pay for the sustainability strengthening of nature park tourism.

In addition to the theoretical review of the problem and the main constructs of the conceptual model, empirical research was conducted in accordance with the set main and auxiliary goals and the formulated hypotheses, within which primary data were collected using the survey method. The survey was conducted using a structured questionnaire that was created in two forms (electronic and paper format) in Croatian and English, while data collection was carried out online and onsite – at all localities of the

selected nature parks. To test the hypotheses, a questionnaire was created according to the previous scientific literature in which the variables of the main constructs were measured using a seven-point Likert scale.

The target group of the empirical research were visitors who visited one of the three selected nature parks in Croatia in the last 12 months, which differ from each other regarding additional international designations (Lonjsko Polje Nature Park, Papuk Nature Park and Žumberak – Samoborsko gorje Nature Park). Given that the research includes visitors who visited nature parks in 2021 (for which the number of visits is known) and in 2022, for which the number of visits is unknown, the population can be viewed as infinite and in this case simple random sampling is used, in accordance with the defined approach of Kothari (2004). Ultimately, data analysis was performed on a sample of 690 respondents.

Univariate and multivariate statistical analysis methods were used in the process of analysing the collected data. Univariate, i.e., descriptive statistical analysis was used to calculate absolute and relative frequencies for sociodemographic characteristics of respondents and characteristics of visits to nature parks, while average values and deviations from average values were calculated for all variables of the main latent constructs. In the research, men predominate (62.90%), and the most represented age group of respondents is 35 to 50 years old (40.15%), while the dominant level of education of the respondents is bachelor's and master's degree (58.70%). Domestic visitors dominate (96.81%), and most respondents come from a smaller town (43.77%), as well as the most represented group is the group with a monthly household income between 1 000 and 2 000 euros (50.29%).

The most common reason for visiting the nature park is enjoying nature and landscape (54.35%), and most visitors primarily (directly) come to the nature park (77%) and mostly organize their visit independently (80.58%), during the weekend (81, 62%), accompanied by friends and/or colleagues (44.64%). Most of them had previously visited the nature park in the range of four to five visits (44.64%), where one-day visits dominate (81.16%). As for the respondents who spent the night ( $n = 205$ ), most of them spent the night in the nature park area accommodation (63.41%), mostly in private accommodation (40.49%), most often up to three nights. Ultimately, most of the respondents spend up to 50 euros per day (78.7%).

Descriptive statistical analysis of the main constructs identified the lowest average score for the latent construct visitors' willingness to pay a higher price to improve the experience in nature parks ( $\bar{x} = 4.38$ ), and the highest for the latent construct visitor's perception of the importance of sustainable resources use in nature park tourism ( $\bar{x} = 5.82$ ). Since an ordinal scale (Likert) was used to measure the main research constructs, non-parametric methods of multivariate statistical analysis were used. First, the

method of partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) was applied to test hypotheses related to determining the significance of defined influences between latent constructs in the conceptual model, and the Kruskal-Wallis test was used to test hypotheses related to the examination of significant differences between variables. *MS Office Excel*, *Statistica 13.3* software package and the *SmartPLS 4.0.9* program were used for the statistical analysis of the collected data.

Based on the conducted analysis and the results of the empirical research, five of the seven tested hypotheses were confirmed using the PLS-SEM method, while one of the two hypotheses was confirmed using the Kruskal-Wallis test. Using the PLS-SEM method, the assumption of the multidimensionality of the construct *visitors' willingness to pay a higher price for the sustainability strengthening of nature park tourism* (H1) was confirmed, as well as the positive, statistically significant influence of *visitors' positive perception of the importance of sustainable resources use in nature park tourism* on their *satisfaction with tourist resources of nature parks* (H2- 1,  $\beta = 0.525$ ;  $p = 0.000$ ) and *willingness to pay a higher price for the sustainability strengthening of nature park tourism* (H2-3,  $\beta = 0.285$ ;  $p = 0.000$ ). Equally, the positive, statistically significant influence of *visitors' satisfaction with the tourist resources of nature parks* on their *willingness to pay a higher price to improve the experience in nature parks* was confirmed (H3-1,  $\beta = 0.304$ ;  $p = 0.000$ ), as well as the influence of *visitors' willingness to pay a higher price to improve experience in nature parks* on their *willingness to pay a higher price for the sustainability strengthening of nature park tourism* (H4,  $\beta = 0.462$ ;  $p = 0.000$ ).

Applying the Kruskal-Wallis test, the existence of a statistically significant difference in the *visitors' willingness to pay a higher price between the dimensions of the sustainability of nature park tourism* was confirmed, given their *positive perception of the importance of sustainable resources use in nature park tourism* (H5-1). The remaining hypotheses were rejected because no direct connection was established between the observed constructs (positive and statistically significant influence) in the model (H2-2 and H3-2) and there is no statistically significant difference between the observed variables (H5-2).

The doctoral thesis achieved the scientific contribution at the conceptual, empirical-methodological and application level. In the context of the conceptual contribution, the peculiarities and previous research of the considered constructs of the conceptual model, as well as the area of sustainable tourism, tourism in protected areas, and the transformation and sustainable use of resources, are systematically presented. The empirical-methodological contribution is manifested in the design and adaptation of the instrument for measurement, evaluation, and presentation of direct and indirect influences between the constructs of the conceptual model using the method of multivariate statistical analysis.

The doctoral thesis contributes to a better understanding of the potential positive effects of visitors on the sustainability of nature park tourism based on the perception of the importance of sustainable resources use, satisfaction with tourist resources, as well as the visitors' willingness to pay a higher price to improve the experience and for the sustainability strengthening of nature park tourism based on sustainable use and management of resources in nature parks. Additionally, guidelines are given for the sustainability strengthening of tourism in nature parks by optimal use and networking of various resources in and around nature parks, as well as recommendations for future research in protected area tourism, especially in nature park tourism. It is concluded that the set goals of the doctoral thesis have been achieved, while at the same time, the basis for future research in the direction of the sustainability strengthening of tourism in destinations with different or similar characteristics has been created.

**Key words:** *sustainable tourism, protected areas, nature parks, resources, visitor perception, tourist experience, visitor satisfaction, willingness to pay.*

# SADRŽAJ

<b>ZAHVALA</b> .....	<b>IV</b>
<b>SAŽETAK</b> .....	<b>V</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>VII</b>
<b>SADRŽAJ</b> .....	<b>XII</b>
<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA</b> .....	<b>12</b>
<b>1.5. OČEKIVANI ZNANSTVENI DOPRINOS</b> .....	<b>14</b>
<b>1.6. SADRŽAJ I STRUKTURA DOKTORSKOG RADA</b> .....	<b>16</b>
<b>2. POJAM I ZNAČAJ ODRŽIVOG TURIZMA</b> .....	<b>18</b>
<b>2.1. PROBLEMATIKA TURIZMA – POKRETAČ PROMJENA PREMA ODRŽIVOM TURIZMU</b> .....	<b>19</b>
2.1.1. <i>Učinci turizma</i> .....	19
2.1.2. <i>Sezonalnost turizma</i> .....	22
2.1.3. <i>Pojava, tumačenje i učinci alternativnog turizma</i> .....	24
<b>2.2. POJAVA I PRIHVAĆANJE ODRŽIVOG RAZVOJA</b> .....	<b>27</b>
2.2.1. <i>Pojmovno određenje održivog razvoja</i> .....	28
2.2.2. <i>Dimenzije održivog razvoja i doprinos konferencija UN-a općem prihvaćanju koncepcije</i> .....	29
<b>2.3. PRIHVAĆANJE I POJMOVNO ODREĐENJE ODRŽIVOG TURIZMA</b> .....	<b>32</b>
2.3.1. <i>Pojava i prihvaćanje održivog turizma</i> .....	34
2.3.2. <i>Pojmovno određenje održivog turizma</i> .....	36
<b>2.4. IMPLEMENTACIJA ODRŽIVOG TURIZMA</b> .....	<b>39</b>
2.4.1. <i>Akcijski program za održivi turizam u 21. stoljeću</i> .....	41
2.4.2. <i>Inicijative i alati za održivi turizam</i> .....	45
<b>2.5. DIONICI I NJIHOVE ULOGE U ODRŽIVOM TURIZMU</b> .....	<b>50</b>
2.5.1. <i>Uloga i važnost javne politike u održivom turizmu</i> .....	52
2.5.2. <i>Posjetitelji i održivi turizam</i> .....	55
<b>3. ZAŠTIĆENA PODRUČJA, PARKOVI PRIRODE I TURIZAM</b> .....	<b>58</b>
<b>3.1. ZAŠTIĆENA PODRUČJA</b> .....	<b>59</b>
3.1.1. <i>Evolucija i terminologija zaštićenih područja</i> .....	62
3.1.2. <i>Međunarodna kategorizacija zaštićenih područja</i> .....	64
3.1.3. <i>Inicijative za zaštitu prirodnih područja</i> .....	66
<b>3.2. UPRAVLJANJE ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA I TURIZAM</b> .....	<b>69</b>
3.2.1. <i>Održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima</i> .....	70
3.2.2. <i>Upravljanje zaštićenim područjima</i> .....	73
3.2.2.1. <i>Governance zaštićenih područja</i> .....	74
3.2.2.2. <i>Menadžment zaštićenih područja</i> .....	80
3.2.3. <i>Turizam u zaštićenim područjima i uključenost pojedinih kategorija u turizam</i> .....	84
<b>3.3. PARKOVI PRIRODE I TURIZAM</b> .....	<b>93</b>
3.3.1. <i>Politika i kategorizacija zaštićenih područja u Hrvatskoj</i> .....	96

3.3.2. Parkovi prirode u Hrvatskoj – predmetni parkovi prirode u empirijskom istraživanju .....	102
3.3.2.1. Glavna obilježja turizma parkova prirode kontinentalne Hrvatske .....	104
3.3.2.2. Park prirode Lonjsko polje .....	107
3.3.2.3. Park prirode Papuk .....	112
3.3.2.4. Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje .....	120
<b>4. VAŽNOST TURISTIČKIH RESURSA U ODRŽIVOM TURIZMU .....</b>	<b>126</b>
<b>4.1. DEFINICIJA, KLASIFIKACIJA I VAŽNOST RESURSA ZA ODRŽIVOST TURIZMA .....</b>	<b>126</b>
4.1.1. <i>Pojmovno određenje i klasifikacija turističkih resursa .....</i>	<i>127</i>
4.1.2. <i>Prilagodba turističkih resursa za turističko tržište .....</i>	<i>130</i>
<b>4.2. PERCEPCIJA VAŽNOSTI RESURSA IZ PERSPEKTIVE POSJETITELJA .....</b>	<b>135</b>
<b>5. UTJECAJNI KONCEPTI U ODRŽIVOM TURIZMU IZ PERSPEKTIVE POSJETITELJA .....</b>	<b>140</b>
<b>5.1. TURISTIČKI DOŽIVLJAJ I ODRŽIVI TURIZAM .....</b>	<b>140</b>
5.1.1. <i>Specifičnosti i pojmovno određenje turističkog doživljaja .....</i>	<i>140</i>
5.1.2. <i>Dimenzije turističkog doživljaja .....</i>	<i>145</i>
5.1.3. <i>Održivi doživljaj u prirodnom okruženju .....</i>	<i>147</i>
<b>5.2. ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA I PRIMJENA KONCEPTA U ODRŽIVOM TURIZMU .....</b>	<b>152</b>
5.2.1. <i>Pojmovno određenje koncepta zadovoljstva .....</i>	<i>152</i>
5.2.2. <i>Mjerenje koncepta zadovoljstva – teorije i indeksi zadovoljstva klijenata .....</i>	<i>154</i>
5.2.2.1. <i>Teorije zadovoljstva klijenata .....</i>	<i>154</i>
5.2.2.2. <i>Indeksi zadovoljstva klijenata .....</i>	<i>157</i>
5.2.3. <i>Mjerenje zadovoljstva posjetitelja .....</i>	<i>158</i>
5.2.4. <i>Dimenzije pri mjerenju zadovoljstva posjetitelja destinacijom .....</i>	<i>161</i>
5.2.5. <i>Zadovoljstvo posjetitelja zaštićenih područja i održivost .....</i>	<i>164</i>
<b>5.3. SPREMNOST PLAĆANJA (WTP) POSJETITELJA ZA ODRŽIVI TURIZAM .....</b>	<b>169</b>
5.3.1. <i>Metode ekonomskog vrednovanja resursa .....</i>	<i>170</i>
5.3.2. <i>Contingent valuation method (CVM) – WTP i WTA .....</i>	<i>173</i>
5.3.3. <i>Spremnost plaćanja (WTP) posjetitelja i primjena u održivom turizmu .....</i>	<i>175</i>
<b>5.4. PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA PROMATRANIH KONSTRUKATA .....</b>	<b>178</b>
<b>6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE .....</b>	<b>183</b>
<b>6.1. METODOLOGIJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>184</b>
6.1.1. <i>Istraživačka pitanja, ciljevi i hipoteze .....</i>	<i>184</i>
6.1.2. <i>Metodološki pristup i prikupljanje podataka u istraživanju .....</i>	<i>188</i>
6.1.3. <i>Postupak odabira uzorka .....</i>	<i>189</i>
6.1.4. <i>Dizajn instrumenta istraživanja i metode prikupljanja podataka .....</i>	<i>191</i>
6.1.5. <i>Valjanost i pouzdanost instrumenta .....</i>	<i>201</i>
6.1.6. <i>Primijenjene metode statističke analize .....</i>	<i>203</i>
<b>6.2. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>207</b>
6.2.1. <i>Provjera podataka .....</i>	<i>207</i>
6.2.2. <i>Rezultati deskriptivne statističke analize .....</i>	<i>208</i>
6.2.2.1. <i>Sociodemografska obilježja i obilježja putovanja/boravka ispitanika .....</i>	<i>208</i>
6.2.2.2. <i>Deskriptivna statistička analiza latentnih konstrukata .....</i>	<i>212</i>
6.2.3. <i>Rezultati multivarijatne statističke analize primjenom PLS-SEM-a .....</i>	<i>217</i>
6.2.3.1. <i>Specifikacija strukturnog modela .....</i>	<i>217</i>
6.2.3.2. <i>Procjena vanjskog reflektivnog mjernog modela .....</i>	<i>219</i>
6.2.3.3. <i>Procjena vanjskog formativnog mjernog modela .....</i>	<i>226</i>
6.2.3.4. <i>Procjena strukturnog modela .....</i>	<i>228</i>
6.2.4. <i>Rezultati multivarijante statističke analize primjenom Kruskal-Wallis testa .....</i>	<i>235</i>



<b>6.3. OSVRT NA EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE.....</b>	<b>240</b>
6.3.1. <i>Diskusija i usporedba dobivenih rezultata empirijskog istraživanja .....</i>	240
6.3.2. <i>Smjernice za praktičnu primjenu rezultata istraživanja .....</i>	250
6.3.3. <i>Znanstveni doprinos doktorskog rada.....</i>	254
6.3.4. <i>Ograničenja empirijskog istraživanja i prijedlozi za buduća istraživanja .....</i>	255
<b>7. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>258</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>263</b>
<b>POPIS TABLICA.....</b>	<b>308</b>
<b>POPIS SLIKA.....</b>	<b>311</b>
<b>POPIS GRAFIKONA .....</b>	<b>312</b>
<b>POPIS KRATICA .....</b>	<b>313</b>
<b>PRILOZI.....</b>	<b>316</b>
<b>PRILOG 1. ANKETNI UPITNIK .....</b>	<b>316</b>
<b>PRILOG 2. ŽIVOTOPIS .....</b>	<b>323</b>
<b>PRILOG 3. POPIS OBJAVLJENIH PUBLIKACIJA I PROJEKTNIH AKTIVNOSTI .....</b>	<b>326</b>

## 1. UVOD

Održivi turizam jedna je od najaktualnijih tema u istraživačkom i praktičnom kontekstu turizma više od tri desetljeća. S obzirom na izrazitu širinu koncepcije održivog turizma, razvijeni su mnogobrojni modeli, tehnike, sustavi i drugi alati u različitim područjima i sektorima koji utječu na turizam i turizam na njih, ali i unutar turizma, njegovih specifičnih područja te u različitim kontekstima. Održivi razvoj turizma može se promatrati kao kontinuirani, kružni proces, koji zahtjeva optimalno korištenje svih resursa destinacije (ravnotežu između korištenja i očuvanja) te uključenost što većeg broja različitih dionika kako bi se trajno (danas i u budućnosti) mogli generirati i među dionicima pravedno distribuirati željeni pozitivni učinci (ekološki, društveni, ekonomski). U tom kontekstu, održivi turizam smatra se razvojnim pristupom kojem trebaju težiti svi oblici turizma, neovisno o razmjeru i specifičnostima, a posebno turizam u zaštićenim područjima u kojima su predmet turističkog korištenja izrazito osjetljivi i ugroženi resursi.

Iako se zaštićena područja primarno osnivaju radi zaštite i očuvanja prirodnih i kulturno-povijesnih resursa, sve više se očekuje da su koristi od njihovog osnivanja veće nego troškovi (Dharmaratne et al., 2000). Zbog toga veza između turizma i zaštićenih područja traje od samih početaka osnivanja, gdje turizam predstavlja ključnu komponentu pri uspostavljanju i upravljanju (opstojnosti) zaštićenih područja (Eagles et al., 2002). Stoga, osim zaštite i očuvanja, zaštićena područja pružaju mogućnosti za obrazovanje, rekreaciju i turizam (Velmurugan et al., 2021; Leung et al., 2018; Pearce & Dowling, 2018; Taplin et al., 2016; Valdivieso et al., 2015; Moore et al., 2015), posljedično i stjecanje prihoda za upravljanje zaštićenim područjem (Oviedo-García et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017), kao i javne potpore jer pružaju brojne usluge posjetiteljima (Thapa & Lee, 2017) i drugim dionicima.

Kako bi zaštićena područja iskoristila svoje turističke potencijale, nužna je učinkovita valorizacija, odnosno prilagođenost atrakcija turističkom posjećivanju i konverzija resursne osnove u atraktivne turističke doživljaje (Eagles, 2002). Konverzijska funkcija turizma omogućuje korištenje resursa koji se izvan turizma ne mogu pretvoriti u komercijalni proizvod koji stvara prihod (Kušen, 2017), pri čemu se održivim korištenjem ne bi ugrozila njihova izvornost, trajna opstojnost i kvaliteta. U situacijama kada su turistički resursi nedovoljno iskorišteni ili pak preopterećeni turističkim korištenjem, turizam ne može učinkovito poduprijeti društveno-ekonomski razvoj destinacije (He et al., 2023). Prema tome, resurse nije dovoljno samo posjedovati, već ih treba održivo koristiti s obzirom da resurs sam po sebi nije u potpunosti iskoristiv ili je samo djelomično iskoristiv u turizmu (Jovanović, 2020).

Kako se baza turističkih proizvoda na globalnoj razini kontinuirano širi stvaranjem novih, sve više različitih resursa (društvenih, kulturnih i okolišnih) koristi se u turizmu, uključujući i one osjetljivije i ugrožene. Usporedno s time, postaje sve važnije da se svim resursima održivo upravlja i optimalno ih

se koristi. U takvim okolnostima, raste broj studija koje se fokusiraju na različite modele održivog upravljanja resursima, tim više jer se upravljanje resursima razlikuje između destinacija - ne postoje dvije destinacije koje dijele resurse iste vrste i osjetljivosti, koje isto provode upravljačke odluke, imaju ista ograničenja itd. (Telfer & Hashimoto, 2006). Takvi istraživački pristupi zasigurno će doprinijeti učinkovitom i održivom upravljanju resursima kako bi se sve ekonomske, društvene i estetske potrebe mogle zadovoljiti uz očuvanje kulturne cjelovitosti, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i uvjeta temeljnih za život sadašnjih i budućih generacija (Sgroi, 2020).

S obzirom da zaštićena područja bilježe povećanje broja posjetitelja (Tverijonaite et al., 2018), pred upravljačkim strukturama brojni su izazovi, prije svega u smislu očuvanja i prevencije pritisaka na zaštićeno područje, a s druge strane u smislu održivog korištenja brojnih resursa u cilju povećanja koristi za zaštićeno područje i lokalnu zajednicu (ulaganje prihoda u zaštitu i poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice) te posjetitelje (kvaliteta turističkog doživljaja i zadovoljstvo). Turistički doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja variraju ovisno o infrastrukturi, turističkim sadržajima i uslugama, komunikaciji (Chen et al., 2011), uključenosti lokalnog stanovništva u pružanju usluga i sl. Prema tome, glavno je pitanje može li se postići ispunjavajući turistički doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja uz potpuno ostvarenje ciljeva zaštite područja, a posljedično se povećati i koristi od posjećivanja za zaštićeno područje i lokalnu zajednicu (povećanje prihoda, doprinos zaštiti, uključenost i uvažavanje lokalne zajednice itd.).

Potrebno je naglasiti da je suština izazova u optimalnom korištenju i održivom upravljanju resursima zaštićenih područja, što implicira prihvaćanje određenih ograničenja ili nemogućnost korištenja pojedinih resursa (ograničenje posjećivanja pojedinih lokaliteta, pojedinačnih atrakcija i sl.), zatim uključivanje resursa koji zahtijevaju veću cijenu da bi se isporučila kvaliteta doživljaja i postiglo se zadovoljstvo posjetitelja (npr. proizvodi lokalnog stanovništva, bolje plaćeni poslovi za stanovništvo, bolja pristupačnost atrakcijama i sl.), kao i veće cijene proizvoda i usluga u cilju održivog postupanja s pojedinim resursima (električna energija, voda, otpad i sl.). U literaturi se pokazalo da su posjetitelji s višom razinom ekološke svijesti i sličnim stavovima skloniji održivijem ponašanju u destinaciji (Araújo et al., 2022; Aydin & Alvarez, 2020; Kastenholtz et al., 2018; López-Sánchez & Pulido Fernández, 2016).

Dosadašnja istraživanja su se najvećim dijelom odnosila na nacionalne parkove dok su parkovi prirode dominantno podzastupljeni u turističkim studijama. Stoga se u doktorskom radu provodi istraživanje na primjeru odabranih parkova prirode kontinentalne Hrvatske s temeljnim ciljem utvrđivanja percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu, zadovoljstva turističkim resursima, spremnosti plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja te spremnosti plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode, kao i utvrđivanja njihovih međusobnih utjecaja sukladno definiranim ciljevima i hipotezama.

## 1.1. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA

Pojavom i dominantnom prisutnošću turističkih trendova poput *putovanja radi promjene, putovanja radi pokazivanja, težnja za zdravim životom, porast svijesti o održivosti* i sl. (UNWTO, 2019), zaštićena područja postaju sve atraktivnije turističke destinacije koje bilježe kontinuirani porast broja posjetitelja (Tverijonaite et al., 2018; Pickering et al., 2018; Buckley et al., 2017; Spenceley & Snyman, 2017), s procjenom od oko osam milijardi posjeta godišnje na globalnoj razini (do Val Simardi Beraldo Souza et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017; Butzmann & Job, 2017; Balmford et al., 2015). Višestruke mogućnosti turističkog korištenja zaštićenih područja (*outdoor* rekreacija, pasivni odmor, *stress free* i sl.) pretvaraju ih u pogodne destinacije za različite turističke doživljaje posjetitelja (Dumitraș et al., 2012), a koja kao takva (napose nacionalni parkovi) predstavljaju jedinstvenu, visoko rangiranu turističku atrakciju (Mayer, 2014).

Izuzetno vrijedni resursi zaštićenih područja (autentičnost, rijetkost, ugroženost, atraktivnost) privlače brojne posjetitelje koji traže doživljaj u prirodi (Velmurugan et al., 2021), a koji posjećivanjem i posljedičnom potrošnjom doprinose održivosti zaštićenih područja s obzirom na to da se prihodi od posjećivanja podržavaju aktivnosti očuvanja (Oviedo-García et al., 2019), ali se poboljšavaju i uvjeti za posjećivanje te se doprinosi i poboljšanju kvalitete života lokalne zajednice (Pickering et al., 2018). Prihodi od posjećivanja postaju sve važniji, pogotovo u uvjetima ograničenog i nedostatnog javnog financiranja za adekvatno upravljanje mnogim zaštićenim područjima (Oviedo-García et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017; Valdivieso et al., 2015; Moore et al., 2015).

Uočava se da su resursi osnova na kojoj se zasniva posjećivanje zaštićenih područja, a koje se smatra jednim od ključnih elementa održivosti zaštićenih područja, budući da osigurava potporu zaštiti prirodne i kulturne baštine (Bushell et al., 2007) te doprinosi gospodarskom razvoju lokalne zajednice, šire regije, sve do nacionalne razine (Eagles, 2002; Wells, 1997). Posjećivanje, s druge strane, može štetno utjecati na okoliš te rezultirati sukobima među različitim korisnicima i dionicima (uglavnom kod povećanog broja posjetitelja), ako se njime ne upravlja na odgovarajući način (Pickering et al., 2018).

S obzirom na prethodno izneseno, uočava se da su prirodni i/ili antropogeni resursi osnova održivog turizma u zaštićenim područjima, a koji se mogu promatrati kao svi atributi, dobra, vrijednosti ili pojave koje mogu biti predmet turističkog korištenja, odnosno koji se mogu koristiti za zadovoljenje potreba ponude i potražnje. Takvi resursi nazivaju se turističkim resursima koji u najširem smislu tumačenja predstavljaju ukupnost dobara i preduvjeta za razvoj turizma, a mogu se promatrati kao atraktivni faktori koji svojim posebnostima privlače posjetitelje te kao osnova za stvaranje proizvoda i pružanje usluga koji u kombinaciji s ostalim obilježjima prostora doprinose formiranju turističkih doživljaja.

Neovisno o tome zbog čega će posjetitelji odabrati i posjetiti destinaciju (samostalne atrakcije, krajolik, događaji, sadržaji ili kombinacija više njih), svi resursi su međusobno umreženi te doprinose turističkom doživljaju i zadovoljstvu posjetitelja, a način na koji se njima upravlja ne utječe samo na posjetitelje, već i na stanovnike te na resurse također. Posjetitelji i lokalna zajednica dijele turističke resurse koji za njih imaju određenu vrstu ekonomske i neekonomske vrijednosti, a koje je potrebno optimalno koristiti i njima održivo upravljati kako bi se osigurala dobra kvaliteta i dostupne količine sadašnjim i budućim generacijama (Telfer & Hashimoto, 2006). Dakle, održavanje zdravog i atraktivnog okoliša ključno je za dugoročni uspjeh turizma te društveni i gospodarski razvoj (Sharpley, 2009), jer su turistički resursi atraktivni atributi koji imaju sposobnost privući posjetitelje u destinaciju (Navarro, 2015) te kao takvi predstavljaju temeljni element turističkog doživljaja (Sharpley, 2005), koji posljedično može generirati koristi i doprinijeti poboljšanju kvalitete života lokalne zajednice i zemlje domaćina (Neto, 2003).

Održavanje zdravog i atraktivnog okoliša može se interpretirati kao održivo korištenje okoliša, odnosno sposobnost angažiranja i optimalnog korištenja resursa u turizmu kako bi se zadovoljile potrebe sadašnjih posjetitelja i društvene zajednice, uz očuvanje istih resursa za potrebe budućih generacija posjetitelja i zajednice. Može se zaključiti da je održivo korištenje i upravljanje turističkim resursima preduvjet optimizacije razvojnog potencijala turizma, jer se u suprotnom pridonosi potencijalnom smanjenju, degradaciji ili uništavanju resursa, tim više jer su značajno osjetljivije naravi (Sharpley, 2009), pogotovo oni u zaštićenim područjima. Optimalno korištenje resursa zaštićenih područja u turističke svrhe pretpostavlja i permanentnu brigu, očuvanje i poboljšanje kvalitete predmetnih resursa u svrhu postizanja ciljanih učinaka (zaštita i disperzija koristi).

Opće je poznato da se održivi turizam treba temeljiti na optimalnom odnosu između ekonomske, sociokulturne i ekološke dimenzije uz podršku svih uključenih dionika u turističkom procesu (Nadalipour et al., 2019), a posebno posjetitelja koje treba uvjeriti da izaberu održive destinacije i proizvode umjesto njihovih neodrživih pandana te pokažu održivo ponašanje u destinaciji (Araújo et al., 2022). U suštini, održivost turizma ovisi o održivim praksama i proizvodima privatnog sektora te u konačnici o izboru posjetitelja, jer se istinska održivost ne može postići ako se posjetitelji ne zainteresiraju i ne pokažu predanost održivom turizmu (Nicholas & Thapa, 2010). Stoga, važnu ulogu u održivom turizmu imaju tzv. održivi potrošači/posjetitelji koji se promatraju kao oni koji njeguju temeljne vrijednosti te teže optimalnom i učinkovitom korištenju resursa kako bi se održala baza resursa za sadašnje i buduće generacije, povećala se kvaliteta života te se osigurao pravičan gospodarski i društveni razvoj.

U literaturi održivog turizma, studije koje propituju posjetitelje značajno su podzastupljene u odnosu na istraživanja pružatelja turističkih usluga (Kastenholz et al., 2018; López-Sánchez & Pulido Fernández, 2016; Shamsub & Lebel, 2012; Moeller et al., 2011; Nepal, 2008; Dolnicar et al., 2008).

Araújo et al. (2022) naglašavaju da su potrebne studije koje razmatraju stavove posjetitelja pri odabiru održivih destinacija te njihovo održivo ponašanje u destinaciji. Nadalje, kako su prethodna istraživanja uglavnom razmatrala jedan aspekt održivosti (ekološku, društvenu ili ekonomsku dimenziju), Grilli et al. (2021) ukazuju da nedostaju studije koje uzimaju holističku perspektivu održivosti turizma te razmatraju sve tri dimenzije održivog turizma. Jednako tako, istraživanja s aspekta potražnje u području održivog turizma dominantno su fokusirana na jednu od dimenzija održivosti (Shamsub & Lebel, 2012) i to uglavnom studije koje razmatraju ekološku dimenziju održivog turizma (Li et al., 2021; de Oliveira et al., 2020; Liu et al., 2020; Ashraf et al., 2020; McNicol, 2016; Moeller et al., 2011; Kim, et al., 2011; Ballantyne et al., 2011; Dolničar et al., 2010; Dolničar et al., 2008; Holden, 2005a; Hunter, 2002).

U literaturi koja je usmjerena na područje održivog turizma s aspekta turističke potražnje, razmatrani su koncepti percepcija i stavovi posjetitelja (Araújo et al., 2022; Fermani et al., 2020; Morrison-Saunders et al., 2019; Xu & Fox, 2014, Nicholas & Thapa, 2010), zatim turistički doživljaj (Moliner-Tena et al., 2021; Breiby et al., 2020; Miller et al., 2019; Hanna et al., 2018; Liu et al., 2016) i zadovoljstvo posjetitelja (Velmurugan et al., 2021; Jasrotia, et al., 2021; Asmelash & Kumar, 2020; Huete-Alcocer et al., 2019; Juandi et al., 2018), kao i ponašanje te namjere ponašanja posjetitelja (Alazaizeh et al., 2019; Han et al., 2019; Kastenholz et al., 2018; Meleddu & Pulina, 2016; Miller et al., 2014; Shamsub & Lebel, 2012; Budeanu, 2007). Također, postoje studije koje su ispitivale međusobne utjecaje i korelacije navedenih koncepata i održivog turizma (Lee et al., 2021; Passafaro, 2020; Lu et al., 2017; Castellanos-Verdugo et al., 2016; Passafaro et al., 2015; Bernini et al., 2015; Chen et al., 2011). Prethodna istraživanja (Aydin & Alvarez, 2020; Kastenholz et al., 2018; López-Sánchez & Pulido Fernández, 2016; Dolničar, 2004) naglašavaju da uvažavanje, identificiranje i privlačenje „održivih“ posjetitelja ima ključnu ulogu u postizanju održivog turizma.

S obzirom na to da je percepcija usko povezana s perceptivnim djelovanjem pojedinca (Goldstein, 2011), percepcija dionika kao koncept često je razmatrana tema u turističkoj literaturi s obzirom na to da se pokazalo da ima utjecaja na preferencije, zadovoljstvo, ponašanje, namjere ponašanja i druge važne koncepte. U literaturi koja razmatra percepciju dionika turizma, uglavnom su zastupljene studije iz perspektive lokalnog stanovništva, često zanemarujući percepciju posjetitelja, kako s aspekta negativnih učinaka, tako i u kontekstu percepcije važnosti atributa održivog turizma (Nejati et al., 2015). Iako se posjetitelji smatraju najvažnijim dionicima za održivost turizma, Velmurugan et al. (2021) također potvrđuju da nedostaju studije koje istražuju percepciju posjetitelja, posebno u odnosu prema održivom turizmu. Percepcija se smatra izuzetno važnom, jer način na koji pojedinac percipira okoliš posljedično utječe na korištenje okoliša kao resursa, što implicira da podrška održivom turizmu može ovisiti o percepciji pojedinca (Kastenholz et al., 2018). U tom kontekstu, de Oliveira et al. (2020) ističu da su pozitivni stavovi prema prirodnom okolišu navodno povezani s višim

razinama zadovoljstva pri posjećivanju zaštićenih područja, međutim, ovaj odnos još nije temeljito istražen. Osim par studija (Araújo et al., 2022; Aydin & Alvarez, 2020), percepcija posjetitelja o važnosti određenih atributa i elemenata održivog turizma destinacije općenito je neistraženo područje. Stoga je opravdano ispitati percepciju posjetitelja o održivom korištenju i upravljanju resursima parkova prirode te doprinijeti razumijevanju percepcije posjetitelja koja odražava stavove i svijest posjetitelja o održivom turizmu.

Pored percepcije, turistički doživljaj promatra se kao važan koncept za održivi turizam destinacije kojim treba upravljati (Miller et al., 2019), budući da posjetitelji na temelju doživljaja određuju zadovoljstvo (Prayag et al., 2013) koje posljedično može utjecati na produljenje boravka, ponovni dolazak i preporuku drugima (Catellanos-Verdugo et al., 2016). Pružanje kvalitetnih doživljaja može utjecati na povećanje potrošnje posjetitelja (prihodi za očuvanje područja), zatim na porast ekološke svijesti i održivo ponašanje posjetitelja te na povećanje prihoda za lokalnu zajednicu i veći interes stanovništva za očuvanjem područja i sudjelovanjem u održivom turizmu (Miller et al., 2019; McCool, 2006). Durán-Román et al. (2021) tako ističu da se generiranjem većih prihoda kroz turističke doživljaje usporedno doprinosi održivosti destinacije. Stoga se u literaturi ističu i studije koje su razmatrale spremnost plaćanja posjetitelja za unaprjeđenje atributa/proizvoda destinacije u cilju poboljšanja doživljaja (Durán-Román et al., 2021; Verb & Azevedo, 2019; Choong-Ki et al., 2019; Mgxeke et al., 2019; Bigné et al., 2008).

S obzirom na dosadašnja istraživanja (detaljnije u poglavlju 5.), uočava se snažna veza između doživljaja i zadovoljstva te između zadovoljstva i ponašanja/namjera ponašanja, koji su usko povezani procesi u umu posjetitelja. Zadovoljstvo posjetitelja u zaštićenim područjima predmet je brojnih istraživanja (Moore et al., 2015) i kontinuiranih mjerenja ustanova za upravljanje zaštićenim područjima (Rodger et al., 2012) u cilju poboljšanja upravljanja posjetama i samim područjima. Budući da je turizam u prirodnom okruženju često obilježen različitim doživljajima i aktivnostima na otvorenom, prirodni resursi smatraju se važnom komponentom zadovoljstva posjetitelja (Obradović et al., 2023), jednako kao i sadržaji i usluge koje se nude u zaštićenim područjima (Taplin et al., 2016). S obzirom na to da se zaštićena područja suočavaju s izazovom korištenja prirodnih resursa za stvaranje zadovoljavajućih doživljaja posjetitelja, a na drugoj strani očuvanja istih, za održivi turizam potrebno je bolje razumijevanje percepcije i zadovoljstva posjetitelja poradi utvrđivanja elemenata koji dovode do pretjeranog turizma ili na drugoj strani nedovoljnog korištenja turističkih resursa zaštićenog područja (Velmurugan et al., 2021). Iako se zadovoljstvo promatra kao važan faktor za održivost turizma destinacije, utjecaj percepcije održivog turizma na zadovoljstvo većinom je mjereno na razini lokalnog stanovništva i dionicima koji čine turističku ponudu (Gupta et al., 2021; Hussain et al., 2015; Cottrell et al., 2013; Huayhuaca et al., 2010; Shen & Cottrell, 2008; Cottrell et al., 2007; Cottrell & Vaske, 2006).

Kastenholz et al. (2018) navode da održivi turizam ovisi o vrsti privučenih posjetitelja i njihovog ponašanja u destinaciji, pri čemu oni koji pokazuju održivije ponašanje odražavaju višu razinu zadovoljstva i lojalnosti. Zadovoljstvo posjetitelja se u konačnici smatra jednim od bitnih faktora koji može značajno utjecati na održivost turizma destinacije (Velmurugan et al., 2021; Asmelash & Kumar, 2020; Khan & Hashim, 2020; Heute-Alocer et al., 2019; Saayman et al., 2018; Juandi et al., 2018; Suhartanto et al., 2016, Bernini et al., 2015), s obzirom na to da može utjecati na ponašanje turista, razinu potrošnje, odluke turista o ponovnoj kupnji i sl. (Zhang et al., 2019; Suhartanto et al., 2016; Meng et al., 2008; Yoon & Uysal, 2005; Kozak & Rimmington 2000), ali i na spremnost plaćanja veće cijene za održive proizvode i održivost destinacije u cjelini (Bigné et al., 2008). Studije koje razmatraju zadovoljstvo posjetitelja u kontekstu održivog turizma slabo su zastupljene, a među kojima se ističu tri koje eksplicitno razmatraju utjecaj održivosti turizma destinacije na zadovoljstvo posjetitelja (Jasrotia et al., 2021; Iniesta-Bonillo et al., 2016; Bernini et al., 2015).

Pored namjere povratka i preporuke drugima, koncept spremnost plaćanja (*Willingness to pay* - WTP) u literaturi se proučava kao jedna od dimenzija koncepta namjera ponašanja potrošača (Boronat-Navarro & Pérez-Aranda, 2020; Martínez García de Leaniz et al., 2017; Zeithaml et al., 1996). Tijekom posljednjeg desetljeća, koncept WTP intenzivnije se razmatra u području održivog turizma. Postoje studije koje razmatraju WTP za održive hotele (Boronat-Navarro & Pérez-Aranda, 2020), destinacije masovnog turizma (Durán-Román et al., 2021; López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2017; Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016; López-Sánchez & Pulido-Fernández 2014), destinacije kulturnog turizma (Aydin & Alvarez, 2020; Jurado-Rivas & Sánchez-Rivero, 2019), turistički doživljaj (Durán-Román et al., 2021), na razini turista jedne zemlje (Araújo et al., 2022), ali i kao determinantu pro-održivih turista (López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2016). Osim sociodemografskih obilježja i obilježja putovanja, u literaturi se primjećuje nedostatak procjene utjecaja drugih determinanti na WTP (de Arujo et al., 2022), kao i potrebe provedbe studija koje razmatraju WTP u različitim kontekstima (Aydin & Alvarez 2020). Uvidom u dostupne baze podataka, utvrđeno je da ne postoje studije koje istražuju WTP za održivost turizma u parkovima prirode, stoga se smatra opravdanim ispitati i utvrditi WTP veće cijene posjetitelja za održivost turizma u parkovima prirode.

U konačnici, turizam u zaštićenim područjima značajno je usmjeren na kreiranje turističkog doživljaja koji se temelji na prirodnim atrakcijama i vrijednostima prostora u cilju privlačenja većeg broja odgovornijih posjetitelja te razvoja *hard* i *soft* ekoturizma (Newsome et al., 2013; Weaver, 2008), kao i drugih održivijih oblika turizma. Prema tome, posjetitelji zaštićenih područja generalno pripadaju skupini tzv. *hard* ili *soft* posjetitelja turizma temeljenog na prirodi, pri čemu i jedni i drugi pokazuju određenu privrženost prirodnim vrijednostima i društvenoj komponenti područja.

*Hard* posjetitelji, za razliku od *soft* varijante, zainteresiraniji su za konkretnu atrakciju i pokazuju višu razinu privrženosti prema vrijednostima zaštićenog područja (žele intenzivan kontakt s prirodnim



resursima, lokalnim stanovništvom i sl.) te ne zahtijevaju posebne uvjete, značajne infrastrukturne sadržaje i sl. Pretpostavlja se da takvi posjetitelji imaju pozitivne stavove prema održivom turizmu destinacije koju posjećuju, u usporedbi s turistima koji posjećuju druge destinacije, a koji posljedično mogu pozitivno utjecati na zadovoljstvo posjetitelja, čak i kada su određeni resursi, značajke ili atrakcije područja nedostupni poradi ugroženosti ili održivog korištenja, kao i u situacijama kada dodatni sadržaji nisu dostupni zbog potencijalne ugroze zaštićenog područja i sl. Budući da su posjetitelji zaštićenih područja svjesniji i prihvaćaju nemogućnost prakticiranja pojedinih aktivnosti u zaštićenom području, nedostatak npr. sportskih aktivnosti ili sadržaja neće imati veliki utjecaj na njihovo zadovoljstvo. U tom smislu, ako se kodeks ponašanja, koji određuje dozvoljene i nedozvoljene aktivnosti, učinkovito prenosi na posjetitelje i provodi na terenu, ograničenja pojedinih aktivnosti nemaju tendenciju negativno utjecati na zadovoljstvo (Carbone, 2006).

Međutim, i kod ekoturista (*hard* i *soft*) i turista koji posjećuju druge destinacije potrebni su dodatni sadržaji kako bi se potaknula potrošnja, produljenje boravka i druge pozitivne namjere ponašanja, pri čemu su posjetitelji zaštićenih područja skloniji održivoj potrošnji. U tom kontekstu, pretpostavlja se da važnost koju posjetitelji zaštićenih područja pridaju elementima održivog turizma, odnosno održivom korištenju resursa u turizmu parkova prirode, pozitivno utječe na zadovoljstvo posjetitelja, čak i u uvjetima nedovoljno razvijene ponude, pod uvjetom da se optimalno koriste i održivo se upravlja resursima parkova prirode. Također se pretpostavlja da su takvi posjetitelji spremni platiti veću cijenu za poboljšanje doživljaja zasnovanog na unaprjeđenju turističkih resursa i njihovog optimalnog korištenja i održivog upravljanja u turizmu parkova prirode te u konačnici na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Usporedno s time, pretpostavlja se da zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode pozitivno utječe na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za unaprjeđenje resursa parkova prirode u cilju poboljšanja doživljaja te na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

Kao i kod preostalih zaštićenih područja, od parkova prirode primarno se očekuje da provode aktivnosti zaštite prirodnih i kulturnih vrijednosti. Međutim, za razliku od nacionalnih parkova, u parkovima prirode dopuštene su gospodarske i druge djelatnosti i zahvati kojima se ne ugrožavaju njegova bitna obilježja i uloga (Zakon o zaštiti prirode RH, NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19, članak 115., stavak 3). S obzirom na određene razlike u mogućnostima turističkog korištenja između parkova prirode i nacionalnih parkova, koje čak variraju između pojedinih država, opravdano je i relevantno doprinositi novim spoznajama u području održivog turizma parkova prirode, kao istraživačkog područja koje se u određenoj mjeri razlikuje od turizma u nacionalnim parkovima.

Kao doprinos zaštiti i očuvanju parkova prirode, favoriziraju se edukacija o vrijednostima parkova prirode te njihova promocija i prezentacija. Također, očekuje se doprinos i poticaj održivom

korištenju prirodnih resursa te održivom razvoju turizma, zatim suradnja s lokalnim stanovništvom i javnim tijelima sa svrhom postizanja ciljanih učinaka. Osim toga, očekuje se i direktno uključivanje ustanova koje upravljaju parkovima prirode u rješavanju pitanja gospodarenja otpadom, očuvanja kvalitete vode, zatim nadzora korištenja ostalih resursa, nadzora gradnje te određivanje standarda za gradnju novih i obnovu starih kuća. Zaključno, očekuje se potpora uključivanju lokalnog stanovništva s ponudom lokalnih proizvoda (subvencije i savjetodavne usluge, poljoprivredni i tradicijski proizvodi, sadržaji za posjetitelje, vođenje i sl.) kako bi se osigurao ostanak i povratak stanovništva na širem području unutar i oko parkova prirode (Plan upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026).

S obzirom na brojne navedene argumente, kao i činjenicu da nisu provedene studije koje ispituju problematizirane odnose između navedenih konstrukata u zaštićenim područjima, napose u parkovima prirode koji se razlikuju od nacionalnih parkova i drugih zaštićenih područja sukladno zakonskoj regulativi (način korištenja u turističke i druge svrhe), opravdano je istražiti predstavljenu predmetnu tematiku. Prema tome, formulirana su sljedeća istraživačka pitanja doktorskog rada:

- Kakva je percepcija posjetitelja prema održivom turizmu i njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode?
- Jesu li posjetitelji spremni financijski podržati poboljšanje doživljaja i jačanje održivosti turizma u parkovima prirode kroz optimalno korištenje resursa?
- Kako se može promatrati i mjeriti spremnost plaćanja posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode?
- Postoje li statistički značajni utjecaji formuliranih konstrukata prethodnika na zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima i njihovu spremnost podržavanja doživljaja u parkovima prirode?
- Postoje li pozitivni utjecaji formuliranih konstrukata prethodnika na spremnost podržavanja održivog turizma u parkovima prirode i jesu li oni statistički značajni?
- Razlikuje li se spremnost podržavanja između pojedinih dimenzija održivosti turizma u parkovima prirode s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode?

Uzimajući u obzir prethodno predstavljeni problem istraživanja te istraživačka pitanja, definiran je sljedeći predmet istraživanja doktorskog rada:

ispitati i utvrditi utjecaj percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima te posljedično na spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma u parkovima prirode.

## 1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Sukladno identificiranom problemu i definiranom predmetu istraživanja, postavljen je glavni cilj doktorskog rada:

uspostaviti te ispitati valjanost i pouzdanost konceptualnog modela za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

Na temelju glavnog cilja definirani su konceptualni, empirijski i aplikativni ciljevi doktorskog rada.

Ciljevi konceptualnog dijela doktorskog rada:

- analizirati i opisati koncepciju održivog turizma, njegovu primjenu i ulogu dionika u primjeni
- analizirati i opisati turističke resurse te percepciju posjetitelja o važnosti resursa u turizmu
- analizirati i sustavno prikazati dosadašnje spoznaje o zadovoljstvu posjetitelja, turističkom doživljaju i spremnosti plaćanja (WTP)
- analizirati i sustavno prikazati dosadašnja istraživanja koja razmatraju odnose između predmetnih koncepata, posebno u kontekstu održivog turizma
- analizirati i opisati posebnosti, kategorizaciju, upravljanje i turizam u zaštićenim područjima u svijetu i u Hrvatskoj
- analizirati i sustavno prikazati dosadašnja istraživanja u turizmu parkova prirode te opisati parkove prirode koji su obuhvaćeni empirijskim istraživanjem
- uspostaviti konceptualni model sukladno glavnom cilju istraživanja.

Ciljevi empirijskog dijela doktorskog rada:

- prikazati prosječne ocjene konstrukata konceptualnog modela i njihovih dimenzija primjenom metode deskriptivne statističke analize
- provjeriti pouzdanost i valjanost reflektivnog i formativnog mjernog modela
- utvrditi postojanost multidimenzionalnog karaktera latentnog konstrukta spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- procijeniti strukturni model
- utvrditi utjecaj pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te njihovog zadovoljstva turističkim resursima parkova prirode na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanja doživljaja te spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode

- ispitati utjecaj spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja poboljšanje doživljaja na njihovu spremnosti plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- utvrditi postojanje razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.

Ciljevi aplikativnog dijela doktorskog rada:

- sustavno prikazati rezultate istraživanja
- predložiti preporuke za upravljanje parkovima prirode u cilju privlačenja i upravljanja posjetiteljima te podržavanja održivog turizma u parkovima prirode optimalnim angažiranjem resursa.

### 1.3. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Detaljnim pregledom literature i sustavnom analizom dosadašnjih istraživanja predmetnog područja, obrazložen je problem te su definirani predmet i ciljevi istraživanja (glavni cilj s popratnim konceptualnim, empirijskim i aplikativnim ciljevima), pri čemu su stvoreni preduvjeti za jasno formuliranje istraživačkih hipoteza. Polazište za formulaciju hipoteza zasniva se na pretpostavci da pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode statistički značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima te na njihovu spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Sukladno temeljnoj pretpostavci, u doktorskome radu formulirano je pet hipoteza, od kojih se tri sastoje i od pomoćnih hipoteza:

**H1:** Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode multidimenzionalan je konstrukt višeg reda.

**H2:** Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, na spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i na spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

***H2-1:** Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

**H2-2:** *Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode.*

**H2-3:** *Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

**H3:** Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

**H3-1:** *Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode.*

**H3-2:** *Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

**H4:** Spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

**H5:** Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.

**H5-1:** *Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.*

**H5-2:** *Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

#### 1.4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U izradi doktorskog rada korištene su prikladne metode znanstvenog istraživanja. Pri izradi doktorskog rada primijenjene su sljedeće metode znanstvenog istraživanja:

- povijesna metoda za kronološko prikazivanje razvoja predmetnih pojmova
- metoda deskripcije za opisivanje i prikazivanje dosadašnjih istraživanja pojedinih pojmova
- metoda klasifikacije za prikaz sastavnica pojedinih skupova prema srodnim obilježjima

- metoda analize za razlaganje složenih predmeta istraživanja na sastavne elemente
- metoda sinteze za spajanje pojedinih međusobno povezanih elemenata
- metoda indukcije za postupak donošenja zaključaka temeljem pojedinačnih činjenica/pojava
- metoda dedukcije za postupak donošenja zaključaka od općih ka posebnim pojavama
- metoda apstrakcije za potrebe isticanja bitnih spoznaja i obilježja izdvajanjem nebitnih sastavnica iz općeg i obratno
- metoda konkretizacije za razumijevanje odnosa između apstraktno-posebno s općim u promatranim područjima istraživanja i obratno
- metoda komparacija za utvrđivanje razlika i sličnosti razmatranih predmeta istraživanja
- metoda kompilacije za predstavljanje prethodnih rezultata istraživanja, spoznaja i zaključaka
- metodu generalizacije za donošenje generalnih zaključaka temeljem općih spoznaja
- metoda specijalizacije za jednostavniji prikaz i bolje razumijevanje općih pojmova
- metoda dokazivanja i opovrgavanja za potvrđivanje i odbacivanje postavljenih teza
- statistička metoda za donošenje općih zaključaka na temelju prosječnih vrijednosti razmatranih obilježja.

Za potrebe izrade konceptualnog dijela rada korišteni su podaci iz dostupne domaće i inozemne znanstvene literature (knjige, časopisi, zbornici radova, doktorski radovi) te raspoloživih domaćih i inozemnih baza podataka kao i relevantnih web stranica. Dobivene spoznaje proizišle primjenom navedenih znanstvenih metoda korištene su kao podloga u izradi empirijskog dijela doktorskog rada. Empirijsko istraživanje provedeno je prema prethodno definiranim ciljevima te formuliranim hipotezama, a u okviru kojeg su primarni podaci prikupljeni metodom anketiranja. Anketiranje je provedeno korištenjem strukturiranog anketnog upitnika koji je izrađen u dvije varijante (elektronski i papirnati format) na hrvatskom i engleskom jeziku, a prikupljanje podataka provodilo se *online* te na licu mjesta (*onsite*) na svim lokalitetima uzoraka odabranih parkova prirode. Anketni upitnik formiran je sukladno prethodno istraženju znanstvenoj literaturi, unutar kojeg su čestice glavnih konstrukata temeljem kojih se testiraju hipoteze, mjerene Likertovom mjernom ljestvicom u rasponu od 1 do 7. Ciljnu skupinu u provedbi empirijskog istraživanja predstavljali su posjetitelji triju odabranih parkova prirode u Hrvatskoj: Park prirode Lonjsko polje, Park prirode Papuk i Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje, koji su unazad 12 mjeseci posjetili odabrane parkove prirode. S obzirom na to da istraživanje obuhvaća posjetitelje koji su parkove prirode posjetili tijekom 2021. godine, za što je poznat broj posjeta, te 2022. godine, za što nije poznat broj posjeta, populacija se može promatrati kao beskonačna te se u ovom slučaju koristi jednostavni slučajni uzorak, sukladno definiranom pristupu Kotharia (2004).

U postupku obrade i analize prikupljenih podataka korištene su univarijatne i multivarijatne metode statističke analize kojima je obuhvaćeno 690 potpunih anketnih upitnika. Univarijatnom, odnosno primjenom deskriptivne statističke analize izračunate su apsolutne i relativne frekvencije za sociodemografska obilježja te obilježja putovanja/boravka ispitanika u parkovima prirode, dok su aritmetička sredina i standardna devijacija izračunate za sve čestice glavnih latentnih konstrukata. Budući da je pri mjerenju glavnih istraživačkih konstrukata korištena Likertova mjerna ljestvica sa sedam stupnja intenziteta (ordinalna mjerna ljestvica), u analizi podataka korištene su neparametrijske, multivarijatne metode statističke analize. Najprije je primijenjena metoda modeliranja strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM) za testiranje hipoteza koje se odnose na utvrđivanje značajnosti definiranih utjecaja između latentnih konstrukata u konceptualnom modelu, a zatim Kruskal-Wallis test za testiranje hipoteza koje se odnose na ispitivanje značajnih razlika između tri i više varijabli. Pri statističkoj analizi prikupljenih podataka korišteni su *MS Office Excel*, softverski paket *Statistica 13.3* i program *SmartPLS 4.0.9*. Tijekom provedbe empirijskog istraživanja (kreiranje anketnog upitnika, provođenje ispitivanja te analize i interpretacije rezultata) strogo se pridržavalo temeljnih načela i značajki znanstvenog pristupa, što podrazumijeva objektivnost, preciznost, kritički stav i testiranje hipoteza.

## 1.5. OČEKIVANI ZNANSTVENI DOPRINOS

Provedbom primarnog i sekundarnog istraživanja, očekuje se konceptualni, empirijsko-metodološki i aplikativni znanstveni doprinos doktorskog rada.

Očekivani znanstveni doprinos konceptualnog dijela doktorskog rada očituje se u:

- sveobuhvatnom i sustavnom prikazu prethodnika, tumačenja i implementacije održivog turizma, kao i uloge dionika u održivom turizmu, posebno javne politike i posjetitelja
- sustavnom prikazu klasifikacije i procesa prilagodbe resursa u turizmu te važnosti održivog korištenja i upravljanja turističkim resursima općenito te iz percepcije posjetitelja
- sustavnom prikazu dosadašnjih spoznaja o zadovoljstvu posjetitelja, turističkom doživljaju i spremnosti plaćanja (WTP), njihovim međusobnim utjecajima, posebno u održivom turizmu
- sustavnom prikazu razlika između kategorija i načina upravljanja zaštićenim područjima u svijetu i u Hrvatskoj te posebnosti turizma u zaštićenim područjima
- prikazu razlika između nacionalnih parkova i parkova prirode u Hrvatskoj te parkova prirode na razini regija, ali i na razini obuhvaćenih parkova prirode u empirijskom istraživanju

- prikazu dosadašnjih metoda uvjetnog ekonomskog vrednovanja resursa (*Contingent valuation method* - CVM) te pristupa za mjerenje zadovoljstva posjetitelja i turističkog doživljaja, posebno u održivom turizmu
- uspostavi konceptualnog modela za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

Očekivani znanstveni doprinos empirijsko-metodološkog dijela doktorskog rada očituje se u:

- dizajnu i prilagodbi instrumenta istraživanja za mjerenje konstrukata u konceptualnom modelu te metodi prikupljanja primarnih podataka
- testiranju pouzdanosti i valjanosti instrumenta istraživanja te vanjskog i unutarnjeg mjernog modela
- ocjenjivanju konstrukata u modelu iz perspektive posjetitelja
- korištenju metode multivarijatne statističke analize pri mjerenju utjecaja između konstrukata u modelu
- potvrđivanju multidimenzionalnog karaktera konstrukta spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- prikazu izravnih, neizravnih i ukupnih utjecaja između konstrukata u modelu
- korištenju metode multivarijatne statističke analize pri utvrđivanju razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.

Očekivani znanstveni doprinos aplikativnog dijela doktorskog rada očituje se u:

- uspostavi smjernica za optimalnije korištenje i povezivanje resursa parkova prirode u cilju jačanja održivosti turizma parkova prirode
- potencijalnoj primjeni uspostavljenog instrumenta istraživanja i konceptualnog modela u drugačijim situacijskim kontekstima
- preporukama za buduća istraživanja u turizmu zaštićenih područja, a posebno u turizmu parkovima prirode.



## 1.6. SADRŽAJ I STRUKTURA DOKTORSKOG RADA

Uključujući uvodna razlaganja predmetnog istraživanja i zaključak, doktorski rad sastoji se od sedam glavnih poglavlja. Pored sedam glavnih poglavlja, sastavni dijelovi doktorskog rada su: sažetak na početku rada (na hrvatskom i engleskom jeziku), popis literature, popis ilustracija (slike, tablice, grafikoni), prilozi i biografija nakon obrade materije predmetnih poglavlja.

U prvom poglavlju doktorskog rada (*Uvod*), uvodi se u istraživačko područje, razlaže se problem te se definira predmet istraživanja. Nakon temeljitog prikaza polazišta doktorskog rada, u nastavku uvoda prikazuju se definirani ciljevi i formulirane hipoteze (glavna i pomoćne), uključujući i metodologiju istraživanja te očekivani znanstveni doprinos, kao i ovo potpoglavlje (sadržaj i struktura doktorskog rada).

Nakon uvoda, započinje se s poglavljem (*Teorija održivog turizma*), unutar kojeg se obrazlaže koncepcija održivog turizma, uz kronološki prikaz pojave i evolucije. Poglavlje započinje pregledom prethodnika, odnosno čimbenika koji su doprinijeli pojavi i prihvaćanju održivog turizma (problematika i „sazrijevanje“ suvremenog turizma, alternativni turizam i opće prihvaćanje održivog razvoja). Nakon toga, najprije se prikazuje razdoblje pojave i prihvaćanja održivog turizma, a zatim široka rasprava definiranja pojma, interpretacije i obuhvata održivog turizma. U preostalom dijelu poglavlja iznesene su dosadašnje spoznaje o pristupima implementacije održivog turizma, a u posljednjem potpoglavlju prikazuje se uloga i važnost pojedinih dionika u održivom turizmu, s naglaskom na ulogu javne politike i posjetitelja u održivom turizmu.

Treće poglavlje (*Zaštićena područja, parkovi prirode i turizam*) je podijeljeno u tri dijela, gdje se u okviru prvog dijela opisuju specifičnosti zaštićenih područja u kontekstu globalne važnosti i svrhe, zatim standardne kategorije te preostale globalne i regionalne designacije i inicijative. U drugom se dijelu obrazlaže upravljanje zaštićenim područjima (*governance i management*) te specifičnosti turizma u zaštićenim područjima općenito, ali i s obzirom na pojedine kategorije i glavne dionike (zaštićena područja, lokalna zajednica i posjetitelji). U posljednjem dijelu poglavlja prikazuju se osobitosti turizma u parkovima prirode, usko povezane s obilježjima parkova prirode općenito, kao i u odnosu na druge kategorije zaštićenih područja, primarno nacionalnih parkova te dosadašnja znanstveno vrijedna istraživanja turizma u parkovima prirode. Nakon toga se opisuju parkovi prirode u Hrvatskoj u okviru nacionalnog sustava kategorizacije zaštićenih područja i drugih međunarodno značajnih designacija, usporedno s preostalim kategorijama zaštićenih područja. Također je prikazana sažeta komparacija parkova prirode i turizma unutar dvije zemljopisne regije, a na kraju su sustavno prikazana obilježja parkova prirode koji su obuhvaćeni empirijskim istraživanjem, uključujući i turizam u istima.

U okviru četvrtog poglavlja (*Važnost turističkih resursa u održivom turizmu*) prvotno se prikazuje širina obuhvata resursa u turizmu, uz prikaz tumačenja pojma u literaturi te različitih tipova i načina klasifikacije turističkih resursa. U nastavku poglavlja opisuje se proces konverzije, odnosno pretvorbe i prilagodbe resursa turističkoj svrsi te važnost održivog korištenja i upravljanja resursima u turizmu zaštićenih područja. U preostalom dijelu poglavlja prikazuje se prvi od četiriju konstrukata, odnosno percepcija važnosti resursa iz perspektive posjetitelja, s posebnim fokusom na značenje pojma percepcije i dosadašnjih razmatranja predmetne tematike u području održivog turizma.

Sljedeće poglavlje (*Utjecajni koncepti u održivom turizmu iz perspektive posjetitelja*), posljednje je poglavlje koje obrazlaže teorijski dio doktorskog rada. U okviru poglavlja sustavno se i sažeto prikazuju preostala tri konstrukta na temelju detaljne analize predmetnih koncepata. Pored prikaza specifičnosti i tumačenja koncepata u literaturi, prikazani su identificirani pristupi i metode za mjerenje koncepata. Također, u okviru svakog razmatranog koncepta prikazana su i dosadašnja istraživanja koja razmatraju koncepte u području održivog turizma i njihovih međusobnih odnosa u različitim područjima primjene. Na kraju poglavlja prikazana su dosadašnja istraživanja koja razmatraju odnose (utjecaje, veze, ovisnosti, razlike) između najmanje dva predmetna konstrukta.

Šesto poglavlje (*Empirijsko istraživanje*) obuhvaća metodologiju i rezultate empirijskog istraživanja s detaljnim prikazom svake pojedine faze u procesu istraživanja. U okviru metodologije empirijskog istraživanja prikazana su istraživačka pitanja, hipoteze i konceptualni model te je detaljno opisan metodološki pristup i svaki pojedini korak u procesu prikupljanja primarnih podataka (odabir uzorka, dizajniranje instrumenta istraživanja, metoda prikupljanja podataka, rezultati valjanosti i pouzdanosti instrumenta istraživanja te primijenjene metode statističke analize). Rezultati empirijskog istraživanja prikazani su kroz četiri pod cjeline, gdje se prikazuju provjera valjanosti podataka, rezultati deskriptivne statističke analize te rezultati multivarijatne statističke analize, zasebno primjenom PLS-SEM-a, a zasebno primjenom Kruskal-Wallis testa. U posljednjem dijelu poglavlja iznesena je diskusija i usporedba rezultata provedenog empirijskog istraživanja s prethodnim istraživanjima, smjernice za praktičnu primjenu i znanstveni doprinos, kao i ograničenja te sugestije za buduća istraživanja.

U okviru *Zaključka* iznosi se sumarni pregled metodologije empirijskog istraživanja te su prikazani rezultati deskriptivne i multivarijatne statističke analize. Jednako tako, prikazan je ostvareni znanstveni doprinos doktorskog rada na konceptualnoj, empirijsko-metodološkoj i aplikativnoj razini. Sukladno provedenom empirijskom istraživanju, elaborirane su mogućnosti praktične primjene rezultata i postignuća doktorskog rada, uz prikaz ograničavajućih okolnosti i preporuka za buduća istraživanja u području održivog turizma destinacija.

## 2. POJAM I ZNAČAJ ODRŽIVOG TURIZMA

Kontinuirane promjene u društvu stvaraju nove prilike, razloge, potrebe i želje za putovanjem koje posljedično imaju određene utjecaje, kako na emitivni prostor i onaj u tranzitu, a ponajviše na samo odredište. Utjecaji se mogu promatrati s aspekta pozitivnih i negativnih, privremenih i dugoročnih, do onih koji se tiču određenih segmenata (ekološki, društveni, ekonomski i sl.). Identificiranjem prije svega negativnih ekoloških učinaka te pojedinih slabosti koje su se smatrale uzrokom masovnosti (npr. sezonalnost turizma), ali i brojnih društveno-ekonomskih problema receptivnih područja, ukazivalo se na nužnost uvođenja promjena u razvoju turizma. Određeni zabrinuti pojedinci i skupine (znanstvena zajednica, različite organizacije i inicijative) zagovarali su „prilagodniji“ turizam koji se svojevremeno promatrao kao alternativni pristup masovnom turizmu, a koji se smatra pretečom održivog turizma te koji je doprinio diverzifikaciji turističkog tržišta i pojavi drugih oblika turizma.

Održivi turizam javlja se kao logični slijed sazrijevanja turizma koji daje rješenja na ključne izazove turizma (ekološke, društvene i ekonomske), a sve s ciljem osiguravanja permanentnih koristi svim uključenim stranama, od lokalne zajednice, regije i okruženja u kojem se turizam odvija, do osiguravanja kvalitete proizvoda i zadovoljavajućeg doživljaja posjetitelja. Može se reći da se održivi turizam zasniva na optimalnoj zastupljenosti ekoloških, društvenih, ekonomskih, političkih i tehničkih čimbenika, a koji je upravljan primjenom prikladnih strategija i alata s ciljem održavanja ravnoteže između ciljanih koristi i neželjenih troškova. U suštini, radi se o pristupu koji se neprestano nadograđuje sukladno aktualnim, općim globalnim politikama i trendovima, kao i onih unutar turizma i drugih specifičnih područja. U tom kontekstu, kontinuirano se generiraju opće primjenjiva rješenja, kao i ona prilagođena na razini pojedinih regija i/ili specifičnih okruženja, usmjerena ka maksimiziranju koristi, uz minimalne pritiske.

Dosadašnji razvoj turizma popraćen kontinuiranim globalnim rastom, viđen je kao posljedica snažnog utjecaja globalizacije i tehnološkog napretka (jeftiniji letovi, pristupačnije rezerviranje putovanja, dijeljenje doživljaja u realnom vremenu i drugi čimbenici koji putovanje čine sve atraktivnijim). Pored daljnjeg rasta, očekuje se određeni „redizajn“ turizma u budućnosti uslijed demografskih promjena, poboljšanja povezanosti destinacija, tehnoloških inovacija te sve istaknutijih potreba za održivim, inkluzivnim i otpornim razvojem turizma, a koji će kao takav donijeti nove prilike i izazove za destinacije (OECD, 2020). Uzimajući u obzir i stavove mnogih autora o nužnosti daljnjih istraživanja u području održivog turizma (Mooney et al., 2022; Ruhanen et al., 2019; McCool, 2019; Bramwell et al., 2017; Bosak, 2016), opravdanim se smatra doprinositi novim spoznajama. U nastavku poglavlja najprije se daje kratki pregled čimbenika koji su doprinijeli potrebi za uvođenjem promjena u razvoju turizma, a zatim razdoblje prilagodbe te pojave, prihvaćanja i primjene održivog turizma.

## 2.1. PROBLEMATIKA TURIZMA – POKRETAČ PROMJENA PREMA ODRŽIVOM TURIZMU

U suvremenoj povijesti turizma, od 1950-ih pa sve do danas, još uvijek dominira tzv. masovni turizam koji se najčešće odnosi na destinacije s turističkim proizvodom 3S (sunce, more i pijesak), ali i pojedine destinacije urbanog turizma, zimskog turizma i druge pojedinačne destinacije u kojima boravi veliki broj ljudi, premašujući značajno broj lokalnog stanovništva i društveno-ekološke kapacitete. Usprkos tome, ovakav su turizam prihvatile mnoge države koje su imale pogodnu resursnu i drugu osnovu za razvoj, oslanjajući se uglavnom na tada traženi turistički proizvod sunce, more i pijesak (3S).

S obzirom na njegov masovni karakter, Gursoy et al. (2010) razvoj masovnog turizma okarakteriziraju kao razvoj koji pretendira biti vrlo komercijaliziran, ali koji nudi minimalne mogućnosti za kontakt i razumijevanje između domaćina i turista. Dok je na jednoj strani ovakav turizam doprinio razvoju ekonomije (izravno i neizravno), s odmakom vremena postajali su sve osjetniji negativni učinci, prije svega na ekološku i društvenu komponentu destinacije, ali i u kontekstu negativnih ekonomskih učinaka. U nastavku će se sažeto prikazati glavni pozitivni i negativni učinci turizma, a koji su u uskoj vezi s dva opće prisutna, međusobno povezana fenomena u turizmu – sezonalnost i masovnost. Upravo je navedena problematika turizma zahtijevala traženje rješenja koja će ublažiti pritiske i negativne učinke te paralelno stvarati veće koristi, a koje je kao takvo i dalje aktualno područje istraživanja.

### 2.1.1. Učinci turizma

Unazad nekoliko desetljeća, turizam je postao važan razvojni cilj mnogih država, budući da doprinosi povećanju priljeva stranih valuta i stvara nove prilike za zapošljavanje (Lee & Chang, 2008), značajno utječe na rast prihoda i BDP-a, stjecanje dobiti ili dohotka, ali i doprinosi regionalnom razvoju (Holloway & Humphreys, 2022; Mason, 2020; Lickorish & Jenkins, 1997), čime se potiče ukupni gospodarski rast i razvoj. U samim počecima razvoja, turizam je viđen kao potencijalni ekonomski spasitelj mnogih zemalja (Garrod & Fyall, 1998) te kao poželjna i relativno čista „industrija“ (Orams, 2001), odnosno manje štetan nasuprot alternativnih djelatnosti koje imaju eksploatirajući učinak na resurse, poput šumarstva, poljoprivrede i drugih primarno ekstenzivnih djelatnosti.

Promatrajući turizam od samih početaka razvoja do danas, uočava se njegova višestruka korisnost jer doprinosi blagostanju područja na kojem se odvija te je poželjna sastavnica ekonomskog razvoja zemalja diljem svijeta. Do prije pojave pandemije Covid-19, turizam je bilježio trend rasta deset godina zaredom (World Tourism Organization [UNWTO], 2021), a potom drastičan pad dolazaka i prihoda (Tablica 1.).

Tablica 1. Pokazatelji turizma na međunarodnoj razini prije i nakon pandemije

Pokazatelji	2019.	2020.	2021.	st	st	st
				2019/2018	2020/2019	2021/2019
<b>Turistički dolasci (milijuna USD)</b>	1.465	406	429	4	-72	-71
<b>Turistički prihodi (milijardi USD)</b>	1.483	548	617	3	-63	-58
<b>Turistički prihod po dolasku (USD)</b>	1.012	1.350	1.436	-2	33	42

Izvor: prilagođeno prema podacima UNWTO Tourism Dashboard, dostupno na: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (5.5.2022.)

Iz prikazanih podataka u tablici 1., vidljiv je dramatični utjecaj pandemije Covid-19 na turizam, uz blagi oporavak u 2021. u odnosu na 2020. godinu kada je svijet prvi puta suočen s pandemijom tolikih razmjera i utjecaja na život ljudi. Iako je u 2021. zabilježen ogroman pad prihoda od 58% u odnosu na 2019. godinu, gledajući pad broja međunarodnih turističkih dolazaka od 71% za isto razdoblje, uočava se da je potrošnja po dolasku u 2021. značajno veća u odnosu na 2019. godinu (povećanje od gotovo 42%). U svakom slučaju, prikazani pokazatelji stanja u turizmu trebali bi se promatrati s odmakom, s obzirom na to da se uspoređuju podaci s 2019. godinom te se u obzir na uzimaju procijenjeni trendovi rasta turizma prije pandemije koji su bili očekivani. U tom kontekstu, pretpostavka je da su učinci pandemije na turizam i nešto viši od prikazanih. Stoga, uz nepobitnu činjenicu da je pandemija Covid-19 ozbiljno naštetila turizmu, turizam je u svemu tome pokazao i pozitivnu stranu, generirajući veće prihode po dolasku, što ulijeva nadu i optimizam u potpuni oporavak i opetovani kontinuirani rast, širenje i povećanje utjecaja turizma u globalnoj ekonomiji.

Međutim, unatoč iznesenoj snazi turizma do 2019. godine te prikazanih naznaka oporavka nakon 2022. godine i dalje, Bar-On (1999) je još krajem proteklog stoljeća ukazao da su ekonomske koristi od turizma smanjene zbog korištenja smještajnih i drugih objekata samo tijekom jednog dijela godine ili zbog niske iskorištenosti kapaciteta, kao i zbog nezaposlenosti izvan sezone. Sezonalnost se i dalje smatra problemom za mnoge vodeće turističke destinacije u svijetu, posebno one na Mediteranu i to s aspekta održivosti (Duro & Turrion-Prats, 2019), s obzirom na to da nejednaka raspodjela turističke aktivnosti tijekom godine (razdoblja pretrpanosti i prekomjernog angažmana resursa nasuprot razdoblja nekorištenja resursa) utječe na gospodarstvo, okoliš, društvo i tržište rada (Martín Martín et al., 2020).

Osim sezonalnosti koja remeti ekonomsku održivost, turizam sa sobom donosi i druge negativne ekonomske učinke koji se očituju kroz inflaciju i porast cijena (nekretnina, hrane i ostalog),

oportunitetni trošak (zapostavljanje drugih djelatnosti) te previsoku ovisnost o turizmu, gdje je turizam jedini razvojni pristup (Holden 2016; Mason, 2016; Holloway et al., 2009). S obzirom na to da je turist tijekom putovanja i boravka u destinaciji u stalnoj interakciji s drugačijim okruženjem od onoga koje se nalazi kod kuće, ovakva interakcija osim ekonomskih učinaka, za posljedice može imati pozitivne i negativne društvene i ekološke utjecaje (Holden, 2008). Na ovo ukazuje i Sharpley (2009), koji tvrdi da se pojavom turizma kao globalne društveno-ekonomske pokretačke snage, javljaju dvije suprotstavljene strane. Na jednoj strani mnogi promiču daljnji rast i razvoj turizma, prije svega zbog jasnih ekonomskih pokazatelja, dok ga na drugoj strani opstruiraju zbog potencijalnih negativnih posljedica na okoliš i društvo u destinaciji. Od negativnih učinaka na okoliš ističu se: onečišćenje zraka, vode i tla; oštećenja geoloških i drugih znamenitosti prostora; uznemiravanje divljih životinja i gubitak staništa i biološke raznolikosti; štete vegetaciji; prekomjerno korištenje i nedostatak energenata i doprinos klimatskim promjenama (Lee et al., 2009). Jednako tako, prisutni su pritisci na društvenu komponentu poput: porasta stope kriminala i vandalizma; prenapučenosti koja dovodi do gustog prometa, buke i remećenja svakodnevnog života lokalnog stanovništva te ugrožavanja kulture i gubitka identiteta lokalnog stanovništva (Chong, 2019; Mason, 2016). Kontinuiranim porastom broja turista u popularnim 3S destinacijama, bili su sve izraženiji neželjeni učinci turizma, ali i zabrinutost za buduće nepredvidive negativne učinke ovakvog razvoja. Jačanjem društvene važnosti na globalnoj razini, kao i osjetnih neželjenih učinaka, turizam je postao predmetom mnogih istraživanja (Lee & Chang, 2008). Brojni su autori u svojim istraživijima nastojali ukazati na aktualne pritiske masovnog turizma (Archer, 2005; Haralambopoulos & Pizam, 1996; McKercher, 1993; Romeril, 1985; Pizam, 1978; Hills & Lundgren, 1977), prije svega na prirodu i okoliš (Butler, 1991; Green et al., 1990; Romeril, 1989; Pearce, 1985; Cohen, 1978).

U literaturi se razlikuju spoznaje o odgovornosti dionika za negativne utjecaje turizma na okoliš. Kavallinis & Pizam (1994) na primjeru 3S turističke destinacije utvrđuju da lokalno stanovništvo ima najveću odgovornost za negativne utjecaje turizma u usporedbi s poduzetnicima i turistima. Kousis (2000) na primjeru mediteranskih zemalja utvrđuje da su nositelji turističke ponude i državna tijela odgovorni za nastanak negativnih utjecaja turizma, jer su projekti masovnog turizma često uzrokovali gubitak kontrole lokalne zajednice nad prirodnim resursima zbog privatnih, državnih i naddržavnih interesa, kao i postupnu štetnu reorganizaciju ekosustava te gubitak ljudskih resursa.

Pridavanjem sve veće pozornosti problematici ubrzanog razvoja turizma (pojedinci, nacionalne i međunarodne i inicijative), bilo je vidljivo da se kontinuirano nastoji rasvijetliti aktualna problematika turizma te pronaći kompromisna rješenja koja bi mogla pomiriti interese i osigurati koristi svim, ili barem najvažnijim stranama u turizmu. Jedno od najistaknutijih obilježja i problema globalnog turizma je njegova izrazita sezonalnost koja je u uzročno-posljedičnoj vezi s fenomenom masovnosti u turizmu. Uslijed sezonskog karaktera, turistička industrija je fokusirana na motiviranje i privlačenje

sve većeg broja posjetitelja, kako bi se povećala efektivnost poslovnih subjekata i ekonomske koristi, uslijed čega se stvaraju još veći pritisci na okoliš i stanovništvo u destinacijama. S obzirom na dominantnost sezonalnosti u turizmu koja se smatra jednom od najznačajnijih slabosti suvremenog turizma, u sljedećem potpoglavlju detaljnije će se prikazati ovaj fenomen koji je svojim učincima značajno utjecao na promišljanje, prihvaćanje i primjenu koncepcije održivog turizma.

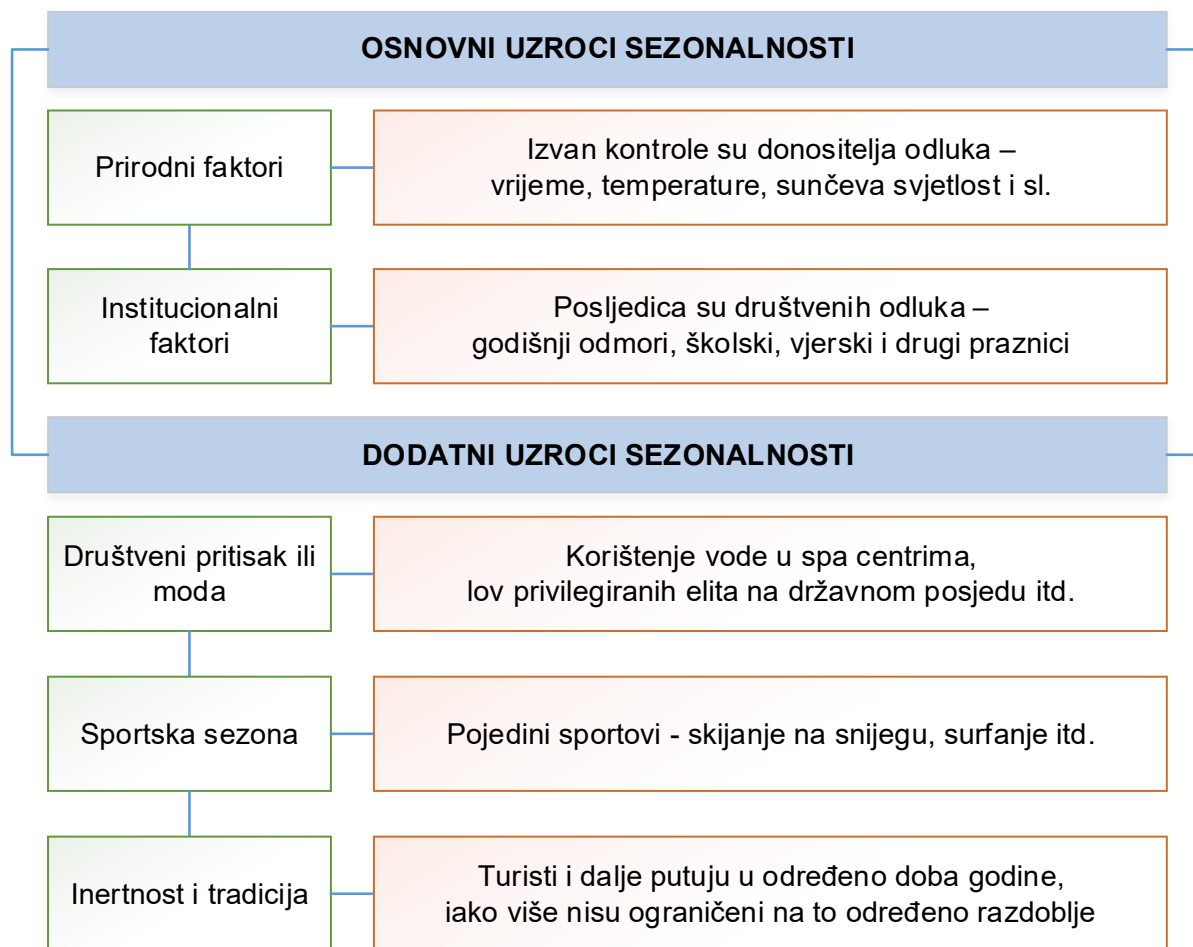
### 2.1.2. Sezonalnost turizma

Fenomen sezonalnosti odavno je viđen kao jedinstveni i zabrinjavajući aspekt turističke industrije, posebno s aspekta održivosti turizma (Xie, 2020; Qiang, 2020; Senbeto & Hon, 2019; Duro, 2018). Sezonska potražnja općenito se smatra jednim od glavnih uzroka sezonalnosti (Martín Martín et al., 2020) i to kao posljedica klimatskih obilježja i razdoblja korištenja odmora (Mason, 2016). U suštini, sezonalnost turizma odnosi se na ponovljeni ciklički obrazac s vremenskim neravnotežama tijekom cijele godine u turističkim dolascima, noćenjima i potrošnji (Zhang et al., 2021). Može se reći da takve sezonske oscilacije turističke potražnje izazivaju osjetne neravnoteže u destinacijama, od njihove prekomjerne zauzetosti u vrhuncu sezone do neaktivnosti i zapostavljanja izvan sezone.

Sezonalnost je odavno prepoznata kao jedna od najočitijih karakteristika masovnog turizma i smatra se glavnim problemom koji treba prevladati, iako se ovim fenomenom vrlo teško može manipulirati (Butler, 1998). U literaturi se kao ključan problem navode sezonske oscilacije u broju posjeta (koegzistencija razdoblja velike aktivnosti s razdobljem neiskorištenosti resursa i same destinacije), koje se očituju kroz ekonomske, sociokulturne i ekološke učinke te učinke na tržištu rada (Martín Martín et al., 2020; Higham & Hinch, 2002). Najčešće spominjani problemi i posljedice sezonalnosti su: otežani pronalazak, zapošljavanje i zadržavanje kompetentnih djelatnika; dostupnost kapitala i privlačenje investicija te povrat i prinos na investicije; neujednačeno korištenje resursa za vrijeme prekomjernog turizma (buka, gužve, zagađenja okoliša), a na drugoj strani nezadovoljstvo stanovništva i negativan stav prema turizmu zbog gubitka i smanjenja prihoda, nezaposlenosti i sl. (Xie, 2020; Qiang, 2020; Jang, 2004; Butler, 2001; Baum, 1999).

U literaturi se razlikuju dva osnovna faktora koji uvjetuju pojavu ovog fenomena (Slika 1.), a to su prirodna i institucionalna sezonalnost (Qiang, 2020; Barros & Sousa, 2019; Li et al., 2018; Boffa & Succurro, 2012; Cuccia & Rizzo, 2011; Fernandez-Morales & Mayorga-Toledano, 2008; Parrilla et al., 2007; Koenig-Lewis & Bischoff, 2005; Baum & Lundtorp, 2001). Pored navedenih faktora, u literaturi se navode i Butlerovi dodatni uzročnici sezonalnosti (Senbeto & Hon, 2019; Fernandez-Morales & Mayorga-Toledano, 2008; Jang, 2004; Higham & Hinch, 2002; Hinch & Jackson, 2000), koji se odnose na društveni pritisak ili modu, sportsku sezonu te inertnost i tradiciju (Slika 1.).

Slika 1. Uzroci pojave sezonalnosti u turizmu



Izvor: prema Boffa & Succurro (2012), str. 1181.; Jang (2004), str. 821.

Pored toga što je sezonalnost viđena kao izraziti problem turizma koji se nastoji mnogim strategijama minimizirati, u literaturi se ističe i nekolicina indirektnih, pozitivnih učinaka sezonalnosti. Butler (2001) je ukazao da postoje pogodnosti koje proizlaze iz sezonalnosti, primarno povezane sa samoobnovom i uređenjem okoliša te obnovom infrastrukture u vrijeme izvan sezone. Upravo druga strana ovog fenomena, u smislu turistički neaktivnog perioda ili tzv. mrtve sezone, jedina je prilika za oporavak društvenog i prirodnog okruženja destinacije (Ramos & Sol Murta, 2022; Senbeto & Hon, 2019; Hinch & Jackson, 2000; Hartman, 1986), pa čak i za odmor pojedinih malih poduzetnika u turizmu (Bramwell, 2004). S obzirom na to da su brojni autori privukli pozornost na potencijalne destruktivne ekološke i socio-kulturne, pa čak i pojedine ekonomske učinke neobuzdane ekspanzije masovnog turizma, krajem osamdesetih godina prošlog stoljeća, rješenje istaknute problematike viđeno je u razvijanju alternativnog turizma (potpoglavlje 2.1.3.), kao i konceptima poput zelenog i prikladnog turizma, turizma slabog utjecaja, odgovornog i *soft* turizma (Sharpley, 2009).



### 2.1.3. Pojava, tumačenje i učinci alternativnog turizma

Uzimajući u obzir određene negativne učinke masovnog turizma, tijekom 1970-ih godina predlaže se novi smjer razvoja turizma za koji se smatra da je prikladniji za okoliš i društvo. U akademskim i stručnim krugovima počeli su se koristiti pojmovi: moralni turizam, etički turizam, alternativni turizam, ekoturizam, odgovorni turizam, novi turizam i slično (Butcher, 2005), kako bi se ukazalo na novi pristup koji prioritet daje zaštiti i očuvanju prirodnih i kulturnih resursa (Fenell, 2020; Triarchi & Karamanis, 2017; Fenell, 2014). Od svih korištenih naziva i koncepcija u literaturi, Jafari (2000) tvrdi da je alternativni turizam najšireg obuhvata, kao dio pokreta koji je ukazivao na neizbježne posljedice aktualnog razvoja prema budućim naraštajima. S obzirom na korijen nastanka pojma, Macleod (2005) i Cohen (1987) ističu dva osnovna pristupa alternativnog turizma (Tablica 2.). Prvi je pristup određen reakcijom na suvremeni masovni konzumerizam (*protukulturalni* alternativni turizam), dok je drugi reakcija na eksploataciju resursa zemalja u razvoju (*zabrinuti* alternativni turizam).

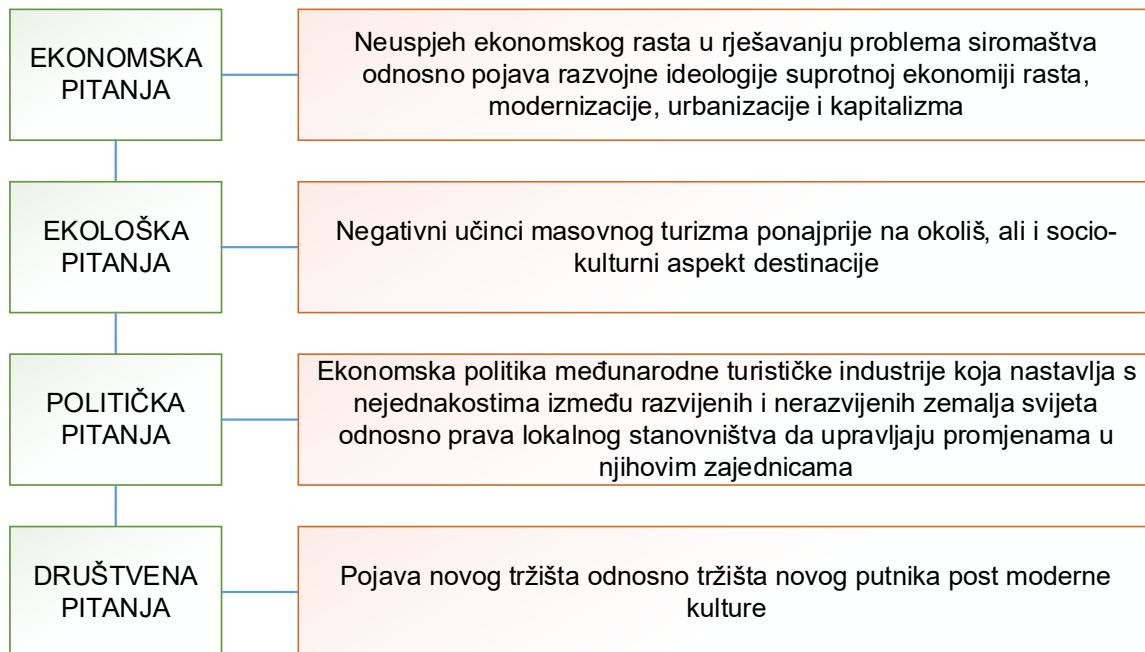
Tablica 2. Koncepcije alternativnog turizma

Koncepcija	Obilježje koncepcije
<b>Protukulturalni alternativni turizam</b>	Alternativni načina života, suprotstavlja se „uniformiranom“ masovnom turizmu, mladi čak odbacuju naziv turist te se nazivaju putnicima, <i>backpackersima</i> , skitnicama, hipijima i sl., koji u potrazi za autentičnim doživljajem putuju spontano i samostalno, gdje mogu ostvariti izravan kontakt s lokalnim stanovništvom.
<b>Zabrinuti alternativni turizam</b>	Uz stjecanje autentičnog doživljaja, zabrinuti pojedinci zbog negativnih učinaka turizma na okoliš i lokalnu zajednicu, putovanjima nastoje unaprijediti međusobno razumijevanje ljudi, suzbiti ekološku i kulturnu degradaciju te povrh svega ekonomsko iskorištavanje i dehumanizaciju lokalnog stanovništva.

Izvor: prema Cohen (1987), str. 13-16.

Razmatrajući navedene pristupe, uočava se da ideologija alternativnog turizma ne daje mogućnost reforme masovnog turizma, nego ga nastoji zamijeniti (Sharpley, 2009), zbog čega je bio predmet stalnih kritika s ekološkog, društvenog pa i ekonomskog aspekta (Weaver, 1991). Alternativni turizam generalno se zagovarao u zemljama u razvoju, dok je za isti pristup u Europi korišten naziv *soft tourism*, odnosno *meki* turizam (Pearce, 1992). U američkoj turističkoj industriji korišten je pojam *new tourism*, čiji se razvoj temeljio na jedinstvenosti samog mjesta (Triarchi & Karamanis, 2017; Leksakundilok, 2004). U nastavku su prikazani glavni čimbenici koji su utjecali na pojavu alternativnog turizma (Slika 2.).

Slika 2. Čimbenici koji su utjecali na pojavu alternativnog turizma



Izvor: prema Triarchi & Karamanis (2017), str. 40.; Leksakundilok (2004), str. 96.

Kada se govori o terminologiji, Triarchi & Karamanis (2017) ističu da ne postoji niti jedna univerzalno dogovorena ili široko prihvaćena definicija. Krippendorf (1999) je ukazao da alternativni turizam nije precizno definiran, ali da se može povezati s putovanjem za posebne ljude, ljude koji vole raditi drugačije, s putovanjem koje počinje tamo gdje druga završavaju i sl. Kasnije je Brohman (1996) konstatirao da se u literaturi alternativni turizam koristi kao sinonimom za sve što se ne podudara s masovnim turizmom, što Jafari (2000) uočava kao jedan od problema jer dolazi do nejasnoće značenja alternativnog turizma.

U literaturi postoje brojne definicije alternativnog turizma (Gursoy et al., 2010; Fenell, 2008; Orams, 2001; Järviluoma, 1992; Smith & Eadington, 1992; Weaver, 1991). Gursoy et al. (2010) alternativni turizam promatraju kao turizam baziran na atrakcijama i sadržajima koji su namijenjeni manjim grupama turista, koji će imati minimalne negativne učinke na prirodnu i društvenu okolinu te koji je povezan i potpomaže razvoj drugih djelatnosti lokalne zajednice. Alternativni se turizam u širem smislu promatra kao „generički pojam koji obuhvaća čitav niz turističkih strategija (kao npr. "adekvatno", "eko", "meko", "odgovorni", "od ljudi za ljude", "kontrolirano", "malih razmjera", "vikendica", "zeleni turizam"), koje podupiru da se više nudi „dobročudna“ alternativa konvencionalnom masovnom turizmu u određenim tipovima destinacija“ (Fenell, 2008:5; Orams, 2001:25; Weaver, 1991:415). Može se reći da je temeljni cilj alternativnog turizma razvoj koji minimizira negativne učinke i optimizira koristi lokalnoj zajednici te promovira tematske susrete između turista i lokalnih stanovnika (Sharpley, 2009).

Iako je pojava i sama ideologija alternativnog turizma u potpunosti jasna, Järviluoma (1992) i Butler (1989) pokazali su oprečna razmišljanja jer smatraju da alternativni turizam ne može zamijeniti masovni turizam. Weaver (1995) ističe da eksplozija interesa i velika pozornost posvećena alternativnom turizmu ukazuje na *bandwagon* učinak koji je doprinio prihvaćanju koncepcije bez obzira na razumijevanje pojma i mogućnosti njegove primjene kao takvog. Upravo su na temelju ovih stavova i nastale mnoge kritike alternativnog turizma. Prije svega, relevantnost alternativnog turizma propitivala se kroz ekonomski značaj masovnog turizma i činjenicu da mnogi ljudi uživaju biti masovni turisti (Triarchi & Karamanis, 2017; Fenell, 20014; Butler, 1992). Brohman (1996) i Cohen (1987) su u zaključnim razmatranjima potvrdili da alternativni turizam neće moći zamijeniti masovni turizam, ali da će doprinijeti reformiranju i ublažavanju najkritičnijih problema te dovesti do "prikladnijeg" masovnog turizma, što se zapravo i događa.

Iako su glavni kritičari suglasni oko neprihvatanja koncepcije kao takve (Weaver, 1995; Järviluoma, 1992; Butler, 1990; Cazes, 1989; Cohen, 1987), ipak priznaju pojedine pozitivne učinke alternativnog turizma. Butler (1990) navodi da alternativni turizam prije svega dopunjuje masovni turizam povećanjem broja atrakcija i autentičnih sadržaja, budući da pruža mogućnost:

- uživanja u prirodi i bogatoj kulturnoj baštini lokalnih mjesta
- stjecanja dodatnih prihoda stanovnika i poljoprivrednih gospodarstava kroz usluge noćenja s doručkom, usluge vođenja, kao i obavljanjem ostalih zanata u funkciji pružanja usluga
- razvoja turizma u područjima koja imaju određena ekološka ili društvena razvojna ograničenja, kao npr. razvoj turizma u zaštićenim područjima.

Uzimajući u obzir učestale kritike, bilo je sve izglednije da je alternativni turizam samo prijelazno razdoblje prema nekom novom usmjerenju turizma. Zaključuje se da su alternativni i ostali predloženi oblici turizma zasigurno zaslužni za daljnja promišljanja, istraživanja i razmatranja ostalih opcija razvoja, kao i da su doprinijeli daljnjem procesu segmentacije tržišta i proizvoda u turizmu (Jafari, 2000). S obzirom na sve prisutnije zagovaranje održivog razvoja do početka 1990-ih godina, Nash & Butler (1990) konstatirali su da je prikladnije usmjeriti se na razvoj održivih oblika turizma, odnosno koristiti termin održivi turizam. S obzirom na izvorno značenje, Weaver (2006) smatra da se alternativni turizam treba promatrati ranim oblikom pojave koncepcije održivosti u području turizma. Sagledavajući prethodno istaknute činjenice, može se reći da je s razlogom posvećena određena pažnja alternativnom turizmu, budući da je utjecao na proces sazrijevanja suvremenog turizma. Paralelno, uz alternativni turizam i druge utjecaje unutar i izvan turizma, zagovaranje i prihvaćanje održivog razvoja pridonijelo je evoluciji koncepcije održivog turizma. S obzirom na to da je održivi razvoj jedno od ishodišta održivog turizma, u nastavku će se prikazati i razjasniti osnove održivog razvoja.

## 2.2. POJAVA I PRIHVATANJE ODRŽIVOG RAZVOJA

Paradigma održivog turizma nastala je iz puno šire koncepcije, poznatije kao održivi razvoj koji je bio populariziran kroz tzv. Brundtlandov izvještaj pod nazivom *Naša zajednička budućnost (Our Common Future)* (Agbedahin, 2019; Dangi & Jamal, 2016; Weaver, 2001; Butler, 1999; Weaver et al., 1999). Kao takav, primarno je zaslužan za razumijevanje i usklađivanje međudnosa ekološke, društvene i ekonomske komponente. Na osnovama održivog razvoja su proizašli brojni modeli, alati i rješenja usmjerena na ravnotežu između ciljanih koristi i prihvatljivih troškova ljudskih aktivnosti. U suštini, održivi razvoj zahtjeva minimiziranje negativnih učinaka razvoja, uz istodobno stvaranje što je moguće više koristi svim interesnim stranama.

Po prvi puta se postavljalo pitanje, može li se ekonomski razvoj nastaviti i održati, s obzirom na to da su gospodarske aktivnosti ubrzano narušavale preostala dva razvojna procesa koji su bitni za ljudski život i opstanak civilizacije, a to su proces ekološkog razvoja i proces razvoja zajednice (International Council for Local Environmental Initiatives [ICLEI], International Development Research Centre [IDRC] & United Nations Environment Programme [UNEP], 1996). Prema tvrdnjama pojedinih autora (Agbedahin, 2019; Stojanović, 2011; Weaver, 2006; Bramwell & Lane, 1993), pojam održivi razvoj prvi puta je globalno korišten u dokumentu *World Conservation Strategy* iz 1980. godine. Prema navedenom strateškom dokumentu, održivi razvoj je usmjeren na društvene, ekološke i ekonomske čimbenike, biotičke i abiotičke resurse, kao i na dugoročne i kratkoročne prednosti te nedostatke alternativnih aktivnosti (International Union for Conservation of Nature [IUCN], UNEP & World Wildlife Fund [WWF], 1980).

Povećanjem zabrinutosti za globalna pitanja okoliša i razvoja, Ujedinjeni narodi (UN) nedugo nakon publiciranja *World Conservation Strategy* osnivaju Svjetsku komisiju za okoliš i razvoj 1983. godine (*World Commission on Environment and Development – WCED*). Glavni cilj WCED-a bio je poduzimanje javnih rasprava u raznim zemljama kako bi se utvrdili konkretni dokazi o povezanosti između razvoja i promjena u okolišu (Redcliff, 1987). S obzirom na širi kontekst problema koji su doveli do globalne nestabilnosti i političke napetosti (preveliko siromaštvo, neodrživi razvoj temeljen na degradaciji okoliša i iscrpljivanju resursa, nejednakost i ostalo), WCED je istaknuo da su promjene nužne, budući da aktualni modeli rješavanja ovih problema nisu funkcionirali. Središnji cilj i briga WCED-a je održivost, odnosno uspostavljanje globalne politike održivog razvoja (Brundtland, 1985).

Temeljem zahtjeva Glavne skupštine UN-a, WCED je izradio tzv. globalni plan za promjenu kao poziv na političku aktivnost i djelovanje, poznatiji kao Brundtlandov izvještaj. Izvješće je publicirano 1987. godine pod nazivom *Naša zajednička budućnost*, u kojem je održivi razvoj jedino rješenje za pitanja i probleme okoliša i razvoja (WCED, 1987), a u okviru kojeg je dana definicija koja je najčešće citirana. U nastavku se daje pregled tumačenja koncepcije održivog razvoja.

### 2.2.1. Pojmovno određenje održivog razvoja

Pojam održivi razvoj postao je vrlo popularan kod ukazivanja na budući smjer razvoja, a koji bi trebao zaustaviti, zamijeniti ili uravnotežiti razvoj koji je prikazivan kao loš, negativan, neravnopravan, štetan, bez perspektive, neodrživ, eksploatacijski i slično. Prema tvrdnjama Cooper et al. (2005), održivi razvoj jedna je od najčešće korištenih, ali i jedna od najmanje jasnih koncepcija gdje ne postoji opći konsenzus oko definicije samog pojma (Barton & Gutiérrez-Antinopai, 2020; Cobbinah et al., 2015). Glavni razlog tomu je preširoki analitički okvir koji obuhvaća ekonomska, ekološka, društvena, kulturna i etička pitanja pa čak i generacijsku jednakost i solidarnost. Iako su pojedini autori (Sharpley, 2009; Spenceley, 2008; Porritt, 2007; Cooper et al., 2005; Weaver & Opperman, 2000; Redclift, 1993) ukazivali na nejasnoću, neadekvatnost, dvosmislenost, kontradiktornost, neprimjenjivost ili nerazumijevanje kod korištenja, u literaturi postoje mnogobrojna tumačenja održivog razvoja (Jain & Jain, 2020). Cjeloviti pregled brojnih definicija održivog razvoja koje se pojavljuju u razdoblju od 1979. do 1997. godine (preko 50 definicija) daje Murcott (1997) u radu *Definitions of sustainable development* (Udo & Jansson, 2009; Cooper et al., 2005).

Definicija održivog razvoja iz tzv. Brundtland izvješća jedna je od najčešće citiranih definicija u literaturi. U okviru Izvješća, održivi razvoj definira se kao razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe (WCED, 1987). Ovakvo široko tumačenje održivog razvoja ostavilo je prostora za različite interpretacije među pojedincima, iako su u središtu bila dva osnovna izazova. Jedan se odnosio na ograničenost dostupnih resursa za podmirenje sadašnjih i budućih potreba, a drugi na rastuće potrebe koje se trebaju zadovoljiti, prioritetno među siromašnima u svijetu (Ramzy et al., 2019; Prandecky, 2017; Grundey et al., 2008).

Pojam održivi razvoj kao takav postao je popularan i općeprihvaćeni termin kod prikazivanja prihvatljivog razvoja koji uspostavlja i održava ravnotežu u odnosima i međusobnim utjecajima ekološke, društvene i ekonomske dimenzije. Međutim, Porritt (2007) ističe da i ova definicija ima ograničenja, budući da ne uspijeva prenijeti ideju da postoje biofizičke granice unutar kojih društvo mora djelovati s ciljem održavanja prirodnog kapitala o kojem ovisi. Nadalje, Moisey & McCool (2008) ističu da izvješće daje malo smjernica o tome kako postići održivost.

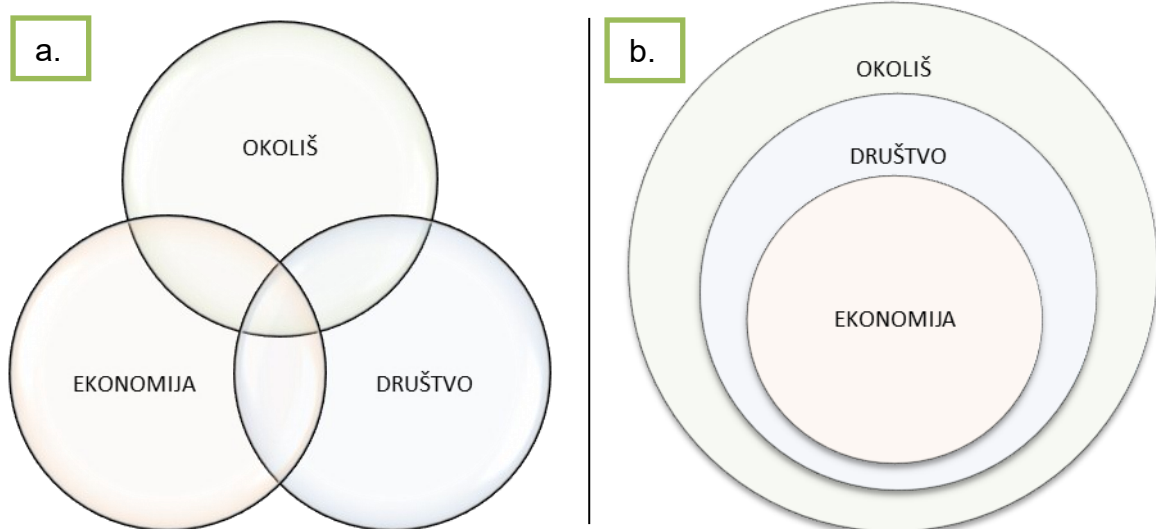
Pored održivog razvoja, u literaturi se pojavljuje i koristi pojam održivost, kao pojam koji ima isto značenje. Porritt (2007) nastoji otkloniti nejasnoće te ukazati na konkretne razlike između pojmova. Održivost promatra kao „sposobnost za nastavak dugoročne budućnosti“, a održivi razvoj kao „proces prema održivosti“ (Porritt, 2007:33). Sharpley (2009) navodi da se održivi razvoj može različito definirati sukladno različitim ideološkim perspektivama, ali da se u suštini promatra kao proces globalnog razmjera kojim se nastoji optimizirati odnos, odnosno uspostaviti i održati ravnotežu između razvoja i zaštite resursa.

Održivi razvoj široko je integriran u razvoju ljudske civilizacije, iz čijeg se šireg značenja podupiru modeli koji optimiziraju razvoj uz mjere zaštite okolišnog kapitala. Mnogi su obrasci ponašanja i djelovanja nastali intenzivnim globalnim zagovaranjem održivog razvoja, poput razvoja i primjene određenih normi, standarda, tehnologija, proizvoda te ostalih regulacijskih, ekonomskih i dobrovoljnih alata s ciljem smanjenja potrošnje resursa, smanjenja onečišćenja i pritiska na okoliš i društvo, odnosno smanjenja općenito nazvanog „društvenog troška“ kao nusproizvoda razvoja. Održivi razvoj dobio je na važnosti u svim područjima, a jednako tako i u turizmu. Uvažavanjem koncepcije u turizmu, javlja se pojam održivi turizam koji nalaže usmjeravanje turizma ka maksimiziranju pozitivnih te minimiziranju negativnih učinaka na što duži period. U nastavku se prikazuju dimenzije održivog razvoja koje se kao takve repliciraju u održivom turizmu.

### 2.2.2. Dimenzije održivog razvoja i doprinos konferencija UN-a općem prihvaćanju koncepcije

Održivi razvoj predložen je kao model strukturnih društvenih promjena, koji zagovara ravnotežu između ekonomskih, ekoloških i društvenih pitanja (Fenell, 2020). Model je slikovito prikazivan korištenjem Vennovog dijagrama, pri čemu svaki međusobno povezani prsten predstavlja jedan segment održivosti (Slika 3.a.). Vennovim dijagramom ili trokutom održivosti najčešće su korišteni prikazi dimenzija održivog razvoja, u okviru kojih su često korišteni i nazivi poput društvena jednakost, kvaliteta okoliša i ekonomski rast (Barton & Gutiérrez-Antinopai, 2020). Ovakav model kritiziran je da ima mnoge slabosti i ograničenja, jer prikazuje odnose u kojima je svaki segment odvojen te otvara mogućnost davanja prioriteta jednog nad drugim (Boskurt & Destek, 2015).

Slika 3. Modeli percepcije odnosa između ekonomije, društva i okoliša u kontekstu održivog razvoja



Izvor: prema Giddings et al. (2002), str. 189, 192..

Puno precizniji prikaz odnosa između društva, ekonomije i okoliša u kontekstu održivog razvoja daje model koji ekonomiju pozicionira unutar društva, koje se pak odvija u okolišu (Slika 3.b.). U tom kontekstu, ekonomija ovisi o društvu (znanje, sposobnosti i vještine čovjeka nositelji su razvoja) i okolišu (sirovine, resursi, energija), a opstanak društva o okolišu, za razliku gdje okoliš ne ovisi niti o čovjeku niti o ekonomiji (Giddings et al., 2002). Stvarnost je da čovjek kao društveno biće ne može opstati sam i ovisi o resursima iz okoliša (voda, zrak, zemljište za dobivanje hrane), dok je ekonomija ona koja može poboljšati uvjete življenja, ali i pogoršati, međutim, nije presudna za opstanak (primjer autohtonih zatvorenih zajednica). U tom kontekstu, iako su zaštita okoliša, socijalna uključenost i ekonomski rast tri osnovna stupa održivog razvoja, postizanje održivog razvoja će itekako ovisiti o njihovim međusobnim utjecajima. Ukoliko bi ekonomski rast utjecao samo na porast prihoda, bez da se pozitivno reflektira na bolje obrazovanje, zdravlje, pravdu, okoliš i druge društveno-ekonomske pokazatelje (smanjenje siromaštva, pravednija raspodjela dohotka i stvaranje radnih mjesta i sl.), onda se o takvom ekonomskom rastu ne može govoriti kao stupu održivog razvoja, jer ne koegzistira s društvenom i ekološkom održivošću (Haliscelik & Soytaş, 2019).

Holden et al., (2017) također ističu da ekonomski rast ne može biti jedan od glavnih ciljeva održivog razvoja, s obzirom na prioritetna ekološka ograničenja te predlažu model za kojeg smatraju da je povezan s ideologijom održivog razvoja u Bruntlandovu Izvješću, suprotan opće prihvaćenom modelu koji nastoji uravnotežiti društvene, ekološke i ekonomske ciljeve. Autori smatraju da model održivog razvoja treba biti zasnovan na tri moralna imperativa koji se odnose na: 1. zadovoljenje ljudskih potreba, 2. osiguranje društvene jednakosti i 3. poštivanje ekoloških ograničenja.

Neovisno o suprotstavljenim stavovima i neslaganjima pojedinaca, održivi razvoj zasigurno je jedna od najvažnijih uspostavljenih koncepcija u novije vrijeme, tim više jer primjena i važnost nadilaze ekocentrični pristup s obzirom na to da se nastavlja integrirati u brojna područja za koja se prije pretpostavljalo da su irelevantna ili nekompatibilna s idejama i stupovima održivog razvoja (Ramzy et al., 2019). Danas se pojam održivo (*sustainable*) pronalazi gotovo u svakom sektoru (turizam, poljoprivreda, šumarstvo, ribarstvo, arhitektura, urbanizam i dr.), proizvodu, procesu, planu ili filozofiji, dopuštajući uključivanje višestrukih perspektiva pod kišobran održivog razvoja (Wall, 2018). Pored znanstvene zajednice koja je doprinijela razumijevanju, interdisciplinarnosti i primjeni održivog razvoja, značajnu ulogu u popularizaciji i podržavanju održivog razvoja imale su UN-ove Konferencije za okoliš i razvoj (UNCED) kojima se nastojalo uspostaviti globalnu suradnju, kao i pojedinačnu odvažnost država u podržavanju i primjeni održivog razvoja, po načelu zajedničke i diferencirane odgovornosti. Nakon prve Konferencije o okolišu (Stockholm, 1972. godine), uslijedila je druga u Rio de Janeiru 1992. godine pod nazivom *The Earth Summit*. Konferencijom se nastojalo podržati državne vlasti u pronalasku rješenja između gospodarskog razvoja i uništavanja ograničenih prirodnih resursa, favorizirajući eko-učinkovitost. Održani Samit odrazio se na sve sljedeće konferencije UN-a,



usmjerene na odnos između ljudskih prava, stanovništva, društvenog razvoja, žena i ljudskih naselja, kao i potrebe za ekološki održivim razvojem.<sup>1</sup> Na konferenciji je usvojeno pet temeljnih dokumenata: Deklaracija o okolišu i razvoju, Deklaracija o šumama, Konvencija o zaštiti klime, Konvencija o zaštiti bioraznolikosti i Agenda 21 (Powers, 2012; Parson et al., 1992).

Nakon Rija, održan je Svjetski summit o održivom razvoju u Johannesburgu 2002. godine s ciljem utvrđivanja napretka u proteklom desetogodišnjem razdoblju te jačanja globalne obveze prema održivom razvoju (Črnjar & Črnjar, 2009). Sljedeća konferencija UN-a o održivom razvoju ponovo je održana u Rio de Janeiru 2012. godine, pod geslom *Rio+20*. Glavne teme konferencije bile su zelena ekonomija u kontekstu održivog razvoja i borbe protiv siromaštva te donošenje desetogodišnjeg okvira za provedbu programa i akcija održivog razvoja (UN, 2012). Konferencija je ujedno podloga razvijanja 17 ciljeva održivog razvoja (Bramwell et al., 2017).

Posljednji značajni samit UN-a održan je 2015. godine u New Yorku, pod nazivom *Transforming our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Usvajanjem Deklaracije i 17 ciljeva održivog razvoja za razdoblje do 2030. godine, nastoji se potaknuti djelovanje u područjima od ključne važnosti za čovječanstvo i planet (ljudi, prosperitet, planet, partnerstvo i mir), a koji se naslanjaju na ostvarene i neostvarene ciljeve Milenijske deklaracije iz 2000. godine (UN, 2015). Usvajanjem Agende 2030., koncepciji održivog razvoja zasnovanoj na tri osnovne dimenzije (zaštita okoliša, socijalna uključenost i ekonomski rast), dodaju se dvije ključne komponente (partnerstvo i mir), a sam dokument temelji se na pet osnovnih načela (univerzalnost, ne ostavljati nikoga iza sebe, međusobna povezanost i nedjeljivost, uključenost, partnerstva s više sudionika).<sup>2</sup>

Kako je navedeno u dokumentu *The Local Agenda 21 Planning Guide: an introduction to sustainable development planning* (1996), u počecima je mnogima bilo potpuno nejasno kako će se i može li se održivi razvoj implementirati. Međutim, postojao je konsenzus da se to mora postići na lokalnoj razini, kako bi se uopće mogao postići na globalnoj razini (Agbedahin, 2019). Iako su tijekom pojave i prvotnog zagovaranja održivog razvoja mnogi smatrali da se radi samo o nedostižnom idealu, UN je u suradnji s gotovo svim državnim vlastima i ostalim zainteresiranim dionicima, pokazao da je moguće ići ususret održivom razvoju. Zaključuje se da će daljnja implementacija održivog razvoja ovisiti o političkoj spremnosti i volji te ustrajnosti, djelovanju i odgovornosti svih relevantnih dionika, od nacionalne do lokalne razine, kao i na razini pojedinca i obratno. U nastavku rada, prikazat će se spoznaje iz područja održivog turizma, temeljem dostupne domaće i inozemne literature.

<sup>1</sup> UN (*United Nations*), podaci su preuzeti sa službene web stranice: <http://www.un.org/geninfo/bp/enviro.html> (19.9.2018.)

<sup>2</sup> *United Nations System Staff College*, dokument *Knowledge Centre for Sustainable Development Portfolio*, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <https://www.unssc.org/featured-themes/unssc-knowledge-centre-sustainable-development> (27.5.2019.)



## 2.3. PRIHVAĆANJE I POJMOVNO ODREĐENJE ODRŽIVOG TURIZMA

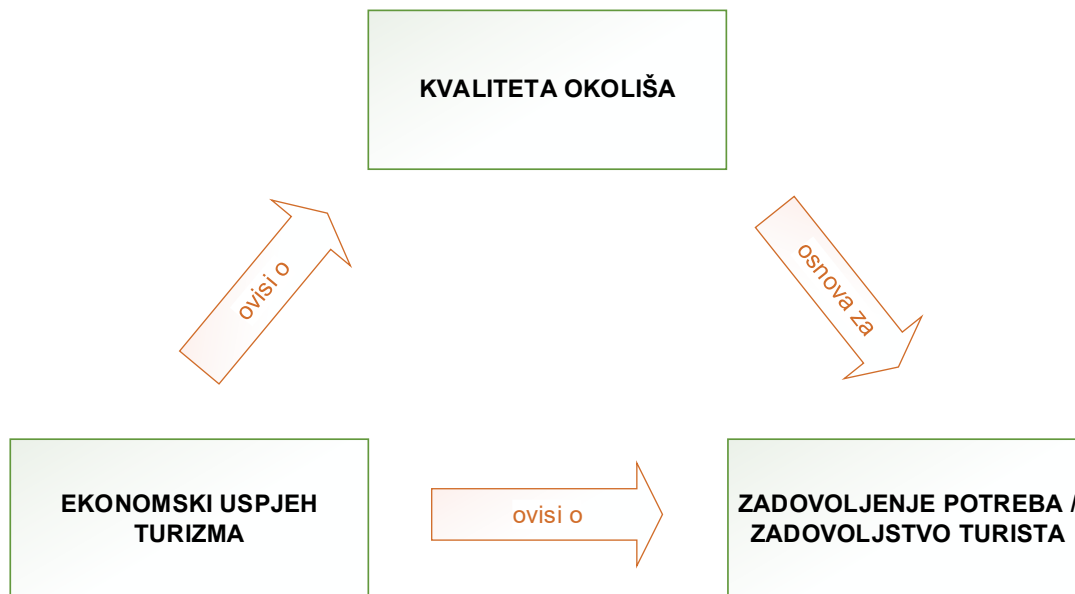
Koncepcija održivi razvoj, kao i održivi razvoj turizma te održivi turizam, postali su popularni termini kojima su se koristili mnogi, iz različitih krugova, od akademske zajednice do mnogih pojedinaca (znanstvenici, političari, osobe iz privatnog i neprofitnog sektora). Krajem 20. stoljeća, mnogim dionicima u turizmu (turističkim planerima, menadžerima, poduzetnicima, itd.) održivi turizam postaje željeni cilj kod razvoja turizma, bez da su uistinu shvatili što održivi turizam nalaže, odnosno zahtjeva u primjeni (Weaver & Lawton, 1999). Bezrezervno prihvaćanje termina u teoriji dovelo je do različitih shvaćanja i interpretacije održivog turizma između pojedinaca (Lu & Nepal, 2009).

Pojava održivog turizma veže se uz dva paralelna događaja, odnosno procesa, što se može zaključiti iz brojnih radova koji retrospektivno razmatraju istraživanja u području održivog turizma (Yoopetch & Nimsai, 2019; Niñerola et al., 2019; Ruhanen et al., 2019; Garrigos-Simon et al., 2018; Dangi & Jamal, 2016; Ruhanen et al., 2015; McCool, 2015; Lu & Nepal, 2009). Prvi se odnosi na razumijevanje, razmatranje i nastojanje rješavanja problematike negativnih učinaka turizma, a drugi na globalno prihvaćanje održivog razvoja te primjenu koncepcije održivosti u turizmu. Glavni zagovornici održivog turizma Bramwell & Lane, utemeljitelji i dugogodišnji urednici časopisa *Journal of Sustainable Tourism*, kao i prve definicije (Yoopetch & Nimsai, 2019), ističu da područje održivog turizma zauzima središnju ulogu u istraživanjima turizma.

Prema autorima koji su istraživali opseg i trendove u području održivog turizma (Sharpley, 2020; Niñerola et al., 2019; Ruhanen et al., 2015; Buckley, 2012), objavljeno je približno 5000 publikacija koje propituju područje održivog turizma. Uočava se da su kontinuirana razmatranja doprinijela jasnijem razumijevanju područja djelovanja, ali i širokog obuhvata održivog turizma te prostora za daljnja istraživanja. Kako je u pitanju izrazito širok spektar literaturne građe, za potrebe prikaza teorije održivog turizma koristit će se odabrani dio dostupne relevantne literature.

Održivi turizam primarno je zamišljen kao koncepcija održivog korištenja i očuvanja prirodnih te socio-kulturnih resursa i atrakcija o kojima ovisi turizam, a ne kao potencijalni doprinos turizma ekonomskoj održivosti destinacije ili regije (Dangi & Jamal, 2016; Sharpley, 2009). U tom smislu, koncepcija održivog turizma naglašava razvoj turizma u skladu sa sveopćom zelenom razvojnom paradigmatom, usmjerenom prema zaštiti i očuvanju okoliša, iako u kasnijoj fazi pojam održivi turizam poprima šire značenje (Lu et al., 2017). Određeni autori (Nimsai et al., 2020; Ruhanen et al., 2019; Weaver, 2006, Swarbrooke, 1999) naglašavaju da održivi turizam proizlazi iz opće koncepcije održivog razvoja te se može promatrati kao primjena održivog razvoja u sektoru turizma. U tom kontekstu, kvaliteta okolišnih resursa (uključivo i ljude po definiciji) od izrazite je važnosti, s obzirom na sposobnost privlačenja i zadovoljenja potreba turista, o čemu zapravo i ovisi dugoročni ekonomski uspjeh turizma. Ovaj međudnos okoliša, turista i postizanja ekonomskih koristi prikazan je na slici 4.

Slika 4. Međuodnos između okoliša, lokalne ekonomije i turizma



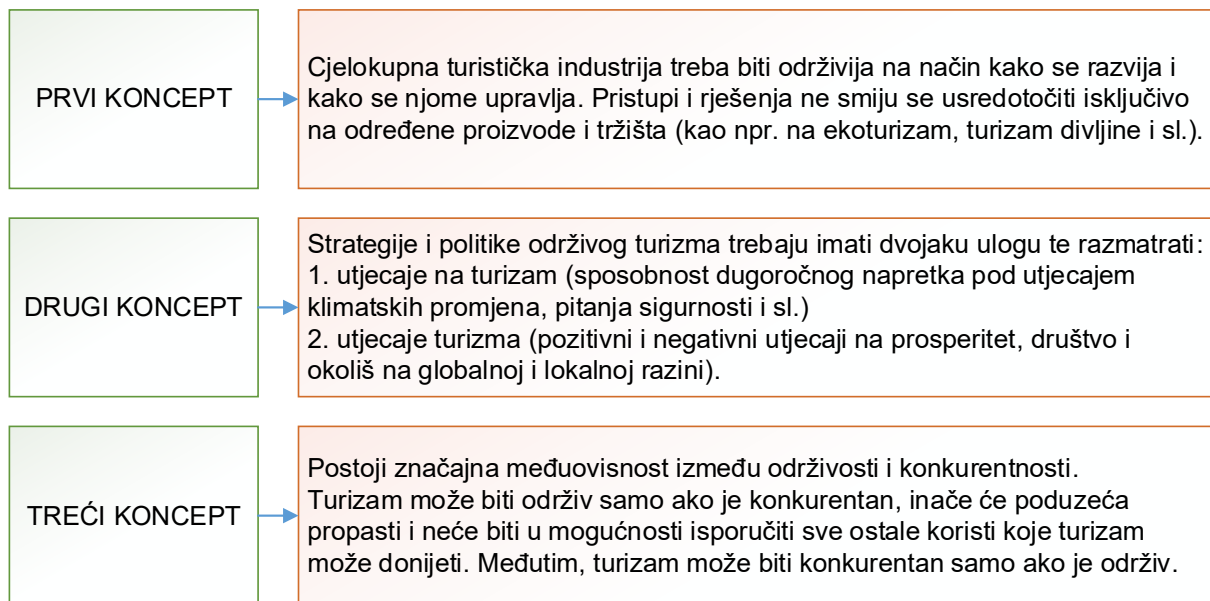
Izvor: prema Holden (2000), str. 97.

S obzirom na prioritet jedinstvenog shvaćanja suštine održivog turizma, (UN)WTO (1998) je u publikaciji *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism* istaknuo pet ključnih načela održivog turizma:

- čuvanje prirodnih, povijesnih, kulturnih i ostalih resursa s ciljem kontinuiranog korištenja u budućnosti uz osiguravanje koristi sadašnjim generacijama
- planiranje i upravljanje razvojem turizma s ciljem izbjegavanja i suzbijanja ozbiljnih ekoloških i sociokulturnih problema u destinaciji
- održavanje visoke razine turističkog zadovoljstva u cilju zadržavanja tržišne pozicije i popularnosti destinacije
- održavanje i unaprjeđivanje cjelokupne kvalitete okoliša turističkog područja
- pravedno raspodjeljivanje koristi od turizma u društvu.

Definirana načela osim što imaju za cilj doprinijeti shvaćanju same biti održivog turizma, ukazuju i na glavne aspekte na kojima treba počivati uspostava održivog turizma. U suštini, definirana načela održivog turizma usmjeravaju razvoj turizma na razini destinacije u skladu s koncepcijom održivog razvoja. Međutim, određeni autori koji su razmatrali definicije održivog turizma, ukazali su na potrebu i nužnost jednoznačnog tumačenja pojma (Fennell, 2003; Butler, 1999; Garrod & Fyall, 1998). Kako bi doprinijeli boljem razumijevanju i adekvatnoj primjeni na terenu, UNWTO (2010) daje jednostavni, sažeti pregled obuhvata održivog turizma kroz tri osnovna koncepta (Slika 5.).

Slika 5. Pregled tri temeljna koncepta održivog turizma



Izvor: World Tourism Organization (2010), str. 2.

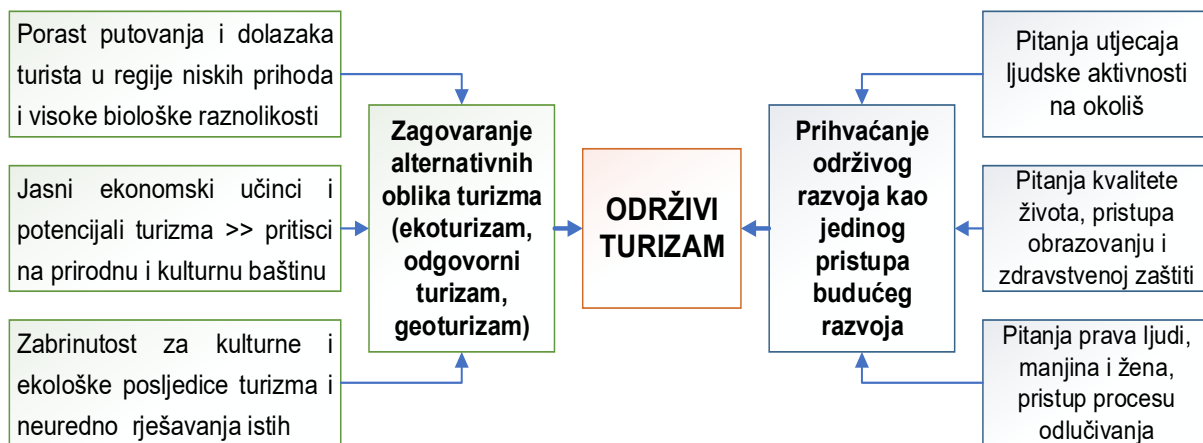
Prikazani koncepti pokazuju kompleksnost održivog turizma te trebaju pomoći u razumijevanju širine obuhvata i dati odgovor na pitanje: zašto težiti razvijati turizam u skladu s koncepcijom održivog turizma? Upravo je poanta ovoga potpoglavlja razjasniti područje održivog turizma, od same pojave i pojmovnog određenja do njegove primjene u turističkoj industriji. Svakako je potrebno istaknuti da ne postoji alternativa koja bi mogla zamijeniti održivi turizam, s obzirom na to da je široko prihvaćen kao rješenje dugoročnog razvoja turizma, odnosno kao strateški pristup koji u razvoju treba slijediti svaki oblik i niša turizma (Bramwell et al., 2017; Clarke, 2002).

### 2.3.1. Pojava i prihvaćanje održivog turizma

Gledajući unatrag, održivi turizam usvojen je kao razvojna koncepcija ubrzo nakon konstatacije Krippendorfa (1987) da je svijetu potreban novi oblik turizma koji neće biti tzv. eksploatacijske naravi, a koji će još više doprinositi kvaliteti života domaćina kroz povećanje prihoda, kvalitetnija radna mjesta, društvene i ostale sadržaje. U samoj biti, tražilo se rješenje, odnosno oblik turizma koji će uz što manje troškove davati puno više koristi za društvo u kojem se odvija (Spenceley, 2008). Bramwell & Lane (2012) ukazuju da su mnogi kritičari osudili brzorastući razvoj turizma (masovnost u turizmu, stvaranje velikih odmarališta, jeftinija i češća putovanja), jer su bili zagovornici promjena u načinu na koji se turizam razvija. Na drugoj strani, koncepcija je u određenoj mjeri povezivana i sa strahom od promjena, uslijed sve veće potpore zaštiti, pružanja otpora zbog straha od gubitka i promjena i sl.

Sveobuhvatni pregled povijesnog razvoja koncepcije održivog turizma daje McCool (2015), koji ukazuje da je pojam proizašao iz ušća raspleta dvaju povijesnih događanja. Jedno se tiče povećane društvene pozornosti prema turizmu i njegovim ekonomskim učincima, a drugo povećane zabrinutosti za gospodarski razvoj, prije svega izrazito siromašnih regija i nacija, lošeg pristupa zdravlju i obrazovanju te ograničene sposobnosti za uključivanje u globalni gospodarski sustav, što proizlazi iz sveopćeg prihvaćanja suštine koncepcije održivog razvoja (Slika 6.).

Slika 6. Pokretači razvoja koncepcije održivog turizma



Izvor: prema McCool (2015), str. 225-227.

Iako je spominjanje turizma izostavljeno u izvješću WCED-a iz 1987. godine (*Our Common Future*), želja da se mnogi oblici gospodarske aktivnosti oslone na održivi razvoj, gotovo je neizbježno vodila ka uspostavljanju održivog turizma (Butler, 2018). Svojevrsna varijanta koncepcije održivog turizma ponajprije se pojavila u alpskim zemljama i na Mediteranu krajem 1970-ih godina (Lane, 2017), a ubrzo nakon toga započele su rasprave na međunarodnoj razini te u Sjevernoj Americi (Bramwell & Lane, 1993). Prema pisanju Sharpleya (2020), koncepcija održivog razvoja turizma proizlazi iz matične paradigme održivog razvoja te tzv. strategije alternativnog turizma, odnosno strategija koje su suprotne ubrzanom i neplanskom razvoju masovnog turizma, primarno zbog njegovih negativnih ekoloških posljedica.

Početkom 1990-ih godina, održivi turizam je postao iznimno popularan termin i često korišten među akademikima i praktičarima u opisivanju željenih, ali i znanstveno utemeljenih ishoda turizma (Weaver, 2006). Jedno od prvotnih nastojanja strateškog povezivanja turizma s održivim razvojem smatra se konferencija *Globe '90*, koja je održana 1990. godine u Vancouveru u Kanadi. Na konferenciji su predstavnici turizma, vlada, nevladinih udruga i akademika raspravljali o važnosti okoliša u održavanju turističke industrije, ali i o tome kako slabo planirani razvoj turizma često pogoršava kvalitetu prirodnog i ljudskog okoliša koji privlači posjetitelje (Fennell, 2008).

Konferencijom se nastojalo ukazati da razvoj turizma može biti uspješan jedino u kontekstu održivog razvoja, koji se temelji na integralnom planiranju pri korištenju resursa. Usporedno s time, predloženo je da razvoj turizma treba biti u skladu s načelima održivog razvoja, kao i da se turizam treba smatrati jednom od opcija održivog ekonomskog razvoja (Cronin, 1990). Dakle, prvotne definicije održivog razvoja turizma čvrsto su ga smjestile u kontekst održivog razvoja, kao turizam koji bi trebao biti ekološki održiv i sastavnica šire strategije održivog razvoja (Sharpley, 2020).

Sumirajući proučenu literaturu, može se zaključiti da održivi razvoj predstavlja temelj na kojem počiva sama bit održivog turizma, iako se jednim dijelom alternativni oblici turizma smatraju pretečom održivog turizma, odnosno da je održivi turizam nastavak evolucijske faze alternativnog turizma. U najkraćem smislu, može se zaključiti da je pojava održivog turizma uvjetovana sintezom nastalih posljedica masovnog turizma i na drugoj strani pojave alternativnih oblika turizma te sveopćeg prihvaćanja koncepcije održivog razvoja. U nastavku se razmatra terminologija održivog turizma.

### 2.3.2. Pojmovno određenje održivog turizma

Održivi turizam koji su znanstvenici počeli istraživati prije gotovo tri desetljeća, jedno je od vodećih područja istraživanja u turizmu (Maxim, 2016; Ruhanen et al., 2015). Iako je otpočeta pojava u fokusu interesa turističke industrije, dugo se raspravljalo o definicijama održivog turizma (Ruhanen et al., 2019), dok je aktualan fokus na njegovoj primjeni (Maxim, 2016). Shvaćanje održivog turizma značajno se razlikovalo između pojedinaca, što je dovelo do otežanog postizanja definicijskog konsenzusa između istraživača i vladinih organizacija (Sharpley, 2009; Moisey & McCool, 2008). U dokumentu *Policy and Practice for Global Tourism*, UNWTO (2011) je ukazao da je održivi turizam i dalje nedovoljno jasan koncept koji se definirao na različite načine, ovisno o potrebama i djelokrugu različitih dionika (npr. turističke industrije, konzervatora, ekologa, političara i sl.) te osobnim tumačenjima pojedinaca.

Da je održivi turizam bio podložan različitim definicijama koje su kritizirane kao dvosmislene, nejasne, zbunjujuće, sektorske i previše konceptualne, potvrđuju i Lim & Cooper (2009). Zbog toga je Butler (1999) već u ranijem shvaćanju i ukazivanju na ovaj problem uočio potrebu usuglašavanja barem većine dionika u turizmu, s obzirom na to da vjerojatno niti jedna definicija održivog turizma neće biti u potpunosti prihvaćena kao jedinstvena. Kao posljedicu korištenja različitih termina, Moisey & McCool (2008) istaknuli su pojavu konflikata i razvoj nepovjerenja, negativne reakcije na određene društvene akcije, odnosno u krajnjem slučaju neželjenost održivog turizma.

S ciljem smanjivanja općih nejasnoća oko poimanja održivog turizma, UNEP & UNWTO (2005:2) u publikaciji *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*, naglašavaju da „održivi turizam nije diskretan ili poseban oblik turizma. Naprotiv, svi oblici turizma trebaju težiti biti što održiviji“, neovisno o razmjeru i obliku turizma, što potvrđuju i istraživanja održivog turizma koja su pomaknula fokus sa specifičnih oblika na masovni turizam (Bramwell et al., 2017).

Weaver et al. (1999) ističu da je određeni konsenzus uspostavljen oko promatranja održivog turizma kao sinteze razvoja i održavanja turizma, tako da primarno ne utječe negativno na osnovnu ekološku te društvenu i ekonomsku dimenziju destinacije tijekom dugogodišnjeg razdoblja. Sharpley (2020) potvrđuje da je društveno ekološki prihvatljiv razvoj turizma suština i osnova održivog turizma, dok se održivi razvoj kroz turizam ipak smatra nedostižnim ciljem (npr. odnos turizma i klimatskih promjena). Uvažavajući navedene tvrdnje pojedinih autora o postojanju različitih shvaćanja i definicija, relevantno je prikazati pojedina tumačenja održivog turizma (Tablica 3.).

Tablica 3. Prikaz odabranih definicija održivog razvoja turizma – održivog turizma

Izvor	Definicija
<b>Bramwell et al., (2017:1)</b>	Održivi turizam „doživljava se kao normativna orijentacija koja nastoji preusmjeriti društvene sustave i ponašanje na širokom i integriranom putu prema održivom razvoju.“
<b>Weaver (2006:10)</b>	Održivi razvoj turizma je „razvoj turizma koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe“ odnosno kao „turizam koji mudro koristi i čuva resurse kako bi održao dugoročnu održivost“.
<b>UNEP i UNWTO (2005:12)</b>	Održivi turizam je "turizam koji u potpunosti uvažava svoje trenutne i buduće ekonomske, društvene i ekološke utjecaje, rješava potrebe posjetitelja, industrije, okoliša i lokalne zajednice".
<b>Butler (1999:12)</b>	Održivi turizam je „turizam koji je razvijan i održavan u nekom području (zajednici, okolišu) na način i u takvoj mjeri da ostaje beskonačno održiv, koji ne degradira ili mijenja okoliš (ljudski i fizički) u kojem egzistira u takvoj mjeri da zabranjuje uspješan razvoj i dobrobit drugih aktivnosti i procesa“.
<b>(UN)WTO (1998:21)</b>	„Održivi razvoj turizma zadovoljava potrebe sadašnjih turista i domaćina, istodobno štiteći i unapređujući mogućnosti za budućnost, a predviđen je za upravljanje svim resursima na takav način da se gospodarski, društveni i estetski zahtjevi mogu ispuniti uz održavanje kulturnog integriteta, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava koji su neophodni za ljudski život“.
<b>Bramwell &amp; Lane (1993:2,3)</b>	„Održivi turizam je pozitivan pristup s ciljem smanjenja napetosti i sukoba stvorenih složenim međudjelovanjem turizma, posjetitelja, okoliša i zajednica koje su domaćini turista. To je pristup koji je usmjeren na dugoročnu opstojnost i kvalitetu svih resursa“.

Izvor: autor prema dostupnoj literaturi

S obzirom na brojne definicije i različita tumačenja održivog turizma, UNWTO nastoji ukazati na određena zajednička obilježja koja su zatupljena u većini definicija. Veliki broj postojećih definicija usmjeren je na uspostavljanje ravnoteže između ekološke, gospodarske i društvene dimenzije turizma, kao osnove za postizanje dugoročne održivosti turizma (UNWTO, 2011). Stoga, prema konceptualnoj definiciji UNWTO-a, održivi turizam mora osigurati sljedeće (UNEP & UNWTO, 2005):

- optimalno koristiti prirodne resurse koji predstavljaju ključni element u razvoju turizma
- poštivati društveno-kulturnu autentičnost domaćina, čuvati njihovu materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu i tradicijske vrijednosti, te pridonijeti međukulturalnom razumijevanju i toleranciji
- osigurati održive, dugoročne gospodarske operacije, pružajući društveno-ekonomske koristi svim dionicima koji su prilično raspodijeljeni i doprinose ublažavanju siromaštva
- održavati visoku razinu turističkog zadovoljstva i osigurati smisleno iskustvo turistima, podizanjem svijesti o pitanjima održivosti i promicanjem održivih turističkih praksi.

Osim problematike pojmovnog određenja koja je bila aktualna u samim počecima, primjena održivog turizma postala je još aktualnija tema u literaturi. Budući da je održivi turizam prihvaćen kao koncepcija kojoj svaka turistička destinacija treba težiti, problematika primjene i praćenja značajno je dobila na važnosti. Iako su se mnoge destinacije u planovima razvoja turizma opredijelile za održivi turizam, u većini slučajeva sve je ostalo na deklarativnoj razini. Kako je ovaj problem bio sve očitiji, javila se potreba za snažnijom senzibilizacijom turističke industrije u smjeru osnaživanja primjene održivog turizma u praksi. Na tragu toga, organizirano je niz međunarodnih konferencija, konvencija, sastanaka i pregovora, a na drugoj strani razvijeni su i predloženi različiti alati obvezujuće i dobrovoljne naravi za koje se smatra da su doprinijeli povećanju održivosti turističke industrije. U sljedećem potpoglavlju prikazat će se problematika primjene održivog turizma u praksi.

## 2.4. IMPLEMENTACIJA ODRŽIVOG TURIZMA

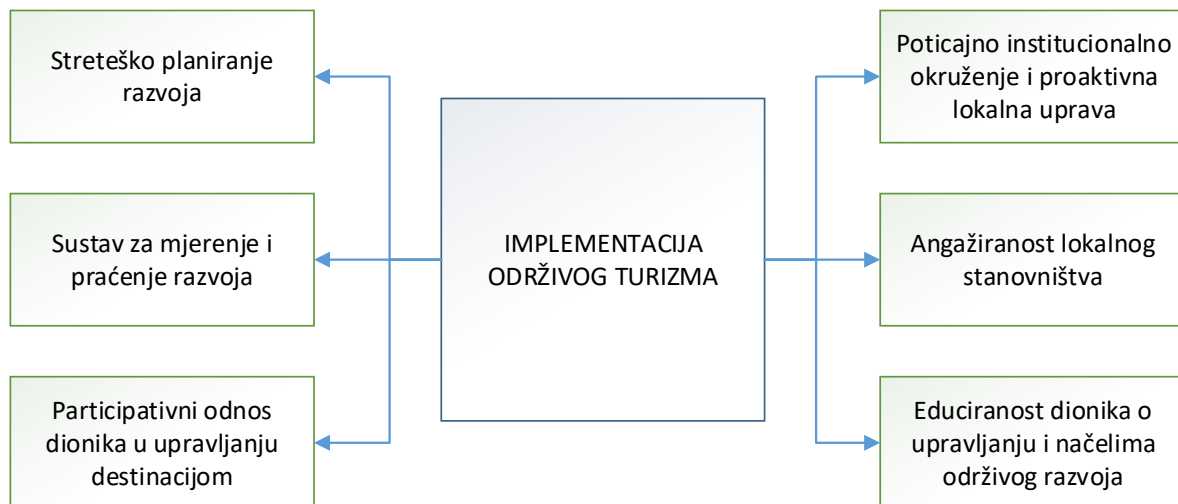
Iako je održivi turizam jedna je od glavnih tema turističkih rasprava, na globalnoj razini i dalje su prisutne polemike i suprotstavljeni stavovi po pitanju interpretacije te načina i mogućnosti primjene koncepcije u praksi (Jovičić, 2014). Provedba održivog turizma zagovara se kroz različite pristupe, na razini pojedine aktivnosti (proizvoda, usluge, sadržaja), organizacije ili pak destinacije na regionalnoj i lokalnoj razini, s politikama koje prvo kreću na razini države (Dangi & Jamal, 2016). Također, s obzirom na to da u turizmu sudjeluje mnoštvo dionika čiji se interesi razlikuju, došlo je do širokog spektra različitih vrsta inicijativa održivog turizma, od onih koje su zasnovane na samoregulaciji i zakonodavstvu, do onih koji su rezultat partnerstva između javnog i privatnog te turističkog i ne turističkog sektora. Clarke (2002) koji je primarno razmatrao iskustva primjene održivih inicijativa u ekoturizmu, ali i široj turističkoj industriji, izdvojio je sedam različitih tipova inicijativa održivog turizma koje nisu međusobno isključive (detaljnije u potpoglavlju 2.4.2.), već postoji određeno preklapanje (npr. aktivnosti projekata koji uključuju jedan ili više elemenata održivog turizma).

Nadalje, Lu & Nepal (2009) u istraživanju ističu tri pristupa provedbe održivog turizma primjenom pokazatelja održivosti. Prvi se odnosi na pokazatelje koji su prvotno bili usmjereni na procjenu održivosti projekata, a kasnije je model prilagođen za primjenu na razini destinacija. Drugi pristup fokusiran je na proširenje sadržaja održivog mjerenja, koji pored kvantitativnih obuhvaća i kvalitativne pokazatelje. Posljednji se odnosi na pokazatelje koji su zasnovani na pojedinim modelima planiranja, poput nosivih kapaciteta i granica prihvatljivih promjena, preferencija i doživljaja posjetitelja, životnog ciklusa destinacije, pokazatelja udobnosti i upravljanja utjecajem posjetitelja.

Provedba održivog turizma obvezno treba uključivati i komunikaciju s lokalnim dionicima, stanovništvom i turistima također. Provedba i komunikacija često se nadograđuju na prethodno razvijene pokazatelje održivog turizma, pri čemu takva komunikacija prelazi iz čisto političko institucionalne komunikacije u djelomično znanstvenu komunikaciju koja je nešto složenija i teže razumljiva dionicima. Stoga je potrebno uspostaviti komunikaciju i provedbu putem različitih alata održivog turizma koji će biti lako razumljivi i prikladni za brzo korištenje, kako za stručnjake, jednako tako i za donositelje odluka te svih ostalih dionika koji su uključeni i na koje se utječe (Paunović & Jovanović, 2017). Razmatrajući područje primjene održivog turizma, Klarin (2018) konstatira postojanje šest osnovnih preduvjeta za primjenu održivog turizma (Slika 7.). Od svih mogućih pristupa, modela, okvira ili alata, strateški planovi i dokumenti imaju najširi obuhvat u provedbi politika održivog turizma, s obzirom na to da primjenjuju kombinaciju drugih okvira održivog turizma (participativno, uključivo, indikatori, itd.). U tom kontekstu, donositelji strateških planova (javna tijela u komunikaciji s uključenim dionicima) imaju značajnu ulogu u primjeni održivog turizma, jer pored uspostavljanja poticajnog okruženja definiraju smjer za provedbu akcija za održivi turizam.



Slika 7. Preduvjeti uspješne primjene održivog turizma



Izvor: prema Klarin (2018), str. 60.

U praksi se događa da su strateške aktivnosti održivog turizma definirane u razvojnim dokumentima, ali nisu učinkovite u primjeni, za što se kao glavni razlog navodi nerazumijevanje kreatora politika o tome što znači održivost i kako se ona može postići. Stoga, da bi se mjere i aktivnosti održivog turizma implementirale, kreatori razvojnih politika trebaju biti svjesni i razumjeti značenje koncepcije održivog turizma (Maxim, 2016). Osim istaknute problematike koja se veže uz kreatora razvojnih politika održivog turizma, Bramwell & Lane (2013) konstatirali su da je provedba održivog turizma usporena uslijed nedovoljnog interesa turističke industrije u promicanju održivog turizma, koja ne smatra da time stječu konkurentske prednosti i povećanje dobiti, što posljedično dovodi u pitanje snagu politike održivog turizma. Waligo et al. (2013) generalno ističu da provedba održivog turizma proizlazi iz problema koji su povezani s dionicima, definiranim prioritetima, organizacijom i resursima. Glen & Mearns (2020) zaključuju da su ključni izazovi za provedbu održivog turizma stvaranje poticajnog okruženja za održivi turizam, poboljšanje kapaciteta vlasnika/menadžera proizvoda i usluga te povećanje ponude i potražnje za održivim turističkim proizvodima i rješenjima putem odgovarajućih okvira ili pristupa koji podržavaju provedbu održivog turizma.

Kako bi se osnažila globalna primjena održivog turizma, krajem 1990-ih godina donesen je Akcijski program za održivi turizam u 21. stoljeću, koji je bio jedan od prvih takvih dokumenata globalnog karaktera (detaljnije u potpoglavlju 2.4.1.). Međutim, u literaturi održivog turizma od samih početaka izučavanja dominirala je briga za fizički okoliš, iako koncepcija obuhvaća društvene i ekonomske aspekte turizma (Swarbrooke, 1999). Također, unatoč desetljećima rasprava te teorijskih i praktičnih aktivnosti vezanih uz održivost turizma, provedba održivog turizma i dalje je slaba (Mohamadi et al., 2022; Glen & Mearns, 2020; Dodds, 2007). Stoga se opravdanim smatra izneseni stav Buckleya (2012) da turistička industrija još uvijek nije ni blizu postizanja održivosti. Na tragu iznesenog, Bramwell &

Lane (2014) napominju da su daljnja istraživanja od izrazite važnosti za održivost turizma. Istraživanja su dobrodošla u svim područjima, razmatrajući primjenu na nivou pojedinih alata ili pristupa, specifičnih područja i lokaliteta, kao i na razini pojedine skupine dionika ili u okviru sinergijskog djelovanja različitih skupina dionika.

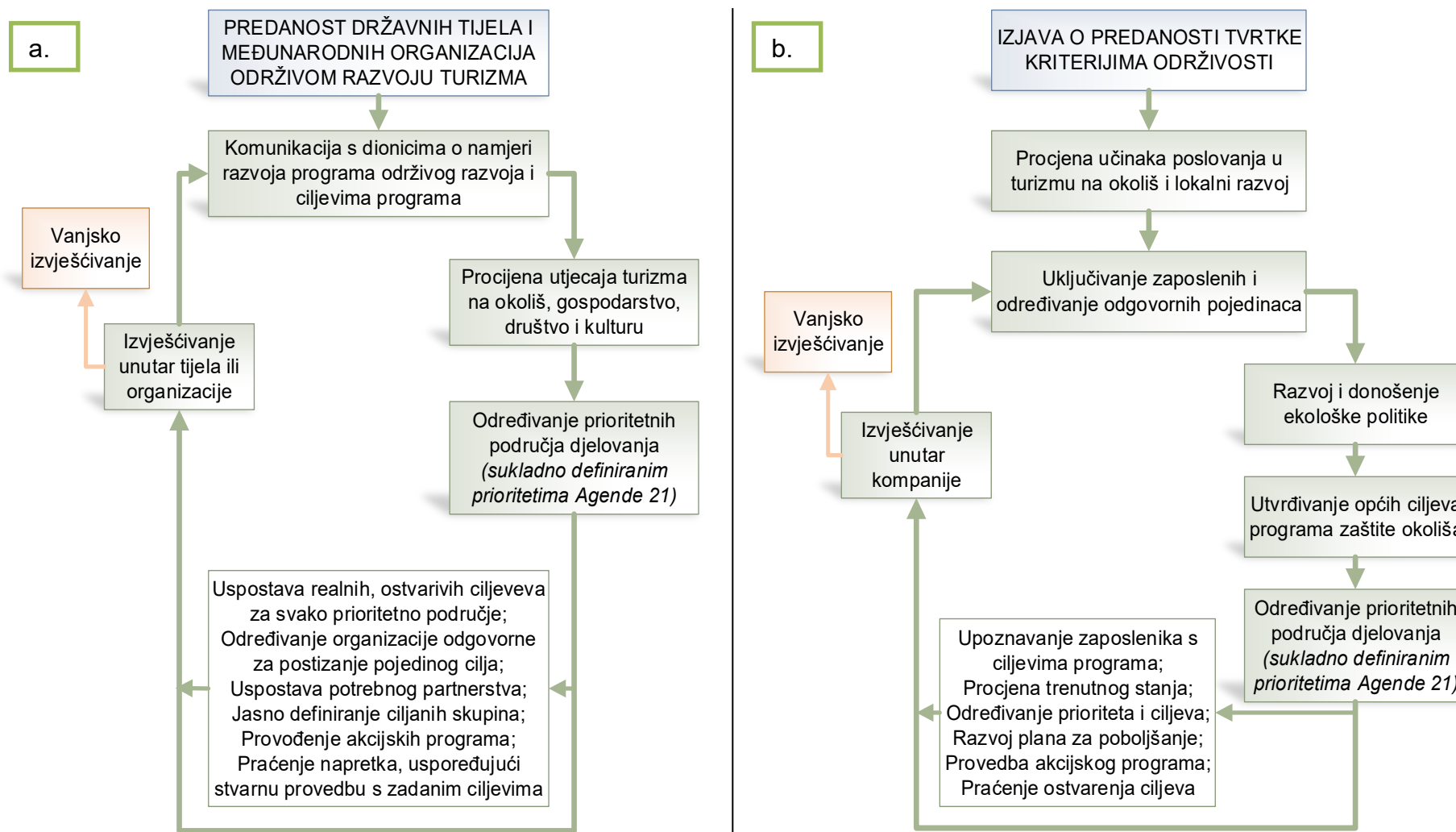
#### 2.4.1. Akcijski program za održivi turizam u 21. stoljeću

Jedan od važnijih događaja u smislu globalne potpore održivom turizmu je donošenje dokumenta *Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry, Toward Environmentally Sustainable Development*. S obzirom na globalne planove u smjeru održivog razvoja za 21. stoljeće, Svjetska turistička organizacija u suradnji sa Svjetskim vijećem za turizam i putovanja te Zemaljskim samitom u dokumentu definira univerzalna ponašanja svih dionika u turizmu (Stojanović, 2011).

Dokument je zamišljen kao svojevrsni akcijski program turističke industrije u kojem se ističe da će budući dugoročni razvoj turizma ovisiti o poduzetim aktivnostima koje podržavaju realizaciju ciljeva Agende 21. Predloženi program nalaže uključivanje svih interesnih dionika i primarno je usmjeren ka državnim tijelima (ministarstva turizma, prometa, trgovine, zaštite prirode i okoliša i sl.), nacionalnim turističkim organizacijama te predstavnicima međunarodnih organizacija i udruženja u području turizma, kao i nositeljima turističke ponude (turističke i putničke kompanije). Glavni cilj u okviru javnog sektora je uspostava sustava i procedura koji će održiva turistička razmišljanja uključiti u središte procesa donošenja odluka (Slika 8.a.), a koji prati devet prioriteta područja (Tablica 4.). Na drugoj strani definiran je i opći cilj čija se realizacija odnosi na privatni sektor koji nalaže uspostavu sustava i procedura koji će pitanja održivog turizma uključiti u središte procesa upravljanja (Slika 8.b.), uvažavajući glavna prioritetna područja (Tablica 4.) (World Travel & Tourism Council [WTTC], WTO, Earth Council, 1997).

Za svako prioritetno područje definiran je cilj, čiju realizaciju prati niz aktivnosti koje su detaljnije prikazane u samom dokumentu, a koje bi trebale potaknuti multisektorska nastojanja u primjeni održivog turizma. Dokument je usmjeren na postizanje ciljeva u desetogodišnjem razdoblju, od 1995. do 2005. godine i samim time predstavljao je globalni politički okvir podrške za uspostavljanje i primjenu održivog turizma. U nastavku su detaljnije prikazane pojedinosti dokumenta, s obzirom na to da se radi o prvom dokumentu koji je svojevrsni *leader* u smislu dugoročne podrške globalnoj politici u primjeni održivog turizma. U nastavku rada daje se pregled inicijativa i alata koji su prisutni u turističkoj praksi s ciljem poboljšanja održivosti turizma.

Slika 8. Prikaz procesa razvijanja programa održivog turizma i uspostavljanje sustava upravljanja okolišem



Izvor: prema WTTC, WTO & Earth Council, (1997), str. 39; 55.

Tablica 4. Prioritetna područja programa održivog turizma

Prioritetna područja državnih tijela, nacionalnih turističkih organizacija i međunarodnih organizacija	Prioritetna područja privatnog sektora u turizmu
<p><b>Procjena kapaciteta postojećeg regulacijskog, ekonomskog i dobrovoljnog okvira za postizanje održivog turizma</b></p> <p><i>Cilj: procijeniti postojeće regulatorne, ekonomske i dobrovoljne odredbe za održivi turizam te razviti ili savjetovati razvoj politika koje će olakšati postizanje održivog turizma</i></p>	<p><b>Minimiziranje otpada, ponovna upotreba i reciklaža</b></p> <p><i>Cilj: minimizirati korištenje resursa i stvaranja otpada te maksimizirati kvalitetu proizvoda</i></p>
<p><b>Procjena ekonomskih, društvenih, kulturnih i ekoloških posljedica poslovanja organizacija</b></p> <p><i>Cilj: ispitati unutarnje poslovanje organizacija kako bi se procijenili učinci vlastitih aktivnosti na održivi razvoj turizma</i></p>	<p><b>Energetska učinkovitost, očuvanje i upravljanje</b></p> <p><i>Cilj: reducirati korištenje energije, kao i potencijalna oštećenja atmosfere emisijama ispušnih plinova</i></p>
<p><b>Obuka, edukacija i podizanje razine svijesti javnosti</b></p> <p><i>Cilj: educirati sve dionike u okviru putničke i turističke industrije o potrebi razvijanja održivijih oblika turizma i osigurati im potrebne vještine za provođenje aktivnosti vezanih uz iste.</i></p>	<p><b>Upravljanje zalihama pitke vode i otpadnim vodama</b></p> <p><i>Cilj: zaštititi kvalitetu vodnih resursa te učinkovito i pravedno koristiti postojeće resurse, a na drugoj strani minimizirati otpadne vode kako bi se zaštitio vodeni svijet, flora i fauna te se zaštitile i očuvale zalihe pitke vode</i></p>
<p><b>Planiranje održivog razvoja turizma</b></p> <p><i>Cilj: razviti i primijeniti učinkovite mjere prostornog planiranja koje maksimiziraju ekonomske i ekološke koristi od putničke i turističke industrije, a minimiziraju potencijalne ekološke i društvene štete.</i></p>	<p><b>Opasne tvari</b></p> <p><i>Cilj: zamijeniti proizvode koji sadrže potencijalne opasne tvari s proizvodima koji su dobroćudniji prema okolišu</i></p>
<p><b>Olakšavanje razmjene informacija, vještina i tehnologije u vezi s održivim turizmom između razvijenih i zemalja u razvoju</b></p> <p><i>Cilj: razmijeniti iskustva između razvijenih i zemalja u razvoju</i></p>	<p><b>Promet i prijevoz</b></p> <p><i>Cilj: smanjiti ili kontrolirati emisije štetnih plinova u atmosferu i druge utjecaje iz prometa na okoliš</i></p>

**Omogućavanje sudjelovanja svih slojeva društva**

*Cilj: osigurati da svi slojevi društva (uključujući žene, mlade, stare, autohtone zajednice), imaju mogućnost sudjelovati u razvoju održivog turizam*

**Planiranje i upravljanje korištenja prostora**

*Cilj: suočiti se s višestrukim zahtjevima u prostoru na pravedan način, osiguravajući da razvoj nije vizualno nametljiv, da pridonosi očuvanju okoliša i kulture te osigurava prihode.*

**Stvaranje novih, održivih turističkih proizvoda**

*Cilj: razviti partnerstva između putničke i turističke industrije i lokalnih vlasti kako bi se osiguralo da su novostvoreni turistički proizvodi budu ekonomski, ekološki i sociokulturno održivi*

**Uključivanje zaposlenika, potrošača i zajednice u pitanja okoliša**

*Cilj: zaštititi i uklopiti interese zajednice u razvoj te osigurati da njihova znanja o okolišu budu primijenjena u poslovnoj praksi.*

**Mjerenje napretka u postizanju održivog razvoja**

*Cilj: uspostaviti realne i mjerljive indikatore razvoja održivog turizma koji su primjenjivi na lokalnoj i nacionalnoj razini*

**Dizajn za održivost**

*Cilj: osigurati da su nove tehnologije i proizvodi dizajnirani tako da što manje onečišćuju i da su što učinkovitiji, društveno i kulturno prikladni te dostupni diljem svijeta*

**Uspostavljanje partnerstva za razvoj održivog turizma**

*Cilj: razviti partnerstvo kako bi se olakšalo odgovorno poduzetništvo*

**Uspostavljanje partnerstva za razvoj održivog turizma**

*Cilj: razviti partnerstvo za postizanje dugoročne održivosti*

Izvor: prema WTTC, WTO & Earth Council, (1997)

## 2.4.2. Inicijative i alati za održivi turizam

Pojedini segmenti koji potpomažu primjenu održivog turizma, poput međunarodnog i nacionalnog političkog utjecaja (regulativa, strategije, planovi i sl.) od presudnog su značaja, prije svega zbog širokog društvenog obuhvata. Pored oslanjanja na nacionalne politike koje su osnova, značajni doprinos u postizanju održivog turizma imaju različite inicijative i mehanizmi dobrovoljnog karaktera. Prema pisanju autora Clarke (2002), pojava velikog broja različitih inicijativa za održivi turizam usko je povezana s činjenicom da je turizam vrlo rascjepkana industrija, koja uključuje velike organizacije, mala i srednja poduzeća s mnoštvo raznolikih interesa zainteresiranih strana. U tablici 5. prikazani su određeni primjeri inicijativa koji podržavaju primjenu održivog turizma u praksi, a koje je Clarke (2002) identificirao iz prakse ekoturizma te šireg iskustva turističke industrije.

Tablica 5. Inicijative za primjenu održivog turizma u praksi

Inicijative za održivi turizam	Obilježje, svrha i doprinos inicijative
<b>Strateški dokumenti</b>	Uvažavanjem održivosti na nacionalnoj strateško-političkoj razini omogućuje se raspodjela vladinih resursa za uvažavanje održivosti na regionalnoj i lokalnoj razini.
<b>Pravila ponašanja ili smjernice dobre prakse</b>	Jedne su od najranijih koje su poticale održivost u turizmu. Većina njih su samo regulatorne i dizajnirane od strane turističke industrije i nevladinih organizacija te su obuhvaćale ponašanje ponude i potražnje. Ove inicijative su potaknule svijest i odgovarajuće djelovanje među zainteresiranim stranama prema okolišu, dok su kritizirane zbog slabe provedbe i praćenja, za manipulacije u marketingu i sl.
<b>Eko oznake ili sheme zelenog vrednovanja</b>	Ekološke oznake su popularne inicijative za poticanje razvoja prema održivosti u turizmu, a mogu biti formirane od raznih dionika (javni sektor, privatni sektor, udruženja u turizmu i sl.). Na tržištu postoje brojne ekološke oznake, od kojih se mnoge preklapaju, a razlikuju se s obzirom na zemljopisnu i sektorsku pokrivenost. Neke od poznatijih su Green Globe 21, Ecotel, Blue Flag, PATA Green Leaf i sl.
<b>Sheme dodjeljivanja ekoloških nagrada</b>	Programi dodjele nagrada za zaštitu okoliša temelje se na natjecanju koje se koristi za isticanje i širenje najbolje prakse brige o okolišu po pojedinim kategorijama. Dionici koji osvoje nagradu najčešće zadržavaju titulu godinu dana. Kategorije u kojima se natječu variraju od sheme do sheme pa čak i iz godine u godinu.
<b>Sustavi upravljanja</b>	Sustavi upravljanja okolišem sadrže elemente kao što su ekološka revizija, izvješćivanje o okolišu te upravljanje utjecajem na okoliš po pojedinim segmentima (upravljanje otpadnim i

<b>okolišem</b>	slatkim vodama, resursima, opasnim tvarima, otpadom, energijom, zeleniji transportni planovi, održivost u sustavima, tehnologijama i proizvodima). Sustavi kao takvi se koriste od strane pojedinih turističkih organizacija, ali predstavljaju i osnovu na kojima su nastale pojedine eko oznake i zakonodavni okvir. Neki od poznatijih su EMAS - sustav upravljanja okolišem i revizijom EU i ISO 14001, a u turizmu ih obično prihvaćaju velike organizacije.
<b>Indikatori održivosti</b>	Indikatori ili pokazatelji održivosti omogućuju organizacijama i destinacijama da mjere i prate svoj učinak prema održivosti te mogu biti povezani s inicijativama za usporedbu, gdje svoje učinke mogu usporediti sa standardima u području svoga djelovanja. Pokazatelji su novijeg datuma nasuprot kodeksa ponašanja ili ekoloških oznaka, pri čemu je UNWTO napravio veliki iskorak kod popularizacije, publiciranjem brojnih studija.
<b>Specifični projekti ili kampanje</b>	Postoji mnogo specifičnih projekata ili kampanja koje podupiru održivi razvoj turizma. Neki od istaknutih su projekt Sustrans u Velikoj Britaniji koji je razvio nacionalne biciklističke staze po načelu održivosti, kampanja Organizacije volonterskih službi (VSO) WorldWise Tourism 1998. g. s ciljem poticanja ostvarivanja veće koristi za zajednice domaćina u zemljama u razvoju, proglašenje 2002. godinu kao Međunarodnu godinu ekoturizma i 2017. godinu kao Međunarodnu godinu održivog turizma od Ujedinjenih naroda.
<b>Ostale inicijative</b>	Postoje mnoge druge inicijative za održivi turizam, ali koje možda nemaju profil onih koje su prethodno istaknute i često su uključeni kao dijelovi širih ekoloških shema za turizam. Neke od inicijative su: eko-porezi, naknade za koncesije ili programi povrata za posjetitelje, obrazovni programi za turiste ili stanovnike, linije za pomoć i savjetodavne usluge, ekološki kriteriji za članstvo u industrijskim tijelima, projekti u zajednici i žalbe na okoliš i sl.

Izvor: prema Clarke (2002), str. 240-244.

Stojanović (2011) pored nekoliko inicijativa koje su prikazane i u tablici 5. (regulativa turističke privrede, procjena utjecaja na okoliš, etički kodeks i indikatori održivog turizma), navodi još četiri alata koji se također primjenjuju i doprinose održivosti turizma: zaštićena područja, upravljanje posjetiteljima, određivanje i procjena nosećih kapaciteta te konzultacije i šire sudjelovanje društva. Jovičić (2014) u radu *Key issue in the implementation of sustainable tourism*, pored indikatora održivosti, spominje alate poput procjene prihvatnog kapaciteta i LAC (*Limits of acceptable change* – granice prihvatljivih promjena) te usvajanje etičkih normi i principa odnosno razvoj etičkog turizma kao temelja održivog turizma. Detaljni pregled strategija, inicijativa i ostalih mjera za održivi turizam (Tablica 6.) nalazi se u knjizi *Sustainable Tourism: Theory and Practice* (Weaver, 2006).

Tablica 6. Pregled strategija i mjera za podupiranje održivog turizma

Strategija/ mjera	Pojavni oblici strategije/ mjere
<b>Indikatori održivog turizma</b>	unutarnji i vanjski indikatori, agregatni ili kompozitni indikatori, <i>site-specific</i> indikatori itd.
<b>Kodeks ponašanja</b>	kodeksi ponašanja za turiste, lokalnu zajednicu i turističku industriju
<b>Eko oznake</b>	globalne, regionalne, nacionalne, lokalne, sektorske i na razini pojedine kompanije
<b>Nagrade za održive prakse</b>	globalne, regionalne, nacionalne, lokalne
<b>Intenzitet razvoja turizma</b>	prihvatni (noseći) kapacitet i granice prihvatljivih promjena (LAC)
<b>Razvojni standardi kao zakonska ograničenja</b>	kontrole gustoće smještajnih kapaciteta, regulacija buke, standardi izgradnje, ograničen javni pristup itd.
<b>Zoniranje</b>	zoniranja destinacije na temelju dobre prakse, zoniranje zaštićenog područja, „ <i>districting</i> “ itd.
<b>Sporazumi o otkupu razvojnih prava</b>	prenamjena osjetljive imovine uz naknadu u javna zaštićena područja, dobrovoljno ili po sili zakona
<b>Sporazumi o prijenosu razvojnih prava</b>	kompromisna odstupaju od strogog tumačenja propisa kod dvosmjerne izmjene namjene prostora
<b>Inicijative vlasti za poticanje usvajanja održivih praksi</b>	poticaji i olakšice pojedincima, tvrtkama i organizacijama za usvajanje održivih praksi
<b>Strategije ograničavanja broja posjetitelja</b>	kvote kao ograničenja broja posjetitelja i grupa, visina ulaznice, infrastrukturna ograničenja itd.
<b>Redistribucija, usmjeravanje i preusmjeravanje posjetitelja</b>	strategija disperzije i koncentracije turističkih aktivnosti i posjetitelja
<b>Edukacija i interpretacija</b>	uvjeravanje kao neizravni obrazovni pristup koji utječe na željeno ponašanje, kodeksi ponašanja za turiste, vođene ture, statična interpretacija itd.
<b>Ciljani marketing</b>	<i>demarketing</i> strategije, fokusiranje na segment visoko obrazovanih turista i dobre platežne moći itd.

Izvor: prema Weaver (2006)

Kroz nekoliko poglavlja (pitanja održivog turizma, kontrola kvalitete, prostorne strategije i strategije upravljanja posjetiteljima u destinacijama) Weaver (2006) opisuje ulogu svakog pojedinog alata za održivi turizam, uz isticanje primjera dobre prakse. U narednim poglavljima detaljnije će se opisati pojedine mjere koje doprinose održivom razvoju turizma u zaštićenim područjima.



Većina prethodno navedenih inicijativa, strategija i ostalih mjera globalno su primjenjive, iako se nekolicina njih ne primjenjuje u svim zemljama svijeta. Mnogi alati, poput eko oznaka, sustava za upravljanje okolišem, etičkog kodeksa i pravila ponašanja doprinose održivosti turizma, međutim njihov je obuhvat puno manji (primjer je primjena EMAS-a ili sustava ISO 14001 ili eko oznake Ecotel u nekoj organizaciji). Na drugoj strani sustavi poput Procjene utjecaja na okoliš (PUO) i Strateške procjena utjecaja na okoliš (SPUO) su sustavi čiji je obuhvat znatno veći od prethodnih, s obzirom da su obvezujući u primjeni kod određenih projekata, odnosno javnih planova i programa (npr. u Hrvatskoj).

Tijekom posljednjih desetljeća, nakon konferencije u Rio 1992. godine, planeri i akademici u mnogim zemljama i specifičnim destinacijama rade na razvijanju indikatora prikladnih za njihove potrebe upravljanja. Indikatori su predloženi kao ključni elementi za uspostavu održivog turizma i kao alati koji odgovaraju na pitanja koja su najvažnija za menadžere turističkih destinacija, što znači da su usmjereni na utjecaje koji proizlaze iz turizma i ostala pitanja koja se tiču održivosti turizma (WTO, 2004). Indikatori održivosti, odnosno održivog turizma dobili su na važnosti u mnogim međunarodnim i nacionalnim utjecajnim krugovima (međunarodne organizacije i udruženja, akademska zajednica, nacionalna i regionalna politika) s obzirom na mogućnost njihove široke primjenu u društvu. Glavnu ulogu u popularizaciji indikatora u održivom turizmu ima UNWTO, razvojem općenitih, globalno primjenjivih te specifičnih indikatora na lokalnoj razini kroz niz lokalnih pilot projekata (Weaver, 2006).

Izdavanjem publikacije *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook* tijekom 2004. godine, UNWTO je razvio indikatore za 13 glavnih područja koji se tiču niza društvenih, ekonomskih, okolišnih i upravljačkih pitanja vezanih uz održivost turizma.

Značajni doprinos u području indikatora za održivi turizam daju Tanguay et al. (2013), koji su ukazali na nesukladnosti između ciljeva znanstvene zajednice i potreba kreatora politika (indikatori znanstvene zajednice previše su složeni da bi ih kreatori politike usvojili). Autori su na temelju sveobuhvatnog pregleda literature kojim je obuhvaćeno 11 opsežnih studija i identificirano 507 različitih indikatora (uključujući studiju WTO-a iz 2004.), definirali 20 baznih indikatora za održivi turizam koji bi mogli biti primjenjivi u praksi. Indikatori su definirani korištenjem četiri osnovna kriterija: učestalost korištenja, korespondencija s glavnim pitanjima održivosti u turizmu, reprodukcija komponenti održivog razvoja koje pokrivaju početni popis, i mjerljivost podataka tijekom vremena.

Pitanja koja ostaju važna i prioritetna za buduća istraživanja u pojedinim područjima održivog turizma i njihovog povezivanja s primjenom u praksi prikazuje Buckley (2012) u radu *Sustainable tourism: research and reality*. Prvo područje veže se uz dugogodišnju brigu razvoja kvantitativnih pokazatelja održivosti u turizmu, a najzahtjevnija je uspostava mjera ekološkog računovodstva (ujedno predstavlja jedan od

prioriteta za istraživanje). Jednako tako, mjerenje i upravljanje učincima svih oblika turizma i dalje ostaje važno područje istraživanja. Poseban prioritet su istraživanja koja razmatraju sposobnost turizma da doprinese promjenama u korištenju zemljišta, generirajući financijsku i političku potporu za očuvanje istog, pogotovo jer se tijekom proteklog desetljeća (2010-2020), poticalo povećanje zaštićenog prostora s 10% na 17% kopnene površine u skladu s međunarodno dogovorenim ciljevima Globalne strategije za zaštitu bioraznolikosti (Aichi ciljevi), a kao „tampon“ protiv klimatskih promjena (Buckley, 2012).

Klimatske promjene su istaknute kao područje na koje turizam značajno utječe i za koje se očekuje da će u skoroj budućnosti još i više utjecati (porast broja dolazaka zrakoplovima), prije svega zbog dugih letova koji podižu razinu ugljika te doprinose klimatskim promjenama (Butler, 2018; Butler, 2015; Buckley, 2015; McCool et al., 2013; Mair, 2011; Scot et al., 2010). Studija UNWTO-a, UNEP-a i WMO-a [World Meteorological Organization]<sup>3</sup> (2008) procjenjuje da su globalne emisije ugljičnog dioksida koje proizlaze iz turizma oko 5% ukupnih globalnih emisija u 2005, od kojih 40% proizlazi iz zračnog prometa.

Uvažavanjem misli dugogodišnjih urednika časopisa *Journal of Sustainable Tourism*, ali i njihovih nasljednika (Bramwell et al., 2017), može se zaključiti da je primjena održivog turizma relevantna za sve oblike turizma, neovisno o tome radi li se o masovnom turizmu ili turizmu malih razmjera (etički turizam, hard ekoturizam i sl.). Međutim, uvažavajući razmišljanja Buckleya (2012) koji preko 25 godina istražuje u području održivog turizma, može se zaključiti da je koncepcija doživjela određeni neuspjeh u provedbi, bez obzira na široku podršku na svim razinama i područjima te mogućnosti primjene mnogih alata održivog turizma. Rodríguez et al., (2017) ističu da su stanovnici Barcelone i dalje nezadovoljni učincima turizma, bez obzira što nadležna tijela poduzimaju mnoštvo mjera kako bi turizam u Barceloni učinili održivijim. Nadalje, Weaver (1995) naglašava da bi uvođenje održivog turizma, čak i u idealnom obliku, također ostavio prostora „eksploatacijskim“ oblicima turizma, bilo putem javnosti i uspostave penetracijskih pravaca ili povećanjem broja tzv. „odgovornih“ posjetitelja.

Sukladno zaključku Buckleya (2012), uočeno je da dosadašnji odgovori na učinke koji proizlaze iz turizma i aktivnosti koje podržavaju razvoj turizma uključuju regulatorne, korporativne i tehnološke mjere, ali i reakcije odgovornih pojedinaca. Autor također ističe da je za očekivati da će u narednom razdoblju istraživanja vezana uz održivost po pitanju društva i okoliša i dalje biti od izuzetne važnosti, ukoliko se komunikacija međunarodne politike nastavi u smjeru održivog razvoja.

---

<sup>3</sup> Svjetska meteorološka organizacija

## 2.5. DIONICI I NJIHOVE ULOGE U ODRŽIVOM TURIZMU

U turističkoj literaturi, glavni dionici su lokalne zajednice, javni i privatni sektor te posjetitelji (Snyman & Bricker, 2019; Nicholas & Thapa, 2010). Međutim, mogu se pronaći i navodi da su osnovne skupine dionika u turizmu sadašnji i budući posjetitelji te sadašnja i buduća zajednica domaćina koja prihvaća posjetitelje (Nadalipour et al., 2019; Passafaro et al., 2015; Byrd, 2007), što je u korelaciji s prvotnim definicijama održivog turizma (npr. WTO, 1998). Da bi turizam išao u smjeru održivosti, najprije treba biti prihvaćen i od strane politike podržan (Butler 2018; Butler, 2015; McCool et al., 2013), balansiranjem između ekološke, društvene i ekonomske dimenzije održivog turizma te poticanjem horizontalne i vertikalne komunikacije među dionicima. Osim političke potpore, primjena održivog turizma ovisi o ponašanju svih dionika povezanih s turizmom (Lane, 2017; Paunović & Jovanović, 2017; Waligo et al., 2013; UNWTO, 2013; Timur & Getz, 2009; Byrd, 2007), pri čemu bi najvažniji dionici trebali intenzivno surađivati i razvijati partnerstva, udružujući resurse i znanje (Usmonova et al., 2022). Iako će primjena i razina održivosti turizma u većini ovisiti o djelovanju nositelja turističke ponude i ponašanju turista na drugoj strani, brojni su dionici koji također djeluju u turizmu ili na njega utječu izravno i neizravno te doprinose održivosti turizma. U tablici 7. prikazane su glavne skupine i uloge dionika u održivom turizmu.

Tablica 7. Dionici i njihove uloge u održivom turizmu

Tip dionika	Uloga u održivom turizmu
<b>Agencije za međunarodnu razvojnu pomoć</b> <b>Multilateralne agencije i programi</b> <b>Bilateralne agencije</b>	integracija turizma u razvojne politike i sporazume, financijska i tehnička pomoć za održivi turizam te pojedinačni programi i projekti.
<b>Nacionalne vlade</b> <b>Ministarstvo turizma</b> <b>Ostala ministarstva</b> <b>Turističke organizacije</b> <b>Ostale državne agencije</b> <b>Tijela za upravljanje resursima</b>	razvoj i provedba turističkih politika i strategija, povezivanje sa širim politikama i strategijama, zakonodavstvo, standardi i propisi iz sektora koji utječe na turizam, planiranje i razvoj infrastrukture, upravljanje resursima te komunikacija i marketing.
<b>Lokalne i destinacijske uprave</b> <b>Regionalna i lokalna uprava i DMO</b>	lokalno strateško planiranje i provedba politike, razvoj i upravljanje lokalnom infrastrukturom, uključivanje dionika, koordinacija i podrška.
<b>Subjekti iz privatnog sektora</b> <b>Nacionalna i lokalna turistička udruženja</b>	zastupanje i utjecaj na sektor turizma, rad s turističkim uslugama.

<b>Pružatelji turističkih usluga</b>	veza s domaćim i međunarodnim tržištima,
<b>Receptivni i emitivni turoperatori</b>	razvoj, ulaganje i poboljšanje proizvoda,
<b>Dobavljači, npr. proizvođači hrane, pružatelji turističkih sadržaja i sl.</b>	stvaranje radnih mjesta i prihoda za lokalno stanovništvo,
<b>Međunarodni i domaći investitori</b>	razmatranje gospodarskih, društvenih i ekoloških pitanja održivosti u poslovanju.
<b>Zaposlenici i srodna tijela</b>	zastupanje interesa zaposlenika,
<b>Sindikati</b>	planiranje i razvoj ljudskih potencijala,
<b>Pojedinačni radnici u sektoru</b>	pružanje usluga po načelu-vrijednost za novac.
<b>Nevladine organizacije</b>	zastupanje različitih interesa dionika,
<b>Organizacije za održivi razvoj</b>	uključivanje u strateško planiranje i razvoj,
<b>Okolišne, konzervatorske, kulturne i društvene nevladine organizacije</b>	koordinacija dionika i podrška provedbi, izgradnja kapaciteta i pružanje stručne pomoći.
<b>Organizacije za obrazovanje</b>	prikupljanje i diseminacija znanja,
<b>Sveučilišta, fakulteti, nastavna tijela i istraživačke institucije</b>	pružanje potpore i razvoj strategija, izgradnja kapaciteta i obuka,
<b>Stručnjaci i savjetodavna tijela</b>	posebni savjeti i stručnost.
<b>Lokalna zajednica</b>	uključivanje u planiranje i donošenje odluka o turizmu na lokalnoj razini,
<b>Vijeća i predstavnička tijela zajednice, tradicionalne strukture (plemenske poglavice)</b>	zastupanje interesa lokalne zajednice,
<b>Organizirane skupine, npr. mladih, starih i sl.</b>	provođenje pravične podjele koristi unutar zajednica,
<b>Lokalni formalni i neformalni trgovci</b>	interakcija s turistima na obostranu korist,
<b>Pojedinačna kućanstva</b>	stjecanje prihoda od turističke potrošnje.
<b>Posjetitelji</b>	osiguravanje glavnih izvora prihoda sektoru,
<b>Individualni posjetitelji, potrošačke mreže, klubovi i društva</b>	odgovorno postupanje prema okolišu i lokalnoj zajednici kod odabira putovanja i aktivnosti,
<b>Putnički mediji i korisnici društvenih medija</b>	feedback o destinacijama i pitanjima održivosti.

Izvor: World Tourism Organization (2013), str. 19-20.

S obzirom da u turizmu djeluje veliki broj različitih tipova dionika, pri usmjeravanju prema postizanju održivog turizma može se primijeniti razmišljanje Donaldsona & Prestona (1995) koji su na primjeru korporacija prikazali da ne moraju nužno svi dionici biti jednako uključeni u proces donošenja odluka, nego je potrebno identificirati i čuti interese što je moguće većeg broja dionika. Neuspjeh identificiranja interesa čak i jedne primarne skupine dionika može rezultirati neuspjehom cijelog procesa (Byrd, 2007). Posebno je važno da se prilikom kreiranja strategija i politika održivog turizma razmotre stavovi, potrebe

i očekivanja industrije, stanovnika, posjetitelja i ostalih važnih dionika kako bi se izbjegli sukobi među dionicima koji su izuzetno štetni za konkurentnost destinacije (Getz & Timur, 2005). Takav pristup može stvoriti odnos u kojem bi pružatelji usluga djelovali u skladu s donesenim planovima, pogotovo lokalni pružatelji koji su privrženiji destinaciji (prebivalištu), nasuprot velikih poduzeća koja imaju intenciju promjene destinacija u slučaju pojave krize i lošeg poslovanja. U svakom slučaju, takvim pristupom stvorilo bi se okruženje u kojem su dionici otvoreni za međusobnu komunikaciju, suradnju i partnerstvo na projektima, aktivnostima i inicijativama za postizanje održivog turizma.

### 2.5.1. Uloga i važnost javne politike u održivom turizmu

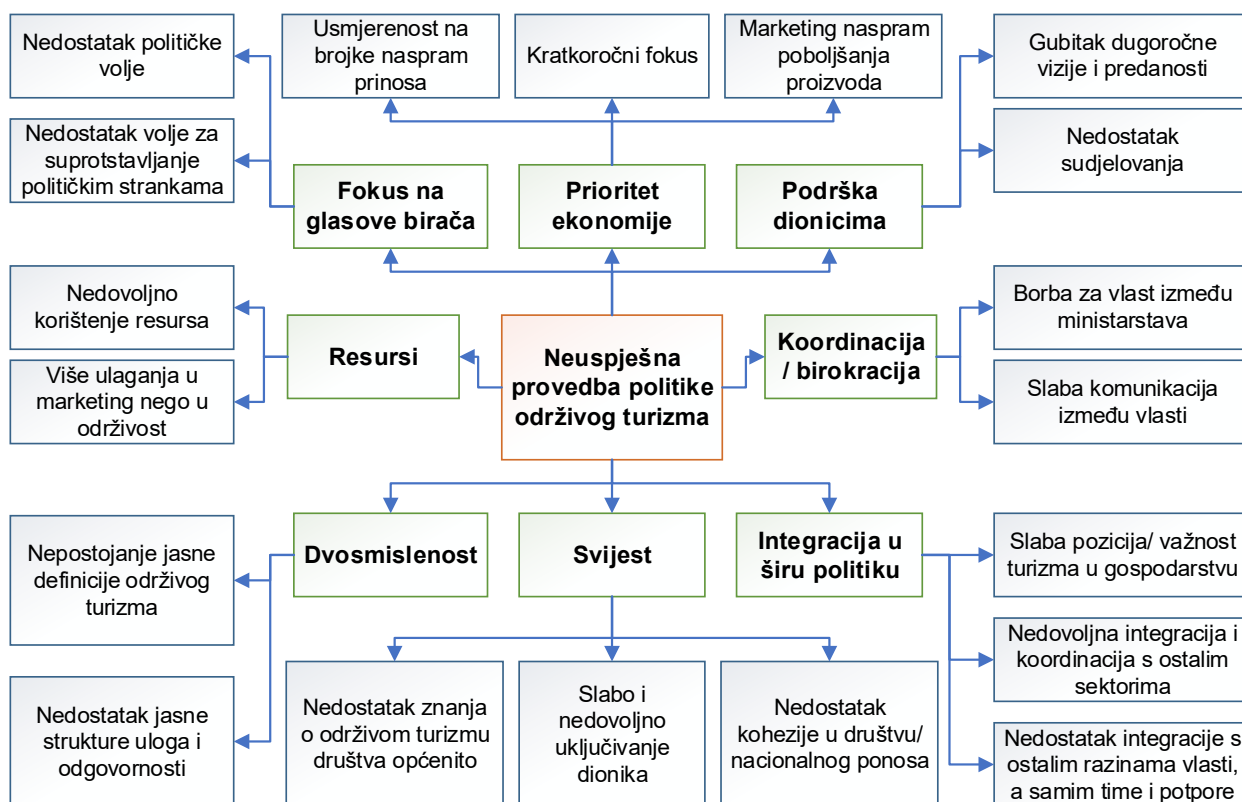
Uspostava održivosti odgovornost je svih dionika koji djeluju u turizmu, ali učinci turizma većinom su rezultat djelovanja privatnog sektora i posjetitelja. Međutim, za postizanje napretka u domeni održivosti turizma, značajnu odgovornost i vodeću ulogu u tome imaju same države, odnosno nacionalne vlade. U potrazi za održivim turizmom, države moraju prepoznati različite pozicije i motive dionika te surađivati s njima kako bi postigli zajedničke ciljeve. Primjenom ovlasti (legitimitet predlaganja i donošenja propisa, ekonomskih poticaja, promicanja i širenja održivih praksi i sl.), država može utjecati na jačanje održivosti turizma (UNEP i UNWTO, 2005), primarno na razini lokalne zajednice za koju Byrd (2007) smatra da ju sačinjavaju stanovnici, vlasnici poslovnih subjekata i sami službenici javne uprave, ali i posjetitelji (izravno i posredno). Lane (2017) potvrđuje da su pitanja vodstva jedno od ključnih područja u primjeni održivog turizma, neovisno o tome radi li se o međunarodnoj, nacionalnoj ili nižoj razini.

Provedba nacionalnih politika u turizmu složenija je nego u slučaju drugih sektora (kod održivog turizma još i više), prije svega zbog različitih interesa i potreba glavnih dionika uključenih u razvoj turizma - stanovnika, posjetitelja, javnog sektora i turističke industrije (Maxim, 2016; Muangasame & McKercher, 2014). Iako je podrška nacionalnih vlada održivom turizmu neosporna, u praksi još uvijek postoji velika razlika između podrške, odnosno odobravanja politika te stvarne provedbe s obzirom na mali broj akcija javnog sektora na terenu (Maxim, 2015).

Kako bi se poboljšala situacija po pitanju provedbe istinskih politika održivog turizma, potreban je adekvatan znanstveni doprinos koji uvelike nedostaje, dok su dosadašnja istraživanja okarakterizirana kao općenita i šablonska (Dodds & Butler, 2009). Farsari et al. (2011) također potvrđuju nedostatak istraživanja, a na temelju dobivenih rezultata pokazuju da ne postoji apsolutni put koji bi jamčio uspješnu provedbu politika održivog turizma. Napominju da se buduća istraživanja u ovome području trebaju fokusirati na nekoliko važnih elemenata i procesa (prepreke provedbe politike, dinamika moći i politike

te praćenje učinka politike), jer se razumijevanjem svih posljedica mjera politike može uspostaviti koncepcija za primjenu adekvatnije politike održivog turizma. S obzirom na nedostatak istraživanja u području provedbe politika održivog turizma, autori Dodds & Butler (2009) fokusirali su se na segment koji je u literaturi identificiran kao prioritet. Autori su u znanstvenom radu identificirali prepreke u implementaciji politika održivog turizma (Slika 9.), korištenjem sekundarnih i primarnih podataka koji su prikupljeni na dvije specifične lokacije masovnog turizma na Mediteranu – na Malti i u Španjolskoj.

Slika 9. Prepreke u postizanju uspješne politike održivog turizma



Izvor: prema Dodds & Butler (2009), str. 47.

Pored interesa zadržavanja na vlasti (stavovi glasača), prepreke politike u implementaciji održivog turizma mogu se sažeti na interese i fokusiranost ekonomske politike, komunikaciju i uključenost dionika te optimalno korištenje resursa. Na drugoj strani, Maxim (2015) je u radu *Drivers of success in implementing sustainable tourism policies in urban areas* provela istraživanje u kojem su identificirani faktori (pokretači), za koje ispitanici smatraju da imaju utjecaj na razvoj i provedbu politika održivog turizma na lokalnoj razini, a koji su podijeljeni u 14 skupina (Slika 10.). Kao najznačajniji faktor u provedbi održivog turizma istaknuta je suradnja, partnerstvo i podrška dionicima koja se odnosi na suradnju s

drugim odjelima unutar iste lokalne vlasti, zatim s drugim lokalnim organizacijama koje su zainteresirane za razvoj turizma te s turističkom industrijom. Također, kao izrazito važan faktor koji doprinosi održivom turizmu u destinaciji, navodi se podrška koju pruža lokalna zajednica i turistička industrija (Maxim, 2015).

Slika 10. Faktori koji doprinose implementaciji politika održivog turizma



Izvor: prema Maxim (2015), str. 40.

Nacionalne vlasti identificirane su kao značajni dionik u postizanju održivog turizma, uspostavljanjem i provedbom svojih politika koje osiguravaju čvrstu podlogu i potporu ostalim dionicima u primjeni održive turističke prakse. Buckley (2012) ističe da je glavni pokretač poboljšanja u primjeni održivog turizma još uvijek regulacija, a ne tržišne mjere, budući da zagovornici turizma još uvijek koriste političke pristupe kako bi izbjegli ekološka ograničenja i dobili pristup javnim prirodnim resursima. Međutim, u drugom desetljeću 21. stoljeća stanje se mijenja te je zabilježen porast primjene dobrovoljnih mjera u turizmu, s obzirom na sve veću naklonost potražnje istima pri odabiru proizvoda i usluga. Autori Rodríguez et al., (2017) u studiji koja je ispitala doprinos eko oznake *Biosphere Destination Standard* održivosti turizma u Barceloni, zaključuju da eko-oznake poboljšavaju održivost, iako su utvrdili nedovoljnu učinkovitost po pitanju zadovoljstva lokalnog stanovništva (neuspješnost oznake pri ublažavanju masovnosti), bez obzira na to što certifikat ima standarde za sprječavanje ovog problema. Stoga, dok javni sektor može potaknuti razvoj održivijih oblika turizma na različite načine, postizanje održivog turizma ovisit će o tržištu, odnosno o turističkoj potražnji i odgovoru turističke industrije na zahtjeve potražnje. Umjesto fokusiranja na



turističku industriju, treba se usredotočiti na posjetitelje, njihove stavove, preferencije, ponašanje, zadovoljstvo i sl., što će na kraju odrediti utjecaje turizma (Swarbrooke, 1999). Međutim, prethodna istraživanja uglavnom su se usredotočila na stanovnike u lokalnim zajednicama kao ključnim dionicima u procesu održivog razvoja turizma, dok su posjetitelji kao dionici bili nedovoljno izučeni (Nicholas & Thapa, 2010) te postoji realna potreba za istraživanjima s aspekta potražnje u području održivog turizma.

### 2.5.2. Posjetitelji i održivi turizam

Sumirajući iznesena razmatranja iz prethodnog potpoglavlja, uočava se da su u hijerarhiji odgovornosti za postizanje održivog turizma na samom vrhu nacionalne vlade, čija se uspješnost u podržavanju istog može mjeriti razinom prihvaćanja i djelovanja privatnog sektora, kao i posjetitelja u području održivog turizma. Swarbroke (1999) je to prikazao tako da napredak prema održivom turizmu daleko više ovisi o aktivnostima industrije te stavovima i ponašanju posjetitelja, s obzirom na to da su oni presudni u stvaranju i usmjeravanju ključnih sastavnica turističkog proizvoda poput smještaja, atrakcija za posjetitelje, ugostiteljskih objekata, turističkog posredovanja i drugih sadržaja u privatnom vlasništvu. U potrazi za održivim turizmom, turističkoj industriji predstoji izazov ulaganja u inovativne održive proizvode bez zagarantirane tržišne podrške, a zatim animiranje i poticanje posjetitelja da usvoje održivo ponašanje. U tom kontekstu, od javnog se sektora očekuje da osigura institucionalni okvir u kojem turistička industrija može razvijati održive turističke proizvode, istovremeno osiguravajući potrebnu infrastrukturu kako bi se posjetiteljima osigurao pristup održivim proizvodima (Budeanu, 2007).

Kako bi turizam (destinacije, proizvodi i usluge) doista bio održiv, treba se temeljiti na optimalnom odnosu između ekonomske, sociokulturne i ekološke dimenzije uz podršku svih uključenih dionika u turističkom procesu (Nadalipour et al., 2019), a posebno posjetitelja koje treba uvjeriti da izaberu održive destinacije i proizvode umjesto njihovih neodrživih pandana te pokažu održivo ponašanje u destinaciji (Araújo et al., 2022). Međutim, Budenau (2007) navodi da su posjetitelji općenito manje zainteresirani za održive turističke proizvode (u usporedbi s privatnim sektorom), stoga su održive inicijative, alati i strategije poput nagrada, eko-oznaka, shema certificiranja, informiranja, podizanja svijesti i obrazovnih kampanja osmišljene kako bi usmjerili posjetitelje prema odgovornom ponašanju i održivom turizmu.

Može se konstatirati da će održivost turizma ovisiti o primjeni održivih praksi i proizvoda privatnog sektora, odnosno u konačnici o izboru posjetitelja. U tom kontekstu, Nicholas & Thapa (2010) su identificirali posjetitelje kao ključnu skupinu dionika u razvoju održivog turizma, jer se istinska održivost ne može postići ako se posjetitelji ne zainteresiraju i pokažu predanost održivom razvoju turizma.



Održivi potrošači promatraju se kao oni koji njeguju temeljne vrijednosti te teže racionalnom i učinkovitom korištenju resursa, kako bi se održala baza resursa za sadašnje i buduće generacije, povećala se kvaliteta života te se osigurao pravičan gospodarski i društveni razvoj. Koristeći se određenim pokazateljima održivog razvoja za turističke destinacije UNWTO-a iz 2004. godine, Szymańska (2013) ističe da bi održivog posjetitelja trebale karakterizirati sljedeće značajke:

- pri svakodnevnoj kupnji uvažava ekološke aspekte
- poduzima aktivne mjere zaštite okoliša u mjestu stanovanja i brine o čistoći prirodnog okoliša
- poznaje, razumije i ponaša se u skladu s idejom održivog turizma
- preferira putovanja i aktivnosti koje su ekološki prihvatljive i podržavaju lokalni razvoj
- pri odabiru smještaja oslanja se na kriterije održivog turizma
- uočava kvalitetu pojedinih elemenata okoliša, kao i greške u ponašanju drugih posjetitelja
- uočava utjecaj turizma na stanje prirodnog okoliša, kao i prijetnje okolišu
- zadovoljan je mogućnošću sudjelovanja u provedbi ideje održivog turizma.

Održivi posjetitelji isprva su se smatrali ekoturistima, jer je pojam ekoturista označavao različite vrste posjetitelja zainteresiranih za zaštitu okoliša (Fermani et al., 2020). Međutim, kako je pojam održivog turizma puno šireg značenja od same zaštite okoliša, takva tumačenja „održivih posjetitelja“ nisu se smatrala adekvatnima. Dinan & Sargeant (2000) održivog posjetitelja tumače kao posjetitelja koji uvažava činjenicu da je dio kulture, društva, okoliša i gospodarstva ljudi u čiju destinaciju dolazi te koji pokazuje sljedeće značajke ponašanja i namjera tijekom putovanja, odnosno boravka u destinaciji:

- suglasan je i postupa u skladu s kodeksom ponašanja za posjetitelje tijekom putovanja, odnosno boravka u destinaciji (lokalitetu/regiji)
- shvaća da njegove aktivnosti imaju utjecaj na fizički okoliš i prilagođava svoje postupanje prema istome (npr. prepoznavanje potrebe za usvajanjem odgovornog ponašanja u pogledu stvaranja otpada te pristupanje razvrstavanju i recikliranju gdje su iste dostupne)
- razumije implikacije turizma u gospodarstvu domaćina i spreman je doprinosti razvoju lokalne ekonomije, kupovinom lokalnih proizvoda poput hrane, rukotvorina i sl.

U literaturi koja razmatra održivost turizma, istraživanja usmjerena prema posjetiteljima značajno su podzastupljena u odnosu na istraživanja pružatelja turističkih usluga (Kastenholz et al., 2018; López-Sánchez & Pulido Fernández, 2016; Shamsub & Lebel, 2012; Moeller et al., 2011; Nepal, 2008; Dolnicar et al., 2008). Međutim, kako bi istraživanja o održivosti turizma destinacije bila potpuna, nužno je ispitati

preferencije posjetitelja za odabir održivih destinacija i održivo ponašanje u destinaciji (Araújo et al., 2022). S obzirom na to da su prethodna istraživanja uglavnom razmatrala jedan aspekt održivosti (ekološku, društvenu ili ekonomsku dimenziju), Grilli et al. (2021) ukazuju da nedostaju studije koje uzimaju holističku perspektivu održivosti turizma, eksplicitno se baveći optimiziranjem odnosa između aspekata okoliša, kulture i turističke industrije. Jednako tako, istraživanja s aspekta potražnje u području održivog turizma dominantno su fokusirana na jedan aspekt/dimenziju održivosti (Shamsub & Lebel, 2012) i to uglavnom studije koje razmatraju ekološku dimenziju održivog turizma (Li et al., 2021; de Oliveira et al., 2020; Liu et al., 2020; Ashraf et al., 2020; McNicol, 2016; Moeller et al., 2011; Kim et al., 2012a; Ballantyne et al., 2011; Dolnicar et al., 2010; Dolnicar et al., 2008; Holden, 2005a; Hunter, 2002).

U literaturi koja istražuje područje održivog turizma s aspekta turističke potražnje, najčešće su razmatrani percepcija i stavovi posjetitelja (Araújo et al., 2022; Fermani et al., 2020; Morrison-Saunders et al., 2019; Xu & Fox, 2014, Nicholas & Thapa, 2010), ponašanje i namjere (Alazaizeh et al., 2019; Han et al., 2019; Kastenholz et al., 2018; Meleddu & Pulina, 2016; Miller et al., 2014; Shamsub & Lebel, 2012; Budeanu, 2007) te doživljaj (Moliner-Tena et al., 2021; Breiby et al., 2020; Miller et al., 2019; Hanna et al., 2018; Liu et al., 2016) i zadovoljstvo posjetitelja (Velmurugan et al., 2021; Jasrotia, et al., 2021; Asmelash & Kumar, 2020; Huete-Alcocer et al., 2019; Juandi et al., 2018). Također, postoje studije koje su ispitivale međusobne utjecaje i korelacije navedenih elemenata i održivog turizma (Lee et al., 2021; Passafaro, 2020; Lu et al., 2017; Castellanos-Verdugo et al., 2016; Passafaro et al., 2015; Bernini et al., 2015; Chen et al., 2011). U konačnici, prethodna istraživanja (Aydin & Alvarez, 2020; Kastenholz et al., 2018; López-Sánchez & Pulido Fernández, 2016; Dolničar, 2004) naglašavaju da uvažavanje, identificiranje i privlačenje „održivih“ posjetitelja ima ključnu ulogu u postizanju održivog turizma.

S obzirom na to da zaštićena područja posjeduju atraktivne resurse, a koji su kao takvi izrazito osjetljivi te se mogu brzo ugroziti i pri manjem broju posjetitelja, izuzetno je važno privući čim je više moguće tržišne segmente posjetitelja koji pokazuju održivije ponašanje i namjere. Tako se ne utječe pozitivno samo na zaštićeno područje, nego i na njegovo okolno okruženje, stvarajući koristi i za lokalnu zajednicu. U literaturi turizma temeljenog na prirodi, čije su pojavni oblici dominantno zastupljeni u zaštićenim područjima, razlikuju se dva opće prihvaćena tipa posjetitelja – *hard* i *soft*. Iako su jasno naglašene razlike između navedenih tipova, i jedni i drugi ipak pokazuju veću privrženost prirodnim vrijednostima destinacije i empatičnost prema okruženju u kojem borave od prosječnih turista. Dodatno, kod *hard* posjetitelja to je daleko izraženije u usporedbi sa *soft* posjetiteljima. Za očekivati je da takvi posjetitelji pridaju veću važnost održivosti destinacije, održivo koristeći turističke resurse u cilju doprinosa području i lokalnoj zajednici. U nastavku se razmatraju zaštićena područja, parkovi prirode i turizam u istima.

### 3. ZAŠTIĆENA PODRUČJA, PARKOVI PRIRODE I TURIZAM

Prirodni resursi neophodni su za društveno-ekonomski rast i razvoj, međutim korištenje istih često nadilazi njihove kapacitete, narušavajući pri tome kvalitetu i kvantitetu prirodnih resursa. U takvim okolnostima zaštićena područja uživaju poseban status s obzirom na njihovu dominantnu ulogu u zaštiti i očuvanju prirodnih i kulturnih vrijednosti, prije svega biološke raznolikosti. S obzirom na nemogućnost (strogi rezervati, nacionalni parkovi i sl.) ili ograničeno korištenje prirodnih resursa zaštićenih područja za pojedine gospodarske djelatnosti (npr. parkovi prirode – poljoprivreda, šumarstvo i sl., uz poštivanje principa zaštite i održivog korištenja), edukacija, rekreacija i turizam imaju važnu ulogu u smislu javne društveno-političke potpore zaštićenim područjima (Thapa & Lee, 2017). Eagles et al. (2002) naglašavaju da su zaštićena područja u uskoj interakciji s turizmom, kao i turizam sa zaštićenim područjima, gdje usprkos složenim i ponekad suparničkim odnosima, turizam predstavlja osnovnu pri uspostavi i održavanju zaštićenih područja te njihovog učinkovitog upravljanja.

Izuzetno vrijedni prirodni resursi zaštićenih područja imaju privlačnu snagu velikog broja posjetitelja koji traže doživljaj u prirodi (Velmurugan et al., 2021), a koji posjećivanjem i posljedičnom potrošnjom doprinose održivosti zaštićenih područja s obzirom na to da se prihodi od posjećivanja investiraju u aktivnosti očuvanja (Oviedo-García et al., 2019) i poboljšanja kvalitete života lokalne zajednice (Pickering et al., 2018). Prihodi od posjećivanja postaju sve važniji, pogotovo u uvjetima kada je javno financiranje smanjeno i nedostatno za adekvatno upravljanje i očuvanje mnogih zaštićenih područja diljem svijeta (Oviedo-García et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017; Valdivieso et al., 2015). Stoga zaštićena područja istovremeno postaju područja očuvanja prirode i društveni prostori, koji nude različite usluge posjetiteljima (Rodger et al., 2015) i od kojih se očekuje da upravljanjem pruže zadovoljavajući doživljaj (Taplin et al., 2016) kako bi se povećala javna potpora i održivost zaštićenih područja (Thapa & Lee, 2017).

S obzirom na to da su zaštićena područja izuzetno široka i opsežno razmatrana tematika iz različitih aspekata (ekoloških, društvenih i ekonomskih na razini različitih disciplina i sektora), u okviru ovog poglavlja, najprije će se sažeto prikazati posebnosti zaštićenih područja, zatim upravljanje u kontekstu osnovne misije zaštićenih područja, s posebnim naglaskom na upravljanje turizmom. U posljednjem dijelu poglavlja prikazuju se posebnosti parkova prirode, kako u kontekstu osnovnih razlika u odnosu na druga zaštićena područja (primarno nacionalne parkove), jednako tako na razini uključenih parkova prirode u istraživanju, uz razmatranje prethodnih teoretskih i istraživačkih studija turizma u parkovima prirode.

### 3.1. ZAŠTIĆENA PODRUČJA

Uspostava zaštićenih područja predstavlja jedan od najučinkovitijih načina zaštite i očuvanja prirodnih i kulturno-povijesnih bogatstava, s primarnim fokusom na zaštitu i očuvanje biološke raznolikosti. S obzirom na to da društveno-ekonomska uloga zaštićenih područja sve više dolazi do izražaja, unazad nekoliko desetljeća zabilježen je kontinuirani porast njihovog broja, kao i njihovog udjela u ukupnoj površini planeta Zemlje. Intenzivnija globalna potpora zaštićenim područjima započinje s Konferencijom za okoliš i razvoj UN-a koja je održana 1992. godine u Rio de Janeiru, kada je svijet odlučio prihvatiti koncepciju održivog razvoja. Usvajanjem Konvencije o biološkoj raznolikosti (CBD) 1992. godine, zaštićena područja postaju svojevrsne banke biološke raznolikosti čija uloga i važnost kontinuirano raste, od globalne do nacionalne, regionalne i lokalne razine. Globalna potpora CBD-a nastavila se preko ostalih konferencija (Summit u Johannesburgu 2002. i Rio de Janeiru 2012. godine), kao i periodičnih sastanaka Konferencije stranaka CBD-a i globalnih planova sve do danas.

Poseban napredak u smislu povećanja broja zaštićenih područja i njihove učinkovitije zaštite biološke raznolikosti, ostvaren je u razdoblju nakon usvajanja dokumenta *The Strategic Plan for Biodiversity 2011-2020 and the Aichi Biodiversity Targets* na desetom sastanku Konferencije stranaka CBD-a. U okviru spomenutog plana, definirano je 20 ciljeva biološke raznolikosti, od kojih se jedan (cilj 11) odnosi na zaštitu najmanje 17% kopnenih područja i voda i 10% obalnih i morskih područja do 2020. godine, naročito područja od posebnog značaja za bioraznolikost i usluge ekosustava (UNEP/CBD/COP/DEC/X/2, 2010). Realizacija cilja prenosi se na sve zemlje potpisnice CBD-a, uključujući Republiku Hrvatsku.

S obzirom na globalnu obvezu implementacije Strateškog plana (u kojoj sudjeluju zemlje potpisnice CBD-a), UNEP-ov Svjetski centar za praćenje zaštite (UNEP-WCMC)<sup>4</sup> i IUCN-ova Svjetska komisija za zaštićena područja (IUCN-WCPA<sup>5</sup>) pokrenuli su inicijativu za praćenje globalnog napretka realizacije Aichi ciljeva pod nazivom *Protected Planet Report* (Izvešće o zaštićenom planetu). U prvom Izvešću iz 2012. godine, zabilježeno je da zaštićena područja pokrivaju 12,7% kopna i 1,6% mora, pri čemu pohranjuju 15% globalnog ugljika, pomažu u smanjenju krčenja šuma, gubitaka staništa i vrsta te podržavaju egzistenciju više od milijarde ljudi (Bertzky et al., 2012). U Izvešću iz 2018. godine (*Protected Planet Report 2018*), navodi se blago povećanje kopnene pokrivenosti zaštićenih područja s 14,7% iz 2016. na 14,9% u 2018. godini, dok morska pokrivenost bilježi ubrzani rast u nacionalnim vodama i to s 10,2% na 16,8%. U tom smislu, broj zaštićenih područja na kopnu je iznosio oko 238.500 i zauzimao preko 20 milijuna km<sup>2</sup>, dok

<sup>4</sup>UNEP World Conservation Monitoring Centre

<sup>5</sup>IUCN World Commission on Protected Areas

morska područja (iako manjeg broja) pokrivaju oko 7,3% svjetskih oceana, 16,8% nacionalnih mora i 1,2% međunarodnog mora. U Izvješću je posebno napomenuto da je moguće postići zadani cilj pokrivenosti zaštite kopnenog i morskog područja do 2020. godine, ako države izvrše nacionalne obveze (UNEP-WCMC, IUCN & NGS [National Geographic Society], 2018). U nastavku slijedi prikaz pokazatelja globalne zaštite kopnenih i morskih područja za 2020. godinu prema Svjetskoj bazi podataka o zaštićenim područjima<sup>6</sup> (Tablica 8.).

Tablica 8. Udio zaštite kopnenih i morskih područja do 2020. godine

Mjerljiva karakteristika	Pokazatelj	Globalno
<b>Pokrivenost kopna zaštićenim područjima (%)</b>	15,03	9,6
<b>Pokrivenost mora zaštićenim područjima (%)</b>	7,56	
<b>Broj zaštićenih područja na kopnu</b>	243.767	261.216
<b>Broj zaštićenih područja na morima</b>	17.449	
<b>Ukupna površina kopnenih zaštićenih područja (km<sup>2</sup>)</b>	20,275,454	47.665.242
<b>Ukupna površina morskih zaštićenih područja (km<sup>2</sup>)</b>	27.389.788	

Izvor: prema *World Database on Protected Areas*, dostupno na: <https://www.protectedplanet.net/en> (23.10.2020.)

Pored ciljanog kvantitativnog obuhvata globalno zaštićene površine kopna, voda i oceana, jedan od prioritarnih zadataka je učinkovitije upravljanje zaštićenim područjima u smislu zaštite povjerenog im prirodnog okoliša (biološka raznolikost, krajobrazna i geološka raznolikost i sl.). S druge strane, potrebno je optimizirati korištenje zaštićenih područja u kojima su dozvoljene određene aktivnosti poput turizma, rekreacije, edukacije i slične *soft* aktivnosti, ali i druge eksploatacijske aktivnosti. Pod pojmom optimiziranje korištenja, razmatra se korištenje postojećih (dozvoljenih) potencijala zaštićenih područja, u skladu s aktivnom politikom zaštite. U tom smislu, pored zaštite i očuvanja, poanta je optimalno iskoristiti potencijale kako bi se povećao doprinos zaštićenih područja u realizaciji globalnih ciljeva održivog razvoja koji su usmjereni i na osiguravanje društveno-ekonomskih koristi svima.

Prema navodima u brojnim dokumentima (Dudley et al., 2017a; CBD, FAO [Food and Agriculture Organization], WB [World Bank], UNEP & UNDP, 2017; Dudley et al., 2017b; Schultz et al., 2016; UNEP-WCMC & IUCN, 2016) uočava se značajna podudarnost i međusobno nadopunjavanje Agende za održivi

<sup>6</sup> *World Database on Protected Areas* - najopsežnija je globalna baza podataka o kopnenim i morskim zaštićenim područjima, pokrenuta od strane UNEP-a i IUCN-a, a kojom upravlja UNEP-WCMC, dostupno na: <https://www.protectedplanet.net/en> (3.2.2020.)

razvoj do 2030. i 17 ciljeva održivog razvoja te Strateškog plana biološke raznolikosti 2011.-2020. i 20 Aichi ciljeva biološke raznolikosti. Prema prikazanim poveznicama, zaključuje se da zaštićena područja mogu doprinijeti realizaciji mnogih od 17 ciljeva održivog razvoja (Tablica 9.). Nadalje, u Agendi za održivi razvoj do 2030., prepoznato je da društveno-ekonomski razvoj ovisi o ulaganjima u održivo upravljanje prirodnim resursima.

Tablica 9. Primjeri doprinosa zaštićenih područja ciljevima održivog razvoja

Cilj održivog razvoja	Doprinos zaštićenih područja
<b>Cilj 1. Zaustaviti siromaštvo u svim oblicima</b>	Više od 1,1 milijarde ljudi ovisi o zaštićenim područjima u smislu stjecanja sredstava za život.
<b>Cilj 2. Ukinuti glad, postići sigurnost hrane i poboljšanu prehranu te promovirati održivu poljoprivredu</b>	Europska mreža Natura 2000 podupire važne poljoprivredne prakse i agroekosustave, što čini oko 38% ukupno obuhvaćene površine.
<b>Cilj 3. Osigurati zdrav život i promovirati dobrobit za sve u svim dobnim skupinama</b>	Fizička aktivnost unutar Viktorijanskih parkova u Australiji rezultirala je uštedom zdravstvenih troškova od oko 200 milijuna USD.
<b>Cilj 6. Osigurati dostupnost i održivo upravljanje vodom i kanalizacijom svima</b>	Zaštićena područja osiguravaju značajan udio pitke vode za trećinu od 105 najvećih svjetskih gradova.
<b>Cilj 8. Promicati uključiv i održiv gospodarski rast, puno i produktivno zapošljavanje i dostojanstven rad svima</b>	Procijenjeno je da kopnena zaštićena područja globalno primaju oko 8 milijardi posjeta godišnje, generirajući približno 600 milijardi USD.
<b>Cilj 13. Poduzeti hitne mjere u borbi protiv klimatskih promjena i njihovih učinaka</b>	Između 2000. i 2005. godine, nezaštićene tropske šume izgubile su otprilike dvostruko više ugljika zbog krčenja šuma nego isto područje zaštićene šume.
<b>Cilj 14. Očuvati i održivo koristiti oceane, mora i morske resurse za održivi razvoj</b>	Očuvanjem 20 – 30% svjetskih oceana kroz zaštićena područja moglo bi se stvoriti milijun radnih mjesta, održati ulov ribe vrijedan 70-80 milijardi USD godišnje i pružiti usluge ekosustava bruto vrijednosti od oko 4,5 – 6,7 bilijuna USD godišnje.
<b>Cilj 15. Zaštititi, obnoviti i promovirati održivu upotrebu kopnenih ekosustava, održivo upravljati šumama, suzbijati dezertifikacije te zaustaviti gubitak biološke raznolikosti i degradaciju zemljišta</b>	Zaštićena područja globalno pokrivaju gotovo 21% glavnih vrsta kopnenih voda, 20% prirodnih šuma 19% planinskog područja, 17% površine otoka i 13% suhe površine. Indeks žive planete ( <i>The Living Planet Indeks- LPI</i> ) u kopnenim zaštićenim područjima smanjio se za polovinu stope opadanja <i>LPI-a</i> u svim kopnenim područjima u svijetu.

Izvor: prema UNEP-WCMC & IUCN (2016), str. 60.

Uočava se da zaštićena područja pored obnavljanja i jačanja otpornosti ekosustava, donose koristi koje uistinu prelaze njihove granice, s obzirom na to da se smatraju ključnim instrumentom u realizaciji mnogih ciljeva održivog razvoja, uključujući i one koji se tiču osiguranja zdravog života, sredstava za život i dobrobiti ljudi te osnaživanja lokalnih ekonomija, ublažavanja siromaštva i angažmana ranjivijih skupina, poput žena, autohtonih stanovnika i sl. (UNEP-WCMC, IUCN & NGS, 2018; Dudley et al., 2017a; Schultz et al., 2016; UNEP-WCMC & IUCN, 2016). Dodatno, zaštićena područja pružaju prirodna rješenja za brojne globalne izazove, uključujući pitanja klimatskih promjena, degradacije zemljišta, rizike od prirodnih katastrofa i sl. (Dudley et al., 2017b; UNEP-WCMC & IUCN, 2016). U nastavku potpoglavlja sažeto se prikazuju osnove zaštićenih područja, počevši od razjašnjavanja samog termina i evolucije zaštićenih područja do prikaza međunarodne kategorizacije te inicijativa za zaštitu prirodnih područja.

### 3.1.1. Evolucija i terminologija zaštićenih područja

Pojam i značenje prirode vrlo često se poistovjećuje s pojmom okoliša, što u biti rezultira da je priroda jednako okoliš i obratno. Prema Zakonu o zaštiti prirode Republike Hrvatske (članak 3, NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19), priroda se odnosi na sveukupnu bioraznolikost, krajobraznu raznolikost i georaznolikost, ali se promatra i kao dio okoliša (Zakon o zaštiti okoliša RH, članak 4., NN 80/13, 153/13, 78/15, 12/18, 118/18). Iako su ovi pojmovi međusobno povezani sustavi, svaki od njih ima jasno razgraničen obuhvat u teoriji i praksi, što se najbolje može prikazati kroz suštinu njihove formalne zaštite. U tom kontekstu, Črnjar & Črnjar (2009) ističu da zaštita prirode kao objekt uzima zaštitu ekoloških sustava neovisno o njihovoj ulozi i koristima za čovjeka, dok je zaštita okoliša usmjerena na okolinu, uključujući i prirodu, s obzirom na interese i koristi za čovjeka. Može se konstatirati da priroda ima vlastito pravo opstanka neovisno o potrebama čovjeka, dok se okoliš u najvećoj mjeri podređuje interesima čovjeka.

S obzirom na definirane razlike između pojmova prirode i okoliša te njihove zaštite, razlikuju se i počeci njihove formalno pravne zaštite. Zaštita prirodnih područja u formalno pravnom smislu, datira nešto ranije u odnosu na zaštitu okoliša. Prema zapisima koji su dostupni na UNESCO-voj mrežnoj stranici, Šumski rezervat Glavnog grebena Tobago (*Tobago Main Ridge Forest Reserve*) evidentiran je kao najstariji pravno zaštićeni šumski rezervat, osnovan 13. travnja 1776., za koji se ujedno smatra da je prekretnica u povijesti zaštite i očuvanja okoliša. Glavna odrednica u smislu njegove zaštite je fauna

kontinentalnog porijekla, s obzirom na to da je Tobago otok sa značajnim udjelom endemskih vrsta. Npr. 31% ptica koje se gnijezde na Tobagu su endemi.<sup>7</sup>

Za razliku od zaštite prirode, zaštita okoliša u pravnom smislu javlja se u drugoj polovici 20. stoljeća pod pritiskom brojnih protivnika na tada aktualnu ekonomsku razvojnu politiku, isključivo usmjerenu na ekonomski rast. Evolucija zaštite okoliša, odnosno tzv. politike zaštite okoliša najviše se razlikuje između razvijenih zemalja i zemalja u razvoju. Politika zaštite okoliša najranije se javlja na američkom i europskom tlu, a tek kasnije u ostalim dijelovima svijeta koji su nastojali pratiti ili su bili prisiljeni uključiti se u sustavnu brigu za okoliš, s obzirom na to da je bilo sve jasnije da su problemi okoliša globalna pitanja. Sjedinjene Američke Države 1960-ih godina uviđaju da je briga za okoliš neophodna za daljnji razvoj (Netherton, 1979) te početkom 1970-ih godina započinju pravnu borbu, donošenjem Zakona o nacionalnoj politici zaštite okoliša (Reitze Jr, 1989). S druge strane, počeci europske politike zaštite okoliša datiraju iz 1972. godine, kada su čelnici država ili vlada na sastanku Europskog vijeća u Parizu, nakon prve konferencije UN-a o okolišu u Stokholmu, izrazili potrebu za pokretanjem programa djelovanja politike zaštite okoliša na razini Zajednice koji prati gospodarski razvoj.<sup>8</sup>

Kada je riječ o definiranju samog zaštićenog područja, postoje brojna tumačenja sa stajališta znanosti, legislative i pojedinih normi. S obzirom na to da vodeću ulogu u segmentu zaštite prirode na globalnoj razini ima *International Union for Conservation of Nature*<sup>9</sup> (IUCN), njihovo tumačenje zaštićenog područja najšire je prihvaćeno. Prema IUCN-u, zaštićeno područje definira se kao „jasno definirano područje koje je priznato sa svrhom i kojim se upravlja s ciljem trajnog očuvanja cjelokupne prirode, usluga ekosustava koje ono osigurava te pripadajućih kulturnih vrijednosti, na zakonski ili drugi učinkoviti način” (Dudley et al., 2013:8). Definicija IUCN-a primijenjena je u Zakonu o zaštiti prirode RH (članak 9, NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19), prema kojem je zaštićeno područje "geografski jasno određen prostor koji je namijenjen zaštiti prirode i kojim se upravlja radi dugoročnog očuvanja prirode i pratećih usluga ekološkog sustava". Uvidom u dostupnu literaturu (Bingham et al., 2017; DeFries et al., 2007; Locke & Dearden, 2005; Philips, 2003) uočeno je da se u većini slučajeva koriste definicije IUCN-a ili se ostala tumačenja zaštićenog područja poklapaju s istom.

<sup>7</sup> UNESCO, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <https://whc.unesco.org/en/tentativelists/5646/> (14.4.2020.)

<sup>8</sup> Europski parlament (*European Parliament*), podaci su preuzeti sa službene web stranice: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/71/politika-zastite-okolisa-opca-nacela-i-osnovni-okvir> (16.4.2020.)

<sup>9</sup> Međunarodna unija za očuvanje prirode



### 3.1.2. Međunarodna kategorizacija zaštićenih područja

Globalna zaštita prirode provodi se putem različitih kategorija zaštićenih područja. Iako je politika globalne zaštite općeprihvaćena, kriteriji za osnivanje te sama terminologija i definiranje kategorija zaštićenih područja, od samih se početaka razlikuju između pojedinih zemalja. Zbog toga je IUCN u počecima svog djelovanja posebnu pažnju posvetio razjašnjavanju terminologije te uspostavljanju sustava klasifikacije zaštićenih područja. U tom smislu, IUCN je u više navrata donosio, izmjenjivao i dopunjavao sustav kategorizacije zaštićenih područja i to 1962., 1966., 1978., 1994., 2008. godine (Dudley et al., 2013). Kontinuiranim radom na uspostavljanju funkcionalnog sustava kategorizacije, IUCN je nastojao stvoriti okvir koji može pomoći pojedinim državama da razviju kategorije koje će odražavati njihove potrebe, a s druge strane omogućiti da se zaštićeno područje može prepoznati i kategorizirati prema ciljevima zbog kojih se njime zapravo i upravlja, bez obzira na nomenklaturu koja se koristi. Samim time, težnja je ujedno bila otkloniti nejasnoće i nedosljednosti, pri čemu bi IUCN s manje napora prikupljao i analizirao podatke o zaštićenim područjima na globalnoj razini (Dudley, 2008).

Prema posljednjoj, opće prihvaćenoj kategorizaciji zaštićenih područja IUCN-a, razlikuju se sljedećih sedam kategorija zaštite: *Strict nature reserve*, *Wilderness area*, *National park*, *Natural monument or feature*, *Species management area*, *Protected landscape* i *Protected area with sustainable use of natural resources* (Borrini-Feyerabend et al., 2013). Svaka od kategorija razlikuje se ili djelomično podudara s obzirom na ciljeve uspostavljanja te aktivnosti koje su dozvoljene, odnosno zabranjene u okviru zaštićenog područja (Slika 11.).

Kategorije zaštićenih područja prema IUCN-u primarno se oslanjaju na ciljeve koji se odnose na očuvanje vrsta, staništa, ekosustava i krajobrazne raznolikosti te procese koji povezuju navedene elemente. Očuvanje prirode kombinira se s ciljevima koji se tiču znanosti, posjećivanja i ciljeva povezanih s potrebama lokalne zajednice (Graham et al., 2003). Iako dijele široki raspon ciljeva očuvanja, kategorije se razlikuju po načinu upravljanja pri postizanju ciljeva (potpoglavlje 3.2.1.). Jednako tako, razlikuju se prema stupnju prirodnosti, odnosno stupnju promjena u okolišu (Dudley, 2008). U tom smislu, definiran je gradijent prirodnosti prema kojem su kategorije rangirane na skali od najprirodnijih do kategorija s najmanje prirodnih uvjeta, pri čemu je to prikazano na sljedeći način: Ia=Ib > II=III > IV=VI > V (Leroux et al., 2010). Ovakva gradacija, usko je povezana s mogućnostima korištenja, odnosno intenzitetom korištenja područja, pri čemu su kategorije Ia i Ib gotovo izolirane od utjecaja čovjeka. Dostupnost i korištenje preostalih kategorija raste, pri čemu je posljednja u nizu gradacije (V), najdostupnija u smislu mogućih zahvata čovjeka.

Slika 11. Definicije i primarni ciljevi kategorija zaštićenih područja IUCN-a

KATEGORIJA	DEFINICIJA I PRIMARNI CILJ	DOZVOLJENE I ZABRANJENE AKTIVNOSTI
Ia) Strogi rezervat prirode	Strogo zaštićena područja, izdvojena zbog zaštite biološke raznolikosti, geoloških i geomorfoloških vrijednosti, gdje su posjećivanje, korištenje prostora i utjecaji na prostor strogo kontrolirani i ograničeni, a mogu služiti za znanstvena istraživanja i praćenja. Primarni cilj je očuvati regionalne, nacionalne ili globalne izvanredne ekosustave, vrste i/ili georaznolikosti koje će se degradirati ili uništiti ako budu podvrgnuti čak i vrlo laganim ljudskim pritiscima.	Znanstveno istraživanje (uključivo i neophodno prikupljanje za postizanje znanstvenih ciljeva ako se isto ne može provesti drugdje). Vađenje za kontrolu invazivnih vrsta također je dopušteno u nekim područjima. Uklanjanje vrsta ili preinaka, vađenje ili prikupljanje resursa nije dopušteno (bilo koji oblik ribolova, berbe, bageriranja itd.). Sidrenje ne bi trebalo biti dopušteno (može oštetiti dno staništa), alternativa kod istraživanja mogu biti plutače za privez
Ib) Područje divljine	Obuhvaća neizmijenjena ili vrlo malo izmijenjena područja očuvane prirode, bez značajnijih i stalnih ljudskih naselja, a kojima se upravlja na način da se u potpunosti očuva njihovo izvorno stanje. Primarni cilj je zaštititi dugoročni ekološki integritet područja u kojima prevladavaju prirodne sile i procesi, tako da sadašnje i buduće generacije mogu ista iskusiti.	Kao i kod kategorije <b>Ia</b> , uz održivo korištenje od strane domorodaca u nekim okolnostima, radi očuvanja tradicionalnih, duhovnih i kulturnih vrijednosti istih, pod uvjetom da je sve u skladu s kulturnom tradicijom. Kao i kod kategorije Ia, uklanjanje vrsta ili preinaka, vađenje ili prikupljanje resursa nije dopušteno (bilo koji oblik ribolova, berbe, bageriranja itd.).
II) Nacionalni park	Zaštićeno područje predstavlja velika prirodna i poluprirodna izdvojena područja u cilju zaštite vrsta i cjelokupnih ekosustava i procesa koji se u njima odvijaju. Primarni cilj je zaštititi biološku raznolikost zajedno s njezinom temeljnom ekološkom strukturom, poticati procese u okolišu i promicati obrazovanje i rekreaciju.	Kao i kod kategorije <b>Ib</b> , dozvoljeno je posjećivanje, rekreacijske aktivnosti i turizam koji nisu eksploatacijski (npr. ronjenje, plivanje, vožnja čamcem itd.) te odobrena istraživanja. Prikupljanje živog ili neživog materijala nije dopušteno (bilo koji oblik ribolova i sl.), osim za odobrena istraživanja koja se ne mogu obavljati drugdje.
III) Spomenik prirode	Područja koja štite određenu prirodnu vrijednost (reljefni oblik, morska hrid, špilja, stabla visoke starosti i sl.). Područja su najčešće male površine, ali mogu imati veliki značaj kod posjećivanja. Primarni cilj je zaštititi posebne izvanredne prirodne značajke, biološku raznolikost i staništa.	Kao i kod kategorije <b>II</b> , dozvoljeno je posjećivanje, rekreacijske aktivnosti i turizam koji nisu eksploatacijski te odobrena istraživanja. Prikupljanje živog ili neživog materijala nije dopušteno, osim za odobrena istraživanja. Zabranjene su sve aktivnosti s lošim utjecajem (akvakultura, ispuštanje otpada itd.).
IV) Područje upravljanja staništem ili vrstom	Zaštićeno područje namijenjeno je zaštititi točno određene vrste ili staništa, a upravljanje je usmjereno prema tom cilju. Područja zaštićena u ovoj kategoriji često zahtijevaju provođenje upravljačkih aktivnosti usmjerenih očuvanju vrste ili održavanju staništa. Primarni cilj je održavati, očuvati i obnavljati vrste i staništa.	Za razliku od kategorija <b>Ia – III</b> , dopuštena su istraživanja, proizvodnja i obnavljanje. Održiv lokalni ribolov, mala akvakultura i radovi su dopušteni sve dok su u skladu s ciljevima područja. Industrijski ribolov, industrijska akvakultura, ispuštanje neobrađenog otpada, rudarstvo i stanovanje nisu dopušteni.
V) Zaštićeni kopneni / morski krajobraz	Zaštićena područja gdje je dugotrajna interakcija čovjeka i prirode proizvela ekološke, biološke, kulturne i estetske vrijednosti i gdje je održavanje tog odnosa nužno da bi se ove vrijednosti sačuvala. Primarni cilj je zaštititi i održati važne krajolike/morske pejzaže i s njima povezanog očuvanja prirode i drugih vrijednosti stvorenih interakcijom s ljudima kroz tradicionalne prakse upravljanja.	Dopuštene su lokalne zajednice koje žive u morskom pejzažu i održivo ga koriste, a dopuštene su i održive lokalne prakse ribolova ili male akvakulture. Ostale djelatnosti mogu biti dopuštene, s tim da iste ili s njima povezane aktivnosti ne uzrokuju štete na okolišu i na vrijednosti prostora. Industrijski ribolov, industrijska akvakultura, ispuštanje neobrađenog otpada i rudarstvo nisu dopušteni.
VI) Zaštićeno područje s održivim korištenjem prirodnih resursa	Zaštićeno područje namijenjeno je očuvanju ekosustava i staništa, pratećih kulturnih vrijednosti i tradicionalnih načina upravljanja prirodnim resursima. Područja su uglavnom velike površine, njihov veći dio nalazi se u prirodnom stanju, dok se dio koristi na održiv način. Primarni cilj je zaštititi prirodne ekosustave i održivo koristiti prirodne resurse, kada su očuvanje i održiva uporaba na obostranu korist.	Dopuštene su održive lokalne ribolovne prakse, mala akvakultura i održivo sakupljanje nekih vrsta (npr. prehrambene vrste, ukrasni koralji ili školjke). Ostale djelatnosti mogu biti dopuštene, s tim da iste ili s njima povezane aktivnosti ne uzrokuju štete na okolišu i na vrijednosti prostora. Industrijski ribolov, industrijska akvakultura, ispuštanje neobrađenog otpada, rudarstvo i stanovanje nisu dopušteni.

Izvor: prema Day et al. (2019), str. 9-10.

Iako je IUCN definirao okvir međunarodno prihvaćene kategorizacije zaštićenih područja, nacionalnim razinama dano je da samostalno odaberu formu zaštite s obzirom na procijenjenu ugroženost i vrijednost područja, pojedine vrste flore i faune ili pojedinog prirodnog fenomena. U svakom slučaju, tijekom procesa zaštite posebno se razmatra i ovisnost zajednice o području i resursima, pri čemu će zahtijevana dostupnost i njihovo održivo korištenje, primarno od strane lokalnog stanovništva, uvelike utjecati na odabir kategorije, metodiku zaštite i upravljanje. Dudley (2008) navodi da je donošenje odluke o izboru kategorije izazovan zadatak prilikom kojeg se treba voditi potrebama i hitnošću očuvanja biološke raznolikosti, mogućnostima pružanja usluga ekosustava, potrebama, željama i uvjerenjima ljudskih zajednica, obrascima vlasništva nad zemljištem, snagom upravljanja i razinama stanovništva. Također nadodaje da uspostavljene kategorije nisu fiksne i mogu se mijenjati ako se promijene uvjeti, pri čemu bi promjena trebala podlijegati postupcima koji su barem jednako rigorozni kao i kod uspostave prethodne kategorije zaštićenog područja. U nastavku se prikazuju inicijative koje podupiru zaštićena područja.

### 3.1.3. Inicijative za zaštitu prirodnih područja

Zaštićena područja koja odgovaraju nekoj od definiranih IUCN kategorija, zasigurno predstavljaju najveći doprinos globalnoj zaštiti prirode i bioraznolikosti. Danas zaštićena područja uživaju veliku potporu društva, od vodećih međunarodnih i međuvladinih organizacija (IUCN, UNEP, CBD, EEA<sup>10</sup>, PEMSEA<sup>11</sup>, WWF<sup>12</sup> i druge) do nacionalnih i nižih vlasti, kao i ostalih nevladinih organizacija na različitim razinama. Pored navedenih dionika, globalnoj zaštiti prirode značajno doprinose i UNESCO-ve oznake zaštićenih područja te pojedine globalne ili regionalne inicijative (npr. ekološka mreža zaštićenih područja Europske unije - Natura 2000). Specifičnost UNESCO oznaka ogleda se u činjenici da su gotovo sva takva područja prethodno već zaštićena prema nacionalnoj, odnosno IUCN kategorizaciji. Ovisno o naravi zaštićenog područja (kategorija, ciljevi i razina ugroženosti, predmet zaštite i slično), UNESCO je razvio brojne programe kojima podržava zaštitu i održivo korištenje zaštićenih područja diljem svijeta.

Dodjeljivanjem UNESCO oznake pojedinom zaštićenom području, nastoji se dodatno zaštititi i valorizirati prirodne lokalitete koji se zbog svoje značajne vrijednosti smatraju zajedničkim dobrima za čitavo

<sup>10</sup> *European Environment Agency* – Europska agencija za okoliš, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <https://www.eea.europa.eu/hr> (26.10.2020.)

<sup>11</sup> *Partnerships in Environmental Management for the Seas of East Asia* - Partnerstva u upravljanju okolišem za mora istočne Azije, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <http://www.pemsea.org/> (26.10.2020.)

<sup>12</sup> *World Wildlife Fund* - Svjetski fond za prirodu, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <https://wwf.panda.org/> (26.10.2020.)

čovječanstvo te imaju posebne statute.<sup>13</sup> Posebne statute zaštićenim područjima UNESCO dodjeljuje kroz nekoliko programa, pri čemu su pojedini poznatiji i popularniji iz perspektive zagovornika zaštite prirode, a drugi iz perspektive turističke potražnje (Tablica 10). U svakom slučaju, jedan od najčuvenijih programa je UNESCO-ov popis svjetske baštine. Pored navedenih UNESCO lista u tablici 10., postoje i brojni drugi programi i mreže kojima UNESCO podupire globalnu zaštitu prirode i okoliša, poput programa Čovjek i biosfera (MAB), Međunarodnog programa za geoznanost i geoparkove (IGGP), programa Ramsarska vlažna područja, Međuvladinog hidrološkog programa (IHP), Svjetskog programa procjene vode (WWAP) i drugih. Tako je npr. program MAB međuvladin znanstveni program koji ima za cilj uspostaviti znanstvenu osnovu za poboljšanje odnosa između ljudi i njihove okoline, a usmjeren je na područja koja su međunarodno priznata u okviru Svjetske mreže rezervata biosfere.

Tablica 10. Najpoznatije UNESCO liste zaštićenih područja

UNESCO liste	Opis oznake
<b>UNESCO Svjetska baština</b>	Oznaka za mjesta koja imaju izvanrednu univerzalnu vrijednost za čovječanstvo i kao takva uvrštena su na Popis svjetske baštine kako bi se zaštitila za buduće generacije.
<b>Rezervati biosfere</b>	Promoviraju rješenja koja usklađuju očuvanje biološke raznolikosti s njezinom održivom uporabom. Oni su tzv. mjesta za učenje za održivi razvoj u različitim kontekstima.
<b>UNESCO Globalni Geoparkovi</b>	Označavaju jedinstvena, objedinjena zemljopisna područja na kojima se lokalitetima i krajolicima od međunarodnog geološkog značaja upravlja interdisciplinarno (zaštita, obrazovanje i održivi razvoj).

Izvor: UNESCO, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/> (19.10.2020.)

Dok UNESCO globalno podržava zaštitu prirode i okoliša od sredine 20. stoljeća, porastom važnosti pitanja zaštite okoliša i prirode tijekom posljednjih desetljeća, u raznim se segmentima pojavljuje sve više inicijativa za zaštitu prirode. Najčešće je riječ o ekološkim mrežama koje su usmjerene na zaštitu pojedinih sastavnica prirode (najčešće biološku raznolikost) i/ili se temelje na geografskoj pripadnosti nekoj regiji, odnosno državi. Detaljniji pregled ekoloških mreža objavio je IUCN u publikaciji *The Development and Application of Ecological Networks* 2001. godine. U nastavku će se prikazati dio od ukupno 38 analiziranih ekoloških mreža koje su još uvijek aktualne i djeluju na području više zemalja (Tablica 11.).

<sup>13</sup> The Alpine Network of Protected Areas, podaci su preuzeti sa službene web stranice: <http://alparc.org/categories-of-apa> (26.10.2020.)

Tablica 11. Ekološke mreže za zaštitu prirode

Naziv	Djelovanje / odgovorna organizacija	Ciljevi
<b>Global 200 Programme</b>	Globalno/ World Wildlife Fund (WWF)	očuvanje vrsta, staništa te ekoloških i evolucijskih procesa
<b>Pan-European Ecological Network</b>	Europa i Azija/ UNEP i Council of Europe	očuvanje vrsta, staništa i ekoloških procesa te održivo korištenje resursa
<b>Western Hemisphere Shorebird Reserve Network</b>	Sjeverna i Južna Amerika/ Manomet Center for Conservation Sciences	očuvanje kritičnih staništa morskih ptica
<b>Natura 2000</b>	Europska Unija/ Europska Komisija	očuvanje staništa i vrsta faune i flore

Izvor: Bennett & Wit (2001)

Osim navedenih, diljem svijeta aktualne su brojne druge mreže i programi, koji također daju snažnu podršku zaštiti prirode, poput *East Asian-Australasian Flyway Partnership*, *Wetlands Internationals*, *Wildlife Conservation Society*, *European Green Belt Association* i sl. Mreža koja zasigurno broji najviše uključenih područja pod zaštitom je ekološka mreža EU, Natura 2000 koja je zasnovana na Direktivi o pticama i Direktivi o staništima, a kojom se upravlja u skladu s pravno obvezujućim odredbama navedenih EU direktiva (Sotirov, 2017; Sundseth & Creed, 2008). U samoj biti, mreža je usmjerena na očuvanje bioraznolikosti, odnosno zaštitu područja na kojem obitavaju prirodna staništa i divlje vrste (područja od značaja za zajednicu i posebna područja očuvanja) te ptice (područja posebne zaštite), a unutar koje su uvrštena brojna područja Republike Hrvatske (29,34 % od ukupne površine<sup>14</sup>).

Prema podacima Europske komisije, na području EU postoji približno 230 stanišnih tipova i 2000 vrsta koje su ugrožene, rijetke ili predstavljaju izvanredne primjere jedne ili više biogeografskih regija Europe, a prema kojima se određuju područja u okviru Natura 2000. Često se Natura 2000 područja poklapaju sa zaštićenim područjima unutar države članice EU (nacionalnim parkovima, parkovima prirode i ostalim). U tom slučaju, takvim se područjima može upravljati sukladno nacionalnoj regulativi, ako su njom predviđena stroža pravila nego što je to propisano odredbama u direktivama EU.<sup>15</sup> Natura 2000 najveća je međunarodna mreža zaštićenih područja (Kati et al., 2015; Sundseth, 2014; Evans, 2012) koja obuhvaća 18% teritorija EU s više od 27.000 područja država članica EU (Sundseth, 2020). U sljedećem potpoglavlju prikazat će se posebnosti upravljanja i turizma u zaštićenim područjima.

<sup>14</sup>MINGOR, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://mzoe.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug-4925/zastita-prirode/ekoloska-mreza-natura-2000/ekoloska-mreza-natura-2000-u-republici-hrvatskoj/1211> (27.10.2020.)

<sup>15</sup> Europska komisija (*European Commission*), podaci su preuzeti sa službene web stranice: [https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/faq\\_hr.htm#1-0](https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/faq_hr.htm#1-0) (28.10.2020.)

### 3.2. UPRAVLJANJE ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA I TURIZAM

Iako je briga za očuvanjem okoliša u početku bila u fokusu nekolicine zabrinutih pojedinaca i skupina, tijekom posljednja tri desetljeća postaje jedna od aktualnijih tema šire javnosti (Newsome et al., 2013). Pored brojnih faktora koji su pridonijeli popularizaciji tematike zaštite i očuvanja okoliša (onečišćenja iz prometa, industrije, energetike i drugih sektora, kao i posljedica poput klimatskih promjena, ozonskih rupa i sl.), turizam je zasigurno jedan od njih, jer njegov održivi razvoj primarno ovisi o tom istom okolišu. Veliku ulogu u popularizaciji zaštite i očuvanja prirode i okoliša imaju zaštićena područja, koja su pored zaštite prirodnih resursa, usmjerena na edukaciju posjetitelja o vrijednostima zdravog i očuvanog okoliša, turizam i rekreaciju (Oviedo-Garcia et al., 2019; Valdivieso et al., 2015).

Opće je poznato da se zaštićena područja primarno uspostavljaju radi očuvanja prirodnih vrijednosti Zemlje koje su osnova za zdrav i kvalitetan život čovjeka. Paralelno, nastoji se omogućiti pristup i koristi svim zainteresiranim dionicima putem turizma i rekreacije, primarno lokalnoj zajednici. Prema navodima Bushella & McCoola (2007), turizam pridonosi povećanju svjesnosti posjetitelja i lokalnog stanovništva o ekološkoj, kulturnoj, duhovnoj, estetskoj, rekreacijskoj i ekonomskoj vrijednosti zaštićenih područja.

Kako se rad organizacija, odnosno ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima većinom financira javnim novcem, zajednica sve više očekuje da su društveno ekonomske koristi veće od troškova uspostavljanja i upravljanja zaštićenim područjem (Jaković et al., 2018; Dharmaratne et al., 2000). Zbog toga odnos između turizma i zaštićenih područja traje od početka njihovog osnivanja, jer zaštićena područja trebaju turizam, a turizam zaštićena područja (Eagles et al., 2002). Ovakav stav potvrđuje da turizam može zadovoljiti kriterije zaštite i održivog korištenja, a s druge strane, generirati koristi svim uključenim dionicima. U tom smislu, turizam može osigurati i financijska sredstva za postizanje ciljeva organizacija koje upravljaju zaštićenim područjima (Leung et al., 2018; Bushell et al., 2007; Schepppard & Steiner 2007), poput ulaganja u zaštitu, unaprjeđenja infrastrukture za održivo turističko korištenje i sl.

Iako u počecima nije dominirao globalnim turističkim tržištem, tijekom posljednjih desetljeća turizam u zaštićenim područjima bilježi kontinuirani porast broja posjetitelja (Tverijonaite et al., 2018; Pickering et al., 2018; Buckley et al., 2017; Spenceley & Snyman, 2017; Whitelaw et al., 2014), s procjenom od oko osam milijardi posjeta godišnje na globalnoj razini (do Val Simardi Beraldo Souza et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017; Butzmann & Job, 2017; Balmford et al., 2015). Međutim, pored svih pozitivnih učinaka, turizam se može i negativno odraziti na okoliš i društvo (Newsome et al., 2013), stoga je učinkovito i pravedno upravljanje ključno za postizanje ciljeva zaštićenog područja unutar kategorije pod kojom je zaštićeno (zaštita i očuvanje prirodnih vrijednosti, održivi turizam i posjećivanje, distribucija koristi i sl.).

### 3.2.1. Održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima

Održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima predmet je interesa mnogih istraživača, s obzirom na to da takav razvoj turizma može biti koristan za zaštićeno područje, posjetitelje, lokalnu zajednicu i društvo općenito (Štrba et al., 2022). Glavna ideja održivog razvoja turizma u zaštićenim područjima je zaštita teritorijalne atraktivnosti i resursa ispravnim planiranjem i održivim strategijama koje usklađuju razvoj konkurentnih turističkih aktivnosti s očuvanjem prirodnih i kulturnih resursa (Buongiorno & Intini, 2021). Osnovni preduvjet održivosti turizma u zaštićenim područjima je njegov povoljan utjecaj na razvoj, očuvanje i zaštitu prirodnog okoliša, zajednica, vrsta ili procesa u kombinaciji s razvojem turističkih aktivnosti u obliku koji je koristan za lokalne zajednice. Predmet interesa je zaštićeno područje čija je kvaliteta i atraktivnost maksimalna uz dosljednu zaštitu. S druge strane, u slučaju eksploatacije ili prekomjernog korištenja od strane posjetitelja, dolazi do degradacije ili čak gubitka kvalitete (Štrba et al., 2022). Stoga se održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima može definirati kao skup aktivnosti kojima se pridonosi zaštiti osjetljivih područja u cilju poboljšanja resursa i vrijednosti područja, zadovoljstva turista i lokalne zajednice te usmjeravanja najvećeg dijela prihoda od turizma na upravljanje područjem. S obzirom na to da se radi o specifičnim turističkim destinacijama s izrazitom prirodnom i kulturnom baštinom, na održivi razvoj turizma najčešće utječu zaštita flore i faune, intenzitet korištenja područja, stopa popunjenosti, uloga lokalne zajednice, sociokulturni utjecaji, doprinos turizma lokalnom gospodarstvu, kontrola razvoja, gospodarenje otpadom itd. Očuvanje kulturnog identiteta i kulturnih praksi lokalnih zajednica također je cilj održivog turizma u zaštićenim područjima (Trišić et al., 2023).

U literaturi su jasno dokumentirani pozitivni, ali i negativni ekološki, ekonomski i društveni učinci turizma u zaštićenim područjima prirode (Buongiorno & Intini, 2021; Spenceley & Snyman, 2017; Newsome et al., 2013). Unatoč literaturi koja prepoznaje kako turizam u zaštićenim područjima pruža poslovne prilike i generira prihode, također su naznačeni brojni drugi pozitivni, ali i negativni učinci na okoliš i društveno-ekonomsku dimenziju područja u kojem se odvija, što sugerira da bi održivi turizam trebao kombinirati participativno i multidisciplinarno planiranje. Pojedini autori (García-Melon et al., 2012; Ballantyne et al., 2009; Cottrell & Vaske, 2006) sugeriraju da održivo upravljanje turizmom zahtijeva da lokalni dionici i turoperator rade zajedno na očuvanju zaštićenih područja (Buongiorno & Intini, 2021).

Održivi razvoj turizma uvijek mora poštivati okoliš i pozivati se na prihvaćena načela održivosti. Ponekad može biti teško kvantificirati ograničenja, ali ona su neophodna za održivi turizam (Štrba et al. 2022). Zbog toga je nužno definirati turističke aktivnosti koje će biti prihvatljive na razini svakog pojedinog područja, s obzirom na to da se zaštićena područja prirode čak i unutar iste kategorije razlikuju (stupanj



prirodnosti<sup>16</sup>, ugroženosti, otpornosti i sl.). U samoj biti, radi se o izrazito složenom zadatku koji zahtijeva kontrolu razvoja turizma, odnosno kontinuiranu prilagodbu poradi mogućih promjena unutar samog područja i njegovog okruženja, a sve s ciljem podržavanja održivog korištenja u turizmu. Leung et al. (2018) prikazuju široki spektar alata koji su na raspolaganju upraviteljima zaštićenih područja za postizanje održivog turizma, počevši od zoniranja (uključujući *Recreation Opportunity Spectrum* - ROS), definiranja prihvatnog kapaciteta (Salerno et al., 2013), granica prihvatljivih promjena (*Limits of Acceptable Change* – LAC) (McCool, 1994), primjene indikatora (Zhang et al., 2022) i standarda kvalitete (Bushell & Bricker, 2017), povećanja ponude turističkih mogućnosti, upravljanja posjetiteljima (Petrić & Mandić, 2014; Candrea & Ispas, 2009), reduciranja potražnje i/ili ograničavanja problematičnog turističkog korištenja, sve do primjene strategije cijena (Leung et al., 2018).

Neovisno o tome što je održivi turizam imperativ u turističkoj industriji, kod brojnih posebnih oblika turizma pravo je izbora. S druge strane, svi uključeni u razvoj i upravljanje turizmom u zaštićenim područjima trebaju težiti postizanju ciljeva održivog turizma.<sup>17</sup> U suprotnom, turizam koji ne ispunjava navedene ciljeve ne smije biti dopušten u zaštićenim područjima. Da bi turizam u zaštićenim područjima bio održiv, primarno mora pridonijeti dugoročnom očuvanju prirode i osigurati da očuvanje ne bude ugroženo uslijed neprimjerenog ili loše upravljano posjećivanja (Leung et al., 2018). Uočava se da je osnovna specifičnost turizma zaštićenih područja u odnosu na druge oblike i destinacije, činjenica da se odvija pod strožim pravilima koja proizlaze iz regulative zaštite prirode. Temeljem zakonskih i podzakonskih akata, uređuju se obveze i odgovornosti ustanova za upravljanje zaštićenim područjima, a koje obuhvaćaju mogućnosti i stupanj turističkog korištenja sukladno kategoriji zaštićenog područja (potpoglavlje 3.2.3.). Pored političko-pravnih pitanja, Eagles et al. (2002) uočavaju da i druga ekonomska i sociokulturna pitanja ograničavaju slobodu djelovanja zaštićenih područja u pogledu razvoja turizma.

Kako se turizam u zaštićenim područjima odvija pod utjecajem mnogih čimbenika koji su izvan područja djelovanja zaštićenih područja, uspješno koordiniranje turizmom i zaštitom na drugoj strani također ovisi o učinkovitom djelovanju drugih dionika. Na primjer, uvođenjem subvencija državna vlast može potaknuti primjenu održivih praksi u turizmu. Stoga, iako ustanove za upravljanje zaštićenim područjima moraju imati i imaju presudnu ulogu, jedino suradnjom sa širokim spektrom dionika, primarno s lokalnom zajednicom i turističkom industrijom, mogu osigurati da turizam u zaštićenim područjima bude

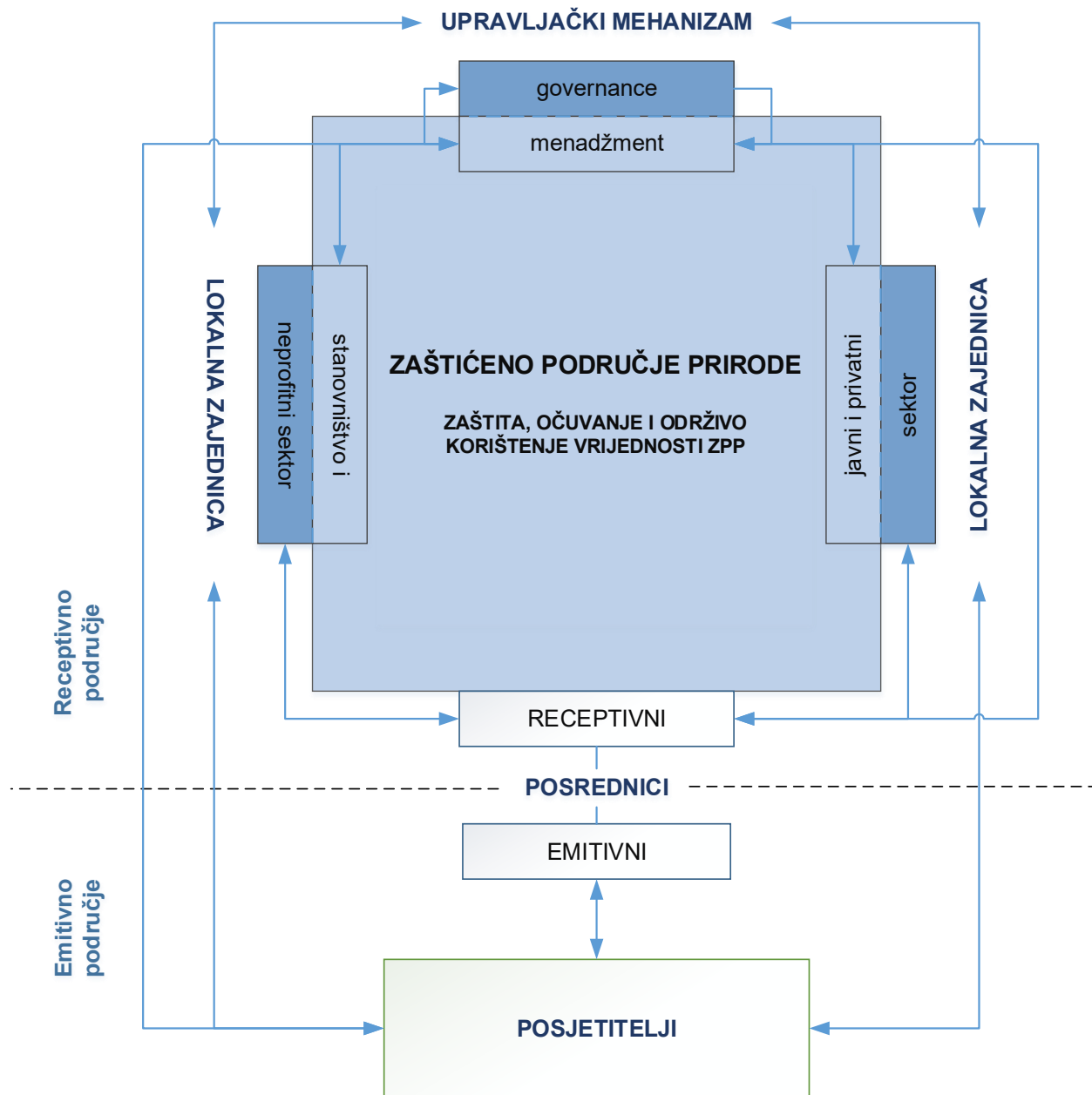
<sup>16</sup> Stupanj prirodnosti je pojašnjen u podpoglavlju 5.1.2. Detaljnije u Dudley, N. (2008), str. 24.

<sup>17</sup> Program održivog turizma zasnovan na 12 ciljeva, predstavlja okvir za razvoj politika održivog turizma koje mogu minimizirati negativne učinke turizma na društvo i okoliš te maksimizirati doprinos turizma lokalnim gospodarstvima, očuvanju prirodne i kulturne baštine, kao i kvaliteti života domaćina te doživljajima posjetitelja. Detaljnije u UNEP & UNWTO (2005), str. 18-19.



održiv i donosi koristi ljudima koji žive u njima ili u njihovoj blizini (Eagles et al., 2002). Bushell & McCool (2007) također ističu da su istinska suradnja s dionicima, uz dobru politiku, pažljivo planiranje i strateški menadžment, osnova za postizanje željenih učinaka, kako za postizanje ciljeva održivog turizma, tako i ciljeva zaštite. Na slici 12. prikazane su osnovne komponente koje određuju i utječu na održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima, a koje se sažeto razmatraju u okviru ovog poglavlja.

Slika 12. Osnovne komponente održivog turizma u zaštićenim područjima



Izvor: izrada autora

### 3.2.2. Upravljanje zaštićenim područjima

Globalna politika zaštite prirode bilježi značajan napredak u smislu globalnog udjela zaštićenih područja i poboljšanja globalnog prosjeka očuvanja prirodnih vrijednosti Zemlje, pri čemu se i dalje podupire osnivanje novih zaštićenih područja. Iako se udio zaštićenih područja kontinuirano povećava (porast od 42% od referentne 2010. godine<sup>18</sup>), gubitak biološke raznolikosti i dalje je u porastu (Geldman et al., 2019; IPBES [Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services], 2019; Feary et al., 2015; Borrini-Feyerabend & Hill, 2015), što pokazuje da samo osnivanje nije dovoljno da bi se zajamčilo učinkovito djelovanje u očuvanju biološke raznolikosti.

IUCN (IUCN-WCPA) i druge vodeće organizacije i inicijative koje zagovaraju zaštitu prirode (UNEP-WCMC, CBD, WWF i drugi) smatraju da je učinkovito i pravedno upravljanje ključno za postizanje ciljeva zaštićenog područja unutar kategorije pod kojom je zaštićeno (zaštita i očuvanje prirodnih vrijednosti, posjećivanje, distribucija koristi i sl.), kao i postizanje nacionalnih, regionalnih i globalnih ciljeva zaštite i očuvanja (primarno biološke raznolikosti). S obzirom na nedovoljno učinkovito upravljanje koje je i dalje prisutno (*Protected Planet Report 2020*<sup>19</sup>; Mandić & Petrić, 2021; Geldmann et al., 2019; UNEP-WCMC, IUCN i NGS, 2018), UN-ova CBD još je 2004. godine donijela Program rada na zaštićenim područjima, kako bi povećala učinkovitost upravljanja u cilju smanjenja stope gubitka biološke raznolikosti. Pored neadekvatnog upravljanja, donošenje Programa posljedica je neadekvatnog znanja i svijesti o ulozi i vrijednostima biološke raznolikosti, nedovoljne financijske održivosti, kao i doprinosa zaštićenih područja ciljevima CBD-a (UNEP/CBD/COP/DEC/VII/28, 2004). Dudley & Stolton (2018) posebno naglašavaju da je učinkovitost upravljanja i dalje ključni izazov, pogotovo u okolnostima kada financijska sredstva ne mogu pratiti dinamiku porasta broja zaštićenih područja, zbog čega IPBES [Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services] (2019) između ostalog i navodi da se većina Aichi ciljeva nije ostvarila.

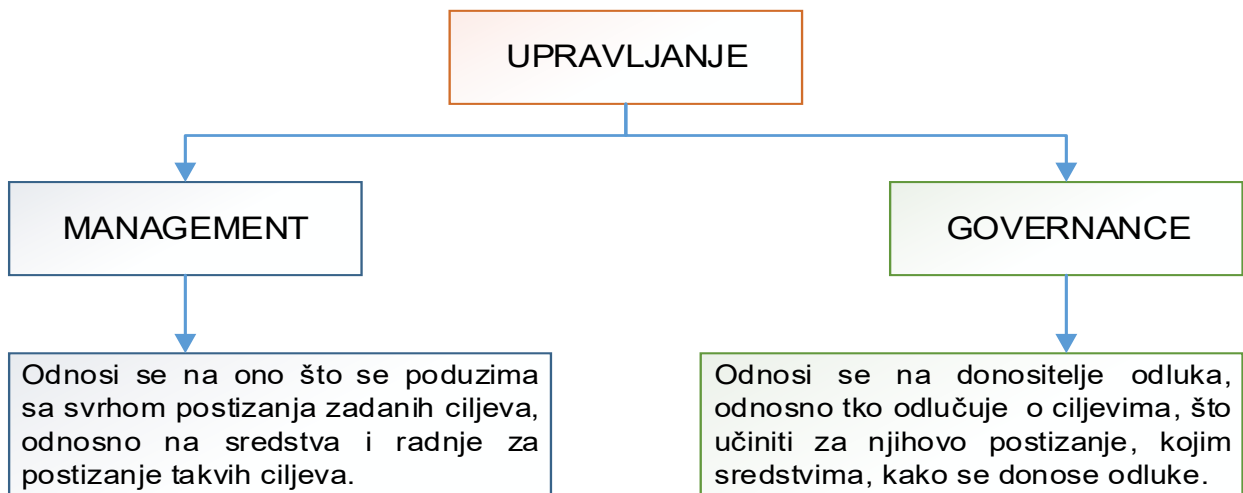
Graham et al. (2003) ističu da nadležna tijela, ne nužno samo državna, imaju na raspolaganju različite oblike ovlasti, odnosno mehanizme upravljanja za postizanje ciljeva na razini pojedine kategorije zaštićenog područja, od planiranja, regulative i mehanizama koji utječu na potrošnju i stvaranje prihoda, do ovlasti sklapanja sporazuma. Neovisno o primijenjenom mehanizmu, globalna praksa upravljanja zaštićenim područjima te praćenja učinkovitosti u očuvanju prirode pokazala je da su načela

<sup>18</sup> UN Environment Programme, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/world-met-target-protected-area-coverage-land-quality-must-improve>

<sup>19</sup> UNEP-WCMC i IUCN, *Protected Planet Report 2020*, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://livereport.protectedplanet.net/chapter-1> (14.7.2021.)

prilagodljivog i participativnog upravljanja od presudne važnosti za postizanje ciljeva zaštićenih područja (MZOIE [Ministarstvo zaštite okoliša i energetike] & HAOP [Hrvatska agencija za okoliš i prirodu], 2018]). Kao i kod kategorizacije zaštićenih područja, IUCN je preuzeo važnu ulogu pri definiranju smjernica upravljanja zaštićenim područjima, izdavanjem i podržavanjem brojnih publikacija (Worboys et al., 2015; Lockwood et al., 2006; Thomas & Middleton, 2003; Worboys et al., 2001; Mackinnon et al., 1986). Kod upravljanja zaštićenim područjima, IUCN razlikuje dva osnovna pojma, odnosno načina (*engl. management i governance*), koji imaju različite uloge u procesu upravljanja (Slika 13.).

Slika 13. Osnovne razlike između funkcija *management* i *governance*



Izvor: prema Borrini-Feyerabend et al. (2013), str. 11.

### 3.2.2.1. Governance zaštićenih područja

Suštinske razlike između funkcija *management* i *governance* prikazane su na slici 13. Generalno, *governance* je izvedenica od engleske riječi *government* koja se odnosi na izvršnu vlast, a koja se dugo poistovjećivala s pristupom *top-down* (odozgor prema dolje). Graham et al. (2003:2-3) *governance* definiraju kao „interakciju među strukturama, procesima i tradicijama koje određuju kako se moć i odgovornosti provode, kako se donose odluke te kako građani i drugi dionici mogu izraziti svoje mišljenje“, a koja je jedna od korištenijih u literaturi zaštićenih područja (Kisingo et al., 2016; Borrini-Feyerabend et al., 2015; Lockwood et al., 2010; Dearden et al., 2005). U kontekstu zaštićenih područja, upravljanje je uglavnom bilo u nadležnosti nacionalnih vlada preko nadležnog ministarstva ili neke druge javne organizacije.

S obzirom na veličinu, složenost i globalne promjene s kojima se sustavi zaštićenih područja suočavaju u 21. stoljeću, uključujući imovinsko-pravna pitanja, pravo sudjelovanja, sve veći broj područja koja se prostiru na više država i ostale izazove, bilo je očito da nacionalne vlade ne mogu samostalno osigurati postizanje svih ciljeva zaštite. Kako bi poboljšale svoju poziciju u kontekstu globalnog doprinosa zaštiti područja i učinkovitim očuvanju biološke raznolikosti, nacionalne vlade postaju svjesnije potencijala drugih tipova *governancea* koje počinju priznavati, pružajući im odgovarajuću podršku i razne oblike suradnje (Borrini-Feyerabend, 2003). Ovakav pristup djelovao je poticajno na primjenu novih oblika upravljanja vođenih *bottom-up* pristupom i načelom participatornog upravljanja.

Sustavi i/ili modeli upravljanja (*governance regimes* i/ili *governance models*) zaštićenim područjima poprilično se razlikuju u svijetu. Detaljniji pregled pojavni varijanti koje se koriste za pružanje usluga parkova, rekreacije i turizma daje Eagles (2008), uz prikaz sedam najčešće zastupljenih od ukupno 36 identificiranih kombinacija *governancea*. IUCN i CBD oslanjaju se na tipologiju Grahama et al. (2003) koji su definirali četiri osnovna načina, odnosno tipa upravljanja (Tablica 12.). Tipologija je zasnovana na ovlastima i odgovornostima pojedine skupine aktera kod donošenja glavnih odluka upravljanja (*management*) koje utječu na zaštićeno područje (Borrini-Feyerabend et al., 2013). Svaki od navedenih tipova primjenjiv je kod upravljanja bilo kojom IUCN kategorijom zaštićenog područja.

Tablica 12. Četiri osnovna načina *governancea* zaštićenim područjima

Tip upravljanja	Varijante upravljanja	Obilježje
<b>Javno upravljanje (Vlada)</b>	Nadležno ministarstvo ili nadležna agencija	Državno tijelo (poput Ministarstva ili Agencije) ima ovlasti i odgovornost, utvrđuje ciljeve očuvanja te razvija i provodi plan upravljanja. Niže rangirana tijela također mogu biti nadležna, pri čemu vlada može zadržati kontrolu nad područjem (odlučuje o ciljevima upravljanja tim područjem, ali zadaće planiranja i/ili svakodnevnog upravljanja delegira parastatalnoj, nevladinoj ili privatnoj organizaciji ili zajednici). Može postojati i zakonska obveza informiranja ili savjetovanja s dionicima prije postavljanja zaštićenih područja i donošenja ili prije provođenja upravljačkih odluka.
	Vladino upravljanje (npr. Putem nevladine organizacije – javne ustanove)	
<b>Zajedničko/diferencirano upravljanje</b>	Prekogranično upravljanje	Ovlasti i odgovornost za donošenje odluka najčešće snosi jedna agencija koja je prema zakonu ili politici dužna informirati ili konzultirati druge dionike. Kod ovakvog modela upravljanja, različiti su akteri zastupljeni u upravljačkom tijelu, pri čemu se izrada
	Suradničko upravljanje	

	Zajedničko upravljanje	tehničkih prijedloga upravljanja područjem može dodijeliti tijelima s više dionika, a koji se dostavljaju upravljačkom tijelu na odobrenje.
<b>Privatno upravljanje</b>	Područja koja su proglasili i kojima upravljaju zemljoposjednici.	Ovlasti za upravljanje zaštićenim zemljištem i resursima imaju vlasnici zemljišta, koji određuju cilj očuvanja, razvijaju i provode planove upravljanja te su odgovorni za donošenje odluka u skladu sa regulativama. Privatno upravljanje može biti profitnog i neprofitnog karaktera. Tipični primjeri su područja koja su nevladine organizacije stekle izričito radi očuvanja ili pojedinačni vlasnici zemljišta koji se bave zaštitom poradi održavanja estetskih i ekoloških vrijednosti područja. Ovakvu vrstu upravljanja često podržavaju razni poticaji, smanjenje nameta i poreza, kao i prihodi od ekoturizma ili lova.
	Privatno upravljanje putem nevladinih organizacija	
	Privatno upravljanje od strane profitnih organizacija	
<b>Upravljanje od autohtonog stanovništva i lokalne zajednice</b>	Područja koja su osnovali i vode ih autohtoni narodi	Ovlasti i odgovornost upravljanja snose autohtoni narodi i/ili lokalne zajednice putem različitih uobičajenih, neformalnih ili formalnih institucija i pravila. Različiti autohtoni narodi ili zajednice mogu biti odgovorni za isto područje u različito vrijeme ili za različite resurse unutar istog područja. Uobičajena pravila, kao i organizacije autohtonih naroda i/ili lokalne zajednice koje upravljaju prirodnim resursima često nemaju zakonsko priznanje niti sankcionirajuću moć, dok su u drugim slučajevima legitimno nadležni za zaštićena područja ili imaju vlasništvo nad zemljištem, vodom ili resursima.
	Područja koja je proglasila i kojima upravlja lokalna zajednica	

Izvor: prema Dudley (2008), str. 26.- 27.

Prema podacima za 2018. godinu, u okviru Svjetske baze podataka o zaštićenim područjima (WDPA) registrirani su svi tipovi upravljanja, pri čemu se zastupljenost pojedinih tipova značajno razlikuje po regijama. Ako se isključe područja koja nisu registrirana ni pod jednim tipom, na globalnoj je razini očita dominantnost zaštićenih područja kojima upravljaju vladine agencije, odnosno javne ustanove (82%), što je prisutno i na razini svake pojedine regije (UNEP-WCMC, IUCN & NGS, 2018). Model javnog, odnosno vladinog upravljanja najzastupljeniji je u Europi (približno 92%), dok je zajedničko upravljanje najzastupljenije u Sjevernoj Americi s udjelom od približno 10%, u kojoj je najzastupljenije i privatno upravljanje (22%). Upravljanje autohtonim narodima i lokalnim zajednicama najzastupljenije je u Južnoj Americi s udjelom od približno 7% (UNEP-WCMC, 2018).

Raspoloživost brojnih načina *governancea* zasigurno pridonosi učinkovitijem upravljanju na razini nacionalnog, odnosno globalnog sustava zaštićenih područja, ali zauzvrat svaki od njih treba različitu

podršku upravljanja. Organizacije i lokalne zajednice trebale bi biti prilagodljive i sposobne reagirati na promjene, a upravljačka tijela zaštićenih područja trebaju imati slobodu upravljanja u okviru utvrđenih zakonskih, korporativnih i planskih okvira. Na primjer, nametanje direktiva iz centraliziranih baza moći koje onemogućavaju menadžere da upravljaju i na drugi način štite prirodu, loša je praksa upravljanja i prijetnja očuvanju prirode (Worboys et al., 2015).

Kako se odnosi između društva i zaštićenih područja kontinuirano mijenjaju uslijed određenih promjena u društvu, paralelno se mijenjaju i funkcije, odnosno usluge koje se zahtijevaju od zaštićenih područja. Takve okolnosti dovode do opadanja zastupljenosti javnog, odnosno vladinog upravljanja, jer samostalno ne mogu odgovoriti na novonastale izazove. Iako je osjetno povećanje zastupljenosti preostalih načina upravljanja, pitanja moći su i dalje u domeni javnog menadžmenta. Kao jedno od rješenja prikazane situacije spominje se policentrični pristup koji može biti funkcionalan unutar različitih interesnih skupina i dionika. Jednako tako, takav pristup nadilazi pitanja upravljanja parkom koja proizlaze iz teza „ljudi nasuprot biološkoj raznolikosti“ ili „odozgo prema dolje nasuprot odozdo prema gore“. Policentrizam vodi prema složenijem, promišljenijem i reaktivnijem dijalogu o ulozi zaštićenih područja u održivosti prirodnih i ljudskih sustava u uvjetima tzv. neurednih okolišnih i političkih promjena (Clark et al., 2008). S druge strane, Lockwood (2010) ističe da je kod takvih pristupa, koji su dinamični, složeni i policentrični, upitna prikladnost, kvaliteta i djelotvornost *governancea* zaštićenih područja. Poradi toga, uspostavljanje i održavanje modela *good governance* kroz različite aranžmane vlasništva i odgovornosti preduvjet za učinkovito upravljanje te osiguravanje političke potpore i potpore zajednice zaštićenim područjima (Lockwood, 2010).

Kvaliteta *governancea*, odnosno *good governancea* zaštićenih područja može se promatrati kao sustav *governancea* koji odgovara načelima i vrijednostima koje su građani i država slobodno odabrali i ugradili u Ustav i zakon o prirodnim resursima, te u zakone i politike zaštićenih područja i/ili kulturne prakse i druge zakone (Dudley, 2008). Brojni su autori pisali o ulozi i važnosti *good governancea* kod zaštićenih područja, navodeći načela na kojima se treba zasnivati *good governance*, i to kao svojevrsne smjernice za učinkovitije upravljanje zaštićenim područjima (Pomeranz & Stedman, 2020; Kisingo et al., 2016; Borrini-Feyerabend et al., 2013; Lockwood et al., 2010; Graham et al., 2003). Iako se u literaturi nailazi na određena odstupanja u kontekstu prikazivanja i definiranja načela *good governancea*, najčešće je korišten set (okvir) s pet ključnih načela (Tablica 13.), podržan i od strane IUCN-a.

Tablica 13. IUCN načela *good governancea* zaštićenih područja

Načelo	Mjere i aktivnosti primjene
<b>Legitimitet i glas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uspostavljanje i održavanje institucija upravljanja koje uživaju široko prihvaćanje i uvažavanje u društvu te osiguravanje odgovarajućih i dovoljnih informacija svim nositeljima prava i zainteresiranim dionicima da mogu biti zastupljeni i da imaju pravo glasa u savjetovanju i/ili donošenju odluka</li> <li>• dodjeljivanje upravljačkih ovlasti i odgovornosti sposobnim institucijama najbližim prirodnim resursima, što je više moguće</li> <li>• pružanje posebne potpore ranjivim skupinama (autohtoni narodi, žene i mladi) te sprječavanje diskriminacija na temelju etničke pripadnosti, spola, društvene klase, financijskog statusa itd.</li> <li>• održavanje aktivnog dijaloga i traženje konsenzusa o rješenjima koja barem djelomično zadovoljavaju interese svih te poštivanje dogovorenih pravila i to ne samo zbog straha od represije i kazni</li> </ul>
<b>Usmjerenje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• razvijanje i djelovanje prema dugoročno perspektivnoj strateškoj viziji i ciljevima očuvanja, utemeljenim na dogovorenim vrijednostima i uvažavanju jedinstvene ekološke, društvene i kulturne složenosti svakog pojedinog zaštićenog područja</li> <li>• osiguravanje <i>governancea</i> i menadžmenta zaštićenim područjima u skladu s dogovorenim vrijednostima, a koji trebaju biti kompatibilni i dobro usklađeni s planovima i politikama drugih razina i sektora šireg obuhvata područja, poštujući nacionalne i međunarodne obveze (uključujući CBD PoWPA)</li> <li>• pružanje jasnih smjernica politike za glavna pitanja od interesa za zaštićeno područje, a posebno za sporna pitanja (npr. prioritete očuvanja, odnosi s komercijalnim interesima) i osiguravanje da su one u skladu s proračunskim izdvajanjima i načinom upravljanja</li> <li>• ocjenjivanje i usmjeravanje napretka na temelju redovitog praćenja rezultata i svjesnog prilagodljivog pristupa upravljanja te poticanje novih ideja i pažljivo promicanje testiranja inovacija, uključujući inovacije u području <i>governancea</i> i upravljanja</li> </ul>
<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• postizanje očuvanja i drugih ciljeva kako je planirano i praćeno, uključujući stalnu ocjenu učinkovitosti upravljanja te promicanje kulture učenja u okviru politike i <i>governancea</i> zaštićenim područjima na temelju mehanizama i partnerstva koji promiču kontinuirano suradničko učenje i međusobnu razmjenu iskustava</li> <li>• pružanje pravodobnog odgovora dionicima na upite i razumne zahtjeve za promjenama u upravljanja zaštićenim područjima</li> <li>• osiguravanje i učinkovito korištenje kapaciteta osoblja zaštićenih područja i zainteresiranih dionika za preuzimanje svojih odgovornosti i uloga u upravljanju, kada za to nastane potreba</li> </ul>

- učinkovito korištenje financijskih sredstava i promicanje financijske održivosti, kao i promicanje društvene održivosti i otpornosti, odnosno sposobnosti upravljanja rizicima, prevladavanja neizbježnih kriza, osnaženog povratka iz krize i sl.

**Odgovornost**

- osiguravanje transparentnosti i pravovremeno informiranje dionika o važnim pitanjima o kojima se odlučuje, kako mogu sudjelovati u procesima i koje su institucije odgovorne
- osiguravanje jasne i primjerene podjele uloga za zaštićena područja, kao i linije odgovornosti i izvješćivanja
- osiguravanje pravilnog usmjeravanja financijskih i ljudskih resursa u skladu s navedenim ciljevima i planovima zaštićenih područja
- vrednovanje rada zaštićenog područja, njegovih donositelja odluka i osoblja te povezivanje kvalitete rezultata s konkretnim i odgovarajućim nagradama i sankcijama
- uspostavljanje komunikacijskih medija za javnu objavu zapisa i izvješća o radu zaštićenih područja te osiguravanje pristupa neovisnim javnim institucijama (npr. revizorska agencija) za nadzor rada osoblja i tijela koja upravljaju zaštićenim područjima

**Pravednost i prava**

- osiguravanje pravedne podjele troškova i koristi od uspostavljanja i upravljanja te pravednosti u donošenju svih relevantnih odluka
- osigurati da zaštićena područja ne utječu na život ugroženih ljudi, da ne stvaraju ili pogoršavaju siromaštvo i negativno utječu na migracije, da troškovi zaštićenih područja, posebno kada ih snose ranjivi ljudi, ne idu bez odgovarajuće naknade te da se očuvanje poduzima dostojanstveno, bez ponižavanja ili ozljeđivanja ljudi
- pošteno postupanje s osobljem zaštićenih područja i zaposlenicima na određeno vrijeme, kao i provođenje zakona i propisa na nepristrane načine, bez diskriminacije i s pravom žalbe
- poduzimanje konkretnih koraka za poštivanje materijalnih prava na zemljište, vodu i prirodne resurse koji se odnose na zaštićena područja te za ispravljanje ranijih kršenja tih prava
- poštivanje ljudskih prava (pojedinačna, kolektivna i autohtonih naroda), ravnopravnost spolova te osiguranje strogog slobodnog, prethodnog i informiranog pristanka autohtonih naroda za bilo kakvo predloženo preseljenje u vezi sa zaštićenim područjima

Izvor: prema Borrini-Feyerabend (2013), str 59.-60.

Istaknuta načela *good governancea* potiču nadležne ljude i institucije da paralelno i jednakim intenzitetom vode brigu o učinkovitom (vizija, izvedba, odgovornost) i pravednom (pravednost, poštivanje proceduralnih i značajnih prava) upravljanju zaštićenim područjima. S obzirom na to da su nacionalne vlade odgovorne za cjelokupni sustav zaštićenih područja unutar države, također su primarno odgovorne za kvalitetu *governancea* i učinkovitost upravljanja zaštićenim područjima. U prvom redu,



trebaju osigurati financijsku i kadrovsku podršku, stabilnu i pravičnu regulativu, a jednako tako i prostor za djelovanje civilnog i privatnog sektora u smislu organiziranja i preuzimanja autonomnih ili suradničkih uloga (Borrini-Feyerabend & Hill, 2015). Uzimajući u obzir prethodno istaknuta razmatranja, zaključuje se da *governance* stvara okvir te u značajnoj mjeri utječe na djelovanje menadžmenta. Djelovanje u skladu s prikazanim načelima *good governancea* preduvjet je dugoročnoj opstojnosti i održivosti sustava i samih zaštićenih područja te postizanja vizije i misije istih, uključujući i njihovo održivo korištenje. U nastavku doktorskog rada sažeto se prikazuje područje menadžmenta zaštićenih područja.

### 3.2.2.2. Menadžment zaštićenih područja

Upravljanje zaštićenim područjima primarno slijedi osnovu svrhu uspostavljanja istih, odnosno očuvanje i obnavljanje prirode (biološke, geološke i krajobrazne raznolikosti) te održavanje otpornosti ekosustava. Međutim, zaštićena područja uz očuvanje, pružaju mnoštvo dobara i usluga, kako zajednicama koje izravno ovise o njima, tako i urbanim aglomeracijama. Očuvani ekosustavi primarno osiguravaju čisti zrak, pitku vodu, hranu, plodno tlo, regulaciju klime te niz mogućnosti za rekreaciju i turizam (Auhagen et al., 2021).

Jednako tako, oslanjanjem na trodimenzionalni koncept održivosti, zaštićenim područjima povjeren je veliki broj društvenih i ekonomskih uloga, od znanstvenih istraživanja, jačanja ekološke edukacije i svijesti, podržavanja duhovnog i kognitivnog razvoja te očuvanja tradicijskih kultura i običaja, do utjecaja na zapošljavanje, stvaranje prihoda i gospodarski razvoj i drugo (Rodriguez-Rodriguez, 2012). U novije vrijeme, posebno je naglašena njihova uloga u ublažavanju i prilagodbi klimatskim promjenama, s obzirom na njihovu sposobnost pohranjivanja i sekvenciranja značajne količine ugljika, a s druge strane, zaštite, osiguravanja i održavanja osnovnih usluga ekosustava (vodoopskrba, ribarstvo, produktivnost poljoprivrede i sl.) u uvjetima sveprisutnih klimatskih promjena (MacKinnon et al., 2011; Dudley et al., 2010).

Sagledavajući značajnu ulogu zaštićenih područja u održavanju života i razvoju društva na Zemlji, Auhagen et al. (2021) naglašavaju da se tijekom posljednjih nekoliko desetljeća povećao broj njihovih osnovnih ciljeva, koji pored očuvanja biološke raznolikosti, obuhvaćaju održivi razvoj turizma, osiguravanje dobrobiti zajednici i doprinos društvenim ciljevima te pružanje usluga ekosustava. Ovakva lepeza ciljeva, zasigurno pridonosi porastu složenosti upravljanja zaštićenim područjima.

Uočava se da se menadžment zaštićenih područja treba nositi sa stalnim izazovima koji proizlaze iz djelomično suprotstavljenih društvenih područja i interesa te je kao takav izuzetno zahtjevna aktivnost, s

obzirom na nužnost kontinuiranog održavanja ravnoteže između zaštite i očuvanja prirodnih i kulturnih vrijednosti (ekološko-društvena funkcija), a s druge strane, održivog korištenja istog područja (društveno-ekonomska funkcija). Prato & Fagre (2020) ističu da složenost upravljanja zaštićenim područjima proizlazi iz višestrukih, donekle nespojivih ciljeva upravljanja, odnosno onih koji se do određene mjere međusobno sukobljavaju, npr. zaštita resursa nasuprot zadovoljstva posjetitelja.

Iako se ciljevi upravljanja do određene mjere razlikuju među kategorijama zaštićenih područja (Slika 11.), sve bi kategorije trebale imati pravilno osmišljen proces plana upravljanja kako bi se osiguralo postizanje optimalnih rezultata (Thomas & Middleton, 2003). Nerijetka je praksa da jedna skupina dionika isključivo podržava ciljeve zaštite prirodnih i kulturnih resursa, dok druga skupina dionika primarno zagovara ciljeve koji su podređeni interesima posjetitelja i lokalne ekonomije. Također, mnoga zaštićena područja suočavaju se s nedostatnim financijskim i ljudskim resursima, što otežava razvoj i učinkovitu provedbu definiranih planova upravljanja (Prato & Fagre, 2014).

Menadžment zaštićenih područja odnosi se na svakodnevne aktivnosti koje se odvijaju prema odredbama upravnog tijela, što ukazuje na svojevrsnu podložnost menadžmenta *governanceu* (UNEP-WCMC, 2018). Valdivieso et al. (2015) koriste se tezom da je upravljanje zaštićenim područjima skup, odnosno kombinacija aktivnosti političkog, pravnog, administrativnog, istraživačkog, planskog, koordinacijskog, interpretacijskog i obrazovnog karaktera koje će osigurati dugoročno održivo korištenje i opstojnost zaštićenog područja u smislu očuvanja i njegovanja svih vrijednosti poradi kojih nosi status zaštićenog područja.

Kako bi pojasnili sveobuhvatnost menadžmenta zaštićenih područja, Worboys & Trzyna (2015) koriste se definicijom menadžmenta skupine autora (Hitt et al., 2011:4), prema kojoj je menadžment „postupak okupljanja i korištenja skupova resursa na ciljno usmjeren način za izvršavanje zadataka u organizaciji“. Svaki pojedini fragment definicije (ključne riječi i fraze) primijenili su u kontekstu upravljanja zaštićenim područjem (Tablica 14.). Worboys & Trzyna (2015) zaključuju da se menadžment, odnosno proces upravljanja zaštićenim područjima, treba oslanjati na četiri temeljne funkcije upravljanja, od planiranja, organiziranja i provedbe do praćenja i vrednovanja rezultata i postignuća.

Tablica 14. Menadžment u kontekstu zaštićenih područja

Fragment definicije	Značenje u kontekstu upravljanja zaštićenim područjem
<b>Postupak</b>	Poduzimanje četiri funkcije upravljanja (planiranje, organiziranje, vođenje/ provođenje i kontroliranje/ vrednovanje) te s njima povezane aktivnosti.
<b>Okupljanje i korištenje resursa</b>	Okupljanje i korištenje resursa za potrebe upravljanja predvođeno je nadležnom organizacijom zaštićenog područja. Resursi uključuju ljude, njihove kompetencije, vještine i iskustva iz života, zatim financijska sredstva, postrojenja i opremu te kvalitetne i relevantne informacije iz brojnih izvora.
<b>Ciljano usmjeren način</b>	Postojanje jasnog smjera od strane organizacije zaštićenog područja. Aktivnost kojom se upravlja ima svrhu i smjer unutar konteksta strateškog upravljanja s ciljem postizanja određene razine željenih rezultata.
<b>Izvršavanje zadataka u organizaciji</b>	Ovisno o organizaciji, odnosno tipu i varijanti upravljanja zaštićenim područjem, razlikovat će se i stupanj formalnosti pojedinih postupaka i procedura upravljanja. Upravljanje se odvija strukturirano i koordinirano preko ljudi na različitim funkcijama unutar organizacije zaštićenog područja, kako bi se postigli unaprijed definirani zajednički ciljevi.

Izvor: prema Worboys & Trzyna, T (2015), str. 210.

U suštini, menadžment zaštićenih područja zasniva se na planu upravljanja putem kojeg se dokumentiraju donesene odluke i pristup upravljanju te smjernice za buduće upravljanje. Plan upravljanja treba sadržavati informacije o tome što menadžment treba postići i obrazloženje donesenih upravljačkih odluka. U okviru samog dokumenta identificirane su ključne prirodne i društvene vrijednosti zaštićenog područja, ciljevi upravljanja i mjere koje treba provesti za postizanje definiranih ciljeva. Plan upravljanja glavni je dokument iz kojeg proizlaze drugi planovi (plan upravljanja posjetiteljima, poslovni plan, zoniranje i sl.) te kao takav ima prednost u spornim situacijama (kada podređeni planovi nalažu suprotno od plana upravljanja). U svakom slučaju, planovi upravljanja trebaju biti dovoljno fleksibilni, ostavljajući prostor za nepredviđene događaje (unutar i izvan zaštićenog područja), koji bi se mogli pojaviti tijekom razdoblja za koje je donesen (Thomas & Middleton, 2003).

Iako su opći, globalni ciljevi proglašavanja, uspostavljanja i upravljanja zaštićenim područjima jedinstveni (zaštita i očuvanje uz održivo korištenje gdje je dopušteno), upravljanje pojedinačnim zaštićenim područjima ne funkcionira po modelu *one fits all*. Istaknutu činjenicu potvrđuju brojne publikacije IUCN-a i pojedinih autora na tematiku menadžmenta zaštićenih područja, koje daju opće, ali i specifične smjernice namijenjene upravljanju određenim segmentom zaštićenih područja (kopnena, morska,

geografski ili kategorijom određena područja i sl.). Brojne su okolnosti koje obilježavaju, odnosno utječu na način upravljanja zaštićenim područjima, od političkih, pravnih, društveno ekonomskih i drugih okvira, ciljeva i interesa na nacionalnoj razini, uključujući i tip *governancea*, do same kategorije i pojedinačnih obilježja zaštićenog područja.

Worboys (2015) ističe da je za učinkovito upravljanje i održivost zaštićenih područja potrebno adekvatno znanje za očuvanje biološke raznolikosti, dobro planiranje, poslovno upravljanje i procjena učinkovitosti upravljanja, kao i optimalno korištenje resursa te razumijevanje potreba i ponašanja posjetitelja. Međutim, neadekvatno upravljanje povezano s lošim praćenjem ishoda dovest će do onoga što se kritički naziva „park na papiru“ (Mandić, 2021; Hummel et al., 2019; Moore et al., 2015). Neodlučni ili nesposobni odgovori uprave, ili još gore, nerad, mogu dovesti do pretjeranog iskorištavanja i propadanja zaštićenog područja. Stoga je u 21. stoljeću potrebno snažno vodstvo i učinkovito upravljanje zaštićenim područjem potpomognuto najboljom stručnošću, iskustvom i dostupnim alatima za upravljanje (Worboys & Trzyna, 2015).

U literaturi se sve više naglasak stavlja na učinkovitom, uključivom, prilagodljivom i pravednom upravljanju. Iako je globalno ostvaren značajan napredak u pogledu fizičkog obuhvata ukupne površine, znanstveno-stručna zajednica suglasna je oko potrebe učinkovitijeg i pravednijeg upravljanja postojećim globalnim sustavom zaštićenih područja. Slijedom toga, od tada postoji više inkluzivnog, participativnog i održivog načina upravljanja odozdo prema gore (Hummel et al., 2019).

Kako bi se očuvalo i održivo koristilo prirodne i kulturne resurse zaštićenih područja, angažiraju se ogromni ljudski, materijalni i gospodarski resursi (Rodríguez-Rodríguez, 2012) pa se od turizma kao preferirane aktivnosti očekuje pružanje potpore zaštićenim područjima u financijskom, društvenom i političkom smislu (Thapa & Lee, 2017). Stoga je održivo financiranje sve važnija tema za zaštićena područja, tim više jer su mnoga suočena sa sve manjom potporom javnog financiranja (Oviedo-García et al., 2019; Mandić, 2019; Weaver & Lawton, 2017; Valdivieso et al., 2015), gdje bi uslijed nemogućnosti samofinanciranja mnoga područja bila zaštićena „samo na papiru“ (Mandić, 2021; Moore et al., 2015).

Ako se razmotre ciljevi upravljanja pojedinom IUCN kategorijom zaštićenog područja (Slika 11.), uočava se da je turizam najšire preferiran i zastupljen u smislu održivog korištenja zaštićenih područja. Stoga je posebna pažnja posvećena menadžmentu turizma u zaštićenim područjima, na čelu s IUCN-om (Leung et al., 2018; Eagles et al., 2002; Ceballos-Lascuráin, 1996). Može se onda zaključiti da je menadžment zaštićenih područja povezan s primijenjenim oblikom *governancea* koji u kontekstu turizma obuhvaća zakone, politike, propise i planove upravljanja (Petrić & Mandić, 2021). U narednom dijelu razmatra se turizam u zaštićenim područjima, uz sažeti prikaz angažiranosti pojedinih kategorija u turizmu.

### 3.2.3. Turizam u zaštićenim područjima i uključenost pojedinih kategorija u turizam

Osnivanje zaštićenih područja predstavlja jedan od najučinkovitijih načina zaštite i očuvanja prirodnih i kulturno-povijesnih resursa. Međutim, kako bi mogla nesmetano nastaviti s funkcioniranjem, potrebno je pokazati da su koristi uspostavljanja veće nego troškovi (Dharmaratne et al. 2000). Zbog toga veza između turizma i zaštićenih područja traje od samih početaka osnivanja, gdje turizam predstavlja ključnu komponentu pri uspostavljanju i upravljanju zaštićenim područjem (Eagles et al., 2002).

Može se reći da zaštićena područja imaju dvostruku ulogu, gdje osim primarne uloge zaštite povjerenih resursa, pružaju mogućnosti za obrazovanje, rekreaciju i turizam (Velmurugan et al., 2021; Oviedo-García et al., 2019; Leung et al., 2018; Pearce & Dowling, 2018; Taplin et al., 2016; Valdivieso et al., 2015; Moore et al., 2015; Newsome et al., 2013). Zaštićena područja, napose nacionalni parkovi, diljem svijeta predstavljaju jedinstvenu, visoko rangiranu turističku atrakciju (Mayer, 2014) i postaju sve traženije turističke destinacije. S obzirom na visoku razinu atraktivnosti njihovih resursa, zaštićena područja privlače sve veći broj posjetitelja (Velmurugan et al., 2021) koji mogu pružiti ključnu društvenu potporu zaštićenim područjima u globalnom gospodarstvu u kojem natjecanje postaje sve žustrije za sva zemljišta, uključujući i takva područja (Moore et al., 2015).

Općenito se pretpostavlja da veći broj posjeta pridonosi regionalnom razvoju u skladu s ekonomskom, ekološkom i društvenom održivošću, stvarajući društvenu i političku potporu zaštićenim područjima (Thapa & Lee, 2017). Nadalje, dodatno uvažavanje posjetitelja djelomično je i rezultat percipiranja operativnih prihoda kao vrijednog izvora (Weaver & Lawton, 2017). Međutim, povećani broj posjetitelja može imati i štetne utjecaje na prirodni okoliš, kao i rezultirati društvenim sukobima među različitim korisnicima i s drugim dionicima, ako se njima ne upravlja adekvatno (Pickering et al., 2018).

Prihodi od posjećivanja postaju sve važniji, pogotovo u uvjetima kada je javno financiranje smanjeno i nedostatan za adekvatno upravljanje i očuvanje mnogih zaštićenih područja diljem svijeta (Oviedo-García et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017; Valdivieso et al., 2015). Iako je očuvanje prirodnih dobara glavna misija zaštićenih područja, obilje mogućnosti *outdoor* rekreacije koje pružaju, pretvara ih u mjesto pogodno za doživljaj i uživanje posjetitelja (Dumitraș et al., 2012). Zbog toga se ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima, pored zaštite i očuvanja prirodnih vrijednosti područja, sve više fokusiraju na stvaranje preduvjeta za nezaboravni doživljaj koji će utjecati na zadovoljstvo i pozitivne potrošačke namjere posjetitelja te samim time utjecati na povećanje prihoda za ulaganje u mjere zaštite i očuvanja područja (Oviedo-García et al., 2019), kao i na poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice (Pickering et al., 2018).

S obzirom na navedeno, posjećivanje zaštićenih područja u tzv. kontroliranim uvjetima (upravljanje posjetiteljima), postaje jedan od ključnih elementa održivosti zaštićenih područja, budući da pruža potporu parkovima, zaštiti biološke i kulturne baštine (Bushell et al., 2007; Eagles & McCool, 2002) te je potencijal ekonomskog razvoja na lokalnoj razini i šire (Wells, 1997). Sukladno tome, učinkovito valorizirana visoko perspektivna resursno-atraksijska osnova te visoka razina kvalitete usluga i proizvoda (doživljaja), pretpostavke su značajnijeg turističkog korištenja zaštićenih područja na međunarodnoj razini te ostvarenja značajnijih prihoda (Eagles, 2002). Povećanje broja posjetitelja, zasigurno je izazov koji otvara neograničenu mogućnost ponovnog ulaganja u zaštićeno područje s namjerom da se postignu očekivanja i visoka razina zadovoljstva posjetitelja (Schliephak et al., 2013).

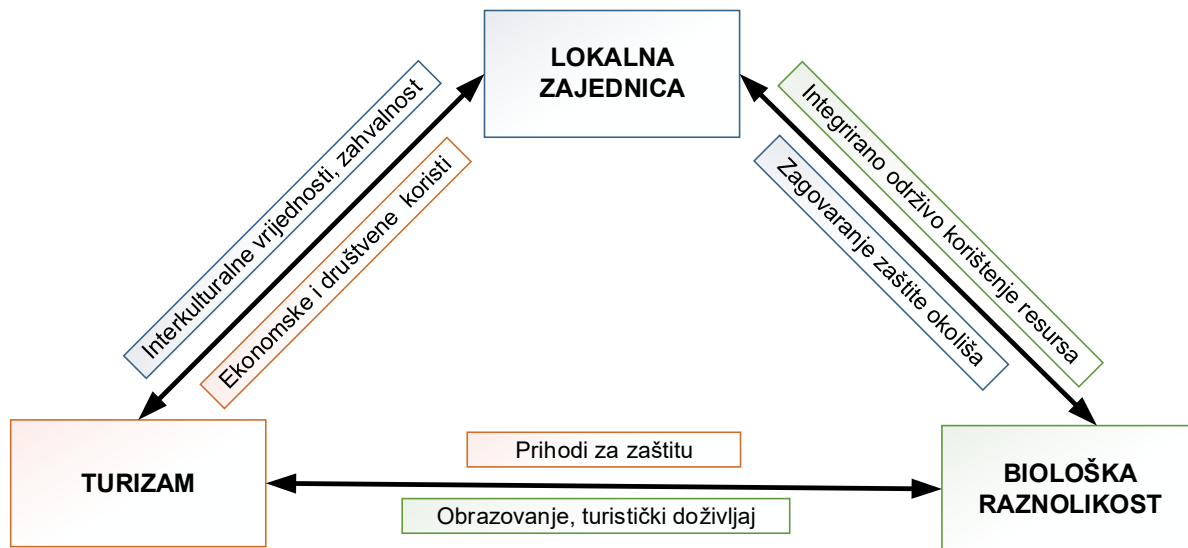
Može se reći da posjećivanje jednim dijelom prikazuje realnu vrijednost zaštićenih područja, vidljivu kroz individualnu korist pojedinca koja se može mjeriti na razini turističkog doživljaja i postignutog zadovoljstva posjetitelja, uključujući i posljedice zadovoljstva, poput povećane potrošnje, povratka, preporuke drugima, spremnosti plaćanja veće cijene za bolju kvalitetu doživljaja ili višu razinu održivosti turizma i samog zaštićenog područja. Prema tome, zadovoljstvo posjetitelja može se smatrati izuzetno bitnim u smislu održivosti zaštićenog područja, imajući na umu da svaka procjena doživljaja posjetitelja ne ovisi samo o okruženju zaštićenog područja, odnosno prirodnim atrakcijama, nego i o uslugama te sadržajima koji se pružaju (Oviedo-García et al., 2019; Taplin et al., 2016).

Iako su ciljevi razvoja turizma u zaštićenim područjima višestruki (potpora jačanju zaštite prirode, uključenost i koristi za lokalnu zajednicu, zadovoljstvo posjetitelja i utjecaj na porast ekološke svijesti i sl.), u praksi se javljaju i negativne eksternalije. Najčešće je riječ o onečišćenjima okoliša zaštićenog područja, ali i pojedinim sociokulturnim i ekonomskim negativnim efektima. Budući da posjetitelji mogu negativno utjecati na vrijednosti zaštićenih područja, izazvali su pomiješane osjećaje kod menadžera koji upravljaju istima (Moore et al., 2015). Shultis & Way (2006) ističu da su pojedini pristupi uspostavljanja i korištenja zaštićenih područja pokazali da se ne radi o zaštićenim oazama netaknute prirode zbog čega se i štite, s obzirom na to da poremećaji sve više postaju dio njih, umjesto da se štite od poremećaja.

Kako zaštićena područja imaju zadaću zaštititi prirodni okoliš, ključno je da menadžeri pravovremeno identificiraju negativne utjecaje, nastojeći ih izbjeći, ublažiti ili minimizirati, tim više jer turizam u zaštićenim područjima može negativno utjecati i na lokalnu zajednicu prema kojoj se menadžeri trebaju partnerski odnositi. Menadžeri bi trebali kontinuirano pratiti okolišne i društvene utjecaje turizma unutar i oko zaštićenog područja, budući da će čak i dobro vođen turizam stvoriti određenu količinu negativnog utjecaja (npr. ugljični *footprint*) (Leung et al., 2018). Detaljniji pregled potencijalnih negativnih učinaka po pojedinom ekološkom segmentu i lokalnoj zajednici daju Leung et al. (2018:22-25).

Sukladno prethodno razmatranom, lokalna zajednica zajedno s ustanovama koje upravljaju zaštićenim područjima ima poseban status i ulogu u turizmu, kako u kontekstu planiranja i upravljanja, jednako tako u smislu aktivnog sudjelovanja u pružanju usluga posjetiteljima. S druge strane, aktivnosti zaštite i očuvanja često su dio turističkih aranžmana i motiva putovanja, pokazujući da dio posjetitelja zaštićenih područja ima razvijeniju svijest o okolišu i zajednici za razliku od prosječnih turista. Zastupljenost takvih posjetitelja olakšava ustanovama provedbu mjera održivog korištenja zaštićenih područja u turizmu kako bi se umanjili i bolje kontrolirali neželjeni učinci (Bell et al., 2007). Međuodnose između istaknutih aktera, vizualiziraju Ross & Wall (1999), koristeći lokalnu zajednicu, biološku raznolikost i turizam (Slika 14.).

Slika 14. Međuodnosi u turizmu zaštićenih područja



Izvor: prema Ross & Wall (1999), str. 126.

Prema prikazu na slici 14., u simbiozi međuodnosa lokalna zajednica utječe na upravljanje prirodnim resursima, podržavajući njihovu zaštitu i održivo korištenje u turizmu. Sudjelovanjem u turizmu, unutar zona za korištenje, ostvaruju direktne i indirektne društvene i ekonomske koristi te podupiru daljnji razvoj turizma uključujući i svoju kulturno-povijesnu baštinu kao dodatnu vrijednost za posjetitelje. Biološka raznolikost simbolizira prirodne vrijednosti kojima upravljaju ustanove zaštićenih područja, a koje su osnova za razvoj turizma koji može zadovoljiti interese posjetitelja i lokalne zajednice. Naravno, uloge su međusobno isprepletene, nadopunjuju se i preklapaju. U idealnim okolnostima, lokalni stanovnici, zaštićeni resursi i turizam (posjetitelji) trebaju imati koristi jedni od drugih u međusobno povezanim odnosima (Ross & Wall, 1999). Dakle, koristi od turizma u zaštićenim područjima (Tablica 15.) trebaju se široko disperzirati na ekološkoj, društvenoj i ekonomskoj razini.

Tablica 15. Potencijalne koristi turizma u zaštićenim područjima

Vrsta koristi	Primjeri potencijalnih koristi turizma u zaštićenim područjima
<b>Ekološki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• edukacija javnosti o pitanjima i potrebama očuvanja</li> <li>• prenošenje razumijevanja i većeg uvažavanja prirodnih vrijednosti i resursa kroz doživljaje, obrazovanje i interpretaciju</li> <li>• stvaranje svijesti o vrijednostima prirodnih resursa i zaštite resursa koji inače imaju malu ili nikakvu percipiranu vrijednost za stanovnike ili se smatraju troškom, a ne kao korist</li> <li>• podržavanje istraživanja i razvoja dobrih praksi i sustava upravljanja kako bi se utjecalo na rad putničkih i turističkih subjekata, kao i na ponašanje posjetitelja u destinacijama</li> <li>• podržavanje praćenja okoliša i pojedinih vrsta putem volontera iz znanosti</li> </ul>
<b>Ekonomski</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stvaranje ekonomske koristi (zajednica/regija/država), kako bi se ojačala predanost očuvanju</li> <li>• povećanje broja radnih mjesta i prihoda za lokalno stanovništvo</li> <li>• poticanje osnivanja novih poslovnih subjekata i diverzifikacije lokalnog gospodarstva</li> <li>• poboljšanje lokalnih sadržaja, prijevoza i komunikacije uz veću održivost</li> <li>• poticanje lokalne proizvodnje, prodaje robe i pružanja usluga</li> <li>• pristup novim tržištima i devizama</li> <li>• stjecanje prihoda od lokalnih poreza</li> <li>• omogućavanje zaposlenicima da steknu nove vještine</li> <li>• osiguranje financijske potpore zaštićenim područjima kroz plaćanje turističkih pristojbi</li> </ul>
<b>Društveni/ Zajednica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• poboljšanje životnog standarda lokalnog stanovništva</li> <li>• poticanje stanovnika da cijene i budu ponosni na svoju lokalnu kulturu i zaštićena područja</li> <li>• podržavanje ekološkog obrazovanja za posjetitelje i lokalno stanovništvo te poticanje boljeg razumijevanja vrijednosti kulturne baštine</li> <li>• uspostavljanje atraktivnog okruženja u destinaciji za stanovnike i posjetitelje, koje može podržati druge kompatibilne nove aktivnosti</li> <li>• poboljšanje međukulturalnog razumijevanja kroz društveni kontakt</li> <li>• poticanje razvoja i očuvanja kulture, obrtništva i umjetnosti</li> <li>• poticanje lokalnih stanovnika na učenje stranih jezika i poznavanje drugih kultura</li> <li>• promicanje estetske, duhovne, zdravstvene i druge vrijednosti vezane uz dobrobit</li> <li>• poboljšanje tjelesnog zdravlja rekreacijskim vježbanjem (hodanje, vožnja bicikla)</li> <li>• doprinos mentalnom zdravlju, smanjenju stresa i umora</li> <li>• podizanje profila očuvanja na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini</li> <li>• tumačenje vrijednosti, pitanja očuvanja i pitanja upravljanja posjetiteljima</li> </ul>

Izvor: Leung et al. (2018), str. 10.



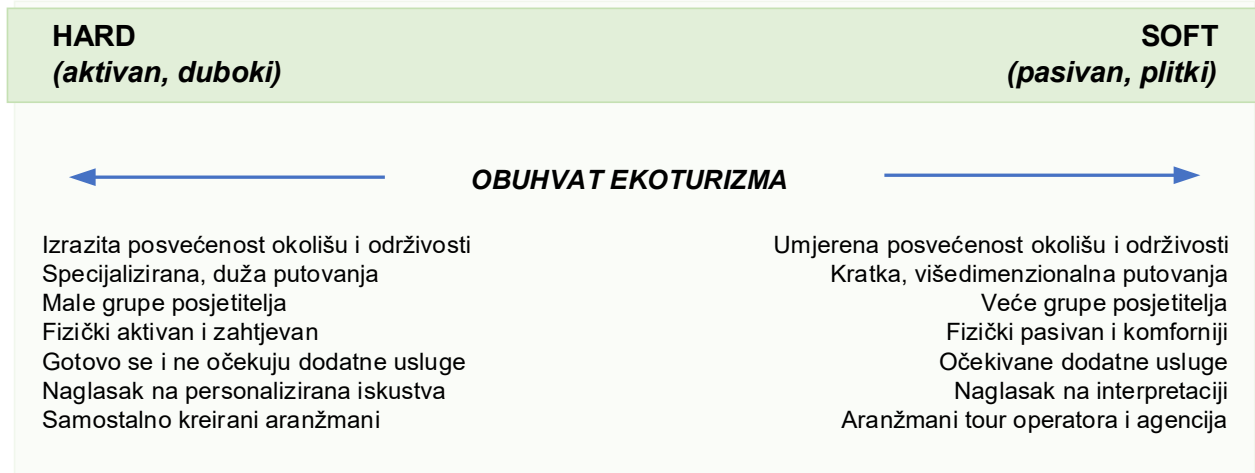
Razmatrajući prethodno istaknute potencijalne pozitivne učinke turizma u zaštićenim područjima, uočava se generalizirana podudarnost s pet temeljnih funkcija (s pripadajućim ciljevima i aktivnostima) ekoturizma Rossa & Walla (1999):

- povećanje prihoda lokalne zajednice (osiguravanje lokalnih društveno-ekonomskih koristi)
- edukacija (pružanje usluga edukacije o okolišu)
- zaštita prirodnih područja i okoliša (zaštita i očuvanje zaštićenih prirodnih resursa i vrijednosti)
- kvaliteta turizma (pružanje *high-quality* doživljaja)
- uključenost lokalne zajednice (povećanje deviznog priljeva i promicanje prava okoliša).

U literaturi se turizam u zaštićenim područjima razmatra u okviru turizma koji je isključivo određen prostornim granicama zaštićenih područja ili u okviru pojedinih oblika turizma koji su na takvim prostorima i prisutni. U najširem smislu, turizam koji se odvija u zaštićenim područjima može se svrstati u okviru turizma temeljenog na prirodi (*nature-based tourism*) koji se često poistovjećuje s ekoturizmom. Međutim, ekoturizam se u literaturi promatra kao zasebni oblik turizma koji može biti dio turizma temeljenog na prirodi, a koji se kao takav primarno odvija u zaštićenim područjima. Pored ekoturizma, u zaštićenim područjima značajno je prisutan i pustolovni turizam, koji obilježava veliki broj različitih aktivnosti (Eagles et al., 2002). Osim navedenih, zastupljeni su i turizam divljine, geoturizam i drugi oblici turizma koji su kompatibilni s osnovnom svrhom zaštićenih područja.

U literaturi se turizam u zaštićenim područjima dominantno interpretira kao ekoturizam, a koji se može odvijati i izvan zaštićenih područja, npr. atraktivna područja prirodne i kulturne baštine, pojedina obiteljska imanja koja se bave ekološkim uzgojem te ostala područja u prirodi. Stoga se ne može promatrati potpunim ekvivalentom turizma u zaštićenim područjima. Međutim, ekoturistička literatura oslanja se na turizam u zaštićenim područjima, što pokazuju brojne definicije ekoturizma, stoga su spoznaje u području ekoturizma vjerodostojne za bolje razumijevanje turizma u zaštićenim područjima. Budući da je ekoturistička literatura izrazito širokog obuhvata, prikazat će se sažeti dijelovi glavnih segmenata.

Promatrajući osnovne spoznaje o ekoturizmu, može se reći da turizam u zaštićenim područjima nije jedno homogeno tržište, nego se razlikuje ovisno o varijantama uključenih elemenata, npr. o kakvom je posjetitelju riječ, gdje se i što se od ponude konzumira, kakva je politika i upravljanje destinacijom i sl. Usporedno s prethodnim, razlikuju se dva osnovna tipa: *hard* i *soft* (Fennell, 2020; Weaver, 2006; Eagles et al., 2002; Weaver & Lewton, 2002). Ovakva podjela većinom određuje obilježja same potražnje i ponude (Slika 15.) te rezultate, odnosno učinke turizma u zaštićenim područjima.

Slika 15. Obilježja *hard* i *soft* ekoturizma u idealnim okolnostima

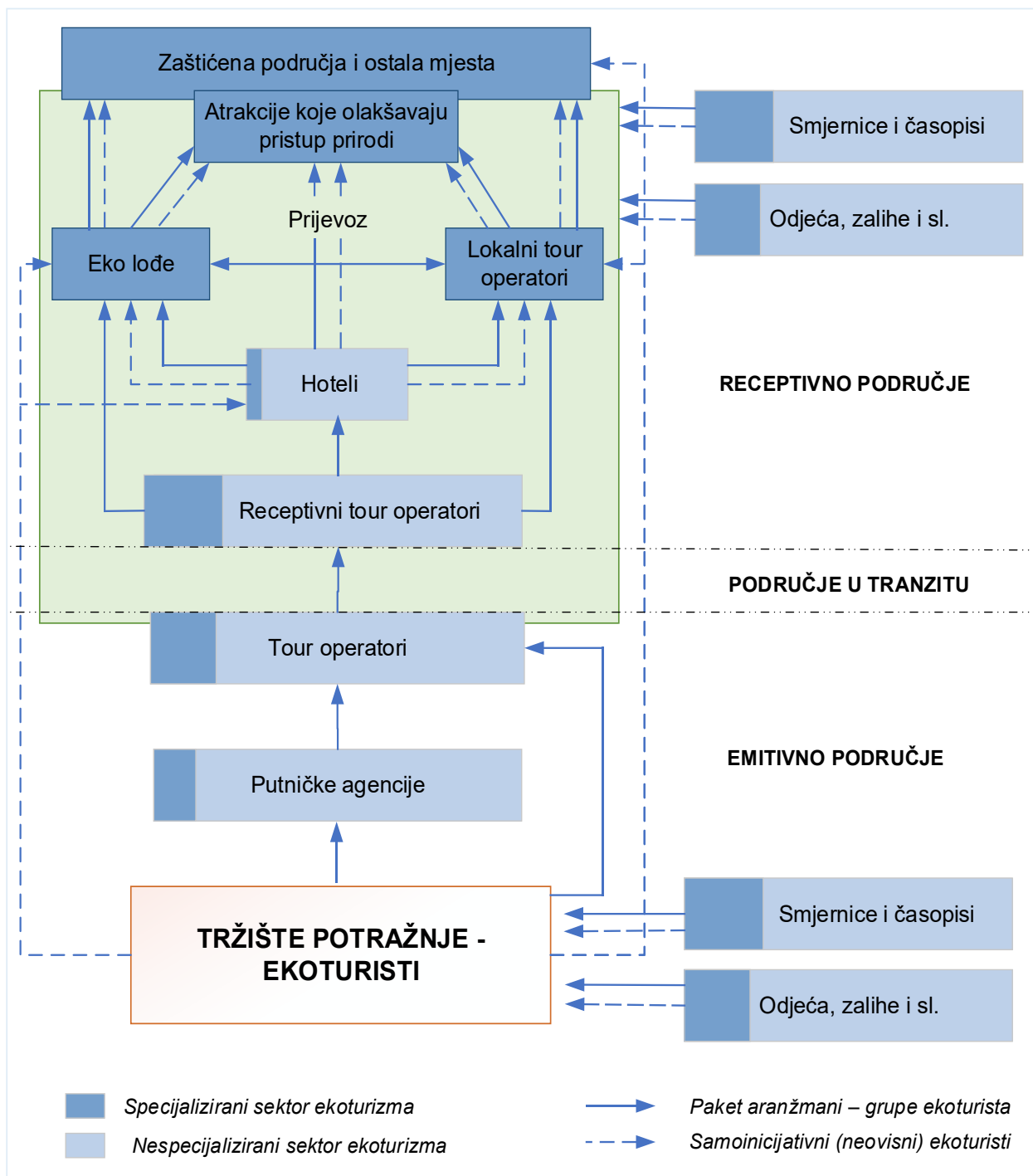
Izvor: prema Weaver (2002), str. 255.

Razmatranjem slikovnog prikaza (Slika 15.), ali i tipologije Laarmana & Dursta (1987) koji su među prvima opisali *hard* i *soft* dimenzije ekoturizma, temeljene na intenzitetu strogosti odnosno brizi ekoturista prema okolišu te interesu prema prirodi, zaključuje se da posjetitelji u zaštićenim područjima imaju značajan utjecaj na oblikovanje turističke ponude u istima. Osim dva, najviše citirana tipa turizma i posjetitelja u zaštićenim područjima (*hard* i *soft*), u literaturi postoji mnoštvo drugih tumačenja tipova i pokušaja segmentiranja posjetitelja, u koju se može svrstati i Kuslerova (1991) koja razlikuje samoinicijativne (neovisne) posjetitelje, posjetitelje organiziranog putovanja te školsko-znanstvene grupe, kao tri osnovna tipa posjetitelja (Stojanović, 2011). S druge strane, postoje brojni radovi (Zografos, 2007; Cochrane, 2006; Hvenegaard, 2002; Palacio & McCool, 1997) u kojima su posjetitelji zaštićenih područja segmentirani na različite mikro segmente (npr. promatrač ptica, *backpacker*, *escapist*, *naturalist*, *explorer*, *trekker*, obiteljski posjetitelj itd.).

Kako se s vremenom ekološka svijet širi među populacijom, a na drugoj strani raste i briga za zdravlje pa je time povećan interes za boravkom u prirodi i rekreacijom na otvorenom, zaštićena područja postaju sve češća meta različitih profila posjetitelja te broj posjeta u takvim područjima kontinuirano raste. Međutim, činjenica je da posjetitelji posjećuju zaštićena područja iz različitih razloga, pri čemu za jedan dio proizvoda i usluga plaćaju definiranu cijenu, dok određene resurse ili dobra koriste besplatno. Kako bi se povećale koristi od posjećivanja, provode se različita istraživanja, od kojih određena razmatraju turistički doživljaj, zadovoljstvo posjetitelja te posljedične namjere ponašanja, uključujući i spremnost plaćanja određene cijene za korištenje resursa (tematika je detaljno prikazana u poglavlju 5.). Osim posjetitelja koji su jedni od najznačajnijih dionika, posebno u kontekstu održivosti turizma u zaštićenim

područjima, na slici 16. vizualiziraju se odnosi između posjetitelja i preostalih dionika na primjeru ekoturizma, koji simboliziraju poslovno okruženje turizma zaštićenih područja.

Slika 16. Prikaz industrije ekoturizma



Izvor: Weaver (2008), str. 152.

Kako je prikazano na slici 16., receptivno područje predstavljaju formalni koridori zaštićenih područja i okolna prirodna područja, dok se u okviru ponude ekoturizma razlikuju specijalizirani sektor (eko lođe, lokalni turoperatori i agencije te atrakcije koje olakšavaju pristup inače nepristupačnom prirodnom okruženju, poput visećih staza, mostova, podmornica itd.) i nespecijalizirani sektor (uobičajeni hoteli, krstarice i putničke agencije koje usputno opslužuju ekoturiste ili im pružaju određene proizvode) (Weaver & Lawton, 2007). U tom smislu, zaključuje se da je turizam u zaštićenim područjima izrazito složen i heterogen oblik turizma koji objedinjuje raznolikost ponude i potražnje (Das & Chatterjee, 2015). Jednako tako, postoje određene razlike između razine turističkog korištenja pojedinih kategorija zaštićenih područja u turizmu, kao i razlike u pristupu upravljanja posjećivanja pojedinih područja (Tablica 16.). U tablici 16. također se nalazi prikaz zastupljenosti pojedine determinirane skupine posjetitelja po kategorijama zaštićenog područja.

Tablica 16. Kategorije zaštićenih područja IUCN-a i njihov pristup upravljanja posjećivanjem

IUCN kategorija	Pristup upravljanja posjećivanja područja	Tip posjetitelja					
		Individualci	Istraživači	Komercijalni korisnici	Turisti i rekreativci	Duhovno-kulturni	Prigodni korisnici
<b>Ia) Strogi rezervat prirode</b>	Javni pristup moguć putem organiziranih znanstvenih ili volonterskih programa.	✓	✓			✓	
<b>Ib) Područje divljine</b>	Ograničeni javni pristup u smislu učestalosti korištenja, veličine grupa, aktivnosti itd. - turističke aktivnosti su ograničene i strogo regulirane (npr. putem posebnih dozvola).	✓	✓				
<b>II) Nacionalni park</b>	Posjećivanje je često cilj upravljanja te je omogućeno posjećivanje i rekreacija, kao i uspostava posjetiteljske infrastrukture unutar zona za korištenje (mogućnost uspostave smještajnih kapaciteta se razlikuje između pojedinih država).	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>III) Spomenik</b>	Posjećivanje je često cilj upravljanja te je omogućeno	✓	✓	✓	✓	✓	✓

<b>prirode</b>	posjećivanje i rekreacija radi podržavanja zaštite i razumijevanja javnosti.						
<b>IV) Područje upravljanja staništem ili vrstom</b>	Posjećivanje i komercijalni turizam su obično ciljevi upravljanja te je omogućeno posjećivanje i rekreacija korištenjem pratećih sadržaja i usluga, a uobičajeno je promatranje divljih životinja.	✓	✓	✓		✓	✓
<b>V) Zaštićeni kopneni / morski krajobraz</b>	Turizam je obično cilj upravljanja te je omogućeno posjećivanje i rekreacija korištenjem pratećih sadržaja i usluga - komercijalni turizam je uobičajeno zastupljen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>VI) Zaštićeno područje s održivim korištenjem prirodnih resursa</b>	Posjećivanje i komercijalni turizam mogu biti glavni ciljevi upravljanja te je omogućeno posjećivanje i rekreacija korištenjem pratećih sadržaja i usluga - komercijalni turizam je uobičajeno zastupljen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Izvor: Leung et al. (2018), str. 4.

Uzimajući u obzir razmatranu tematiku zaštićenih područja, kao i turizma koji se odvija u istima, uočava se da se zaštićena područja do određene mjere međusobno razlikuju, što se onda implicira na posjećivanje istih. U tom kontekstu, u sljedećem dijelu sažeto se prikazuju posebnosti parkova prirode i turizma u istima, uz zasebni prikaz politike i kategorizacije zaštićenih područja u Hrvatskoj u cilju utvrđivanja razlika, posebno između nacionalnih parkova i parkova prirode. U drugom dijelu prikazuju se svaki od tri parka prirode kontinentalne Hrvatske, čiji su posjetitelji sudjelovali u empirijskom istraživanju, kao i osnovna obilježja turizma u istima.

### 3.3. PARKOVI PRIRODE I TURIZAM

Status zaštićenog dobra posjetiteljima garantira određenu razinu izvornosti prirode, stoga su zaštićena područja vrlo atraktivne destinacije brojnih posjetitelja, koja prema izvještajima pojedinih autora bilježe kontinuirani porast broja posjetitelja (Tverijonaite et al., 2018; Pickering et al., 2018; Buckley et al., 2017), s procjenom od oko osam milijardi posjeta godišnje na globalnoj razini (do Val Simardi Beraldo Souza et al., 2019; Weaver & Lawton, 2017; Balmford et al., 2015). Očekuje se da će broj posjeta i dalje biti u porastu diljem svijeta, s obzirom na trend povećanog interesa urbanog stanovništva za blagodatima prirode (mnoštvo različitih motiva), posebice one zaštićene, visoko atraktivne.

Očuvanje prirodnih vrijednosti glavna je misija zaštićenih područja, međutim obilje mogućnosti rekreacije na otvorenom koje pružaju, pretvara ih u mjesto pogodno za visoko personalizirani doživljaj i uživanje posjetitelja (Jaković et al., 2018; Dumitraș et al., 2012). Što se tiče atraktivnosti, u ovom segmentu prednjače nacionalni parkovi, a posebno oni (uključujući i druge kategorije) koji nose status priznate svjetske baštine UNESCO-a, koji su kao takvi najtraženije globalne turističke atrakcije (Butler & Boyd, 2000; Timothy, 2000). Stoga je turizam u zaštićenim područjima posebno fokusiran na jačanje doživljaja prirode i prirodnih vrijednosti. Takav pristup je doveo do povećanja broja tzv. zelenih putnika, volonterskog turizma te mekog i tvrdog ekoturizma (Newsome et al., 2013; Weaver, 2008).

Budući da se prirodne vrijednosti i atraktivnost razlikuje između zaštićenih područja (uključujući atrakcije i infrastrukturu od čovjeka stvorenu), razlikuje se i potražnja za istima. Dok su neka vrlo tražena i bore se s pritiscima posjetitelja (npr. nacionalni parkovi uvršteni na UNESCO-vu listu svjetske baštine, poput Nacionalnog parka Plitvička jezera), druga manje poznata su gotovo zanemarena u turizmu, kako od strane posjetitelja, tako i od strane upravljačke strukture ili osnivača, usprkos potencijalu za razvoj turizma. U prvom redu, riječ je o pojedinim parkovima prirode, regionalnim parkovima i Natura 2000 područjima, uključujući i nekolicinu nacionalnih parkova (Jaković & Golub, 2018).

Parkovi prirode često se osnivaju kako bi se uspostavila multifunkcionalna namjena perifernim ruralnim područjima, prije svega očuvanje i održavanje bioraznolikosti, ali i valorizacija prirodne i kulturne baštine, koji su postali sve zapostavljeniji resursi toga područja. Osnivanjem parkova prirode podiže se funkcionalnost i vrijednost područja za rekreacijske i turističke aktivnosti (ulaganja u javnu i turističku infrastrukturu), uz zadržavanje prethodnog tradicionalnog korištenja područja koje treba biti održivo (šumarstvo, poljoprivreda i sl.). Međutim, multifunkcionalno korištenje područja ponekad ugrožavaju održivost parkova prirode (Bahamonde-Rodríguez et al., 2022). Parkovi prirode zaštićena su područja većih prostornih površina (razlikuje se među državama), čiji status zaštićenog područja jamči posebnost i

rijetkost određenih prirodnih resursa i pojava, pri čemu sustavno upravljanje omogućuje očuvanje istih te prilagođavanje područja za posjećivanje (opća i turistička infrastruktura itd.). Stoga, osim vrijednosti i atraktivnosti zbog kojeg se takva područja i stavljaju pod zaštitu (iskazano kategorijom zaštite), razvoj turizma i razina posjeta uvelike ovisi o dostupnosti i prometnoj povezanosti, kao i o dodatnoj opskrbi i drugim jedinstvenim značajkama zaštićenog područja (Jaković et al., 2019). Parkovi prirode nude bogat skup prirodnih, ljudskih i resursa baštine u ruralnom, planinskom ili pomorskom kontekstu. Parkovi prirode najčešće su posjećeni tijekom praznika ili vikenda, a od aktivnosti su najčešće zastupljene one koje zahtijevaju aktivno sudjelovanje kao što su planinarenje, biciklizam, jedrenje, ronjenje, trčanje i druge pasivnije aktivnosti kao što su posjet lokalnim muzejima, kušanje hrane ili pića, *wellness* i druge pogodnosti (Lebrun et al., 2021).

Poradi obilježja zbog kojih se štite (izrazita osjetljivost, ugroženost, rijetkost i sl.), dostupnost i korištenje zaštićenih područja je ograničeno, ovisno o kategoriji i zoni zaštite. Generalno gledano (na razini zaštićenog područja), u ovom kontekstu parkovi prirode imaju određenu prednost u smislu turističkog korištenja u odnosu na nacionalne parkove, s obzirom na nešto blažu pravnu regulativu kojom se uređuju parkovi prirode (vidi Zakon o zaštiti prirode RH, NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19). Međutim, pravni okvir kojim se uređuju parkovi prirode, kao i ostale kategorije zaštićenih područja, razlikuje se između država, stoga se ne mogu donositi generalizirani zaključci. Sukladno tome, daljnja istraživanja potrebna su i dobrodošla, kako na razini različitih zemalja, za različite kategorije zaštićenih područja, tako i unutar istih kategorija koje se razlikuju ovisno o kontekstu, posebno ona istraživanja koja razmatraju turističko korištenje, uključujući i aspekt turističke potražnje.

S promjenom političkih i ekonomskih vrijednosti, ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima diljem svijeta suočene su s potrebom financijske samodostatnosti kao rezultat smanjenog financiranja javnim sredstvima, što utječe na njihovu održivost (Moore et al. 2015). Upravo su navedene okolnosti prisilile menadžere zaštićenih područja, posebno one koji su na tzv. financijskim marginama, da više promišljaju i usklađuju zaštitu s turističkim korištenjem, uvažavanjem načela zaštite i održivog korištenja, pridonoseći ujedno blagostanju lokalne zajednice. Prema tome, postoje interesi brojnih zaštićenih područja u pronalasku održivih rješenja koja će optimizirati odnose između zaštite i očuvanja područja te njegovog turističkog korištenja, od onih koji se suočavaju s prekomjernim turizmom, kao i onih koji se bore s financijskom održivošću, do onih koji teže još višoj razini optimalnog korištenja i održivosti turizma zaštićenog područja i okolnog područja koje očekuje povećane koristi od turizma.

Razmatrajući znanstvenu literaturu turizma u zaštićenim područjima, uočava se da dominiraju istraživanja na primjeru nacionalnih parkova, dok su studije koje se provode na primjeru drugih

kategorija zaštićenih područja slabije zastupljene (područja divljine i drugi rezervati). S obzirom na brojnost dostupnih znanstvenih studija, može se reći da su istraživanja turizma u parkovima prirode zapostavljena. Određena provedena istraživanja u turizmu parkova prirode prikazana su u tablici 17.

Tablica 17. Dosadašnja istraživanja turizma u parkovima prirode

Autor	Područje i tematika istraživanja
<b>Telbisz et al. (2023)</b>	Utvrđivanje motivacije posjetitelja za posjećivanjem te percepcije posjetitelja o prednostima i nedostacima Parka prirode Apuseni u Rumunjskoj.
<b>Bahamonde-Rodríguez et al. (2022)</b>	Analiziranje percepcije održivog ruralnog turizma te percepcije dionika o održivosti odnosa između razvojnih dionika i upravljanja u ruralnim prostorima na primjeru tri parka prirode u Španjolskoj (Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Sierra Norte de Sevilla i Sierra de Hornachuelos). Korištenjem intervjua, analizirana je svijest, razumijevanje, predanost, stavovi i prakse onih koji su uključeni ili utječu na proces planiranja održivog turizma kroz njihova mišljenja i percepcije o triju definiranih tema (održivost i turizam, prisutnost dominantnih diskursa i retorike održivosti te problemi upravljanja koji proizlaze iz odnosa između dionika).
<b>Jaković et al. (2021)</b>	Utvrđivanje prilagođenosti i planskog usmjeravanja turizma parkova prirode kontinentalne Hrvatske tržištu pustolovnog turizma, kao i zastupljenosti pojedinih aktivnosti pustolovnog turizma u promatranim parkovima prirode te marketinških aktivnosti koje se poduzimaju.
<b>Lebrun et al. (2021)</b>	Utvrđivanje utjecaja dimenzija doživljaja (Pine i Gilmore 4E model) domaćih posjetitelja na uzbuđenje i nezaboravni doživljaj na primjeru Parka prirode Morvan U Francuskoj.
<b>Sørensen &amp; Grindsted (2021)</b>	Utvrđivanje ograničavajućeg utjecaja kombinacije različitih pristupa održivosti turističkih poduzetnika i drugih aktera u razvoju turizma na primjeru Parka prirode Åmosen u Danskoj.
<b>Grgić et al. (2021)</b>	Utvrđiti mišljenja i stavova stanovništva o razvijenosti ruralnog turizma i njegovom utjecaju na očuvanje bioraznolikosti na primjeru Parka prirode Lonjsko polje.
<b>Jaković et al. (2018)</b>	Utvrđivanje utjecaja i doprinosa turističkih događaja povećanju posjećenosti i ekonomske održivosti na primjeru Parka prirode Papuk.
<b>Bartoluci et al. (2017)</b>	Utvrđivanje primjene i uloge računovodstvenih standarda i propisa u održivom razvoju turizma parkova prirode u Istočnoj Hrvatskoj (Park prirode Lonjsko polje i Park prirode Kopački rit) putem intervjua s ustanovom koja upravlja parkom prirode.
<b>Lebrun et al. (2017)</b>	Kvalitativna studija utvrđuje razlike između Parka prirode Morvan u Francuskoj (regionalne razine) i Nacionalnog parka Yangmingshan u Tajvanu temeljem geofizičkog okoliša, rekreacijskih praksi i upravljanja ponudom i uslugama, dok kvantitativna studija utvrđuje učinak specifičnog doživljajnog konteksta kroz usporedbu stvarnih doživljaja posjetitelja na temelju četiri dimenzije



---

(estetika, bijeg od stvarnosti, obrazovanje i zabava).

---

<b>Aryasa et al. (2017)</b>	Utvrđivanje važnosti alata prihvatnog kapaciteta okoliša u turizmu Parka prirode Telaga Warna Telaga Pengilon u Indoneziji.
<b>Ratknić &amp; Milovanović (2016)</b>	Analiziranje mogućnosti korištenja ljekovitog bilja kao resursa za razvoj turizma na primjeru jedinice lokalne samouprave koja se nalazi na području Parka prirode Stara planina u Srbiji, putem satelitskih snimaka visoke rezolucije, a uz primjenu GIS tehnologije.
<b>Mason et al. (2016)</b>	Utvrđivanje motivacije, percipiranog rizika i namjera ponašanja posjetitelja na primjeru pustolovnog turizma u Parku prirode Friuli Dolomiti Alps u Italiji.
<b>Cottrell et al. (2013)</b>	Studija utvrđuje utjecaj četiri dimenzija održivosti (ekološke, ekonomske, društvene i institucionalne) na predviđanje zadovoljstva lokalnog stanovništva sa održivim turizmom na području i oko Parka prirode Frankenwald u Njemačkoj.
<b>Vázquez de la Torre et al. (2013)</b>	Utvrđivanje profila posjetitelja na primjeru Parka prirode Cardeña-Montoro u Španjolskoj.
<b>Huayhuaca et al. (2010)</b>	Utvrđivanje odnosa između četiri dimenzije održivosti (ekološke, ekonomske, društvene i institucionalne) i percepcije lokalnog stanovništva o razvoju turizma na području i oko Parka prirode Frankenwald u Njemačkoj.

---

Izvor: izrada autora

Pored navedenih istraživanja, postoje studije u okviru kojih se turizam parkova prirode analizira s više različitih kategorija zaštićenih područja koje u ovom slučaju nisu obuhvaćene (Tablica 17.), budući da ne razmatraju isključivo turizam u parkovima prirode (vidi npr. Jaković et al., 2021; Jaković et al., 2019; Cheung & Jim, 2014). S obzirom na razlike pri uspostavljanju i upravljanju pojedinom kategorijom zaštićenog područja, u nastavku se prikazuje sustav i obilježja kategorizacije zaštićenih područja na primjeru Hrvatske.

### 3.3.1. Politika i kategorizacija zaštićenih područja u Hrvatskoj

Politika zaštite prirode u Hrvatskoj započela je početkom 20. stoljeća, a prvi nacionalni parkovi (NP Plitvička jezera i Nacionalni park Paklenica) formalno su proglašeni 1949. godine (Jaković et al., 2021; Ćorić & Šantić, 2012). Nacionalna politika zaštite prirode u Hrvatskoj od sredine 2022. godine u nadležnosti je Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja (MINGOR), pri čemu su Uprava za zaštitu prirode, Zavod za zaštitu okoliša i prirode te upravna tijela jedinica područne (regionalne) i lokalne

samouprave (JLRS) nadležni za upravne i stručne poslove. Zaštita prirode u RH regulirana je Zakonom o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19), a zasniva se na Strategiji i akcijskom planu zaštite prirode RH<sup>20</sup> koja je izrađena na temelju Izvješća o stanju prirode. Strategijom i akcijskim planom definirani su dugoročni ciljevi i smjernice za očuvanje biološke, krajobrazne i geološke raznolikosti, kao i način provedbe iste. Provedba nacionalne strateške politike zaštite prirode jednim se dijelom prenosi izravno na javne ustanove koje upravljaju nacionalnim parkovima i parkovima prirode ili neizravno na regionalna ili lokalna upravna tijela, odnosno javne ustanove na razini JLRS-a. Javne ustanove strateški djeluju putem plana upravljanja, kojim se pored prikaza osnovnih obilježja, definiraju ciljevi, mjere i aktivnosti zaštite, očuvanja i održivog korištenja vrijednosti područja (posjećivanje, lovstvo, šumarstvo i sl.), uključujući zoniranje i plan provedbe. Nadalje, stupanjem na snagu Strategije i akcijskog plana zaštite prirode 2017. godine, javne ustanove zaštićenih područja izradile su akcijske planove upravljanja posjetiteljima u cilju optimiziranja odnosa između zaštite i korištenja zaštićenih područja kod posjećivanja.

Prema zakonskom okviru, zaštićeni dijelovi prirode raspoređeni su unutar tri skupine koje uključuju zaštićena područja po kategorijama, zaštićene vrste te zaštićene minerale i fosile. Od ukupno devet kategorija zaštićenih područja, razlikuju se ona od državnog značaja (strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat i park prirode) i regionalno-lokalnog značaja (regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park-šuma i spomenik parkovne arhitekture). Svako zaštićeno područje po pojedinoj kategoriji evidentirano je u Upisniku zaštićenih područja pri Upravi za zaštitu prirode. Kako bi se omogućio javni uvid u podatke o zaštićenim područjima u RH, uspostavljen je jedinstveni Informacijski sustav Bioportal koji sadržava bazu podataka, aplikativna rješenja i *web*-servis. Informacijski sustav uspostavljen je sa svrhom čuvanja i dijeljenja podataka vezanih uz zaštitu prirode i različitih sastavnica biološke i krajobrazne raznolikosti.

U svakom slučaju, nacionalne kategorije definirane su u skladu s preporukama IUCN-a, odnosno postojećim okvirom IUCN-ove kategorizacije zaštićenih područja. Usklađenost nacionalne s kategorizacijom IUCN-a vidljiva je na razini definiranih ciljeva između kategorija, neovisno o tome što se pojedine kategorije djelomično razlikuju u samom nazivu. U nastavku se najprije daje pregled nacionalnog sustava kategorizacije, uz prikaz osnovnih obilježja kategorija (Slika 17.), a zatim i obilježja ekološke mreže Natura 2000.

---

<sup>20</sup> Trenutno aktualna Strategija i akcijski plan zaštite prirode Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. do 2025. godine (NN 72/2017)

Slika 17. Kategorije zaštićenih područja u RH

NADLEŽNOST PROGLAŠENJA	RAZINA UPRAVLJANJA	KATEGORIJA ZAŠTITE	UKUPAN BROJ PODRUČJA	UKUPNA POVRŠINA (km <sup>2</sup> )	UDIO POVRŠINE RH (%)	NAMJENA
Hrvatski sabor	Državna / Javne ustanove	Nacionalni park	8	965,74	1,097	Očuvanje izvornih prirodnih vrijednosti, kulturna, znanstvena, odgojno-obrazovna i rekreativna
		Park prirode	12	4637,06	5,265	Zaštita krajobrazne i bioraznolikosti, odgojno-obrazovna, kulturna, turističko-rekreacijska
Vlada RH	Županijska / Javne ustanove	Strogi rezervat	2	24,13	0,027	Očuvanje izvorne prirode, praćenje stanja prirode te istraživanje i obrazovanje
		Posebni rezervat	80	404,35	0,459	Očuvanje radi jedinstvenosti, reprezentativnosti ili rijetkosti, a osobitog je znanstvenog značenja
Županijska skupština ili Gradska skupština Grada Zagreba	Županijska / Javne ustanove	Regionalni park	2	1018,27	1,156	Zaštita krajobrazne raznolikosti, održivi razvoj i turizam
		Spomenik prirode	78	1,87	0,002	Ekološka, znanstvena, estetska ili odgojno-obrazovna
		Spomenik parkovne arhitekture	120	9,21	0,010	Očuvanje umjetno oblikovanog prostora koji ima estetsku, stilsku, umjetničku, kulturno-povijesnu, ekološku ili znanstvenu vrijednost
		Park šuma	27	28,64	0,033	Očuvanje prirodne ili sađene šume veće krajobrazne vrijednosti, odmor i rekreacija
		Značajni krajobraz	79	1177,08	1,336	Zaštita krajobraza i bioraznolikosti ili kulturno-povijesne vrijednosti, odmor i rekreacija
<b>UKUPNO</b>			<b>408</b>	<b>8266,39</b>	<b>9,386</b>	

Izvor: Zavod za zaštitu okoliša i prirode, podaci preuzeti sa službene web stranice: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja> (30.10.2020.); Bioportal (Raspodjela zaštićenih područja po kategorijama) podaci preuzeti sa službene web stranice: <http://www.bioportal.hr/gis/> (11.3.2023.)

Uzimajući u obzir definicije, ciljeve, dozvoljene i zabranjene aktivnosti u okviru IUCN kategorija (Slika 11.) te na drugoj strani svrhu, namjenu, kao i dozvoljene i zabranjene aktivnosti u okviru pojedine nacionalne kategorije zaštićenog područja (Zakon o zaštiti prirode, NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19), u tablici 18. prikazuje se skladnost, odnosno podudarnost nacionalnih s IUCN kategorijama.

Tablica 18. Korelacija između IUCN kategorizacije i kategorizacije zaštićenih područja u RH

IUCN kategorije	Kategorije U RH
Ia Strogi rezervat prirode	Strogi rezervat (SR)
Ib Područje divljine	Posebni rezervat (PR)
II Nacionalni park	Nacionalni park (NP)
III Prirodni spomenik	Spomenik prirode (SP)
	Park šuma (PŠ)
	Spomenik parkovne arhitekture (SPA)
IV Područja upravljanja staništem ili vrstom	<i>Ekološka mreža EU Natura 2000</i>
V Zaštićeni kopneni /morski krajobraz	Značajni krajobraz (ZK)
VI Zaštićeno područje s održivim korištenjem prirodnih resursa	Park Prirode (PP)
	Regionalni park (RP)

Izvor: Jaković et al. (2019), str. 736.

Kako bi se cjelokupna zaštićena prirodna baština RH približila turističkom tržištu i povezala visoko rangirana područja s manje poznatima, stvorena je platforma, odnosno brend „Parkovi Hrvatske“<sup>21</sup> koji objedinjuje sve nacionalne parkove i parkove prirode. To su kategorije koje su najzastupljenije u turizmu zaštićenih područja u Hrvatskoj i za koje se broj posjetitelja prati na nacionalnoj razini (Jaković et al., 2021).

Pored tradicionalne nacionalne zaštite prirode koja se provodi putem navedenih devet kategorija zaštićenih područja, u Hrvatskoj dominiraju područja koja su važna za očuvanje ptica, divljih vrsta i njihovih staništa te prirodnih stanišnih tipova. Ova područja uvrštena su u ekološku mrežu EU Natura 2000, čiji je proces započeo tijekom pregovora o pridruživanju RH u EU. Od trenutka kada je RH započela proces pridruživanja, započelo se s usklađivanjem zaštite prirode s EU direktivama (Direktiva 92/43/EEZ o zaštiti prirodnih staništa i divljih biljnih i životinjskih vrsta i Direktiva 2009/147/EZ o očuvanju divljih ptica). Najprije je Vlada RH donijela Uredbu o proglašenju ekološke mreže (NN 109/07), a zatim je

<sup>21</sup> Parkovi Hrvatske, podaci dostupni na službenoj web stranici: <https://www.parkovihrvatske.hr/homepage> (8.11.2021.)

pristupanjem RH u punopravno članstvo EU, nacionalna ekološka mreža postala dio Nature 2000, prenošenjem EU direktiva u pravni poredak Republike Hrvatske (Uredba o ekološkoj mreži, NN 124/13). Uredbom Vlade RH iz 2013. godine priloženi su detaljni popisi prirodnih stanišnih tipova i divljih vrsta (s pripadnosti pojedinoj biogeografskoj regiji) te ptica koje su predmet očuvanja, kao i područja očuvanja značajna za ptice, vrste i stanišne tipove (Prilozi 2. i 3.). Uredba je jednom izmijenjena (Uredba o izmjenama uredbe o ekološkoj mreži, NN 105/15), a danas je na snazi Uredba o ekološkoj mreži i nadležnostima javnih ustanova za upravljanje područjima ekološke mreže (NN, 80/19) prema kojoj se štite područja u okviru četiriju kategorija (Tablica 19.).

Tablica 19. Tipovi zaštićenih područja u okviru ekološke mreže Natura 2000

Tip područja očuvanja	Kratica	Broj područja
Područja očuvanja značajna za ptice	POP	38
Područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove	POVS	
Vjerojatna područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove	vPOVS	745
Posebna područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove	PPOVS	

Izvor: Zavod za zaštitu okoliša i prirode, podaci preuzeti sa: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/odrzivo-koristenje-prirodnih-dobara-i-ekoloska-mreza/ekoloska-mreza> (10.11.2020.)

Prema službenim podacima, Ekološka mreža Natura 2000 Republike Hrvatske obuhvaća 36,67% kopnenog teritorija i 16,26% obalnog mora<sup>22</sup>, odnosno 29,34% ukupne površine RH. Kako potvrđuje i autorica Ofak (2016), Natura 2000 ne zamjenjuje nacionalni sustav zaštićenih područja, nego ga dopunjuje, s time da je učestala pojava da se nacionalni sustav zaštićenih područja prostorno preklapa s Naturom 2000, što je slučaj u Hrvatskoj gdje od ukupne površine koja je pod Naturom 2000, 90,04% područja je prethodno zaštićeno u okviru nacionalnog sustava kategorizacije.<sup>23</sup>

Poradi svojih posebnosti, vrijednosti i očuvanosti, pojedina zaštićena područja RH prepoznata su i svrstana među globalno najvrjednija područja u okviru međunarodno priznatih inicijativa za očuvanje prirodne baštine. Kako je prethodno prikazano (potpoglavlje 3.1.3.), UNESCO je vodeća međunarodna organizacija koja je unutar svojih programa zaštite uvrstila i određena zaštićena područja RH. U tablici 20. prikazana su aktualna, međunarodno priznata zaštićena područja RH.

<sup>22</sup> Zavod za zaštitu okoliša i prirode, podaci preuzeti sa: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/odrzivo-koristenje-prirodnih-dobara-i-ekoloska-mreza/ekoloska-mreza> (10.11.2020.)

<sup>23</sup> Služba za zaštićena područja (Uprava za zaštitu prirode, MINGOR), dobiveni primarni podaci.

Tablica 20. Međunarodne designacije zaštićenih područja

Međunarodna zaštita	Naziv područja i godina proglašenja	Nacionalna zaštita
UNESCO - Lista svjetske baštine	Plitvička jezera, 1979.	NP Plitvička jezera
	Bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe, 2017.	NP Sjeverni Velebit NP Paklenica
		NP Paklenica
MAB - Rezervat biosfere	Planina Velebit, 1977.	NP Sjeverni Velebit PP Velebit
	Mura-Drava-Dunav, 2012.	RP Mura-Drava
Popis međunarodno vrijednih močvara Ramsarske konvencije	Crna Mlaka, 1993.	PR Crna Mlaka
	Kopački rit, 1993.	PP Kopački rit
	Lonjsko polje i Mokro polje, uključujući Krapje dol, 1993.	PP Lonjsko polje POR Krapje dol
		PR ušće Delte Neretve
	Delta Neretve, 1993.	PR Modro oko i Jezero Desne PR Kutni
	Vransko jezero, 1999.	PP Vransko jezero
UNESCO svjetska mreža geoparkova		PP Papuk
		SP Modra špilja
		SP Medvidina špilja
	Papuk, 2007.	SP Zelena špilja – otok Ravnik
	Viški arhipelag, 2019.	SP Otok Jabuka SP Otok Brusnik ZK Uvala Stiniva ZK Ravnik

**POJAŠNJENJE KORIŠTENIH KRATICA:** NP – Nacionalni park; POR – Posebni ornitološki rezervat; PP – Park prirode; PR – Posebni rezervat; RP – Regionalni park; SP – Spomenik prirode; ZK – Značajni krajobraz

Izvor: Zavod za zaštitu okoliša i prirode, podaci preuzeti sa: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-rh> (3.11.2020.)

U nastavku se sažeto prikazuju posebnosti parkova prirode u Hrvatskoj, pri čemu je naglasak na odabranim parkovima prirode kontinentalne Hrvatske koji su uključeni u empirijskom istraživanju za potrebe anketiranja posjetitelja i prikupljanja primarnih podataka.

### 3.3.2. Parkovi prirode u Hrvatskoj – predmetni parkovi prirode u empirijskom istraživanju

Zaštita prirode ne provodi se jednako u svim državama svijeta, iako postoji jasan stav da se trebaju pratiti smjernice IUCN-a pri formuliranju politika zaštite prirode na nacionalnoj razini, što ne isključuje usklađivanje politike s regionalnim inicijativama (primjer Natura 2000 područja na razini zemalja članica EU). U Hrvatskoj je Zakon o zaštiti prirode krovni pravni akt kojim se osigurava zaštita posebno vrijednih dijelova žive i nežive prirode. Na temelju Zakona uređen je način proglašavanja zaštite, upravljanja, gospodarenja i nadzora pojedinim kategorijama zaštite, kao i način ukidanja zaštite ako nestanu obilježja zbog kojih je proglašeno zaštićeno područje (Strategija i akcijski plan zaštite prirode RH, 2017. - 2025.). Postupak proglašavanja zaštićenih područja (parkova prirode) započinje procedurom koju pokreće Uprava za zaštitu prirode MINGOR-a na temelju zahtjeva koji upućuje Zavodu za zaštitu prirode. U Zahtjevu se nalaže izrada stručne podloge kojom se utvrđuju vrijednosti i način upravljanja predmetnog područja koje se predlaže za zaštitu. Uz izrađenu stručnu podlogu, daje se i izjava tijela koje donosi akt o proglašenju o osiguranim sredstvima za upravljanje zaštićenim područjem i posebnoj geodetskoj podlozi za upis pravnog režima u katastar i zemljišnu knjigu, temeljem kojih se donosi prijedlog akta o proglašenju. O tom prijedlogu izvješćuje se javnost, što podrazumijeva javni uvid u predloženi akt i stručnu podlogu sa svom kartografskom dokumentacijom.<sup>24</sup>

Prema Zakonu o zaštiti prirode RH, sukladno članku 115., parkovi prirode su „prostrana prirodna ili dijelom kultivirana područja kopna i/ili mora velike bioraznolikosti i/ili georaznolikosti, s vrijednim ekološkim obilježjima, naglašenim krajobraznim i kulturno-povijesnim vrijednostima, a kao takvi imaju i znanstvenu, kulturnu, odgojno-obrazovnu te rekreativnu namjenu“. Također, prema istom članku, u parkovima prirode dopuštene su gospodarske i druge djelatnosti i zahvati kojima se ne ugrožavaju njegova bitna obilježja i uloga, za razliku od nacionalnih parkova. Ovo je izuzetno važno, jer iako su i jedni i drugi turistički najaktivniji od ostalih zaštićenih područja u Hrvatskoj, njihove razlike u mogućnostima korištenja daju relevantnost za zasebna istraživanja u području turizma u parkovima prirode.

Nakon proglašenja zaštićenog područja, sukladno Zakonu o zaštiti prirode RH, postoji određena hijerarhija prava nad zaštićenim područjima, a koju trebaju poštivati javne ustanove koje upravljaju parkovima prirode, a to su:

- prostorni plan područja posebnih obilježja
- plan upravljanja zaštićenim područjem (uključujući godišnje programe)

<sup>24</sup> Zavod za zaštitu okoliša i prirode, podaci preuzeti sa: <https://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/proglasenje-zasticenih-podrucja> (17.1.2022.)

- pravilnik o zaštiti i očuvanju zaštićenog područja
- plan upravljanja posjetiteljima zaštićenog područja.

Može se reći da je prostorni plan nakon Zakona, pravni akt s kojim se trebaju usklađivati svi sljedeći akti i tako redom. Prostornim planom područja posebnih obilježja uređuje se organizacija prostora, način korištenja, uređenja i zaštite prostora u parkovima prirode, jednako kao i u nacionalnim parkovima (Mandić, 2017; Strategija i akcijski plan zaštite prirode RH, 2017. - 2025.). Prema Zakonu o prostornom uređenju RH (NN 153/13, 65/17, 114/18, 39/19 i 98/19), navedeni prostorni planovi su u hijerarhiji prava iznad prostornih planova koji se donose na nižim razinama (regionalna, lokalna), a koji se prema Zakonu o zaštiti prirode RH izrađuju na temelju stručne podloge Zavoda za zaštitu okoliša i prirode (u suradnji s Upravom za zaštitu prirode i javnom ustanovom koja upravlja parkom prirode). Od parkova prirode većina imaju donesene prostorne planove, osim Parka prirode Papuk, Parka prirode Lastovsko otočje i Parka prirode Velebit koji su u izradi, dok ih Park prirode Dinara još nema jer je proglašen 2021. godine.

Plan upravljanja zaštićenim područjem i/ili područjem ekološke mreže je strateški dokument javne ustanove koja upravlja istim, a provodi se kroz godišnje programe zaštite, očuvanja, održavanja, promicanja i korištenja zaštićenog područja. Iako je to upravljački dokument javne ustanove, sve pravne i fizičke osobe koje obavljaju djelatnosti u zaštićenom području dužne su se pridržavati plana upravljanja.<sup>25</sup> Prema Zakonu o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19) planom upravljanja osigurava se upravljanje parkom prirode na razdoblje od deset godina, što jednako tako vrijedi za stroge i posebne rezervate, nacionalne i regionalne parkove te značajne krajobrazne. Također, takva politika proširit će se i na područja ekološke mreže Natura 2000 koja su izvan spomenutih zaštićenih područja (Jaković & Bakan, 2021). U slučaju da novi plan upravljanja nije donesen nakon proteka deset godina, do donošenja istog javne ustanove upravljaju na temelju godišnjih programa rada.

Preostala dva akta također su važna, pri čemu se pravilnicima o zaštiti i očuvanju zaštićenog područja detaljnije uređuje zaštita i korištenje zaštićenog područja (parka prirode), dok se planovima upravljanja posjetiteljima definiraju aktivnosti kojima će se održavati ravnoteža između korištenja i zaštite područja, prioritetno osiguravajući željenu razinu zaštite i očuvanja područja, a s druge strane, nezaboravni doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja, uz pristup i koristi svim zainteresiranim dionicima (Jaković & Bakan, 2021). U nastavku se sažeto prikazuju osnovna obilježja parkova prirode kontinentalne Hrvatske.

<sup>25</sup> Zavod za zaštitu okoliša i prirode, podaci preuzeti sa: <https://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/upravljanje-zasticenim-podrucjima/dokumenti-upravljanja> (17.1.2022.)



### 3.3.2.1. Glavna obilježja turizma parkova prirode kontinentalne Hrvatske

Osnovna razlika između parkova prirode i nacionalnih parkova koji su turistički najaktivniji u Hrvatskoj leži u zakonskoj regulativi te prilikama i ograničenjima za pojedine, sukladno navedenoj regulativi. Za razliku od nacionalnih parkova koji imaju višu razinu prirodne posebnosti, odnosno rijetkosti, parkovi prirode imaju nešto slabiju atraktivnost prirodnih fenomena, ali i manja razvojna ograničenja (sukladno blažem zakonskom okviru), što im omogućuje višu razinu održivog korištenja resursa i zahvata u prostoru (Jaković et al., 2019), kao npr. ulaganja u javnu i turistička infrastrukturu, suprastrukturu itd.

U Hrvatskoj postoji dvanaest parkova prirode (Dinara je novo proglašeni park prirode od 2021. godine), od kojih je pet u kontinentalnoj regiji, a preostalih sedam je u primorskoj regiji. Bitno je naglasiti da se kontinentalna regija Hrvatske ovdje ne promatra na razini statističke jedinice, nego na razini reljefnih obilježja te u tom kontekstu obuhvaća sjeverni nizinski dio (istočnu i središnju Hrvatsku) i sjeveroistočni planinski dio Hrvatske. S obzirom na obilježja reljefa, parkovi prirode kontinentalne regije mogu se svrstati u dvije skupine (Slika 18.). Tri parka prirode pokrivaju planinska područja (Park prirode Medvednica, Park prirode Papuk i Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje), a preostala dva parka prirode su poplavno-močvarnog karaktera, naslonjena na dvije najvažnije rijeke - Park prirode Kopački rit uz rijeku Dravu te Park prirode Lonjsko polje uz rijeku Savu (Jaković et al., 2021).

Slika 18. Parkovi prirode u kontinentalnoj regiji Hrvatske



Izvor: Jaković et al. (2018), str. 23.

Unazad nekoliko godina, parkovi prirode općenito su bilježili nešto slabiju posjećenost u odnosu na nacionalne parkove, izuzev pojedinih parkova prirode koji se većinom nalaze u primorskoj regiji ili u blizini velikih gradova (npr. Park prirode Telašćica – Jadransko more i Park prirode Medvednica - Zagreb). Osnovna generalizirana obilježja parkova prirode u kontinentalnoj regiji očituju se time da se ne nalaze u blizini glavnih receptivnih destinacija (tzv. 3S destinacija), koje generiraju veliki udio posjetitelja parkovima prirode u primorskoj regiji. S obzirom na prethodno izneseno, ali uvidom u izvješća o ostvarivanju planova upravljanja godišnjih programa zaštite, očuvanja, održavanja, promicanja i korištenja parkova prirode, nije zamijećeno da turizam i posjećivanje ugrožava ekološku održivost parkova prirode. Poradi bolje usporedbe između posjećenosti parkova prirode i nacionalnih parkova te između parkova prirode kontinentalne i primorske regije, u tablici 21. prikazuje se broj posjeta za razdoblje od 2018. do 2021. godine, koje obuhvaća razdoblje prije, za vrijeme i nakon pandemije Covid-19.

Tablica 21. Broj posjeta u parkovima prirode (PP) i nacionalnim parkovima (NP) (2018. – 2021.)

Zaštićeno područje	2018	2019.	2020.	2021
NP Brijuni	171.794	152.522	74.135	165.140
NP Kornati	237.435	242.321	8.521	161.325
NP Krka	1.354.802	1.364.000	423.010	733.824
NP Mljet	145.751	148.395	37.844	90.642
NP Paklenica	144.624	144.681	64.924	109.166
NP Plitvička jezera	1.796.670	1.771.523	445.841	804.800
NP Risnjak	16.816	31.074	14.580	20.665
NP Sjeverni Velebit	30.638	21.636	19.691	32.317
PP Kopački rit	40.135	70.000	18.418	36.313
PP Lastovsko otočje	29.567	39.338	5.936	37.212
PP Lonjsko polje	17.500	18.779	4.862	9.576
PP Telašćica	124.841	123.516	49.773	93.799
PP Učka	20.000	30.000	30.000	100.000
PP Velebit	56.319	50.904	27.486	39.932
PP Vransko jezero	122.256	125.000	34.818	243.759
PP Žumberak-Samoborsko gorje	43.179	54.678	51.000	51.000

<b>PP Medvednica</b>	20.081	316.373	203.339	230.055
<b>PP Papuk</b>	7.171	52.633	45.048	69.308
<b>PP Biokovo</b>	64.484	68.000	119.453	172.000
<b>UKUPNO</b>	<b>4.444.063</b>	<b>4.825.373</b>	<b>1.678.679</b>	<b>3.200.833</b>

Izvor: Uprava za zaštitu prirode, MINGOR, prema dobivenim primarnim podacima.

U tablici 21. posebno su razdvojeni parkovi prirode od nacionalnih parkova, dok su parkovi prirode kontinentalne regije dodatno naglašeni tamnijim tonom. Bitno je istaknuti da se praćenje broja posjetitelja razlikuje među pojedinim parkovima prirode i nacionalnim parkovima, pri čemu dominiraju obrasci realno zabilježenog broja posjetitelja (prodane ulaznice, sudjelovanje na radionicama, edukacijama i drugim programima) ili zasnovanog na procjeni ili je kombinacija obaju navedenih obrazaca. U tom kontekstu, generalizirane usporedbe nisu u potpunosti relevantne, tim više jer su parkovi prirode prostorno puno veći, obuhvaćaju naselja, imaju puno više ulaza i izlaza iz parkova, prisutan je značajan broj radnika u pojedinim djelatnostima koji se kreću parkom prirode i sl.

Međutim, jedan od zaključaka koji se mogu izvesti iz priloženih podataka o broju posjetitelja, a sukladno ukupnom smanjenju broja posjetitelja u godini trajanja Covid-19 pandemije (tijekom 2020. godine) u odnosu na 2021. godinu od 65% (3.146.694 posjetitelja), činjenica je da je turizam u zaštićenim područjima u Hrvatskoj izrazito ovisan o turistima koji borave u priobalju tijekom ljetnih mjeseci (u 3S destinacijama). Svakako, ograničeno kretanje u pojedinim mjesecima tijekom 2020. također je jedan od razloga slabije posjećenosti zaštićenih područja, ali u znatno manjoj mjeri (Jaković et al., 2021).

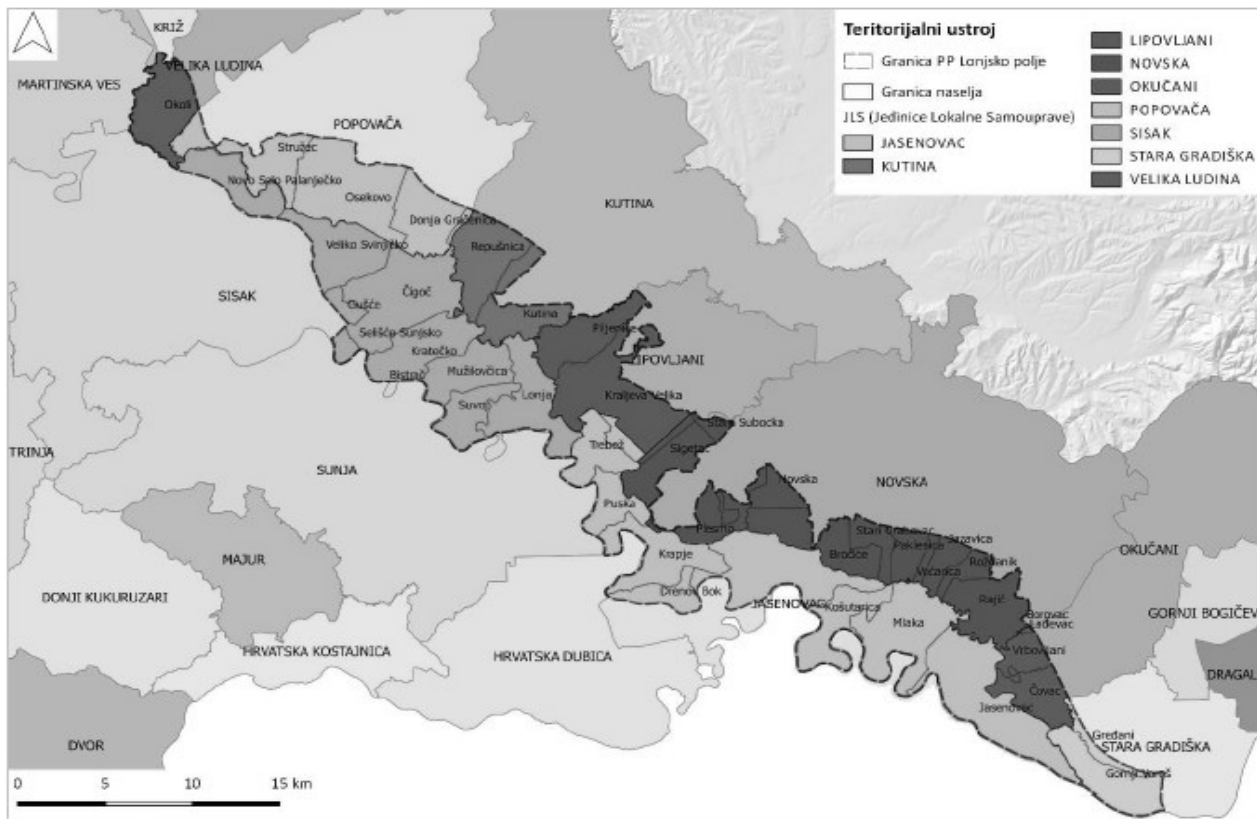
Na razini parkova prirode, generalno se mogu uočiti razlike između broja posjetitelja u kontinentalnoj i primorskoj regiji, gdje parkovi prirode primorske regije bilježe značajniju posjećenost, izuzev PP Medvednice (Grad Zagreb). Najslabija prosječna posjećenost za prikazano razdoblje (2018. – 2021.) zabilježena je u Parku prirode Lonjsko polje, međutim važno je napomenuti da se radi isključivo o broju posjetitelja koji su kupili ulaznicu ili sudjelovali u organiziranim programima, dok npr. Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje bilježi posjećenost na temelju stvarnog broja i procjene broja posjetitelja (većina je vezana uz procjenu). Na kraju se može istaknuti da su generirane posjete vezane uz aktivnosti posjetitelja koje su zajedničke za sve parkove prirode (škola u prirodi, hodanje, promatranje, fotografiranje, događaji i sl.), dok se turistički proizvodi, usluge i sadržaji, odnosno doživljaji razlikuju sukladno istaknutim reljefnim obilježjima parkova prirode (Jaković et al., 2021). U nastavku se sažeto prikazuju obilježja parkova prirode uključenih u empirijskom istraživanju.

### 3.3.2.2. Park prirode Lonjsko polje

Park prirode Lonjsko polje (PPLP) proglašen je 1990. godine s ukupnom površinom od 506 km<sup>2</sup>, od čega je oko 360 km<sup>2</sup> pokriveno poplavnim šumama, 120 km<sup>2</sup> pašnjacima i oko 6 km<sup>2</sup> poljoprivrednim zemljištem (Upravljanje sustavom posjećivanja Parka prirode Lonjsko polje, 2006). Područje PPLP-a većim je dijelom smješteno u Sisačko-moslavačkoj županiji (gradovi/općine Jasenovac, Kutina, Lipovljani, Novska, Popovača, Sisak i Velika Ludina) i manjim u Brodsko-posavskoj županiji (općine Okučani i Stara Gradiška) (Slika 19.) (Prostorni plan Parka prirode Lonjsko polje – knjiga II., 2010). Točne granice PPLP-a određene su Zakonom o proglašenju Parka prirode Lonjsko polje (NN 11/1990, članak 2.).

Područje PPLP-a smješteno je uz srednji tok rijeke Save, oko 75 km nizvodno od grada Zagreba, između Save na jugu i autoceste Zagreb – Lipovac na sjeveru, od rijeke Česme na zapadu do rijeke Struga na istoku (Studija upravljanja posjetiteljima Parka prirode Lonjsko polje, 2019). PPLP jednim dijelom graniči s Bosnom i Hercegovinom, nizinskog je tipa s nadmorskom visinom od 90 do 110 m, a po značajkama je tipično ruralno područje (Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje, 2010).

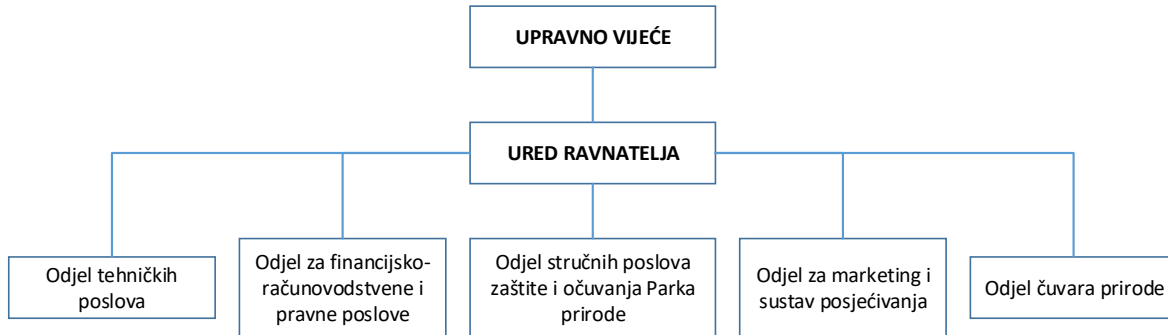
Slika 19. Položaj Parka prirode Lonjsko polje u odnosu na pripadnost JLS



Izvor: Studija upravljanja posjetiteljima Parka prirode Lonjsko polje (2019), str. 3.

PPLP-om upravlja javna ustanova na čelu s Upravnim vijećem (predsjednik i četiri člana) te ravnateljem. Organizacijska struktura Javne ustanove PPLP-a prikazana je na slici 20.

Slika 20. Organizacijska struktura Javne ustanove Park prirode Lonjsko polje



Izvor: prema Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove Parka prirode Lonjsko polje (2022)

Osim Javne ustanove koja upravlja područjem PPLP-a, na području djeluju i druge organizacije koje koriste i održavaju resurse i samo područje, poput Hrvatskih šuma, Hrvatskih voda i Agencije za vodne putove. Također, područje koriste različite neprofitne organizacije (ribolovne, lovačke, biciklističke i druge udruge) te stanovništvo područja (dominantno poljoprivreda i turizam) (Plan upravljanja Parka prirode Lonjsko polje, 2008). Prema Prostornom planu Parka prirode Lonjsko polje – knjiga I., članak 9. (2010), definirano je pet zona zaštite sukladno vrijednostima i osjetljivosti prostora, a u cilju očuvanja najvrjednijih dijelova prirode i okoliša Parka. Za svaku zonu zaštite utvrđeni su kriteriji korištenja prostora, kao i mogućnosti i način obnove postojećih i izgradnje novih građevina, te gospodarenja i postupanja u prostoru. Navedene zone su sljedeće:

- I. zona posebne zaštite
- II. zona tradicionalnog gospodarenja prostorom
- III. zona poljoprivrede na okrupnjenim i melioriranim parcelama
- IV. zona površine za razvoj naselja
- V. zona obalnog područja rijeke Save.

Posjećivanje i posjetiteljska infrastruktura dozvoljeni su u svim zonama PPLP-a, uz dobivanje suglasnosti prema posebnim propisima, pri čemu je u zoni I. moguće uspostaviti isključivo građevine namijenjene za kratko zadržavanje posjetitelja (skloništa, promatračnice, vidikovci, odmorišta i sl.), uz prethodno spomenutu suglasnost (Prostorni plan Parka prirode Lonjsko polje – knjiga I., 2010).

PPLP je 1993. godine uvršten na Ramsarski popis močvarnih područja koji uključuje i dva ornitološka rezervata: Rakitski trstik (160 ha) i Krapje dol s kolonijom žličarki (25 ha) (Upravljanje sustavom

posjećivanja Parka prirode Lonjsko polje, 2006). Nakon uključivanja na Ramsarski popis, PPLP je iste godine proglašen važnim područjem za ptice (*Important Bird Area - IBA*), s obzirom na to da na području obitava oko 250 različitih vrsta ptica, a također je od značajne važnosti za gniježđenje gotovo 140 vrsta te zimovališta i odmorišta za ptice selice. Nadalje, osnivanjem nacionalne ekološke mreže, koja je postala ekološka mreža Natura 2000, područje PPLP-a uvršteno je kao značajno područje za divlje vrste i stanišne tipove, posebno ptice (Birkić et al., 2019). Jednako tako, PPLP je najveće zaštićeno močvarno područje u Hrvatskoj i stanište za više od dvije trećine ukupne populacije ptica u Hrvatskoj, a ujedno i najveće mrjestilište riba u cijelom dunavskom porječju (Grgić et al., 2021). Štoviše, PPLP je jedno od najljepših močvarnih područja u cijelom slivu rijeke Dunava te je među najvećim aluvijalnim močvarnim područjem u cijeloj Europi (Petrović et al., 2016). Rijeka Sava koja se nekoliko puta godišnje ulijeva u ovaj prostor, a potom isparavanjem isušuje, stvorila je veliko močvarno područje koje se sastoji od Lonjskog, Mokrog i Poganovog polja (Bartoluci et al., 2017).

Pored spomenutih 250 vrsta ptica, na području PPLP-a obitavaju 58 vrsta sisavaca, 16 vrsta vodozemaca, 10 vrsta gmazova, 43 vrste vretenaca, 33 vrsta riba. Posebno vrijedne vrste ptica koje su indikator očuvanosti staništa i kulturnog krajobraza su bijela roda, crna roda, štekavac, žličarka i kosac. U tom se kontekstu ističe mjesto Čigoč zbog velikog broja gnijezda roda koja se nalaze na krovovima kuća, čime je Čigoč proglašen prvim „Europskim selom roda“ 1994. godine. Fauna parka nije u potpunosti istražena (oko 550 biljnih vrsta), pa se svake godine tijekom istraživanja naiđe na strogo zaštićenu vrstu koja do sada nije evidentirana.<sup>26</sup> Uz floru i faunu, identitet Parka čine izvorne životinjske pasmine – hrvatski posavac, hrvatski hladnokrvnjak, slavonsko-srijemsko podolsko govedo, posavska guska, posavski gonič i turopoljska svinja.<sup>27</sup>

U Studiji upravljanja posjetiteljima Parka prirode Lonjsko polje (2019) identificirano je deset glavnih skupina vrijednosti PPLP-a (nizinske poplavne šume, vlažni travnjaci, očuvane rijetke životinjske i biljne vrste, mrjestilišta riba, tradicionalni sustavi pašarenja, autohtone pasmine, autentična organizacija i tradicionalni sustav korištenja prostora, tipični krajobraz poplavnih riječnih dolina, autentična tradicijska drvena arhitektura te sačuvano bogatstvo nematerijalne kulturne baštine) temeljem kojih se PPLP od 2005. godine nalazi na pristupnoj listi za upis na Listu svjetske baštine UNESCO-a u kategoriji mješovitog dobra, prirodne i kulturne baštine, a od 2008. godine predana je i prijava za upis u istu. Na i uz samo područje Parka se nalaze i druga zaštićena područja koja su prikazana u tablici 22.

<sup>26</sup> Park prirode Lonjsko polje, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://pp-lonjsko-polje.hr/vrijednosti-parka/prirodne-vrijednosti/zivotinjski-svijet/> (4.10.2022.)

<sup>27</sup> Parkovi Hrvatske, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-lonjsko-polje> (12.10.2022.)



Tablica 22. Zaštićena područja unutar Parka prirode Lonjsko polje i uz njegovu granicu

Zaštićeno područje	Sažeti opis
<b>Ornitološki rezervat Krapje Dol</b>	Prvi ornitološki rezervat u Hrvatskoj, površine 0,25 km <sup>2</sup> , proglašen 1963. godine zbog vrijednog gnjezdišta mješovite kolonije žličarki i raznih vrsta čaplji.
<b>Ornitološki rezervat Rakita</b>	Proglašen je 1969. godine, površine 4,3 km <sup>2</sup> i nalazi se u retenciji Lonjsko polje kod sela Mužilovčica.
<b>Značajni krajobraz Sunjsko polje</b>	Proglašen je 2010. godine, površine 205 km <sup>2</sup> , s ciljem očuvanja ptica, vidre, autohtone pasmine hrvatski posavac, poplavnih šuma i travnjaka te krajobraza (graniči s Parkom)

Izvor: Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje (2010).

U PPLP-u je moguće i poželjno razvijati i poticati gospodarske aktivnosti koje su u službi razvoja tradicionalne poljoprivredne proizvodnje, sportskog i tradicijskog ribolova, seoskog, kulturnog i ekoturizma, proizvodnje tradicionalnih prehrambenih proizvoda, obrta i rukotvorstva. Tradicijsko ribarstvo na području Parka zaštićeno je kao nematerijalno kulturno dobro (Prostorni plan Parka prirode Lonjsko polje – knjiga I., 2010). U turističkom smislu, kretanje je posjetitelja slobodno unutar PPLP-a, a od prihvatnih lokaliteta ističu se četiri centra za posjetitelje (Tablica 23.).

Tablica 23. Posjetiteljski centri (PC) Parka prirode Lonjsko polje

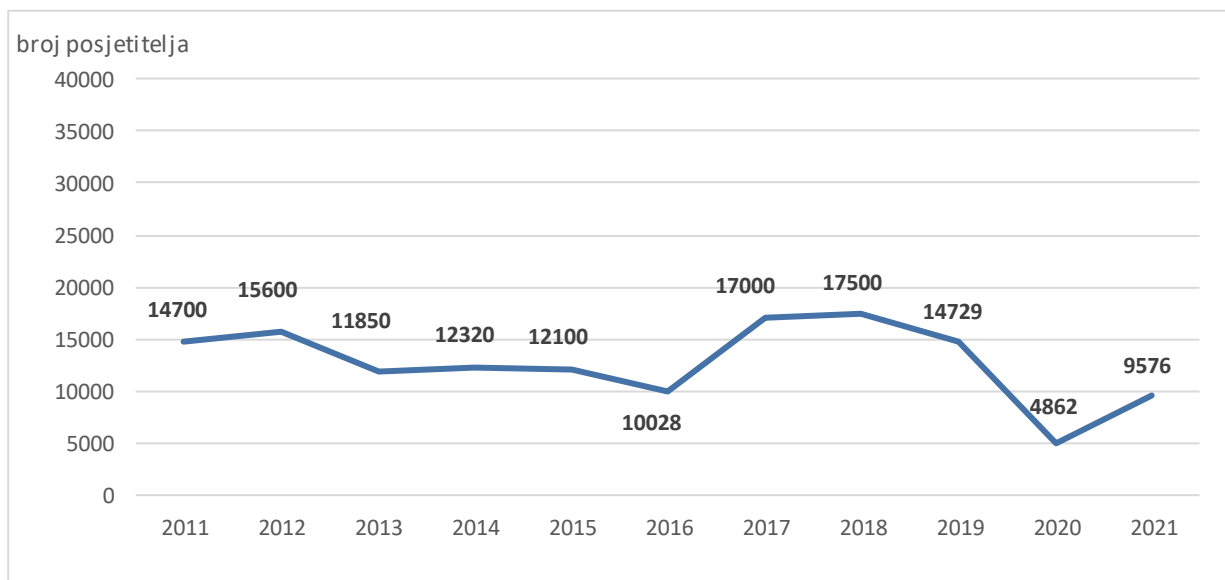
Naziv	Sažeti opis
<b>PC Čigoč</b>	Smješten je u revitaliziranoj drvenoj posavskoj kući unutar koje se nalaze mala tradicionalna stolarska radionica, suvenirnica i sanitarni dio. U centru je dostupan najam bicikala i kanua, a osigurano je i stručno vodstvo za najavljene skupine posjetitelja, za koje se često održava edukativni program Bijela roda u Čigoču.
<b>PC Krapje</b>	Smješten je u dvorištu obnovljene posavske drvene prizemnice u kojoj se nalaze mali galerijski prostor, suvenirnica, te sanitarni dio, a centar je otvoren je tijekom cijele godine uz dostupno stručno vodstvo, multimedijalne dvorane i sl. Iz uređenog dvorišta (igra, odmor) kreće pješačka „Staza graničara“, a za najavljene skupine posjetitelja održavaju se edukativni programi Krapje – selo graditeljske baštine, Posavski konj i Žličarka – ptica sa žlicom. U centru je dostupan najam bicikala i kanua.
<b>PC Crna roda Osekovo</b>	Smješten je u modernom, suvremenom arhitektonskom kompleksu u kojem se nalaze info centar, suvenirnica, prezentacijska dvorana, brojni edukativni i interaktivni interpretacijski sadržaji.

Sastoji se od edukacijskog centra u kojem su smješteni galerijski prostor, suvenirnica i sanitarni dio te multimedijalna dvorana, a osigurano je i stručno vodstvo. Za najavljene skupine posjetitelja održavaju se edukativni programi Ptica kosac, Posavski konj i Vodozemci. Iz centra kreće Košćeva staza, namijenjena pješacima, te konjičke staze, a također je dostupan najam bicikla.

Izvor: Park prirode Lonjsko polje, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://pp-lonjsko-polje.hr/za-posjetitelje/vikend-obiteljski-programi/> (13.1.2023.)

Nadalje, od aktivnosti koje su dostupne u PPLP-u ističu se biciklizam, vožnja brodom ili čamcem, promatranje životinja, obilazak poučnih staza, vođene ture, održavanje škole u prirodi, jahanje, planinarenje i sl. Od ostalih sadržaja, usluga i atrakcija, ističu se ugostiteljski i smještajni objekti, etnološke zbirke brojnih obitelji, manifestacije, atraktivna mjesta (Čigoč, Mužilovčica, Lonja, Krapje i sl.), Memorijalni muzej Spomen-područja Jasenovac itd.<sup>28</sup> Na posljetku se prikazuje kretanje broja posjetitelja za razdoblje od 2011. do 2021. godine (Grafikon 1.), koje se zasniva na broju evidentiranih posjetitelja, pri čemu se ne primjećuju značajne oscilacije, osim 2020. godine za vrijeme pandemije Covid-19.

Grafikon 1. Broj posjetitelja u Parku prirode Lonjsko polje (2011. – 2021.)



Izvor: Uprava za zaštitu prirode, MINGOR, prema dobivenim primarnim podacima.

<sup>28</sup> Službena stranica Parkovi Hrvatske, podaci dostupni na: <https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-lonjsko-polje> (12.10.2022.)



### 3.3.2.3. Park prirode Papuk

Park prirode Papuk (PPP) proglašen je 1999. godine odlukom Hrvatskog sabora o donošenju Zakona o proglašenju Parka prirode Papuk. Granice PPP-a su određene sukladno članku 2., Zakona o proglašenju Parka prirode Papuk (NN 45/1999). PPP prostorno obuhvaća veći dio planine Papuk i jednim dijelom Krndije s ukupnom površinom od 336 km<sup>2</sup> te administrativno pripada Požeško-slavonskoj županiji (općine Brestovac, Kaptol i Velika te grad Kutjevo) i Virovitičko-podravskoj županiji (općine Čačinci i Voćin te grad Orahovica) (Slika 21.). Papuk i Krndija pripadaju slavonskom gorju s nadmorskom visinom do 1000 m, koje je geografski smješteno u središtu nizinskog prostora Slavonije prosječne nadmorske visine oko 100 m, zbog čega je gorje vrlo uočljivo.<sup>29</sup>

Slika 21. Položaj Parka prirode Papuk u odnosu na pripadnost JLS



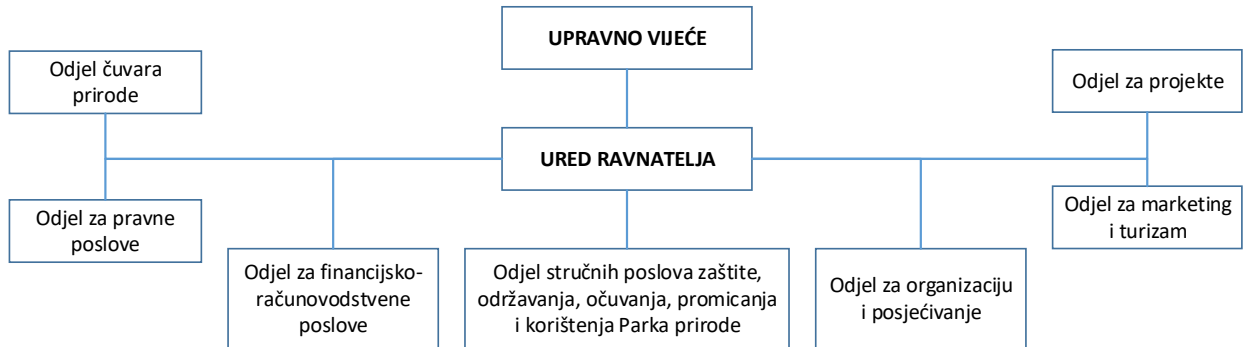
Izvor: Prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk, knjiga II., (2018)

PPP upravlja Javna ustanova koja je osnovana Uredbom Vlade RH o osnivanju Javne ustanove Park prirode Papuk (NN 96/99) na čijem su čelu Upravno vijeće (predsjednik i četiri člana) te ravnatelj. Javna ustanova PPP zadužena je za zaštitu, održavanje i promicanje zaštićenog područja s ciljem zaštite i

<sup>29</sup> Park prirode Papuk, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://www.pp-papuk.hr/o-nama/o-parku/> (25.1.2023.)

očuvanja bitnih značajki i uloge PPP-a kao prirodnog i dijelom kultiviranog područja s naglašenim estetskim, ekološkim, odgojno-obrazovnim, turističko-rekreacijskim i kulturno-povijesnim vrijednostima (Konzervatorska podloga za prostorni plan područja posebnih obilježja Park prirode Papuk, 2014). Na slici 22. prikazuje se organizacijska struktura Javne ustanove PPP.

Slika 22. Organizacijska struktura Javne ustanove Park prirode Papuk



Izvor: prema Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove “Park prirode Papuk” (2021)

Javna ustanova PPP obavlja brojne poslove, sukladno važećim zakonima i posebnim propisima (prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk – knjiga II., 2018):

- poslove neposredne zaštite i nadzora područja PPP
- stručni nadzor nad pravnim i fizičkim osobama koje obavljaju dopuštene djelatnosti u PPP
- prihvata, prijevoz, informiranje i stručno vođenje posjetitelja u PPP
- ekološku edukaciju posjetitelja PPP i lokalnog stanovništva
- poticanje, organiziranje i sudjelovanje u znanstveno – istraživačkom radu, znanstveno-stručnih skupova
- ugostiteljsku djelatnost te kupnju i prodaju robe u okviru svoje djelatnosti
- trgovina na malo suvenirima, rukotvorinama i religijskim predmetima te mjenjački poslovi
- poticanje izrade proizvoda autohtone kulture, skupljanje i izložba arheološkog ili kulturnog blaga
- poticanje razvoja tradicionalne ugostiteljske ponude - seoski turizam
- izdavačka djelatnost u okviru svoje djelatnosti i drugi poslovi.

Osim zakonskih i drugih propisa, upravljanje PPP-om zasniva se na Planu upravljanja (zadnji donesen 2010. godine). S obzirom na to da isti više nije važeći, Javna ustanova PPP u završnoj je fazi donošenja novog plana upravljanja (tijekom 2023. godine), a do donošenja istog, upravljanje se zasniva na godišnjim programima rada.

S obzirom na zakonske i podzakonske odredbe i druge akte, na području PPP-a moguće je obavljanje djelatnosti i aktivnosti od strane drugih dionika, kao i korištenje u turističko-rekreativne svrhe posjetitelja (prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk – knjiga I., 2018):

- poljoprivreda (vinogradarstvo i vinarstvo, voćarstvo, povrtlarstvo, ratarstvo, stočarstvo)
- turizam i trgovina, obrtništvo, građevinarstvo, drvna industrija, šumarstvo
- sportski i tradicijski lov i ribolov te rekreacija (planinarenje, biciklizam, jahanje, „foto safari“ i sl.
- druge vrste kompatibilnih djelatnosti koje doprinose kvalitetnom suživotu čovjeka i prirode.

Kako bi se uskladile aktivnosti između zaštite i očuvanja te održivog korištenja resursa i samog područja PPP-a, definirane su tri zone PPP-a, koje određuju mogućnosti (ograničenja), uvjete i način korištenja pojedinih dijelova (podzona) ovoga parka prirode (Tablica 24.).

Tablica 24. Zone Parka prirode Papuk

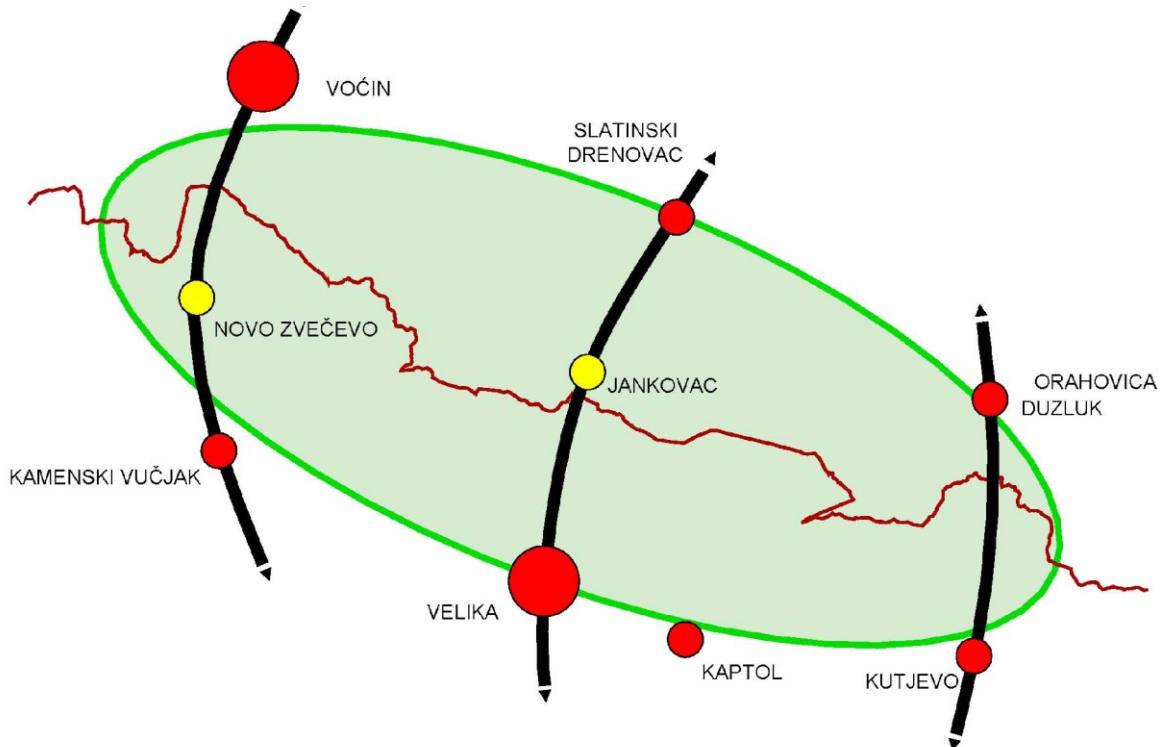
Kod zone	Zona	Podzona s kodom	Udio površine (%)	
<b>1b</b>	<b>Stroge zaštite</b>		8,43	
<b>2</b>	<b>Umjerene zaštite</b>	2a	Područja iznimne važnosti za očuvanje georazolikost	0,47
		2b	Područja iznimne važnosti za očuvanje vrsta i staništa	0,38
		2c	Zona očuvanja biorazolikosti gospodarskih šuma	86,18
		2d	Zona važna za očuvanje kulturno-povijesne baštine	/
<b>3</b>	<b>Korištenja</b>	3a	Zona naselja	0,42
		3b	Zona posjetiteljske infrastrukture	0,24
		3c	Zona poljoprivrednih površina	3,07
		3d	Zona eksploatacije	0,80
		3e	<i>Vojni objekti</i>	0,01

Izvor: Stručna podloga zaštite prirode za prostorni plan područja posebnih obilježja PP Papuk (2014)

Kako je već navedeno, osim posjećivanja, rekreacije i drugih turističkih aktivnosti, na području PPP-a dozvoljeno je i održivo korištenje resursa za potrebe šumarstva, poljoprivrede, lovstva i drugih dozvoljenih djelatnosti. Stoga, osim Javne ustanove, na području PPP-a djeluju i druge organizacije koje koriste i održavaju resurse, odnosno područje, poput Hrvatskih šuma, Hrvatskih voda, lovačkih i

ribolovnih udruga, poljoprivrednika i drugih. Također, na području PPP-a nalazi se 14 naselja, od kojih se jedno u potpunosti nalazi u parku prirode (Novo Zvečevo), a druga samo djelomično. Sukladno istaknutom korištenju resursa, uočava se multifunkcionalnost područja PPP-a, pri čemu se područjem kreću stanovnici, radnici te posjetitelji, ulazeći u područje PPP-a na jedan od glavnih (Slika 23.) i nekoliko sporednih ulaza, odnosno izlaza.

Slika 23. Glavni ulazi i naselja u/na rubnim dijelovima Parka prirode Papuk



Izvor: dio Karte sustava posjećivanja Parka prirode Papuk<sup>30</sup>

Primarna zadaća Javne ustanove je zaštita i nadzor područja PPP-a koje obiluje prirodnim, geološkim te kulturno-povijesnim vrijednostima. Poradi svoje geološke posebnosti i vrijednosti, PPP je 2007. godine postao prvi geopark u Hrvatskoj koji je ujedno postao članom Europske mreže geoparkova te UNESCO-ve globalne mreže geoparkova. Pored navedene međunarodne designacije, unutar PPP-a se nalaze i druga pojedinačna zaštićena područja, odnosno lokaliteti (Tablica 25.).

<sup>30</sup> Prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk, korišten dio dokumentacije je preuzet sa: [https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Prostorno/Planovi/PPPPPapuk/PPPPapuk-JR//06\\_Sustav\\_posjecivanja\\_PP.pdf](https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Prostorno/Planovi/PPPPPapuk/PPPPapuk-JR//06_Sustav_posjecivanja_PP.pdf) (13.2.2023.)

Tablica 25. Zaštićena područja unutar Parka prirode Papuk

Zaštićeno područje	Sažeti opis
<b>Posebni rezervat šumske vegetacije Sekulinačke planine</b>	Proglašen je 1966. godine, površine 10,99 ha, ističe se dobro očuvanom šumom bukve i jele stare oko 150 godina prašumskog tipa koje se nalaze na nadmorskoj visini od 740 do 820 m, a kojih je kao takvih ostalo vrlo malo na Papuku pa je područje iznimno važno za bioraznolikost zbog starosti šume.
<b>Spomenik prirode Rupnica</b>	Proglašen je 1948. godine kao prvi geološki spomenik prirode, površine 0,5 ha, koji je jedinstven lokalitet u Hrvatskoj, ali i svijetu gdje je izraženo stubasto lučenje albetskog riolita i stvaranje pravilnih četverostranih i šesterostranih prizmatskih stupova.
<b>Spomenik prirode Stanište tisa na Papuku</b>	Proglašen 2005 godine, površine 0,081 ha (utjecajno područje 0,72 ha), predstavlja posljednje prirodno stanište tise na Papuku koje rastu kao grmovi, starosti su od 10 do oko 100 godina, od kojih se dva primjerka izdvajaju kao viša stabla.
<b>Spomenik prirode Hrastovi u Djedovici</b>	Proglašen je 2004. godine na temelju dva hrasta kitnjaka procijenjene starosti oko 420 do 500 godina s visinom od oko 33 m. Specifičnost ovih hrastova je da rastu u panonskoj šumi bukve i jele, u kojoj hrastovi kitnjaci nemaju ekološki najbolje uvjete.
<b>Park šuma Jankovac</b>	Proglašena je 1955. godine, površine 640,01 ha, smještena u gorskoj dolini na sjevernim obroncima na nadmorskoj visini od 475 metara, a koju čine pet biljnih zajednica kao većinu vegetacije, od kojih se izdvajaju šume obične bukve s bekicom i hrasta kitnjaka s bekicom i to kao najveći cjeloviti kompleks starih šuma u Parku prirode. Područje se dodatno ističe tipičnim krškim fenomenima, ponikvama promjera 10 - 40 m, izvorima, špiljama (grob grofa Jankovića i Maksimova špilja) te slapom „Skakavac“ gdje se uz pomoć sedrotvornih mahovina i algi tijekom nekoliko tisuća godina oblikovala se 30 metarska sedrena barijera.

Izvor: Stručna podloga zaštite prirode za prostorni plan područja posebnih obilježja PP Papuk (2014)

Nadalje, u PPP-u se nalaze pojedine rijetke i posebne vrste koje su i dio ekološke mreže Natura 2000, kao i ostale prirodne, geološke i kulturno-povijesne atrakcije i cjeline, od kojih se dio prikazuje u tablici 26.

Tablica 26. Temeljne vrijednosti Parka prirode Papuk

Skupina	Cjelina
<b>Priroda</b>	travnjaci (gušter ivanjski rovaš, leptir močvarni plavac, kačun – orhideja i sl.)
	rijeke, potoci i jezera (žuta perunika, potočne pastirve, riječni rak i sl.)
	šume (13 vrsta šumskih zajednica, ptice, krupna i sitna divljač, gljive, lišaji i sl.)
	podzemlje (špilje, jame, ponori, šišmiši, troglobionske vrste račića iz roda Niphargus).
<b>Geologija</b>	različite vrste stijena (magnetske, sedimentne i metamorfne)

<b>Kulturno povijena baština</b>	arheološka nalazišta, stari gradovi i srednjovjekovne utvrde (Ružica grad, Kamengrad, Voćinski stari grad) crkve, manastir, papučki staklari i sl.
----------------------------------	--

Izvor: Park prirode Papuk, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://www.pp-papuk.hr/o-nama/> (14.2.2023.)

Iako se proglašenjem PPP-a pridonosi povećanju značaja svih vrijednosti, područje PPP-a je i prije samog proglašenja bilo aktualno mjesto za izletnike, planinare, lovce, izviđače i druge. Međutim, zahvaljujući iznimnim prirodnim i antropogenim vrijednostima, PPP je pogodan za razvoj turizma koji se temelji na geološkim značajkama (spilje, stjenjaci, vidikovci, kanjoni, geopunktovi), vodama (jezera, slapovi), biljnom i životinjskom svijetu (šume, botaničke staze i rezervati, sitna i krupna divljač), kulturno-povijesnim atrakcijama (arheološka nalazišta, stari gradovi, crkve, staklane), turističkim događajima (festivali, planinarske ture), slikovitim krajobrazima i vizurama, sportsko-rekreacijskim objektima (skijališta, planinarski domovi, toplice, bazeni, stijena za slobodno penjanje, paragliding uzletišta, biciklističke staze) (Plan upravljanja Parka prirode Papuk, 2010). Od turističkih i ostalih posjetiteljskih sadržaja, na području PPP-a ističu se pješačko-planinarske staze (uključujući i poučne), posjetiteljski centri, kamp, adrenalinski park, smještajni kapaciteti i drugi sadržaji disperzirani na nekoliko mjesta i lokaliteta (Tablica 27.).

Tablica 27. Posjetiteljska infrastruktura i sadržaji Parka Prirode Papuk

Mjesto/ lokalitet	Posjetiteljska infrastruktura	Usluge	Ugostiteljstvo/ smještaj	Ostali sadržaji u/ ili u blizini mjesta
<b>Velika</b>	PC Kuća Panonskog mora, učionica na otvorenom, trg geoparkova	obilazak centra, edukativni programi <i>geocaching</i> , suvenirnica,	privatni iznajmljivači i ugostitelji, OPG-ovi, kamp odmorište Duboka	
<b>Dolina potoka Dubočanka i Lapjak</b>	Adrenalinski park Duboka, kamp Duboka, poučna staza Lapjak	škola u prirodi, najam bicikla, stručno vodstvo	trenutno nema ugostiteljskih sadržaja	planinarske i biciklističke staze, penjalište, Stari grad, bazeni
<b>Turjak – Pliš – Mališćak</b>	Botanička poučna staza Turjak s poučnim pločama	stručno vodstvo za grupe	-	

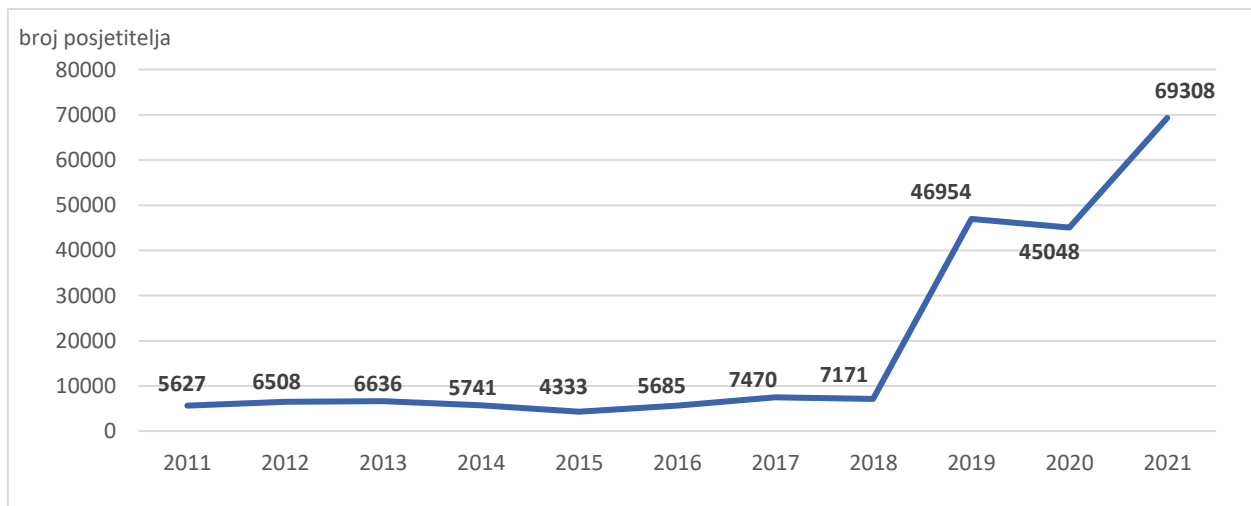
	Geološka			
<b>Zvečevo</b>	informacijska točka Zvečevo, poučna ploča na travnjaku	edukativni programi	privatni smještaj i vikend naselje	
<b>Park-šuma Jankovac</b>	Izletište Jankovac, info točka Jankovac, grofova poučna staza, geološki stup	edukativni programi, najam bicikala i kanua, geocathing, manifestacije	Planinarski dom Jankovac (restoran i smještaj)	planinarske i biciklističke staze Sekulinačke planine, Drenovačka utvrda Klak
<b>Slatinski Dreanovac</b>	u planu centar za posjetitelje, staza do Jankovca	u planu radionice na bazi zdravog života	privatni smještaj	
<b>Voćin</b>	Geo-info centar u Voćinu, Bazilika Pohodjenja BDM	edukativni programi, obilazak centra, kafeterija, suvenirnica	privatni smještaj, lovačke kuće	Spomenik prirode i poučna staza Stari hrastovi, utvrda Kamengrad Sekulinačke planine, planinarske i biciklističke staze
<b>Rupnica</b>	geološka poučna staza Rupnica s poučnim pločama i platoima za razgled	edukativni programi, specijalizirani geološki program Rupnikova geološka škola	-	
<b>Trešnjevica</b>	poučne ploče u napuštenom kamenolomu			
<b>Kaptol</b>	poučne ploče ispred Starog grada	obilazak	-	blizina sadržaja u Velikoj i Kutjevu
<b>Kutjevo</b>	kutjevački povijesni kompleks, vinogorje, vinarije i kušaonice	obilazak, kušanje vina	privatni iznajmljivači i ugostitelji, smještaj u hotelu	vidikovac Petrov vrh
<b>Ružica grad i Orahovica</b>	poučna staza i utvrda Ružica, vidikovac Petrov vrh, Manastir Sv. Nikole	edukativni programi, obilazak, stručno vodstvo	privatni iznajmljivači i ugostitelji, smještaj u hotelu	jezero, penjalište, biciklističke i planinarske staze, konjička staza

Izvor: prema Studiji upravljanja brojem posjetitelja s akcijskim planom upravljanja posjećivanjem u Parku prirode Papuk (2020 – 2029)

S obzirom na prethodno istaknuto te uvidom o ostalu dokumentaciju PPP-a, uočavaju se brojne okolišne vrijednosti područja, kao i intenzivnije ulaganje u posjetiteljsku infrastrukturu u posljednjih nekoliko

godina. To je pridonijelo kvalitetnijem boravku posjetitelja na području PPP-a te značajnijem rastu posjećenosti nakon 2018. godine (Grafikon 2.), a posljedično povećanju prihoda od naplaćivanja ulaznica za novostvorene sadržaje (npr. Geo-info centar) ili postojeće lokalitete (npr. Jankovac). Praćenje posjećenosti PPP-a provodi Javna ustanova, koja je do 2018. godine posjećenost evidentirala temeljem broja sudionika u organiziranim programima u ponudi, dok se od 2018. godine uvodi naplaćivanje ulaznice i praćenje broja posjetitelja za najposjećeniji lokalitet – park-šumu i izletišta Jankovac, a od 2019. godine, kada se otvara Adrenalinski park i kamp Duboka, prati se i broj posjetitelja kroz naplatu ulaznica ili korištenje navedenih sadržaja (Studija upravljanja brojem posjetitelja s akcijskim planom upravljanja posjećivanjem u Parku prirode Papuk, 2020 – 2029). Otvorenjem Geo-info centra u Voćinu početkom 2022. godine, započinje i praćenje broja posjetitelja temeljem broja prodanih ulaznica za navedeni lokalitet. Na grafikonu 2 prikazan je broj posjetitelja za razdoblje od 2011. do 2021. godine.

Grafikon 2. Broj posjetitelja u Parku prirode Papuk (2011. – 2021.)



Izvor: Uprava za zaštitu prirode, MINGOR, prema dobivenim primarnim podacima.

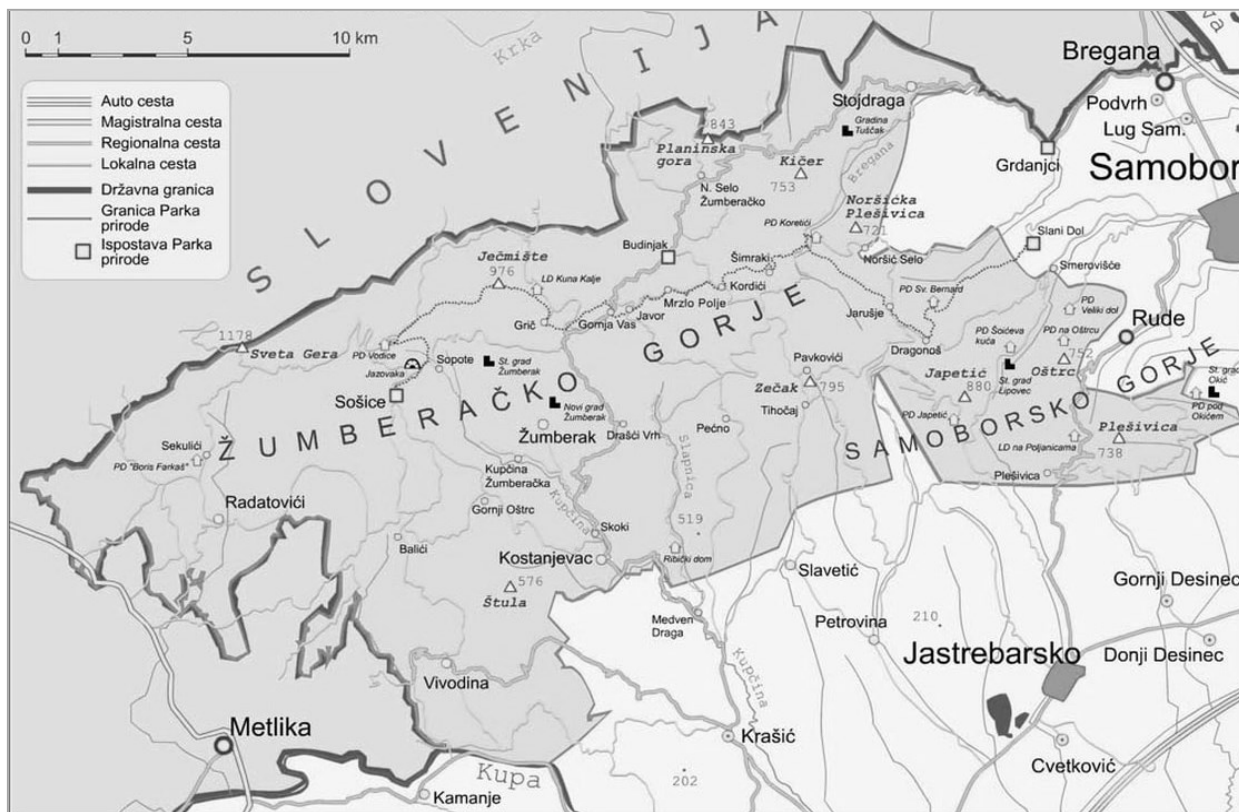
Pretpostavlja se da je broj posjetitelja značajnije veći od zabilježenog, s obzirom da se veliki broj posjetitelja ne može evidentirati ako ne kupe ulaznicu na nekom od lokaliteta. Evidentiranje svih posjetitelja gotovo je nemoguće i teško održivo, budući da postoji veći broj ulaza za dolazak posjetitelja (jednako kao i stanovnika i radnika), a kretanje posjetitelja u PPP-u je slobodno, izuzev u zoni stroge zaštite gdje je posjećivanje kontrolirano i ograničeno, isključivo korištenjem dostupne posjetiteljske infrastrukture.



### 3.3.2.4. Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje

Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje (PPŽSG) proglašen je oko mjesec dana nakon proglašenja Parka prirode Papuk 1999. godine, donošenjem odluke Hrvatskog sabora o proglašenju Zakona o proglašenju Žumberka i Samoborskog gorja parkom prirode (NN 58/1999). Područje PPŽSG-a obuhvaća brdsko-planinsko područje južne strane Žumberačke gore i Samoborskog gorja s ukupnom površinom od 333 km<sup>2</sup> te visinskom razlikom od 180 m.n.v. u dolini rijeke Kupe do 1178 m.n.v. na vrhu Sveta Gera (Akcijski plan Eco karst, 2019). PPŽSG karakterizira spoj obilježja Dinarida (krški reljef), Alpa (strmi i oštri planinski grebeni) i Panonske nizine (blaga, valovita pobrđa) (Plan upravljanja okolišem za edukativno posjetiteljski centar Budinjak, 2012). PPŽSG se nalazi u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske uz granicu sa Slovenijom, a prostire se na području Zagrebačke županije (općine Klinča Sela, Krašić i Žumberak te gradovi Jastrebarsko i Samobor) i Karlovačke županije (grad Ozalj) (Slika 24.) (Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, knjiga I., 2014).

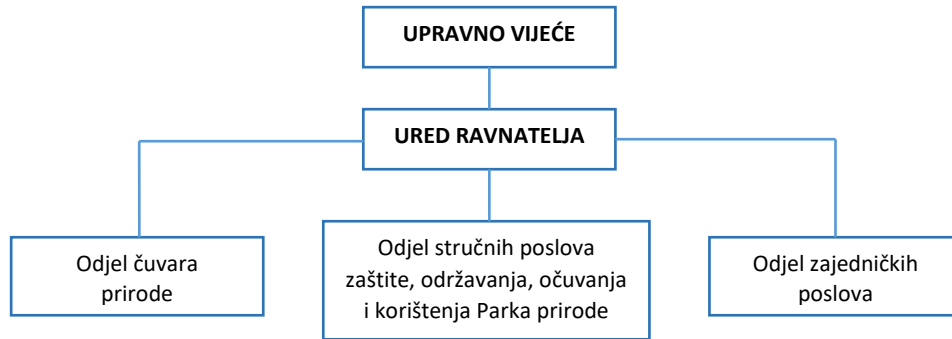
Slika 24. Položaj Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje u odnosu na naselja



Izvor: Dinarsko gorje, preuzeto sa: <https://www.dinarskogorje.com/c12-grupa-381umberak--gorjanci.html> (30.1.2023.)

Upravljanje PPŽSG-om započinje osnivanjem Javne ustanove u rujnu 1999. godine Uredbom Vlade RH o osnivanju Javne ustanove „Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje“ (NN 96/1999), čija je struktura definirana prema važećem Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove „Park prirode Žumberak - Samoborsko gorje“ (2022). Organizacijska struktura Javne ustanove PPŽSG prikazana je na slici 25.

Slika 25. Organizacijska struktura Javne ustanova Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje



Izvor: prema Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove „Park prirode Žumberak - Samoborsko gorje“ (2022)

Javna ustanova obavlja poslove zaštite, održavanja i promicanja vrijednosti PPŽSG-a te poslove osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara, nadzora uvjeta i provođenja mjera zaštite prirode na području, kao i aktivnosti prikupljanja podataka i praćenja stanja vrijednosti PPŽSG-a (Plan upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026). Sukladno zakonskim i podzakonskim propisima, na području PPŽSG-a također je dozvoljeno održivo korištenje resursa i područja, kako od strane Javne ustanove, tako i od drugih organizacija (Hrvatske šume, lovačka, planinarska i ostala udruženja) te lokalnog stanovništva (fizičke i pravne osobe), radnika i posjetitelja. Prema Prostornom planu Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, knjiga I. (2014), u PPŽSG-u su dopuštene djelatnosti i aktivnosti koje ne ugrožavaju bitna obilježja i ulogu područja te ne utječu nepovoljno na vrijednosti prostora, pri čemu se gospodarski objekti smještaju unutar građevinskih područja naselja, a iznimno izvan njih. Stoga, u PPŽSG-u su dozvoljene sljedeće aktivnosti:

- poljoprivreda, šumarstvo, građevinarstvo i drvna industrija
- ribogojilišta i uzgoj rakova, sportski i tradicijski ribolov te lov
- turizam i rekreacija (seoski, ekoturizam i vjerski turizam)
- trgovina, obrtništvo i druge vrste djelatnosti koje se mogu uklopiti u prostor PPŽSG-a.

Javna ustanova je također zadužena nadzirati korištenje resursa i samog područja u komercijalne svrhe od strane drugih dionika, vodeći brigu da se ne ugrožava temeljna svrha PPŽSG-a. Kao i kod drugih područja, ravnoteža između zaštite i korištenja prostora PPŽSG-a regulirana je prostornim planovima te zoniranjem područja. U tom kontekstu, razlikuju se tri zone s pripadajućih pet podzona (Tablica 28.).

Tablica 28. Zone Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje

Kod zone	Zona	Podzona s kodom	Udio površine (%)
1	Stroge zaštite		0,21
2	Umjerene zaštite	2a područje Jarak	0,71
		2b značajne prirodne cjeline	86,91
		2c značajne kulturne cjeline	2,08
3	Korištenja	3a naselja	10,08
		3b aktivna eksploatacijska polja	0,003

Izvor: Plan upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026, str. 75.

U zoni stroge zaštite nisu dopuštene nikakve aktivnosti, izuzev znanstvenog istraživanja i monitoringa stanja te strogo ograničeno i kontrolirano posjećivanje. Zbog osjetljivosti ekosustava te potencijalno značajno negativnog utjecaja nekontroliranog posjećivanja, u ovoj zoni su smještena područja pod posebnom zaštitom (Tablica 29.), kao i svi geolokaliteti, nalazišta fosila i rijetkih stijena (Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, knjiga I. (2014). U preostalim zonama je dozvoljeno održivo korištenje, s primarnim naglaskom na turizam, rekreaciju i edukaciju posjetitelja i lokalnog stanovništva.

Tablica 29. Zaštićena područja unutar Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje

Zaštićeno područje	Sažeti opis
<b>Značajni krajobraz</b>	proglašen 1964. godine, područje iznimne krajobrazne i biološke raznolikosti, na kojem
<b>Slapnica kod Krašića</b>	se nalaze slapovi, špilje, krška vrela i sedrene barijere
<b>Posebni rezervat šumske vegetacije Japetić</b>	proglašen 1975. godine, površine 26,27 ha, područje jedinstvene i reprezentativne prirodne vrijednosti u kojem se nisu obavljali nikakvi šumsko-uzgojni ili drugi radovi posljednjih 45 godina
<b>Park šuma Okić grad s okolicom</b>	proglašena 1970. godine, termofilna šuma izrazite krajobrazne i biološke raznolikosti namijenjena isključivo posjećivanju, odmoru i rekreaciji

Izvor: Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://www.pp-zumberak-samoborsko-gorje.hr> (1.2.2023.)

Osim navedenih posebno zaštićenih područja, u PPŽSG-u se nalazi značajan broj prirodnih vrijednosti, od kojih se izdvajaju 14 stanišnih tipova, 985 vrsta i 48 podvrsta flore te 193 vrste faune (Studija upravljanja posjetiteljima za potrebe projekta "Posjetiteljski centar Sošice", 2020). Svojim se vrijednostima od flore ističu blagajev likovac, crveni likovac, lovorasti likovac, kranjski ljiljan, brojne vrste kačuna, više vrsta sirištara, tisa, samoborska grmotulja i mala sapunika, dok se kod faune ističe krupna divljač, poput srna, divljih svinja i jelena, a povremeno se uočavaju ris, vuk i medvjed (Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, knjiga II., 2014) te sitna divljač, ptice, gmazovi i druge pojedine skupine i vrste. U tablici 30. nalazi se sažeti pregled osnovnih vrijednosti područja, uključujući i kulturno povijesne resurse.

Tablica 30. Osnovne vrijednosti Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje

Skupina	Sažeti opis
<b>Priroda</b>	vode (848 registriranih izvora, preko, 260 stalnih ili povremenih vodotoka bujičnog karaktera i kratkih ponornica, 164 lokve i 5 slapa itd.).
	flora (1033 svojte biljnih vrsta, travnjaci, šume, vlažne/zamočvarene livade, ravni cretovi, gljive itd.).
	fauna (13 vrsta sisavaca, 11 vrsta šišmiša, 114 vrsta ptica, 32 vrste riba/3 strogo zaštićene, 12 vrsta gmazova, 11 vrsta vodozemaca itd.).
	speleologija (oko 150 lokaliteta - špilje, ponikve, udoline, ponornice, ponori i spilje).
<b>Geologija</b>	različite vrste stijena i površinskih slojeva (trijaski dolomiti, jurski i kredni vapnenci, magmatske stijene, fliš, lapor, pješčenjaci).
<b>Krajobraz</b>	strmi i oštri planinski grebeni, valovita pobrđa, strme i duboko usječene doline, zaravnjena polja, livade itd.).
<b>Kulturno-povijesna baština</b>	oko 30 arheološka nalazišta, srednjovjekovni gradovi i utvrde, mlinovi, rimokatoličke i grkokatoličke crkve, kapelice i samostan, etografske zbirke, tradicijska arhitektura itd.).

Izvor: prema Planu upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026

Ulaz u PPŽSG-u definiran je s obzirom na zone odakle posjetitelji dolaze (s područja Ozlja, Jastrebarskog, Krašića, Klinča Sela, Samobora i Republike Slovenije) (Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, knjiga I., 2014). Na području PPŽSG-a postoji 77 ulaza, od čega je 6 glavnih: Gabrovica, Plešivica, Čunkova Draga, Vivodina - Krmačina, Novo Selo Žumberačko i Sveta Gera (Plan upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026), kojima se pristupa s istočne strane PPŽSG-a kroz naselje Grdanjci, zatim s južne strane kroz naselja Plešivica i Medven Draga te sa zapadne strane kroz naselje Kamanje, dok veliki broj posjetitelja dolazi iz smjera grada Samobora prema

popularnim planinarskim domovima (Studija upravljanja posjetiteljima za potrebe projekta "Posjetiteljski centar Sošice", 2020). Što se tiče turizma i ugostiteljstva, Prostornim planom Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, knjiga I., (2014) predviđene su sljedeće aktivnosti:

- planinarenje, ugostiteljstvo, seoski turizam, pješačenje i rekreacija
- lov, rad u lovištu te korištenje lovačkih domova i foto safari
- brdski biciklizam, ugostiteljstvo, planinarenje te stručne, obrazovne i informativne posjete
- vinogradarstvo, vinski podrumi i vinske ceste uz pažljiv odnos prema travnjacima
- vožnja kajakom, kanuom i rafting na rijeci Kupi
- ribolov na rijeci Kupi, potocima i ribogojilištima u skladu s uvjetima vodnog gospodarstva.

Od svih dozvoljenih aktivnosti, najzastupljenije su biciklizam, pješačenje, planinarenje, sportsko penjanje, *paragliding*, jahanje, sanjkanje te lov i ribolov. U nastavku se prikazuju dostupni sadržaji za pojedine aktivnosti, kao i atrakcije PPŽSG (Tablica 31.).

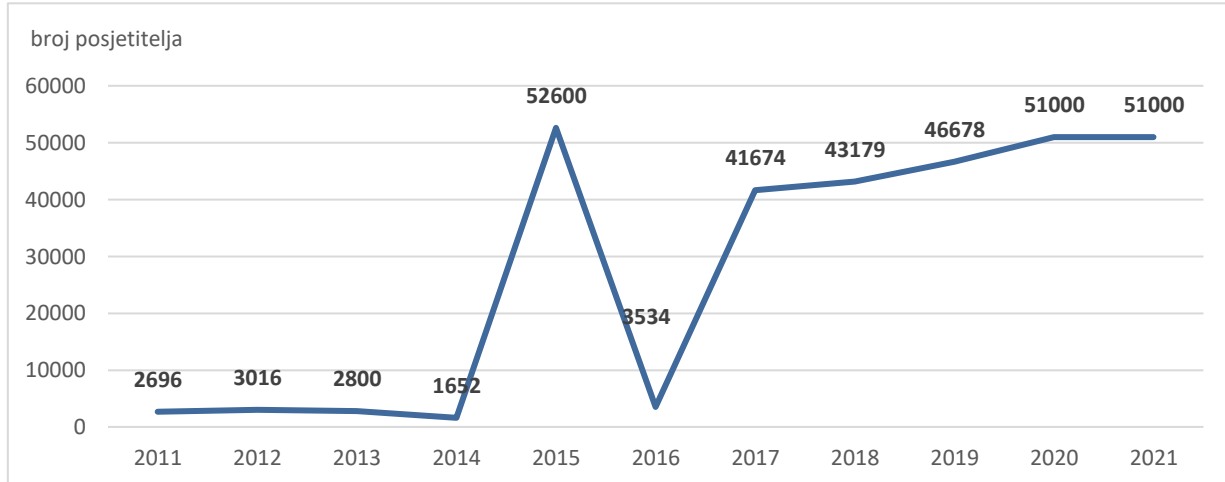
Tablica 31. Glavne aktivnosti i lokaliteti Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje

Aktivnost/ atrakcija	Sadržaji/usluge
<b>Planinarenje</b>	planinarske staze (88) s različitim razinama zahtjevnosti i fizičke spremnosti, stručno vodstvo itd.
<b>Biciklizam</b>	Na raspolaganju je šest biciklističkih staza, kombinirane podloge (asfalt/makadam), najam bicikala i opreme (električnih u Eko-centru Budinjak).
<b>Paraglajding i letenje</b>	dva uzletišta – Japetić (duže i prostranije, pogodno za početnike) i Plešivica (dolazi se planinarskim putem, namijenjeno fizički spremnijim posjetiteljima s iskustvom)
<b>Poučne staze</b>	četiri sadržajno i programski različite staze usmjerene na arheologiju, voćnjake, vinogradarstvo, vivodinski kraj ili krški reljef
<b>Škola u prirodi</b>	Programi se tiču tema poput snalaženja u prostoru, meteorologije, zaštite prirode, upoznavanje šumskog staništa i sl., namijenjene osnovnoškolcima i jedan je namijenjen za predškolsku dob.
<b>Eko-centar Slani Dol</b>	informativni centar u kojem se nalazi prostor za održavanje predavanja, radionica i okruglih stolova, pješačka i biciklistička staza
<b>Eko-centar Budinjak</b>	poučna staza, najma električnih bicikla i prateće opreme, suvenirnica, sanitarni dio, uređeni okoliš s infrastrukturom za odmor (natkrivena vanjska terasa, klupe)
<b>PC Sošice</b>	multimedijalni interpretativni postav, konferencijsku dvoranu, poučne staze, stručno vodstvo

Izvor: Parkovi Hrvatske, podaci preuzeti sa službene web stranice: <https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-zumberak-samoborsko-gorje> (2.2.2023.)

Osim navedenih aktivnosti i atrakcija, popularne lokacije su: planinski vrhovi Japetić i Sveta Gera, zatim Cerinski vir, Slapnica, Plešivički obronci, penjališta (Okić, Terihaji i Oštrc), stari gradovi (Okić i drugi), pojedini lokaliteti i naselja (Sošice, Budinjak, Mrzo polje) te pojedine manifestacije (Tisućljeća kulinarstva, Košnja kao nekad za sutra i sl.). Od turističko-ugostiteljskih objekata, na području se nalazi devet planinarskih domova sa smještajem niže kategorije (uglavnom dostupni vikendom uz prethodnu najavu), a koji zadovoljavaju profile najčešćih posjetitelja (planinari, biciklisti i ljubitelji prirode). U pojedinim ugostiteljskim objektima, od ukupno osam koji pružaju usluge hrane i pića, moguće je i prenoćiti, dok je u Eko-selu Žumberak dostupna aktivnost jahanja konja (Studija upravljanja posjetiteljima za potrebe projekta "Posjetiteljski centar Sošice", 2020). U parku trenutno nema objekata za kampiranje (Akcijski plan Eko karst, 2019). Budući da se PPŽSG-u može pristupiti korištenjem brojnih cesta/putova, praćenja točnog broja posjetitelja nije moguće te se evidencija ukupnog broja posjetitelja zasniva na procjeni. Međutim, Javna ustanova primjećuje veću frekvenciju posjetitelja u PPŽSG, gdje je osim domaćih, sve veći broj i stranih posjetitelja (Plan upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026). Posjećenost PPŽSG-a za razdoblje od 2011. do 2021. prikazana je u grafikonu 3.

Grafikon 3. Broj posjetitelja u Parku prirode Žumberak – Samoborsko gorje (2011. – 2021.)



Izvor: Uprava za zaštitu prirode, MINGOR, prema dobivenim primarnim podacima.

S obzirom na prikazanu posjećenost za promatrano razdoblje, uočava se da je broj posjetitelja u razdoblju od 2011. do 2014. godine, kao i 2016. godine značajno niži u odnosu na preostale godine. Glavni razlog nesrazmjera su različiti pristupi praćenja broja posjetitelja, gdje se prvi (manji broj) zasniva na evidentiranim posjetiteljima, a drugi na procjeni broja posjetitelja, ali i činjenica da broj posjeta kontinuirano raste iz godine u godinu. U nastavku rada pristupa se empirijskom istraživanju.

## 4. VAŽNOST TURISTIČKIH RESURSA U ODRŽIVOM TURIZMU

Održivi turizam tumači se kao složeni pristup koji prije svega zahtjeva optimalno korištenje resursa destinacije i uključenost što većeg broja različitih dionika kako bi se kontinuirano i dugoročno mogli generirati željeni pozitivni učinci i koristi za sve strane. Polazište razvoja turizma u destinaciji predstavljaju resursi (prirodni ili antropogeni), koji su osnova za stvaranje proizvoda i pružanje usluga, a na drugoj strani mogu biti atraktivni faktori koji svojim posebnostima privlače posjetitelje te imaju značajnu ulogu u kreiranju nezaboravnih doživljaja za koje se pokazalo da pozitivno utječu na zadovoljstvo, *onsite* i post potrošačke namjere posjetitelja. Iako je turizam dominantno ovisan o resursima i njihovoj kvaliteti, na primjeru masovnog turizma najbolje se može vidjeti da taj isti turizam često, ali i dalje u mnogim destinacijama ugrožava pa i uništava te iste resurse bez kojih njegov razvoj nije moguć. Stoga se smatra značajnim i opravdanim razumjeti percepciju važnosti pojedinih resursa o kojima ovisi održivi razvoj turizma, kako s aspekta dionika koji stvaraju ponudu, a još važnije s aspekta posjetitelja koji konzumiraju iste kao turističke proizvode i usluge, odnosno kroz turističke doživljaje. Za očekivati je da će percepcija utjecati na stavove, a stavovi na ponašanje i preferencije pri angažiranju, upravljanju te korištenju i konzumaciji resursa, ovisno o kojem je dioniku riječ. U nastavku se prikazuju važnost samih resursa u održivom turizmu te percepcija važnosti resursa u održivom turizmu turističkih destinacija s aspekta potražnje, odnosno posjetitelja.

### 4.1. DEFINICIJA, KLASIFIKACIJA I VAŽNOST RESURSA ZA ODRŽIVOST TURIZMA

Resursi se u ekonomiji promatraju kao oni elementi iz okoliša koji su iskoristivi za različite svrhe s ciljem zadovoljenja određenih potreba ljudi. U turističkom smislu, resursi se mogu promatrati kao svi atributi, dobra, vrijednosti ili pojave određenog prostora (okoliša) koji mogu biti predmet turističkog korištenja, odnosno koji se mogu iskoristiti za zadovoljenje potreba ponude i potražnje. Takvi resursi nazivaju se turističkim resursima te u najširem smislu tumačenja predstavljaju ukupnost dobara i preduvjeta za razvoj turizma na nekom prostoru. Budući da se u literaturi uočavaju djelomične podudarnosti, ali i različita tumačenja i interpretacije turističkih resursa, njihovog obuhvata i klasifikacije, u nastavku se sažeto prikazuje predmetna tematika.



#### 4.1.1. Pojmovno određenje i klasifikacija turističkih resursa

Turistički resursi često se promatraju kao oni koji prije svega mogu zadovoljiti potrebe, želje i interese posjetitelja te pružatelja usluga, ali i stvoriti nove vrijednosti i doprinijeti blagostanju lokalne zajednice i društva u cjelini. Usporedno s iznesenim, Holden (2000) turističke resurse promatra kao skup prirodnih, ljudskih i institucionalnih inputa koje turistička industrija obrađuje kako bi zadovoljila potrebe turista generirajući pritom nove inpute u smislu ekonomskih koristi i mogućnosti te promjena u kulturnom i fizičkom okruženju destinacije. Poradi boljeg razumijevanja obuhvata turističkih resursa, u tablici 32. nalazi se pregled odabranih definicija.

Tablica 32. Odabrane definicije turističkih resursa

Autori	Definicija
<i>He et al., (2023)</i>	Turistički resursi uglavnom se odnose na turističke atrakcije i usluge, ali i ekološke resurse koji paralelno mogu osigurati prirodne prostore za turističke atrakcije i usluge te prihvatiti negativne učinke uzrokovane turističkim aktivnostima posjetitelja.
<i>Tsartas i Sarantakou (2017)</i>	Turistički resursi su prirodne i umjetno stvorene atrakcije, infrastruktura, usluge i uvjeti koji privlače turiste u neko područje i mogu pridonijeti formuliranju turističke destinacije.
<i>Tsartas et al., (2015)</i>	Turistički resursi mogu se definirati kao oni čimbenici koji omogućuju stvaranje turističkog iskustva i uključuju kulturu, okoliš i infrastrukturu.
<i>Maksin (2012)</i>	Turistički resursi raspoloživa su prirodna i kulturna dobra određenog prostora koja svojim atraktivnim svojstvima poticajno djeluju na turističko kretanje zadovoljavanjem širokog spektra turističkih potreba.
<i>Sharpley (2005)</i>	Turistički okoliš, odnosno resursi mogu se definirati kao niz prirodnih, antropoloških, ekonomskih, društvenih, kulturnih, povijesnih, arhitektonskih i infrastrukturnih čimbenika koji predstavljaju osnovu na kojoj su nacijepljene turističke djelatnosti i koja se time iskorištava i mijenja obavljanjem turističkog poslovanja.
<i>Kušen (2002)</i>	Turistički resursi sva su slobodna sredstva nekog područja koja se mogu privesti korisnoj svrsi u turizmu.

Izvor: autor prema dostupnoj literaturi

S obzirom na to da se turistički resursi nalaze u okolišu određenog prostora, često se poistovjećuju s okolišem te se za turističke resurse koristi i pojam turistički okoliš (Mason, 2020; Sharpley, 2005), za koji se može reći da obuhvaća fizičke i kulturne attribute okoliša destinacije (Holden, 2005b), odnosno u



smislu genetike prirodne (koje je priroda stvorila) i antropogene (koje su stvorili ljudi) (Gjorgievski et al., 2013; Maksin, 2012, Bilen, 2011; Knežević, 2008). U tablici 33. prikazuju se osnovne skupine prirodnih i antropogenih (društvenih) turističkih resursa.

Tablica 33. Klasifikacija prirodnih i društvenih turističkih resursa

Opća podjela	Skupina	Tipovi
<b>Prirodni</b>	klimatski	klima, insolacija, oborine, vjetrovi, vlažnost, temperatura itd.
	geomorfološki	planine i planinski lanci, vulkani, kanjoni, špilje, vrtače itd.
	hidrografski	oceani, mora, jezera, rijeke, vodopadi, gejziri, termalne vode itd.
	biogeografski	biljni i životinjski svijet.
	pejzažni	nizinski, planinski, primorski, pustinjanski.
<b>Društveni</b>	kulturno-povijeni	ostaci prethodnih civilizacija, spomenici, urbanističke cjeline itd.
	etnosocijalni	Narodne nošnje, igre, pjesme i običaji, kulinarske vještine itd.
	umjetnički	likovno, glazbeno, kazališno stvaralaštvo, muzeji, galerije itd.
	manifestacijski	dogadjaji, obrazovne i obrazovno rekreacijske aktivnosti itd.
	ambijentalni	prostorne cjeline koje je stvorio čovjek – luke, marine, trgovi itd.

Izvor: prema Bilen (2011), str. 132.

Pored klasifikacije prema podrijetlu (prirodni i društveni), turistički resursi mogu se razlikovati s obzirom na materijalnost (materijalni ili nematerijalni), pokretljivost (pokretni ili nepokretni) (Navarro, 2015), obnovljivost (obnovljivi i neobnovljivi) (Telfer & Hasimoto, 2006) te postojanost (privremeni i trajni). Da bi pojave, objekti i elementi bili turistički resursi, moraju imati privlačno obilježje koje omogućuje zadovoljenje potreba posjetitelja, odnosno sadržavati barem jedan atraktivan atribut, a sukladno kojem se turistički resursi klasificiraju na rekreativne, kuriozitetne, istaknute i estetske. Ako se razmatraju s aspekta djelovanja, odnosno učinka atraktivnosti, razlikuju se rekreacijski i kulturni resursi (Hladkyi, 2021; Gjorgievski et al., 2013). Nadalje, ovisno o atraktivnim svojstvima prostora ili objekata, turistički resursi mogu se valorizirati kao kompleksni, samostalni i komplementarni (Maksin, 2012; Štetić, 2012).

Neovisno o širokom spektru različitih klasifikacija, pojedini turistički resursi mogu se svrstati u više prethodno istaknutih kategorija. Paralelno s time, isti turistički resurs može se koristiti za različite turističke svrhe, odnosno privlačiti posjetitelje s različitim motivima putovanja te nekad biti primarni, a nekad komplementarni turistički sadržaj.

U okviru domaćih istraživanja, posebnu pozornost turističkim resursima daje Kušen, pri čemu naglasak stavlja na turističke atrakcije za koje smatra da su temeljni (primarni) turistički resursi. Pored primarnih,

Kušen (2002) još razlikuje ostale izravne te neizravne turističke resurse (Kušen, 2017; Kušen, 2010; Knežević, 2008; Kušen & Tadej, 2003, Kušen, 2001). Pripadnost pojedinoj skupini prethodno istaknute klasifikacije turističkih resursa je prikazana u tablici 34.

Tablica 34. Klasifikacija turističko resursne osnove

Vrsta turističkog resursa	Pojavni oblici turističkih resursa
Temeljni turistički resursi	realne turističke atrakcije potencijalne turističke atrakcije.
Ostali izravni turistički resursi	turističko-ugostiteljski objekti i prateći turistički sadržaji turistički kadrovi i turistička educiranost lokalnog stanovništva turističke zone, lokaliteti i destinacije turistička organiziranost i turističke agencije sustav turističkog informiranja i promotivni materijali turistička atraktivnost susjednih destinacija.
Neizravni turistički resursi	očuvani okoliš i kvaliteta prostorne organizacije geoprometni položaj i prometna povezanost komunalna infrastruktura i objekti društvenog standarda oblikovanje objekata, vanjskih uređaja i zelenih površina mirnodopsko stanje i politička stabilnost i ostali resursi.

Izvor: prema Kušen (2010), str. 413.

Prema Kušenu (2001), sve turističke atrakcije turistički su resursi, ali svi turistički resursi nisu turističke atrakcije. Pojam turistički resurs u tom slučaju može postati sinonim za potencijalne turističke atrakcije, dok se pojam turistička atrakcija koristi kada se govori o realnim turističkim atrakcijama. Može se zaključiti da su ključne komponente baze turističkih resursa zapravo turističke atrakcije koje određuju strukturu konačnog turističkog proizvoda (Kušen & Tadej, 2003) te su najsnažniji čimbenici privlačenja posjetitelja u destinaciju (Ram et al., 2016). Ostale komponente predstavljaju komplementarne turističke resurse koji u kombinaciji s drugim poprimaju višu razinu atraktivnosti (Bilen, 2011).

Unutar skupine ostalih izravnih turističkih resursa, grupirani su svi turistički resursi kojima upravlja ili su pod značajnim utjecajem turističke industrije, dok se neizravni turistički resursi odnose na sve resurse o kojima turistička industrija ovisi, ali na koje nema veliki utjecaj. Turistički resursi u smislu realnih turističkih atrakcija, suprastrukture i infrastrukture određuju realni turistički proizvod, dok ostali turistički resursi (izravni i neizravni te potencijalne turističke atrakcije) određuju vrstu i strukturu mogućeg razvoja

turizma unutar destinacije (Kušen, 2017). Međutim, s obzirom na ekološke, društvene, tehnološke i druge trendove koji obilježavaju turističku potražnju, određeno turistički nerazvijeno područje koje ima potencijalne turističke atrakcije može ubrzano postati atraktivna i perspektivna destinacija, usprkos nepostojanju ili nedostatku komplementarnih resursa za razvoj turizma (adekvatne infrastrukture i suprastrukture). Putovanja u netaknuta i udaljena područja dosljedan su primjer aktiviranja turistički neaktivnih područja. Kao primjer se mogu navesti destinacije (lokaliteti) koje su u okviru pustolovnog turizma aktivirane od strane entuzijastičnih pojedinaca (Buckley, 2006) kroz tzv. privatne ekspedicije, gdje su posljedičnim dijeljenjem iskustva (društveni mediji i sl.) lokalitet i/ili resurse učinili poznatim.

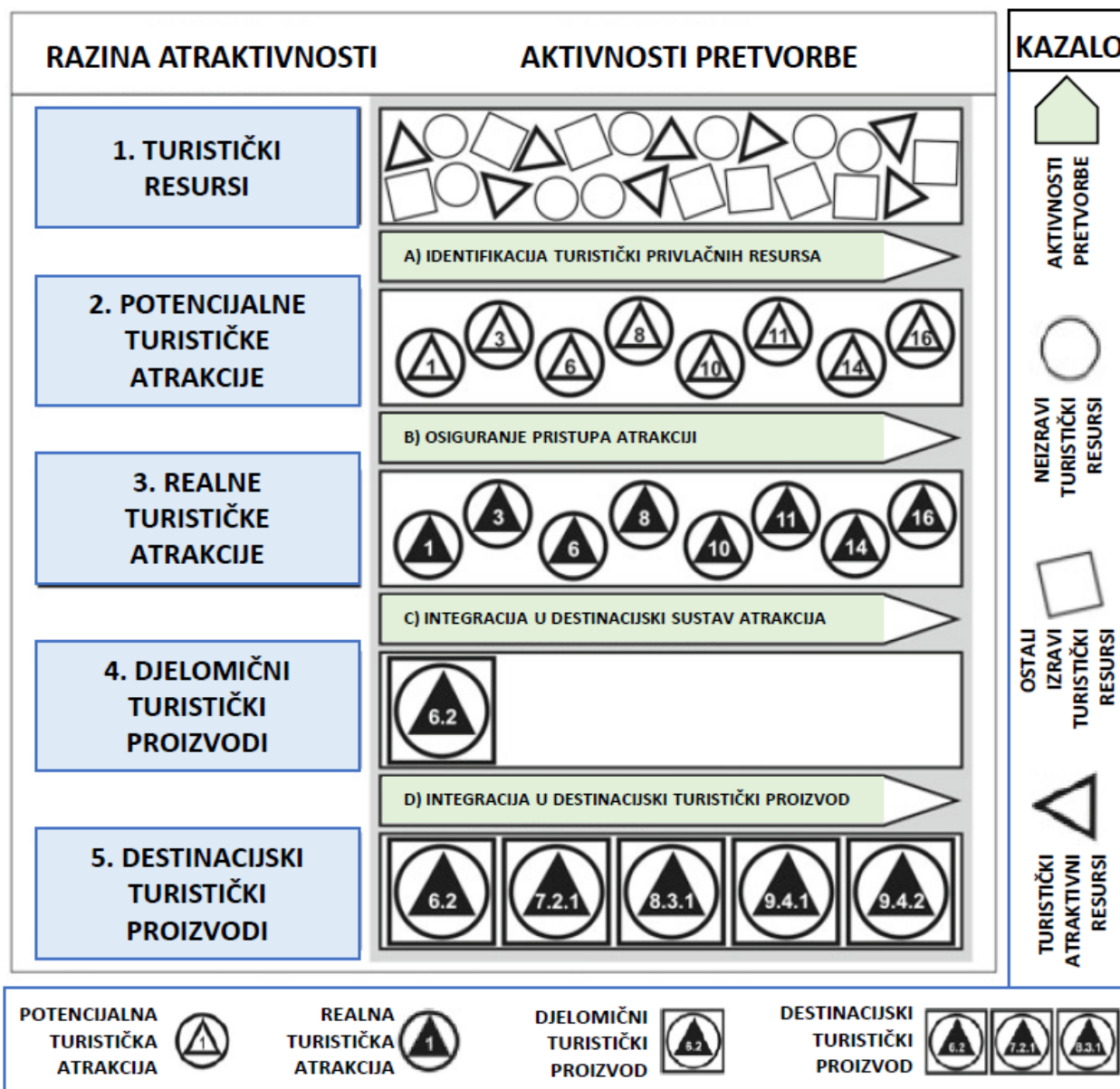
#### 4.1.2. Prilagodba turističkih resursa za turističko tržište

S obzirom na to da turistički resursi kao sirovina nemaju sposobnost privlačenja posjetitelja, potrebno ih je prilagoditi kako bi postali turističke atrakcije (Arnandis-i-Agramunt, 2019). Proces pretvaranja resursa u atrakciju odvija se u dvije faze - najprije resurs treba učiniti poznatim, a zatim omogućiti njegovo posjećivanje. Razlikuju se minimalna konverzija, što znači učiniti resurs poznatim kroz identificiranje, procjenu i širenjem informacija (tzv. prepoznate atrakcije) te sofisticirana, koja podrazumijeva pružanje sadržaja i/ili razvoj narativa i aktivnosti, čak i stvaranje potpuno nove atrakcije (tzv. pretvorene i stvorene atrakcije) (Navarro, 2015). Konverzijska funkcija turizma omogućuje komodifikaciju mnogih resursa koji se izvan turizma ne mogu pretvoriti u proizvod koji stvara prihod. Bitno obilježje komodifikacije resursa u turizmu je zadržavanje njihovog izvornog stanja, pod uvjetom da se slijede postulati održivog turizma. U tom slučaju, korištenje većine prirodnih resursa neće rezultirati njihovim iscrpljivanjem, dok se korištenje sociokulturnih resursa održava adekvatnim upravljanjem i konzervatorskim praksama koje se najčešće financiraju prihodima od turizma kao rezultat njihove komodifikacije (Kušen, 2017).

Pored materijalnih resursa, u turizmu se komodificiraju i neopipljivi fenomeni i vrijednosti u prostoru (impozantnost krajolika, autentičnost lokalne kulture i sl.), koji zahtijevaju održivo korištenje i upravljanje kako se ne bi umanjila njihova turistička vrijednost (npr. devastacija vizualnog izgleda prirodnog prostora) ili čak ugrozila opstojnost (tradicija i običaji stanovništva). U suštini, Kušen (2010) ističe da se održivim upravljanjem i korištenjem resursa u turizmu povećava njihova izvorna vrijednost, iako to često ovisi o ponašanju turističkog tržišta. Također, navodi kako je većina tih resursa čvrsto povezana s lokacijom (ne mogu se premještati) te se komodifikacijom mogu stvoriti visoko vrijedni unikati s turističkom rentom koja se na tržištu pojavljuje kao dio ukupne vrijednosti turističkih proizvoda i usluga u koje je ugrađena i njihova cijena, a vrlo se rijetko pojavljuju kao samostalno dobro s cijenom. U nastavku

je sažeto prikazan proces komodifikacije turističkih resursa u konačni turistički proizvod, s obzirom na faze atraktivnosti i utjecaj aktivnosti konverzije, odnosno pretvorbe (Slika 26.).

Slika 26. Proces komodifikacije turističkih resursa u destinacijske turističke proizvode



Izvor: Kušen (2017), str. 145.

Sukladno Kušenovom pristupu konverzije resursa u turističke proizvode (Slika 26.), He et al. (2023) također navode da prostor mora posjedovati turističke resurse u kontekstu turističkih atrakcija (prirodne i antropogene) i turističkih usluga (od ugostiteljstva i popratnih sadržaja do infrastrukture), da bi se

stvorili turistički proizvodi te prostor postao turistička destinacija. Dodatno naglašavaju i ulogu ekoloških, kompleksnih resursa (šume, močvare, prirodni rezervati,) koji paralelno mogu osigurati prirodne prostore za turističke atrakcije i usluge te prihvatiti negativne učinke uzrokovane turističkim aktivnostima posjetitelja. Uočava se da su turizmu potrebni brojniji i raznovrsniji resursi u odnosu na druge djelatnosti, zbog čega turizam zahtjeva specifičnu resursnu potporu u procesu stvaranja i pružanja određenog turističkog proizvoda posjetiteljima (Agzamov et al., 2021).

#### 4.1.3. Resursi zaštićenih područja

Područja s visokovrijednim prirodnim resursima, kao što su oceani, jezera, slapovi, planine, jedinstvena flora i fauna, krajobrazna ljepota i drugi atraktivni prirodni resursi zaštićenih područja, privlače mnogobrojne posjetitelje koji traže emocionalne i duhovne veze s prirodom (Belsoy et al., 2012). Resursi zaštićenih područja izrazito su značajni za održivi turizam zaštićenih područja, s obzirom na to da su motivi posjetitelja za posjetom istih dominantno vezani uz njihove izuzetno atraktivne prirodne resurse koji u najvećoj mjeri utječu na razinu turističkog doživljaja i zadovoljstvo posjetitelja. Eagles (2001) ističe da se zaštićena područja, napose nacionalni parkovi, percipiraju kao područja iznimno vrijedne prirodne baštine s kvalitetnom pratećom turističkom infrastrukturom (Wall-Reinius & Fredman, 2007).

Kim et al. (2019) istaknuli su da je važno razumjeti prostornu zastupljenost posjetitelja, odnosno identificirati gdje i zašto posjećuju zaštićena područja, kako bi se utvrdili privlačni resursi te se procijenile koristi i prikladnost pojedinih turističkih aktivnosti u zaštićenom području. U studiji koja je imala za cilj utvrditi lokacije i resurse koji se posjećuju u Nacionalnom parku Tarutao (Tajland) korištenjem Flickr geo-označenih fotografija, identificirane su žarišne točke visoke posjećenosti s obzirom na promatrane skupine resursa zaštićenog područja – prirodni resursi, kulturni resursi i preteći turistički sadržaji. Rezultati studije pokazali su da prirodni resursi najviše, a prateći turistički sadržaji najmanje privlače posjetitelje s obzirom na gustoću/ učestalost posjećivanja u prostoru (Kim et al., 2019).

Neovisno o tome zbog čega će posjetitelji odabrati i posjetiti zaštićeno područje (samostalne atrakcije, krajolik, događaji, sadržaji ili kombinacija više njih), svi resursi međusobno su povezani te doprinose turističkom doživljaju i zadovoljstvu posjetitelja, a način na koji se njima upravlja ne utječe samo na posjetitelje, već i na stanovnike te na resurse, također. Posjetitelji i zajednica domaćina dijele turističke resurse zaštićenih područja koji za njih imaju određenu vrstu ekonomske i neekonomske vrijednosti, a kojima je potrebno održivo upravljati kako bi se osigurala dobra kvaliteta i dostupne količine svima, sada i u budućnosti (Telfer & Hashimoto, 2006). Dakle, održavanje zdravog i atraktivnog okoliša ključno je za

dugoročni uspjeh turizma te društveni i gospodarski razvoj (Sharpley, 2009), jer turistički resursi predstavljaju temeljni element turističkog doživljaja (Sharpley, 2005), koji kao atraktivni atributi imaju sposobnost inspirirati i privući posjetitelje u destinaciju (Navarro, 2015), a posljedično generirati koristi i doprinijeti poboljšanju kvalitete života lokalne zajednice i zemlje domaćina (Neto, 2003).

U situacijama kada su turistički resursi nedovoljno iskorišteni ili suprotno od toga - preopterećeni turističkim korištenjem, turizam ne može učinkovito poduprijeti društveno-ekonomski razvoj (He et al., 2023). U slučaju nedovoljnog korištenja resursa zaštićenog područja smanjuju se potencijalne koristi za lokalnu zajednicu i samo područje, poput otvaranja novih radnih mjesta, promicanja i komercijalizacije lokalnih proizvoda i kulture, porasta prihoda i kvalitete života lokalnog stanovništva, minimaliziranja migracija lokalnog stanovništva, promicanja očuvanja prirodnih resursa te senzibiliziranja lokalnog stanovništva i posjetitelja o zaštiti okoliša. U situacijama preopterećenosti resursa zaštićenog područja (neadekvatno upravljanje, neodgovorno ponašanje i preveliki broj posjetitelja i sl.), dolazi do devastacije prostora i krajobraza prekomjernim stvaranjem nove infrastrukture i sadržaja za posjetitelje, porasta potrošnje vode, energije, stvaranja otpada, promjena ekosustava te unosa invazivnih vrsta biljaka i životinja, gubitka tradicionalnih navika (teški rad do besposlice), porasta prostitucije i prometa narkoticima, više šumskih požara i porasta cijena dobara i usluga itd. (Belsoy et al., 2012).

Jovanović (2020) ističe da nije dovoljno samo posjedovati resurse, s obzirom da resurs sam po sebi nije iskoristiv ili je djelomično iskoristiv u turizmu, nego ih treba održivo koristiti, pri čemu je posebno važno razumjeti da pretjerano unaprjeđenje turističkih resursa dovodi do uništavanja istih koji su neophodni za daljnji održivi razvoj turizma (Rodríguez et al., 2008). Briassoulis (2002) ističe da bi prilagodljivo upravljanje resursima, koje obuhvaća široko sudjelovanje, lokalno znanje, kontinuirani nadzor, fleksibilan dizajn politike i čestu reviziju praksi upravljanja, trebalo dovesti do uspostavljanja režima održivog upravljanja i korištenja resursa. Održivo upravljanje i korištenje resursa u turizmu zaštićenih područja može se interpretirati kao sposobnost angažiranja i optimalnog korištenja resursa, kako bi se zadovoljile potrebe sadašnjih posjetitelja i društvene zajednice, uz mogućnost korištenja istih resursa za potrebe budućih generacija posjetitelja i zajednice. Takvo postupanje s resursima zaštićenih područja preduvjet je optimizacije razvojnog potencijala turizma, jer se u suprotnom pridonosi njihovom potencijalnom smanjenju, degradaciji ili uništavanju, tim više jer su značajno osjetljivije naravi (Sharpley, 2009).

Kako se baza turističkih proizvoda na globalnoj razini kontinuirano širi stvaranjem novih, sve više različitih resursa (društvenih, kulturnih i okolišnih) koristi se u turizmu, uključujući i one osjetljivije i ugrožene koji su pod određenom vrstom zaštite. U takvim okolnostima raste broj studija koje se fokusiraju na različite modele održivog upravljanja i korištenja resursima, tim više jer se upravljanje resursima razlikuje između

destinacija – ne postoje dvije destinacije koje dijele resurse iste vrste i osjetljivosti, koje isto provode upravljačke odluke, imaju ista ograničenja itd. (Telfer i Hashimoto, 2006). Takvi istraživački pristupi zasigurno će doprinijeti integralnom i učinkovitom upravljanju resursima kako bi se sve ekonomske, društvene i estetske potrebe mogle zadovoljiti uz očuvanje kulturne cjelovitosti, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i uvjeta temeljnih za život sadašnjih i budućih generacija (Sgroi, 2020).

Wehrli et al. (2011) identificirali su set atributa (resursa) koji su važni za održivi turizam:

- dobra usluga javnog prijevoza do i iz destinacije, favoriziranje duljih boravka turista iz udaljenih mjesta u destinaciji
- očuvanje prirode, korištenje obnovljivih izvora energije, optimalno i učinkovito korištenje resursa (vode, energenata, materijala za gradnju), smanjenje otpada i adekvatno gospodarenje otpadom
- pružanje lokalnih proizvoda po adekvatnim cijenama, uključivanje lokalne zajednice u turizam i omogućavanje stjecanja prihoda i poslova koji su bolje plaćeni
- upoznavanje i doprinos unaprjeđenju lokalne kulture, minimalni pritisci na lokalno stanovništvo i njihovu kulturu te uvažavanje potreba i tradicije lokalnog stanovništva
- jačanje lokalne ekonomije, pružanje većeg broja raznovrsnih proizvoda, usluga i sadržaja.

Po završetku razmatranja predmetne tematike, može se konstatirati da su turistički resursi temelj turističkih aktivnosti i doživljaja posjetitelja te osnovni preduvjeti razvoja određenog turističkog prostora (Xie i Ma, 2021), koji posjeduje prirodnu, sociokulturnu i ekonomsku dimenziju (Sharpley, 2005).

Održivim upravljanjem i optimalnim korištenjem turističkih resursa zaštićenih područja povećava se njihova vrijednost te se osiguravaju održive koristi svim uključenim dionicima u turizmu, ostavljajući iste mogućnosti i za buduće generacije. Brojna su područja u okviru kojih se može doprinijeti jačanju održivosti turizma, kako na razini pojedinih specifičnih prostora (lokaliteta, destinacija), proizvoda, doživljaja ili pojedinih resursa, tako i u okviru drugih specifičnih područja (nadogradnja postojećih ili stvaranje novih pristupa i sl.). U nastojanju da se doprinese jačanju održivosti turizma, koncepti poput percepcije, stavova, preferencija, zadovoljstva, namjera ponašanja i njihovi međusobni utjecaji od značajne su važnosti pri ispitivanju dionika u kontekstu održivog korištenja i upravljanja turističkim resursima. U tom smislu, opravdanim se smatra doprinositi boljem razumijevanju percipirane važnosti turističkih resursa iz perspektive zajednice domaćina (percepcija stanovništva, javnog/privatnog sektora), a posebno iz perspektive posjetitelja koji iste ocjenjuju u smislu kvalitete, doživljaja, zadovoljstva, ali i vrijednosti za novac, pokazujući tako i razinu spremnosti plaćanja za pojedine turističke resurse kao dio doživljaja. Stoga se u nastavku rada razmatra percepcija važnosti resursa za održivost turizma destinacije iz perspektive posjetitelja, kao dionika o kojem dominantno ovisi održivost turizma.



## 4.2. PERCEPCIJA VAŽNOSTI RESURSA IZ PERSPEKTIVE POSJETITELJA

Održivi turizam je široko područje koje obuhvaća brojne elemente turističkog sustava poput održivog korištenja i očuvanja turističkih resursa (vode, zraka, krajolika, zemljišta, biljnog i životinjskog svijeta i sl.); politike javnog sektora (regulativa, planiranje, financiranje); prakse rada turističkih organizacija i industrije (nabava, gospodarenje otpadom, energetska učinkovitost, inicijative za održivi turizam i dobrovoljni angažmani, pravila ponašanja, veza s lokalnom zajednicom, politike zapošljavanja i sl.); uloge lokalne zajednice (raspodjela koristi od turizma, stupanj „kontrola“ nad turizmom) te posjetitelja (stavovi i ponašanje te uvažavanje pitanja okoliša) (Swarbrooke, 1999). Dakle, na jednoj je strani sveukupnost turističkih resursa, a na drugoj su strani dionici koji koriste resurse te stvaraju ravnotežu između koristi i šteta (troškova). Svaki dionik, a posebno lokalna zajednica i posjetitelji, na različite načine koriste turističke resurse kako bi zadovoljili svoje potrebe, što za posljedicu ima različite učinke (prema resursima i među dionicima).

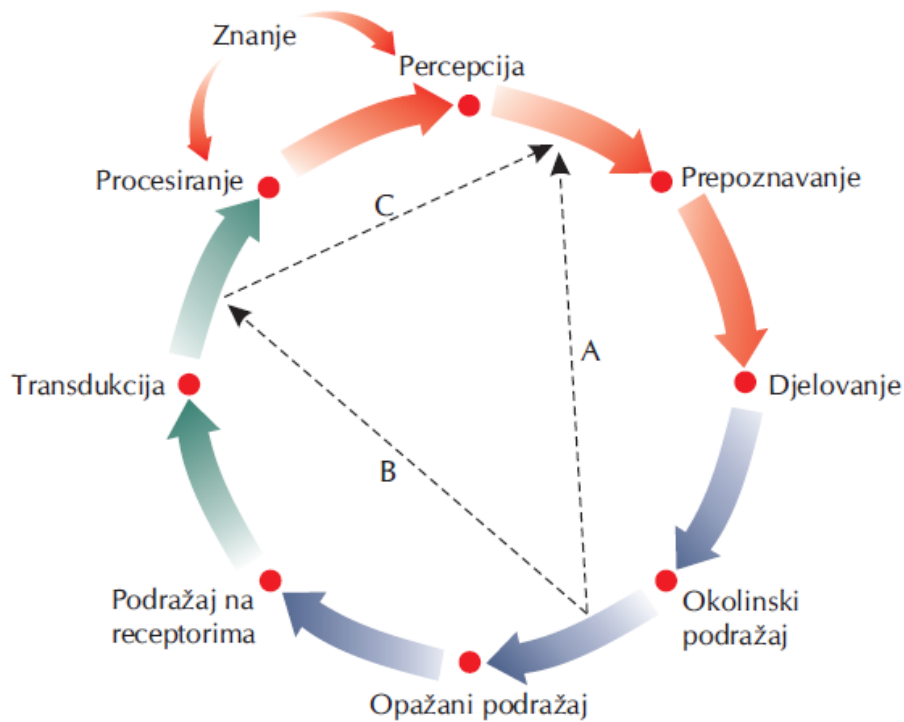
U literaturi se pokazalo da su percepcija, stavovi, očekivanja, preferencije, zadovoljstvo, ponašanje, namjere ponašanja i drugi koncepti od značajne važnosti pri ispitivanju dionika i nastojanju da se doprinese održivosti turizma. Xu & Fox (2014) navode da će potpora održivom turizmu od strane posjetitelja ovisiti o njihovoj percepciji okoliša, jer će način korištenja resursa iz okoliša biti posljedica njihove percepcije. Stoga je potrebno razumjeti kako posjetitelji percipiraju okoliš koji se odnosi na sve resurse, uključivo i čovjeka i to s različitih aspekata (važnosti, dostupnosti, korisnosti resursa i sl.).

U najužem smislu, percepcija pojedinaca može se definirati kao primanje i obrada informacija iz okoline (Dorwart et al., 2004). Prema definiciji Hrvatske enciklopedije, percepcija se odnosi na proces kojim se zamjećuje i opaža objektivna realnost i to utjecajem fizikalnih procesa iz okoline na osjetila, pri čemu se stječu informacije o svojstvima predmeta, događaja, pojava, bića itd. Usprkos tome što se percepcija odnosi na doživljaj okruženja, ona zapravo ovisi o psihološkim, fiziološkim i fizikalnim čimbenicima, funkcionalnom stanju osjetila i samog organizma, dok na perceptivni doživljaj značajno utječu psihološki čimbenici poput motivacije, očekivanja, stavova, emocija i sl.<sup>31</sup> U suštini, percepcija je složeni proces koji se sastoji od niz faza unutar tzv. perceptivnog procesa. Mnoge faze unutar procesa nisu dostupne svijesti te se odvijaju bez napora tijekom percipiranja nečega od strane pojedinca. Na slici 27. prikazane su faze procesa poredane u krug kako bi se istaknula dinamičnost procesa i kontinuiranost promjena, pri čemu plave strelice označavaju podražaje, zelene procesiranje, a crvene perceptivnu reakciju (Goldstein, 2011).

<sup>31</sup> Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=47529> (23.2.2022.)



Slika 27. Faze perceptivnog procesa



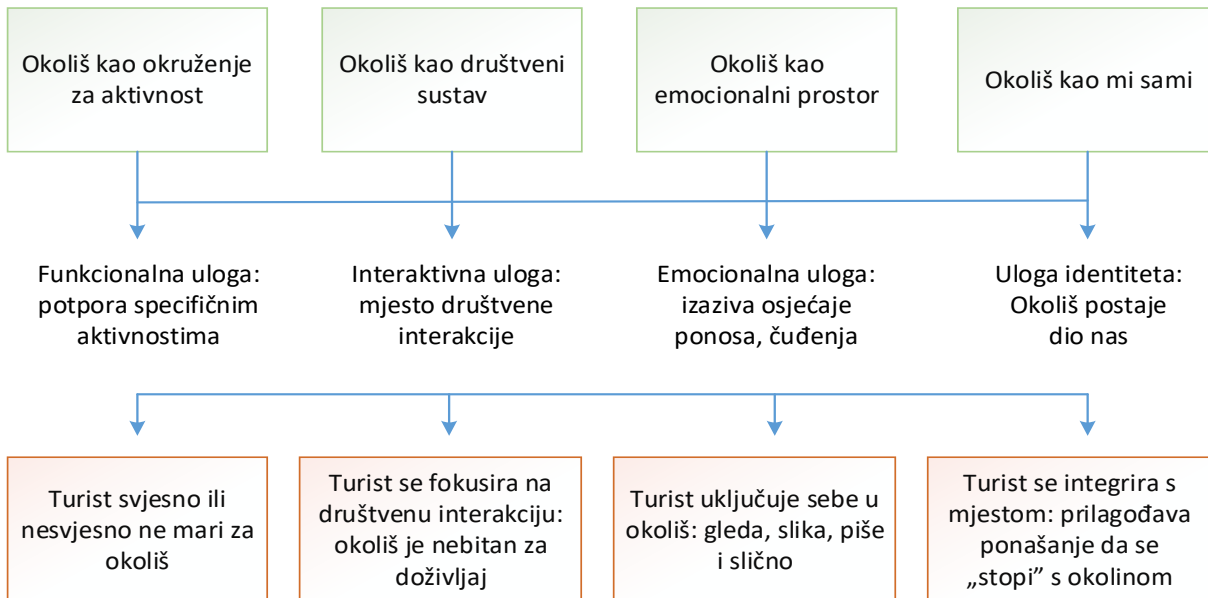
Izvor: Goldstein (2011), str. 5.

S obzirom na prikazane faze perceptivnog procesa, uočava se da je percepcija promjenjiv i kontinuirani kružni proces, koji često dovodi do djelovanja kao posljedice prethodnih faza, a sukladno stečenoj percepciji. Dakle, percepcija unutar perceptivnog procesa rezultira reakcijom, odnosno određenim ponašanjem koje je posljedica stečene percepcije. Npr., ako pojedinac tijekom boravka u prirodi u njegovoj blizini uoči neku životinjsku vrstu koju percipira kao opasnu po život, vjerojatno će instant reagirati kako bi izbjegao opasnost. Ovakav prikaz pokazuje usku vezu percepcije i ponašanja, odnosno utjecaj percepcije na ponašanje te jasno razgraničenje između percepcije i perceptivne reakcije.

U kontekstu turizma, Sirikudta et al. (2019) navode da se percepcija posjetitelja može promatrati kao proces u kojem pojedinac odabire, organizira i tumači podražaje pomoću pet osjetila, što znači da percepcija dolazi iz osjetilne stimulacije koja je posljedica izloženosti posjetitelja te njegove interpretacije turizma i turističkih atrakcija na pozitivan ili negativan način. Percepcija se smatra iznimno utjecajnom na ponašanje posjetitelja jer posreduje između podražaja i spoznaje, kao proces u kojem posjetitelj odabire i interpretira podražaje u smislen doživljaj predmeta percepcije. Jednako tako, percepcija se smatra presudnim faktorom u procesu donošenja odluke posjetitelja s obzirom da posreduje između obilježja sustava i njihovog ponašanja kod odabira proizvoda, usluge i/ili destinacije (Komšić, 2018).

Najčešće proučavani stavovi u literaturi okolišno prihvatljivog ponašanja su važnost i neugodnost/neprikladnost. Percipirana važnost okoliša može se definirati kao razina uvažavanja i posjetiteljeve privrženosti ekološkim pitanjima (pokazuje zabrinutost – *expresses concern*), odnosno je li i koliko je okolišno prihvatljivo ponašanje važno posjetiteljima i društvu u cjelini (Laroche et al., 2001). Navarro (2015) ističe da posjetitelji svojom percepcijom i stavovima uspostavljaju različite veze s resursima. Iznimno atraktivni resursi mogu stvoriti osjetilne veze kod posjetitelja (*awe, wow*), dok su drugi pak zanimljivi zbog informacija koje nude, zahtijevaju tumačenje i stvaraju intelektualne veze. S obzirom na heterogenost turističke potražnje (motivi, očekivanja, stavovi), Sharpley (2009) pokazuje da se percepcija okoliša i posljedično ponašanje razlikuje među posjetiteljima (Slika 28.), što u konačnici utječe na intenzitet i način korištenja resursa te podršku održivom turizmu u destinaciji (Holden, 2016).

Slika 28. Percipiranje okoliša destinacije od strane turista



Izvor: Sharpley (2009), str. 25.

Informacije o percepciji posjetitelja mogu biti od iznimne važnosti prilikom odabira i korištenja resursa, kao i kod postavljanja prioriteta održavanja, upravljanja i raspodjele resursa, posebno onih oskudnijih. Također, informacije o percepciji važan su input za upravljanje i pružanje kvalitetnog doživljaja, jer percepcija utječe na preferencije posjetitelja. Ono što pojedinac preferira tijekom putovanja, kao i utjecaje koje primjećuje tijekom putovanja proizlaze iz percepcije (Dorwart et al., 2004). Prema tome, pozitivna percepcija iz prethodnog putovanja smatra se važnom sastavnicom procesa donošenja odluke o putovanju u destinaciju (Telfer & Hashimoto, 2006) te posljedičnim utjecajima posjetitelja u destinaciji.

Istraživanja percepcije u turizmu uglavnom su provedena iz perspektive lokalnog stanovništva, najčešće korištenjem teorije društvene razmjene (*Social Exchange Theory - SET*) (Woosnam et al., 2022; Yooptech, 2022; Gannon et al., 2021; Muler Gonsales et al., 2018; Rasoolimanesh et al., 2015; Styliadis et al., 2014; Nunkoo & Gursoy, 2012; Nicholas et al., 2009; Andereck et al., 2005; Ap, 1992), često zanemarujući percepciju posjetitelja, kako s aspekta negativnih učinaka, tako i u kontekstu njihove percipirane važnosti održivog turizma (Nejati et al., 2015). SET se uglavnom opisuje kao proces razmjene između stanovnika i posjetitelja. Ako stanovnici vide prednosti turizma kao veće od njegovih troškova, motivirani su uključiti se u proces razmjene i interakcije s posjetiteljima (Rasoolimanesh et al., 2015).

U studiji koju su proveli Nejati et al. (2015), SET je primijenjen na primjeru posjetitelja gdje se koristi promatraju kroz nezaboravni doživljaj i kvalitetu, a troškovi kao izravni (novac za putovanje, smještaj i aktivnosti) i neizravni (štete na okolišu kao rezultat putovanja i boravka u destinaciji). Posebno naglašavaju da je prema teoriji SET-a putovanje u turističku destinaciju poželjan izbor za posjetitelje kada su percipirane koristi veće nego troškovi putovanja, pri čemu ističu da su neizravni troškovi sve značajniji u uvjetima povećane razine svijesti posjetitelja o utjecajima turizma na okoliš destinacije. U tom kontekstu, Nejati et al. (2015) smatraju da bi turisti koji uvažavaju negativne utjecaje turizma nastojali minimalizirati percipirane troškove putovanja kako bi doprinijeli poštenoj društvenoj razmjeni.

Razmatrajući prethodno istaknuto, može se zaključiti da bi posjetitelji s povećanom razinom svijesti o održivom turizmu, odnosno pozitivnoj percepciji i stavovima prema održivom turizmu, težili da kroz svoje putovanje smanje štete i povećaju koristi za lokalno stanovništvo i mjesto koje posjećuju. U tom kontekstu, koristi koje bi stekla lokalna zajednica, posjetitelj bi percipirao kao pozitivnu stranu putovanja koja se pozitivno reflektira na njegov doživljaj i zadovoljstvo.

U nedostatku specifične ljestvice za mjerenje percipirane važnosti nekog aspekta proizvoda ili usluge za kupca, komponenta očekivanja u paradigmi očekivanje-percepcija može se koristiti kao ekvivalent komponente važnosti u paradigmi važnost-izvedba (George, 2006; Buttle, 1996.; Cronin & Taylor, 1994).

Iako su percepcija i stavovi posjetitelja prethodno korišteni u pojedinim istraživanjima, čini se da su provedena ograničena istraživanja o tome kako stavovi o okolišu utječu na podršku očuvanju i održivom razvoju turizma (Xu & Fox, 2014). Pri razmatranju percepcije i stavova posjetitelja po pitanju održivosti turizma, potrebno je razlikovati posjetitelje koji pokazuju interes za okolišem kao ključnom determinantom kvalitete doživljaja i one koji pokazuju brigu za učinke po okolišu. U tom kontekstu, tzv. održivi turisti su oni koji imaju pozitivne stavove prema dugoročnim društvenim, ekološkim i ekonomskim učincima turizma, pri čemu se pokazalo da su takvi turisti spremni platiti više kada percipiraju da doprinose povećanju ekonomskih koristi lokalnoj zajednici (Swarbrooke, 1999).

Percepcija posjetitelja u kontekstu vrijednosti destinacije je relativno novi koncept u objašnjavanju mišljenja potrošača i njihovih kasnijih odgovora i namjera (Castellanos et al., 2016). Istraživanja koja imaju za cilj utvrditi percepciju, stavove ili ponašanja posjetitelja mogu biti korisna za održivi razvoj turizma u destinaciji, s obzirom na to da bolje poznavanje tržišta potražnje destinacijama omogućuje fokusirati se na one segmente posjetitelja koji najbolje odgovaraju značajkama i potencijalima destinacije, a koji će doprinosti održivom razvoju turizma. Samim time, privlačenjem posjetitelja s održivijim ponašanjem, turizam može postati učinkovit alat gospodarskog i društvenog razvoja, bez ugrožavanja vrijednih resursa destinacije i lokalnog stanovništva (Kastenholz et al., 2018).

Iako se u literaturi posjetitelji smatraju izuzetno važnim za održivost turizma, istraživanja percepcije posjetitelja u turizmu općenito su nedostatna, a posebno u održivom razvoju turizmu (Velmurugan et al., 2021). Aydin & Alvarez (2020) provele su studiju o percipiranoj važnosti atributa održivog turizma iz aspekta posjetitelja, na primjeru destinacije kulturnog turizma u Turskoj, posljedično razmatrajući i utjecaj pozitivne percepcije posjetitelja na spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti destinacije kulturnog turizma. U narednoj studiji, de Arujo et al. (2022) testiraju model koji mjeri utjecaj ekoloških uvjerenja na stavove o ekoturističkim putovanjima i održivo ponašanje te njihov utjecaj na spremnost plaćanja za jačanje održivosti turističkih destinacija na primjeru turista u Portugalu.

Percepcija posjetitelja o važnosti održivog turizma razmatrana je u nekoliko studija koje su istraživale zadovoljstvo posjetitelja (Iniesta-Bonillo et al., 2016; Cottrell & Vaske 2006). Nadalje, de Oliveira et al. (2021) naglašavaju da su pozitivni stavovi prema prirodnom okolišu navodno povezani s višim razinama zadovoljstva pri posjećivanju zaštićenih područja, posebno naglašavajući da navedeni odnos još nije temeljito istražen. Holden (2008) s druge strane ističe da percepcija okoliša utječe na način korištenja okoliša kao resursa, što implicira da način na koji osoba doživljava okoliš može utjecati na njihovu podršku održivom turizmu. Thøgersen & Olander (2002) testirali su vezu između vrijednosti i ponašanja u smislu održive potrošnje i otkrili da su vrijednosni prioriteti uzročno važni za održivu potrošnju, stoga stavovi posjetitelja prema prirodnom okolišu posljedično utječu na način korištenja resursa (Kastenholz et al., 2018). Budući da je u Izvješću o održivom putovanju identificirano da veliki broj međunarodnih putnika (87%) želi putovati održivo (Ashraf et al., 2020), relevantno je ispitati koliku važnost posjetitelji pridaju održivom korištenju resursa u turizmu parkova prirode. Utvrđivanjem iste se može steći uvid u razinu svijesti posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode, odnosno pokazuje stavove posjetitelja o održivom turizmu za koje se pretpostavlja da mogu pozitivno utjecati na doživljaj, zadovoljstvo i namjere ponašanja posjetitelja u kontekstu doprinosa održivom turizmu parkova prirode, što je predmet naredne cjeline.

## 5. UTJECAJNI KONCEPTI U ODRŽIVOM TURIZMU IZ PERSPEKTIVE POSJETITELJA

U području marketinga i turizma često istraživani koncepti su turistički doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja, s obzirom na to da se pokazalo da o njima značajno ovisi održivost turizma, odnosno ponašanja i učinci posjetitelja u destinaciji, ali i njihove buduće namjere ponašanja, poput ponovnog povratka, preporuke drugima, spremnosti plaćanja (WTP) i sl. Postoje brojna istraživanja međusobnih utjecaja turističkog doživljaja i zadovoljstva posjetitelja u odnosu na njihova očekivanja, percepciju, stavove, uvjerenja, preferencije, ponašanja, namjere ponašanja i slične koncepte. Razumijevanje međusobnih utjecaja istaknutih koncepata pokazalo se izuzetno važnim za javni i privatni sektor, koji usmjeravaju te utječu na razvoj turizma na prostoru u kojem djeluju. U kontekstu održivog turizma, turistički doživljaj i zadovoljstvo, kao i namjere ponašanja posjetitelja (s naglaskom na WTP) najčešće su razmatrani kroz ekološku dimenziju, dok su istraživanja koja razmatraju međusobne veze i utjecaje predmetnih koncepata i svih dimenzija održivog turizma rijetka i nedostatna. Stoga se u nastavku sažeto prikazuju osobitosti koncepta turističkog doživljaja, zadovoljstva i spremnosti plaćanja posjetitelja, uz prikaz glavnih istraživanih područja unutar pojedinog koncepta, posebno s aspekta održivosti turizma.

### 5.1. TURISTIČKI DOŽIVLJAJ I ODRŽIVI TURIZAM

Turistički doživljaj intenzivno se razmatra gotovo tri desetljeća te u literaturi postoje brojna istraživanja u različitim turističkim kontekstima. Turistički doživljaj predmet je mnogih studija, koje su razmatrale utjecaje turističkog doživljaja na zadovoljstvo, ponašanje te buduće namjere ponašanja posjetitelja i druge konstrukte, naglašavajući tako iznimnu važnost koncepta u turizmu. U novije vrijeme, sve veća pažnja pridaje se nezaboravnom i održivom doživljaju, za koje se pretpostavlja i očekuje da mogu generirati višestruke koristi svim dionicima koji izravno i neizravno sudjeluju u kreiranju i isporuci istog. U ovom poglavlju se razmatraju pojam i dimenzije doživljaja te održivi doživljaj u prirodnom okruženju.

#### 5.1.1. Specifičnosti i pojmovno određenje turističkog doživljaja

Doživljaj kao koncept često je razmatran u području ekonomije (marketing, menadžment, turizam), ali i u okviru psihologije, sociologije, geografije, informacijske tehnologije i drugih područja (Stienmetz et al., 2021; Schmitt, 2011). Početak zanimanja istraživača za turistički doživljaj započeo je publiciranjem prvih radova od 1960-ih godina nadalje (Cegur Radović, 2021; Zhang & Walsh, 2020; Solís-Radilla et al., 2019;

Xu et al., 2018; Tung & Ritchie, 2011), u kojima su Clawson (1963) i Boorstin (1964), a kasnije Cohen (1972) i MacCannell (1973) razmatrali autentične doživljaje (Coelho et al., 2018; Sternberg, 1997).

Prije više od pedeset godina, Alvin Toffler (1970) ukazao je na promjenu razvojne paradigme koja će utjecati na robu i usluge u budućnosti te usmjeriti ekonomiju prema novom sektoru, nazvavši ga industrijom doživljaja (Knutson & Beck, 2004). Trideset godina kasnije, Pine & Gilmore (1999) ističu da cjelokupno gospodarstvo (uključujući i turizam) doživljava transformaciju iz ekonomije proizvoda i usluga u ekonomiju doživljaja (Ritchie et al., 2011; Knutson et al., 2007). Sve zahtjevniji potrošači, ubrzani razvoj tehnologije i inovacija i sve veća konkurencija utjecali su na pojavu paradigme ekonomije doživljaja (Knutson & Beck, 2004), unutar koje se proizvodi i usluge trebaju prodavati u kombinaciji s obrazovnim, zabavnim, estetskim i drugim doživljajima kako bi se njihova ponuda razlikovala od konkurenata (Wall et al., 2011; Jurowski, 2009; Knutson et al., 2007; Pine & Gilmore, 1999), teže se oponašala i supstituirala (Tsaour et al., 2007), povećavala zadovoljstvo i lojalnost potrošača (Walls et al., 2011) te u konačnici stvarala veću vrijednost za potrošače i koristi za ponuđače. Pine & Gilmore (2014) detektirali su pet prilika za stvaranje vrijednosti koje će vjerojatno potaknuti daljnji napredak u ekonomiji doživljaja:

- prilagodba robe – naglasak je na smanjenje ili eliminaciju dimenzije odricanja (*customer sacrifice*) kako bi se stvorila najveća vrijednost za potrošače
- poboljšanje usluga – fokus je na izvedbi, kako pružiti uslugu - isporuka usluga treba biti kao rad u „kazalištu“ u kojem se funkcionalne aktivnosti radnika pretvaraju u nezaboravne doživljaje
- naplata doživljaja – treba težiti inovativnim modelima definiranja naknada za doživljaje u cilju diferencijacije i stjecanja konkurentskih prednosti – npr. platforme za dijeljenje prijevoza
- spajanje digitalne tehnologije sa stvarnošću – migracijom čovječanstva prema digitalnom i virtualnom, potrebno je spajati stvarno i virtualno kako bi se stvorili digitalno prožeti doživljaji
- transformacijski doživljaji – *komoditizacija* doživljaja nalaže stalnu prilagodbu doživljaja po mjeri pojedinca koji će imati transformacijske učinke, doprinosti željenim promjenama i osobnom razvoju koji je poželjnije i trajnije vrijednosti za potrošača od samog doživljaja i sjećanja.

U kontekstu turističke industrije, doživljaji su razmatrani iz različitih perspektiva s obzirom na njihov marketinški, individualistički, psihološki i društveni karakter (Jennings et al., 2009). Unatoč opsežnoj literaturi o turističkom doživljaju, Adhikari & Bhattacharya (2016) u nedostatku sustavnog pregleda čimbenika koji prethode, formiraju i utječu na impresije turističkog doživljaja, sintetiziraju istraživanja turističkog doživljaja u dva različita, ali međusobno povezana područja:

- doživljaj kao atribut proizvoda ili cjeloviti proizvod
- doživljaj nastao uslijed interakcije korisnika s fizičkim okruženjem ili ljudima.

Unutar oba područja, stjecanje ili konzumacija turističkog doživljaja može biti osjetilna (zahtijeva korištenje osjetilnih organa za konzumaciju) ili participativna (zahtijeva sudjelovanje u stvaranju i potrošnji) (Adhikari & Bhattacharya, 2016). Svakako je bitno u konačnici razumjeti da se doživljaj može dodati proizvodu, koristiti za poboljšanje usluge ili isporučiti samostalno (Knutson et al., 2007). Stjecanje ili konzumacija turističkog doživljaja složeni je proces koji uključuje tri faze (Cegur Radović, 2021; Godovykh & Tasci, 2020; Zhang & Walsh, 2020; Jurowski, 2009; Knutson & Beck, 2004; Aho, 2001):

- fazu prije putovanja
- fazu tijekom putovanja
- fazu nakon putovanja.

Larsen (2007) je faze procesa turističkog doživljaja predstavio kao individualne psihološke procese, koji se odnose na: očekivanja (prije putovanja odvija se planiranje te predviđanje turističkih događaja), događaje (stvarno poduzimanje putovanja i stjecanje doživljaja) i sjećanja (nakon putovanja ostaje pamćenje i ponovno prisjećanje doživljenog) (Pearce & Zare, 2017; Tung & Ritchie, 2011). Coelho et al. (2018) potvrđuju da turistički doživljaji ostaju u sjećanju te ističu da uz očekivanja, doživljajima prethodi i motivacija, a rezultiraju zadovoljstvom ili nezadovoljstvom te odražavaju procjenu od strane putnika nakon interakcije s posjećenom destinacijom. Iako ovakva perspektiva implicira da koncept turističkog doživljaja pretpostavlja pojedinca (Larsen, 2007), u suštini se događa u interakciji između posjetitelja na jednoj strani te pružatelja usluga, drugih korisnika i okruženja na drugoj strani (Mehmetoglu & Engen, 2011; Andersson, 2007; Pine & Gilmore, 1998). U tom kontekstu, posjetitelji su izravno uključeni, utječu i kontinuirano koreografiraju svoj vlastiti doživljaj (Campos et al., 2015) u suradnji s preostalim uključenim dionicima, kao što su pružatelji usluga, zaposlenici, stanovnici te ambijent i druga obilježja koja doprinose stvaranju doživljaja (Coelho et al., 2018). Poradi toga, turističke destinacije moraju se usredotočiti na obogaćivanje sadržaja u kombinaciji sa strategijama diferencijacije i prilagođavanja u cilju stvaranja personaliziranog doživljaja (Stamboulis & Skayannis, 2003).

Iako se koncept turističkog doživljaja u literaturi razmatra više od pola stoljeća, još uvijek ne postoji univerzalno prihvaćena definicija, niti metoda za operacionalizaciju doživljaja te se doživljaj kao pojam ili koncept promatra na različite načine (Stienmetz et al., 2021; Coelho et al., 2018; Mehmetoglu & Engen, 2011; Walls et al., 2011; Jurowski, 2009; Jennings et al., 2009; Knutson et al., 2007; Oh et al., 2007; Quan & Wang 2004; Aho, 2001). Zbog svojih višestrukih elemenata te individualizirane, izrazito subjektivne prirode i fenomena nematerijalnosti, doživljaj se ne može jednoznačno definirati, niti mjeriti (Coelho et al., 2018; Knutson et al., 2007), stoga postoje brojne teorije koje pokušavaju definirati doživljaj i prikazati glavne dimenzije doživljaja (Jurowski, 2009). S obzirom na širinu različitih tumačenja, u nastavku rada dat

će se pregled odabranih definicija doživljaja općenito, a jednako tako u kontekstu turističkog doživljaja. Detaljniji pregledi definicija iz različitih perspektiva mogu se pronaći u radovima: Godovykh & Tasci (2020); Adhikari & Bhattacharya (2016); Campos et al. (2015) i Walls et al. (2011).

Prva poimanja doživljaja vežu se za pionirska istraživanja i ograničene spoznaje istraživača. Tako je Cohen (1979) turistički doživljaj definirao kao odnos između ljudi i njihovog ukupnog svjetonazora, koji ovisi o lokaciji njihovog središta u odnosu na društvo kojem pripadaju (Tung & Ritchie, 2011; Li, 2000). Dobivanjem na važnosti u globalnoj ekonomiji, kao i u znanstvenim krugovima, doživljaj postaje sve češći predmet rasprava i istraživanja u različitim područjima, kako s aspekta definiranja, tako i u kontekstu mjerenja koncepta (Godovykh & Tasci, 2020). Kao autori koji su popularizirali ekonomiju doživljaja i doprinijeli razumijevanju koncepta doživljaja, Pine i Gilmore (1999) ističu da je doživljaj osobne naravi koji nastaje u umu pojedinca, formiran u intelektualnom, emocionalnom, fizičkom ili duhovnom kontekstu u interakciji s poslovnim subjektom koji namjerno koristi usluge kao pozornicu, a robu kao rekvizite za angažiranje pojedinca. U tablici 35. nalazi se pregled odabranih definicija doživljaja.

Tablica 35. Definicije doživljaja općenito i u turističkom kontekstu

Autor	Definicija
<b>Godovykh &amp; Tasci (2020)</b>	Doživljaj je ukupnost pozitivnih ili negativnih kognitivnih, afektivnih, osjetilnih i konativnih odgovora izazvanih svim podražajima koji se susreću prije, tijekom i nakon faza konzumacije na koje utječu situacijski čimbenici i čimbenici povezani s robnom markom filtrirani kroz osobne razlike potrošača, što na kraju dovodi do različitih ishoda povezanih s potrošačima i markama.
<b>Chiu &amp; Cho (2020)</b>	Turistički doživljaj definiraju kao izrazito subjektivni, retrospektivni i osobni fenomen koji se sastoji od različitih elemenata formiranih kroz interakciju između posjetitelja destinacije, u kojoj su posjetitelji glavni akteri, a destinacija središte doživljaja.
<b>Pine &amp; Gilmore (2014)</b>	Doživljaji su komercijalne ponude koje potrošačima pružaju nezaboravna i transformacijska iskustva, stvarajući iznadprosječne ekonomske rezultate, a koji se kao takvi smatraju ključnim za promicanje budućeg ekonomskog prosperiteta.
<b>Walls et al. (2011)</b>	Doživljaj je multidimenzionalna impresija ili ishod zasnovan na spremnosti i sposobnosti potrošača da bude pod utjecajem fizičkih i/ili ljudskih čimbenika interakcije te formiran susretima s proizvodima, uslugama i poslovima koji utječu na vrijednosti potrošnje (emotivne i kognitivne), zadovoljstvo i sklonost za ponavljanje doživljaja.
<b>Jurowski (2009)</b>	Doživljaji interno stvoreni kao skup okolnosti koje se formiraju na temelju pozadine, vrijednosti, stavova i uvjerenja svakog pojedinca u konkretnoj situaciji.



<b>Oh et al., (2007)</b>	Turistički doživljaji su privlačni, ugodni i nezaboravni susreti za posjetitelje koji u njima sudjeluju.
<b>Larsen (2007)</b>	Turistički doživljaj je individualni psihološki proces zasnovan na prošlom događaju tijekom putovanja koji ostaje u dugoročnom pamćenju.

Izvor: autor prema dostupnoj literaturi

Generalno, doživljaj se definira kao subjektivna procjena pojedinca i proživljavanje događaja povezanih s turističkim aktivnostima pojedinca (afektivno, kognitivno i bihevioralno) (Tung & Ritchie, 2011), a koji se može objasniti i razumjeti pomnim razmatranjem uključenih pojedinaca i specifičnog okruženja iz kojeg se doživljaji formiraju (Zhang & Walsh, 2020). Nakon detaljnog promatranja literature, Packer & Ballantyne (2016) su definicije doživljaja posjetitelja grupirali u četiri glavne kategorije (Tablica 36.).

Tablica 36. Četiri kategorije definicija doživljaja posjetitelja

Kategorija doživljaja	Obilježje
<b>Doživljaj kao tijek svijesti</b>	najranije definicije, uzimaju antropološku perspektivu promatranjem doživljaja kao tijek svijesti (npr. kako događaje prima svijest)
<b>Doživljaj kao subjektivni odgovor na događaj</b>	definicije iz psihološke perspektive promatranjem doživljaja kao subjektivni odgovor na događaj ili podražaj
<b>Doživljaj kao dojam za pamćenje</b>	definicije iz perspektive turizma i slobodnog vremena, doživljaj se promatra kao nezaboravna impresija koju posjetitelji nose sa sobom, nastala kao rezultat susreta s ljudima, proizvodima i uslugama
<b>Doživljaj kao osmišljena ili inscenirana ponuda</b>	definicije iz perspektive marketinga turizma i slobodnog vremena s fokusom na objektivne i vanjske aspekte doživljaja koji se shvaća kao sinonim za posjet, putovanje ili atrakciju usredotočuje

Izvor: prema Packer & Ballantyne, R. (2016), str. 130.

Temeljem sveobuhvatnog pregleda literature, Packer & Ballantyne (2016:133) definiraju doživljaj posjetitelja kao "neposrednu ili stalnu, subjektivnu i osobnu reakciju pojedinca na aktivnost, okruženje ili događaj izvan njihovog uobičajenog okruženja". Iako su turistički doživljaji rezultat nesvjesnih senzacija i svjesnih percepcija tijekom putovanja, ishodi procesa variraju ovisno o individualnim i situacijskim utjecajima (Stiemetz et al., 2021). Jednako kao i shvaćanje značenja samog pojma turističkog doživljaja, potrebno je razmotriti kako se doživljaj kao konstrukt može operacionalizirati (formirati). Stoga se u sljedećem dijelu rada prikazuju različiti pristupi pri dimenzioniranju doživljaja.

### 5.1.2. Dimenzije turističkog doživljaja

Brojne teorije pokušavaju objasniti različite dimenzije doživljaja (Jurowski, 2009, Knutson et al., 2007), s obzirom na to da je doživljaj kao koncept istraživao u različnim područjima. Pregledom literature, posebno istraživanja koja su sveobuhvatno razmatrala strukturu, komponente ili modele mjerenja doživljaja u različitim kontekstima (Stienmetz et al., 2021; Godovykh & Tasci, 2020; Packer & Ballantyne, 2016; Campos et al., 2015), uočava se da konsenzusa nema te istraživači sukladno disciplini i kontekstu istraživanja, modificiraju i/ili razvijaju nove pristupe. Iako su istraživači pribjegavali različitim modelima kako bi opisali formiranje doživljaja, njihove glavne karakteristike bile su prilično slične (Komppula et al., 2016).

Najčešće korištene i citirane dimenzije doživljaja su dimenzije ekonomije doživljaja Pina & Gilmora (1998) koje se odnose na edukaciju, bijeg od svakodnevnice, estetiku i zabavu (Manthiou et al., 2022; Lin & Lee, 2020; Xu et al., 2018; Chang, 2018; Hwang & Han, 2018; Tan et al., 2013; Mehmetoglu & Engen, 2011; Jurowski, 2009; Fiore et al., 2007; Hayes & MacLeod, 2007; Oh et al., 2007; Stamboulis & Skayannis, 2003; Aho, 2001). Pri razmatranju dimenzija doživljaja, Pine & Gilmore (1998) umjesto fokusa na čimbenike koji utječu na doživljaj, predlažu dimenzije koje čine doživljaj s obzirom na razinu sudjelovanja potrošača, paralelno s razinom povezanosti potrošača s okruženjem. U tom kontekstu, doživljaji su prikazani s obzirom na njihov položaj na okomitoj osi gdje je jedna krajnja točka aktivno, a druga pasivno sudjelovanje te na vodoravnoj osi s apsorpcijom na jednom kraju i uaranjanjem na drugom kraju osi (Mehmetoglu & Engen, 2011; Jurowski, 2009; Oh et al., 2007; Stamboulis & Skayannis, 2003). Schmitt (1999) razlikuje pet dimenzija, odnosno tipova doživljaja koji se odnose na osjetila (*sense*) emocije (*feel*), misao (*think*), djelovanje/ponašanje (*act*) i povezivanje/odnose (*relate*) (Lin & Lee, 2020; Xu et al., 2018; Pearce & Zare, 2017; Tsaur et al., 2007), od kojih prve četiri koreliraju s dimenzijama Pina & Gilmora (Jurowski, 2009).

Dimenzije doživljaja Pina & Gilmora (1998), kritizirao je Aho (2001) jer ne pokrivaju sve relevantne doživljaje u turizmu, poput zdravlja i raznih oblika osobnih postignuća, te je predložio tipologiju turističkog doživljaja koja također sadrži četiri dimenzije: emocionalni učinak/dojam, informacijsko-edukativni učinak/intelektualni dojam, jačanje vještina i sposobnosti te transformacijski učinak (Brochado et al., 2021). Intenzitet zastupljenosti pojedinih dimenzija varira među doživljajima, a često su prisutne sve četiri dimenzije istovremeno. Također je istaknuo da osnovu za tipologiju može predstavljati i karakter doživljaja, s obzirom na fizički, društveni, mentalni ili psihički kontakt sa subjektom, odnosno

osobom i/ili okruženjem (Jurowski, 2009; Aho, 2001). Pored navedenih, u literaturi se mogu pronaći i drugačiji pristupi pri dimenzioniranju koncepta doživljaja u području turizma (Tablica 37.).

Tablica 37. Dimenzije doživljaja u području turizma

Autor	Dimenzije
<b>Godovyk &amp; Tasci (2020)</b>	afektivno, kognitivno, konativno i osjetilno
<b>Getz &amp; Page (2019)</b>	konativno, kognitivno i afektivno
<b>Packer &amp; Ballantyne (2016)</b>	fizički, osjetilni, kognitivni, emocionalni, hedonistički, obnoviteljski, introspektivni, transformacijski, duhovni i doživljaj povezanosti
<b>Hosany et al. (2015)</b>	radost, ljubav i pozitivno iznenađenje
<b>Kim et al. (2012a)</b> <b>Kim &amp; Ritchie (2014)</b>	hedonizam, uključenost, novost, lokalna kultura, osvježenje, znanje i smislenost
<b>Tussyadiah &amp; Zach (2012)</b>	osjetilni i tjelesni, kognitivni i perceptivni te emocionalni i društveni doživljaj
<b>Cutler &amp; Carmichael (2010)</b>	znanje, sjećanja, percepcije, emocije i samoidentitet
<b>Gentile et al. (2007)</b>	racionalno, emocionalno, osjetilno, fizičko i duhovno
<b>Pekarik et al. (1999)</b>	kognitivni, introspektivni, društveni i doživljaj stvari
<b>McIntosh (1999)</b>	afektivno, reflektivno i kognitivno
<b>Masberg &amp; Silverman (1996)</b>	znanje, visoko personalizirano učenje, društvena interakcija sa suputnicima i estetski doživljaj
<b>Otto &amp; Ritchie (1996)</b>	hedonizam, duševni mir, uključenost i prepoznavanje
<b>Lee et al. (1994)</b>	povezivanje, bijeg, zajedništvo s prirodom, fizička stimulacija, intelektualni razvoj, kreativno izražavanje, introspekcija, opuštanje, zabava, uživanje i negativni odgovori

Izvor: prema Godovykh & Tasci (2020); Packer & Ballantyne (2016)

U kontekstu turizma i ugostiteljstva, Walls et al. (2011) predlažu okvir koji se sastoji od dvije osi. Unutar prve nalaze se četiri dimenzije doživljaja: uobičajeno, izvanredno, kognitivno i emotivno, a unutar druge četiri izvanjska čimbenika koji utječu na doživljaj: percipirani elementi fizičkog doživljaja, percipirani elementi ljudske interakcije, individualna obilježja posjetitelja i situacijski čimbenici (Komppula et al., 2016). Okvir se temelji na uključivanju poslovne i potrošačke perspektive doživljaja unutar kojeg svaki pojedini vanjski čimbenik može imati mali ili značajan utjecaj na dimenzije doživljaja, čineći ga za svakog pojedinca izrazito jedinstvenim. Prema predloženom okviru, poslovni subjekti pokušavaju se povezati s

potrošačem stvarajući okruženje i okolnosti putem dimenzija fizičkog okruženja i/ili dimenzija emocionalne, odnosno interakcije s ljudima (Walls et al., 2011), dok potrošači u slučajnoj i/ili ciljanoj interakciji s okruženjem i okolnostima u destinaciji kreiraju autentičan doživljaj unutar sebe (Carvalho et al., 2021; Castellanos-Verdugo et al., 2016; Tung & Ritchie, 2011; Knutson et al., 2007).

Razmatrajući strukturu turističkog doživljaja, Stienmetz et al. (2021) između ostalog zaključuju da je turistički doživljaj spoj subjektivno-internog psihološkog procesa posjetitelja i objektivno izvanjskih uvjeta ponuđača ili pružatelja doživljaja. Iako su situacijski, odnosno objektivni izvanjski čimbenici važni, turistički doživljaj nalazi se u umu pojedinca, formiran na osjetilnoj i emocionalnoj razini (Obradović et al., 2023), te intelektualnoj pa čak i duhovnoj razini (Tsaour et al., 2007). U tom kontekstu, postoje brojni elementi turističkog doživljaja koji su izvan utjecaja pružatelja, dominantno povezani s individualnim obilježjima posjetitelja, kao što su osobine ličnosti, motivi, prethodna iskustva, očekivanja i sociodemografska obilježja (Komppula et al., 2016; Tarssanen & Kylänen, 2009). Stoga, usprkos opsežnoj literaturi i brojnim studijama koje razmatraju turistički doživljaj u različitim disciplinama, i dalje su potrebne nove spoznaje u različitim kontekstima te iz različitih perspektiva, s obzirom na dinamičnost i subjektivnost fenomena turističkog doživljaja. Za očekivati je pojavu novih formulacija pojma turističkog doživljaja, kao i elemenata koji mu prethode, na njega utječu i stvaraju ga, kao i onih koji se pojavljuju kroz impresije i prikazuju buduća ponašanja posjetitelja.

Dimenzije i elemente koje će pojedini istraživači razmatrati kod turističkog doživljaja ovisit će o brojnim faktorima, poput discipline, specifičnog područja turizma, zadanih istraživačkih ciljeva koji određuju kontekst razmatranja itd. U novije vrijeme zagovara se razmatranje održivog doživljaja (*sustainable experience*) te se očekuje doprinos istraživača u definiranju, dimenzioniranju i mjerenju koncepta.

### 5.1.3. Održivi doživljaj u prirodnom okruženju

Jedna od temeljnih odgovornosti industrije održivog turizma je razumijevanje i upravljanje doživljajima posjetitelja (Miller et al., 2019) s obzirom na to da posjetitelji na temelju doživljaja određuju zadovoljstvo (Prebensen et al., 2014; Prayag et al., 2013) koje, ako je na visokoj razini, može utjecati na produljenje boravka, ponovni dolazak i preporuku drugima (Castellanos-Verdugo et al., 2016). Pružanje kvalitetnih doživljaja može utjecati na povećanje potrošnje posjetitelja (prihodi za očuvanje područja), zatim na porast ekološke svijesti i održivo ponašanje posjetitelja te na povećanje prihoda za lokalnu zajednicu i veći interes stanovništva za očuvanjem područja i sudjelovanjem u održivom turizmu (Miller et al., 2019; McCool, 2006).

Doživljaj posjetitelja u prirodnom okruženju izrazito je složen koncept, s obzirom na to da se formira unutar svakog pojedinca na temelju interakcije s okruženjem s kojim se susreće (Obradović et al., 2023; Fossgard & Fredman, 2019). To znači da različiti posjetitelji u istom prirodnom okruženju mogu biti motivirani te konzumirati vrlo različite doživljaje, kao i obratno, gdje su različita prirodna okruženja pogodna za slične doživljaje. Djelatnici ustanova koje upravljaju zaštićenim područjem i turizmom u istima samo stvaraju preduvjete za doživljaj pažljivim upravljanjem resursima, što se od njih i očekuje, dok je ostalo na posjetiteljima. Sve navedeno može se prikazati na primjeru interpretacijskih alata i poruka pri čemu djelatnici stvaraju preduvjete za doživljaj novih spoznaja, ali prisutnost takvih alata ne jamči da će ih svi posjetitelji doživjeti kao novost ili učenje, što ukazuje na to da su doživljaji probabilističke, a ne determinističke naravi (McCool, 2006).

U kritičkom pregledu istraživanja doživljaja u kontekstu turizma temeljenog na prirodi za razdoblje od 2006. do 2020. godine, Mandić & McCool (2022) konstatiraju da je koncept doživljaja u turizmu temeljenom na prirodi multidimenzionalan i ovisan o kontekstu, a koji obuhvaća sve opipljive i neopipljive elemente u fizičkim, društvenim i kulturnim kontekstima (Fossgard & Fredman, 2019; Cochrane, 2006). Formiranje doživljaja posjetitelja u turizmu temeljenom na prirodi zasniva se na integraciji brojnih situacijskih čimbenika (kvaliteta prirodnog okruženja, hrana, smještaj i druga posjetiteljska infrastruktura i sadržaji, turoperatori, informacije i sl.) te posjetitelja kao pojedinca (motivi, percepcija, očekivanja, prethodno iskustvo i sl.) (Mandić & McCool, 2022). Doživljaj posjetitelja također može ovisiti o godišnjem dobu i drugim čimbenicima povezanim s prirodnim područjem odnosno lokalitetom, poput vrste zaštićenog područja (kopneno ili morsko, nacionalni park ili druga kategorija), veličine i udaljenosti područja, vlasništva (državno ili privatno) i slično (Bushell & Griffin, 2006). Obradović et al. (2023) naglašavaju da je suština turizma temeljenog na prirodi koji se obično odvija u zaštićenim područjima i izvan naseljenih područja, zapravo vrednovanje i pretvaranje prirodnih resursa u jedinstvene turističke doživljaje. Također, društveno-kulturni aspekt zaštićenih područja i okruženja od značaja je za doživljaj posjetitelja (Miller et al., 2019; Vespestad & Lindberg, 2011) te utječe na razinu zadovoljstva posjetitelja, ako su percipirane koristi u skladu ili čak iznad očekivanja (Durán-Román et al., 2021; Zhang et al., 2019; Albayrak & Caber, 2018; Chen et al., 2011).

U turizmu temeljenom na prirodi, zadovoljavajući doživljaj posjetitelja često će ovisiti o (Carbone, 2006):

- dostupnosti prirodnih vrijednosti i specifičnosti zaštićenog područja za promatranje i kontakt s posjetiteljima (divlje životinje, vegetacija, krajolik i sl.)
- dostupnosti opće i posjetiteljske infrastrukture (prometna infrastruktura, uređene i označene staze, posjetiteljski centri, platforme za promatranje)

- autentičnosti i razini posjećenosti područja (gužve i protočnost posjetiteljskih točaka)
- sigurnosti i zaštiti posjetitelja (dostupnost i kvaliteta osnovnih usluga, npr. toaleti i objekti za sakupljanje otpada)
- dostupnosti hrane, smještaja i suvenirnica (lokalna hrana, proizvodi i usluge te kontakt s kulturom i tradicijom lokalnog stanovništva)
- dostupnost stručne komunikacije i interpretacije (obučeni lokalni stručni vodiči, ključne informacije o upravljanju - određivanje ruta kretanja, zoniranje i sl.).

Za razliku od drugih, posjetitelji zaštićenih područja svjesniji su i prihvaćaju nemogućnost prakticiranja pojedinih aktivnosti u zaštićenom području, pri čemu nedostatak sportskih aktivnosti nema veliki utjecaj na njihovo zadovoljstvo. U tom smislu, ako se kodeks ponašanja (koji određuje dozvoljene i nedozvoljene aktivnosti) učinkovito prenosi na posjetitelje i provodi na terenu, ograničenja pojedinih aktivnosti nemaju tendenciju negativno utjecati na zadovoljstvo (Carbone, 2006).

S obzirom na zavisnost o krhkom i u većini slučajeva zaštićenom prirodnom okolišu, kao i kontinuiranim promjenama trendova, za očekivati je da će se održivi turizam u zaštićenim područjima suočiti s neizvjesnošću i složenošću upravljanja doživljajima posjetitelja (Miller et al., 2019). Breiby et al. (2020) naglašavaju da je za destinacije koje teže održivom turizmu ključno podržavati održive doživljaje kao potencijal za postizanje konkurentске prednosti uz istodobno povećanje održivosti destinacije i percipirane vrijednosti doživljaja za posjetitelje. Kako bi se moglo formirati održive doživljaje posjetitelja u zaštićenom području, Mandić & McCool (2022) ističu važnost integracije planiranja održivog turizma u agendu upravljanja zaštićenim područjima, kao i sustavnog pristupa pri osmišljavanju i monitoringu doživljaja te upravljanju dionicima (menadžeri, organizatori putovanja, posjetitelji i zajednice), a koji su kao jedna integrirana cjelina aktivnosti nedovoljno zastupljeni u praksi.

U turističkoj se literaturi tek nedavno mogu pronaći nekoliko istraživanja koja razmatraju odnos između održivosti destinacije i turističkog doživljaja posjetitelja (Breiby et al., 2020; Solís-Radilla et al., 2019), a s obzirom na obuhvat koncepcije održivosti, dominiraju istraživanja koja su razmatrala samo ekološku dimenziju i različite varijante doživljaja u različitim turističkim kontekstima (Sthapit et al., 2022; Cegur Radović, 2021; Moliner-Tena et al., 2021; Poudel & Nyaupane, 2013). U istraživanju koje promatra odnose između održivog turizma, doživljaja i zadovoljstva posjetitelja, Liu et al. (2016) koriste pojam održivog doživljaja, međutim u istraživanju promatraju doživljaj zasnovan na dimenzijama: angažman, uzbuđenje, obilje aktivnosti i osjećaj divljenja. Pojam održivog doživljaja također je korišten u studiji koju su proveli Lu et al. (2017), a kojeg povezuju s izvrsnim doživljajem (*awe*), korištenjem dimenzija: dosadno-uzbudljivo, uobičajeno-neuobičajeno, arogantno-skromno i očekivano-neočekivano. Autori

ističu da se *awe* kao emocija usko veže uz održivi turistički doživljaj, argumentirajući da održivi turizam i *awe* također doprinose zadovoljstvu posjetitelja u okviru turizma temeljenog na prirodi. Stoga se smatra opravdanim tvrdnja Breiby et al. (2020) da je održivi doživljaj nejasno definiran (nema odgovarajuće definicije) te empirijski neadekvatno korišten i razmatran (operacionalizacija koncepta).

U istraživanju u kojem se razmatrao utjecaj održivosti destinacije na nezaboravni turistički doživljaj u destinacijama ruralnog i 3S turizma, Moliner-Tena et al. (2021) utvrdili su da destinacije s lošom praksom održivog turizma stvaraju nezadovoljavajući doživljaj posjetitelja. Poradi toga, autori naglašavaju da bi nezaboravni doživljaj trebao biti održivog karaktera koji garantira ravnotežu između ekonomske, ekološke i društvene održivosti destinacije, odnosno nastoji uskladiti korištenje prirodnog okruženja, jačanje lokalne ekonomije i proces stvaranja lokalnih proizvoda. Nadalje, Brochado et al. (2021) u istraživanju održivog doživljaja zasnovanom na online recenzijama posjetitelja nakon sudjelovanja u organiziranom putovanju, održivi doživljaj poistovjećuju s održivim proizvodima koji mogu zadovoljiti potražnju za nezaboravnim, jedinstvenim i lokalnim doživljajima uz istovremeno pružanje održivih koristi. Slično konstatiraju Breiby et al. (2020) kroz pregled literature, promatrajući održivi doživljaj kao relevantan koncept za razumijevanje međusobnog utjecaja i interakcije pružatelja (u najširem smislu) i posjetitelja na povećanje održivosti destinacije i vrijednosti doživljaja. Zapravo se pretpostavlja uključivanje, aktivno sudjelovanje i interakcija posjetitelja u dizajniranju, odnosno sukreiranju personaliziranog doživljaja (Campos, 2018), pri čemu se stvaraju dodatne vrijednosti za sve uključene dionike u procesu (Cegur Radović, 2021). Takav pristup integracije resursa može se promatrati kao održivo sukreiranje doživljaja s velikim rasponom alternativa koje su ekonomski, društveno i ekološki povoljnije (Bhuiyan et al., 2022) te kao potencijalno sredstvo za dizajniranja održivog turizma (Breiby et al., 2020).

Nakon opsežnog pregleda dostupne literature u relevantnim bazama podataka, osim studije Breiby et al. (2020), nije uočeno da postoji niti jedno drugo fokusirano, sustavno i empirijsko razmatranje koncepta održivog doživljaja. U studiji pod nazivom *Exploring sustainable experiences in tourism* nastojalo se istražiti koncept te formulirati dimenzije održivog doživljaja na temelju kombinacije koncepta nezaboravnog doživljaja i brige za buduću održivost destinacije. U studiji, Breiby et al. (2020:12) predlažu inicijalnu definiciju održivog doživljaja kao „doživljaj koji budi duboke, značajne emocije i sjećanja koja mogu potaknuti doprinos turista održivosti destinacije”. Autori su široku definiciju podržali kroz četiri identificirane dimenzije održivog doživljaja:

- interakcija s prirodnim okruženjem
- interakcija s kulturnim okruženjem

- uvidi i pogledi (npr. estetske dimenzije)
- aktivnosti u kontekstu okruženja (aktivnosti temeljene na jezeru).

Razumijevanje koncepta turističkog doživljaja u različitim destinacijskim kontekstima pokazalo se izrazito važnim, s obzirom na to da posjetitelji na temelju doživljaja određuju zadovoljstvo koje može utjecati na namjere budućih ponašanja (Catellanos-Verdugo et al., 2016), povećanje potrošnje i generiranje dodatnih prihoda svim uključenim dionicima koji sudjeluju u isporuci doživljaja (primarno lokalnim). U održivom turizmu nastoji se maksimizirati koristi svim uključenim dionicima, uz očuvanje i optimalno korištenje svih resursa kako bi mogli neprestano generirati održive koristi sadašnjim i budućim generacijama. U tom kontekstu, destinacije teže povećati blagostanje od turizma, primarno generiranjem većih prihoda od turizma kroz održive doživljaje (zadovoljavajući nezaboravni doživljaj uz održivo korištenje i upravljanje resursima). Stoga se smatra opravdanim potreba za generiranjem većih prihoda kroz turističke doživljaje koji će ujedno doprinosti održivosti destinacije (Durán-Román et al., 2021).

Dosadašnja istraživanja najčešće su razmatrala utjecaj različitih dimenzija doživljaja na zadovoljstvo i namjere potrošača (Zhang & Walsh, 2020; Prayag et al., 2017; Khan et al., 2015; Ali et al., 2016; Chang et al., 2014; Prebensen et al., 2014; Mehmetoglu & Engen, 2011; Chen & Chen, 2010; Hosany & Witham, 2010). Što se tiče namjera ponašanja posjetitelja, značajno se promatrao utjecaj doživljaja na ponovni posjet i preporuke drugima (Zhu et al., 2021; Chan et al., 2020; Meng & Cui, 2020; Tosun et al., 2015; Lin, 2014; Prayag et al., 2013; Kim et al., 2012b; Huang & Hsu, 2009). U literaturi također postoje studije koje su razmatrale spremnost plaćanja posjetitelja za poboljšanje doživljaja (Durán-Román et al., 2021; Verb & Azevedo, 2019; Choong-Ki et al., 2019; Mgxekwa et al., 2019; Bigné et al., 2008).

Jurowski (2009) ističe da su potrošači spremni platiti više za kvalitetne, nezaboravne doživljaje, međutim nedostaju spoznaje o spremnosti plaćanja za poboljšanje doživljaja zasnovanom na unaprjeđenju turističkih resursa i njihovom održivom korištenju u zaštićenim područjima. Durán-Román et al. (2021) proveli su studiju koja je za cilj imala utvrditi spremnost plaćanja veće cijene turista u destinacijama prekomjernog turizma sa svrhom utvrđivanja visine naknada. Dio studije usko povezan s ciljem, odnosio se na utvrđivanje spremnosti plaćanja veće cijene za poboljšanje turističkog doživljaja temeljem povećanja i unaprjeđenja turističkih resursa. Uvidom u dostupnu literaturu relevantnih baza podataka, utvrđeno je da nema studija koje istražuju spremnost plaćanja veće cijene od strane posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode. U nastavku će se detaljnije prikazati koncept zadovoljstva u turizmu, s posebnim fokusom na literaturu koja razmatra koncept zadovoljstva u području održivog turizma.



## 5.2. ZADOVOLJSTVO POSJETITELJA I PRIMJENA KONCEPTA U ODRŽIVOM TURIZMU

U ovom potpoglavlju detaljnije se razmatra koncept zadovoljstva posjetitelja. Najprije se daje pregled razmatranja pojmovnog određenja i terminologije općenito i u području turizma, nakon čega slijedi prikaz aktualnih pristupa za mjerenje zadovoljstva klijenata, kao i posjetitelja u turizmu te na razini destinacije, korištenjem različitih dimenzija. U posljednjem dijelu sažeto se prikazuje razmatranje zadovoljstva posjetitelja u zaštićenim područjima te mjerenje koncepta u održivom turizmu.

### 5.2.1. Pojmovno određenje koncepta zadovoljstva

Zadovoljstvo klijenata središnji je koncept suvremenog marketinga (Neal & Gursoy, 2008; Yi, 1990), koji je izvorno bio usmjeren na robu, dok se od 1980-ih godina sve više primjenjivao u području marketinga usluga (Bowen & Clarke, 2002). U literaturi je uočeno da se za zadovoljstvo koriste pojmovi *customer satisfaction* (zadovoljstvo klijenta) i *consumer satisfaction* (zadovoljstvo potrošača), koji iako nisu istog značenja (kupac ≠ potrošač), odnose se na jedan te isti koncept zadovoljstva (Mikulić, 2009). Također, postoji određeno slaganje istraživača da ne postoji jedinstvena definicija zadovoljstva (Albayrak & Caber, 2018; Komšić, 2018; Brill, 2018; Suhartanto et al., 2016; Oliver, 2010; Mikulić, 2009; Bowen & Clarke, 2002; Giese & Cote, 2000), stoga su brojni istraživači identificirali i prikazali različite definicije (Brill et al, 2019; Komšić, 2018; Raspor, 2012; Cengiz, 2010; Giese & Cote, 2000), među kojima se uočava da se definicije razlikuju s obzirom na sljedeće elemente (Brill, 2018; Ha & Park, 2013; Giese & Cote, 2000):

- odgovor, odnosno reakciju klijenata (afektivni kao emocionalna reakcija ili reakcija stava, zatim kognitivni kao evaluacijska procjena ili kombinirani kao afektivno kognitivna reakcija)
- reakciju povezanu s određenim fokusom (očekivanja, proizvodi, usluge, doživljaji, atributi proizvoda ili destinacije i sl.)
- reakciju povezanu s vremenom nastanka (nakon konkretnog izbora, nakon konzumiranja proizvoda ili usluge, temeljem prethodnih iskustava, nakon stečenog doživljaja i sl.).

Nepostojanje definicijskog konsenzusa dovelo je do nemogućnosti uspostavljanja univerzalnih mjerenja koncepta zadovoljstva, interpretiranja i uspoređivanja empirijskih rezultata (Giese & Cote, 2000), zbog čega su se u literaturi pojavili različiti pristupi konceptualizacije i mjerenja koncepta zadovoljstva (Albayrak & Caber, 2018; Mikulić, 2009). Neki istraživači smatraju da je zadovoljstvo subjektivan koncept u odnosu na očekivanja, ali objektivnan u odnosu na attribute ili ishode proizvoda, dok drugi pretpostavljaju da je zadovoljstvo subjektivno s obzirom na očekivanja i percepciju također, zbog čega se

promatra potpuno psihološkim konceptom (Pizam & Ellis, 1999). Međutim, u novijoj kognitivno-emocionalnoj perspektivi, zadovoljstvo se smatra multidimenzionalnim konstruktom koji sadrži psihološke i emocionalne čimbenike (Albayrak & Caber, 2018; Correia et al., 2013). Stoga se u literaturi mogu pronaći stavovi da se zadovoljstvo može konceptualizirati u okviru kognitivne i/ili emocionalne perspektive (Ghaderi et al., 2018; Albayrak & Caber, 2018; Oliver, 2010; Coghlan & Pearce, 2010; Bowen & Schouten, 2008; del Bosque & San Martín, 2008; Oliver, 2006; Bigné et al., 2005; Bowen & Clarke, 2002), jer je zadovoljstvo klijenata emocionalni osjećaj ili stanje koje se razvija i kao odgovor na kognitivnu reakciju nakon kupnje ili korištenja proizvoda i/ili usluge (Williams & Soutar, 2009).

Jedna od općih definicija zadovoljstva klijenta koja obuhvaća kognitivnu i afektivnu perspektivu, zadovoljstvo prikazuje kao reakciju ispunjenja klijenta, odnosno procjenu da proizvodi i/ili usluge (ili značajke istih), pružaju ugodnu razinu ispunjenosti povezanu s potrošnjom, uključujući premalu ili pretjeranu razinu ispunjenosti (Oliver, 2010; 2006; 1997). Iako postoje brojne definicije zadovoljstva, koncept se općenito promatra kao reakcija nakon kupnje, povezana s razinom sviđanja ili nesviđanja proizvoda, usluge ili doživljaja nakon kupnje ili konzumacije (Truong & Foster, 2006).

Zadovoljstvo je također jedna od najčešće istraživanih tema u području turizma (Ghaderi et al., 2018; Suhartanto et al., 2016; Correia et al., 2013; Neal & Gursoy, 2008; Kozak et al., 2003), sa širokom raspravom o samoj teoriji, prethodnicima i mjerenju koncepta (Ragavana et al., 2014; Kozak, 2003). Zadovoljstvo posjetitelja sustavno se istražuje od 1960-ih godina nadalje, doprinoseći razvoju novih teorijskih modela povezanih s prethodnicama i posljedicama (Chen et al., 2013). U kontekstu turizma, Pizam et al. (1978:317) zadovoljstvo definiraju kao „skup stavova turista o određenim domenama doživljaja na odmoru“. Moutinho (1987:34) zadovoljstvo smatra funkcijom spoznaje ili uvjerenja te zadovoljstvo turista definira kao „funkciju učinka turističkog proizvoda, specifičnih očekivanja te potvrde ili nepotvrde očekivanja“. Neal & Gursoy (2008:53) pristupaju definiranju ukupnog zadovoljstva putnika uslugama putovanja i turizma, promatrajući zadovoljstvo posjetitelja kao „funkciju njihovog zadovoljstva uslugama prije putovanja, zadovoljstva uslugama u destinaciji i zadovoljstva uslugama tranzitne rute“.

Zadovoljstvo posjetitelja može se definirati kao fenomen ponašanja koji proizlazi iz emocionalnih i kognitivnih aspekata turističkih aktivnosti (Ghaderi et al., 2018) te se smatra glavnim aspektom marketinga turističkih destinacija zbog utjecaja na ponašanje turista, razinu potrošnje, odluke turista o ponovnoj kupnji i sl. (Zhang et al., 2019; Suhartanto et al., 2016; Meng et al., 2008; Yoon & Uysal, 2005; Kozak & Rimmington 2000). Također, razumijevanje zadovoljstva turista ključni je aspekt u izgradnji održive turističke industrije (Khan & Hashim, 2020; Saayman et al., 2018; Suhartanto et al., 2016). U nastavku se daje pregled literature koji razmatra mjerenje koncepta zadovoljstva.

### 5.2.2. Mjerenje koncepta zadovoljstva – teorije i indeksi zadovoljstva klijenata

Zadovoljstvo kao koncept može se promatrati na razini zadovoljstva klijenta pojedinca, na razini poslovnog subjekta, na razini industrije ili sektora te na društveno-političkoj razini (Oliver, 2014). Promatranje zadovoljstva iz perspektive klijenta dominantan je pristup koji odražava težnju pojedinca za ugodnim postignućem pri konzumaciji proizvoda, usluga ili doživljaja, dok se zadovoljstvo na razini poslovnog subjekta fokusira na potrebu poticanja ponovne kupnje kako bi se održala profitabilnost. Kod procjene zadovoljstva na razini industrije primjenjuju se indeksi zadovoljstva klijenata, koji omogućuju usporedbu između industrija i država međusobno, dok se društveno-politička perspektiva zadovoljstva odnosi na studije koje razmatraju zdravlje, društvene i mentalne prilagodbe ili financije (Brill, 2018).

Iako su provedena mnogobrojna istraživanja, konsenzus o primjeni univerzalnog pristupa pri mjerenju zadovoljstva ne postoji (Saayman et al., 2018), međutim identificirano je nekoliko kategorija prethodnika (*antecedents*) koji imaju značajnu ulogu pri formiranju i procjeni zadovoljstva, poput (Oliver, 2006):

- raspoloženja (pozitivni ili negativni osjećaji kojima mogu prethoditi određeni događaji)
- kvalitete (kognitivna prosudba koja sažima izuzetno dobre ili loše elemente proizvoda, posebno u usporedbi s drugim izravnim alternativama)
- vrijednosti (prosudba koja uspoređuje vjerojatne ishode kupnje s uloženim inputima, odnosno vrijednost koju se dobije u odnosu na troškove stjecanja)
- stavova (hibridna afektivno-kognitivna prosudba pojedinih svojstva proizvoda koja rezultira sviđanjem – poželjna svojstva ili nesviđanjem - nepoželjna svojstva proizvoda).

S obzirom na različite pristupe, u nastavku se najprije daje pregled teorija zadovoljstva klijenata.

#### 5.2.2.1. Teorije zadovoljstva klijenata

S obzirom na nemogućnost postizanja konsenzusa oko definicije, ali i činjenicu da je zadovoljstvo klijenata relativan koncept, uspostavljen je niz različitih teorija koje se temelje na različitim standardima za objašnjenje nastanka te procjenu zadovoljstva klijenta (Yüksel & Yüksel, 2008). Brojni su autori uspoređivali i prikazivali specifičnosti pojedinih teorija (Albayrak & Caber, 2018; Komšić, 2018; Raspor, 2012; Coghlan & Pearce, 2010; Mikulić, 2009; Neal & Gursoy, 2008; Yüksel & Yüksel, 2008; Halstead et al., 2007; Yoon & Uysal, 2005), pri čemu se uočavaju i razlike između obuhvata broja promatranih teorija. U tablici 38. prikazuje se i sažeto opisuje devet različitih teorija koncepta zadovoljstva klijenata koje su identificirane u literaturi (Meng et al., 2008; Pizam & Ellis, 1999; Oh & Parks, 1997).

Tablica 38. Teorije koncepta zadovoljstva klijenata

Naziv teorije	Sažeti opis
<b>Teorija jednakosti</b> ( <i>equity theory</i> )	Zadovoljstvo se promatra kroz uloženo/dobiveno, a klijent/posjetitelj je zadovoljan kada je rezultat razmjene u ravnoteži s ulaganjima (vrijeme, trošak, napor).
<b>Teorija značajki</b> ( <i>attribution theory</i> )	Rezultat kupnje promatra se s obzirom na uspjeh (zadovoljan klijent/posjetitelj) ili neuspjeh (nezadovoljan klijent/posjetitelj). Na zadovoljstvo utječu unutarnji čimbenici (uključenost u proces razmjene, uloženi napor i sl.) i vanjski čimbenici (poteškoće pri kupovnom postupku, prodajno osoblje, sreća i sl.).
<b>Teorija izvedbe</b> ( <i>performance only theory</i> )	Najjednostavniji i najneposredniji pristup, gdje je zadovoljstvo klijenta/posjetitelja izravno povezano sa značajkama izvedbe proizvoda ili usluge koje mogu biti objektivno određene.
<b>Teorija (ne)potvrđivanja očekivanja</b> ( <i>expectancy disconfirmation theory</i> )	Polazi se od pretpostavke da klijent/posjetitelj prije kupnje/konzumacije oblikuje očekivanja o značajkama proizvoda ili usluge. Nakon konzumacije vrši prosudbu koja može biti bolja od očekivanja (pozitivno nepotvrđivanje), jednaka očekivanju (potvrđena očekivanja) ili lošija od očekivanja (negativnog nepotvrđivanja).
<b>Teorija kognitivne disonance</b> ( <i>cognitive dissonance theory</i> )	Klijent/posjetitelj usklađuje svoj prijašnji stav s ocjenom sadašnje uspješnosti te poistovječuje svaku neznatnu razliku između očekivanja i rezultata.
<b>Teorija kontrasta</b> ( <i>contrast theory</i> )	Učinak iznenađenja dovodi do preuveličavanja razlike klijenta/posjetitelja između očekivanog i dobivenog.
<b>Teorija uopćavanja negativnosti</b> ( <i>generalized negativity theory</i> )	Svako nepotvrđivanje očekivanja vodi k snažnijem osjećaju nezadovoljstva klijenta/posjetitelja nego što bi bilo izražen osjećaj zadovoljstva od potvrđenog očekivanja.
<b>Teorija asimilacije kontrasta</b> ( <i>assimilation contrast theory</i> )	U percepciji klijenta/posjetitelja postoji širina prihvaćanja i odbijanja. Poruke o proizvodu ili usluzi trebaju kreirati što je moguće veće očekivanje, a da se pri tome izbjegne velika razlika koju klijent/posjetitelj ne može prihvatiti.
<b>Teorija testiranja hipoteza</b> ( <i>hypothesis testing theory</i> )	Klijent/posjetitelj oblikuje svoja očekivanja o proizvodu ili usluzi na temelju aktivnosti poduzeća, što mu ujedno služi kao hipoteza pomoću koje nastoji potvrditi svoja očekivanja prilikom konzumiranja odabranog proizvoda ili usluge.

Izvor: prema Komšić (2018), str. 76.

Postoji široko rasprostranjen konsenzus među navedenim teorijama da je zadovoljstvo evaluacijska prosudba koja proizlazi iz usporedbe performansi proizvoda s nekim oblicima standarda evaluacije. (Yüksel & Yüksel, 2008). Pizam et al. (2016) ističu da se većina teorija temelji na kognitivnoj psihologiji, pri čemu su neke dobile umjerenu pozornost, dok su druge teorije uvedene bez ikakvih empirijskih istraživanja. Bowen & Clarke (2002) uočavaju da kognitivni prethodnici uključuju očekivanja, izvedbu, (ne)potvrdu, atribuciju i jednakost, dok emocije dodatno ističu navedene prethodnike u predviđanju zadovoljstva. Jednako tako, Albayrak & Caber, (2018) razmatrajući teorije zadovoljstva klijenata zaključuju da se konstrukt zadovoljstva može konceptualizirati unutar kognitivne perspektive (evaluacija nakon iskustva) i emocionalne perspektive (reakcija proizašla iz iskustva).

Brojni su istraživači suglasni da je teorija (ne)potvrde očekivanja (*expectancy disconfirmation theory*) jedna od najčešće korištenih teorija za prikaz procesa nastajanja i procjene zadovoljstva (Abrate et al., 2021; Komšić 2018; Suhartanto et al., 2016; Correia et al., 2013; Zehrer et al., 2011; Mikulić, 2009; Meng et al., 2008; Halstead et al., 2007; Yoon & Uysal, 2005; Bowen & Clarke, 2002). Saayman et al. (2018) ističu da su pored teorije (ne)potvrde očekivanja koju je predložio Oliver (1980), značajno korištene teorija očekivanja-percepcija (*expectation perception*) koju su predložili Parasuraman et al. (1985), kasnije kao SERQUAL model te teorija izvedbe (*performance only*) koju je predložio Grönroos (1984), a koju su kasnije Cronin & Taylor (1992) iskoristili za formuliranje SERVPERF modela.

U okviru teorije (ne)potvrde očekivanja, zadovoljstvo se promatra kao prosudba proizvoda ili usluge koja pruža ugodan osjećaj ispunjenosti potrošnje na temelju usporedbe (Cai & Chi, 2021; Oliver, 2014). Prema ovoj teoriji, zadovoljstvo se odnosi na afektivno stanje koje predstavlja emocionalnu reakciju na proizvod ili uslugu. Usprkos širokoj upotrebi, Yüksel & Yüksel (2001) upućuju određene kritike povezane s valjanosti i pouzdanosti u procjeni zadovoljstva klijenata ugostiteljsko-turističkim uslugama, koje su vrlo često iskustvene prirode. Komšić (2018) je prikazala tri glavna nedostatka teorije (ne)potvrde očekivanja:

- istodobno uspoređivanje očekivanja i percipirane izvedbe može utjecati na vjerodostojnost, jer se očekivanja mjere nakon konzumacije, a koja se mogu razlikovati od onih prije konzumacije
- ocjenjivanje očekivanja i percepcije izvedbe odvojenim ljestvicama
- neutvrđivanje izravnih veza očekivanja, percepcije izvedbe i (ne)potvrde sa zadovoljstvom.

Na kraju, iako su u literaturi predložene brojne teorije/standardi, Yüksel & Yüksel (2009) zaključuju da ne postoji konsenzus o tome koja bi teorija/standard mogao biti najprikladniji za predviđanje zadovoljstva klijenata. Pored teorija, u literaturi su sve zastupljeniji indeksi zadovoljstva klijenata, koji se, iako se izvorno primjenjuju na razini države, industrije ili poslovnih subjekata, sve više koriste kao modeli za mjerenje zadovoljstva klijenata u različitim područjima, uključujući i područje turizma.

### 5.2.2.2. Indeksi zadovoljstva klijenata

Osim teorija o zadovoljstvu klijenata, uvodno je navedeno da se koncept zadovoljstva može objasniti i mjeriti korištenjem indeksa zadovoljstva klijenata koji se primjenjuju na razini države ili industrije (Brill, 2018) te na razini poslovnih subjekata (Bruhn & Grund, 2000; Vranešević, 2000). Razvojem nacionalnih indeksa zadovoljstva klijenta u Švedskoj (*Swedish Customer Satisfaction Barometer – SCSB*), Njemačkoj (*German Customer Satisfaction Barometer – GCSB*), SAD-u, (*American Customer Satisfaction Index – ACSI*), Norveškoj (*Norwegian Customer Satisfaction Barometer – NCSB*), a kasnije na području Europske unije (*European Customer Satisfaction Index – ECSI*) i drugih država, zadovoljstvo klijenata pokazalo se od značajne važnosti na nacionalnoj i međunarodnoj razini (Johnson et al., 2002; Johnson et al., 2001).

Prvi nacionalni instrument za mjerenje zadovoljstva korisnika između poduzeća i industrije je SCSB koji je razvijen 1989. godine (Kristensen et al., 2000) od Fornella (1992). Po uzoru na njega, 1994. godine uspostavljen je ACSI (Deng et al., 2013) od strane Fornella et al. (1996), da bi potom krenula ekspanzija razvoja indeksa zadovoljstva klijenata diljem svijeta. Razvoj Švedskog barometra zadovoljstva klijenata, kao i Američkog indeksa zadovoljstva klijenata zasnovan je na popularnom Oliverovom (1980) teorijskom okviru (ne)potvrde očekivanja (Song et al., 2012). Nacionalni indeksi zadovoljstva klijenata temelje se na ispitivanju klijenata velikog broja vodećih kompanija u okviru brojnih industrija. Npr. SCSB temelji se na približno 130 vodećih kompanija unutar 32 najveće industrije, ACSI na približno 200 vodećih kompanija iz 34 industrija, dok se NCSB zasniva na 42 kompanije iz 12 različitih industrija (Johnson et al., 2001).

Nacionalni indeksi zadovoljstva klijenata mogu se promatrati kao modeli, odnosno sustavi ocjenjivanja kvalitete usluge ili proizvoda prema iskustvu potrošnje klijenata (Munoz et al., 2020), pri čemu se smatraju svojevrsnim tržišnim procjenama uspješnosti poslovnih subjekata, industrija, gospodarskih sektora i nacionalnih gospodarstava (Sun & Kim, 2013). Modeli su uspostavljeni tako da povezuju zadovoljstvo klijenta s njegovim determinantama i zauzvrat, s njegovom posljedicama (Kristensen et al., 2000), od kojih se gotovo svi procjenjuju metodom PLS-SEM (Grigoroudis et al., 2008).

Iako se u suštini slijedi ista metodološka osnova za razvoj indeksa zadovoljstva klijenata, određene razlike između pojedinih modela ipak postoje. Najčešće razlike se odnose na prethodnike i posljedice zadovoljstva klijenata (s pripadajućim varijablama) koji su svojstvu endogenih ili egzogenih konstrukata u definiranom modelu, osim GCSB koji se ne zasniva na modelu prethodnika i posljedica, nego koristi potpuno drugačiji pristup (Grigoroudis et al., 2008). Stoga se pored GCSB, u nastavku sažeto prikazuju razlike između pojedinih indeksa zadovoljstva klijenata s obzirom na uključene konstrukte prethodnike i

posljedice zadovoljstva klijenata, s prikazom međusobnih utjecaja, pri čemu „>“ označava utjecaj na sljedeći konstrukt, dok „>>“ označava utjecaj na sve konstrukte u nizu (Tablica 39.).

Tablica 39. Temeljne razlike između pojedinih indeksa zadovoljstva klijenata

Naziv indeksa	Prethodnici	Posljedice
<b>SCSB</b>	očekivanja klijenta > percipirana izvedba (vrijednost)	prigovori klijenata > lojalnost klijenata
<b>ACSI</b>	očekivanja klijenta >> percipirana kvaliteta > percipirana vrijednost	prigovori klijenata > lojalnost klijenata
<b>NSCB</b>	imidž tvrtke >> percipirana kvaliteta > vrijednost	lojalnost klijenata
<b>Novi NSCB</b>	indeks cijena; pokretači kvalitete; upravljanje prigovorima	imidž; kalkulativna privrženost; afektivna privrženost > lojalnost klijenata
<b>ECSI</b>	imidž tvrtke; očekivanja klijenta; percipirana kvaliteta proizvoda i usluga > percipirana vrijednost	lojalnost klijenata
<b>GCSB</b>	ne pretpostavlja kauzalni model zadovoljstva klijenata i uglavnom je pristup temeljen na anketi koja se sastoji od ukupne ocjena zadovoljstva klijenata, pitanja o zadržavanju klijenata (preporuka, namjera ponovne kupnje), ocjena zadovoljstva za attribute kvalitete ispitanog proizvoda/usluge te pitanja o zadovoljstvu zaposlenika	

Izvor: prema Johnson et al. (2001), str. 221-225.; Grigoroudis et al., (2008), str. 443-446.; Andreassen & Lindestad (1998), str. 9.

S obzirom na razlike u odabiru i međusobno uspostavljenim utjecajima među latentnim konstruktima, usporedba zadovoljstva klijenata između zemalja i njihovih industrija nije moguća (Komšić et al., 2018; Grigoroudis et al., 2008). U nastavku doktorskog rada, prikazat će se pojedinih o mogućnostima i načinima mjerenja (operacionalizacije) zadovoljstva posjetitelja.

### 5.2.3. Mjerenje zadovoljstva posjetitelja

Zadovoljstvo posjetitelja je vrlo složen koncept, tim više kada se procjenjuje na razini destinacije (Truong & Foster, 2006) jer ovisi o velikom broju heterogenih sektora (Ghaderi et al., 2018) u kojem djeluju različiti dionici s uslugama poput prijevoza, smještaja, hrane, pića, rekreacije i sl. (Saayman et al., 2018).

U literaturi postoje brojni pristupi mjerenja zadovoljstva posjetitelja, njegovih prethodnika i posljedica (Dmitrović et al., 2009). Jedan od pristupa zadovoljstvo procjenjuje na temelju turističkog doživljaja, prema kojem se zadovoljavajući doživljaj može percipirati kao podudarnost očekivanja i potreba s učinkom, dok se nezadovoljstvo može izraziti kao jaz između očekivanja i doživljenog (Tung & Ritchie, 2011). U najširem smislu, zadovoljstvo posjetitelja se može promatrati kao rezultat usporedbe između očekivanja i doživljaja posjetitelja, zatim kao razlika između očekivanja posjetitelja i percipirane izvedbe te kao usklađenost između očekivanja posjetitelja i atributa destinacije (Truong & Foster, 2006). Sukladno iznesenom, može se reći da je mjerenje zadovoljstva u turizmu sastavljeno i ovisno o različitim čimbenicima, poput očekivanja posjetitelja i njihove procjene atributa destinacije koje djelomično ovise o prethodnim iskustvima i zadovoljstvu, zatim o kontekstu u kojem se procjenjuje zadovoljstvo, kao i o osobnosti te samorefleksiji ispitanika (Sæþórsdóttir & Hall, 2020).

Mjerenje zadovoljstva je izuzetno važno za destinacijski marketing jer pruža informacije o tome koliko dobro destinacija trenutno zadovoljava potrebe posjetitelja, a jednako tako daje informacije za poboljšanje kvalitete proizvoda i usluga te stvaranje ponude koja je zaista privlačna posjetiteljima (Meng et al., 2008). Kako je turistički proizvod ili doživljaj skup mnogih međusobno povezanih materijalnih i nematerijalnih komponenti, mjerenje zadovoljstva se treba zasnivati na procjeni brojnih pojedinačnih značajki destinacije, pri čemu se utvrđuje ukupno zadovoljstvo te pojedini aspekti koji su „odgovorni“ za zadovoljstvo i nezadovoljstvo posjetitelja (Turner et al., 2002). To implicira da mjerenje zadovoljstva posjetitelja najprije zahtjeva identifikaciju glavnih komponenti turističkog proizvoda/doživljaja, odnosno atributa destinacije nakon čega slijedi mjerenje ukupnog zadovoljstva posjetitelja i/ili prema pojedinim elementima, korištenjem odgovarajućeg mjernog instrumenta (Alegre & Garau, 2010).

Istraživanja zadovoljstva turista u različitim turističkim kontekstima se mogu grupirati u dvije skupine. Unutar prve skupine se uglavnom primjenjuje univarijatni pristup kojim se mjeri razina zadovoljstva posjetitelja te nedostatak u pružanju usluga, dok druga skupina primjenjuje multivarijatni pristup koji uključuje procjenu utjecaja determinantnih varijabli i posljedica zadovoljstva posjetitelja (Suhartanto et al., 2016). Istraživači koji primjenjuju univarijatni pristup općenito koriste jednu ili nekoliko stavki (atributa) za identificiranje ukupnog zadovoljstva, a koje odražava kumulativno iskustvo posjetitelja generirano razinom zadovoljstva s istima. Posljednjih godina, istraživači su sve više počeli koristiti multivarijatne metode s više konstrukata koje omogućuju procjenu njihovog utjecaja na zadovoljstvo, kao i njihove međusobne izravne i neizravne utjecaje (Albayrak & Caber, 2018).

Kako je već navedeno, zadovoljstvo je široko istraživana tema koja je razmatrana u svim područjima turizma (hotelijerstvo, turistička destinacija, *cruising*, posebni oblici turizma, zaštićena područja i sl.), na



razini različitih dionika (posjetitelji, lokalno stanovništvo, poslovni subjekti) primjenom univarijatnog, ali sve češće primjenom multivarijatnog pristupa za utvrđivanje prethodnika i posljedica zadovoljstva posjetitelja. Najčešće korišteni prethodnici zadovoljstva posjetitelja u različitim turističkim kontekstima su kvaliteta usluge i percipirana vrijednost (Kumar et al., 2020; Oriade & Schofield 2019; Kuo et al., 2018; Reyes Vélez et al., 2018; Lee et al., 2011; Žabkar et al., 2010; Baker et al., 2000 i dr.), imidž (Huete Alcocer & López Ruiz, 2020; Kim, 2018; Chiu et al., 2016; Chi & Qu, 2008; del Bosque & San Martín, 2008; Bigné et al., 2001 i dr.) i motivacija (Albayrak & Caber, 2018; Correia et al., 2013; Devesa et al., 2010; Yoon & Uysal, 2005 i dr.). U literaturi su također prisutna istraživanja kauzalnog utjecaja drugih konstrukata na zadovoljstvo posjetitelja, poput turističkog doživljaja (Prayag et al., 2017; Ali et al., 2016; Khan, et al., 2015), paket-aranžmana (Moutinho et al., 2015), promatranja flore i faune (Ziegler et al., 2012), percepcije održivosti (Iniesta-Bonillo et al., 2016) i dr. Što se tiče posljedica, dominantno se razmatrao utjecaj zadovoljstva posjetitelja na namjere posjetitelja u kontekstu lojalnosti, odnosno preporuke drugima i ponovnog dolaska (Kumar et al., 2020; Gohary et al., 2020; Kim, 2018; Khan, et al., 2015; Chen et al., 2011; Aktaş et al., 2010; Chi & Qu, 2008; del Bosque & San Martín, 2008; Hui et al., 2007; Bigné et al., 2001), pri čemu je utvrđen utjecaj zadovoljstva na lojalnost posjetitelja (Dmitrović et al., 2009). Na drugoj strani, postoji ograničen broj studija koje su razmatrale utjecaj zadovoljstva posjetitelja na spremnost plaćanja (WTP) veće cijene u različitim turističkim kontekstima (Kofi Preko & Gyepi-Garbrah, 2021; Farr et al., 2016; Baker et al., 2000).

Mjerenje zadovoljstva najčešće se provodi anketom, koja obično uključuje procjenu različitih atributa turističkog proizvoda, doživljaja ili destinacije na ordinalnoj mjernoj ljestvici, najčešće korištenjem Likertove mjerne ljestvice s rasponom ocjena od 1 do 5 ili od 1 do 7. Od ispitanika se zahtjeva da ocijeni, odnosno iskaže u kojoj mjeri je zadovoljan atributima, pri čemu najniža vrijednost označava najveće nezadovoljstvo atributom, a najviša vrijednost predstavlja najveće zadovoljstvo, dok srednja točka označava neutralnost ili ravnodušnost (Alegre & Garau, 2010). Ocjene atributa zatim se promatraju pojedinačno, zbrajaju ili dodjeljuju dimenzijama konstrukta koji mjeri zadovoljstvo turista (Dmitrović et al., 2009). Pored pažljivog odabira instrumenta, metoda za mjerenje i statističke analize prikupljenih podataka, Pizam & Ellis (1999) poseban naglašavaju važnost identifikacije adekvatnih atributa, odnosno dimenzija temeljem kojih će se izvršiti procjena zadovoljstva ispitanika. Nakon što se utvrdi koje dimenzije/atribute treba mjeriti, postoji velika vjerojatnost da je ukupan broj stavki u upitniku prevelik. U tom slučaju, popis stavki treba reducirati primjenom faktorske analize kojom se identificiraju korelacije među stavkama na najmanje pristran način (Pizam et al., 2016). Stoga se u nastavku rada prikazuju najčešće korištene dimenzije za mjerenje zadovoljstva posjetitelja u destinacijama.

#### 5.2.4. Dimenzije pri mjerenju zadovoljstva posjetitelja destinacijom

Mjerenje zadovoljstva odnosi se na praćenje mišljenja klijenata o dizajnu, pružanju i ocjeni isporučene kvalitete koja obuhvaća sve one atribute i dimenzije proizvoda ili usluge koje mogu zadovoljiti specifične potrebe i stvoriti zadovoljstvo potrošača (Fuchs & Weiermair, 2003). Kvaliteta usluge jedan je od često zastupljenih koncepata temeljem kojeg se mjeri zadovoljstvo u području hotelijerstva (Pizam et al., 2016) i drugih uslužnih djelatnosti, najčešće primjenom SERVQUAL modela (Meng et al, 2008) koji su uspostavili Parasuraman et al. (1988) te kasnijih modificiranih modela koji su prilagođavani specifičnim obilježjima pružanja usluga u pojedinim segmentima hotelijerstva, poput LODGSERV, LODGQUAL, HOLSERV, DINESERV i sl. (Komšić, 2018). U literaturi postoje određeni stavovi da se kvaliteta usluge i zadovoljstvo posjetitelja razlikuju, budući da se kvaliteta usluge fokusira na percepciju kvalitete izvedbe određene usluge ili objekta, dok je zadovoljstvo psihološki ishod kvalitete doživljaja ili emocionalno stanje koje proizlazi iz posjeta (doživljaja) određenom okruženju (Oviedo-García et al., 2019; Rodger et al., 2015; Moore et al., 2015; Tonge et al., 2011). U tablici 40. prikazane su osnovne razlike između zadovoljstva i kvalitete usluge te povezanih termina.

Tablica 40. Razlike između koncepata zadovoljstvo i kvaliteta usluge i povezanih termina

Koncept	Široko korištena interpretacija	Komentar
<b>1. Zadovoljstvo</b>	emocionalno stanje posjetitelja nakon doživljaja destinacije	duga povijest zabune i preklapanja s kvalitetom usluge
<b>1a. Sveukupno zadovoljstvo</b>	prema definiciji za zadovoljstvo	široko mjereno, često koriste ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima
<b>1b. Kvaliteta iskustva</b>	percipirane koristi od iskustva	područje aktivnog istraživanja koje se operacionalizira i mjeri kao koristi
<b>2. Kvaliteta usluge</b>	percipirana kvaliteta izvedbe	popularno za mjerenje jer većina atributa spremno reagira na upravljanje
<b>2a. Ukupna kvaliteta usluge</b>	opća kvaliteta usluge na odredištu	rijetko operacionalizirano i mjereno, performanse atributa od većeg interesa
<b>2b. Kvaliteta izvedbe</b>	prema definiciji za kvalitetu usluge, ali za specifične atribute	široko mjereno, često koriste ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima i to kao „zadovoljstvo“ s atributima destinacije

Izvor: prema Pearce & Dowling, 2018; Moore et al., 2015, str. 3; Rodger et al., 2012., str. 2

Ovakva diferencijacija implicira da je zadovoljstvo teže operacionalizirati i mjeriti nego kvalitetu usluge, što se može vidjeti na primjeru instrumenata za procjenu kvalitete usluge (poput SERQUAL-a), koji iz procesa mjerenja izostavljaju pojedine važne čimbenike susreta s uslugom na razini destinacije (npr. atrakcije, doživljaji prirode, itd.) (Žabkar et al., 2010). Za razliku od hotelijerstva u kojem su instrumenti procjene kvalitete usluge adekvatni za mjerenje zadovoljstva klijenata, mjerenje zadovoljstva posjetitelja na destinacijskoj razini zahtjeva drugačiji pristup jer ovisi o velikom broju dionika iz različitih sektora te brojnim destinacijskim resursima, odnosno atributima (Saayman et al., 2018). Uvidom u dostupnu literaturu, uočava se da se mjerenje zadovoljstva posjetitelja destinacijom provodi na temelju glavnih atributa, odnosno značajki destinacije koji se najčešće grupiraju u faktore ili dimenzije. U nastavku se daje pregled korištenih dimenzija za mjerenje zadovoljstva posjetitelja destinacijom (Tablica 41.).

Tablica 41. Dimenzije zadovoljstva posjetitelja destinacijom

Autor	Destinacija	Dimenzije
Ma et al. (2018)	prirodni rezervat – Kina	različite vrste flore i faune, krajolik i okruženje, prikladnost javnog prijevoza, upravljanje turizmom u parku, dostatnost sigurnosnih sadržaja, dostatnost turističkih sadržaja, dostatnost edukativnih informacija, integriranost strategije očuvanja
Soldić Frleta & Smolčić Jurdana (2018)	3S/urbani turizam – Hrvatska	prijevoz i informacije, sadržaji i vrijednost za novac, okoliš/okruženje, kvaliteta, sigurnost i gostoprimstvo
Saayman et al. (2018)	na razini države - JAR	smještaj, hrana i piće, atrakcije, imigracije
Truong et al. (2017)	urbani turizam – Vijetnam	prirodne atrakcije, izgrađene i arhitektonske atrakcije, kulturne i povijesne atrakcije, festivali i događaji, sigurnost, klima
Smolčić Jurdana & Soldić Frleta (2017)	3S/urbani turizam – Hrvatska	kvaliteta i gostoprimstvo, raznolikost sadržaja, informacije, održavanje i očuvanje destinacije
Campdesuner et al. (2017)	urbani turizam – Kuba	pristup, sadržaji, smještaj, atrakcije
Zander et al. (2016)	nacionalni park - Ekvador	vođenje i sadržaji u parku
Bernini et al. (2015)	3S – Italija	usluge smještaja, urbani okoliš, rekreacijske i komercijalne usluge, usluge plaže i mora, turističke informacije
Ragavan et al. (2014);	urbani turizam – Malezija;	smještaj i hrana, atrakcije, klima i imidž/sigurnost, roba, ukupna pogodnost/praktičnost, kultura, ljudi, cijena

<b>Hui et al. (2007); Heung &amp; Qu (2000)</b>	Singapur; Hong Kong	
<b>Craggs &amp; Schofield (2011)</b>	urbani turizam uz vode – Engleska	primarne atrakcije, sekundarni elementi, dostupnost, okoliš
<b>Chen et al. (2011)</b>	nacionalni park – Taiwan	usluge osoblja, usluge interpretacije, fizički sadržaji, kvaliteta okoliša, rekreacijski sadržaji, uređenost mjesta, kvaliteta pogodnosti i kvaliteta informacija
<b>Alegre &amp; Garau (2010)</b>	3S - Španjolska	3S proizvod, aktivnosti povezane s kulturom i dodir s prirodom, društvena interakcija, dostupnost, lokalni način života, cijena
<b>Arabatzis &amp; Grigoroudis (2010)</b>	nacionalni park – Grčka	osoblje parka, prirodna obilježja, infrastruktura, rekreacijski sadržaji, informacije/komunikacija
<b>Aktaş et al. (2010)</b>	3S – Turska	sadržaji destinacije, usluge smještaja, usluge receptivnih putničkih agencija
<b>Meng et al. (2008)</b>	turizam temeljen na prirodi – SAD	ljubaznost i dostupnost, hrana i lokacija, prirodni krajolik i aktivnosti, smještaj
<b>Truong &amp; Foster (2006)</b>	na razini države – Vijetnam	atrakcije, aktivnosti, sadržaji, smještaj, dostupnost
<b>Fallon &amp; Schofield (2004)</b>	urbani turizam - SAD	osnovne atrakcije, sekundarne atrakcije, tercijarne atrakcije, asistencija, prijevoz
<b>Fletcher &amp; Fletcher (2003)</b>	državni park – SAD	održavanje parka, osoblje parka, informacije u parku, ometanje u parku
<b>Huh &amp; Uysal (2003)</b>	kulturni turizam – SAD	opće turističke atrakcije, kulturne atrakcije, atrakcije baštine, održavanje
<b>Kozak (2003); Kozak (2001a)</b>	3S – Španjolska i Turska	smještaj, lokalni prijevoz, urednost i čistoća, gostoljubivost i briga za goste, dostupnost sadržaja i aktivnosti, cijena, razumijevanje i komunikacija, usluge u zračnoj luci
<b>Kozak &amp; Rimmington (2000)</b>	3S – Španjolska	atraktivnost destinacije, turističke atrakcije i sadržaji, razumijevanje engleskog jezika, usluge i sadržaji u zračnoj luci
<b>Danaher &amp; Arweiler (1996)</b>	na razini države – Novi Zeland	prijevoz, smještaj, aktivnosti na otvorenom, atrakcije
<b>Pizam et al. (1978)</b>	3S – SAD	mogućnosti za plažu, cijena, gostoljubivost, objekti hrane i pića, objekti za smještaj i kampiranje, okoliš, razina komercijalizacije

Izvor: izrada autora

Sumirajući prikazane dimenzije u tablici 41., ali i drugih koje su korištene u studijama, uočava se da su najčešće korišteni atributi za procjenu zadovoljstva posjetitelja u destinacijama prijevoz, smještaj, ponuda hrane i pića, prirodne i kulturne atrakcije, sigurnost, informacije i turistički sadržaji. Što se tiče pristupa pri mjeranju zadovoljstva posjetitelja resursima, odnosno atributima destinacije, najčešće se primjenjuju pristupi očekivanje-izvedba/percepcija (*expectation-performance/perception*), važnost-izvedba (*importance-performance*), (ne)potvrda očekivanja (*expectancy disconfirmation*) i izvedba (*performance only*) (Kozak, 2001b). Iako se veliki broj prethodnih istraživanja za mjerenje zadovoljstva posjetitelja destinacijom temeljio na pristupu očekivanje-izvedba/percepcija, pristup temeljen samo na izvedbi smatra se valjanom alternativom za mjerenje zadovoljstva posjetitelja turističkim destinacijama (Fuchs & Weiermair, 2003; Kozak, 2001b). Jedan od takvih modela za mjerenje zadovoljstva destinacijom je HOLSAT kojeg su razvili Tribe & Snaith (1998), čija je glavna značajka mogućnost mjerenja zadovoljstva posjetitelja doživljajem u destinaciji (Truong & Foster, 2006). Fuchs i Weiermair (2003) dodatno napominju da vrijeme (tijekom, prije i/ili nakon turističkog boravka, povremeno) i mjesto provedbe mjerenja (unutar turističkih kompanija ili destinacije, na granici, u zračnoj luci, nakon povratka doma) mogu utjecati na pristranost pri mjeranju zadovoljstva posjetitelja destinacijom ako se nepravilno odaberu. U nastavku se sažeto daje pregled koncepta zadovoljstva posjetitelja u zaštićenim područjima te odnosa između zadovoljstva posjetitelja i održivosti turističke destinacije.

#### 5.2.5. Zadovoljstvo posjetitelja zaštićenih područja i održivost

Zaštićena područja imaju dvostruku ulogu, gdje osim primarne uloge zaštite resursa, pružaju mogućnosti za obrazovanje, rekreaciju i turizam (Velmurugan et al., 2021; Oviedo-García et al., 2019; Leung et al., 2018; Pearce & Dowling, 2018; Taplin et al., 2016; Valdivieso et al., 2015; Moore et al., 2015; Newsome et al., 2013). U tom kontekstu, zaštićena područja istovremeno se promatraju kao područja očuvanja prirode te društveni prostori koji nude različite usluge, a od kojih se primarno očekuje da pružaju rekreacijske mogućnosti i zadovoljavajući doživljaj posjetiteljima (Oviedo-Garcia, 2019). Međutim, budući da posjetitelji mogu negativno utjecati na vrijednosti zaštićenih područja, izazvali su pomiješane stavove između ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima (Moore et al., 2015).

Zadovoljstvo posjetitelja u zaštićenim područjima predmet je brojnih istraživanja (Moore et al., 2015), kao i predmet kontinuiranih mjerenja ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima (Rodger et al., 2012) u cilju poboljšanja upravljanja posjetama i samim zaštićenim područjima. Kontinuirani interes za procjenom zadovoljstva posjetitelja proizlazi iz promišljanja da se istom mogu dobiti informacije za

poboljšanje kvalitete izvedbe, što će rezultirati povećanjem broja i potpore posjetitelja, kao i političkom potporom (Tonge et al., 2011), s obzirom na to da se broj posjetitelja koristi pri izvješćivanju o uspješnosti upravljanja posjetiteljima u zaštićenim područjima (Rodger et al., 2012). McCool (2006) ističe da je mjerenje zadovoljstva posjetitelja u zaštićenim područjima pokrenulo brojna pitanja, a neka od temeljnih bila su:

- Što je prikladno mjeriti, zadovoljstvo cjelokupnim iskustvom ili zadovoljstvo pojedinačnim atributima okruženja?
- Kako mjeriti zadovoljstvo, korištenjem mjernih ljestvica ili više kvalitativno?

Najčešća praksa ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima bila je mjerenje ukupnog zadovoljstva (kao dio redovitih izvještaja o radu), kao i mjerenje zadovoljstva posjetitelja određenim uslugama, objektima i atributima u cilju dobivanja detaljnijih informacija za planiranje, donošenje odluka o upravljanju i korištenju resursa zaštićenih područja (Tonge et al., 2011; Bushell & Griffin, 2006). Jedan od najčešćih pristupa mjerenja zadovoljstva posjetitelja u zaštićenim područjima je metoda važnost-izvedba, zatim analiza jaza između važnosti i izvedbe ili jednostavno postavljanje pitanja posjetiteljima o razini zadovoljstva na Likertovoj mjernoj ljestvici (Rodger et al., 2012; Tonge et al., 2011).

Moore et al. (2015) posebno naglašavaju da je potrebno razlikovati mjerenje zadovoljstva i kvalitete usluge, jer se npr. mjerenje zadovoljstva s ljubaznošću osoblja odnosi na kvalitetu usluge, dok se npr. mjerenje zadovoljstva posjetitelja s informativnim znakovima, šetnicama, stazama, održavanjem i sl. odnosi na zadovoljstvo. Stoga je vrlo važno identificirati i zadovoljstvo mjeriti glavnim atributima destinacije, jer (ne)zadovoljstvo s pojedinim atributima može dovesti do (ne)zadovoljstva posjetitelja s cjelokupnom destinacijom. U literaturi je utvrđeno da na opće zadovoljstvo posjetitelja utječu situacijski čimbenici, poput resursa, društvenih i upravljačkih obilježja zaštićenog područja koji su nadalje posredovani subjektivnim procjenama posjetitelja prema njihovim socioekonomskim i kulturnim obilježjima, iskustvima, stavovima i percepcijama, preferencijama i sl. (Velmurungan et al., 2021).

Iako je zadovoljstvo posjetitelja u zaštićenim područjima značajno izučavano, potrebna su daljnja istraživanja u kontekstu utvrđivanja zadovoljstva kao odrednice lojalnosti posjetitelja, s obzirom na to da viša razina zadovoljstva pretpostavlja veću vjerojatnost ponovnog posjeta i preporuke zaštićenog područja drugima (de Oliviera et al., 2020; Taplin et al., 2016; Rodger et al., 2015; Moore et al., 2015), dijeljenja pozitivnih online recenzija (Prayag et al., 2017; Hosany et al., 2015), kao i volontiranja, doniranja novca te općenitog podržavanja zaštićenih područja (Taplin et al., 2016). Time se mjerenje općenito zadovoljstva posjetitelja pomiče prema mjerenju budućih namjera ponašanja, što može

rezultirati trajnom potporom zaštićenim područjima (Pearce & Dowling, 2019). U nastavku se prikazuju varijable na temelju kojih se može mjeriti lojalnost kao posljedica zadovoljstva posjetitelja (Tablica 42.).

Tablica 42. Varijable za mjerenje lojalnosti posjetitelja

Varijable za mjerenje lojalnosti
1. Preporuka zaštićenog područja drugima i pozitivne recenzije
2. Namjera ponovnog posjeta zaštićenog područja
3. Spremnost plaćanja veće cijene za ulaznice
4. Spremnost doniranja novca za upravljanje zaštićenim područjem
5. Spremnost upoznavanja i upozoravanja političara o potencijalnim prijetnjama zaštićenom području
6. Spremnost na volontiranje u zaštićenim područjima

Izvor: prema Pearce & Dowling (2018); Rodger et al., str. 9.

S obzirom na to da je turizam u prirodnom okruženju često obilježen različitim doživljajima i aktivnostima na otvorenom, prirodni resursi smatraju se važnom komponentom zadovoljstva posjetitelja (Obradović et al., 2023), jednako kao i sadržaji i usluge koje se nude u zaštićenim područjima (Taplin et al., 2016). Breiby (2015) u istraživanju koje se fokusiralo na utvrđivanje utjecaja estetskih dimenzija na doživljaj posjetitelja, ističe da su prirodni i od čovjeka stvoreni okoliš (smještaj, objekti prehrane, sadržaji poput staza, posjetiteljskih centara i sl.) glavne sastavnice posjete u prirodi koje utječu na zadovoljstvo posjetitelja i ponovni posjet. Također, studije su pokazale da doživljaj, odnosno iskustvo posjetitelja utječe na njihove stavove, zadovoljstvo, lojalnost i namjere ponašanja (Cegur Radović, 2021; Lin & Lee, 2020; Chang, 2018). S obzirom na to da su okolišni resursi jedni od glavnih elemenata zadovoljstva, njihovo neučinkovito upravljanje može potencijalno smanjiti zadovoljstvo posjetitelja (Gao et al., 2016). Budući da se zaštićena područja suočavaju s izazovom korištenja prirodnih resursa za stvaranje zadovoljavajućih doživljaja posjetitelja, a na drugoj strani očuvanja istih, za održivi turizam potrebno je bolje razumijevanje percepcije i zadovoljstva posjetitelja radi utvrđivanja elemenata koji dovode do pretjeranog turizma ili na drugoj strani nedovoljnog iskorištenja turističkih resursa zaštićenog područja (Velmurugan et al., 2021). Jednako tako, zadovoljstvo posjetitelja smatra se jednim od bitnih faktora koji može značajno utjecati na održivost turizma destinacije (Velmurugan et al., 2021; Asmelash & Kumar, 2020; Khan & Hashim, 2020; Heute-Alocer et al., 2019; Saayman et al., 2018; Juandi et al., 2018; Suhartanto et al., 2016, Bernini et al., 2015), s obzirom na to da može utjecati na ponašanje posjetitelja koje je poželjno za destinaciju (produljenje boravka, povećana potrošnja, ponovni dolazak, preporuka drugima, ali i spremnost plaćanja veće cijene za održive proizvode i održivost destinacije u cjelini).

Iako se zadovoljstvo promatra kao važan faktor za održivost turizma destinacije, utjecaj percepcije održivog turizma na zadovoljstvo većinom je mjereno na razini lokalnog stanovništva i dionicima koji čine turističku ponudu (Trišić et al., 2023; Gupta et al., 2021; Hussain et al., 2015; Cottrell et al., 2013; Huayhuaca et al., 2010; Shen & Cottrell, 2008; Cotrell et al., 2007; Cottrell & Vaske, 2006). Studije koje razmatraju zadovoljstvo posjetitelja u kontekstu održivog turizma slabo su zastupljene, a među njima se ističu tri, koje eksplicitno razmatraju utjecaj održivosti turizma destinacije na zadovoljstvo posjetitelja (Jasrotia et al., 2021; Iniesta-Bonillo et al., 2016; Bernini et al., 2015).

Jasrotia et al. (2021) proveli su istraživanje na 26 različitih destinacija u Indiji (zaštićena područja i destinacije kulturnog turizma od nacionalne važnosti) u okviru kojeg su ispitivali utjecaj dimenzija održivog turizma (ekonomska, ekološka, društvena i institucionalna) na zadovoljstvo posjetitelja. Rezultati istraživanja pokazali su da sve dimenzije održivog turizma, osim ekonomske, imaju pozitivan utjecaj na zadovoljstvo posjetitelja, od kojih društvena dimenzija ima najveći utjecaj na zadovoljstvo. U studiji koju su Iniesta-Bonillo et al. (2016) proveli na primjeru destinacije u Španjolskoj (3S destinacija - Cullera) i destinacije u Italiji (destinacija ekoturizma - Oristano), razmatran je utjecaj posjetiteljeve percepcije održivosti destinacije i percipirane vrijednosti putovanja na zadovoljstvo destinacijom. U okviru konstrukta percepcija održivosti destinacije, korištene su tri dimenzije (ekonomska, kulturna i ekološka održivost). Rezultati istraživanja pokazali su da je percepcija održivosti destinacije multidimenzionalni konstrukt višeg reda te da pozitivno utječe na zadovoljstvo posjetitelja destinacijom. Što se tiče razlika između dvaju promatranih destinacija, značajna razlika utvrđena je odnosima između dimenzije percipirana ekološka održivost i percipirane održivosti kao konstrukta višeg reda. Nadalje, Bernini et al. (2015) razmatrali su percipiranu važnost i zadovoljstvo turista dimenzijama 3S destinacije (smještaj, urbani okoliš, rekreacijske i komercijalne usluge, usluge plaže i mora te turističke informacije) te na razini ukupnog zadovoljstva. U okviru svake dimenzije, procjenjivala se percipirana važnost i zadovoljstvo turista održivošću, pri čemu je utvrđeno da je održivost manje važna i slabije utjecajna na zadovoljstvo turista u odnosu na susjedne atribute unutar procjenjivanih dimenzija destinacije.

Za potrebe doktorskog rada, zadovoljstvo posjetitelja promatra se sukladno definiciji Pizam et al. (1978) kao skup stavova posjetitelja o pojedinim sastavnicama, odnosno resursima/atributima parkova prirode, promatrajući stav, odnosno percepciju izvedbe kao vodeću kategoriju prethodnika zadovoljstva temeljem kojeg posjetitelji u okviru afektivno-kognitivne prosudbe pokazuju sviđanje (poželjna svojstva i zadovoljstvo) ili nesviđanje (nepoželjna svojstva i nezadovoljstvo) (Oliver, 2006).

Uvažavajući prethodno iznesena razmatranja o konceptu zadovoljstva, procjena zadovoljstva u doktorskome radu se zasniva na glavnim resursima/atributima parkova prirode koji su osnova turističkog



doživljaja posjetitelja u parkovima prirode. Nadalje, pri procjeni je primijenjen pristup *performance only*, koji je prethodno često korišten u studijama za procjenu zadovoljstva posjetitelja (Kozak, 2001a; Kozak & Remington, 2000; Qu & Li, 1997; Pizam et al., 1978). Nadalje, primijenjen je kombinirani vremenski i prostorni pristup mjerenju zadovoljstva koji se odnosi na mjerenje zadovoljstva tijekom boravka i nakon boravka posjetitelja u parkovima prirode. Korištene dimenzije za mjerenje zadovoljstva posjetitelja resursima parkova prirode preuzete su iz studije Duran-Roman et al. (2021) koja obuhvaća: 1) opću infrastrukturu, 2) turističku infrastrukturu, 3) turističke usluge i 4) dobrobit zajednice.

Unatoč važnosti mjerenja zadovoljstva posjetitelja općenito, kao i za održivost turizma, Oviedo-Garcia et al. (2019) ističu da je razmatranje zadovoljstva posjetitelja u zaštićenim područjima i dalje uglavnom zanemareno. Posebno naglašavaju da je potrebno dublje razumijevanje veza između usluga zaštićenih područja, zadovoljstva i lojalnosti posjetitelja, kako od strane istraživača, tako i od strane ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima (Oviedo-Garcia, et al., 2019; Rodger et al., 2015). Uvidom u dostupnu literaturu, kao i prethodne preglede autora o provedenim istraživanjima (Velmurugan et al., 2021; Pearce & Dowling 2019; Taplin et al., 2016; Moore et al., 2015; Lawton, 2012; Rodger et al., 2012), uočeno je da do sada nisu provedena istraživanja koja promatraju percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu kao prethodnika zadovoljstva posjetitelja te spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma u zaštićenim područjima (parkovima prirode) kao posljedicu zadovoljstva posjetitelja. Stoga se u narednom dijelu doktorskog rada razmatra koncept spremnost plaćanja (WTP) veće cijene posjetitelja, s naglaskom na primjenu koncepta u području održivog turizma.

### 5.3. SPREMNOST PLAĆANJA (WTP) POSJETITELJA ZA ODRŽIVI TURIZAM

Zaštićena područja od značajne su važnosti za ublažavanje brojnih ekoloških izazova planete Zemlje (biološka raznolikost, klimatske promjene i sl.), kao i za poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica (kvalitetnije usluge okoliša, nova radna mjesta i sl.). Prema *Protected Planet Report*, zaštićena područja pohranjuju 15% globalnog ugljika, pomažu u smanjenju krčenja šuma, gubitaka staništa i vrsta te podržavaju egzistenciju više od milijarde ljudi (Bertzky et al., 2012). Dok je njihov društveni značaj neupitan, zaštićena područja posjeduju vrlo vrijedne resurse koje je nekada teško ekonomski vrednovati, odnosno procijeniti njihovu vrijednost.

Posjećivanje zaštićenih područja datira od prvih proglašenja diljem svijeta, predstavljajući ključnu komponentu pri uspostavljanju i upravljanju zaštićenim područjem (Eagles et al., 2002), tim više jer se očekuje da su koristi od uspostavljanja veće nego troškovi (Dharmaratne et al, 2000). S druge strane, mnogi su resursi zaštićenih područja bili predmet posjećivanja, a za što se nije trebalo platiti nikakvu cijenu. S vremenom, sve više se ide u smjeru da se resursima u zaštićenim područjima dodijeli prihvatljiva cijena temeljem koje će biti dostupni posjetiteljima.

Postoje brojni primjeri gdje je treća strana ostvarila korist (npr. prijevoznik, turistički posrednik i sl.), a da je posjetitelj primarno došao posjetiti određeni atraktivni resurs u zaštićenom području (opipljivi ili neopipljivi resurs poput određenih pojava) za koji nije morao platiti nikakvu ili možda minimalnu cijenu. Upravo se za određivanje vrijednosti određenih resursa ili turističkih doživljaja zasnovanih na resursima zaštićenih područja koriste različiti pristupi, metode i tehnike ekonomskog vrednovanja okoliša, odnosno resursa. Vrednovanje se najčešće provodi korištenjem metoda iskazanih preferencija ili otkrivenih preferencija, ovisno o kontekstu. Kod utvrđivanja namjera ponašanja po pitanju određivanja ekonomske vrijednosti resursa, koristi se *Contigent valuation method* (CVM), koja procjenjuje spremnost plaćanja (*Willingness to pay* - WTP) za stjecanje ili korištenje resursa, odnosno spremnost prihvaćanja naknade (*Willingness to accept* - WTA) za nekorištenje resursa.

U turističkoj literaturi postoje studije koje su istraživale spremnost plaćanja posjetitelja za resurse u različite svrhe, poput ulaznica, a u novije vrijeme se pojavljuju i studije koje su ispitivale spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma u različitim kontekstima. U nastavku rada daje se pregled metoda ekonomskog vrednovanja, posebno razmatrajući CVM, odnosno studija koje su razmatrale WTP. Na kraju se daje pregled dosadašnjih istraživanja koje su utvrđivale WTP za održivost turizma u različitim turističkim kontekstima.

### 5.3.1. Metode ekonomskog vrednovanja resursa

U području ekonomije često se koriste metode ekonomskog vrednovanja resursa korištenjem različitih metoda i tehnika. Na početku je nužno razjasniti da je tržišna vrijednost određenog resursa samo dio njegove ekonomske vrijednosti, kao što ekonomska vrijednost ne predstavlja ukupnu vrijednost okoliša. Ukupna vrijednost okoliša može se promatrati kroz antropocentričnu (s aspekta korisnosti/potreba za čovjeka) i ekocentričnu teoriju vrijednosti (opstojnost prirode neovisno u potrebama čovjeka) (Mburu, 2007). Ukupna ekonomska vrijednost okolišnih resursa obuhvaća njihovu uporabnu vrijednost (izravnu i neizravnu) i neuporabnu vrijednost (egzistencijsku i opcijsku) (Abdullah et al., 2011). Uporabna vrijednost odnosi se na korištenje dobara ili usluga, dok se neuporabna vrijednost odnosi na vrijednost koju ljudi pripisuju dobrima, kao što su usluge ekosustava, čak i ako ih nikada nisu, niti će ih ikada koristiti (Butterfield et al., 2016). Najprikladnije mjerenje vrijednosti okoliša iskazuje se kroz cijene roba i usluga (drvo, rude, zemljište i sl.), međutim, mnogim se dobrima iz okoliša ne može trgovati jer su široko distribuirana javna dobra među ljudima, a koja su posljedično i ekonomski često podcijenjena (Mendelsohn, 2019).

Iako je turizam kao industrija ovisan o okolišu te na njemu zasniva razvoj (prirodnom i od čovjeka stvorenom), okolišni resursi koji su predmet turističkog korištenja, poput plaža, vrijednosti zaštićenih područja i sadržaja na otvorenom, često se koriste besplatno ili se djelomično naplaćuju, što može utjecati na podcjenjivanje njihove ekonomske, ali i društvene vrijednosti općenito (Mandić, 2017a; Tisdell, 2006). Pri određivanju ekonomske vrijednosti okolišnih resursa koji nemaju cijenu ili nisu uključeni u komercijalnu razmjenu, koristi se izravni i neizravni pristup vrednovanja. Izravni pristup oslanja se na metodama iskazanih preferencija (*stated preferences method - SPM*), dok se za neizravni pristup koriste metode otkrivenih preferencija (*revealed preferences method - RPM*) (de Corte et al., 2021; Hanley & Czajkowski, 2019; Mendelsohn, 2019; Mandić, 2017b; Mburu, 2014; Abdullah et al., 2011). U tablici 43. prikazane su metode s pripadajućim tehnikama ekonomskog vrednovanja.

Tablica 43. Tehnike i metode SPM i RPM ekonomskog vrednovanja resursa

Pristup	Metoda / tehnika	Fokus vrednovanja
Metoda iskazanih preferencija ( <i>Stated preferences method – SPM</i> )	Metoda uvjetnog vrednovanja ( <i>Contingent valuation method – CVM</i> ) Eksperimenti izbora ( <i>Choice experiments method – CEM</i> )	uporabna i neuporabna vrijednost resursa

<b>Metoda otkrivenih preferencija</b> <i>(Revealed preferences method – RPM)</i>	Hedonistička metoda <i>(Hedonic pricing method – HPM)</i>	uporabna vrijednost resursa zajedno s troškom putovanja
	Metoda troška putovanja <i>(Travel cost method - TCM)</i>	uporabna vrijednost resursa uz promjene kvalitete okoliša
	Analiza tržišne cijene <i>(Market price analysis)</i>	izravna vrijednost tržišni proizvodi
	Metode bazirane na trošku <i>(Cost based methods)</i>	neizravna uporabna vrijednost resursa
	Metode bazirane na produktivnosti <i>(Productivity methods)</i>	
	Izbjegnuti trošak <i>(Avertive expenditure)</i>	
<b>Transfer koristi</b> <i>(Benefit transfer)</i>	koristi druge empirijske studije	uporabna i neuporabna vrijednost resursa

Izvor: prema Mburu et al. (2007)

Budući da su mnoge ekološke usluge javna dobra koja su nekonkurentne (*nonrival*) i neisključive (*nonexcludable*) potrošnje<sup>32</sup>, prva uporaba eksperimentalnih metoda za utvrđivanje vrijednosti bila je usmjerena na metodu uvjetnog vrednovanja (CVM), korištenjem dobro strukturiranih hipotetskih pitanja o spremnosti plaćanja (WTP) za javno dobro (Shogren, 2005). Metode iskazanih preferencija (SP) oslanjaju se na informacije o izboru potrošača koje se donose u eksperimentalno kontroliranim hipotetskim kontekstima, za razliku od metoda otkrivenih preferencija (RPM) koje prikupljaju informacije promatranjem stvarnih tržišnih izbora pojedinaca (Hanley & Czajkowski, 2019). SPM kao metode simuliraju tržišne uvjete i mogu se koristiti za mjerenje vrijednosti bilo kojeg okolišnog resursa bez potrebe za vidljivim ponašanjem potrošača ili podacima. U okviru SPM, anketar stvara ponudu određene količine dobara i usluga po zadanoj cijeni, a ispitanik pokazuje spremnost prihvatiti ili odbiti ponudu. S

<sup>32</sup> Van den Belt et al. (2011) pojašnjavaju pojmove nekonkurentnost (*nonrival*) i neisključivost (*nonexcludable*) resursa pri korištenju. **Nekonkurentnost resursa** prikazuju za situacije u kojima korištenje resursa od strane jedne osobe ne može utjecati na ograničenje korištenja druge osobe. To se može prikazati na primjeru nekih biljnih ili životinjskih vrsta koje su besplatno dobro i koriste se za lijekove, pri čemu će se njihova vrijednost razlikovati među pojedincima s obzirom na njihovu potrebu korištenja lijeka – lijek protiv bolova će biti daleko vrjedniji onima koji pate od velikih bolova, nasuprot onih koji ne pate od nikakvih bolova. **Neisključivost resursa** prikazuju kroz nemogućnost tržišnog i drugačijeg sprječavanja pojedinaca u korištenju resursa, što implicira malu vjerojatnost plaćanja za upotrebu istoga. Kao primjer se može prikazati nemogućnost tržišnog ograničavanja doživljaja estetske ljepote/vrijednosti zalaska sunca, promatranja zvijezda od kuće, zaštite od UV zračenja i sl., na kojima se ne može uspostaviti pravo privatnog vlasništva te stoga nemaju tržišnu cijenu.

druge strane, metode otkrivenih preferencija (RPM) stvaraju podatke o ponudi i potražnji iz stvarnih, provjerljivih tržišnih informacija, odražavajući potrošnju s vrednovanjem ekoloških usluga (van den Belt et al., 2011), kao što je npr. trošak putovanja da bi se došlo do lokacije i uživalo u besplatnim okolišnim resursima – rekreacija na otvorenom. I jedna i druga metoda imaju određene prednosti i nedostatke. Velika prednost SPM je činjenica da se ispitanike može pitati za njihovu WTP bez obzira na to koriste li hipotetsku robu ili ne, odnosno mogu se utvrditi uporabne i neuporabne vrijednosti (Mburu et al., 2007). Nadalje, Mendelsohn (2019) ističe da je prednost SPM u tome što se može postaviti pitanje o bilo kojoj vrijednosti ili ponašanju u novim i neobičnim okolnostima koje je inače teško izmjeriti, dok odgovori ispitanika mogu biti vrlo slični njihovom stvarnom ponašanju, što pokazuje da bi metode SPM i RPM dovele do vrlo sličnih procjena. U nastavku se daje pregled osnovnih prednosti i nedostataka metode ekonomskog vrednovanja okoliša SPM u odnosu na RPM (Tablica 44.).

Tablica 44. Prednosti i nedostaci metode ekonomskog vrednovanja okoliša SPM u odnosu na RPM

<b>Prednosti SPM</b>	omogućuju mjerenje WTP-a za skupove ekoloških dobara koji trenutno ne postoje, npr. namjera proglašenja novog zaštićenog područja ili smanjenje lokalnog onečišćenja zraka ispod minimuma kao alternativno rješenje poboljšanja kvalitete života
	omogućuju procjenu neuporabne vrijednosti koje ljudi mogu imati za dobra, čak i ako ih izravno ne koriste, pri čemu se ne može primijeniti RP metoda
	sposobnost egzogenog i sustavnog mijenjanja atributa između alternativa koje ispitanik bira
<b>Nedostaci SPM</b>	zasnovanost na odgovorima o hipotetskim tržištima, a ne na stvarnom ponašanju, što znači da postoji prostora za hipotetsku pristranost (podcjenjivanje i precjenjivanje WTP)
	iskazani WTP se razlikuje od stvarnog nepromatranog WTP-a.

Izvor: prema Hanley & Czajkowski (2019), str. 250.

U radu koji opsežno razmatra dostupnu literaturu, Johnston et al. (2017) argumentiraju da su metode SPM jedini poznati pristup procjene vrijednosti javnih dobara uključujući usluge okoliša, učinke na ljudsko zdravlje i druge ishode za koje nisu dostupni podaci za primjenu metode RPM. Metode SPM su jedino dostupno sredstvo za procjenu neuporabne vrijednosti, uključujući pasivnu uporabu, ili uporabne vrijednosti koje su izvan tržišta ili promatranih uvjeta. Također, na temelju dostupne literature nije uočeno da postoje stroga pravila koja jasno određuju kada i kojoj se situaciji koristi određena metoda i tehnika. To većinom ovisi o istraživaču, definiranom istraživačkom okviru i kontekstu u kojem se istraživanje provodi. Oslanjajući se na preporuke brojnih autora u literaturi (Mburu, 2014; Stabler et al., 2010; Shogren, 2005; Perman et al., 2003; Markandye et al., 2002; Bull, 1998), Mandić (2017) pri

vrednovanju javnih resursa nacionalnih parkova uključenih u cijenu hotelskih proizvoda zaključuje da istraživački okvir treba formulirati na temelju metoda CEM, CVM, TCM i HPM ili kombinacije istih.

S obzirom da je istraživački okvir doktorskog rada usmjeren na utvrđivanje vrijednosti turističkih resursa parkova prirode iz perspektive posjetitelja u cilju poboljšanja doživljaja te doprinosa posjetitelja održivosti turizma parkova prirode, u empirijskom istraživanju primijenjena je metoda CVM, korištenjem tehnike WTP. Stoga se u nastavku najprije pojašnjava CVM/WTP tehnika vrednovanja resursa.

### 5.3.2. Contingent valuation method (CVM) – WTP i WTA

CVM je najčešće korištena tehnika za vrednovanje višestrukih usluga ekosustava, dobara i usluga u situacijama kada ne postoje podaci tržišnog ponašanja te je kao takva gotovo jedina za procjenu neuporabnih vrijednosti (Nautiyal & Goel, 2021; Hanley & Czajkowski, 2019; Boyer, 2017; Butterfield et al., 2016; Abdullah et al., 2011; van den Belt et al., 2011), u okviru koje pojedinci iskazuju spremnost plaćanja (WTP) za stjecanje, odnosno spremnost prihvaćanja naknade (WTA) za nekorištenje dobra ili usluge (Soeteman et al., 2017; Abdullah et al., 2011). WTP kao koncept odražava maksimalni novčani iznos koji bi pojedinac platio da dobije dobro, odnosno pravo korištenja, dok WTA odražava minimalni novčani iznos temeljem kojeg je pojedinac spreman odreći se dobra, odnosno njegovog korištenja. Dakle, može se reći da WTP određuje tzv. nabavnu cijenu relevantnu za vrednovanje predloženog dobitka dobra ili usluge, dok WTA određuje tzv. prodajnu cijenu relevantnu za vrednovanje predloženog odustajanja od dobra ili usluge (Brown & Gregory, 1999). Mburu et al. (2007) su to prikazali tako da se WTP propituje kada ispitanik ima ili može imati vlasnička prava nad resursom, a WTA u situacijama kada nema vlasničkih prava, odnosno za koliku naknadu je spreman prihvatiti gubitak resursa.

CVM je usmjeren na utvrđivanje preferencija ispitanika o hipotetskim promjenama promatranih okolišnih resursa, postavljanjem pitanja kojima se isti vrednuju u okviru koncepta WTP ili WTA. Iako se u literaturi spominje da su razlike između WTP i WTA vrednovanja okolišnih resursa male (Mendelsohn, 2019; van den Belt et al., 2011), ipak je koncept WTA manje poželjan jer se smatra da unutar njega ispitanici precjenjuju vrijednost promatranih resursa u odnosu na WTP (Ratna, 2019). Racionalno objašnjenje se ogleda u činjenici da ljudi negativnije percipiraju gubitak, odnosno odricanje od dobra ili usluge koju već posjeduju, nego na potencijalno korištenje istih (van den Belt et al., 2011). CVM kao tehnika najbolje funkcionira kada su resursi blizu tržišne robe ili usluge (van den Belt et al., 2011), ali je prikladna i za vrednovanje resursa koji su korisni ili se pretpostavlja da su važni ljudima iako nemaju tržišne vrijednosti zbog svoje neprodajne prirode (Nautiyal & Goel, 2021; Markandya et al., 2019), kao

što su određene estetske, društvene i kulturne usluge (Butterfield et al., 2016). Nadalje, CVM omogućuje vrednovanje promjena u okolišu čak i ako se još nisu dogodile (*ex ante* vrednovanje), specifikacijom hipotetskih scenarija ili stanja izvan sadašnjih ili prošlih načina pružanja usluga (Abdullah et al., 2011).

CVM se može promatrati kao proces od nekoliko koraka koji započinje definiranjem problema koji se razmatra za evaluaciju, a zatim se nastavlja na pripremu i provedbu preliminarne ankete koja uključuje interakciju s ljudima. Nakon toga slijedi formulacija upitnika i provedba ankete, što je relativno složen i dugotrajan proces te se na kraju provodi analiza rezultata (Nautiyal & Goel, 2021). U fazi provedbe ankete, od ispitanika se zahtjeva da navedu svoje preferencije na hipotetskim tržištima na kojima mogu kupiti ocjenjivanu robu ili uslugu, što omogućuje procjenu vrijednosti robe ili usluga kojima se ne trguje na tržištima. Zatim se od ispitanika zahtjeva da iskažu svoj maksimalni WTP, odnosno minimalni WTA za danu promjenu u količini ili kvaliteti ekološkog dobra, usluge ili resursa (Witt, 2019; Markandya & Ortiz, 2011). U primjeni CVM-a, najvažnije je formulirati dovoljno razumljiv, jasan i smislen scenarij, odnosno opis hipotetskog tržišta za ispitanike. Ispitanici moraju u potpunosti razumjeti što se vrednuje - vrednuju li se roba i/ili usluge u smislu potencijalnog korištenja ili se vrednuju potencijalne predložene promjene u okolišu (Markandya et al., 2019).

CVM se može koristiti kao alat otvorenog tipa koji od ispitanika zahtjeva da navedu maksimalni iznos novca koji su spremni platiti ili kao alat zatvorenog tipa koji zahtjeva odabir jednog od ponuđenih iznosa koji su spremni platiti, a koji kao takav preciznije oponaša tržišne situacije u kojima potrošači plaćaju određenu cijenu za robu te je puno zatupljeniji u odnosu na otvorenim tip (Boyer, 2017). U tom smislu, sudionici iskazuju vrijednost koja ovisi o kontekstu koji je stvorio istraživač (van den Belt et al., 2011).

Unatoč njegovoj čestoj uporabi, postoje određene kritike CVM-a, prije svega zbog postavljanja pitanja, umjesto promatranja ponašanja uzorka populacije (Butterfield et al., 2016). Često je kritiziran poradi postavljanja hipotetskih pitanja na koje ispitanici daju hipotetske odgovore, što implicira da se ne može sa sigurnošću znati hoće li se pojedinci isto ponašati u stvarnoj situaciji te izvršiti plaćanje (Markandya et al., 2019; Mitchell & Carson, 2013; Abdullah et al., 2011). Međutim, široka uporaba CVM u nekoliko područja rezultirala je protokolima *dobre prakse* i priručnicima koji se temelje na empirijskim iskustvima, pri čemu se može očekivati da će se dobiti razumno pouzdani rezultati ako se ovi protokoli pažljivo slijede (Markandya et al., 2019; Markandya & Ortiz, 2011). Stoga se korištenje metode CVM smatra opravdanim, pogotovo u kontekstu dijela definiranog istraživačkog okvira doktorskog rada – utvrditi WTP posjetitelja za poboljšanje doživljaja te jačanje održivosti turizma parkova prirode. U nastavku se daje pregled koncepta WTP i dosadašnjih istraživanja u području održivog turizma u destinacijama.

### 5.3.3. Spremnost plaćanja (WTP) posjetitelja i primjena u održivom turizmu

Koncept WTP-a u literaturi se proučava kao jedna od ključnih dimenzija koncepta namjera ponašanja potrošača (uz namjere ponovne kupnje/ponovnog povratka i preporuke drugima), dok se namjere ponašanja promatraju kao temeljni prethodnici stvarnog ponašanja u procesu donošenja odluka pojedinaca (Boronat-Navarro & Pérez-Aranda, 2020; Martínez García de Leaniz et al., 2017; Gao et al., 2016; Lee et al., 2010). Prvotna metoda za procjenu WTP-a potrošača bila je izravna anketa koju je primijenio Stoezel (1954) i to kao psihološki motiviranu metodu pomoću koje se procjenjivala maksimalna i minimalna cijena za proizvod (Breidert, 2005). Metodom izravnog ispitivanja zahtijeva se da ispitanici samostalno navedu WTP za određeni proizvod ili skup atributa, dok se kod metode neizravnog ispitivanja zahtijeva da ispitanici na temelju unaprijed definiranih alternativa cijena za proizvode ili attribute koji se procjenjuju, odaberu jednu od ponuđenih cijena, ali se može primijeniti i tehnika rangiranja ili ocjenjivanja WTP (Breidert et al., 2006). Vođen konstatacijom da se stvarni WTP potrošača teško može utvrditi, Voelckner (2006) navodi da su metode mjerenja pokušaj utvrđivanja stvarnog iznosa koji su potrošači spremni platiti te stoga nema jednostavne preporuke odabira između navedenih metoda.

U literaturi se mogu pronaći različiti načini postavljanja pitanja o WTP-u koji su poznati kao metode, odnosno formati elicitacije (*elicitation formats*) (Whynes et al., 2005). U studijama WTP-a koriste se tehnike kao što su otvorena pitanja (izravna anketa) i dihotomni izbor (*dichotomous choice*) (Brouwer et al., 2017), zatim ljestvica plaćanja (*payment scale*), format nadmetanja (*bidding format/game*) (Soeteman et al., 2017; Whynes et al., 2005) i aukcija (Kanya et al., 2019). Dihotomni izbor najčešće je korištena tehnika koja se pojavljuje u dvije varijante – jednostruki dihotomni izbor (*single-bound dichotomous-choice*) i dvostruki dihotomni izbor (*double-bound dichotomous-choice*) (Ahmed & Gotoh, 2007). Tehnika otvorenih pitanja je često kritizirana zbog nepredviđenih i pristranih odgovora (Drichoutis et al., 2016; Breidert, 2005; Foster & Mourato, 2003), međutim svaka metoda ima relativne prednosti i nedostatke (Ahmed & Gotoh, 2007; Voelckner, 2006) te ne postoje standardizirani obrasci za odabir najboljeg formata za pouzdanu procjenu WTP-a (Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016).

U okviru pojedinih formata/tehnika, mogu se koristiti različiti mjerni instrumenti, odnosno pristupi koncipiranja pitanja WTP-a. Najčešće se koristi cijena izražena u valuti (Grilli et al., 2021; Xiao et al., 2020; Witt, 2019; Liu et al., 2019; Seetaram et al., 2018; Cheung & Jim, 2014;), postotak (Bigerna et al., 2019; Fuentes-Moraleda et al., 2019), Likertova mjerna ljestvica (Boronat-Navarro & Pérez-Aranda, 2020; Mgxekwa et al., 2019; Wei et al., 2018; Martínez García de Leaniz et al., 2017), ponuđene izjave WTP-a



(Asafu-Adjaye & Tapsuwan, 2008) ili se koristi kombinirani pristup (Durán-Román et al., 2021; Fuentes-Moraleda et al., 2019; Jurado-Rivas & Sánchez-Rivero, 2019; Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016; Cheung & Jim, 2014; Kang et al., 2012). Dok se putem cijene ili postotka utvrđuje, odnosno mogu se prikazati konkretni iznosi WTP-a, korištenjem Likertove mjerne ljestvice može se utvrditi postoji li općenito ili ne WTP veće cijene potrošača ili posjetitelja (dodatnog iznosa ili Premium cijene).

Mjerenje koncepta WTP-a široko je primijenjeno u različitim područjima, među kojima se ističu ekonomija okoliša, prijevoz, zdravlje i različita područja ekonomije, uključujući i turizam. U području turizma provedena su istraživanja koja razmatraju koncept WTP-a posjetitelja u području upravljanja i očuvanja prirodnih resursa (Xiao et al., 2020; Witt, 2019; Liu, et al., 2019; Subade & Francisco 2014; Piriypada & Wang 2014; Dodds et al., 2010; Casey et al. 2010; Reynisdottir et al., 2008, Law & Cheung, 2007), ekoturističkih programa i usluga (Müller et al., 2020; Meleddu & Pulina, 2016; Cheung & Jim, 2014), tzv. zelenih turističkih proizvoda (Linnes et al., 2022; Wei et al., 2018; Seetaram et al., 2018; Hinnen et al., 2017) i zelenih hotela i restorana (Nelson et al., 2021; Fuentes-Moraleda et al., 2019; Martínez García de Leaniz et al., 2017; Chia-Jung & Pei-Chun, 2014; Namkung & Jang, 2014; Kang et al., 2012; Lee et al., 2010), turističkih proizvoda i doživljaja (Lee et al., 2019; Veréb & Azevedo, 2019; Mgxeke et al., 2019; Hultman et al., 2015), zadovoljstva (Bigné et al., 2008) i klimatskih promjena (Araña et al. 2013). Studije usmjerene na zaštitu i očuvanje prirodnih područja, istraživale su WTP veće cijene posjetitelja za ulaznice (Witt, 2019; Bigerna et al., 2019; Roberts et al., 2016; Piriypada & Wang 2014; Casey et al. 2010; Reynisdottir et al., 2008), WTP stanovništva za zaštitu i očuvanje (Subade & Francisco 2014), WTP turista za rekreacijske aktivnosti (Asafu-Adjaye & Tapsuwan, 2008), WTP turista za očuvanje neuporabnih vrijednosti maritimnih resursa (Xiao et al., 2020) i sl.

Tijekom posljednjeg desetljeća, koncept WTP-a posjetitelja intenzivnije se razmatra u području održivog turizma. Postoje studije koje razmatraju WTP za održive hotele (Boronat-Navarro & Pérez-Aranda, 2020), destinacije masovnog turizma (Durán-Román et al., 2021; López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2017; Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016; López-Sánchez & Pulido-Fernández 2014), destinacije kulturnog turizma (Aydin & Alvarez, 2020; Jurado-Rivas & Sánchez-Rivero, 2019), turistički doživljaj (Pulido-Fernandez et al., 2022; Durán-Román et al., 2021), na primjeru jedne zemlje (Araújo et al., 2022), ali i kao determinantu pro-održivih turista (López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2016).

Dominantno korištene determinante za određivanje utjecaja na WTP turista su sociodemografska obilježja i obilježja putovanja posjetitelja (Liu et al., 2019; Fuentes-Moraleda et al., 2019; Chen et al., 2016; Casey et al., 2010; Reynisdottir et al., 2008), što se odnosi i na studije u području održivog turizma (Jurado-Rivas & Sánchez-Rivero, 2022; Pulido-Fernández et al., 2022; Durán-Román et al., 2021; Jurado-

Rivas & Sánchez-Rivero, 2019; López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2017). Pored navedenih varijabli, pojedine studije WTP-a za održivi turizam koristile su determinante poput ekoloških uvjerenja, stavova o eko putovanjima i održivosti te održivog ponašanja (Araújo et al., 2022; Pulido-Fernández & López-Sánchez, 2016). U studijama koje su razmatrale WTP za održivi turizam, korišteni su različiti mjerni instrumenti za procjenu WTP-a, među kojima je najčešće korištena Likertova mjerna ljestvica (Araújo et al., 2022; Moliner-Tena et al., 2021; Aydin & Alvarez 2020; Boronat-Navarro & Pérez-Aranda, 2020) te format ljestvice plaćanja (Durán-Román et al., 2021; Jurado-Rivas & Sánchez-Rivero, 2019; López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2017).

Uvidom u dostupnu literaturu relevantnih baza podataka, utvrđeno je da nema studija koje istražuju WTP veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma u parkova prirode. Pored sociodemografskih obilježja i obilježja putovanja, u literaturi se primjećuje nedostatak procjene utjecaja drugih determinanti na WTP veće cijene posjetitelja (de Arujo et al., 2022), kao i potrebe provedbe studija koje razmatraju WTP posjetitelja u različitim kontekstima (Aydin & Alvarez 2020). Stoga se smatra opravdanim ispitati i utvrditi WTP veće cijene posjetitelja za jačanje održivost turizma u parkovima prirode, uz procjenu utjecaja njihove percipirane važnosti održivog korištenja resursa u turizmu, njihovog zadovoljstva turističkim resursima i WTP veće cijene za poboljšanje turističkog doživljaja na njihovu WTP veće cijene za jačanje održivosti turizma u parkovima prirode.

U narednom dijelu daje se pregled dosadašnjih istraživanja usko vezanih uz istraživačke hipoteze doktorskog rada, odnosno razmatrane utjecaje među definiranim glavnim konstruktima empirijskog istraživanja doktorskog rada: percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu, zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima destinacije, WTP veće cijene posjetitelja za poboljšanje turističkog doživljaja te WTP veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma. S obzirom na enormno veliki broj prethodnih istraživanja koncepata percepcije posjetitelja, zadovoljstvo posjetitelja, doživljaj posjetitelja te metode ekonomskog vrednovanja temeljem iskazanih preferencija posjetitelja, u tablici 45. isključivo se prikazuju prethodne studije koje su istraživale međuodnose između minimalno dva od četiri glavna konstrukta doktorskog rada. To implicira da se ne uzimaju u obzir studije koje su istraživale slične i bliske koncepte, poput npr. percipirane vrijednosti (*perceived value*), turističkog doživljaja općenito, zadovoljstva u hotelijerstvu i drugim područjima koji se direktno ne odnose na zadovoljstvo atributima destinacije, kao i studije koje nisu eksplicitno koristile metodu WTP, poput onih koje su primijenile metodu eksperimenti izbora (*choice experiments method - CEM*).

## 5.4. PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA PROMATRANIH KONSTRUKATA

Tablica 45. Dosadašnja istraživanja međuodnosa između promatranih konstrukata

Izvor	Država	Instrument i uzorak	Koncept ili model*	Statistička analiza**	Fokus istraživanja/promatrane varijable
<b>Araújo et al., (2022)</b>	Portugal	Upitnik; 567	SPT, WTP	SEM	Predlaganje i testiranje modela koji mjeri utjecaj ekoloških uvjerenja na stavove o ekoturističkim putovanjima i održivo ponašanje te njihov utjecaj na WTP turista za održivost turističkih destinacija općenito, na primjeru turista u Portugalu. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Durán-Román et al. (2021)</b>	Španjolska	Upitnik; 1068 (397 3S/ 637 RT)	WTP	Višestruka regresija i stablo odlučivanja	Utvrđivanje WTP turista kroz poreze ili javne pristojbe za poboljšanje turističkog doživljaja i održivost destinacije masovnog turizma (3S), utjecaja sociodemografskih i obilježja putovanja na WTP turista te utjecaja uvođenja poreza ili javnih pristojbi na osjetljivost/elastičnost turističke potražnje. Korišten je format ljestvice plaćanja (odabir jedne od cijena).
<b>Jasrotia et al. (2021)</b>	Indija	Upitnik; 228	N/P***	PLS-SEM	Utvrđivanje utjecaja ekonomske, ekološke, sociokulturne i institucionalne održivosti na zadovoljstvo turista na primjeru 26 različitih destinacija od nacionalne važnosti (povijesni spomenici, rezervati divljih životinja, planinski punktovi i nacionalni parkovi) iz 8 država Indije. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Kofi Preko &amp; Gyepi-Garbrah (2021)</b>	Gana	Upitnik; 285	N/P	SEM	Utvrđivanje utjecaja turističkog doživljaja na zadovoljstvo, utjecaja zadovoljstva na lojalnost i WTP veće cijene, kao i utjecaja lojalnosti na WTP veće cijene posjetitelja te moderirajuće uloge učestalosti posjeta na odnos između zadovoljstva i WTP veće cijene posjetitelja na primjeru Nacionalnog muzeja. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.

<b>Moliner-Tena et al. (2021)</b>	Španjolska	Upitnik; 1034	N/P	SEM, ANOVA	Utvrđivanje utjecaja svake od dimenzija održivosti (ekološka, društvena i ekonomska) na nezaboravni doživljaj turista u destinaciji ruralnog turizma i 3S destinaciji te postojanja razlika između navedenih destinacija, kao i utjecaja dobi kao moderirajuće varijable. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Velurugan et al. (2021)</b>	Indija	Upitnik; 540	VIM	ANOVA, Pearsonov koeficijent, višestruka regresija	Utvrđivanje učinaka prakse upravljanja utjecajima posjetitelja (VIM) na doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja Nacionalnog parka Eravikulam. Mjereno je zadovoljstvo posjetitelja VIM praksama i utjecaj socio-ekonomskih čimbenika na prakse VIM-a. Utvrđena je korelacija između turističkih aktivnosti, utjecaja na okoliš, socio-kulturnih utjecaja, VIM-a, obrazovanje posjetitelja i zadovoljstvo posjetitelja sadržajima i uslugama, a zatim utjecaj svih varijabli na zadovoljstvo posjetitelja. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Aydin &amp; Alvarez (2020)</b>	Turska	Upitnik; 353	N/P	EFA, CFA	Dimenzioniranje konstrukata istraživanja te utvrđivanje važnosti koju turisti pridaju različitim atributima održivosti i WTP veće cijene turista za navedene attribute u destinacijama kulturnog turizma. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Gohary et al. (2020)</b>	Iran	Upitnik; 389	MTE	PLS-SEM	Utvrđivanje utjecaja nezaboravnog turističkog doživljaja na zadovoljstvo destinacijom, namjere ponovnog posjeta i pozitivnu usmenu predaju turista u kontekstu eko-turizma. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Jurado-Rivas &amp; Sánchez-Rivero (2019)</b>	Španjolska	Upitnik; 960	WTP, WTA	t-test, ANOVA	Utvrđivanje WTP veće cijene i WTA dodatnog troška posjetitelja za porast održivosti turističkih proizvoda i usluga (hotelska soba, restoran, ulaznica za muzej, taxi prijevoz) u destinaciji kulturnog turizma na razini 2012. i 2016. godine te razlike s obzirom na sociodemografska obilježja ispitanika. Korišten je format dihotomnog izbora i ljestvica plaćanja (odabir jedne od cijena).
<b>Mgxeakwa et al. (2019)</b>	JAR	Upitnik; 383	N/P	EFA, CA, ANOVA, Chi	Utvrđivanje segmenata posjetitelja kulturne baštine prema aspektima za koje smatraju da su neophodni za nezaboravni doživljaj te razlika između tri

				square test, Hi-kvadrat test	identificirana segmenta s obzirom na korištene varijable segmentacije, sociodemografska obilježja i obilježja putovanja te WTP veće cijene. Korištena je Likertova mjerna ljestvica.
<b>Sirikudta et al. (2019)</b>	Tajland, Mianmar, Kina i Laos	Upitnik; 600	N/P	t-test, višestruka regresija	Utvrđivanje zadovoljstva u održivom kreativnom turizmu temeljem razlike između očekivanja i percepcije turista, zatim utjecaj percepcije turista na namjeru ponovnog posjeta te uspoređivanje percepcije turista po posjećenim zemljama duž 5 ruta podregije Gornjeg Velikog Mekonga.
<b>Veréb &amp; Azevedo (2019)</b>	Portugal	Eksperiment 116	Mapiranje putovanja	Kvazi eksperiment	Analiziranje utjecaja determinanti percipirane inovativnosti turističkog doživljaja u fazi planiranja putovanja (razina sukreacije, autentičnost i potencijalni negativni događaji) na očekivanja, namjere kupnje i WTP.
<b>Juandi et al. (2018)</b>	Indonezija	Upitnik; 100		Višestruka regresija	Utvrđivanje utjecaja dimenzija održivog turizma (ekološki, ekonomski i sociokulturni aspekt te upravljanje turizmom) na zadovoljstva posjetitelja na primjeru kulturnog centra Saung Angklung Udjo.
<b>Baral et al. (2017)</b>	Nepal	Upitnik; 433	CIA	EFA, višestruka regresija	Utvrđivanje percepcije posjetitelja o autentičnosti, stanju očuvanosti resursa i izvanrednoj univerzalnoj vrijednosti Nacionalnog parka pod UNESCO-om s obzirom na sociodemografska obilježja i obilježja putovanja posjetitelja.
<b>López-Sánchez &amp; Pulido-Fernández (2017)</b>	Španjolska	Upitnik; 666	WTP	Višestruka regresija	Utvrđivanje utjecaja odabranih varijabli (sociodemografska, ekonomska i obilježja putovanja, stavovi prema održivosti i stupanj „održive inteligencije“ turista) na WTP veće cijene turista za održive turističke destinacije na primjeru 3S destinacije masovnog turizma. Korišten je format dihotomnog izbora i ljestvice plaćanja.
<b>Castellanos-Verdugo et al. (2016)</b>	Dominikanska Republika	Upitnik; 520	N/P	PLS-SEM	Utvrđivanje utjecaja znanja i stavova prema ekološkoj komponenti ekoturizma na percipiranu vrijednost destinacije (zaštićenog područja) te utjecaja percipirane vrijednosti na zadovoljstvo i namjere posjetitelja.

<b>Iniesta-Bonillo et al. (2016)</b>	Španjolska i Italija	Upitnik; 355	N/P	CFA, SEM	Utvrđivanje utjecaja percepcije posjetitelja o održivosti turističke destinacije na percipiranu vrijednost i zadovoljstvo posjetitelja te utjecaja percipirane vrijednosti na zadovoljstvo posjetitelja. Studija je primijenjena na primjeru 3S i ekoturističke destinacije. Korištena je Likerova mjerna ljestvica.
<b>López-Sánchez &amp; Pulido-Fernández (2016)</b>	Španjolska	Upitnik; 1188	N/P	LCA	Korištenje koncepta WTP turista za održivost turističke destinacije kao jednog od determinanti za određivanje segmenata pro-održivih turista.
<b>Pulido-Fernández &amp; López-Sánchez (2016)</b>	Španjolska	Upitnik; 666	WTP	ANOVA, Višestruka regresija	Utvrđivanje WTP Premium cijene za posjet održivoj turističkoj destinaciji u odnosu na tri segmenta turista „održive inteligencije“ (razina privrženosti održivosti, stavovi o održivosti, znanje/održivo ponašanje) na primjeru 3S destinacije. Korišten je format dihotomnog izbora i ljestvice plaćanja.
<b>Bernini et al. (2015)</b>	Italija	Upitnik; 705	ISA	MA	Utvrđivanje percipirane važnosti i zadovoljstva turista pojedinim dimenzijama 3S destinacije te ukupnog zadovoljstva. U okviru svake dimenzije, procjenjivala se percipirana važnost i zadovoljstvo turista održivošću. Korištena je Likerova mjerna ljestvica.
<b>Nejati et al. (2015)</b>	Malezija	Upitnik; 469	SET	t-test, PLS-SEM	Utvrđivanje percepcije turista o mogućim utjecajima turizma na prirodni okoliš i percipiranu važnost održivog turizma.
<b>López-Sánchez &amp; Pulido-Fernández (2014)</b>	Španjolska	N/P	WTP	N/P	Utvrđivanje čimbenika koji određuju WTP za održiviju turističku destinaciju na primjeru 3S destinacije. Nedostatna metodologija i rezultati istraživanja, osim da od 12 promatranih čimbenika, jedino spol ne utječe pozitivno na WTP.
<b>Pandža Bajs (2013)</b>	Hrvatska	Upitnik; 285	SERV- PERVAL	EFA, SEM	Utvrđivanje utjecaja percipirane vrijednosti destinacije domaćih turista na zadovoljstvo i buduće namjere ponašanja – primjer Dubrovnika.
<b>Andereck (2009)</b>	SAD	Upitnik; 852	N/P	MANOVA	Utvrđivanje percepcije turista o ekološki odgovornim praksama turističkih poduzeća s obzirom na stavove turista prema tzv. zelenim inovacijama u destinacijama turizma temeljenog na prirodi.

<b>Cohen &amp; Ben-Nun (2009)</b>	Izrael	Upitnik; 373	N/P	EFA	Utvrđivanje percepcije posjetitelja o važnosti pojedinih atributa vinskog turizma s obzirom na njihovu odluku da posjete vinarije ili vinske regije.
<b>Williams &amp; Soutar (2009)</b>	Australija	Upitnik; 402	PERVAL	CFA, višestruka regresija	Utvrđivanje percepcije posjetitelja o vrijednosti pustolovne <i>four-wheel</i> ture te utjecaja iste na zadovoljstvo i namjere ponašanja.
<b>Bigné et al. (2008)</b>	Španjolska	Intervju; 400	N/P	SEM	Utvrđivanje kognitivnih (premašivanje očekivanja) i afektivnih (uzbuđenje i ugodna) prethodnika zadovoljstva i posljedice zadovoljstva (intenziviranje doživljaja, lojalnost i spremnost plaćanja veće cijene) u kontekstu hedonističkih usluga na primjeru interaktivnog muzeja i zabavnog parka. Korištena je Likertova mjerna ljestvica za utvrđivanje spremnosti plaćanja veće cijene i ponovnog povratka u slučaju porasta cijena.
<b>George (2006)</b>	Indija	Upitnik; 88	SERVQUAL	t-test	Utvrđivanje percipirane važnosti uslužnog okruženja vinskog turizma na zadovoljstvo doživljajem vinskih turista, s obzirom na pojedine skupine motiva.
<b>Shanka &amp; Taylor (2004)</b>	Australija	Upitnik; 101	SERVQUAL	EFA, t-test i ANOVA, višestruka regresija	Utvrđivanje percipirane važnosti usluga i atributa sadržaja hotela s 3 zvjezdice od strane gostiju koji su odsjeli u promatranom hotelu, njihovog zadovoljstva i ponovni boravak u hotelu.

#### **POJAŠNJENJE KORIŠTENIH KRATICA**

\* CIA – koncept cjelovitosti i autentičnosti; ISM – metoda važnost/zadovoljstvo; MTE – nezaboravni turistički doživljaj; SET – teorija društvene razmjene; SPT – teorija socijalne psihologije; VIM – upravljanje utjecajem posjetitelja; WTA – spremnost prihvaćanja; WTP – spremnost plaćanja;

\*\* CA – klaster analiza; CFA – konfirmatorna faktorska analiza; EFA – eksplorativna faktorska analiza; LCA – analiza latentnih klasa/grupa; ANOVA – analiza varijance; MA – analiza mapa; MANOVA – multivarijatna analiza varijance; SEM – modeliranje strukturnih jednadžbi; PLS-SEM – modeliranje strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata;

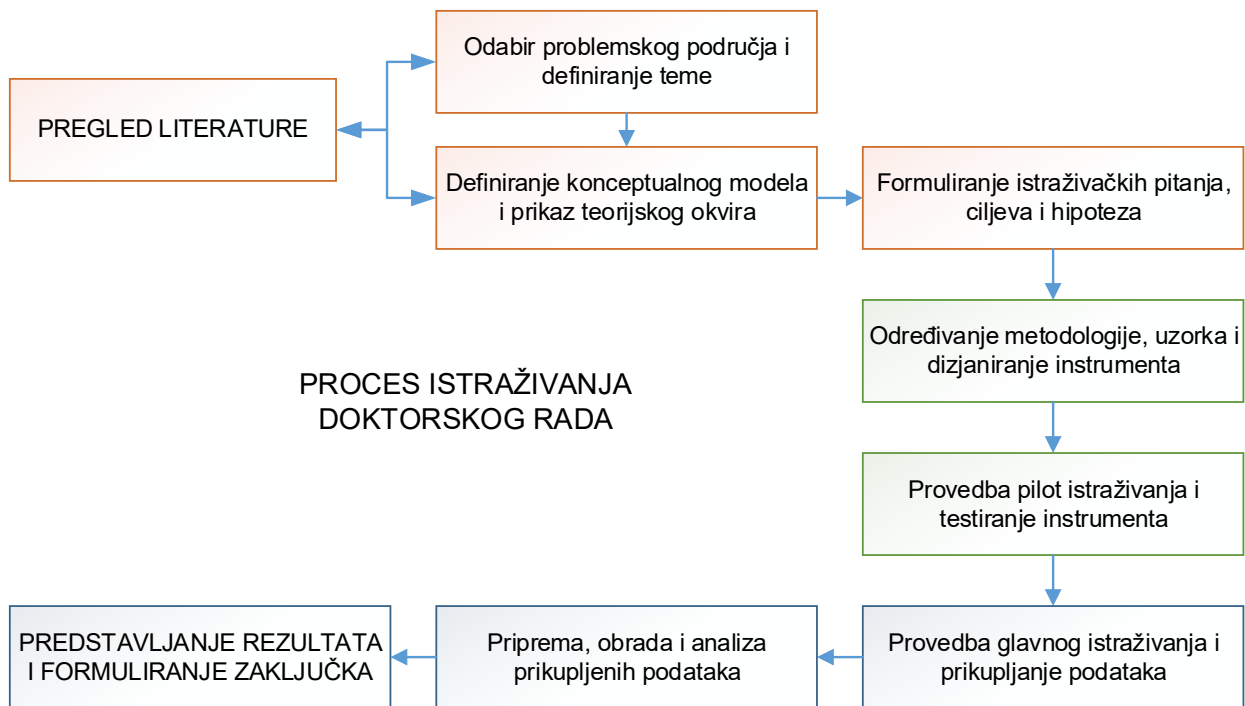
\*\*\* N/P – nije poznato/primijenjeno u radu

Izvor: izrada autora

## 6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Istraživanje kao proces sastoji se od tri faze, počevši od faze konceptualizacije na koju se naslanja operacionalizacija pa do faze realizacije (Lamza Posavec, 2021). Iako se proces istraživanja slikovito prikazuje kao niz povezanih faza i daje dojam da je organiziran na linearan način, u stvarnosti je iterativne prirode budući da se na pojedinim fazama radi paralelno i to u više navrata (Saunders et al., 2019). Cjelokupni proces istraživanja pri izradi doktorskog rada prikazan je na slici 29., pri čemu su koraci u istraživanju označeni različitim bojama. Crveno označeni koraci dio su faze konceptualizacije, zeleno označeni su dio faze operacionalizacije, dok su plavo označeni koraci dio faze realizacije. Samo empirijsko istraživanje logičan je slijed procesa istraživanja koji se naslanja na prethodni teorijski okvir doktorskog rada i konceptualni model istraživanja. U okviru empirijskog dijela istraživanja, pristupilo se dizajniranju metodologije istraživanja te analizi i prikazu rezultata istraživanja.

Slika 29. Proces istraživanja



Izvor: izrada autora

U ovom će se poglavlju kroz naredne cjeline najprije detaljno prikazati metodologija empirijskog istraživanja po etapama, a u drugom dijelu će se sustavno prikazati rezultati statističke analize.



## 6.1. METODOLOGIJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Kvaliteta empirijskog istraživanja ovisi o prikladnosti odabranog metodološkog pristupa, instrumentarija te prikladnosti strategije uzorkovanja koja se primjenjuje u istraživanju (Cohen et al., 2018). Poradi toga, detaljnije je proučena literatura koja prikazuje i pojašnjava istraživačke metode u društvenim znanostima (Lamza Posavec, 2021; Collis & Hussey, 2021; Bougie & Sekaran, 2020; Saunders et al., 2019; Cohen et al., 2018; Sekaran & Bougie, 2016; Verčić et al., 2010; Kothari, 2004; Marušić & Prebežac, 2004).

Nakon faze konceptualizacije, pristupa se procesu dizajna istraživanja, pri čemu je bilo potrebno odabrati istraživački pristup, metode, tehnike, postupke i procedure za provedbu istraživanja između više opcija koje su istraživačima na raspolaganju. U sljedećim potpoglavljima, nakon prikaza definiranih istraživačkih pitanja, ciljeva i hipoteza kao dijela konceptualnog modela, opisan je odabrani metodološki pristup i vrsta istraživanja, pristup određivanja uzorka i dizajniranja instrumenta istraživanja te metode prikupljanja i statističke analize prikupljenih podataka.

### 6.1.1. Istraživačka pitanja, ciljevi i hipoteze

Osnovna svrha empirijskog istraživanja doktorskog rada je testirati postavljene hipoteze, a posljedično doprinijeti boljem razumijevanju održivog turizma u parkovima prirode iz perspektive posjetitelja, s obzirom na njihovu percipiranu važnost održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode, njihovo zadovoljstvo resursima te njihovu spremnost podržavanja resursa parkova prirode u cilju poboljšanja doživljaja i jačanja održivosti turizma parkova prirode. Sukladno definiranom predmetu, problemu i svrsi istraživanja, postavljena su sljedeća **istraživačka pitanja**:

- Kakva je percepcija posjetitelja prema održivom turizmu i njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode?
- Jesu li posjetitelji spremni financijski podržati poboljšanje doživljaja i jačanje održivosti turizma u parkovima prirode kroz optimalno korištenje resursa?
- Kako se može promatrati i mjeriti spremnost plaćanja posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode?
- Postoje li statistički značajni utjecaji formuliranih konstrukata prethodnika na zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima i njihovu spremnost podržavanja doživljaja u parkovima prirode?

- Postoje li pozitivni utjecaji formuliranih konstrukata prethodnika na spremnost podržavanja održivog turizma u parkovima prirode i jesu li oni statistički značajni?
- Razlikuje li se spremnost podržavanja između pojedinih dimenzija održivosti turizma u parkovima prirode s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode?

Uzimajući u obzir istraživačka pitanja, definiran je sljedeći **glavni cilj**:

uspostaviti te ispitati valjanost i pouzdanost konceptualnog modela za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

Na temelju glavnog cilja, postavljeni su sljedeći **empirijski i aplikativni ciljevi**:

- prikazati prosječne ocjene konstrukata konceptualnog modela i njihovih dimenzija primjenom metode deskriptivne statističke analize
- provjeriti pouzdanost i valjanost reflektivnog i formativnog mjernog modela
- utvrditi postojanost multidimenzionalnog karaktera latentnog konstrukta spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- procijeniti strukturni model
- utvrditi utjecaj pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te njihovog zadovoljstva turističkim resursima parkova prirode na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanja doživljaja te spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- ispitati utjecaj spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja poboljšanje doživljaja na njihovu spremnosti plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- utvrditi postojanje razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode
- sustavno prikazati rezultate istraživanja
- predložiti preporuke za upravljanje parkovima prirode u cilju privlačenja i upravljanja posjetiteljima te podržavanja održivog turizma u parkovima prirode optimalnim angažiranjem resursa.

Sukladno prethodno definiranim istraživačkim pitanjima i ciljevima doktorskog rada, u tablici 46. prikazane su formulirane istraživačke hipoteze.

Tablica 46. Istraživačke hipoteze doktorskog rada

---

**H1:** Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode multidimenzionalan je konstrukt višeg reda.

---

**H2:** Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

*H2-1: Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

*H2-2: Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode.*

*H2-3: Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

---

**H3:** Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

*H3-1: Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode.*

*H3-2: Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

---

**H4:** Spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

---

**H5:** Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.

*H5-1: Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.*

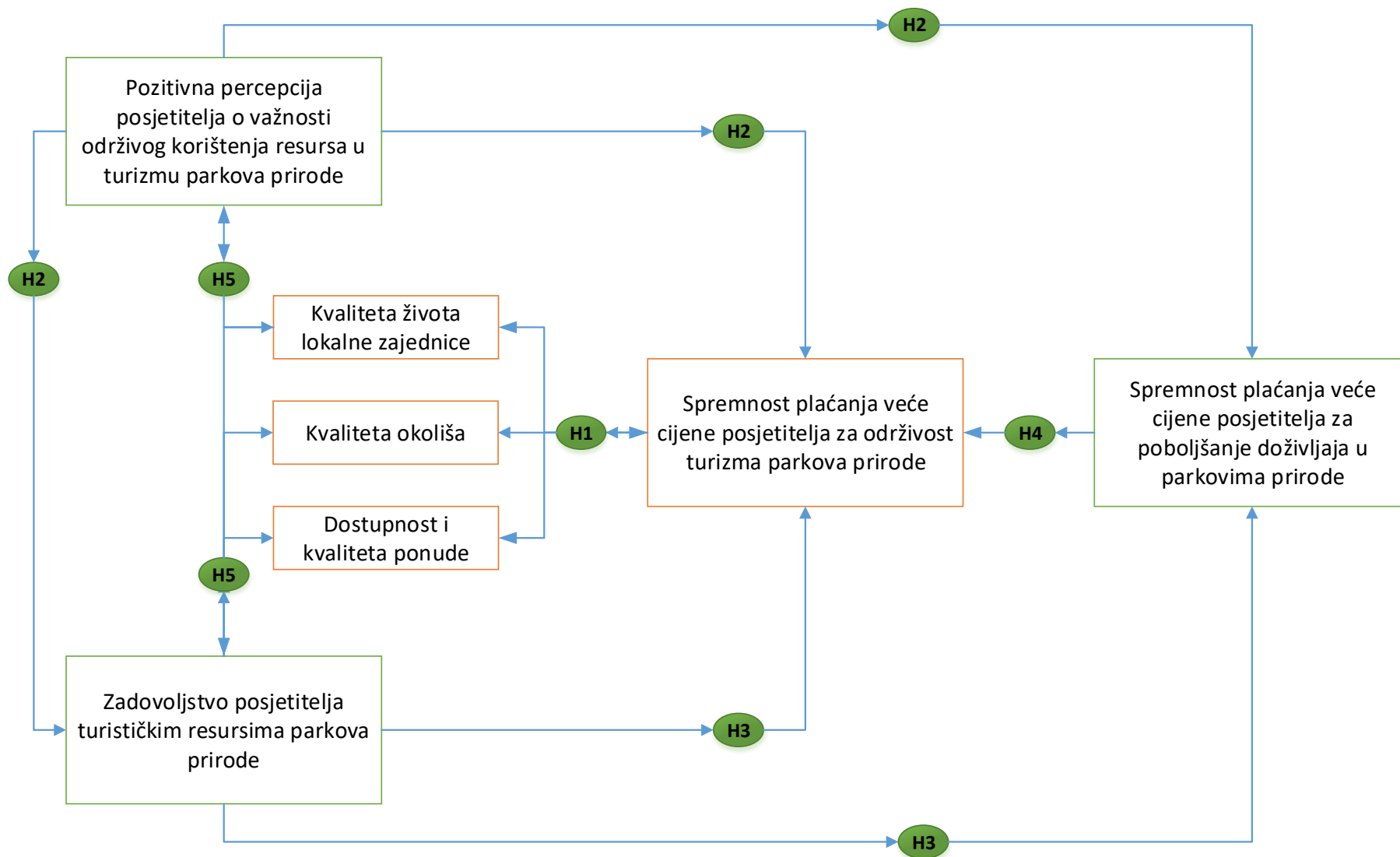
*H5-2: Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

---

Izvor: izrada autora

U nastavku slijedi prikaz konceptualnog modela s prikazom međusobnih utjecaja između konstrukata, sukladno definiranim istraživačkim hipotezama doktorskog rada (Slika 30.).

Slika 30. Konceptualni model



Izvor: izrada autora

### 6.1.2. Metodološki pristup i prikupljanje podataka u istraživanju

Klasifikacija metoda istraživanja ovisi o brojnim parametrima, gdje se često kao osnovni kriteriji razlikovanja metoda navode cilj, vrste, izvor i mjesto prikupljanja podataka te uloga istraživača (Lamza Posavec, 2021). Također, korišteni su i kriteriji primjenjivosti i logike istraživanja (Collis & Hussey, 2021) te objekta istraživanja, učestalosti i sl. (Verčić et al., 2010). Kada se govori o metodološkom pristupu, odnosno vrsti prikupljanja podataka, istraživanja mogu biti kvalitativna ili kvantitativna, ali i kombinirana. Oslanjajući se na metodološki pristup prethodnih istraživanja koji je primjenjivan pri ispitivanju utjecaja između pojedinih predmetnih konstrukata iz perspektive posjetitelja (Araújo et al., 2022; Moliner-Tena et al., 2021; Jasrotia et al., 2021; Gohary et al., 2020; Castellanos-Verdugo et al., 2016), u doktorskom radu primijenjena je deduktivna znanstvena metoda koja pruža koristan i sustavan pristup generiranja znanja za rješavanje definiranih istraživačkih problema (Sekaran & Bougie, 2016). U tom kontekstu, procesu prikupljanja primarnih podataka prethodilo je definiranje problema, ciljeva i formuliranje hipoteza zasnovanih na prikazanom teorijskom okviru.

S obzirom na definirane ciljeve dokorskog rada, tehniku prikupljanja podataka i kasniji postupak statističke analize prikupljenih podataka, u empirijskom istraživanju primijenjen je kvantitativni metodološki pristup koji se zasniva na numeričkim podacima, za što se kasnije koriste prikladne statističke metode analize (Collis & Hussey, 2021) koje su detaljnije pojašnjene u potpoglavlju 6.1.6. U tablici 47. prikazane su korištene znanstvene metode i pristupi u provedbi empirijskog istraživanja.

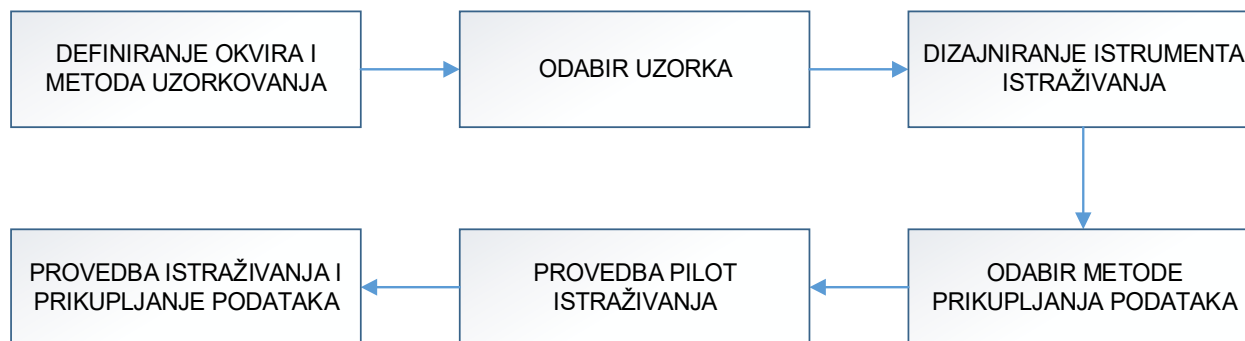
Tablica 47. Prikaz i opis korištenih pristupa i metoda u istraživanju

Metoda / pristup	Obilježje i svrha metode
<b>Deduktivni pristup</b>	Metoda kojom se predmetna teorijska predviđanja testiraju na temelju hipoteza (Bougie & Sekaran, 2020).
<b>Kvantitativna metoda prikupljanja podataka</b>	Često se koristi kao sinonim za tehnike prikupljanja podataka (kao što je upitnik) ili postupak analize podataka (kao što su grafikoni ili statistika) koji generira ili koristi numeričke podatke (Saunders et al., 2019).
<b>Metoda prikupljanja primarnih podataka „na terenu“ (<i>field method</i>)</b>	<i>Field</i> -metoda kao istraživački pristup usmjerena je na istraživački postupak kojim se prikupljanje podataka provodi u stvarnom životnom okruženju u kojem sudjeluju ispitanici (Lamza Posavec, 2021).

Izvor: izrada autora

Prikupljanje podataka za statističku analizu prolazi kroz nekoliko koraka, od koji su najbitniji postupak odabira uzorka, dizajniranje instrumenata i metoda prikupljanja podataka. Na slici 31. prikazan je proces prikupljanja podataka koji je primijenjen u doktorskom radu, a koji se sastoji od šest koraka.

Slika 31. Proces prikupljanja podataka



Izvor: prema Collis & Hussey, R. (2021), str. 183.

### 6.1.3. Postupak odabira uzorka

Pri odabiru uzorka postoje određeni faktori kao što su trošak, vrijeme i dostupnost koji često sprječavaju istraživače u dobivanju informacija od cijele populacije. Stoga se najčešće prikupljaju podaci od manje skupine ili podskupa ukupne populacije na takav način da je stečeno znanje reprezentativno za populaciju koja se proučava (Cohen et al., 2018). Postupku određivanja uzorka najčešće prethodi definiranje populacije, određivanje osnovnog skupa i okvira uzorkovanja te određivanje metode izbora, prikladne veličine i raspršenosti uzorka (Lamza Posavec, 2021). Za potrebe dokorskog rada, proces uzorkovanja vođen je sukladno istaknutim koracima pri čemu se započelo s definiranjem ciljane populacije.

Sekaran & Bougie (2016) navode da je u postupku definiranja ciljane populacije potrebno odrediti jedinice, geografske granice i vrijeme provedbe istraživanja. Ciljanu populaciju (osnovni skup) predstavljali su posjetitelji triju odabranih parkova prirode, od ukupno pet, koji se nalaze u regijama Panonske i Sjeverne Hrvatske, odnosno dvanaest u Hrvatskoj. U tom kontekstu, osnovni skup predstavljali su posjetitelji koji su unazad 12 mjeseci posjetili odabrane parkove prirode, odnosno tijekom 2021. i 2022. godine. Iz ciljane populacije izuzeti su posjetitelji sedam parkova prirode koji se nalaze u Jadranskoj Hrvatskoj, poradi značajne posjećenosti od turista koji borave u priobalnim destinacijama i usputno posjećuju parkove prirode. Selekcija parkova prirode u regijama Panonske i Sjeverne Hrvatske provedena je korištenjem

metodologije *DEGURBA*<sup>33</sup> (*Degree of urbanisation classification*), prema kojoj su iz istraživanja isključeni parkovi prirode koji se prostiru unutar područja velikih gradova (JLS 1 kategorije/ LAU2 - *cities or densely populated areas*) - Park prirode Medvednica (LAU2 - Zagreb) i Park prirode Kopački rit (LAU2 - Osijek).

Ovakav pristup uzorkovanja predstavlja specifičan doprinos, s obzirom na to da isključuje posjetitelje koji parkove prirode posjećuju svakodnevno (npr. građani Zagreba na Sljemeni – Park prirode Medvednica) i dominantno usputno (parkovi prirode u Jadranskoj regiji), a koji ne predstavljaju tipične posjetitelje zaštićenih područja (ekoturisti, pustolovni turisti, geoturisti itd.). S druge strane, ovakav pristup može se promatrati kao svojevrsno ograničenje istraživanja, jer ne obuhvaća posjetitelje svih parkova prirode u Hrvatskoj. Također, dodatni doprinos istraživanja u smislu uzorkovanja se odnosi na posjetitelje parkova prirode pod dodatnim međunarodnim designacijama, odnosno članstvo u globalno priznatim mrežama (Tablica 48.). Uzimajući u obzir članstvo u mrežama, Park prirode Papuk globalno je prepoznatljiv s geološkog aspekta, Park prirode Lonjsko polje s aspekta močvarnih područja, dok Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje nije član niti jedne globalno priznate mreže.

Tablica 48. Pripadnost parkova prirode međunarodnim mrežama

Naziv Parka prirode	DANUBEPARKS	UNESCO Global Network of Water Museums	EUOPARC Federation	Parks Dinarides	European Stork Villages Network	UNESCO Global Geoparks	European Geoparks Network	Ramsar Convention on Wetlands
Park prirode Lonjsko Polje	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓
Park Prirode Papuk	-	-	-	✓	-	✓	✓	-
Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje				✓				

Izvor: izrada autora

Nakon definiranja osnovnog skupa populacije, pristupilo se metodi izbora uzorka i prikladne veličine uzorka. Metoda odabira uzorka smatra se jednim od najvažnijih postupaka u procesu uzorkovanja o kojem ovisi reprezentativnost i valjanost dobivenih rezultata istraživanja (Lamza Posavec, 2021). Stoga se prilikom načina odabira uzorka pristupilo slijedeći preporučene metodološke prakse relevantnih autora.

<sup>33</sup> Klasifikacija stupnja urbaniziranosti JLS, detaljnije o metodologiji i razvrstavanju svake pojedine JLS RH unutar pojedine kategorije na: [https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP\\_DEGURBA](https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP_DEGURBA)

Saunders et al. (2019) prikazuju metodološki pristup koji se zasniva na okviru uzorkovanja, o kojem ovisi hoće li se primijeniti metoda odabira uzorka s primjenom vjerojatnosti (*probability sampling*) ili bez primjene vjerojatnosti (*non-probability sampling*). Okvir uzorkovanja predstavlja fizički prikaz svih jedinica populacije iz koje se planira definirati uzorak (Collis & Hussey, 2021; Boigie & Sekaran, 2020), a koji treba biti sveobuhvatan, točan, pouzdan i prikladan, a ako nije dostupan, treba se pripremiti (Kothari, 2004). Nadalje, Kothari (2004) pokazuje praksu odabira uzorka u slučajevima konačne i beskonačne populacije, pri čemu se u oba slučaja mogu primijeniti i jedna i druga metoda odabira uzorka.

S obzirom na to da istraživanje obuhvaća posjetitelje koji su parkove prirode posjetili tijekom 2021. godine, za koju je poznat broj posjeta, te 2022. godine, za što nemamo poznati broj jedinica, populacija se može promatrati kao beskonačna te ne postoji mogućnost pripreme okvira uzorkovanja. U ovom slučaju, pri odabiru uzorka slijedi se pristup Kotharija (2004) koji pojašnjava da se u slučaju nepoznatog broja jedinica, odnosno beskonačne populacije, može primijeniti jednostavni slučajni uzorak, jer sve jedinice iz beskonačne populacije imaju jednaku vjerojatnost odabira pri čemu je odabir neovisan jedan o drugome. Kada se govori o teritorijalnoj raspršenosti uzorka, valjanost istraživanja povećava se ako se provodi na što je moguće više lokacija, pogotovo kada se provodi terensko istraživanje, za razliku od istraživanja koja se provode u elektronskom obliku koja nemaju prostornog ograničenja (Lamza Posavec, 2021). Primjena jednostavnog slučajnog uzorka pogodna je u istraživanjima koja se provode u elektroničkom obliku (online, korištenjem telefona i sl.), a jednako tako i u istraživanjima koja zahtijevaju *face-to-face* komunikaciju (Saunders et al., 2019). Razumijevanjem zahtjeva jednostavnog slučajnog uzorka, primijenjeno je online i terensko istraživanje koje je obuhvatilo sve lokalitete uzoraka (*sample points*) odabranih parkova prirode (detaljnije o metodi prikupljanja podataka u narednom potpoglavlju 6.1.4.).

#### 6.1.4. Dizajn instrumenta istraživanja i metode prikupljanja podataka

Prikupljanje primarnih podataka provedeno je metodom anketiranja, korištenjem anketnog upitnika kojeg su ispitanici popunjavali samostalno. Anketni upitnik odabran je zato što predstavlja unaprijed formuliran pisani skup pitanja na koje ispitanici bilježe svoje odgovore, najčešće unutar usko definiranih alternativa te je dizajniran za prikupljanje velikog broja kvantitativnih podataka. Takvi upitnici generalno su jeftiniji i zahtijevaju manje vremena. Za razliku od intervjua mogu se distribuirati poštom te u elektroničkom obliku (*email, online*). Međutim, veća je vjerojatnost neodgovaranja i grešaka u neodgovaranju prilikom ispunjavanja anketnog upitnika (Sekaran & Bougie, 2016).



Anketni upitnik izrađen je u dvije varijante (elektronski i papirnati format) na hrvatskom i engleskom jeziku, a prikupljanje podataka provodilo se na licu mjesta (*onsite*) i *online*. *Online* i *onsite* pristupom obuhvaćeni su posjetitelji koji su trenutno u obilasku ili borave u parku prirode, oni koji su već posjetili park prirode (unutar 12 mjeseci od posjete) te se trenutno nalaze na širem geografskom području. Iako u istraživanjima usmjerenim prema posjetiteljima dominiraju tzv. *onsite (on field)* istraživanja, postoje i određena istraživanja koja su koristila *online* metodologiju prikupljanja primarnih podataka (Moreno-Llorca et al., 2020; Wall-Reinius & Bäck, 2011; Ballantyne et al., 2011) te kombinaciju *onsite* i *online* istraživanja (Jorgenson et al., 2018; Barnes et al., 2016; Wolf et al., 2015; Mayer & Wallace, 2007).

Jorgenson et al. (2018) testirali su valjanost nove turističke autobiografske ljestvice pamćenja (TAMS) koja mjeri doživljaj posjetitelja kroz osobno pamćenje. Proveli su anketiranje posjetitelja na izlazima Nacionalnog parka Yellowstone, primjenom metodološkog pristupa istraživanja na licu mjesta (*onsite*) i *online* putem elektronske pošte (*post-visit*). Wolf et al. (2015) istraživali su doživljaj tematski povezanih tura posjetitelja (pješačke, biciklističke i ture posebnih interesa u ekologiji, geologiji i povijesti) u nacionalnim parkovima Novog Južnog Walesa (NSW) u Australiji. Osim intervjua, autori su najprije proveli *onsite*, a nakon toga i *online (post-visit)* anketiranje kako bi se povećala veličina uzorka. S obzirom na to da nisu utvrdili statistički značajne razlike između *onsite* i *online* podataka, podaci su spojeni u jednu cjelinu, što je slučaj i ovog doktorskog rada, u kojem se prikupljeni podaci razmatraju kao cjelina.

Prikupljanje podataka za potrebe doktorskog rada primarno se provodilo elektronskim (*online*) anketnim upitnikom, korištenjem *Google Forms*. *Google Forms* smatra se idealnim jer omogućuje različite formate pitanja poput pitanja tekstualnog okvira, višestrukog izbora, potvrdnog okvira, skala ili mreža, a omogućuje izvoz podataka za analizu u proračunsku tablicu (Nayak & Narayan, 2019). Za distribuciju *online* anketnog upitnika korišten je kombinirani pristup, pri čemu je poveznica na *online* anketni upitnik podijeljena putem službenih *web*-stranica i *Facebook-a* odabranih parkova prirode. Također je korišten QR kod koji je postavljen na lokalitetima odabranih parkova prirode te je ispitanike usmjeravao na poveznicu *online* anketnog upitnika. Dodatni način prikupljanja podataka bio je direktan na lokalitetima parkova prirode osobnim administriranjem zaposlenika parkova prirode, a povremeno i samostalno, gdje su ispitanicima podijeljeni anketni upitnici za popunjavanje u papirnatom obliku (Tablica 49.).

Prikupljanje podataka odvijalo se u dvije faze – provedba pilot i glavnog istraživanja. Prikupljanje podataka za pilot istraživanje provedeno je u razdoblju od 25. travnja do 25. svibnja 2022. godine, isključivo korištenjem *online* anketnog upitnika. Nakon testiranja pouzdanosti i valjanosti anketnog upitnika, započelo se s provedbom glavnog istraživanja u razdoblju od 17. lipnja do 31. listopada 2022. godine, pri čemu je korišten navedeni kombinirani pristup prikupljanja podataka.

Tablica 49. Lokaliteti terenskog prikupljanja podataka

Park prirode	Lokalitet/posjetiteljski centar (PC)	Prikupljanje od zaposlenika	Samostalno prikupljanje
Park prirode Lonjsko polje	PC Čigoč	✓	-
	PC Krapje	✓	✓
	PC Crna roda Osekovo	✓	-
	PC Repušnica	✓	-
Park prirode Papuk	Adrenalinski park Velika	✓	-
	Geo-info centar Voćin	✓	-
	Park šuma Jankovac	✓	✓
	PC Velika	✓	-
Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje	PC Budinjak	✓	-
	PC Sošice	✓	-

Izvor: izrada autora

Primjenom kombiniranog pristupa nastojalo se iskoristiti prednosti i paralelno prevladati nedostatke pojedine vrste upitnika i načina prikupljanja podataka. Prednosti i nedostaci prikazani su u tablici 50.

Tablica 50. Prednosti i nedostaci primijenjenih načina prikupljanja podataka

Prikupljanja podataka	Prednosti	Nedostaci
<b>Osobno administrirani upitnici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>fizički kontakt i motiviranje ispitanika</li> <li>mogućnost razjašnjavanja nedoumica</li> <li>jeftiniji u primjeni na skupine ispitanika</li> <li>gotovo 100% stopa odgovora</li> <li>visoka razina anonimnosti ispitanika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>objašnjenja mogu unijeti pristranost</li> <li>zahtijevaju vrijeme i trud</li> </ul>
<b>Elektronički (online) upitnici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>jednostavan za administriranje</li> <li>mogućnost globalnog doseg</li> <li>vrlo jeftin i brza dostava upitnika</li> <li>mogućnost sudjelovanja kada ispitaniku najbolje odgovara</li> <li>automatska obrada odgovora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>informatička pismenost je neophodna</li> <li>problemi s uzorkovanjem</li> <li>visoki neodgovor</li> <li>ispitanik mora biti spreman ispuniti upitnik</li> </ul>

Izvor: prema Sekaran &amp; Bougie, R. (2016), str. 143.

Prilikom kreiranja anketnog upitnika vodilo se logikom strukturiranja u obliku lijevka. U zaglavlju anketnog upitnika navedena je svrha istraživanja i namjena prikupljenih podataka uz potrebno vrijeme za ispunjavanje anketnog upitnika. Posebno je naglašena anonimnost sudjelovanja u istraživanju te su navedene i osnovne informacije o istraživaču. Online anketni upitnik koncipiran je na način da se od ispitanika zahtijevao obavezan odgovor na svako pitanje prije prelaska na sljedeću skupinu pitanja i podneska popunjenog upitnika. Anketni upitnik strukturiran je s pitanjima zatvorenog tipa koja su raspoređena unutar šest tematskih skupina:

- obilježja putovanja i boravka posjetitelja u parkovima prirode
- percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (VOR)
- zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode (ZP)
- spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode (SPPD)
- spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode (SPOT)
- sociodemografska obilježja posjetitelja.

U tablici 51. prikazuju se glavni konstrukti anketnog upitnika s pripadajućim brojem pitanja te literaturnim izvorom odakle su preuzeti.

Tablica 51. Struktura anketnog upitnika

Konstrukti	Broj pitanja	Izvor
<b>Percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode</b>	22	Aydın, B., & Alvarez, M. D. (2020). Understanding the tourists' perspective of sustainability in cultural tourist destinations. <i>Sustainability</i> , 12(21)
<b>Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode</b>	16	Durán-Román, J. L., Cárdenas-García, P. J., & Pulido-Fernández, J. I. (2021). Tourists' willingness to pay to improve sustainability and experience at destination. <i>Journal of Destination Marketing &amp; Management</i> , 19
<b>Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode</b>	16	Durán-Román, J. L., Cárdenas-García, P. J., & Pulido-Fernández, J. I. (2021). Tourists' willingness to pay to improve sustainability and experience at destination. <i>Journal of Destination Marketing &amp; Management</i> , 19
<b>Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode</b>	15	Aydın, B., & Alvarez, M. D. (2020). Understanding the tourists' perspective of sustainability in cultural tourist destinations. <i>Sustainability</i> , 12(21)

Izvor: izrada autora

Na početku anketnog upitnika postavljena su pitanja vezana uz obilježja putovanja i boravka posjetitelja u parkovima prirode, a na kraju pitanja sociodemografskih obilježja posjetitelja. U nastavku se nalazi prikaz broja pitanja i literaturnih izvora za navedene skupine pitanja (Tablica 52.).

Tablica 52. Sociodemografski profil ispitanika i obilježja putovanja/boravka u parkovima prirode

Obilježje	Broj pitanja	Izvor
<b>Putovanje i boravak posjetitelja u parkovima prirode</b>	9	Mandić, A. (2017). <i>Doprinos javnih atributa nacionalnih parkova cijeni hotelskog proizvoda</i> (Doctoral thesis, University of Split. Faculty of economics Split). (3 pitanja)
		Lopez-Sanchez, Y., & Pulido-Fernández, J. I. (2017). Factors influencing the willingness to pay for sustainable tourism: a case of mass tourism destinations. <i>International Journal of Sustainable Development &amp; World Ecology</i> , 24(3), 262-275. (2 pitanja)
		Krešić, D., Mikulić, J., & Miličević, K. (2012). The factor structure of tourist satisfaction at pilgrimage destinations: The case of Medjugorje. <i>International Journal of Tourism Research</i> , 15(5), 484-494. (2 pitanja)
		Autor na temelju sekundarnih podataka (2 pitanja)
<b>Sociodemografski profil posjetitelja</b>	7	Velmurugan, S., Thazhathethil, B. V., & George, B. (2021). A study of visitor impact management practices and visitor satisfaction at Eravikulam National Park, India. <i>International Journal of Geoheritage and Parks</i> , 9, 463–479 (5 pitanja)
		Krešić, D., Mikulić, J., & Miličević, K. (2012). The factor structure of tourist satisfaction at pilgrimage destinations: The case of Medjugorje. <i>International Journal of Tourism Research</i> , 15(5), 484-494. (2 pitanja)

Izvor: izrada autora

U prvom se dijelu upitnika od ispitanika zahtijevalo da navedu osnovna obilježja putovanja, odnosno boravka na temelju unaprijed ponuđenih odgovora na svako pitanje (Tablica 53.). Za utvrđivanje navedenih obilježja korišteno je devet čestica, koje su se razlikovale s obzirom na ljestvice mjerenja (nominalna ili ordinalna) te broj ponuđenih odgovora između kojih se trebao odabrati samo jedan.

Tablica 53. Varijable i čestice kojima se ispituju obilježja putovanja i boravka posjetitelja

Varijabla	Čestice	Razina mjerenja
<b>Obilježja putovanja i boravka posjetitelja u parkovima prirode</b>	primarni razlog putovanja/dolaska u park prirode	nominalna; odabir jednog od osam odgovora
	posjet parku prirode (primarni/sekundarni)	nominalna; odabir jednog od dva odgovora
	razdoblje posjeta parku prirode (vikend/radni tjedan)	
	organizacija putovanja/izleta	
	pratnja na putovanju/izletu	nominalna; odabir jednog od četiri odgovora
	broj prethodnih posjeta parku prirode	ordinalna; odabir jednog od četiri odgovora
	duljina boravka u parku prirode	ordinalna; odabir jednog od pet odgovora
	smještaj	nominalna; odabir jednog od šest odgovora
dnevna potrošnja	ordinalna; odabir jednog od šest odgovora	

Izvor: izrada autora

U drugom se dijelu upitnika od ispitanika zahtijevalo da ocijene važnost održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode s ciljem utvrđivanja njihove percepcije i stavova prema održivom turizmu i održivom korištenju resursa u turizmu (Tablica 54.). Ispitanici su ponuđene čestice ocjenjivali na Likertovoj mjernoj ljestvici od 1 (u potpunosti nevažno) do 7 (u potpunosti važno).

Tablica 54. Čestice kojima se ocjenjuje važnost održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode

Dimenzije	Čestice	Razina mjerenja
<b>Zaštita i očuvanje okoliša</b>	zaštita zelenih površina, faune i flore	ordinalna; Likertova mjerna ljestvica od 1 do 7
	očuvanje povijesnih i kulturnih dobara	
	urbanizacija i razina izgrađenosti na području parka prirode	
	razina onečišćenja okoliša, vode i zraka u parku prirode	
<b>Koristi i uključenost</b>	interpretacija/znanje o prirodnim vrijednostima, povijesti i kulturi destinacije	
	posjećivanje atrakcija je omogućeno i lokalnom stanovništvu	
	lokalno stanovništvo ima koristi od sadržaja u kojima turisti uživaju	

<b>lokalne zajednice</b>	kvaliteta života lokalne zajednice povećana je zbog turizma.
	lokalne vlasti djeluju poštujući kulturu i vrijednosti lokalne zajednice.
	kulturna razmjena između turista i domaćina
	zapošljavanje lokalnog stanovništva na bolje plaćenim poslovima u turizmu
	park prirode razvija turizam uvažavajući kulturu i vrijednosti lokalne zajednice
<b>Dostupnost i kvaliteta lokalne ponude</b>	dostupnost turističkih sadržaja u parku prirode
	kvaliteta usluga u parku prirode
	pogodan pristup parka prirode
	park prirode dostupan je posjetiteljima tijekom cijele godine
	dostupnost domaćih i tradicionalnih proizvoda u parku prirode
	usluge pružaju lokalni ljudi umjesto velikih kompanija i međunarodnih lanaca.
<b>Održivo gospodarenje resursima i upravljanje brojem posjeta</b>	u parku prirode i ostalim turističkim objektima koriste se obnovljivi izvori.
	u parku prirode i ostalim turističkim objektima održivo se gospodari otpadom.
	park prirode i posjetiteljski lokaliteti nisu pretrpani turistima.
	park prirode po potrebi ograničava broj posjeta.

Izvor: izrada autora

Nakon utvrđivanja važnosti održivosti za posjetitelje, u trećem su dijelu upitnika ispitanicima postavljena pitanja vezana uz ocjenu njihovog zadovoljstva turističkim resursima parkova prirode (Tablica 55.). Ispitanici su ponuđene čestice ocjenjivali na Likertovoj mjernoj ljestvici od 1 (u potpunosti sam nezadovoljan) do 7 (u potpunosti sam zadovoljan).

Tablica 55. Čestice kojima se ocjenjuje zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode

Dimenzije	Čestice	Razina mjerenja
<b>Zadovoljstvo općom infrastrukturom</b>	sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta	ordinalna; Likertova mjerna ljestvica od 1 do 7
	čistoća i uređenost prostora	
	prometna infrastruktura i usluge prijevoza	
	gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta	
<b>Zadovoljstvo turističkom infrastrukturom</b>	očuvanje i održavanje tematskih staza i putova	Likertova mjerna ljestvica od 1 do 7
	očuvanje i održavanje posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih objekata	
	očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija	
	očuvanje i održavanje kulturno-povijesnih građevina	

<b>Zadovoljstvo turističkim uslugama</b>	dostupnost i kvaliteta usluge vođenja i interpretacije
	zastupljenost i kvaliteta ponude dodatnih sadržaja
	dostupnost i kvaliteta smještajnih kapaciteta
	dostupnost i kvaliteta usluge turističkih informacija
<b>Zadovoljstvo sudjelovanjem lokalnog stanovništva</b>	dostupnost i kvaliteta internetske veze
	sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkoj ponudi
	direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom, tradicijom i običajima
	očuvanje i poboljšanje položaja kulture, tradicije, života i rada lokalnog stanovništva

Izvor: izrada autora

U četvrtom se dijelu upitnika od ispitanika zahtijevalo da ocijene u kojoj su mjeri spremni platiti veću cijenu za poboljšanje doživljaja, zasnovanom na optimalnom angažmanu, odnosno korištenju resursa parkova prirode (Tablica 56.). Ispitanici su ponuđene čestice ocjenjivali na Likertovoj mjernoj ljestvici od 1 (nikako nisam spreman platiti više) do 7 (u potpunosti sam spreman platiti više).

Tablica 56. Čestice kojima se ocjenjuje spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja

Dimenzije	Čestice	Razina mjerenja
<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje opće infrastrukture</b>	sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta	
	čistoća i uređenost prostora	
	prometna infrastruktura i usluge prijevoza	
	gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta	
<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističke infrastrukture</b>	očuvanje i održavanje tematskih staza i putova	ordinalna; Likertova mjerna ljestvica od 1 do 7
	očuvanje i održavanje posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih objekata	
	očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija	
	očuvanje i održavanje kulturno-povijesnih građevina	
<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističkih usluga</b>	dostupnost i kvaliteta usluge vođenja i interpretacije	
	zastupljenost i kvaliteta ponude dodatnih sadržaja	
	dostupnost i kvaliteta smještajnih kapaciteta	
	dostupnost i kvaliteta usluge turističkih informacija	
	dostupnost i kvaliteta Internetske veze	

<b>Spremnost plaćanja</b>	sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkoj ponudi
<b>veće cijene za porast</b>	direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom,
<b>sudjelovanja</b>	tradicijom i običajima
<b>lokalnog</b>	očuvanje i poboljšanje položaja kulture, tradicije, života i rada lokalnog
<b>stanovništva</b>	stanovništva

Izvor: izrada autora

U petom se dijelu upitnika od ispitanika zahtijevalo da ocijene u kojoj su mjeri spremni platiti veću cijenu za pojedine indikatore i dimenzije održivosti turizma u parkovima prirode, koje se odnose na kvalitetu života lokalnog stanovništva, kvalitetu okoliša te kvalitetu ponude (Tablica 57.). Ispitanici su ponuđene čestice ocjenjivali na Likertovoj mjernoj ljestvici od 1 (nikako nisam spreman platiti više) do 7 (u potpunosti sam spreman platiti više).

Tablica 57. Čestice kojima se ocjenjuje spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode

Dimenzije	Čestice	Razina mjerenja
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se lokalno stanovništvo zapošljava na bolje plaćenim poslovima	
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode kojem turizam poboljšava kvalitetu života lokalne zajednice	
<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem lokalno stanovništvo može imati koristi od turističkih sadržaja	ordinalna; Likertova mjerna ljestvica od 1 do 7
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode koji razvija turizam uz poštovanje kulturnih vrijednosti lokalne zajednice	
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode koji pruža kulturnu razmjenu između turista i domaćina	
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem usluge pružaju lokalni ljudi umjesto međunarodnih kompanija	
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se prodaju lokalni proizvodi	
<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su zaštićene zelene površine, fauna i flora	
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se vodi briga o onečišćenjima	
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su očuvani	



	njegovi povijesni i kulturni resursi
	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se koriste obnovljivi izvori i ispravno se gospodari otpadom
<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude</b>	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja je lakše dostupna
	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja nudi veći broj raznovrsnih dopunskih usluga i sadržaja
	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja nudi višu kvalitetu usluga
	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije u kojoj su negativni učinci turizma minimalni

Izvor: izrada autora

Na kraju upitnika postavljena su pitanja vezana uz sociodemografska obilježja ispitanika koja su mjerena nominalnom i ordinalnom mjernom ljestvicom (Tablica 58.).

Tablica 58. Sociodemografska obilježja ispitanika

Varijable	Čestice	Razina mjerenja
<b>Sociodemografska obilježja posjetitelja</b>	spol	nominalna; odabir jednog od dva odgovora
	dob	ordinalna; odabir jednog od šest odgovora
	zemlja porijekla	nominalna; odabir jednog od dva odgovora
	mjesto boravka	nominalna; odabir jednog od tri odgovora
	stupanj obrazovanja	nominalna; odabir jednog od četiri odgovora
	zanimanje	nominalna; odabir jednog od sedam odgovora
	mjesečni prihodi kućanstva	ordinalna; odabir jednog od četiri odgovora

Izvor: izrada autora

U sljedećem potpoglavlju prikazat će se rezultati provedenih testova valjanosti i pouzdanosti mjernog instrumenta koji je korišten u empirijskom istraživanju.

### 6.1.5. Valjanost i pouzdanost instrumenta

Za ocjenjivanje mjernog instrumenta u većini se navodi praksa korištenja testova valjanosti i pouzdanosti (Horvat & Mijoč, 2019; Cohen et al., 2018; Mejovšek, 2013). Valjanost je postupak prilikom kojeg se razmatra korisnost mjernog instrumenta, odnosno testira se mjeri li se zaista ono što se namjerava mjeriti. Kothari (2004) ističe da se valjanost može utvrditi traženjem relevantnih dokaza koji potvrđuju odgovore koji su pronađeni konstruiranim mjernim instrumentom, naglašavajući da se relevantnost ogleda u dokazima koji često ovise o prirodi problema istraživanja i vlastitoj prosudbi istraživača. Valjanost se generalno određuje pomoću korelacije s kriterijskom varijablom koja se može empirijski utvrditi ili se radi o mjernom instrumentu s prethodno provjerenom valjanosti (Mejovšek, 2008).

Za potrebe empirijskog dijela istraživanja, najprije je provedena provjera sadržajne valjanosti korištenog mjernog instrumenta sveobuhvatnim pregledom literature i prethodnih istraživanja, kao i pregledom mjernog instrumenta od strane stručnjaka iz predmetnog područja. U postupku statističke analize podataka glavnog istraživanja, provedene su kriterijska i konstruktiva valjanost.

Osim valjanosti, proveden je i test pouzdanosti mjernog instrumenta kroz pilot istraživanje u kojem se pokazalo da instrument pouzdano mjeri konstrukte. Pouzdanost se odnosi na utvrđivanje stabilnosti i konzistentnosti dobivenih rezultata pri istovjetnim ili sličnim pitanjima, pri čemu se nastoji utvrditi mjeri li skup promatranih tvrdnji, odnosno varijabli ili čestica isti konstrukt (Horvat i Mijoč, 2019). Za potrebe provjere pouzdanosti konstrukata, testirana je unutarnja dosljednost primjenom koeficijenta Cronbach's alpha prema sljedećoj formuli:

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_{sum}^2} \right)$$

pri čemu je  $n$  – broj čestica;  $S_i^2$  – varijanca svake od čestica  $i$  i  $S_{sum}^2$  – varijanca konstrukta, odnosno mjernog instrumenta. Rezultati koeficijenta Cronbach's alpha kreću se u rasponu od 0 do 1, pri čemu vrijednosti  $\alpha$  bliže 1 pokazuju veću pouzdanost mjerenog konstrukta, odnosno instrumenta što pokazuje veću unutarnju dosljednost čestica prema mjerenom konstrukt (instrumentu) (Horvat & Mijoč, 2019). Granice prihvatljivih vrijednosti razlikuju se između autora te pojedini sugeriraju da je razina pouzdanosti prihvatljiva na 0,8, dok drugi sugeriraju da je prihvatljivo ako je 0,67 ili više (Cohen et al., 2018). U nastavku se prikazuju smjernice prema kojima se donose odluke o unutarnjoj dosljednosti (Tablica 59.).

Tablica 59. Smjernice za određivanje pouzdanosti s obzirom na vrijednosti koeficijenta Cronbach's alpha

Vrijednosti koeficijenta Cronbach's alpha	Tumačenje pouzdanosti prema vrijednostima
> 0,90	vrlo visoko pouzdan
0,80 – 0,90	visoko pouzdan
0,70 – 0,79	pouzdan
0,60 – 0,69	marginalno/minimalno pouzdan
< 0,60	neprihvatljivo niska pouzdanost

Izvor: prema Cohen et al. (2018), str. 774.

Uvažavajući prethodno navedene smjernice za odučavanje o unutarnoj dosljednosti konstrukata, donesena je odluka da se konstrukti te pripadajuće latentne varijable prihvaćaju na razini vrijednosti koeficijenta Cronbach's alpha > 70. Nakon provedene analize, dobiveni su rezultati koji pokazuju vrlo visoku pouzdanost konstrukata (vrijednosti između 0,973 i 0,987). U nastavku su prikazane vrijednosti za svaki konstrukt i pripadajuće latentne dimenzije, odnosno varijable (Tablica 60.).

Tablica 60. Pouzdanost konstrukata mjernog instrumenta

Konstrukt	Latentne dimenzije	Broj čestica	Cronbach's alpha
VOR	zaštita i očuvanje okoliša	5	,905
	koristi i uključenost lokalne zajednice	7	,954
	dostupnost i kvaliteta lokalne ponude	6	,928
	gospodarenje resursima i upravljanje brojem posjeta	4	,886
ZP	zadovoljstvo općom infrastrukturom	4	,848
	zadovoljstvo turističkom infrastrukturom	4	,943
	zadovoljstvo turističkim uslugama	5	,940
	zadovoljstvo sudjelovanjem lokalnog stanovništva	3	,956
			<b>,973</b>
SPPD	spremnost plaćanja veće cijene za unaprjeđenje opće infrastrukture	4	,932
	spremnost plaćanja veće cijene za unaprjeđenje turističke infrastrukture	4	,964
	spremnost plaćanja veće cijene za unaprjeđenje turističkih usluga	5	,973
	spremnost plaćanja veće cijene za porast sudjelovanja lokalnog stanovništva	3	,974

SPOT	spremnost plaćanja veće cijene za kvalitetu života lokalne zajednice	7	,978
	spremnost plaćanja veće cijene za kvalitetu okoliša	4	,983
	spremnost plaćanja veće cijene za dostupnost i kvalitetu ponude / usluga	4	,947
			<b>0,986</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

S obzirom na prethodno utvrđenu valjanost i pouzdanost mjernog instrumenta, osiguran je preduvjet u kojem definirane čestice konstrukata dosljedno mjere odabrani predmet istraživanja.

#### 6.1.6. Primijenjene metode statističke analize

Prije same analize, potrebno je provjeriti točnost, potpunost i prikladnost podataka. Po završetku preliminarnih provjera, pristupa se izboru odgovarajućih metoda statističke analize koje ovise o broju zavisnih i nezavisnih varijabli te mjernim ljestvicama varijabli, a koje mogu biti metrijske (intervalne i omjerne ljestvice) i nemetrijske (nominalne i ordinalne ljestvice). Ostali aspekti tiču se zadovoljenja pretpostavki parametrijskih testova i veličine uzorka (Sekaran & Bougie, 2016). S obzirom na to da je pri mjerenju glavnih istraživačkih konstrukata korištena Likertova mjerna ljestvica sa sedam stupnjeva intenziteta (ordinalna mjerna ljestvica), obrada podataka je provedena korištenjem neparametrijskih metoda statističke analize.

Pri statističkoj analizi prikupljenih podataka korišteni su *MS Office Excel*, softverski paket *Statistica 13.3* i program *SmartPLS 4.0.9*. *MS Office Excel* i softverski paket *Statistica 13.3* korišteni su u deskriptivnoj statističkoj analizi (odabrane metode univarijatne statistike – aritmetička sredina i standardna devijacija) te za utvrđivanje značajnih razlika između triju i više varijabli (multivarijatni *Kruskal-Wallis* test). Program *SmartPLS 4.0.9* korišten je za utvrđivanje značajnosti utjecaja između dviju i više varijabli (latentnih konstrukata) u definiranom konceptualnom modelu, korištenjem multivarijatne metode modeliranja strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM). PLS-SEM je odabran zato što je prikladan u situacijama kad prikupljeni podaci nemaju normalnu distribuciju vrijednosti, paralelno je jednostavan za korištenje te omogućuje vizualni, odnosno grafički prikaz modela i odnosa između nezavisnih i zavisnih latentnih varijabli. Korištene metode statističke analize za testiranje hipoteza prikazane su u tablici 61.

Tablica 61. Primijenjene metode statističke analize pri testiranju istraživačkih hipoteza

Istraživačka hipoteza	Metode analize
<b>H1:</b> Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode multidimenzionalan je konstrukt višeg reda.	PLS-SEM
<b>H2:</b> Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.	PLS-SEM
<b>H3:</b> Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.	PLS-SEM
<b>H4:</b> Spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.	PLS-SEM
<b>H5:</b> Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.	Kruskal-Wallis test

Izvor: izrada autora

### ***Modeliranje strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM)***

Budući da se većina hipoteza u doktorskom radu testira primjenom statističke metode PLS-SEM, u nastavku se sažeto prikazuju posebnosti i procedura primjene po pojedinim fazama. Metoda statističke analize PLS-SEM višefazni je proces koji uključuje specifikaciju, procjenu te prikaz rezultata vanjskog (mjernog) i unutarnjeg (strukturnog) modela (Hair et al., 2014). Unutarnji (strukturni) model pokazuje odnose (putove) između konstrukata koji se ocjenjuju, dok se vanjski mjerni model koristi za procjenu odnosa između konstrukata i njihovih pripadajućih indikatora te mjeri koliko dobro skup indikatora predstavlja latentni konstrukt kojem pripadaju (Duarte & Amaro, 2018; Hair et al., 2014; Hair et al., 2011; Henseler et al., 2009).

Prvi korak u korištenju PLS-SEM-a uključuje specifikaciju, odnosno stvaranje modela puta koji povezuje varijable i konstrukte na temelju teorije i logike, pri čemu je važno razlikovati položaj konstrukata i odnosa među njima u modelu (Hair et al., 2014). Bitno je naglasiti da PLS-SEM dopušta samo rekurzivne odnose, stoga strukturni putovi između konstrukata mogu ići samo u jednom smjeru (Hair et al., 2011).

Unutarnji, odnosno strukturni model sastoji se od egzogenih i endogenih konstrukata te njihovih međudnosa. Egzogeni konstrukti su latentne varijable koje nisu objašnjene drugim konstruktima u modelu, što implicira da u strukturnom modelu ne smiju postojati strelice usmjerene prema egzogenim konstruktima. Nasuprot tome, endogeni konstrukti jednim su dijelom objašnjeni drugim konstruktima, što pretpostavlja da svaki endogeni konstrukt mora imati barem jednu strelicu usmjerenu prema njemu u strukturnom modelu (Henseler et al., 2016). Iako su endogeni konstrukti često shvaćeni kao zavisna varijabla unutar odnosa, također mogu djelovati kao nezavisne varijable kada se postave između dva konstrukta. Prilikom postavljanja modela, istraživači moraju biti svjesni da u svom osnovnom obliku algoritam PLS-SEM-a može podnijeti samo modele koji nemaju kružni odnos između konstrukata (Hair et al., 2014), odnosno da je barem jedan konstrukt isključivo egzogeni.

Nadalje, vanjski mjerni model testira teoriju mjerenja, a tiče se odnosa između konstrukata i njegovih pripadajućih indikatora (manifestnih varijabli), pri čemu se razlikuju reflektivni i formativni konstrukti, odnosno mjerni modeli. Hair et al. (2014) ističu da je osnovna razlika između reflektivnih i formativnih konstrukata u tome što formativno mjerenje predstavlja slučajeve u kojima indikatori uzrokuju konstrukt (strelice pokazuju od indikatora prema konstrukt), dok su reflektivni indikatori uzrokovani konstruktom (strelice pokazuju od konstrukta prema indikatorima). Dakle, indikatori u reflektivnim mjernim modelima reprezentativan su skup stavki koje zajedno odražavaju latentni konstrukt, gdje je moguće odbaciti neki od indikatora jer preostali reprezentativno odražavaju konstrukt, dok kod formativnih modela svaki indikator predstavlja dimenziju značenja latentnog konstrukta, pri čemu izostavljanje jednog indikatora uzrokuje promjenu značenja konstrukta (Jandari et al., 2016).

S obzirom na razlike u odnosima između indikatora i latentnih konstrukata, postoje i razlike u mjerenju, tj. procjeni reflektivnog i formativnog mjernog modela s obzirom na kriterije temeljem kojih se vrši procjena. Kriteriji za procjenu pojedinog mjernog modela s pripadajućim prihvatljivim vrijednostima pokazatelja prikazani su u rezultatima statističke analize primjenom metode PLS-SEM (potpoglavlja 6.2.3.2. i 6.2.3.3., detaljnije u Hair et al., 2021). Nakon procjene mjernih modela (jednog ili oba), promatraju se rezultati procjene koji eventualno zahtijevaju korekcije na modelu (uglavnom kod reflektivnog mjernog modela). Kada evaluacija, odnosno dobiveni rezultati osiguraju zadovoljavajuću kvalitetu mjerenja, nastavlja se s procjenom strukturnog modela (Hair et al. 2017). U strukturnom modelu vrši se provjera kolinearnosti između konstrukata, zatim značajnost i relevantnost odnosa između konstrukata (koeficijent puta), kao i objašnjena moć modela i njegove prediktivne snage (Sarstedt et al., 2021).

### **Kruskal-Wallis test**

Za testiranje posljednje hipoteze s pomoćnim hipotezama ( $H_5$ ), primjenjuje se Kruskal-Wallisov test. Kruskal-Wallisov test prošireni je neparametrijski dvogrupni Mann-Whitney U (Wilcoxon rang) test (McKight & Najab, 2010) kojim se procjenjuju razlike između tri ili više nezavisnih grupa uzoraka u slučaju kada nije zadovoljen kriterij normalnosti distribucije podataka (Cohen et al., 2018; Guo et al., 2013). Horvat & Mijoč (2019) ističu da se Kruskal-Wallisovim testom provodi testiranje razlika između tri ili više nezavisnih uzoraka koji ne moraju biti istih veličina, međutim svaki mora imati više od pet jedinica.

Kruskal-Wallisov test smatra se moćnom alternativom parametrijskoj jednosmjernoj analizi varijance (*one-way ANOVA*), koja se primjenjuje kod normalne distribucije podataka (Ostertagova et al., 2014). Van Hecke (2012) dodatno ističe da neparametarski Kruskal-Wallisov test daje veću snagu u usporedbi s klasičnom jednosmjernom ANOVA-om kada nisu zadovoljeni preduvjeti normalnosti distribucije. Budući da podaci ne zadovoljavaju pretpostavke normalnosti distribucije, ne mogu se uspoređivati srednje vrijednosti grupa, nego se uspoređuju rangovi (McKight & Najab, 2010).

Kruskal-Wallisov test koristi se za testiranje nulte ( $H_0$ ) i alternativne hipoteze ( $H_1$ ), pri čemu  $H_0$  pretpostavlja da „ $k$ “ (tri ili više nezavisnih slučajnih uzoraka) dolazi iz identične populacije, odnosno da nema razlike, nasuprot  $H_1$  koja pretpostavlja da srednje vrijednosti „ $k$ “ populacija nisu jednake, odnosno da postoje razlike (Kothari & Garg, 2019). U testu se izračunava H pokazatelj u kojem sudjeluju sve vrijednosti zavisne varijable, podijeljene sukladno pripadnosti jednom od „ $k$ “ skupina uzoraka nezavisne varijable. Izvorne vrijednosti zamjenjuju se rangovima, pri čemu se vrijednosti rangiraju od nižih prema višima (rangu 1 dodjeljuje se najniža vrijednost), zatim se pristupa izračunavanju zbroja rangova svakog od „ $k$ “ uzorka te se pristupa izračunavanju H pokazatelja testa (Horvat & Mijoč, 2019). H pokazatelj odražava varijancu u rangovima između skupina i vrlo nalikuje hi-kvadrat distribuciji. Kod testiranja  $H_0$  može se koristiti H pokazatelj i pozvati se na hi-kvadrat tablicu sa stupnjevima slobode jednakim „ $k$ “ (broj grupa) manje 1. Ako H premaši kritičnu vrijednost, može se zaključiti da grupe ne dolaze iz iste populacije (McKight & Najab, 2010). Budući da je zaključno s prikazom korištenih metoda statističke analize, jasno predstavljena metodologija empirijskog istraživanja, u sljedećem potpoglavlju detaljno se prikazuju rezultati provedenog istraživanja.

## 6.2. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Nakon detaljnog prikaza korištene metodologije, u okviru ovog potpoglavlja prikazuju se rezultati provedenog empirijskog istraživanja koji su sažeti u dvije podcjeline. Najprije se daje pregled rezultata deskriptivne statističke analize, u okviru koje se prikazuju sociodemografska obilježja ispitanika i njihova obilježja putovanja, tj. boravka u parkovima prirode, kao i rezultati glavnih latentnih varijabli, odnosno konstrukata. U drugom se dijelu nalaze rezultati multivarijatne statističke analize, u okviru koje se prikazuju rezultati dobiveni primjenom metode modeliranja strukturalnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM) te Kruskal-Wallisovog testa.

### 6.2.1. Provjera podataka

Prvi korak prije analize podataka sastoji se u pregledavanju podataka kako bi se prije svega utvrdilo ima li nedostajućih podataka, zatim postoje li pogreške kod unosa podataka, kao i unos netipičnih vrijednosti (*outliers*) te postoje li ispitanici koje su neprikladno odgovarali na pitanja u anketnom upitniku. Ako pojedini ispitanici nisu do kraja odgovorili na pitanja u anketnom upitniku, takve upitnike, odnosno odgovore treba isključiti iz matrice podataka.

S obzirom na to da je prikupljanje primarnih podataka provedeno kombiniranim anketiranjem, od ukupnog broja popunjenih anketnih upitnika (722), njih 463 je prikupljeno u elektronskom obliku (*online*), dok je preostalih 259 prikupljeno u papirnatom obliku (*onsite*). Online prikupljeni upitnici od ispitanika su zahtijevali odgovor na svako pitanje prije prelaska na narednu skupinu pitanja i podneska potpuno popunjenog anketnog upitnika. U tom slučaju, odgovori dobiveni online anketiranjem nisu imali nedostajuće vrijednosti u anketnim upitnicima. Za razliku od online anketiranja, kod *onsite* popunjenih anketnih upitnika, fizičkom je provjerom utvrđeno da 13 anketnih upitnika ima nedostajuće vrijednosti, stoga su takvi upitnici isključeni iz statističke analize pa je ukupno važećih *onsite* upitnika bilo 246. Nakon provjere nedostajućih vrijednosti, uzorak empirijskog istraživanja koji je obuhvaćen statističkom analizom sačinjavao je 709 ispitanika.

Za utvrđivanje anketiranih ispitanika koji su neprikladno odgovarali na pitanja u anketnom upitniku, odnosno onih koji su dali jednaki odgovor na svako pitanje, analizirani su samo odgovori na pitanja koja su mjerena Likertovom mjernom ljestvicom (od 1 do 7). Budući da je vjerojatnost jednakog odgovora ispitanika na svako pitanje izrazito mala, takvi odgovori trebaju se isključiti iz baze podataka za daljnju statističku analizu. Takvo se ponašanje često naziva „*yea saying*“, pri čemu anketirani ne čita pitanja i



samo označava slaganje s tvrdnjom na istoj razini u cijelom upitniku. Metoda za utvrđivanje takvih odgovora zasniva se na izračunu standardne devijacije svih odgovora s Likertovom mjernom ljestvicom unutar pojedinog retka (po ispitaniku), pri čemu se isključuju svi oni čija je standardna devijacija manja od 0,25. U takvom retku praktički ne postoje odstupanja među odgovorima unutar anketnog upitnika. Stoga je nakon završetka provjere neprikladnih odgovora na pitanja, dodatno isključeno 19 anketnih upitnika pa je konačni uzorak koji je obuhvaćen daljnjom univarijatom i multivarijatom statističkom analizom sačinjavao 690 ispitanika.

## 6.2.2. Rezultati deskriptivne statističke analize

Deskriptivnom, odnosno univarijatom statističkom analizom izračunate su apsolutne i relativne frekvencije, aritmetička sredina i standardna devijacija. Navedeni parametri deskriptivne statističke analize izračunati su za sve čestice glavnih latentnih konstrukata, dok su apsolutne i relativne frekvencije izračunate za sve čestice unutar pojedinih sociodemografskih obilježja te obilježja putovanja, odnosno boravka ispitanika (n=690).

### 6.2.2.1. Sociodemografska obilježja i obilježja putovanja/boravka ispitanika

Od ukupnog broja ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju (n=690), njih 331 (47,97%) čine posjetitelji Parka prirode Papuk, 195 (28,26%) posjetitelji Parka prirode Lonjsko polje, dok preostalih 164 (23,77%) čine posjetitelji Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje. Iako su u istraživanju sudjelovali posjetitelji koji su posjetili jedan od tri predmetna parka prirode, podaci su analizirani kao jedna cjelina.

U okviru sociodemografskih obilježja, utvrđeni su spol, dob, obrazovanje, zanimanje, mjesto stanovanja i zemlja porijekla te mjesečni prihodi kućanstva ispitanika (Tablica 62.). S obzirom na spol, u uzorku prevladavaju muškarci (62,90%) u odnosu na žene (37,10%). Što se tiče dobne strukture, u uzorku je najzastupljenija dobna skupina ispitanika od 35 do 49 godina (40,15%), koju slijedi dobna skupina od 25 do 34 godine (30,15%), dok su najmanje zastupljene dobne skupine do 18 godina (1,01%) te 65 godina i više (1,30%). Dominantna razina obrazovanja ispitanika je završen fakultet (58,70%), dok je očekivano najniža razina obrazovanja osnovnoškolsko obrazovanje (0,43%). Kod utvrđivanja zanimanja, većina ih je zaposlena (76,09%), dok je najmanji broj ispitanika u statusu učenika (1,74%). Što se tiče zemlje porijekla, očekivano dominiraju domaći posjetitelji (96,81%), za razliku od inozemnih (3,19%), dok su prema mjestu boravka približno raspoređeni, s najvišim udjelom iz manjeg grada (43,77%), zatim većeg grada (30%), dok

je njih 26,23% s ruralnog područja. Na kraju, polovina ispitanika ima mjesečne prihode kućanstva između 1.000 i 2.000 eura (50,29%), dok su najmanje zastupljeni ispitanici s mjesečnim prihodima kućanstva višim od 3.000 eura.

Tablica 62. Sociodemografska obilježja ispitanika parkova prirode

	Obilježje	Uzorak (n=690)	
		Apsolutno	%
<b>Spol</b>	muški	434	62,90
	ženski	256	37,10
<b>Dob</b>	(16) – 18	7	1,01
	18 – 24	81	11,74
	25 – 34	208	30,15
	35 – 49	277	40,15
	50 – 64	108	15,65
	65 – (70)	9	1,30
<b>Zemlja porijekla</b>	Hrvatska	668	96,81
	inozemstvo	22	3,19
<b>Obrazovanje</b>	osnovna škola	3	0,43
	srednja škola	197	28,55
	fakultet	405	58,70
	magisterij/doktorat	85	12,32
<b>Zanimanje</b>	učenik	12	1,74
	student	52	7,53
	nezaposlen	30	4,35
	zaposlen	525	76,09
	samozaposlen	46	6,67
	umirovljenik	25	3,62
<b>Mjesto stanovanja</b>	ruralno područje	181	26,23
	mali grad	302	43,77
	veliki grad	207	30,00
<b>Mjesečni prihod kućanstva (€)</b>	do 1000	144	20,87
	1 000 – 2 000	347	50,29
	2 001 – 3 000	145	20,01
	Više od 3 000	54	7,83

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Pored sociodemografskih podataka, od ispitanika se zahtijevalo da iskažu svoje preferencije i ponašanja tijekom putovanja, odnosno boravka u parkovima prirode. U tom kontekstu, utvrđeni su primarni razlozi putovanja, tj. posjeta parka prirode, cilj putovanja, tj. posjeta parku prirode, razdoblje tjedna u kojem je

park prirode posjećen, organizacija i pratnja na putovanju, broj prethodnih posjeta, duljina boravka i smještaj te dnevna potrošnja tijekom posjeta, tj. boravka u parku prirode (Tablica 63.).

Kod utvrđivanja primarnog razloga putovanja, tj. posjeta parka prirode, ispitanici su imali veći broj mogućnosti odgovora. Najzastupljeniji razlog putovanja, tj. posjeta parka prirode je „uživanje u prirodi i krajoliku“ (54,35%), zatim „bavljenje rekreativnim aktivnostima“ s nižim udjelom (18,12%), dok je „park prirode je lako dostupan“ najmanje zastupljen (1,88%). Od ukupnog broja ispitanika, gotovo njih 77% posjetilo je park prirode kao primarni motiv posjeta, dok je preostalih 23% ispitanika usputno posjetilo park prirode kao dio šireg putovanja. Prevladavaju samostalni, vlastito organizirani posjeti (80,58%) tijekom vikenda (81,62%). Najviše ispitanika posjetilo je park prirode u pratnji prijatelja i/ili kolega (44,64%), dok je najmanje njih došlo kao individualac, odnosno pojedinac (4,78%).

Što se tiče broja prethodnih posjeta, ispitanici su većinom prethodno posjećivali park prirode, od kojih je njih 44,64% prethodno posjetilo park prirode u rasponu od 4 do 5 posjeta, 38,55% od 2 do 3 posjeta i 6,23% jedan posjet, dok 10,58% ispitanika prvi put posjećuje park prirode. Od ukupnog broja ispitanika, nešto više od dvije trećine (70,29%) nije ostvarilo noćenje, dok je njih 29,71% (n=205) ostvarilo noćenje tijekom putovanja, tj. posjeta parku prirode, ali ne nužno unutar područja parka prirode. Od ispitanika koji su ostvarili noćenje (n=205), najviše ih je noćilo u privatnom smještaju (40,49%), dok su preostali izbori smještaja gotovo podjednako zastupljeni: 13,17% - smještaj u hotelu; 11,71% - smještaj u kampu; 9,75% - smještaj kod rodbine ili prijatelja te ostali oblici smještaja (24,88%). Što se tiče duljine boravka na području parka prirode, najviše ispitanika posjetilo je park prirode u okviru jednodnevnih izleta (81,16%), zatim je 9,28% ispitanika ostvarilo jedno noćenje, 7,25% od 2 do 3 noćenja, a samo 1,30% ispitanika od 4 do 5 noćenja te 1,01% ispitanika je boravilo dulje od 6 noćenja.

Na temelju dobivenih podataka, uočava se da dio ispitanika koji posjećuju parkove prirode ne ostvaruje noćenje nužno u objektima na području parkova prirode. Od ukupnog broja koji su tijekom boravka u parku prirode ostvarili noćenje (n=205), 63,41% ispitanika ostvari noćenje u objektima na području parkova prirode (n=130). Što se tiče dnevne potrošnje u parku prirode, može se reći da je većina ispitanika potrošila do 50 eura (78,7%), odnosno njih 41,02% između 15 i 50 eura, a 37,68% do 15 eura, dok je najmanji udio ispitanika potrošio više od 201 eura (1,88%). S obzirom na to da je većina ispitanika posjetila park prirode u okviru jednodnevnih izleta, očekivano je zastupljenija niža potrošnja ispitanika (do 50, odnosno prosječno 42,57 eura dnevno), za razliku od posljednje utvrđene prosječne dnevne potrošnje posjetitelja u Kontinentalnoj Hrvatskoj (u kojoj se nalaze sva tri parka prirode uključena u istraživanje) koja je u 2019. godini iznosila 115 eura (Marušić et al., 2020). Nakon prikaza rezultata u tablici 63., pristupa se deskriptivnoj statističkoj analizi glavnih latentnih konstrukata.

Tablica 63. Obilježja putovanja i boravka ispitanika u parkovima prirode

	Obilježje	Uzorak (n=690)	
		Apsolutno	%
<b>Primarni razlog putovanja/posjeta parka prirode (PP)</b>	uživanje u prirodi i krajoliku	375	54,35
	bavljenje rekreativnim aktivnostima	125	18,12
	preporučeno mi je da posjetim PP	23	3,33
	pozitivno iskustvo iz prethodnog posjeta	43	6,23
	tradicionalno posjećujem PP svake godine	30	4,35
	uživanje u miru i tišini	60	8,70
	nikada do sada nisam posjetio PP	21	3,04
	PP je lako dostupan	13	1,88
<b>Posjet parku prirode</b>	primarni	530	76,81
	sekundarni (usputni posjet)	160	23,19
<b>Razdoblje posjeta u tjednu</b>	radnim danom	127	18,41
	vikendom	563	81,59
<b>Organizacija putovanja/izleta</b>	samostalni dolazak	556	80,58
	organizirani dolazak	134	19,42
<b>Pratnja na putovanju/izletu</b>	posjet s partnerom	157	22,75
	obitelj s djecom	192	27,83
	individualac	33	4,78
	prijatelji i kolege	308	44,64
<b>Broj prethodnih posjeta</b>	prvi posjet	73	10,58
	1	43	6,23
	2 – 3	266	38,55
	4 – 5	308	44,64
<b>Noćenje</b>	da	205	29,71
	ne	485	70,29
<b>Smještaj (n=205)</b>	privatni smještaj	83	40,49
	rodbina ili prijatelji	20	9,75
	hotel	27	13,17
	kamp	24	11,71
	ostalo	51	24,88
<b>Duljina boravka u parku prirode</b>	jednodnevni izlet	560	81,16
	jedno noćenje	64	9,28
	2 – 3 noćenja	50	7,25
	4 – 5 noćenja	9	1,30
	6 – (8) noćenja	7	1,01
<b>Dnevna potrošnja u parku prirode (€)</b>	(0) – 15	260	37,68
	16 – 50	283	41,02
	51 – 100	85	12,32

101 – 150	29	4,20
151 – 200	20	2,90
201 – (300)	13	1,88

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

### 6.2.2.2. Deskriptivna statistička analiza latentnih konstrukata

U ovom dijelu doktorskog rada pristupilo se deskriptivnoj statističkoj analizi glavnih latentnih konstrukata empirijskog istraživanja korištenjem aritmetičke sredine i standardne devijacije. Najprije se daje pregled deskriptivne statističke analize latentnog konstrukta percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (Tablica 64.) temeljem kojeg se također indirektno mjeri svijest o održivosti ispitanika. Latentni konstrukt percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (VOR) ocijenjen je visokom prosječnom ocjenom ( $\bar{x} = 5,82$ ;  $s = 1,11$ ), što pokazuje da posjetitelji generalno imaju pozitivan stav i razinu svijesti o održivosti. Na razini cijelog latentnog konstrukta, prosječne ocjene kreću se između 4,72 i 6,41.

Ispitanici su pokazali da im je zaštita zelenih površina, flore i faune najvažniji resurs održivog turizma parkova prirode, ocijenivši ga visokom prosječnom ocjenom ( $\bar{x} = 6,41$ ;  $s = 1,19$ ), kao i očuvanje povijesnih i kulturnih dobara ( $\bar{x} = 6,26$ ;  $s = 1,27$ ), kvalitetu okoliša, vode i zraka u parku prirode ( $\bar{x} = 6,08$ ;  $s = 1,52$ ) te dostupnost parka prirode posjetiteljima tijekom cijele godine ( $\bar{x} = 6,04$ ;  $s = 1,35$ ). Najmanje važnim ocijenili su urbanizaciju i razinu izgrađenosti na području parka prirode (briga da se ne šteti/umanjuju zelene površine), i to prosječnom ocjenom ( $\bar{x} = 4,72$ ;  $s = 2,22$ ), koja je ujedno jedina resursna vrijednost parkova prirode koja je prema važnosti za ispitanike, ocijenjena prosječnom ocjenom ispod 5,0.

Ako se razmotri prema pojedinim dimenzijama latentnog konstrukta, može se reći da nema prevelikih međusobnih odstupanja u prosječnim ocjenama, iako ispitanici daju malo veću važnost zaštiti i očuvanju okoliša parkova prirode, odnosno ekološkoj dimenziji ( $\bar{x} = 5,88$ ;  $s = 1,16$ ) te dostupnosti i kvaliteti ponude ( $\bar{x} = 5,88$ ;  $s = 1,24$ ) u odnosu na preostale dvije dimenzije (važnost stjecanja koristi i uključenosti lokalne zajednice te važnost održivog gospodarenja resursima i upravljanja brojem posjeta). U tablici 64. nalazi se pregled rezultata deskriptivne statističke analize za preostale ocjenjivane elemente, odnosno resurse parkova prirode u okviru latentnog konstrukta VOR.

Tablica 64. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta *percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* (VOR)

Kod	Konstrukt (K)/ Dimenzija (D)/ Čestica	AS	StDev.
<b>K_VOR</b>	<b>Percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode</b>	<b>5,82</b>	<b>1,11</b>
<b>VOR1</b>	zaštita zelenih površina, faune i flore	<b>6,41</b>	<b>1,19</b>
<b>VOR2</b>	očuvanje povijesnih i kulturnih dobara	<b>6,26</b>	<b>1,27</b>
<b>VOR3</b>	urbanizacija i razina izgrađenosti na području parka prirode (briga da se ne šteti/umanjuju zelene površine)	<b>4,72</b>	<b>2,22</b>
<b>VOR4</b>	razina onečišćenja okoliša, vode i zraka u parku prirode	<b>6,08</b>	<b>1,52</b>
<b>VOR5</b>	interpretacija/znanje o prirodnim vrijednostima, povijesti i kulturi destinacije dobiveno kroz posjet	<b>5,93</b>	<b>1,37</b>
<b>D_VOR_1</b>	<b>Važnost zaštite i očuvanja okoliša</b>	<b>5,88</b>	<b>1,16</b>
<b>VOR6</b>	posjećivanje atrakcija je omogućeno i lokalnom stanovništvu	<b>5,72</b>	<b>1,43</b>
<b>VOR7</b>	lokalno stanovništvo ima koristi od sadržaja u kojima turisti uživaju	<b>5,83</b>	<b>1,49</b>
<b>VOR8</b>	kvaliteta života lokalne zajednice u destinaciji je povećana zbog turizma	<b>5,79</b>	<b>1,48</b>
<b>VOR9</b>	lokalne vlasti djeluju poštujući kulturu i vrijednosti lokalne zajednice	<b>5,83</b>	<b>1,51</b>
<b>VOR10</b>	kulturna razmjena između turista i domaćina	<b>5,55</b>	<b>1,59</b>
<b>VOR11</b>	zapošljavanje lokalnog stanovništva na bolje plaćenim poslovima u turizmu	<b>5,68</b>	<b>1,6</b>
<b>VOR12</b>	park prirode razvija turizam uvažavajući kulturu i vrijednosti lokalne zajednice	<b>5,91</b>	<b>1,46</b>
<b>D_VOR_2</b>	<b>Važnost stjecanja koristi i uključenosti lokalne zajednice</b>	<b>5,76</b>	<b>1,30</b>
<b>VOR13</b>	dostupnost turističkih sadržaja u parku prirode	<b>5,79</b>	<b>1,47</b>
<b>VOR14</b>	kvaliteta usluga u parku prirode	<b>5,87</b>	<b>1,45</b>
<b>VOR15</b>	pogodan pristup parka prirode	<b>5,86</b>	<b>1,4</b>
<b>VOR16</b>	park prirode dostupan je posjetiteljima tijekom cijele godine.	<b>6,04</b>	<b>1,35</b>
<b>VOR17</b>	dostupnost domaćih i tradicionalnih proizvoda u parku prirode	<b>5,79</b>	<b>1,49</b>
<b>VOR18</b>	usluge pružaju lokalni ljudi umjesto velikih kompanija i međunarodnih lanaca	<b>5,92</b>	<b>1,54</b>
<b>D_VOR_3</b>	<b>Važnost dostupnosti i kvalitete lokalne ponude</b>	<b>5,88</b>	<b>1,24</b>
<b>VOR19</b>	u parku prirode i ostalim turističkim objektima koriste se obnovljivi izvori.	<b>5,78</b>	<b>1,5</b>
<b>VOR20</b>	u parku prirode i ostalim turističkim objektima održivo se gospodari otpadom.	<b>5,95</b>	<b>1,49</b>
<b>VOR21</b>	park prirode i posjetiteljski lokaliteti nisu pretrpani turistima.	<b>5,75</b>	<b>1,46</b>
<b>VOR22</b>	park prirode po potrebi ograničava broja posjeta.	<b>5,39</b>	<b>1,55</b>
<b>D_VOR_4</b>	<b>Važnost održivog gospodarenja resursima i upravljanja brojem posjeta</b>	<b>5,72</b>	<b>1,30</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Sljedeći analizirani latentni konstrukt u okviru deskriptivne statističke analize je *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* (ZP), koji je ocijenjen s prosječnom ocjenom 4,72 ( $s = 1,12$ ). Prosječne ocjene zadovoljstva po pojedinim turističkim resursima parkova prirode kreću se od najniže 3,79 za zadovoljstvo dostupnošću i kvalitetom internetske veze ( $s = 1,9$ ) do najviše prosječne ocjene od 5,7 za zadovoljstvo sigurnošću posjetitelja i njihovih vrijednih stvari ( $s = 1,37$ ). Analiziranjem dobivenih rezultata na razini dimenzija, uočava se da su ispitanici pokazali najveće zadovoljstvo općom infrastrukturom parka

prirode ( $\bar{x} = 5,16$ ;  $s = 1,21$ ), dok su zadovoljstvo sudjelovanjem lokalnog stanovništva ocijenili najmanjom ocjenom ( $\bar{x} = 4,23$ ;  $s = 1,57$ ) u odnosu na preostale dimenzije promatranog latentnog konstrukta. Kad se analiziraju prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika za preostale dvije dimenzije, ispitanici pokazuju veće zadovoljstvo turističkom infrastrukturom ( $\bar{x} = 4,96$ ;  $s = 1,13$ ), u odnosu na zadovoljstvo turističkim uslugama ( $\bar{x} = 4,47$ ;  $s = 1,36$ ). Detaljni pregled rezultata deskriptivne statističke analize za promatrani latentni konstrukt *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* nalazi se u tablici 65.

Tablica 65. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* (ZP)

Kod	Čestica	AS	StDev
<b>ZP</b>	<b>Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode</b>	<b>4,72</b>	<b>1,12</b>
ZP1	sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta	5,7	1,37
ZP2	čistoća i uređenost prostora	5,47	1,48
ZP3	prometna infrastruktura i usluge prijevoza	4,45	1,74
ZP4	gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta	5,01	1,69
<b>D_ZP_1</b>	<b>Zadovoljstvo općom infrastrukturom</b>	<b>5,16</b>	<b>1,21</b>
ZP5	očuvanje i održavanje tematskih staza i putova	5,07	1,56
ZP6	očuvanje i održavanje posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih objekata	5,16	1,51
ZP7	očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija	4,74	1,72
ZP8	očuvanje i održavanje kulturno-povijesnih građevina	4,84	1,64
<b>D_ZP_2</b>	<b>Zadovoljstvo turističkom infrastrukturom</b>	<b>4,96</b>	<b>1,13</b>
ZP9	dostupnost i kvaliteta usluge vođenja i interpretacije	4,78	1,67
ZP10	zastupljenost i kvaliteta ponude dodatnih sadržaja	4,43	1,69
ZP11	dostupnost i kvaliteta smještajnih kapaciteta	4,43	1,62
ZP12	dostupnost i kvaliteta usluge turističkih informacija	4,88	1,6
ZP13	dostupnost i kvaliteta Internetske veze	3,79	1,9
<b>D_ZP_3</b>	<b>Zadovoljstvo turističkim uslugama</b>	<b>4,47</b>	<b>1,36</b>
ZP14	sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkoj ponudi	4,15	1,77
ZP15	direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom, tradicijom i običajima	4,22	1,76
ZP16	očuvanje i poboljšanje položaja kulture, tradicije, života i rada lokalnog stanovništva	4,33	1,67
<b>D_ZP_4</b>	<b>Zadovoljstvo sudjelovanjem lokalnog stanovništva</b>	<b>4,23</b>	<b>1,57</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Analizirajući sveukupne rezultate deskriptivne statističke analize za glavne latentne konstrukte, uočava se da je latentni konstrukt *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje turističkog doživljaja u parkovima prirode* ocijenjen najmanjom prosječnom ocjenom u odnosu na preostale latentne konstrukte ( $\bar{x} = 4,38$ ;  $s = 1,67$ ). Prosječne ocjene po pojedinim elementima kreću se od 4,08 za spremnost plaćanja

veće cijene za poboljšanje doživljaja zasnovanom na unaprjeđenju dostupnosti i kvalitete internetske veze, do 4,58 za spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja zasnovanom na povećanju zastupljenosti i kvalitete ponude dodatnih sadržaja u parku prirode. Kad se pogledaju rezultati na razini dimenzija, ne postoje značajna odstupanja između prosječnih ocjena, koje se kreću između 4,24 i 4,46. U tablici 66. nalaze se preostali rezultati deskriptivne statističke analize promatranog latentnog konstrukta, nakon čega slijedi prikaz rezultata analize i za posljednji latentni konstrukt empirijskog istraživanja.

Tablica 66. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* (SPPD)

Kod	Čestice	AS	StDev.
<b>SPPD</b>	<b>Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode</b>	<b>4,38</b>	<b>1,67</b>
<b>SPPD1</b>	sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta	<b>4,19</b>	<b>1,86</b>
<b>SPPD2</b>	čistoća i uređenost prostora	<b>4,3</b>	<b>1,85</b>
<b>SPPD3</b>	prometna infrastruktura i usluge prijevoza	<b>4,34</b>	<b>1,83</b>
<b>SPPD4</b>	gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta	<b>4,12</b>	<b>1,86</b>
<b>D_SPPD_1</b>	<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje opće infrastrukture</b>	<b>4,24</b>	<b>1,67</b>
<b>SPPD5</b>	očuvanje i održavanje tematskih staza i putova	<b>4,47</b>	<b>1,8</b>
<b>SPPD6</b>	očuvanje i održavanje posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih objekata	<b>4,37</b>	<b>1,76</b>
<b>SPPD7</b>	očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija	<b>4,46</b>	<b>1,81</b>
<b>SPPD8</b>	očuvanje i održavanje kulturno-povijesnih građevina	<b>4,47</b>	<b>1,8</b>
<b>D_SPPD_2</b>	<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističke infrastrukture</b>	<b>4,44</b>	<b>1,66</b>
<b>SPPD9</b>	dostupnost i kvaliteta usluge vođenja i interpretacije	<b>4,42</b>	<b>1,8</b>
<b>SPPD10</b>	zastupljenost i kvaliteta ponude dodatnih sadržaja	<b>4,58</b>	<b>1,78</b>
<b>SPPD11</b>	dostupnost i kvaliteta smještajnih kapaciteta	<b>4,56</b>	<b>1,78</b>
<b>SPPD12</b>	dostupnost i kvaliteta usluge turističkih informacija	<b>4,39</b>	<b>1,79</b>
<b>SPPD13</b>	dostupnost i kvaliteta Internetske veze	<b>4,08</b>	<b>1,98</b>
<b>D_SPPD_3</b>	<b>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističkih usluga</b>	<b>4,40</b>	<b>1,60</b>
<b>SPPD14</b>	sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkoj ponudi	<b>4,47</b>	<b>1,83</b>
<b>SPPD15</b>	direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom, tradicijom i običajima	<b>4,39</b>	<b>1,84</b>
<b>SPPD16</b>	očuvanje i poboljšanje položaja kulture, tradicije, života i rada lokalnog stanovništva	<b>4,5</b>	<b>1,85</b>
<b>D_SPPD_4</b>	<b>Spremnost plaćanja veće cijene za porast sudjelovanja lokalnog stanovništva</b>	<b>4,46</b>	<b>1,74</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

U posljednjem dijelu deskriptivne statističke analize daje se pregled rezultata za latentni konstrukt *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* (SPOT) koji se nalaze u tablici 67. Latentni konstrukt ocijenjen je prosječnom ocjenom 5,18 ( $S = 1,60$ ).



Tablica 67. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode (SPOT)*

Kod	Čestice	AS	StDev.
<b>SPOT</b>	<b>Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode</b>	<b>5,18</b>	<b>1,60</b>
<b>SPOT1</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se lokalno stanovništvo zapošljava na bolje plaćenim poslovima	<b>4,85</b>	<b>1,82</b>
<b>SPOT2</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode kojem turizam poboljšava kvalitetu života lokalne zajednice	<b>5,03</b>	<b>1,78</b>
<b>SPOT3</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem lokalno stanovništvo može imati koristi od turističkih sadržaja	<b>5,1</b>	<b>1,77</b>
<b>SPOT4</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode koji razvija turizam uz poštivanje kulturnih vrijednosti lokalne zajednice	<b>5,14</b>	<b>1,76</b>
<b>SPOT5</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode koji pruža kulturnu razmjenu između turista i domaćina	<b>4,95</b>	<b>1,75</b>
<b>SPOT6</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem usluge pružaju lokalni ljudi umjesto međunarodnih kompanija	<b>5,29</b>	<b>1,79</b>
<b>SPOT7</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se prodaju lokalni proizvodi	<b>5,31</b>	<b>1,79</b>
<b>D_SPOT1_LZ</b>	<b><i>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice</i></b>	<b>5,10</b>	<b>1,68</b>
<b>SPOT8</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su zaštićene zelene površine, fauna i flora	<b>5,46</b>	<b>1,75</b>
<b>SPOT9</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se vodi briga o onečišćenjima	<b>5,44</b>	<b>1,75</b>
<b>SPOT10</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su očuvani njegovi povijesni i kulturni resursi	<b>5,32</b>	<b>1,73</b>
<b>SPOT11</b>	spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se koriste obnovljivi izvori i ispravno se gospodari otpadom	<b>5,28</b>	<b>1,77</b>
<b>D_SPOT2_KO</b>	<b><i>Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša</i></b>	<b>5,38</b>	<b>1,64</b>
<b>SPOT12</b>	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja je lakše dostupna	<b>4,97</b>	<b>1,77</b>
<b>SPOT13</b>	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja nudi veći broj raznovrsnih dopunskih usluga i sadržaja	<b>5,1</b>	<b>1,81</b>
<b>SPOT14</b>	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja nudi višu kvalitetu usluga	<b>5,2</b>	<b>1,77</b>
<b>SPOT15</b>	spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije u kojoj su negativni učinci turizma minimalni	<b>5,21</b>	<b>1,79</b>
<b>D_SPOT3_KP</b>	<b><i>Spremnost plaćanja veće cijena za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude</i></b>	<b>5,12</b>	<b>1,66</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Uvidom u prikazane rezultate u tablicama 66. i 67., uočava se da su ispitanici spremniji platiti veću cijenu za jačanje održivosti turizma parkova prirode ( $\bar{x} = 5,18$ ;  $S = 1,60$ ) u odnosu na njihovu spremnost plaćanja

veće cijene za poboljšanje doživljaja ( $\bar{x} = 4,38$ ;  $s = 1,67$ ). Analiziranjem rezultata na razini latentnog konstrukta SPOT-a, vidljivo je da se prosječne ocjene kreću od 4,85 ( $s = 1,85$ ) za spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se lokalno stanovništvo zapošljava na bolje plaćenim poslovima do 5,46 ( $s = 1,75$ ) za spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su zaštićene zelene površine, fauna i flora. Kad se promatraju prosječne ocjene pojedinih dimenzija, ne postoje značajna odstupanja između dimenzija. Dimenzija *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša* (SPOT2\_KO) ocijenjena je nešto višom prosječnom ocjenom od preostale dvije dimenzije ( $\bar{x} = 5,38$ ;  $s = 1,64$ ), koje su gotovo podjednako ocijenjene. Prosječna ocjena za dimenziju *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude* (SPOT3\_KP) iznosi 5,12 ( $s = 1,66$ ), dok za dimenziju *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice* (SPOT1\_LZ) iznosi 5,10 ( $s = 1,68$ ). U sljedećem potpoglavlju pristupa se multivarijantnoj statističkoj analizi primjenom metode PLS-SEM.

### 6.2.3. Rezultati multivarijantne statističke analize primjenom PLS-SEM-a

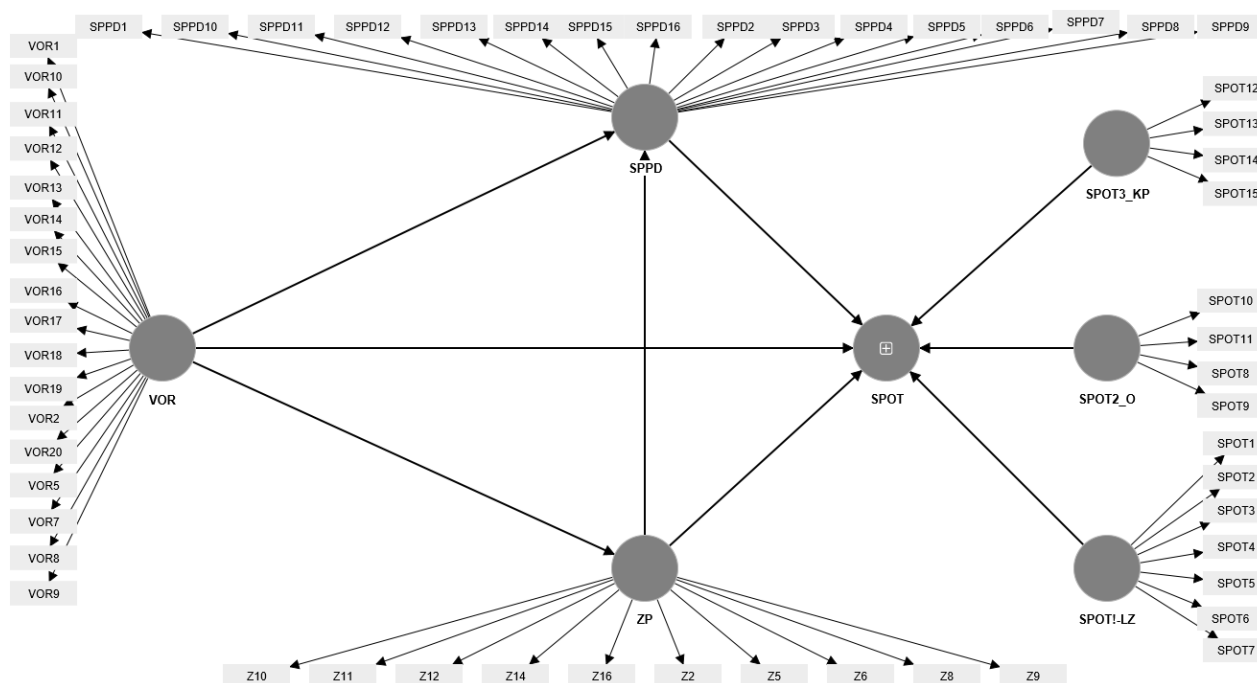
Multivarijantna analiza odnosi se na statističke tehnike (prve i druge generacije) koje simultano analiziraju višestruko mjerenje pojedinaca ili objekata u istraživanju, što pretpostavlja simultanu analizu više od dviju varijabli (Hair et al., 2019a). Kako bi se prevladala pojedina ograničenja tehnika multivarijantne analize podataka prve generacije, istraživači se sve više okreću tehnikama druge generacije koje omogućuju istovremeno modeliranje i procjenu složenih odnosa između višestrukih zavisnih i nezavisnih varijabli. U primjeni dominiraju dvije metode modeliranja strukturnih jednadžbi (SEM): CB-SEM (SEM temeljen na kovarijanci) i PLS-SEM (SEM metodom djelomičnih najmanjih kvadrata). PLS je uveden kao *uzročno-prediktivni* pristup SEM-u koji se fokusira na objašnjenje varijance u ovisnim varijablama modela (Hair et al., 2021), a koji je korišten u ovom doktorskom radu.

#### 6.2.3.1. Specifikacija strukturnog modela

Testiranje strukturnog modela odvija se u nekoliko koraka, pri čemu je najprije potrebno specificirati strukturni model u skladu s konceptualnim modelom koji se nastoji testirati (Henseler et al., 2016), što implicira određivanje odnosa između konstrukata (zavisni/nezavisni) te između konstrukata i indikatora (reflektivni/formativni). Kod specifikacije strukturnog modela, kauzalnost odnosa između konstrukata ima najvažniju ulogu budući da se pretpostavlja da su odnosi između konstrukata zavisni, izuzev egzogenih konstrukata (Hair et al., 2019a). Ova komponenta strukturnog modela u kontekstu PLS-SEM-a naziva se

unutarnjim modelom jer pokazuje odnose, odnosno jednosmjerne putove između latentnih konstrukata, unutar kojeg se razlikuju egzogeni (nezavisni) i endogeni (zavisni) latentni konstrukti. Druga komponenta strukturnog modela sadrži mjerne modele koji se nazivaju vanjski modeli te uključuju jednosmjerne prediktivne odnose između svakog latentnog konstrukta i njegovih pridruženih indikatora, odnosno manifestnih varijabli. U okviru vanjskog modela se razlikuju reflektivni i formativni mjerni modeli, pri čemu je reflektivni model definiran jednosmjernim strelicama od latentnog konstrukta prema indikatorima (pridruženi koeficijenti za te odnose nazivaju se vanjska opterećenja), dok se formativni model definira jednosmjernim strelicama od indikatora prema latentnom konstruktu (pridruženi koeficijenti za te odnose nazivaju se vanjskim težinama) (Hair et al., 2011). S obzirom na prethodno izneseno, najprije je potrebno pristupiti jasnoj specifikaciji strukturnog i mjernog modela sukladno definiranim ciljevima i hipotezama doktorskog rada, a koji je prikazan na slici 32.

Slika 32. Specifikacija mjernog i strukturnog modela



Izvor: izrada autora

Strukturni model sačinjen je od egzogenog latentnog konstrukta (percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – VOR) te triju endogenih latentnih konstrukata (zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP; spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parku prirode – SPPD i spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja

za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT). SPOT je endogeni latentni konstrukt višeg reda, sačinjen od tri latentna konstrukta nižeg reda (spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice – SPOT1\_LZ; spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša – SPOT2\_KO te spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude – SPOT3\_KP). Sukladno definiranim odnosima između konstrukata i indikatora, vidljivo je da su svi latentni konstrukti u modelu reflektivni, osim endogenog latentnog konstrukta SPOT, koji je formativni konstrukt višeg reda određen reflektivnim konstruktima (latentne varijable, mjerene reflektivnim indikatorima) nižeg reda (SPOT1\_LZ; SPOT2\_KO i SPOT3\_KP). Takav tip strukturnog modela naziva se reflektivno-formativni model tipa II (Becker et al., 2012:363) unutar kojeg mjerenja latentnih konstrukata nižeg reda određuju obilježja latentnog konstrukta višeg reda (SPOT) koji su nezamjenjivi (Hair et al., 2017). Kod procjene konstrukta višeg reda korišten je dvostupanjski pristup koji počinje procjenom i analizom rezultata konstrukata nižeg reda s pripadajućim indikatorima u prvoj fazi. U drugoj fazi, rezultati dobiveni iz prve faze koriste se kao pokazatelji za konstrukt višeg reda, paralelno procjenjujući koeficijente putanje između ostalih konstrukata (Duarte & Amaro, 2018; Hair et al., 2011).

Nakon što je utvrđeno koji su indikatori reflektivni, odnosno formativni, može se prijeći na procjenu vanjskog mjernog modela, sukladno definiranim kriterijima za pojedini mjerni model koje naglašavaju brojni autori (Sarstedt et al., 2021; Hanafiah et al., 2020; Hair et al., 2019b; Hair et al., 2017 i sl.). U nastavku se najprije prikazuje procjena vanjskog reflektivnog mjernog modela.

#### 6.2.3.2. Procjena vanjskog reflektivnog mjernog modela

Procjena vanjskog reflektivnog mjernog modela zasniva se primjenom četiri kriterija procjene, sukladno navedenom redoslijedu:

- testiranje pouzdanosti indikatora (manifestnih varijabli)
- ispitivanje unutarnje dosljednosti latentnih konstrukata
- provjera konvergentne valjanosti
- provjera diskriminativne valjanosti.

Unutar procjene vanjskog reflektivnog mjernog modela, najprije se provodi testiranje pouzdanosti indikatora, odnosno ispitivanje standardiziranog vanjskog faktorskog opterećenja indikatora. Svako standardizirano vanjsko faktorsko opterećenje (*outer loadings*), odnosno svi koeficijenti korelacije promatranih indikatora i latentnog konstrukta, trebaju biti veći od 0,708 kako bi latentni konstrukt objašnjavao više od 50% varijance pridruženih indikatora. Međutim, u društvenim znanostima su

prihvatljivi i indikatori čije su vrijednosti vanjskog faktorskog opterećenja na razini od 0,60 do 0,70 (Hair et al., 2017). Također, postoje preporuke da se indikatori s vrijednostima od 0,40 do 0,70 svakako detaljnije analiziraju prije njihovog isključivanja, a isključuju se u slučaju kada će utjecati na povećanje kompozitne pouzdanosti ili prosječne ekstrahirane varijance iznad prihvatljivih granica (Hair et al., 2017; Henseler et al., 2009).

Nakon toga slijedi ispitivanje unutarnje dosljednosti latentnih konstrukata koje uključuje provjeru koeficijenta Cronbach's alpha te provjeru kompozitne pouzdanosti (*composite validity*). Koeficijent Cronbach's alpha i koeficijenti kompozitne pouzdanosti  $Rho_c$  i  $Rho_a$  poprimaju vrijednosti u intervalu od 0 do 1, a vrijednosti veće od 0,7 smatraju se zadovoljavajućima. Paralelno je provedena provjera konvergentne valjanosti koja se sastoji u izračunu prosječne ekstrahirane varijance (*average variance extracted* - AVE). U standardiziranom modelu, AVE poprima vrijednost od 0 do 1 i pokazuje koliki je dio varijance pridruženih indikatora protumačen konstruktom. Konvergentna je valjanost zadovoljena ako je  $AVE > 0,5$ .

U početnom dijelu analize reflektivnog mjernog modela uočeno je da AVE za latentni konstrukt ZP poprima manju vrijednost od 0,5 te da neki indikatori povezani s tim konstruktom imaju standardizirano faktorsko opterećenje manje od 0,7. Ti indikatori također su bili isključeni u faktorskoj analizi glavnih komponenata. Jednako tako, određeni indikatori latentnog konstrukta VOR pokazali su standardizirano faktorsko opterećenje ispod referentnih 0,70.

S obzirom na niže vrijednosti, pristupilo se višestrukim pokušajima povećanja AVE latentnog konstrukta ZP, pri čemu je došlo do povećanja AVE te isključivanja šest indikatora. Stoga su iz daljnje analize isključeni sljedeći indikatori: Z1 (*Sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta*), Z3 (*Prometna infrastruktura i usluge prijevoza*), Z4 (*Gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta*), Z7 (*Očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija*), Z13 (*Dostupnost i kvaliteta Internetske veze*), Z15 (*Direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom, tradicijom i običajima*).

Također, iz daljnje je analize isključeno pet indikatora latentnog konstrukta VOR čije su vrijednosti standardiziranog faktorskog opterećenja bile niže od 0,60, budući da je njihovo isključivanje utjecalo na povećanje AVE-a. Prema tome, iz daljnje su analize isključeni sljedeći indikatori: VOR3 (*Urbanizacija i razina izgrađenosti na području parka prirode*), VOR4 (*Kvaliteta okoliša, vode i zraka u parku prirode*), VOR6 (*Posjećivanje atrakcija je omogućeno i lokalnom stanovništvu*), VOR21 (*Park prirode i posjetiteljski lokaliteti nisu pretrpani turistima*) i VOR22 (*Park prirode po potrebi ograničava broja posjeta*). Nakon provedenih iteracija, rezultati prethodnih analiza reflektivnog mjernog modela (standardizirano faktorsko opterećenje, koeficijent Cronbach's alpha,  $Rho_C$  i  $Rho_A$  te AVE) prikazani su u tablici 68.

Tablica 68. Pokazatelji analize reflektivnog modela na razini konstrukata i indikatora

KONSTRUKT	INDIKATOR	Standardizirano faktorsko opterećenje	Cronbach's alpha	Rho_C	Rho_A	AVE
<b>SPOT1_LZ</b>			<b>0,979</b>	<b>0,980</b>	<b>0,983</b>	<b>0,890</b>
	SPOT1	0,918				
	SPOT2	0,965				
	SPOT3	0,965				
	SPOT4	0,956				
	SPOT5	0,937				
	SPOT6	0,937				
	SPOT7	0,925				
<b>SPOT2_KO</b>			<b>0,974</b>	<b>0,974</b>	<b>0,981</b>	<b>0,928</b>
	SPOT8	0,964				
	SPOT9	0,970				
	SPOT10	0,966				
	SPOT11	0,953				
<b>SPOT3_KP</b>			<b>0,946</b>	<b>0,947</b>	<b>0,961</b>	<b>0,861</b>
	SPOT12	0,908				
	SPOT13	0,944				
	SPOT14	0,954				
	SPOT15	0,905				
<b>SPPD</b>			<b>0,974</b>	<b>0,976</b>	<b>0,977</b>	<b>0,724</b>
	SPPD1	0,810				
	SPPD2	0,850				
	SPPD3	0,850				
	SPPD4	0,836				
	SPPD5	0,872				
	SPPD6	0,874				
	SPPD7	0,879				
	SPPD8	0,887				
	SPPD9	0,874				
	SPPD10	0,867				
	SPPD11	0,849				
	SPPD12	0,877				
	SPPD13	0,748				
	SPPD14	0,830				
	SPPD15	0,849				
	SPPD16	0,841				
<b>VOR</b>			<b>0,961</b>	<b>0,961</b>	<b>0,965</b>	<b>0,612</b>
	VOR1	0,763				
	VOR2	0,741				
	VOR5	0,735				

VOR7	0,802
VOR8	0,820
VOR9	0,810
VOR10	0,832
VOR11	0,837
VOR12	0,860
VOR13	0,796
VOR14	0,836
VOR15	0,781
VOR16	0,743
VOR17	0,836
VOR18	0,817
VOR19	0,791
VOR20	0,814
<b>ZP</b>	<b>0,900</b>
Z2	0,840
Z5	0,800
Z6	0,874
Z7	0,754
Z9	0,759
Z10	0,810
Z11	0,772
Z12	0,813
Z14	0,713
Z16	0,740
	<b>0,898</b>
	<b>0,918</b>
	<b>0,537</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

S obzirom na prikazane rezultate analize u prethodnoj tablici, standardizirano faktorsko opterećenje svih vrijednosti kreće se od 0,713 do 0,966, što je u okviru prihvatljivih vrijednosti. Nadalje, koeficijenti Cronbach's alpha svih latentnih konstrukata su između 0,900 i 0,979 te se može zaključiti da postoji visok stupanj unutarnje stabilnosti i dosljednosti. To potvrđuju i visoke vrijednosti koeficijenata Rho\_C i Rho-a. U uzorku su vrijednosti prosječne ekstrahirane varijance (AVE) svih latentnih konstrukata veće od 0,5 (od 0,537 do 0,928) te se zaključuje da je konvergentna valjanost adekvatna.

Nakon prethodno provedenih analiza, pristupilo se procjeni diskriminativne valjanosti koja pokazuje koliko se jedan latentni konstrukt u modelu razlikuje od drugih latentnih konstrukata (Hair et al., 2019b). U tu se svrhu koristi Fornell-Larckerov kriterij, HTMT pokazatelj (*Heterotrait-monotrait ratio of correlations*) i provjera unakrsnih opterećenja (*cross-loadings*). Hair et al. (2017) ističu da vanjska faktorska opterećenja indikatora pojedinog latentnog konstrukta trebaju biti veća u odnosu na vanjska faktorska opterećenja

indikatora drugih latentnih konstrukata kako bi se zadovoljio kriterij unakrsnih standardiziranih faktorskih opterećenja. U sljedećoj tablici (Tablica 69.) prikazani su rezultati provedene provjere unakrsnih faktorskih opterećenja.

Tablica 69. Rezultati provjere unakrsnih faktorskih opterećenja među indikatorima konstrukata

	SPOT1_LZ	SPOT2_KO	SPOT3_KP	SPPD	VOR	ZP
SPOT1	<b>0.918</b>	0.773	0.764	0.539	0.429	0.325
SPOT2	<b>0.964</b>	0.834	0.821	0.573	0.461	0.352
SPOT3	<b>0.965</b>	0.810	0.808	0.563	0.430	0.331
SPOT4	<b>0.956</b>	0.855	0.813	0.543	0.432	0.333
SPOT5	<b>0.937</b>	0.810	0.813	0.557	0.423	0.325
SPOT6	<b>0.937</b>	0.847	0.806	0.517	0.431	0.318
SPOT7	<b>0.925</b>	0.866	0.821	0.514	0.411	0.286
SPOT8	0.854	<b>0.964</b>	0.816	0.491	0.434	0.307
SPOT9	0.843	<b>0.970</b>	0.826	0.490	0.429	0.316
SPOT10	0.857	<b>0.966</b>	0.834	0.535	0.467	0.335
SPOT11	0.830	<b>0.953</b>	0.842	0.505	0.428	0.333
SPOT12	0.754	0.777	<b>0.908</b>	0.523	0.397	0.309
SPOT13	0.798	0.779	<b>0.944</b>	0.524	0.423	0.331
SPOT14	0.805	0.791	<b>0.954</b>	0.523	0.406	0.315
SPOT15	0.816	0.847	<b>0.906</b>	0.509	0.402	0.329
SPPD1	0.446	0.416	0.433	<b>0.812</b>	0.221	0.334
SPPD2	0.498	0.477	0.487	<b>0.850</b>	0.249	0.326
SPPD3	0.460	0.436	0.474	<b>0.851</b>	0.277	0.352
SPPD4	0.458	0.426	0.456	<b>0.836</b>	0.260	0.321
SPPD5	0.519	0.470	0.509	<b>0.871</b>	0.307	0.341
SPPD6	0.460	0.438	0.461	<b>0.874</b>	0.265	0.340
SPPD7	0.501	0.464	0.504	<b>0.888</b>	0.303	0.354
SPPD8	0.479	0.451	0.458	<b>0.887</b>	0.297	0.346
SPPD9	0.494	0.428	0.480	<b>0.874</b>	0.336	0.372
SPPD10	0.516	0.480	0.508	<b>0.866</b>	0.339	0.364
SPPD11	0.507	0.460	0.484	<b>0.848</b>	0.283	0.333
SPPD12	0.497	0.452	0.477	<b>0.877</b>	0.274	0.352
SPPD13	0.431	0.404	0.413	<b>0.748</b>	0.229	0.286
SPPD14	0.522	0.446	0.513	<b>0.830</b>	0.312	0.356
SPPD15	0.525	0.440	0.487	<b>0.850</b>	0.291	0.353
SPPD16	0.522	0.449	0.472	<b>0.842</b>	0.280	0.368



VOR1	0.311	0.370	0.298	0.192	<b>0.758</b>	0.392
VOR2	0.301	0.350	0.282	0.241	<b>0.744</b>	0.405
VOR5	0.368	0.343	0.340	0.285	<b>0.738</b>	0.426
VOR7	0.422	0.356	0.387	0.287	<b>0.801</b>	0.391
VOR8	0.418	0.361	0.367	0.300	<b>0.820</b>	0.406
VOR9	0.377	0.378	0.344	0.248	<b>0.805</b>	0.378
VOR10	0.393	0.369	0.357	0.280	<b>0.833</b>	0.436
VOR11	0.389	0.374	0.376	0.249	<b>0.836</b>	0.406
VOR12	0.379	0.400	0.359	0.279	<b>0.860</b>	0.452
VOR13	0.299	0.300	0.333	0.247	<b>0.796</b>	0.417
VOR14	0.339	0.349	0.363	0.282	<b>0.833</b>	0.445
VOR15	0.322	0.373	0.364	0.262	<b>0.780</b>	0.417
VOR16	0.346	0.371	0.341	0.291	<b>0.737</b>	0.361
VOR17	0.407	0.376	0.376	0.309	<b>0.833</b>	0.412
VOR18	0.411	0.370	0.383	0.285	<b>0.812</b>	0.387
VOR19	0.339	0.377	0.335	0.251	<b>0.787</b>	0.395
VOR20	0.349	0.401	0.344	0.233	<b>0.808</b>	0.420
Z2	0.219	0.227	0.221	0.205	0.436	<b>0.724</b>
Z5	0.200	0.248	0.206	0.198	0.452	<b>0.784</b>
Z6	0.227	0.265	0.256	0.202	0.462	<b>0.792</b>
Z8	0.145	0.169	0.158	0.145	0.408	<b>0.789</b>
Z9	0.188	0.196	0.232	0.219	0.407	<b>0.804</b>
Z10	0.168	0.161	0.182	0.151	0.376	<b>0.777</b>
Z11	0.169	0.152	0.181	0.177	0.380	<b>0.749</b>
Z14	0.167	0.146	0.172	0.163	0.327	<b>0.707</b>
Z16	0.196	0.155	0.167	0.135	0.386	<b>0.729</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Unakrsna faktorska opterećenja indikatora uz latentni konstrukt kojem pripadaju veća su od unakrsnih opterećenja drugih latentnih konstrukata modela te je prema ovom kriteriju potvrđena diskriminativna valjanost modela. Sljedeća provjera diskriminativne valjanosti provedena je korištenjem Fornell-Larckerova kriterija prema kojem je diskriminativna valjanost zadovoljena ako je za svaki latentni konstrukt drugi korijen njegove prosječno ekstrahirane varijance (AVE) veći od njihovih korelacija s drugim konstruktima u modelu (Henseler et al., 2015). U tablici 70. prikazane su vrijednosti Fornell-Larckerova kriterija.

Tablica 70. Razlike među konstruktima reflektivnog modela - vrijednosti Fornell-Larckerova kriterija

	SPOT1_LZ	SPOT2_KO	SPOT3_KP	SPPD	VOR	ZP
<b>SPOT1_LZ</b>	<b>0,943</b>					
<b>SPOT2_KO</b>	0,878	<b>0,963</b>				
<b>SPOT3_KP</b>	0,855	0,861	<b>0,928</b>			
<b>SPPD</b>	0,577	0,524	0,561	<b>0,851</b>		
<b>VOR</b>	0,457	0,456	0,437	0,334	<b>0,782</b>	
<b>ZP</b>	0,344	0,335	0,346	0,405	0,553	<b>0,733</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Podebljane dijagonalne vrijednosti su kvadratni korijeni od AVE-a. U svakom stupcu tablice je drugi korijen prosječno ekstrahirane varijance latentnih konstrukata veći od svih njegovih korelacija s drugim latentnim konstruktima, što dokazuje diskriminativnu valjanost prema Fornell-Larckerovu kriteriju. Posljednji kriterij za provjeru diskriminativne valjanosti, kao i procjene reflektivnom mjernog modela je HTMT pokazatelj (Heterotrait-monotrait omjer korelacije) koji se računa kao omjer prosjeka korelacija između indikatora, a koji procjenjuju različite konstrukte i geometrijske sredine prosječne korelacije među indikatorima koji mjere isti konstrukt (Dorčić, 2020). Diskriminativna valjanost zadovoljena je kada je vrijednost HTMT pokazatelja manja od 0,90 (Henseler et al., 2015). U tablici 71. prikazane su vrijednosti HTMT pokazatelja.

Tablica 71. Razlike među konstruktima reflektivnog modela - vrijednosti Heterotrait-monotrait omjera

	SPOT1_LZ	SPOT2_KO	SPOT3_KP	SPPD	VOR	ZP
<b>SPOT1_LZ</b>						
<b>SPOT2_KO</b>	0,899					
<b>SPOT3_KP</b>	0,888	0,896				
<b>SPPD</b>	0,590	0,538	0,583			
<b>VOR</b>	0,470	0,472	0,459	0,343		
<b>ZP</b>	0,323	0,319	0,335	0,358	0,576	

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Dobiveni rezultati koji su prikazani u tablici 71. dokazuju diskriminativnu valjanost, s obzirom na to da su vrijednosti HTMT omjera svih analiziranih latentnih konstrukata u odnosu prema drugome manje od kritične vrijednosti 0,9.

### 6.2.3.3. Procjena vanjskog formativnog mjernog modela

Procjena formativnog mjernog modela razlikuje se od procjene reflektivnog, s obzirom na to da zahtijeva procjenu na temelju kolinearnosti indikatora, statističke značajnosti i relevantnosti indikatorskih težina te diskriminativne valjanosti (Hair et al., 2019b). Postupak procjene valjanosti formativnih konstrukata trebao bi se sastojati od statističkih analiza na razini konstrukta te na razini indikatora (Henseler et al., 2009), što znači da ako model sadrži formativni konstrukt višeg reda, tada se rezultati procjene konstrukata nižeg reda koriste kao indikatori konstrukta višeg reda (Duarte & Amaro, 2018).

S obzirom na to da je prethodno navedeno slučaj specificiranog modela, u prvoj fazi procjene formativno-reflektivnog modela dvostupanjskim pristupom, izvršena je procjena reflektivnog mjernog modela za latentne konstrukte nižeg reda (SPOT1\_LZ - *Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice*, SPOT2\_KO – *Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša* i SPOT3\_KP – *Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude*), u kojoj konstrukt višeg reda nije uključen. Formativni latentni konstrukt *Spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode* (SPOT) u analiziranom modelu konstrukt je višeg reda koji se procjenjuje u drugoj fazi, pri čemu su vrijednosti prve faze procjene latentnih konstrukata nižeg reda korištene kao indikatori, odnosno tzv. manifestne varijable formativnog latentnog konstrukta SPOT. Dakle, procjena formativnog mjernog modela vrši se na razini latentnih konstrukata nižeg reda, kao i na razini konstrukta višeg reda.

U analizi formativnog modela nužno je ispitati postoji li problem kolinearnosti među indikatorima, u ovom slučaju latentnih konstrukata nižeg reda, za što se koristi faktor inflacije varijance (VIF). Prema Hair et al. (2014), dobro prilagođen formativni model ne bi trebao pokazivati pretjeranu multikolinearnost indikatora formativno modeliranog latentnog konstrukta, a koja je prisutna kada su vrijednosti iznad 5. Ako su VIF pokazatelji izvan dozvoljenih granica, to znači da su latentne varijable nižeg reda jako povezane te objašnjavaju isti aspekt formativnog konstrukta pa navedeni model nije primjeren. U sljedećoj tablici (Tablica 72.) prikazani su VIF pokazatelji između latentnih konstrukata nižeg reda.

Tablica 72. Prilagođenost formativnog modela - rezultati multikolinearnosti konstrukata nižeg reda

Konstrukt višeg reda	Konstrukti nižeg reda	VIF
SPOT	SPOT1_LZ	3,829
	SPOT2_KO	3,060
	SPOT3_KP	3,711

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Uzimajući u obzir rezultate ispitivanja, zaključuje se da problem multikolinearnosti nije prisutan jer su svi koeficijenti unutar dozvoljenih granica. Nadalje, na razini latentnih konstrukata nižeg reda, koji se u drugoj fazi koriste kao indikatori formativnog konstrukta, procjenjuju se njihovi doprinosi u oblikovanju latentnog konstrukta višeg reda. U tu se svrhu primjenjuje izračun težišnih vrijednosti konstrukata nižeg reda prema konstruktu višeg reda te se ispituje i značajnost veza između istih (Dorčić, 2020). Hair et al. (2011) ističu da je za procjenu značajnosti težine indikatora, koji također izražavaju svoju relativnu važnost kroz opterećenja, potrebno primijeniti postupak *Bootstrapping*, pri čemu težinske vrijednosti indikatora trebaju biti veće od 0,1. U tablici 73. prikazani su rezultati provedenog izračuna i ispitivanja.

Tablica 73. Doprinos konstrukata nižeg reda oblikovanju konstrukta višeg reda - izračun težišnih vrijednosti

	Težišna vrijednost	StDev.	P values
SPOT1_LZ -> SPOT	0,370	0,009	0,000
SPOT2_KO -> SPOT	0,331	0,010	0,000
SPOT3_KP -> SPOT	0,372	0,007	0,000

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Iz tablice 73. se vidi da su težišne vrijednosti svih latentnih konstrukata nižeg reda SPOT1\_LZ, SPOT2\_KO i SPOT3\_KP iznad 0,1 te su značajne uz bilo koju uobičajenu razinu pouzdanosti ( $p = 0,000$ ), što implicira da je SPOT multidimenzionalan formativni konstrukt kojeg tvore tri dimenzije: SPOT1\_LZ (0,370), SPOT2\_KO (0,331) i SPOT3\_KP (0,372), s približno jednakim vrijednostima. S obzirom na dobivene rezultate, **prihvća se H1: Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode multidimenzionalan je konstrukt višeg reda** uz razinu pouzdanosti  $p = 0,000$ . Na razini konstrukta višeg reda treba provjeriti i diskriminativnu valjanost modela na osnovi korelacijske matrice konstrukata (Hair et al., 2019b). Diskriminativna je valjanost zadovoljena (Tablica 74.) ako su svi koeficijenti korelacije između formativnog konstrukta višeg reda i ostalih konstrukata manji od 0,7 (MacKenzie et al., 2005).

Tablica 74. Korelacije između formativnog konstrukta višeg reda i ostalih konstrukata modela

	SPOT	SPPD	VOR	ZP
SPOT	1,000			
SPPD	0,527	1,000		
VOR	0,407	0,242	1,000	
ZP	0,345	0,347	0,525	1,000

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

S obzirom na to da su svi koeficijenti latentnog konstrukta SPOT u odnosu prema ostalim latentnim konstruktima manji od 0,7, potvrđena je diskriminativna valjanost (Tablica 74.). U sljedećoj cjelini doktorskog rada pristupa se procjeni strukturnog modela.

#### 6.2.3.4. Procjena strukturnog modela

Budući da su provedeni postupci provjere pouzdanosti i valjanosti latentnih konstrukata u analiziranom modelu dali zadovoljavajuće rezultate, pristupilo se procjeni strukturnog modela. Hair et al. (2019b) naglašavaju da je prije procjene strukturnih odnosa u modelu potrebno ispitati kolinearnost latentnih konstrukata prediktora. Ako su zadovoljeni kriteriji multikolinearnosti, pristupa se izračunu statističke značajnosti i relevantnosti koeficijenata puta, zatim koeficijenta determinacije ( $R^2$ ), koeficijenta veličine utjecaja ( $f^2$ ) te unakrsno validirane redundantnosti konstrukata ( $Q^2$ ) (Duarte & Amaro, 2018).

Prije izračuna navedenih koeficijenata i testiranja hipoteza, pristupa se provjeri multikolinearnosti koja je analogna procjeni formativnog mjenog modela, međutim u strukturnom modelu koriste se rezultati egzogenih latentnih konstrukata kao ulazni podaci za procjenu faktora inflacije varijance (VIF) (Sarsted et al., 2021). U tablici 75. prikazani su rezultati VIF-a latentnih konstrukata strukturnog modela.

Tablica 75. Prilagođenost strukturnog modela – rezultati multikolinearnosti konstrukata

	SPOT	SPPD	VOR	ZP
SPOT				
SPPD	1.601			
VOR	1.610	1.328		1.000
ZP	1.342	1.328		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Uzimajući u obzir da su vrijednosti ispod 5 prihvatljive (idealno oko 3), dobivene vrijednosti VIF-a pokazuju da su svi koeficijenti unutar dozvoljenih granica. Stoga, problem multikolinearnosti nije prisutan. Budući da je zadovoljen kriterij multikolinearnosti, pristupa se narednom koraku u procjeni strukturnog modela.

U okviru procjene strukturnog modela, procjenjuje se veza, odnosno odnos među latentnim konstruktima, pri čemu se u PLS-SEM-u procjena parametara zasniva na maksimizaciji protumačene varijance endogenih konstrukata. Kod utvrđivanja veza, odnosno definiranih utjecaja između latentnih konstrukata, sukladno formuliranim istraživačkim hipotezama, izračunavaju se koeficijenti utjecaja, odnosno koeficijenti puta (*path coefficient*) koji se koriste za testiranje (potvrđivanje/odbacivanje) hipoteza. Hair et al. (2014) ističu

da su vrijednosti koeficijenata puta standardizirane od -1 do +1, gdje koeficijenti bliži +1 pokazuju jake pozitivne odnose, a koeficijenti bliži -1 ukazuju na jake negativne odnose. Postupak ispitivanja provodi se pomoću PLS-SEM konzistentnog *bootstrapping* algoritma<sup>34</sup> temeljem kojeg se dobiju rezultati procjene parametara puta u uzorku ( $\beta$  koeficijent), prosječna odstupanja od prosjeka (StDev.), razlika u jedinicama prosječnog odstupanja od prosjeka (t-vrijednost), empirijske razine značajnosti (p-vrijednost) te interval pouzdanosti (95%). U tablici 76. prikazani su rezultati provedene analize.

Tablica 76. Utvrđivanje veza između konstrukata prema definiranim hipotezama – procijenjeni izravni utjecaji parametara puta

	$\beta$ izvorni uzorak	StDev.	t-vrijednost	p-vrijednost	95 %-tni interval pouzdanosti
<b>SPPD -&gt; SPOT</b>	0,462	0,040	11,453	0,000	0,380 – 0,539
<b>VOR -&gt; SPOT</b>	0,285	0,047	6,044	0,000	0,190 – 0,378
<b>VOR -&gt; SPPD</b>	0,083	0,049	1,680	0,093	-0,014 – 0,177
<b>VOR -&gt; ZP</b>	0,525	0,041	12,773	0,000	0,439 – 0,602
<b>ZP -&gt; SPOT</b>	0,049	0,043	1,121	0,262	-0,037 – 0,135
<b>ZP -&gt; SPPD</b>	0,304	0,052	5,872	0,000	0,203 – 0,406

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Standardizirani koeficijenti puta i razine značajnosti pružaju dokaze o kvaliteti unutarnjeg modela (Hair et al., 2012a, 2012b; Chin, 1998) i omogućuju istraživačima da testiraju svoje predložene hipoteze (Duarte & Amaro). Izravni parametri puta su značajni ako su pridružene empirijske razine značajnosti manje od teorijske razine značajnosti  $\alpha = 0,05$  (kod dvosmjernog testa,  $p$  vrijednost treba biti niža od 0,025). Ako se

<sup>34</sup> *Bootstrapping* je neparametarski postupak kojim se testira jesu li procjene parametara puta, procjene vanjskih težišnih vrijednosti i procjene vanjskih opterećenja statistički značajne. Konzistentni PLS-SEM *bootstrapping* izvodi *bootstrapping* proceduru za PLS-SEM algoritam. Po *defaultu* se provodi dvosmjerni test uz razinu signifikantnosti  $\alpha = 5\%$ . *Bootstrapping* postupak generira 5000 uzoraka, za koje se izračunava aritmetička sredina, procjena određenog parametra i njegova standardna pogreška te se usporedbom teorijske i empirijske razine značajnosti donosi odluka kod testiranja. Hipoteze za dvosmjerni test glase:

H0: stvarna vrijednost parametra je jednaka nuli

H1: stvarna vrijednost parametra je različita od nule

Za dvosmjerni test uz razinu značajnosti 5%, sa svake se strane *sampling* distribucije odbacuje 2,5% površine, odnosno, s obzirom da je ukupna površina ispod standardizirane *sampling* distribucije jednaka jedan, odbacuje se površina 0,025.

umjesto p-vrijednosti promatra t-vrijednost, izravni parametri puta su značajni ako je t-vrijednost iznad 1,96. Na temelju dobivenih rezultata izravnih parametara puta, uočava se da je većina izravnih veza između definiranih latentnih konstrukata statistički značajna, izuzev nesignifikantnih utjecaja kod dva promatrana odnosa:

- 1) utjecaj *pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* ( $\beta = 0,083$ ; t-vrijednost = 1,680;  $p = 0,093$ ) – **odbacuje se H2-2**
- 2) utjecaj *zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $\beta = 0,049$ ; t-vrijednost = 1,121;  $p = 0,262$ ) – **odbacuje se H3-2.**

Najjači pozitivni i statistički značajan utjecaj ima *pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* na *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* ( $\beta = 0,525$ ; t-vrijednost = 12,773;  $p = 0,000$ ), uz 95% interval pouzdanosti u rasponu između 0,439 i 0,602, pa se stoga **prihvaća H2-1.**

Također je statistički značajan i jak pozitivni utjecaj *spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $\beta = 0,462$ ; t-vrijednost = 11,453;  $p = 0,000$ ), uz 95% interval pouzdanosti u rasponu između 0,380 i 0,539, te se također **prihvaća H4.**

Jednako tako, statistički je značajan i umjeren utjecaj *zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* ( $\beta = 0,304$ ; t-vrijednost = 5,872;  $p = 0,000$ ) uz 95% interval pouzdanosti u rasponu između 0,203 i 0,406, što pokazuje da se **prihvaća H3-1.**

Zaključno, statistički je značajan i umjeren utjecaj *pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $\beta = 0,285$ ; t-vrijednost = 6,044;  $p = 0,000$ ), uz 95% interval pouzdanosti u rasponu između 0,190 i 0,378. Stoga se **prihvaća H2-3.**

Prilikom izračuna parametara puta strukturnog modela, također se trebaju prikazati i ukupni utjecaji koji predstavljaju zbroj izravnih utjecaja i svih neizravnih utjecaja između dva konstrukta u modelu puta. Ispitivanje ukupnih učinaka između konstrukata, uključujući sve njihove neizravne učinke, daje sveobuhvatniju sliku odnosa između promatranih latentnih konstrukata strukturnog modela (Sarsted et al., 2021). Stoga, pored izravnih međusobnih utjecaja latentnih konstrukata, najprije se prikazuju izračuni

neizravnih utjecaja parametara puta (Tablica 77.), a nakon toga ukupni utjecaji parametara puta (Tablica 78.).

Tablica 77. Procijenjeni neizravni utjecaji parametara puta

	$\beta$ izvorni uzorak	StDev.	t-vrijednost	p-vrijednost	95 %-tni interval pouzdanosti
<b>VOR -&gt; ZP -&gt; SPPD</b>	0,160	0,032	4,943	0,000	0,100 – 0,228
<b>VOR -&gt; ZP -&gt; SPOT</b>	0,138	0,029	4,684	0,000	0,082 – 0,198
<b>ZP -&gt; SPPD -&gt; SPOT</b>	0,140	0,026	5,325	0,000	0,093 – 0,200

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Prema dobivenim rezultatima iz tablice 77., uočava se da su svi neizravni utjecaji statistički značajni. U tom kontekstu uočava se da *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* ima statistički značajan utjecaj na odnos između *percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* i *spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* ( $\beta = 0,160$ ; t-vrijednost = 4,943; p = 0,000), za razliku od izravnog utjecaja između promatranih odnosa konstrukata koji nije statistički značajan. Interval pouzdanosti (95%) u rasponu je između 0,100 i 0,228.

Također, *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* ima statistički značajan utjecaj na odnos između *percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* i *spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $\beta = 0,138$ ; t-vrijednost = 4,684; p = 0,000). Interval pouzdanosti (95%) u rasponu je između 0,082 i 0,198.

Zaključno, *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* ima statistički značajan utjecaj na odnos između *zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova* i *spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $\beta = 0,140$ ; t-vrijednost = 5,325; p = 0,000), za razliku od izravnog utjecaja između promatranih odnosa konstrukata koji također nije statistički značajan. Interval pouzdanosti (95%) u rasponu je između 0,093 i 0,200.

Izračunom neizravnih utjecaja, uz prethodni izračun izravnih utjecaja te zbrajanjem jednih i drugih, stvoreni su preduvjeti za utvrđivanje ukupnih utjecaja parametara puta. Vrijednosti ukupnih utjecaja parametara puta prikazane su u tablici 78.



Tablica 78. Procijenjeni ukupni utjecaji parametara puta

	$\beta$ izvorni uzorak	StDev.	t vrijednost	p vrijednost	95 %-tni interval pouzdanosti
<b>VOR -&gt; ZP</b>	0,525	0,041	12,773	0,000	0,439 – 0,602
<b>VOR -&gt; SPPD</b>	0,242	0,042	5,766	0,000	0,159 – 0,323
<b>VOR -&gt; SPOT</b>	0,423	0,047	8,957	0,000	0,327 – 0,513
<b>ZP -&gt; SPPD</b>	0,304	0,052	5,872	0,000	0,203 – 0,406
<b>ZP -&gt; SPOT</b>	0,189	0,047	3,980	0,000	0,098 – 0,282
<b>SPPD -&gt; SPOT</b>	0,462	0,040	11,453	0,000	0,380 – 0,539

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Prema rezultatima iz tablice 78., ukupni parametri puta statistički su značajni u svim odnosima između promatranih latentnih konstrukata, uz bilo koju razinu pouzdanosti ( $p = 0,000$ ). Medijatorski utjecaji *zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode te spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode*, pridonijeli su statističkoj značajnosti ukupnih utjecaja između latentnih konstrukata koji nemaju statistički značajne izravne utjecaje (Tablica 76.).

Nakon što su ispitani izravni, neizravni i ukupni utjecaji parametara puta, potrebno je ispitati prediktivnu snagu strukturnog modela promatranjem koeficijenta determinacije ( $R^2$ ), kojim se izračunava proporcija varijance endogenog konstrukta protumačenog egzogenim konstruktima. Vrijednosti koeficijenta kreću se od 0 do 1, pri čemu veća vrijednost koeficijenta determinacije ukazuje na veću prediktivnu snagu modela (Sarsted et al., 2021; Hair et al., 2019b). Vrijednosti koeficijenta različito se interpretiraju u literaturi, od kojih se izdvaja tumačenje China (1998) koji smatra da su vrijednosti od 0,19 slabe, od 0,33 umjerene te od 0,67 nadalje značajne (Duarte & Amaro, 2018; Henseler et al., 2009) te Haira et al. (2011) koji daju smjernice na razini vrijednosti od 0,25, 0,50 i 0,75 za navedene tri razine prediktivne snage endogenih konstrukata (Sarsted et al., 2021). Na kraju, prihvatljive vrijednosti koeficijenta determinacije ovise o kontekstu, a u nekim disciplinama vrijednost od 0,10 smatra se zadovoljavajućom. Vrijednosti  $R^2$  svakako ovise o broju prediktorskih konstrukata (veći broj prediktorskih konstrukata, veći je  $R^2$ ), stoga se uvijek treba tumačiti u odnosu na kontekst pojedine studije (Hair et al., 2019b). U tablici 79. prikazani su rezultati koeficijenta determinacije endogenih konstrukata strukturnog modela prema kojima se uočava umjerena prediktivna snaga latentnog konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $R^2 = 0,472$ ) te slaba prediktivna snaga latentnih konstrukata *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP* ( $R^2 = 0,277$ ) i *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD* ( $R^2 = 0,152$ ).

Tablica 79. Prediktivna snaga strukturnog modela – koeficijenti determinacije endogenih konstrukta

	R-square	R-square adjusted
<b>SPOT</b>	0,472	0,470
<b>SPPD</b>	0,152	0,149
<b>ZP</b>	0,277	0,276

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Pored koeficijenata determinacije endogenih konstrukata, za svaki se endogeni konstrukt izračunavaju i koeficijenti veličine utjecaja ( $f^2$ ) nezavisne na zavisnu varijablu. Koeficijent veličine utjecaja računa se kao omjer razlike koeficijenta determinacije zavisne varijable u modelu s uključenom nezavisnom varijablom, čiji se utjecaj ispituje, te koeficijenta determinacije zavisne varijable u modelu koji izuzima te nezavisne varijable i koeficijenta alijenacije u modelu s uključenom nezavisnom varijablom.

Smatra se da vrijednosti od 0,02 iskazuju slab, od 0,15 umjeren te 0,35 nadalje značajan utjecaj nezavisne na zavisnu varijablu (Ringle et al., 2012; Henseler et al., 2009). U tablici 80. prikazani su rezultati prema kojima konstrukt *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD* ima značajan utjecaj na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $f^2 = 0,399$ ). Konstrukt *percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – VOR* ima značajan utjecaj na *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP* ( $f^2 = 0,382$ ), a slab utjecaj na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $f^2 = 0,134$ ) te *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD* ( $f^2 = 0,078$ ). Na kraju, konstrukt *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP* ima granično slab utjecaj na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD* ( $f^2 = 0,015$ ), a nema utjecaj na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $f^2 = 0,000$ ).

Tablica 80. Prediktivna snaga strukturnog modela - koeficijenti veličine utjecaja nezavisnih na zavisne konstrukte

	SPOT	SPPD	VOR	ZP
<b>SPOT</b>				
<b>SPPD</b>	0,399			
<b>VOR</b>	0,134	0,078		0,382
<b>ZP</b>	0,000	0,015		

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Posljednja procjena prediktivne valjanosti strukturnog modela provedena je primjenom unakrsno validirane redundantnosti konstrukata, odnosno tzv. Stone-Geisserovog koeficijenta ( $Q^2$ ).  $Q^2$  se zasniva na ponovnoj upotrebi uzorka, pri čemu se izostavlja dio matrice podataka, a zatim se procjenjuju parametri ispitivanog modela te se predviđa izostavljeni dio pomoću procjena (Hair et al., 2014). Za razliku od prethodnih koeficijenata,  $Q^2$  se računa pomoću operacije *blindfolding*, a sami postupak proveden je sa sedam izostavljanja koji je po *defaultu* ponuđen pri izračunavanju  $Q^2$  koeficijenta.

Prediktivna relevantnost modela pri izračunu raste s porastom vrijednosti  $Q^2$  u odnosu na nulu. U tom slučaju, manja razlika između predviđenih i izvornih vrijednosti daje veći  $Q^2$  koeficijent te pokazuje veću prediktivnu relevantnost modela puta promatranog endogenog konstrukta (Hair et al., 2014). Relativni utjecaj prediktivne relevantnosti  $Q^2$  analogan je evaluaciji veličine učinka  $f^2$ , gdje vrijednosti od 0,02 pokazuju malu, od 0,15 srednju te od 0,35 nadalje veliku prediktivnu relevantnost (Duarte & Amaro, 2018; Henseler et al., 2009). U tablici 81. su rezultati analize.

Tablica 81. Procjena prediktivne valjanosti strukturnog modela izračunom  $Q^2$  koeficijenta

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
<b>SPOT</b>	10.350.000	1.958.446	0.811
<b>SPPD</b>	11.040.000	10.116.909	0.084
<b>VOR</b>	11.730.000	11.730.000	
<b>ZP</b>	6.900.000	5.990.136	0.132

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Prema dobivenim rezultatima, uočava se da je velika prediktivna relevantnost endogenog konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $Q^2 = 0,811$ ), te slaba za preostala dva (*spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode*/ $Q^2 = 0,084$  i *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode*/ $Q^2 = 0,132$ ).

Posljednji izračun unutar PLS-SEM-a je kriterij približne prilagođenosti modela za koji se najčešće koriste standardizirani korijen srednjeg kvadrata reziduala (SRMR) i Bentler-Bonettov indeks, odnosno normirani indeks prilagodbe (NFI). SRMR je mjera aproksimativne prilagođenosti modela, kojom se mjeri razlika između korelacijske matrice uzorka i korelacijske matrice procijenjene modelom. Što je prosječna veličina razlika manja, prilagodba modela je bolja, pri čemu se smatra da vrijednosti SRMR-a manje od 0,05 pokazuju da je model dobro prilagođen. NFI indeks je prva mjera adekvatnosti korištena u literaturi, gdje se vrijednosti indeksa iznad 0,90 smatraju prihvatljivim (Henseler et al., 2016), a vrijednosti veće od 0,95 ukazuju na dobru adekvatnost modela. Rezultati izračuna SRMR i NFI indeksa prikazani su u tablici 82.

Tablica 82. Kriteriji približne prilagođenosti strukturnog modela

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,030	0,030
NFI	0,933	0,933

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Sukladno prikazanim vrijednostima provedene analize kriterija približne prilagođenosti modela primjenom testova SRMR i NFI, uočava se dobra prilagođenost strukturnog modela (SRMR = 0,030; NFI = 0,933). U posljednjem potpoglavlju prikazuju se rezultati Kruskal-Wallis testa koji se koristi za testiranje preostalih hipoteza.

#### 6.2.4. Rezultati multivarijante statističke analize primjenom Kruskal-Wallis testa

Za testiranje posljednje hipoteze ( $H_5$ ) s pomoćnim hipotezama, primjenjuje se Kruskal-Wallisov test kojim se procjenjuju razlike između tri ili više nezavisnih grupa uzoraka u slučaju kada nije zadovoljen kriterij normalnosti distribucije podataka (Cohen et al., 2018; Guo et al., 2013). Prema tome, Kruskal-Wallisov test uspoređuje rangove (McKight & Najab, 2010) pri testiranju razlika između tri ili više nezavisnih uzoraka koji ne moraju biti istih veličina, međutim svaki mora imati više od pet jedinica (Horvat & Mijoč, 2019).

Kruskal-Wallisov test koristi se za testiranje nulte ( $H_0$ ) i alternativne hipoteze ( $H_1$ ), pri čemu  $H_0$  pretpostavlja da „ $k$ “ (tri ili više nezavisnih slučajnih uzoraka) dolazi iz identične populacije (nema razlike), nasuprot  $H_1$  koja pretpostavlja da srednje vrijednosti „ $k$ “ populacija nisu jednake, odnosno da postoje razlike (Kothari & Garg, 2019).

Kruskal-Wallisovim testom testira se nulta hipoteza da su uzorci izvučeni iz distribucija s jednakim medijanima. Interpretacija Kruskal-Wallisovog testa slična je jednofaktorskoj analizi varijance, s tim da se ona zasniva na rangovima umjesto na sredinama. Podaci u uzorku moraju biti kontinuirani ili ordinalni. Medijan test sirova je verzija Kruskal-Wallisovog testa koja se ograničava na izračunavanje u smislu tablica kontigence. Postupak se sastoji u prebrojavanju slučajeva u svakom uzorku koji su iznad i koji su ispod zajedničkog medijana te se izračunava Hi-kvadrat vrijednost rezultirajuće tablice kontigence (2x3 uzoraka). Ako je istinita nulta hipoteza da svi uzorci potječu iz populacija s jednakim medijanima, očekuje se da će približno polovina svih slučajeva u svakom uzorku pasti iznad, odnosno ispod zajedničkog medijana.

Primjenom Kruskal-Wallisovog testa pristupa se testiranju sljedećih hipoteza:

- **H5-1:** *Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.*
- **H5-2:** *Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

Najprije se pristupa testiranju sljedeće hipoteze:

**H5-1:** *Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.*

Da bi se ispitalo postojanje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (VOR) na različitu spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja između tri dimenzije održivosti turizma parkova prirode (spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice – SPOT1\_LZ, spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša – SPOT2\_KO i spremnost plaćanja veće cijena za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude – SPOT3\_KP) provedeni su Kruskal-Wallisov (vrijednost H) i Medijan test (hi-kvadrat) za svaku od 22 čestice konstrukta VOR. Sukladno tome, postavljaju se nulta i alternativna hipoteza koje glase:

**H0:** Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice, spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša i spremnost plaćanja veće cijena za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude međusobno se ne razlikuju s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (imaju jednake medijalne vrijednosti).

**H1:** Postoji razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode između barem dvije dimenzije s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (barem dva medijana se međusobno razlikuju).

U tablici 83. prikazani su dobiveni rezultati provedenih testova razlika.

Tablica 83. Razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – rezultati Kruskal-Wallis testa i Medijan testa (H5-1)

nezavisna varijabla	varijabla	Medijan	$\chi^2$	p-vrijednost	H(df=6,N=94)	p-vrijednost
VOR	SPOT1_LZ	6	19,179	0,004 <sup>b</sup>	28,856	0,000 <sup>a</sup>
	SPOT2_KO	6	19,991	0,003 <sup>b</sup>	33,246	0,000 <sup>a</sup>
	SPOT3_KP	6	19,534	0,003 <sup>b</sup>	31,004	0,000 <sup>a</sup>

<sup>a</sup> razina značajnosti 1%; <sup>b</sup> razina značajnosti 5%

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Budući da dobiveni rezultati (Tablica 83.) pokazuju da je empirijska razina značajnosti za Medijan test i Kruskal-Wallis test (p-vrijednost) manja od 0,05, provedeni testovi pokazuju da uz razinu značajnosti 5% postoji statistički značajna razlika između barem dvije promatrane dimenzije spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode. Sukladno tome, odbacuje se  $H_0$  i prihvaća se  $H_1$  te u konačnici, **prihvaća se H5-1.**

Nadalje, pristupa se testiranju sljedeće hipoteze:

**H5-2:** *Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

Da bi se ispitalo postojanje utjecaja zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode (ZP) na različitu spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja između tri dimenzije održivosti turizma parkova prirode (spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice – SPOT1\_LZ, spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša – SPOT2\_KO i spremnost plaćanja veće cijena za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude – SPOT3\_KP) provedeni su Kruskal-Wallis test (vrijednost H) i Medijan test (hi-kvadrat) za svaku od 16 čestice konstrukta ZP. Sukladno tome, postavljaju se nulta i alternativna hipoteza koje glase:

**H0:** Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice, spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša i spremnost plaćanja veće cijena za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude međusobno se ne razlikuju s obzirom na zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode (imaju jednake medijalne vrijednosti).

**H1:** Postoji razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode između barem dvije dimenzije s obzirom na zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode (barem dva medijana se međusobno razlikuju).

Prema definiranim okvirima za testiranje istraživačke hipoteze, u tablici 84. prikazani su dobiveni rezultati provedenih testova razlika.

Tablica 84. Razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode – rezultati Kruskal-Wallis testa i Medijan testa (H5-2)

nezavisna varijabla	varijabla	Medijan	$\chi^2$	p-vrijednost	H(df=6,N=40)	p-vrijednost
ZP	SPOT_LZ	6	1,376	<b>0,967</b>	0,000	<b>1,000</b>
	SPOT_KO	6,25	5,539	<b>0,477</b>	0,000	<b>1,000</b>
	SPOT_P	5,63	2,137	<b>0,907</b>	0,000	<b>1,000</b>

Izvor: rezultati provedenog istraživanja

Budući da dobiveni rezultati (Tablica 84.) pokazuju da je empirijska razina značajnosti za Medijan test i Kruskal-Wallisov test (p-vrijednost) veća od 0,05, provedeni testovi pokazuju da uz razinu značajnosti 5% ne postoji statistički značajna razlika između barem dvije promatrane dimenzije spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode. Sukladno tome, odbacuje se H1 i prihvaća se H0, stoga se **odbacuje H5-2.**

Nakon provedenih statističkih analiza, u tablici 85. sažeto se prikazuju rezultati empirijskog istraživanja temeljem kojih su donesene odluke o potvrđivanju, odnosno odbacivanju hipoteza. Primjenom metode PLS-SEM potvrđeno je pet od ukupno sedam testiranih hipoteza, dok je primjenom Kruskal-Wallis testa potvrđena jedna od dvije testiranih pomoćnih hipoteza.

Tablica 85. Pregled rezultata i testiranje hipoteza

Testiranje hipoteza primjenom PLS-SEM-a								
Hipoteza		Težišna vrijednost	StDev.	P values	Potvrđivanje hipoteze			
	SPOT1_LZ -> SPOT	<b>0,370</b>	0,009	<b>0,000</b>				
H1	SPOT2_KO -> SPOT	<b>0,331</b>	0,010	<b>0,000</b>	DA			
	SPOT3_KP -> SPOT	<b>0,372</b>	0,007	<b>0,000</b>				
Hipoteze		$\beta$ izvorni uzorak	StDev.	t vrijednost	p vrijednost	95 %-tni interval pouzdanosti	Potvrđivanje hipoteza	
H2-1	VOR -> ZP	<b>0,525</b>	0,041	12,773	<b>0,000</b>	0,439 – 0,602	DA	
H2-2	VOR -> SPPD	<b>0,083</b>	0,049	1,680	<b>0,093</b>	-0,014 – 0,177	NE	
H2-3	VOR -> SPOT	<b>0,285</b>	0,047	6,044	<b>0,000</b>	0,190 – 0,378	DA	
H3-1	ZP -> SPPD	<b>0,304</b>	0,052	5,872	<b>0,000</b>	0,203 – 0,406	DA	
H3-2	ZP -> SPOT	<b>0,049</b>	0,043	1,121	<b>0,262</b>	-0,037 – 0,135	NE	
H4	SPPD -> SPOT	<b>0,462</b>	0,040	11,453	<b>0,000</b>	0,380 – 0,539	DA	
Testiranje hipoteza primjenom Kruskal-Wallis testa								
Hipoteza	nezavisna varijabla	varijabla	Medijan	$X^2$	p- vrijednost	H(df=6,N=94)	p- vrijednost	Potvrđivanje hipoteza
		SPOT1_LZ	6	19,179	<b>0,004</b>	28,856	<b>0,000</b>	
H5-1	VOR	SPOT2_KO	6	19,991	<b>0,003</b>	33,246	<b>0,000</b>	DA
		SPOT3_KP	6	19,534	<b>0,003</b>	31,004	<b>0,000</b>	
Hipoteza	nezavisna varijabla	varijabla	Medijan	$X^2$	p- vrijednost	H(df=6,N=94)	p- vrijednost	Potvrđivanje hipoteza
		SPOT1_LZ	6	1,376	<b>0,967</b>	0,000	<b>1,000</b>	
H5-2	ZP	SPOT2_KO	6,25	5,539	<b>0,477</b>	0,000	<b>1,000</b>	NE
		SPOT3_KP	5,63	2,137	<b>0,907</b>	0,000	<b>1,000</b>	

Izvor: rezultati provedenog istraživanja



### 6.3. OSVRT NA EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Provedeno empirijsko istraživanje imalo je za cilj uspostaviti te ispitati valjanost i pouzdanost konceptualnog modela za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Kao takvo, prvo je istraživanje koje se provodi na primjeru parkova prirode koji su dominantno podzastupljene kategorije u istraživanjima turizma zaštićenih područja.

#### 6.3.1. Diskusija i usporedba dobivenih rezultata empirijskog istraživanja

Uzimajući u obzir širinu obuhvata empirijskog istraživanja koja je slikovito prikazana u okviru konceptualnog modela, a detaljnije definirana formuliranim ciljevima i hipotezama, na temelju dostupnih podataka u relevantnim bazama podataka uočeno je da ne postoje istovjetna istraživanja koja ispituju utjecaje između promatranih konstrukata na primjeru turističkih destinacija, napose u zaštićenim područjima, odnosno parkovima prirode. Diskusija o dobivenim rezultatima i paralelna usporedba s rezultatima prethodno provedenih istraživanja sažeto će se prikazati na razini formuliranih istraživačkih pitanja u okviru kojih će se posebno razmatrati rezultati testiranih hipoteza.

#### **Kakva je percepcija posjetitelja prema održivom turizmu i njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode?**

Zaštićena područja suočavaju se s izazovom očuvanja te održivog korištenja prirodnih resursa pri kreiranju doživljaja za posjetitelje. Velmurugan et al. (2021) ističu da je potrebno detaljnije istražiti i razumjeti ulogu percepcije i zadovoljstva posjetitelja u području održivog turizma, u cilju utvrđivanja elemenata koji dovode do pretjeranog turizma ili s druge strane nedovoljnog iskorištenja turističkih resursa zaštićenog područja. Istraživanja percepcije turizma uglavnom su provedena iz perspektive lokalnog stanovništva, najčešće korištenjem teorije društvene razmjene (*Social Exchange Theory* - SET), često zanemarujući percepciju posjetitelja, posebno u kontekstu percipirane važnosti održivog turizma (Nejati et al., 2015). Iako su percepcija i stavovi posjetitelja prethodno korišteni u pojedinim istraživanjima, Velmurugan et al. (2021) identificirali su nedostatak istraživanja percepcije posjetitelja u području održivog turizma, što daje relevantnost novim istraživanjima u ovom području.

Rezultati deskriptivne statističke analize pokazuju da posjetitelji generalno imaju pozitivan stav, odnosno pozitivnu percepciju prema održivom korištenju resursa u turizmu parkova prirode ( $\bar{x} = 5,82$ ), gdje se na razini cijelog latentnog konstrukta *percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* (VOR), prosječne ocjene kreću između 4,72 i 6,41. Ispitanici su pokazali da su im zelene površine, flora i fauna najvažniji resurs za održivi turizam parkova prirode koji treba štititi i održivo koristiti ( $\bar{x} = 6,41$ ), dok su najmanje važnim ocijenili urbanizaciju i razinu izgrađenosti ( $\bar{x} = 4,72$ ), koja je ujedno jedina ocijenjena resursna vrijednost parkova prirode s prosječnom ocjenom ispod 5,0. Usporedbom rezultata na razini dimenzija latentnog konstrukta VOR, nisu utvrđena značajna odstupanja u prosječnim ocjenama. Ispitanici su pokazali da su im dimenzije zaštita i očuvanje okoliša te dostupnost i kvaliteta ponude parkova prirode ( $\bar{x} = 5,88$ ) nešto važnije u odnosu na preostale dvije (stjecanje koristi i uključenosti lokalne zajednice te održivo gospodarenje resursima i upravljanja brojem posjeta).

U jednom od rijetkih istraživanja koje mjeri percepciju turista o važnosti atributa održivog turizma destinacije kulturnog turizma, Aydin & Alvarez (2020) su utvrdile da je turistima najvažnija zaštita kulture i okoliša kao jedna od šest mjerenih dimenzija, što se podudara s dobivenim rezultatima istraživanja.

Sljedeći analizirani latentni konstrukt u okviru deskriptivne statističke analize je *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* (ZP). Zadovoljstvo posjetitelja izrazito je važan aspekt (utjecajni faktor) održivosti turizma u zaštićenim područjima te je predmet brojnih istraživanja (Moore et al., 2015) i predmet kontinuiranih mjerenja ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima (Rodger et al., 2012). Kako turizam u prirodnom okruženju karakteriziraju različiti doživljaji i aktivnosti na otvorenom, prirodni resursi smatraju se važnom komponentom zadovoljstva posjetitelja (Obradović et al., 2023), jednako kao i sadržaji i usluge koje se nude u zaštićenim područjima (Taplin et al., 2016). Stoga se mjerenje zadovoljstva posjetitelja destinacijom provodi na temelju glavnih atributa, odnosno značajki destinacije koji se najčešće grupiraju u faktore ili dimenzije (pregled dimenzija nalazi se u tablici 41).

*Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* (ZP) ocijenjeno je s prosječnom ocjenom 4,72, što implicira da su ispitanici iskazali graničnu razinu sveukupnog zadovoljstva. Prosječne ocjene kreću se između 3,79 i 5,7. Rezultati pokazuju da su ispitanici jedino nezadovoljni dostupnošću i kvalitetom internetske veze ( $\bar{x} = 3,79$ ), dok najvišu razinu zadovoljstva pokazuju prema sigurnosti posjetitelja i njihovih vrijednih stvari ( $\bar{x} = 5,7$ ) te čistoći i uređenosti prostora ( $\bar{x} = 5,47$ ). S obzirom na prosječne ocjene po dimenzijama, ispitanici su iskazali najvišu razinu zadovoljstva općom infrastrukturom parka prirode ( $\bar{x} = 5,16$ ), dok su zadovoljstvo sudjelovanjem lokalnog stanovništva ocijenili s najmanjom ocjenom ( $\bar{x} = 4,23$ ), pokazujući neutralan stav. Za preostale dvije dimenzije, ispitanici pokazuju veće zadovoljstvo turističkom infrastrukturom ( $\bar{x} = 4,96$ ), nasuprot zadovoljstva turističkim uslugama ( $\bar{x} = 4,47$ ).

U istraživanju koje su Golob et al. (2014) proveli na primjeru 3S destinacija u Hrvatskoj, može se reći da su rezultati suprotni dobivenim rezultatima ovog istraživanja, gdje su ispitanici pokazali najvišu razinu zadovoljstva s gostoljubivošću stanovništva (ekvivalent dimenzije uključenost lokalnog stanovništva), a najnižu razinu zadovoljstva s prometnom infrastrukturom (ekvivalent dimenzije opća infrastruktura parka prirode). Na drugoj strani, u istraživanju koje su Ma et al. (2018) proveli u zaštićenim područjima u Kini, posjetitelji su pokazali najvišu razinu zadovoljstva dimenzijom prirodne atrakcije i okruženje (flora, fauna, krajolik), što se može smatrati ekvivalentom dimenzije turistička infrastruktura koja je u radu ocijenjena većom prosječnom ocjenom u odnosu na ukupno zadovoljstvo posjetitelja resursima parkova prirode.

### **Jesu li posjetitelji spremni financijski podržati poboljšanje doživljaja i jačanje održivosti turizma u parkovima prirode kroz optimalno korištenje resursa?**

Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja također je bio predmet istraživanja u nekoliko prethodnih studija (Durán-Román et al., 2021; Verb & Azevedo, 2019; Choong-Ki et al., 2019; Mghekwa et al., 2019; Bigné et al., 2008). Dakle, u literaturi postoje istraživanja u kojima je utvrđena spremnost plaćanja veće cijene za kvalitetne, nezaboravne doživljaje (Jurovski, 2009), međutim nedostaju spoznaje o spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja zasnovanom na unaprjeđenju turističkih resursa i njihovom održivom korištenju u zaštićenim područjima.

Prema rezultatima deskriptivne statističke analize, latentni konstrukt *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje turističkog doživljaja u parkovima prirode* (SPPD) ocijenjen je s najmanjom prosječnom ocjenom u odnosu na preostale latentne konstrukte ( $\bar{x} = 4,38$ ). Prosječne ocjene po pojedinim atributima kreću se od 4,08 za spremnost plaćanja veće cijene za unaprjeđenje dostupnosti i kvalitete internetske veze do 4,58 za spremnost plaćanja veće cijene za povećanje zastupljenosti i kvalitete ponude dodatnih sadržaja u parku prirode. Na razini sve četiri dimenzije latentnog konstrukta SPPD, prosječne ocjene kreću se između 4,24 i 4,46, tako da ne postoje značajna odstupanja između promatranih dimenzija.

U studiji u kojoj su Durán-Román et al. (2021) jednim dijelom ispitali i spremnost plaćanja veće cijene turista za poboljšanje turističkog doživljaja na temelju povećanja i unaprjeđenje turističkih resursa, 75%, odnosno 804 od 1068 ispitanika iskazalo je spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističkog doživljaja, što se u određenoj mjeri može smatrati da podupire rezultate provedenog istraživanja. S druge strane, Verb & Azevedo (2019) utvrdili su da turisti nisu spremni platiti veću cijenu za turistički doživljaj s obzirom na percipiranu inovativnost u fazi planiranja putovanja, pri čemu se ovi rezultati mogu djelomično uzeti u obzir budući da se ne tiču izravno održivosti turizma.

Posljednji latentni konstrukt, tj. *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* (SPOT) jedan je od najmanje istraživanih koncepata u području održivog turizma. Spremnost plaćanja veće cijene za održivost turizma destinacije je predmet tek nekoliko prethodnih studija (Araújo et al., 2022; Aydin & Alvarez, 2020; Jurado-Rivas & Sánchez-Rivero, 2019), stoga je svako novo istraživanje značajan doprinos bazi novih spoznaja navedenog predmetnog područja istraživanja.

Rezultati deskriptivne statističke analize pokazali su općenitu spremnost plaćanja veće cijene ispitanika za jačanje održivosti turizma parkova prirode ( $\bar{x} = 5,18$ ), pri čemu su dimenziju *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša* (SPOT2\_KO) ocijenili najvišom prosječnom ocjenom ( $\bar{x} = 5,38$ ), dok su preostale dvije dimenzije gotovo podjednako ocijenili - *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude* – SPOT3\_KP ( $\bar{x} = 5,12$ ) te *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice* – SPOT1\_LZ ( $\bar{x} = 5,10$ ). Dobiveni rezultati deskriptivne statističke analize istovjetni su rezultatima Aydin i Alvarez (2020), gdje je dimenzija spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša ocijenjena najvišom prosječnom ocjenom, a slijede preostale dvije istim redoslijedom značajnosti s obzirom na prosječne ocjene.

Na temelju dobivenih rezultata deskriptivne statističke analize, uočava se da ispitanici pridaju važnost održivom korištenju gotovo svih resursa parkova prirode te pokazuju spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma na razini svih dimenzija, pokazujući spremnost podržavanja održivog turizma kroz optimalno korištenje i uključivanje svih resursnih vrijednosti parkova prirode.

### **Kako se može promatrati i mjeriti spremnost plaćanja posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode?**

Uzimajući u obzir činjenicu da se održivi razvoj promatra kao trodimenzionalni koncept (Fenell, 2020) koji se smatra pretečom održivog turizma (Nimsai et al., 2020; Ruhanen et al., 2019; Weaver, 2006, Swarbrooke, 1999), održivi se turizam usporedno s time promatra kao koncepcija koja se zasniva na ekološkoj, ekonomskoj i sociokulturnoj dimenziji. Alfaro Navarro et al. (2020) ističu da se navedene tri dimenzije koje proizlaze iz same definicije i suštine održivog turizma moraju uvažiti kada se nastoji mjeriti održivi turizam, što ukazuje na multidimenzionalnost same koncepcije. U okviru pojedinih istraživanja su se pored navedenih dimenzija koristile i institucionalna dimenzija, npr. pri mjerenju zadovoljstva posjetitelja ili lokalnog stanovništva s održivim turizmom (Jasrotia et al., 2021; Juandi, 2018; Hussain et al., 2015; Cotrell et al., 2013; Cotrell et al., 2007). Stoga se održivi turizam u konačnici treba mjeriti na razini seta indikatora koji vjerodostojno predstavljaju osnovne tri dimenzije održivog turizma (Alfaro Navarro et al., 2020; Torres-Delgado & Saarinen, 2014; Blancas et al., 2010). Poudel et al. (2016) su pri mjerenju

percipiranih učinaka održivog turizma u zaštićenom području iz perspektive stanovništva i turista, također koristili indikatore na razini ekološke, ekonomske i društvene dimenzije.

Spremnost plaćanja koncept je koji se često koristi u istraživanjima u turizmu iz perspektive posjetitelja, dok se tijekom posljednjeg desetljeća sve intenzivnije razmatra u području održivog turizma. Prethodna istraživanja spremnosti plaćanja posjetitelja za jačanje održivosti turizma destinacije su oskudna (detaljnije u potpoglavlju 5.3.3.), pri čemu se spremnost plaćanja razmatra na razini tri dimenzije održivog turizma.

Sveobuhvatan pristup u identifikaciji atributa (indikatora) za mjerenje spremnosti plaćanja za jačanje održivosti turizma destinacije primijenile su Aydin & Alvarez (2020) na primjeru destinacija kulturnog turizma. U studiji su provele kvalitativno i kvantitativno istraživanje, gdje su u okviru kvalitativnog istraživanja determinirani indikatori na razini ekonomske, sociokulturne i ekološke dimenzije koji su korišteni u fazi kvantitativnog istraživanja kao indikatori za mjerenje spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti destinacije. Primjenom eksplorativne i konfirmatorne faktorske analize definirana su i potvrđena tri faktora, odnosno dimenzije i to spremnost plaćanja za 1) kvalitetu života, 2) okoliš i 3) kvalitetu. Indikatore koje su identificirale Aydin & Alvarez (2020) za mjerenje spremnosti plaćanja za jačanje održivosti turizma destinacije, Araújo et al. (2022) koriste u studiji provedenoj na turistima koji su posjetili Portugal, a koji su se prema dobivenim rezultatima statističke analize pokazali pouzdanim, dosljednim i valjanim. Prethodna istraživanja poslužila su kao polazište za definiranje multidimenzionalnosti konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode* (SPOT), tj. primarno istraživanje Aydin & Alvarez (2020), prema kojem je i izrađen anketni upitnik za mjerenje predmetnog konstrukta. Međutim, u literaturi nije zamijećena operacionalizacija konstrukta spremnosti plaćanja za jačanje održivosti turizma destinacije u kontekstu konstrukta višeg reda.

U cilju testiranja H1, provedena je multivarijatna statistička analiza primjenom metode PLS-SEM u okviru koje su izračunate težišne vrijednosti konstrukata nižeg reda (SPOT1\_LZ, SPOT2\_KO i SPOT3\_KP) u odnosu prema konstruktu višeg reda (SPOT). Dobiveni rezultati izračuna težišnih vrijednosti za sva tri konstrukta nižeg reda (SPOT1\_LZ, SPOT2\_KO i SPOT3\_KP) su iznad 0,1 te su značajni uz bilo koju uobičajenu razinu pouzdanosti ( $p = 0,000$ ). Dobiveni rezultati provedene analize pokazuju da je SPOT multidimenzionalan formativni konstrukt koji tvore tri dimenzije: SPOT1\_LZ (0,370), SPOT2\_KO (0,331) i SPOT3\_KP (0,372), s približno jednakim vrijednostima koje pokazuju da sve tri dimenzije gotovo podjednako pridonose spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode te samim time je prihvaćena H1. Budući da u prethodnim istraživanjima koncept *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za održivosti turizma destinacije* nije ispitivan u kontekstu konstrukta višeg reda (prema spoznajama autora), rezultate ovog dijela istraživanja nije moguće usporediti.

## **Postoje li statistički značajni utjecaji formuliranih konstrukata prethodnika na zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima i njihovu spremnost podržavanja doživljaja u parkovima prirode?**

U okviru ovog istraživačkog pitanja razmatraju se i uspoređuju rezultati koji su dobiveni prilikom testiranja sljedećih hipoteza:

***H2-1:** Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

***H2-2:** Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode.*

***H3-1:** Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode.*

Percepcija se smatra iznimno utjecajnom na ponašanje posjetitelja te presudnim faktorom u procesu donošenja odluke posjetitelja, odabira proizvoda, usluge i/ili destinacije (Komšić, 2018). Kako je percepcija usko povezana s perceptivnim djelovanjem pojedinca (Goldstein, 2011), pretpostavlja se određeni utjecaj percepcije na preferencije, zadovoljstvo, ponašanje, namjere ponašanja i druge važne koncepte. De Oliveira et al. (2020) ističu da su pozitivni stavovi prema prirodnom okolišu navodno povezani s višim razinama zadovoljstva pri posjećivanju zaštićenih područja te da ovaj odnos još nije temeljito istražen.

U radu se pretpostavlja da bi posjetitelji s pozitivnom percepcijom i stavovima prema održivom turizmu težili da kroz svoje putovanje smanje štete i povećaju koristi za lokalno stanovništvo i mjesto koje posjećuju. U tom kontekstu, koristi koje bi stekla lokalna zajednica, posjetitelj bi percipirao kao pozitivnu stranu putovanja koja se pozitivno reflektira i na njegov doživljaj i zadovoljstvo, kao i na spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja na temelju unaprjeđenja i očuvanja resursa destinacije. Iako se posjetitelji smatraju najvažnijim dionicima za održivost turizma, percepcija posjetitelja slabije je istraživana (Nejati et al., 2015) pa nedostaju studije koje istražuju percepciju posjetitelja, posebno prema održivom turizmu (Velmurugan et al., 2021).

Prethodna istraživanja, kao i identificirani nedostatak studija su poslužili kao podloga za formuliranje navedenih hipoteza kojima se propituju utjecaji definiranih odnosa između konstrukata. Za potrebe testiranja navedenih hipoteza korištena je multivarijatna statistička analiza, primjenom metode PLS-SEM. Nakon specifikacije strukturnog modela sukladno definiranim odnosima između latentnih konstrukata, najprije je provedena procjena vanjskog i unutarnjeg modela. Tijekom vršenja procjene, izvedene su određene iteracije pri čemu je iz daljnjeg istraživanja isključeno pet indikatora latentnog konstrukta VOR te šest indikatora latentnog konstrukta ZP, nakon čega su zadovoljeni svi kriteriji valjanosti i pouzdanosti.

U okviru procjene strukturnog (unutarnjeg) modela izračunati su koeficijent determinacije ( $R^2$ ), koeficijent veličine utjecaja ( $f^2$ ) i unakrsno validirane redundantnosti konstrukata ( $Q^2$  koeficijent) te statistička značajnost i relevantnost koeficijenata puta temeljem kojeg je u konačnici provedeno testiranje hipoteza. Rezultati koeficijenta determinacije endogenih konstrukata strukturnog modela pokazali su slabu prediktivnu snagu latentnih konstrukta ZP ( $R^2 = 0,277$ ; 27,7% objašnjena varijanca) i SPPD ( $R^2 = 0,152$ ; 15,2% objašnjena varijanca). Važno je napomenuti da prediktivna snaga ovisi o broju prediktorskih konstrukata (veći broj prediktorskih konstrukata, veći je  $R^2$ ), stoga se dobiveni pokazatelji smatraju prihvatljivim s obzirom na mali broj prediktorskih varijabli.

Izračunom izravnog utjecaja puta i razine značajnosti, dobiveni su rezultati na temelju kojih je omogućeno testiranje hipoteza. Dobiveni rezultati pokazuju jak i statistički značajan utjecaj *pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – VOR na zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP* ( $\beta = 0,525$ ; t-vrijednost = 12,773;  $p = 0,000$ ), uz 95% interval pouzdanosti u rasponu između 0,439 i 0,602 te je prihvaćena H2-1. Dobiveni rezultati podržavaju prethodno istraživanje Iniesta-Bonillo et al. (2016) koji su dokazali pozitivan utjecaj percepcije posjetitelja o održivosti turističke destinacije na njihovo zadovoljstvo. Castellanos-Verdugo et al. (2016) jednako su tako utvrdili i pozitivan utjecaj percipirane vrijednosti destinacije općenito na zadovoljstvo posjetitelja.

Jednako tako, statistički je značajan i umjeren utjecaj *zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD* ( $\beta = 0,304$ ; t-vrijednost = 5,872;  $p = 0,000$ ) uz 95% interval pouzdanosti u rasponu između 0,203 i 0,406, što pokazuje da se prihvaća H3-1. Dobiveni rezultati djelomično se mogu usporediti s rezultatima provedenog istraživanja Lee et al. (2013), gdje je zadovoljstvo pozitivno utjecalo na spremnost plaćanja posjetitelja za doživljaj u maritimnom zaštićenom području Južne Koreje te istraživanja Kofi Preko & Gyepi-Garbrah (2021) i Mgxekwa et al. (2019) koji su utvrdili da nezaboravni doživljaj pozitivno utječe na spremnost plaćanja za doživljaj u kulturnom turizmu.

S obzirom na dobivene rezultate ( $\beta = 0,083$ ; t-vrijednost = 1,680;  $p = 0,093$ ), utjecaj *pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – VOR na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD* nije statistički značajan stoga se odbacuje H2-2. S obzirom na to da u literaturi nisu identificirane studije koje promatraju utjecaj između predmetnih konstrukata, dobiveni rezultati smatraju se izravnim doprinosom novih spoznaja u razumijevanju odnosa između percipirane važnosti optimalnog korištenja resursa za održivo upravljanje turizmom destinacije (pozitivni stavovi prema održivom turizmu destinacije) i spremnosti plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja temeljenog na poboljšanju atributa (resursa) destinacije.



## **Postoje li pozitivni utjecaji formuliranih konstrukata prethodnika na spremnost podržavanja održivog turizma u parkovima prirode i jesu li oni statistički značajni?**

U okviru ovog istraživačkog pitanja razmatraju se i uspoređuju rezultati koji su dobiveni prilikom testiranja sljedećih hipoteza:

***H2-3:** Pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

***H3-2:** Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

***H4:** Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.*

Iako su percepcija i stavovi posjetitelja prethodno korišteni u pojedinim istraživanjima, Xu & Fox (2014) identificiraju nedostatak studija o utjecaju ekoloških stavova na podršku očuvanju okoliša i održivom turizmu. Način na koji pojedinac percipira okoliš posljedično utječe na korištenje okoliša kao resursa, što implicira da podrška održivom turizmu može ovisiti o percepciji pojedinca (Kastenholz et al., 2018).

Durán-Román et al. (2021) dodatno ističu da se generiranjem većih prihoda kroz turističke doživljaje usporedno pridonosi održivosti destinacije. Jednako tako se i zadovoljstvo posjetitelja smatra jednim od bitnih faktora koji može značajno utjecati na održivost turizma destinacije (Velmurugan et al., 2021; Asmelash & Kumar, 2020; Khan & Hashim, 2020; Heute-Alocer et al., 2019; Saayman et al., 2018), s obzirom da između ostalog može utjecati i na spremnost plaćanja veće cijene za održive proizvode i održivost destinacije u cjelini (Bigné et al., 2008). Pored sociodemografskih obilježja i obilježja putovanja, u literaturi se primjećuje nedostatak procjene utjecaja drugih determinanti na WTP (de Arujo et al., 2022), kao i potrebe provedbe studija koje razmatraju WTP u različitim kontekstima (Aydin & Alvarez 2020). Uvidom u dostupne baze podataka, utvrđeno je da ne postoje studije koje istražuju WTP za održivost turizma u parkova prirode, stoga se rezultati provedenog istraživanja WTP veće cijene posjetitelja za održivost turizma u parkovima prirode smatraju doprinosom bazi novih spoznaja predmetnog područja.

Testiranje navedenih hipoteza provedeno je istom multivarijatnom metodom statističke analize kao i kod testiranja prethodnih hipoteza (PLS-SEM). Nakon procjene vanjskog reflektivnog i formativnog mjernog modela, pri čemu su zadovoljeni svi kriteriji valjanosti i pouzdanosti, pristupilo se procjeni strukturnog modela. Uz slabu prediktivnu snagu latentnih konstrukata ZP ( $R^2 = 0,277$ ) i SPPD ( $R^2 = 0,152$ ), latentni konstrukt SPOT ima najvišu prediktivnu snagu u odnosu na preostala dva endogena konstrukta, a koja se smatra umjerenom ( $R^2 = 0,472$ ). Budući da prediktivna snaga ovisi o broju prediktorskih konstrukata (veći



broj prediktorskih konstrukata, veći je  $R^2$ ), dobiveni pokazatelji smatraju se prihvatljivim s obzirom na mali broj uključenih prediktorskih varijabli.

Izračunom izravnog utjecaja puta i razine značajnosti dobiveni su rezultati na temelju kojih je omogućeno testiranje hipoteza koje se odnose na postavljeno istraživačko pitanje. Dobiveni rezultati pokazuju statistički značajan i umjeren utjecaj *pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – VOR na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $\beta = 0,285$ ; t-vrijednost = 6,044;  $p = 0,000$ ), uz 95%-tni interval pouzdanosti u rasponu između 0,190 i 0,378, čime je prihvaćena H2-3. Rezultati provedenog istraživanja podržavaju prethodno istraživanje Araúja et al. (2022) koji su potvrdili postojanje značajnog pozitivnog utjecaja ekoturističkih stavova na spremnost plaćanja za održivost turizma u destinaciji na primjeru turista u Portugalu. Međutim, istraživanje koje su López-Sánchez & Pulido-Fernández (2017) proveli u 3S destinaciji u Španjolskoj pokazuje da pozitivni stavovi turista prema održivosti destinacije ne utječu pozitivno na spremnost plaćanja veće cijene za održivost destinacije. Može se pretpostaviti da percipirana razina održivosti destinacije može utjecati na namjere ponašanja (WTP), pri čemu posjetitelji nisu spremni platiti veću cijenu za održivost u slučaju kada je destinacija na marginama održivosti, posebno u kontekstu ekološke i sociokulturne održivosti. Stoga ostaju otvorena nova istraživačka pitanja za buduća istraživanja. Statistički značajan i jak pozitivni utjecaj također je utvrđen kod *spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode – SPPD na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $\beta = 0,462$ ; t-vrijednost = 11,453;  $p = 0,000$ ), uz 95%-tni interval pouzdanosti u rasponu između 0,380 i 0,539 čime je prihvaćena i H4. Iako su u prethodnom istraživanju Durán-Romána et al. (2021) utvrdili da je većina ispitanika (75%) spremna platiti veću cijenu za poboljšanje turističkog doživljaja na temelju povećanja i unaprjeđenja turističkih resursa, dobiveni rezultati nisu usporedivi s obzirom na to da ne postoje studije koje su razmatrale utjecaj SPPD-a na SPOT. Stoga, dobiveni rezultati doprinose bazi novih spoznaja u području spremnosti plaćanja za poboljšanje turističkog doživljaja te jačanje održivosti turizma destinacija, pri čemu se može potvrditi međusobna veza između doživljaja i održivosti turizma destinacije (Miller et al., 2019).

Testiranjem posljednje hipoteze primjenom metode PLS-SEM, dobiveni rezultati pokazali su da *zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode – ZP* nema pozitivan i značajan utjecaj na *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode – SPOT* ( $\beta = 0,049$ ; t-vrijednost = 1,121;  $p = 0,262$ ) i samim time je odbačena H3-2. Dobiveni rezultati donekle su usporedivi s rezultatima studije koju su proveli López-Sánchez & Pulido-Fernández (2017), u kojoj su na osnovi općeg zadovoljstva turista destinacijom utvrdili pozitivan utjecaj na spremnost plaćanja veće cijene

za jačanje održivosti destinacije. U budućim istraživanjima bilo bi korisno ispitati postojanje razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti destinacije s obzirom na zadovoljstvo posjetitelja destinacijom i zadovoljstvo posjetitelja pojedinim atributima (resursima) destinacije.

**Razlikuje li se spremnost podržavanja između pojedinih dimenzija održivosti turizma u parkovima prirode s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode?**

U okviru ovog istraživačkog pitanja razmatraju se i uspoređuju rezultati koji su dobiveni primjenom Kruskal-Wallis testa kod testiranja sljedećih hipoteza:

***H5-1:** Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.*

***H5-2:** Postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.*

Prilikom dizajniranja empirijskog istraživanja, pretpostavljalo se da bi se potpora posjetitelja mogla razlikovati kod promatranih dimenzija spremnosti plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode. Za potrebe testiranja postavljenih odnosa (H5-1 i H5-2), korišten je Kruskal-Wallis test (H pokazatelj) te Medijan test (hi-kvadrat).

Rezultati provedene analize ukazuju na to da postoje značajne statističke razlike između dimenzija spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (SPOT1\_LZ,  $p = 0,004$ ; SPOT2\_KO,  $p = 0,003$ ; SPOT3\_KP,  $p = 0,003$ ), te je prihvaćena H5-1. S druge strane, utvrđeno je da ne postoje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode po pojedinim dimenzijama s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode (SPOT1\_LZ,  $p = 0,967$ ; SPOT2\_KO,  $p = 0,477$ ; SPOT3\_KP,  $p = 0,907$ ) te je odbačena H5-2. Nadalje, prema vrijednostima H pokazatelja (SPOT1\_LZ = 28,856; SPOT2\_KO = 33,246; SPOT3\_KP = 31,004) i hi-kvadrat testa (SPOT1\_LZ = 19,179; SPOT2\_KO = 19,991; SPOT3\_KP = 19,534), uočava se da ispitanici pokazuju najveću spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša, a najmanju za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice, s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode.

### 6.3.2. Smjernice za praktičnu primjenu rezultata istraživanja

Turistički resursi u kontekstu svih okolišnih vrijednosti destinacije su osnova razvoja turizma te kao takvi imaju sposobnost privući i zadržati posjetitelje u destinaciji, utjecati na ponašanje posjetitelja te njihove buduće namjere ponašanja. Resursi zaštićenih područja, napose oni rijetki i jedinstveni, izuzetno su značajni za održivi turizam zaštićenih područja s obzirom na to da su motivi posjetitelja za posjetom istih dominantno vezani uz njihove atraktivne prirodne resurse koji u najvećoj mjeri utječu na razinu turističkog doživljaja i zadovoljstvo posjetitelja.

Održivim upravljanjem i optimalnim korištenjem turističkih resursa zaštićenih područja, kako onih već aktivnih, a posebno neaktivnih, povećava se njihova vrijednost te se osiguravaju održive koristi svim uključenim dionicima u turizmu, ostavljajući iste mogućnosti i za buduće generacije. Kako se prirodne vrijednosti i atraktivnost samih zaštićenih područja razlikuju između pojedinih kategorija, uključujući atrakcije i infrastrukturu od čovjeka stvorenu, razlikuje se i potražnja za istima. Parkovi prirode generalno su niže rangirana zaštićena područja u odnosu na nacionalne parkove. Osnivaju se sa svrhom očuvanja biološke raznolikosti područja te održivog korištenja i upravljanja prirodnim i kulturnim resursima koji su nekontrolirano turistificirani i/ili zapostavljeni. U suštini, parkovi prirode zaštićena su područja većih prostornih površina u kojima sustavno upravljanje omogućuje očuvanje prirodnih resursa i pojava te prilagođavanje područja za posjećivanje (opća i turistička infrastruktura itd.).

Sukladno zakonskoj regulativi i obilježjima područja, parkovi prirode u Hrvatskoj posjeduju slabije atraktivne prirodne vrijednosti i fenomene u prostoru u odnosu na nacionalne parkove, ali s druge strane imaju manja razvojna ograničenja što im omogućuje višu razinu održivog korištenja resursa te izvođenja zahvata u prostoru, npr. ulaganja u javnu i turističku infrastrukturu, suprastrukturu, dodatne sadržaje i sl. Prethodna istraživanja pokazala su da koncepti poput percepcije, stavova, zadovoljstva, namjera ponašanja i njihovi međusobni utjecaji imaju značajnu ulogu u smislu doprinosa održivosti turizma destinacije, kako iz perspektive zajednice domaćina (percepcija stanovništva, javnog i privatnog sektora), a još i više iz perspektive posjetitelja. Posjetitelji se mogu smatrati jednim od najvažnijih dionika koji mogu utjecati na održivo korištenje i upravljanje turističkim resursima s obzirom na to da ih ocjenjuju u smislu kvalitete, doživljaja, zadovoljstva, ali i vrijednosti za novac, pokazujući tako i spremnost plaćanja za pojedine turističke resurse kao dio doživljaja ili za njihovo optimalno korištenje u cilju podržavanja održivosti turističke destinacije.

Na temelju dobivenih rezultata deskriptivne i multivarijatne statističke analize, kreiraju se smjernice u formi preporuka ključnim dionicima koji djeluju na području i u okruženju parkova prirode. Preporuke se

formuliraju sukladno ključnim spoznajama u okviru sociodemografskih obilježja, obilježja putovanja te glavnih latentnih konstrukata i njihovih međusobnih utjecaja.

Glavne spoznaje odnose se na dobivene rezultate multivarijatne statističke analize u okviru koje su primjenom metode PLS-SEM utvrđeni definirani utjecaji latentnih konstrukata sukladno uspostavljenom konceptualnom modelu. Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode statistički značajno i pozitivno utječe na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode, a to se zadovoljstvo onda statistički značajno i pozitivno odražava na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode. Paralelno, pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode statistički značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Također, spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja statistički značajno i pozitivno utječe na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode. S druge strane, pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode nema statistički značajan i pozitivan utjecaj na spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja, kao niti zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

S obzirom na potvrđeno, pretpostavlja se da će pojačanom praksom održivog korištenja i upravljanja resursima te samim turizmom u parkovima prirode (sukladno smjernicama IUCN-a, detaljnije u Leng et al., 2018), porasti i zadovoljstvo posjetitelja pojedinim resursnim vrijednostima parkova prirode (atributi turističkog doživljaja), a posljedično i njihova spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i jačanje održivosti turizma parkova prirode. U suprotnom, utvrđeni utjecaji među konstruktima koji pokazuju međusobnu zavisnost, impliciraju da prisutnost niske razine održive turističke prakse dovodi do nezainteresiranosti posjetitelja da podrže održivost turizma, u ovom slučaju kroz spremnost plaćanja veće cijene. Jednako tako, takva turistička praksa (slabija dostupnost i kvaliteta opće i turističke infrastrukture, turističkih sadržaja i izostanak sudjelovanja lokalne zajednice i sl.) pretpostavlja i negativno odražavanje na zadovoljstvo koje posljedično utječe na njihovu spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja koji se temelji na unaprjeđenju i dostupnosti turističkih resursa (atributa) parkova prirode.

S obzirom na to da pozitivni stavovi posjetitelja prema održivom turizmu pozitivno utječu na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za održivost turizma parkova prirode, dobiveni rezultati impliciraju da bi ulaganje u tzv. održivi marketing dovelo do povećanja broja održivih posjetitelja u parkovima prirode koji su pokazali spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma (poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice, poboljšanje kvalitete okoliša i poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude). Takav

marketinški pristup zahtjeva kreiranje održive ponude/doživljaja u kojoj obvezno sudjeluje i lokalna zajednica, uz paralelnu prilagođenu marketinšku komunikaciju prema tzv. održivim posjetiteljima (posjetitelji s pozitivnim stavovima prema održivom turizmu).

Rezultati deskriptivne statističke analize pokazali su da posjetitelji najviše posjećuju parkove prirode tijekom vikenda (81,62%) i to u vlastitom aranžmanu (samostalni posjet, 80,58%). Od ukupnog broja posjetitelja koji su posjetili park prirode, njih 29,71% ostvarilo je noćenje ( $n = 205$ ), od kojih je samo 130 (63,41%) ostvarilo noćenje na području parka prirode (najviše njih jedno noćenje), stoga su jednodnevni izleti na području parkova prirode dominantni (81,16% ili 560 ispitanika).

S obzirom na istaknute rezultate empirijskog istraživanja, očita je jasna potreba za uspostavljanjem učinkovitijeg pristupa suradnje između ključnih dionika (javne ustanove, lokalno-regionalne uprave, turističke zajednice, poduzetnici i stanovništvo, udruge i turistički posrednici) koji mogu utjecati i pridonijeti kreiranju održivih doživljaja (ponude) kroz integraciju resursa koje posjeduju ili njima upravljaju. Rezultati zadovoljstva posjetitelja također podržavaju navedenu preporuku, s obzirom na to da su posjetitelji neutralni, tj. granično zadovoljni, odnosno ne pokazuju zadovoljstvo s turističkom infrastrukturom (očuvanje i održavanje turističke infrastrukture), turističkim uslugama (dostupnost i kvaliteta dodatnih sadržaja, smještajnih kapaciteta) i sudjelovanjem lokalnog stanovništva u turizmu parkova prirode koja je ujedno najslabije prosječno ocijenjena dimenzija zadovoljstva posjetitelja. Posjetitelji su jasno nezadovoljstvo iskazali jedino prema dostupnosti i kvaliteti internetske veze, međutim to se može preokrenuti u nevažan aspekt za posjetitelje ako se više usmjeri prema održivom turizmu kreiranjem snažnih i uvjerljivih poruka koje se zaista mogu prakticirati kroz različite programe (proizvode/doživljaje) u parku prirode (bijeg od svakodnevice, zdravi život s lokalnim pružateljima, čuvanje prirode bez interneta i sl.). U konačnici, turistička ponuda treba se zasnivati na optimalnom angažiranju resursa navedenih dionika, kako bi isti kao turistički sadržaji, proizvodi i/ili usluge bili dostupni tijekom cijele godine u cilju poboljšanja doživljaja i zadovoljstva posjetitelja te kao takvi u konačnici doprinosili jačanju održivosti turizma parkova prirode.

Jednako tako, potreba za kreiranjem održivih doživljaja (nezaboravni doživljaj uz čuvanje okoliša, optimalno angažiranje resursa u odgovarajuće sadržaje u kojima sudjeluje i lokalna zajednica) može se detektirati kroz dobivene rezultate koji pokazuju da je posjetiteljima važno da se svi resursi parkova prirode održivo koriste u turizmu, što su i ocijenili najvišom prosječnom ocjenom u odnosu na preostale promatrane konstrukte. Tome u prilog ide i činjenica da su posjetitelji ipak spremniji platiti veću cijenu za jačanje održivosti turizma parkova prirode u odnosu na spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja. Iako se i jedan i drugi konstrukt mjeri na temelju resursa koji su predmet doživljaja, posjetitelji

ipak pokazuju značajno veću spremnost plaćanja kada se naglašava očuvanje, održivo korištenje, sudjelovanje lokalnog stanovništva, prodaja lokalnih proizvoda i sl.

Nadalje, parkovi prirode trebaju razmišljati o strategiji produljenja boravka posjetitelja na temelju povećanja broja turističkih i drugih sadržaja, dostupnosti većeg broja i poboljšanja kvalitete smještajnih kapaciteta te ostalih proizvoda i/ili usluga koje pružaju lokalni stanovnici, poduzetnici, poljoprivrednici i udruge (uključivo i usluge smještaja). Svaki oblik novostvorene ponude ili doživljaja treba biti što je više moguće u skladu s aktualnim trendovima održivog turizma, od trendova u području očuvanja prirode, kulture, održivog gospodarenja resursima i otpadom, do ostalih aktivnosti koje pridonose jačanju održivog turizma (npr. zelena gradnja, prirodni materijali, skladnost tradiciji i običajima i sl.). Navedene elemente posjetitelji su ocijenili slabijim prosječnim ocjenama po pitanju zadovoljstva, a na drugoj strani pridaju značajnu važnost svim navedenim resursnim vrijednostima parkova prirode i za to su pokazali spremnost plaćanja veće cijene. Pretpostavlja se da bi takav strateški pristup (planski, dugoročno održiv) u konačnici doveo do jačanja održivosti turizma parkova prirode i to isključivo na temelju optimalnog korištenja i umrežavanja svih resursa različitih lokalnih dionika. Globalno gledano, produljenjem boravka pridonosi se i ciljevima ublažavanja klimatskih promjena, s obzirom na to da se umanjuje broj ponovnih putovanja, posebno onih iz udaljenih receptivnih područja (smanjenje emisija plinova).

Rezultati provedenog istraživanja su značajni za sve potencijalne pružatelje održivih doživljaja (javne ustanove, turističke zajednice, poduzetnici, udruge i ostali) koji uz kreiranje istih, paralelno trebaju promišljati o uspostavljanju planske marketinške komunikaciju na razini parka prirode kao turističke destinacije, a u okviru koje treba težiti jasnoj i učinkovitoj marketinškoj komunikaciji prema segmentu *hard* i *soft* ekoturista, odnosno u najširem smislu prema posjetiteljima s povišenom razinom svijesti i pozitivnim stavovima prema održivosti i održivom turizmu. Takve posjetitelje karakteriziraju održivija ponašanja tijekom putovanja i boravka u destinaciji pri čemu veću važnost pridaju održivim praksama u turizmu, a samim time populariziraju i potiču ponudu održivijih doživljaja, proizvoda, usluga i sadržaja za koje su spremni platiti čak i veću cijenu. Planska marketinška komunikacija treba biti koordinirana, organizirana, sustavna i kontinuirana, a kojom trebaju koordinirati javne ustanove uz jednako pravo sudjelovanja i suodlučivanja svih zainteresiranih lokalnih dionika. Budući da su posjetitelji pokazali najveću spremnost plaćanja za poboljšanje kvalitete okoliša (očuvani prirodni, kulturni i povijesni resursi, održivo gospodarenje resursima, briga o onečišćenjima), općenito i s obzirom na iskazane pozitivne stavove prema održivosti, sve buduće aktivnosti razvoja turizma i posjetiteljske infrastrukture ne smiju ići na teret smanjenja kvalitete okoliša parkova prirode.

### 6.3.3. Znanstveni doprinos doktorskog rada

U skladu s prethodno iznesenim prikazom teorijskog i empirijskog istraživanja definiranog područja, konstatira se da je doktorskim radom ostvaren znanstveni doprinos na konceptualnoj, empirijsko-metodološkoj i aplikativnoj razini. U nastavku se iznosi sustavan prikaz znanstvenog doprinosa doktorskog rada u okviru navedenih znanstvenih razina.

Konceptualni znanstveni doprinos doktorskog rada očituje se u:

- sveobuhvatnom i sustavnom prikazu prethodnika, tumačenja i implementacije održivog turizma, kao i uloge dionika u održivom turizmu, posebno javne politike i posjetitelja
- sustavnom prikazu klasifikacije i procesa prilagodbe resursa u turizmu te važnosti održivog korištenja i upravljanja turističkim resursima općenito i iz percepcije posjetitelja
- sustavnom prikazu dosadašnjih spoznaja o zadovoljstvu posjetitelja, turističkom doživljaju i spremnosti plaćanja (WTP), njihovim međusobnim utjecajima, posebno u održivom turizmu
- sustavnom prikazu razlika između kategorija i načina upravljanja zaštićenim područjima u svijetu i u Hrvatskoj te posebnosti turizma u zaštićenim područjima
- prikazu razlika između nacionalnih parkova i parkova prirode u Hrvatskoj te parkova prirode na razini regija, ali i na razini obuhvaćenih parkova prirode u empirijskom istraživanju
- prikazu dosadašnjih metoda uvjetnog ekonomskog vrednovanja resursa (CVM) te pristupa za mjerenje zadovoljstva posjetitelja i turističkog doživljaja, posebno u održivom turizmu
- uspostavi konceptualnog modela za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode.

Empirijsko-metodološki znanstveni doprinos doktorskog rada očituje se u:

- dizajnu i prilagodbi instrumenta istraživanja za mjerenje konstrukata u konceptualnom modelu te metodi prikupljanja primarnih podataka,
- testiranju pouzdanosti i valjanosti instrumenta istraživanja te vanjskog i unutarnjeg mjernog modela,
- ocjenjivanju konstrukata u modelu iz perspektive posjetitelja,
- korištenju metode multivarijatne statističke analize pri mjerenju utjecaja između konstrukata u modelu,

- potvrđivanju multidimenzionalnog karaktera konstrukta spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- prikazu izravnih, neizravnih i ukupnih utjecaja između konstrukata u modelu,
- korištenju metode multivarijatne statističke analize pri utvrđivanju razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu te zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode.

Aplikativni znanstveni doprinos doktorskog rada očituje se u:

- uspostavi smjernica za optimalnije korištenje i povezivanje resursa parkova prirode u cilju doprinosa održivosti turizma parkova prirode
- potencijalnoj primjeni uspostavljenog instrumenta istraživanja i konceptualnog modela u drugačijim situacijskim kontekstima
- preporukama za buduća istraživanja u turizmu zaštićenih područja, a posebno u turizmu parkovima prirode.

Zaključuje se da su postignuti zadani ciljevi doktorskog rada, međutim, svakako je potrebno istaknuti i postojeća ograničenja provedenog istraživanja, koja se zajedno s postignutim doprinosom doktorskog rada, mogu iskoristiti kao polazna osnova za buduća istraživanja u smjeru poboljšanja održivosti turizma u parkovima prirode, ali i destinacijama s drugačijim obilježjima. U sljedećem potpoglavlju prikazuju se ograničenja i prijedlozi za buduća istraživanja.

#### 6.3.4. Ograničenja empirijskog istraživanja i prijedlozi za buduća istraživanja

Iako je istraživanje provedeno u skladu s postavljenim istraživačkim pitanjima, ciljevima i formuliranim hipotezama te pridonosi na konceptualnoj, metodološkoj i aplikativnoj razini, provedeno istraživanje ima i određena ograničenja koja ujedno predstavljaju polaznu osnovu za buduća istraživanja. Ograničenja provedenog istraživanja promatraju se u kontekstu metodologije istraživanja (područje i način prikupljanja podataka, odabir uzorka i instrument za prikupljanje podataka) te analizi rezultata istraživanja.

Empirijsko istraživanje provedeno je na području tri parka prirode, od ukupno pet koji se nalaze u regijama Panonske i Sjeverne Hrvatske, odnosno dvanaest u Hrvatskoj. U istraživanju nisu obuhvaćena dva parka prirode koji se prostiru unutar područja velikih gradova - Park prirode Medvednica (LAU2 - Zagreb) i Park prirode Kopački rit (LAU2 - Osijek), s obzirom na to da navedene parkove prirode često, gotovo



svakodnevno posjećuju stanovnici navedenih gradova. Također, iz istraživanja je izuzeto sedam parkova prirode koji se nalaze u Jadranskoj Hrvatskoj, poradi značajne posjećenosti turista koji borave u priobalnim destinacijama i usputno posjećuju parkove prirode. Buduća istraživanja mogla bi proširiti područje primjene i na preostale parkove prirode te usporediti rezultate između navedene tri skupine parkova prirode. Svakako bi trebalo razmotriti eventualnu pripadnost parkova prirode Jadranske Hrvatske skupini onih koji se nalaze na području velikih gradova. Također, moglo bi se provesti istraživanje na parkovima prirode sličnih obilježja u nekoj od zemalja EU te usporediti rezultate s rezultatima doktorskog rada. Jednako tako, buduća istraživanja mogu razmatrati razlike između parkova prirode s obzirom na različite dodatne međunarodne designacije, odnosno članstva u globalno priznatim mrežama.

Sljedeće ograničenje može se promatrati na razini ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju te metode prikupljanja podataka. U istraživanju su dominantno sudjelovali posjetitelji iz Hrvatske (96,81%), stoga buduće istraživanje treba razmotriti podjednako uključivanje domaćih i stranih posjetitelja, pri čemu je poželjno usporediti i dobivene rezultate između navedenih skupina. Nadalje, u istraživanju su obuhvaćeni posjetitelji koji su trenutno u obilasku ili borave u parku prirode, kao i oni koji su već posjetili park prirode (unutar 12 mjeseci od posjete) te se trenutno nalaze na širem geografskom području. Dobiveni rezultati nisu promatrani na razini dviju identificiranih grupa ispitanika, stoga bi buduća istraživanja mogla ispitati postojanje razlika između navedenih grupa, s obzirom na to da se radi o konceptima (zadovoljstvo, doživljaj, spremnost plaćanja) kod kojih odmak vremena od posjeta parka prirode može utjecati na rezultate istraživanja. Buduća istraživanja također se mogu koncipirati tako da se istraživanje provodi u dvije faze, prvo pri dolasku, a zatim na kraju posjeta te se usporede rezultati. U svakom slučaju, kod takvog pristupa treba se korigirati anketni upitnik, a po mogućnosti i sažeti kako bi se smanjilo potrebno vrijeme popunjavanja. U konačnici, kod ispitivanja nakon posjete parkova prirode, može se razmisliti o sudjelovanju jednakog broja posjetitelja u istraživanju s obzirom na posjećeni lokalitet na kojem se prikupljaju podaci. Pretpostavlja se da bi razlike i jednaka zastupljenost ispitanika prema lokalitetima mogla utjecati na rezultate istraživanja, jer nisu svi lokaliteti jednako turistički opremljeni za prihvata posjetitelja. Tako dobiveni rezultati se mogu uspoređivati na primjeru jednog parka prirode s obzirom na lokalitet anketiranja.

Anketni upitnik dizajniran je na osnovu prethodno korištenih instrumenata u istraživanjima te obuhvaća veliki broj indikatora po konstruktima, što zahtjeva značajno vrijeme za ispunjavanje istog, a što u konačnici može opterećivati i ometati ispitanika pri odgovaranju te utjecati na brzo odgovaranje bez adekvatno pročitanih pitanja. U narednim istraživanjima treba se razmotriti mogućnost sažimanja

anketnog upitnika na manji broj indikatora po pitanju (npr. smanjene indikatora za razlog dolaska u park prirode i sl.).

Kod ispitivanja spremnosti plaćanja za poboljšanje doživljaja i jačanje održivosti turizma korištena je metoda iskazanih preferencija (*stated preferences – SP*), odnosno uvjetnog vrednovanja (CVM – WTP) korištenjem Likertove mjerne ljestvice. Buduća istraživanja mogu primijeniti drugačiji format elicitacije, primjenom npr. tehnike otvorenih pitanja (iskazivanje spremnosti u konkretnom iznosu), dihotomnog izbora ili ljestvice plaćanja te u konačnici metodu *choice experiments*. Također, bilo bi izuzetno korisno primijeniti metodu otkrivenih preferencija (*revealed preferences – RP*) kako bi se utvrdila stvarna potrošnja za promatrane resursne vrijednosti u kontekstu doživljaja i održivosti turizma parkova prirode. Na kraju, moguće je primijeniti obje metode paralelno, što je zahtjevnije istraživanje, čime bi se omogućila usporedba između iskazanih i otkrivenih preferencija.

U budućim istraživanjima bilo bi korisno ispitati postojanje razlika u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti destinacije s obzirom na opće zadovoljstvo posjetitelja destinacijom i zadovoljstva posjetitelja pojedinim atributima (resursima) destinacije. Jednako tako, u pripremi budućih istraživanja, može se razmisliti o utvrđivanju spremnosti plaćanja posjetitelja za održivi doživljaj, pri čemu se za mjerenje konstrukta može primijeniti kombinacija atributa koji su korišteni u istraživanju kod mjerenja spremnosti plaćanja posjetitelja za poboljšanje doživljaja te jačanja održivosti turizma parkova prirode. Takav istraživački pristup zahtijevao bi primjenu kvalitativnog i kvantitativnog istraživanja, kako bi se najprije determinirali indikatora, a potom isti mogli mjeriti primjenom prikladnih statističkih metoda. U konačnici, buduća istraživanja mogu ispitati postojanje razlika u ocjenama na razini glavnih latentnih konstrukata doktorskog rada i/ili njihovih dimenzija, s obzirom na sva ili pojedina sociodemografska obilježja i obilježja putovanja posjetitelja.

Na kraju, s obzirom na to da su nacionalni parkovi zaštićena područja koja se u određenoj mjeri razlikuju od parkova prirode (zakonska regulativa, režim posjećivanja, broj posjetitelja i sl.), bilo bi korisno ovakvo istraživanje provesti na području nacionalnih parkova te usporediti s rezultatima provedenog istraživanja doktorskog rada na primjeru parkova prirode.

## 7. ZAKLJUČAK

Dosadašnja istraživanja koja propituju održivost turizma destinacije na osnovi održivog korištenja i upravljanja resursima destinacije pokazala su se nedovoljno zastupljenima, posebno iz perspektive posjetitelja. Konkretno, uočeno je da nedostaju studije koje propituju percepciju, odnosno stavove posjetitelja o važnosti održivog korištenja i upravljanja resursima u turizmu (Araújo et al., 2022; Nejati et al., 2015), o čemu može ovisiti potpora održivom turizmu (Kastenholz et al., 2018). Također se polazilo od pretpostavke da je koncept pozitivna percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja i upravljanja resursima povezan s povećanom razinom zadovoljstva posjetitelja u zaštićenom području (de Oliveira et al., 2020), pri čemu zajedno sa zadovoljstvom posjetitelja može utjecati na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za održive proizvode i održivost destinacije (Araújo et al., 2022; Bigné et al., 2008). Detaljnim pregledom literature uočeno je da ne postoje studije koje simultano ispituju odnose između prethodno istaknutih koncepata na primjeru turizma u zaštićenim područjima iz perspektive posjetitelja, a posebno na razini parkova prirode koji su u istraživačkom smislu zapostavljeni u odnosu na nacionalne parkove.

S obzirom na utvrđenu problematiku, kojoj je prethodio detaljan teorijski pregled dosadašnjih istraživanja, definirani su predmet, ciljevi i hipoteze istraživanja. Sukladno definiranom glavnom cilju doktorskog rada, uspostavljen je konceptualni model za mjerenje utjecaja pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima, spremnost plaćanja za poboljšanje doživljaja i spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode. Na temelju glavnog cilja, definirani su ciljevi konceptualnog, empirijskog i aplikativnog dijela istraživanja koji su detaljno prikazani u uvodnom dijelu rada (1.2. Ciljevi istraživanja). Za potrebe prikupljanja primarnih podataka korištena je metoda anketiranja pomoću strukturiranog anketnog upitnika koji je izrađen u dva oblika (elektronski i papirnati format) na hrvatskom i engleskom jeziku, dok je samo prikupljanje podataka provedeno *online* i *onsite* – na svim lokalitetima odabranih parkova prirode. Anketni upitnik formiran je sukladno prethodno istraženju znanstvenoj literaturi, u okviru kojeg su čestice glavnih konstrukata mjerene Likertovom ljestvicom sa sedam stupnja intenziteta. Anketiranje posjetitelja provodilo se od travnja do listopada 2022. godine, pri čemu je korišten navedeni kombinirani pristup prikupljanja podataka.

Ciljnu skupinu u provedbi empirijskog istraživanja predstavljali su posjetitelji koji su unazad 12 mjeseci posjetili jedan od tri odabrana parka prirode u Hrvatskoj, koji se međusobno razlikuju s obzirom na dodatne međunarodne designacije (Park prirode Lonjsko polje, Park prirode Papuk i Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje). S obzirom na to da su istraživanjem obuhvaćeni posjetitelji koji su

parkove prirode posjetili tijekom 2021. godine, za što je bio poznat broj posjeta, te 2022. godine, za što nije bio poznat broj posjeta, populacija se promatrala kao beskonačna te je korišten jednostavni slučajni uzorak, sukladno definiranom pristupu Kotharia (2004). U konačnici, obrada podataka provedena je na jednostavnom slučajnom uzorku od 690 ispitanika, a kompletna baza podataka provedenog istraživanja dostupna je kod autora na zahtjev.

U postupku obrade i analize prikupljenih podataka korištene su univarijatne i multivarijatne metode statističke analize. Univarijatnom, odnosno primjenom deskriptivne statističke analize izračunate su apsolutne i relativne frekvencije za sociodemografska obilježja te obilježja putovanja/boravka ispitanika u parkovima prirode, dok su aritmetička sredina i standardna devijacija izračunate za sve čestice glavnih latentnih konstrukata. U istraživanju su prevladavali muškarci (62,90%), a najzastupljenija dobna skupina ispitanika je od 35 do 50 godina (40,15%). Dominantna razina obrazovanja ispitanika je završen fakultet (58,70%) te dominiraju domaći posjetitelji (96,81%). Najviše ispitanika dolazi iz manjeg grada (43,77%), a najzastupljenija je skupina s mjesečnim prihodima kućanstva između 1.000 i 2.000 eura (50,29%).

Najzastupljeniji razlog posjete parka prirode je „uživanje u prirodi i krajoliku“ (54,35%), prevladavaju posjetitelji koji primarno dolaze u park prirode (77%), koji samostalno organiziraju posjet (80,58%), tijekom vikenda (81,62%), najviše u pratnji prijatelja i/ili kolega (44,64%). Najviše ih je prethodno posjetilo park prirode u rasponu od 4 do 5 posjeta (44,64%), dominiraju jednodnevni posjeti (81,16%). Od ispitanika koji su ostvarili noćenje ( $n = 205$ ), najviše ih je noćilo u privatnom smještaju (40,49%), najčešće do tri noćenja, u objektima na području parka prirode (63,41%), a najviše ispitanika troši do 50 eura dnevno (78,7%).

Deskriptivnom statističkom analizom glavnih konstrukata identificirana je najmanja prosječna ocjena za latentni konstrukt *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode* ( $\bar{x} = 4,38$ ), a najveća za latentni konstrukt *percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* ( $\bar{x} = 5,82$ ).

Rezultati deskriptivne statističke analize pokazuju da posjetitelji generalno imaju pozitivnu percepciju prema održivom korištenju resursa u turizmu parkova prirode ( $\bar{x} = 5,82$ ), gdje se na razini cijelog latentnog konstrukta *percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* prosječne ocjene kreću između 4,72 i 6,41. Ispitanici su pokazali da su im zelene površine, flora i fauna najvažniji resurs za održivi turizam parkova prirode koji treba štititi i održivo koristiti ( $\bar{x} = 6,41$ ), dok su najmanje važnim ocijenili urbanizaciju i razinu izgrađenosti na području parka prirode ( $\bar{x} = 4,72$ ), koja je ujedno jedina ocijenjena resursna vrijednost parkova prirode s prosječnom ocjenom ispod 5,0. *Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* ocijenjeno je s prosječnom ocjenom 4,72,

što implicira da su ispitanici iskazali graničnu razinu sveukupnog zadovoljstva. Prosječne ocjene kreću se između 3,79 i 5,7. Rezultati pokazuju da su ispitanici jedino nezadovoljni dostupnošću i kvalitetom internetske veze ( $\bar{x} = 3,79$ ), dok najvišu razinu zadovoljstva pokazuju prema sigurnosti posjetitelja i njihovih vrijednih stvari ( $\bar{x} = 5,7$ ) te čistoći i uređenosti prostora ( $\bar{x} = 5,47$ ).

Prosječne ocjene za pojedine atribute latentnog konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje turističkog doživljaja u parkovima prirode* kreću se od 4,08 za spremnost plaćanja veće cijene za unaprjeđenje dostupnosti i kvalitete internetske veze, do 4,58 za spremnost plaćanja veće cijene za povećanje zastupljenosti i kvalitete ponude dodatnih sadržaja u parku prirode. Na razini posljednjeg ispitivanog latentnog konstrukta, ispitanici su pokazali općenitu *spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode* ( $\bar{x} = 5,18$ ), pri čemu su dimenziju *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša* (SPOT2\_KO) ocijenili najvišom prosječnom ocjenom ( $\bar{x} = 5,38$ ), dok su preostale dvije dimenzije ocijenili gotovo podjednako - *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude* – SPOT3\_KP ( $\bar{x} = 5,12$ ) te *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice* – SPOT1\_LZ ( $\bar{x} = 5,10$ ).

Na temelju dobivenih rezultata deskriptivne statističke analize, uočava se da ispitanici pridaju važnost održivom korištenju gotovo svih resursa parkova prirode te pokazuju spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma na razini svih dimenzija, pokazujući tako spremnost veće potpore održivom turizmu kroz optimalno korištenje i uključivanje svih resursnih vrijednosti parkova prirode.

Budući da je pri mjerenju glavnih istraživačkih konstrukata korištena Likertova mjerna ljestvica sa sedam stupnja intenziteta (ordinalna mjerna ljestvica), u analizi podataka korištene su neparametrijske metode multivarijatne statističke analize. Najprije je primijenjena metoda modeliranja strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata (PLS-SEM) za testiranje hipoteza koje se odnose na utvrđivanje značajnosti definiranih utjecaja između latentnih konstrukata u konceptualnom modelu, a zatim Kruskal-Wallis test za testiranje pomoćnih hipoteza koje se odnose na ispitivanje značajnih razlika između tri i više varijabli. Pri statističkoj analizi prikupljenih podataka korišteni su *MS Office Excel*, softverski paket *Statistica 13.3* i program *SmartPLS 4.0.9*.

Temeljem provedenih analiza i dobivenih rezultata empirijskog istraživanja, potvrđeno je pet od ukupno sedam hipoteza koje su testirane primjenom metode PLS-SEM, dok je primjenom Kruskal-Wallis testa potvrđena jedna od ukupno dvije pomoćne hipoteze. Metodom PLS-SEM-a potvrđena je pretpostavka multidimenzionalnosti konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za održivost turizma parkova prirode* (H1), s obzirom na to da su težišne vrijednosti svih latentnih konstrukata nižeg reda SPOT1\_LZ

(0,370), SPOT2\_KO (0,331) i SPOT3\_KP (0,372) iznad 0,1 te su značajne uz bilo koju uobičajenu razinu pouzdanosti ( $p = 0,000$ ).

Također je utvrđen pozitivan, statistički značajan utjecaj *pozitivne percepcije posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode* na njihovo *zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode* (H2-1:  $\beta = 0,525$ ;  $p = 0,000$ ) te na *spremnost plaćanja veće cijene za održivost turizma parkova prirode* (H2-3:  $\beta = 0,285$ ;  $p = 0,000$ ). Jednako tako je potvrđen i pozitivni, statistički značajan utjecaj *zadovoljstva posjetitelja turističkim resursima parkova prirode* na njihovu *spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje turističkog doživljaja* (H3-1:  $\beta = 0,304$ ;  $p = 0,000$ ) te utjecaj *spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje turističkog doživljaja u parkovima prirode* na njihovu *spremnost plaćanja veće cijene za održivost turizma parkova prirode* (H4:  $\beta = 0,462$ ;  $p = 0,000$ ).

Primjenom Kruskal-Wallis testa, potvrđeno je postojanje statistički značajne razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja između dimenzija održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovu pozitivnu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (H5-1). Preostale pomoćne hipoteze su odbačene jer nije utvrđena izravna veza između promatranih konstrukata (pozitivan i statistički značajni utjecaj) u modelu (H2-2 i H3-2), niti statistički značajne razlike između promatranih dimenzija spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za održivost turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode (H5-2).

Doktorskim radom ostvaren je znanstveni doprinos na konceptualnoj, empirijsko-metodološkoj i aplikativnoj razini. U kontekstu konceptualnog doprinosa, sustavno su prikazane posebnosti i dosadašnja istraživanja predmetnih konstrukata konceptualnog modela, kao i područje održivog turizma, turizma u zaštićenim područjima te konverzije i održivog korištenja resursa. Empirijsko-metodološki doprinos očituje se u dizajnu i prilagodbi instrumenta za mjerenje, zatim ocjenjivanju konstrukata te prikazu izravnih, neizravnih i ukupnih utjecaja između konstrukata konceptualnog modela primjenom metode multivarijatne statističke analize PLS-SEM. Dodatno, na temelju dobivenih pokazatelja pouzdanosti i valjanosti instrumenta istraživanja te vanjskog i unutarnjeg mjernog modela, strukturni model smatra se pouzdanim i valjanim za primjenu na primjeru destinacija s drugačijim obilježjima i turističkim proizvodima. U konačnici, doktorski rad doprinosi boljem razumijevanju potencijalnih pozitivnih utjecaja posjetitelja na održivost turizma parkova prirode s obzirom na njihovu iskazanu percepciju o važnosti održivog korištenja resursa, zadovoljstvo turističkim resursima te spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja i jačanja održivosti turizma parkova prirode mjerenoj na osnovi održivog korištenja i upravljanja resursima u parkovima prirode.

Provedeno istraživanje također implicira praktičnu primjenu rezultata, što se u kontekstu aplikativnog doprinosa može promatrati na razini formuliranih smjernica za jačanje održivosti turizma optimalnim korištenjem i umrežavanjem različitih resursa parkova prirode. S obzirom na to da pozitivni stavovi posjetitelja prema održivom turizmu pozitivno utječu na njihovu spremnost plaćanja veće cijene za održivost turizma parkova prirode, dobiveni rezultati impliciraju da bi ulaganje u tzv. održivi marketing dovelo do povećanja broja održivih posjetitelja u parkovima prirode koji su pokazali spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma (poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice, poboljšanje kvalitete okoliša i poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude). Takav marketinški pristup zahtjeva kreiranje održivih doživljaja, tj. ponude u kojoj obvezno sudjeluje i lokalna zajednica, uz paralelnu prilagođenu marketinšku komunikaciju prema tzv. održivim posjetiteljima, odnosno posjetiteljima s pozitivnim stavovima prema održivom turizmu. Provedba održive marketinške komunikacije zahtjeva sinergijsko djelovanje svih dionika na području i neposrednom okruženju parkova prirode, kako bi integracijom vlastitih resursa doprinijeli kreiranju održivih doživljaja i podržali komunikaciju prema održivim posjetiteljima (detaljnije i opširnije o smjernicama nalazi se u potpoglavlju 6.3.2.).

Empirijsko istraživanje ima određena ograničenja koja su detaljno elaborirana u potpoglavlju 6.3.4., a koja se trebaju uvažiti pri interpretaciji i generalizaciji dobivenih rezultata istraživanja. Ograničenja provedenog istraživanja prisutna su u kontekstu obuhvata parkova prirode i načina prikupljanja podataka te odabira uzorka, kao i na razini instrumenta za prikupljanje podataka te analizi rezultata istraživanja. U svakom slučaju, utvrđena ograničenja ne umanjuju prethodno istaknuti znanstveni doprinos doktorskog rada (detaljnije prikazano u potpoglavlju 6.3.3.), nego predstavljaju polaznu osnovu za buduća istraživanja u turizmu zaštićenih područja, a posebno u turizmu parkova prirode. Uzimajući u obzir činjenicu da je uspostavljeni konceptualni model kao takav prvi put korišten na primjeru turističke destinacije (u konkretnom slučaju na primjeru parkova prirode), a čija je pouzdanost i valjanost potvrđena, zaključuje se da je uspostavljena i podloga za buduća istraživanja u smjeru poboljšanja održivosti turizma destinacija s drugačijim obilježjima uz mogućnost primjene instrumenta istraživanja ovog doktorskog rada.



## LITERATURA

- Abdullah, S., Markandya, A., & Nunes, P. A. L. D. (2011). Introduction to economic valuation methods. *Research tools in natural resource and environmental economics*, 143-187. DOI:10.1142/9789814289238\_0005
- Abrate, G., Quinton, S., & Pera, R. (2021). The relationship between price paid and hotel review ratings: expectancy-disconfirmation or placebo effect?. *Tourism Management*, 85, 104314. DOI: 10.1016/j.tourman.2021.104314
- Adhikari, A., & Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296-321. DOI: 10.1080/13683500.2015.1082538
- Agbedahin, A. V. (2019). Sustainable development, Education for Sustainable Development, and the 2030 Agenda for Sustainable Development: Emergence, efficacy, eminence, and future. *Sustainable Development*, 27(4), 669-680. DOI: 10.1002/sd.1931
- Agzamov, A. T., Rakhmatullaeva, F. M., & Bayazovna, G. N. (2021). Regional aspects of tourism development. *Academicia Globe: Inderscience Research*, 2(6), 1-4. DOI: 10.17605/OSF.IO/T5H74
- Ahmed, S.U., & Gotoh, K. (2007). The choice of elicitation methods in CVM and their impact on willingness to pay in environmental assessment. *Reports of the Faculty of Engineering, Nagasaki University*, 37(68), 47-52. URI: <http://hdl.handle.net/10069/6765>
- Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism review*, 56(3/4), 33-37. DOI: 10.1108/eb058368
- Aktaş, A., Çevirgen, A., & Toker, B. (2010). Tourists' satisfaction and behavioral intentions on destination attributes: An empirical study in Alanya. *Tourism Analysis*, 15(2), 243-252. DOI: 10.3727/108354210X12724863327849
- Alazaizeh, M. M., Jamaliah, M. M., Mgonja, J. T., & Ababneh, A. (2019). Tour guide performance and sustainable visitor behavior at cultural heritage sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), 1708-1724. DOI: 10.1080/09669582.2019.1658766
- Albayrak, T., & Caber, M. (2018). Examining the relationship between tourist motivation and satisfaction by two competing methods. *Tourism Management*, 69, 201-213. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.06.015
- Alpine Network of Protected Areas (službena web stranica Mreže zaštićenih područja Alpa), URI: <http://alparc.org/categories-of-apa> (26.10.2020.)
- Alegre, J., & Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of tourism research*, 37(1), 52-73. DOI: 10.1016/j.annals.2009.07.001
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85-100. DOI: 10.1080/10548408.2015.1038418
- Andereck, K. L. (2009). Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses. *Journal of sustainable tourism*, 17(4), 489-499. DOI: 10.1080/09669580802495790
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076. DOI: 10.1016/j.annals.2005.03.001
- Andersson, T. D. (2007). The tourist in the experience economy. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 7(1), 46-58. DOI: 10.1080/15022250701224035



- Andreassen, T. W., & Lindestad, B. (1998). Customer loyalty and complex services: The impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customers with varying degrees of service expertise. *International Journal of service Industry management*, 9(1), 7-23.  
DOI: 10.1108/09564239810199923
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research*, 19(4), 665-690.  
DOI:10.1016/0160-7383(92)90060-3
- Arabatzis, G., & Grigoroudis, E. (2010). Visitors' satisfaction, perceptions and gap analysis: The case of Dadia–Lefkimi–Souflion National Park. *Forest policy and economics*, 12(3), 163-172.  
DOI:10.1016/j.forpol.2009.09.008
- Araña, J. E., León, C. J., Moreno-Gil, S., & Zubiaurre, A. R. (2013). A comparison of tourists' valuation of climate change policy using different pricing frames. *Journal of Travel Research*, 52(1), 82-92.  
DOI: 10.1177/0047287512457260
- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. In Theobald, W. F. (Ed.), *Global tourism* (3rd ed.), (pp. 79-102). Butterworth-Heinemann.
- Arnandis-i-Agramunt, R. (2019). What's a tourism resource? a delphi analysis to the hispanic academia. *Cuadernos de Turismo*, 43, 553-555.
- Aryasa, A. M., Bambang, A. N., & Muhammad, F. (2017). The study of environmental carrying capacity for sustainable tourism in Telaga Warna Telaga Pengilon Nature Park, Dieng Plateau, Central Java. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 70(1), 012003. IOP Publishing.  
DOI:10.1088/1755-1315/70/1/012003
- Asafu-Adjaye, J., & Tapsuwan, S. (2008). A contingent valuation study of scuba diving benefits: Case study in Mu Ko Similan Marine National Park, Thailand. *Tourism Management*, 29(6), 1122-1130.  
DOI: 10.1016/j.tourman.2008.02.005
- Ashraf, M. S., Hou, F., Kim, W. G., Ahmad, W., & Ashraf, R. U. (2020). Modeling tourists' visiting intentions toward ecofriendly destinations: Implications for sustainable tourism operators. *Business Strategy and the Environment*, 29(1), 54-71. DOI: 10.1002/bse.2350
- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2020). Tourist satisfaction-loyalty Nexus in Tigray, Ethiopia: Implication for sustainable tourism development. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1836750.  
DOI: 10.1080/23311975.2020.1836750
- Auhagen, B., Eißing, S., Garstecki, T., de Koning, M., Lobmüller, J., Preuß, S., Renner, I., & Schoroth, M. (2021). *Protected area governance and management: A resource book for practitioners in development cooperation*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).  
URI: <https://mia.giz.de/qlink/ID=247358000>
- Aydın, B., & Alvarez, M. D. (2020). Understanding the tourists' perspective of sustainability in cultural tourist destinations. *Sustainability*, 12(21), 8846. DOI: 10.3390/su12218846
- Bahamonde-Rodríguez, M., García-Delgado, F. J., & Šadeikaitė, G. (2022). Sustainability and Tourist Activities in Protected Natural Areas: The Case of Three Natural Parks of Andalusia (Spain). *Land*, 11(11). DOI: 10.3390/land11112015
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00108-5
- Ballantyne, R., Packer, J., & Falk, J. (2011). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short-and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism management*, 32(6), 1243-1252. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.11.003

- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2009). Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. *Tourism Management*, 30(5), 658-664. DOI:10.1016/j.tourman.2008.11.003
- Balmford, A., Green, J. M., Anderson, M., Beresford, J., Huang, C., Naidoo, R., Walpole, M., & Manica, A. (2015). Walk on the wild side: estimating the global magnitude of visits to protected areas. *PLoS biology*, 13(2), e1002074. DOI: 10.1371/journal.pbio.1002074
- Baral, N., Hazen, H., & Thapa, B. (2017). Visitor perceptions of world heritage value at Sagarmatha (Mt. Everest) national park, Nepal. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1494-1512. DOI: 10.1080/096669582.2017.1291647
- Barnes, S. J., Mattsson, J., & Sørensen, F. (2016). Remembered experiences and revisit intentions: A longitudinal study of safari park visitors. *Tourism Management*, 57, 286-294. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.06.014
- Bar-On, R. R. (1999). The measurement of seasonality and its economic impacts. *Tourism Economics*, 5(4), 437-458. DOI: 10.1177/1354816699005004
- Barros, C. L., & Sousa, B. M. (2019). Price and Marketing Strategy in Tourism Contexts: A preliminary study to mitigating seasonality. *International journal of marketing, communication and new media*, 7(12). DOI: 10.54663/2182-9306
- Bartoluci, F., Stanivuković, I., & Starešinić, Z. (2017). The role of accounting in sustainable development of nature parks in Eastern Croatia. In Mašek Tonković, A., & Crnković, B. (Eds.), 6th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth (pp. 990-1003). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Barton, J. R., & Gutiérrez-Antinopai, F. (2020). Towards a visual typology of sustainability and sustainable development. *Sustainability*, 12(19), 7935. DOI: 10.3390/su12197935
- Baum, T., & Lundtorp, S. (2001). Introduction. In Baum, T., & Lundtorp, S (Eds.), *Seasonality in tourism* (pp. 1-4). Pergamon.
- Baum, T. (1999). Seasonality in tourism: Understanding the challenges: Introduction. *Tourism Economics*, 5(1), 5-8. DOI: 10.1177/13548166990050010
- Becker, J. M., Klein, K., & Wetzels, M. (2012). Hierarchical latent variable models in PLS-SEM: guidelines for using reflective-formative type models. *Long range planning*, 45(5-6), 359-394. DOI:10.1016/j.lrp.2012.10.001
- Bell, S., Tyrvänen, L., Sievänen, T., Pröbstl, U., & Simpson, M. (2007). Outdoor recreation and nature tourism: A European perspective. *Living Reviews in Landscape Research*, 1(2), 1-46. DOI: 10.12942/lrlr-2007-2
- Belsoy, J., Korir, J., & Yego, J. (2012). Environmental impacts of tourism in protected areas. *Journal of Environment and Earth Science*, 2(10), 64-73.
- Bennett, G., & Wit, P. D. (2001). The development and application of ecological networks: a review of proposals, plans and programmes. International Union for Conservation of Nature.
- Bernini, C., Urbinati, E., & Vici, L. (2015, April). Visitor expectations and perceptions of sustainability in a mass tourism destination. In Janković, S., & Smolčić Jurdana, D. (Eds.), *3rd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe* (pp. 1-17). URI: <https://ssrn.com/abstract=2637237>
- Bertzky, B., Corrigan, C., Kemsey, J., Kenney, S., Ravilious, C., Besançon, C., & Burgess, N. (2012). Protected Planet Report 2012: tracking progress towards global targets for protected areas. *Protected Planet Report 2012: tracking progress towards global targets for protected areas*. IUCN & UNEP-WCMC.

- Bhuiyan, K. H., Jahan, I., Zayed, N. M., Islam, K. M. A., Suyaiya, S., Tkachenko, O., & Nitsenko, V. (2022). Smart Tourism Ecosystem: A New Dimension toward Sustainable Value Co-Creation. *Sustainability*, 14(22), 15043. DOI: 10.3390/su142215043
- Bigerna, S., Micheli, S., & Polinori, P. (2019). Willingness to pay for electric boats in a protected area in Italy: A sustainable tourism perspective. *Journal of Cleaner Production*, 224, 603-613. DOI: 10.1016/j.jclepro.2019.03.266
- Bigné, J. E., Mattila, A. S., & Andreu, L. (2008). The impact of experiential consumption cognitions and emotions on behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 22(4), 303-315. DOI: 10.1108/08876040810881704
- Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism management*, 26(6), 833-844. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.05.006
- Bigné, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism management*, 22(6), 607-616. DOI: 10.1016/S0261-5177(01)00035-8
- Bilen, M. (2011). Turistički resursi i atrakcije. In Čavlek, N. et al. (Eds.), *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav* (pp. 124-156). Školska knjiga.
- Bingham, H., Fitzsimons, J., Redford, K. H., Mitchell, B. A., Bezaury-Creel, J., & Cumming, T. L. (2017). Privately protected areas: advances and challenges in guidance, policy and documentation. *Parks*, 23(1), 13-28. DOI:10.2305/iucn.ch.2017.parks-23-1hb.en
- Bioportal (Raspodjela zaštićenih područja po kategorijama) (služena web stranica), URI: <http://www.bioportal.hr/gis/> (11.3.2023.)
- Birkić, D., Primužak, A., & Barić, D. (2019). Interpretacija kao alat očuvanja prirodnih i kulturnih vrijednosti zaštićenog područja na primjeru parka prirode Lonjsko polje. Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 10(1), 13-21. URI: <https://hrcak.srce.hr/221363>
- Boffa, F., & Succurro, M. (2012). The impact of search cost reduction on seasonality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1176-1198. DOI: 10.1016/j.annals.2012.01.006
- Boronat-Navarro, M., & Pérez-Aranda, J. A. (2020). Analyzing willingness to pay more to stay in a sustainable hotel. *Sustainability*, 12(9), 3730. DOI: 10.3390/su12093730
- Borrini-Feyerabend, G., & Hill, R. (2015). Governance for the conservation of nature. In Worboys, G. L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S., & Pulsford, I. (Eds.), *Protected Area Governance and Management* (pp. 169–206). ANU Press. DOI:10.22459/PAGM.04.2015.07
- Borrini-Feyerabend, G., Dudley, N., Jaeger, T., Lassen, B., Neema, P., Phillips, A., & Sandwith, T. (2013). *Governance of protected areas: from understanding to action. Best practice protected area guidelines series (20)*. International Union for Conservation of Nature.
- Borrini-Feyerabend, G. (2003). Governance of protected areas—innovation in the air... Policy Matters 12, Community Empowerment for Conservation, 92-101.
- Bosak, K. (2016). Tourism, development, and sustainability. In McCool, S. F., & Bosak, K. (Eds.), *Reframing sustainable tourism* (pp. 33-44). Springer. DOI: 10.1007/978-94-017-7209-9\_3
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research methods for business: A skill building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Bowen, D., & Clarke, J. (2002). Reflections on tourist satisfaction research: Past, present and future. *Journal of Vacation Marketing*, 8(4), 297-308. DOI: 10.1177/135676670200800401

- Bowen, D., & Schouten, A. F. (2008). Tourist satisfaction and beyond: tourist migrants in Mallorca. *International journal of tourism research*, 10(2), 141-153. DOI: 10.1002/jtr.647
- Boyer, T. A., Hopkins, M., & Moss, J. Q. (2017). Willingness to pay for reclaimed water: a case study for Oklahoma. In *Competition for Water Resources* (pp. 261-277). Elsevier.  
DOI: 10.1016/B978-0-12-803237-4.00015-X
- Bozkurt, C., & Destek, M. A. (2015). Renewable energy and sustainable development nexus in selected OECD countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 5(2), 507-514.
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: Looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1-9. DOI: 10.1080/09669582.2017.1251689
- Bramwell, B., & Lane, B. (2014). The "critical turn" and its implications for sustainable tourism research. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 1-8. DOI: 10.1080/09669582.2013.855223
- Bramwell, B., & Lane, B. (2013). Getting from here to there: Systems change, behavioural change and sustainable tourism. *Journal of sustainable tourism*, 21(1), 1-4. DOI: 10.1080/09669582.2012.741602
- Bramwell, B., & Lane, B. (2012). Towards innovation in sustainable tourism research?. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 1-7. DOI: 10.1080/09669582.2011.641559
- Bramwell, B. (2004). Mass Tourism, Diversification and Sustainability Development in Southern Europe's Coastal Regions. In Bramwell, B. (Ed.), *Coastal Mass Tourism. Diversification and Sustainable Development in Southern Europe* (pp. 1 – 31). Channel View.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of sustainable tourism*, 1(1), 1-5. DOI: 10.1080/09669589309450696
- Breiby, M. A. (2015). Exploring aesthetic dimensions in nature-based tourist experiences. *Tourism Analysis*, 20(4), 369-380. DOI: 10.3727/108354215X14400815080361
- Breiby, M. A., Duedahl, E., Øian, H., & Ericsson, B. (2020). Exploring sustainable experiences in tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(4), 335-351.  
DOI: 10.1080/15022250.2020.1748706
- Breidert, C. (2005). Estimation of Willingness-to-Pay: Theory, Measurement, and Application [Doctoral thesis, Vienna University of Economics and Business].
- Brill, T. M., Munoz, L., & Miller, R. J. (2019). Siri, Alexa, and other digital assistants: a study of customer satisfaction with artificial intelligence applications. *Journal of Marketing Management*, 35(15-16), 1401-1436. DOI: 10.1080/0267257X.2019.1687571
- Brill, T. M. (2018). *Siri, Alexa, and other digital assistants: a study of customer satisfaction with artificial intelligence applications* [Doctoral thesis, University of Dallas]. UDigital Commons, Electronic Dissertations & Theses. URI: <https://hdl.handle.net/20.500.14026/1466>
- Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons. *Annals of tourism research*, 29(4), 1065-1085. DOI: 10.1016/S0160-7383(02)00021-X
- Brochado, A., Souto, J., & Brochado, F. (2021). Dimensions of sustainable tour experiences. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 22(5), 625-648. DOI: 10.1080/1528008X.2020.1827479
- Brohman, J. (1996). New directions in tourism for third world development. *Annals of tourism research*, 23(1), 48-70. DOI: 10.1016/0160-7383(95)00043-7
- Brouwer, R., Logar, I., & Sheremet, O. (2017). Choice consistency and preference stability in test-retests of discrete choice experiment and open-ended willingness to pay elicitation formats. *Environmental and Resource Economics*, 68, 729-751. DOI: 10.1007/s10640-016-0045-z

- Brown, T. C., & Gregory, R. (1999). Why the WTA–WTP disparity matters. *Ecological economics*, 28(3), 323-335. DOI: 10.1016/S0921-8009(98)00050-0
- Brundtland, G. H. (1985). World commission on environment and development. *Environmental policy and law*, 14(1), 26-30. DOI: 10.1016/S0378-777X(85)80040-8
- Bruhn, M., & Grund, M. A. (2000). Theory, development and implementation of national customer satisfaction indices: The Swiss Index of Customer Satisfaction (SWICS). *Total Quality Management*, 11(7), 1017-1028. DOI: 10.1080/09544120050135542
- Buckley, R., Zhong, L., & Ma, X. (2017). Visitors to protected areas in China. *Biological Conservation*, 209, 83-88. DOI: 10.1016/j.biocon.2017.01.024
- Buckley, R. (2015). Tourism and the sustainability of human societies. In Singh, T. V. (Ed.), *Challenges in tourism research* (pp. 241-248). Channel View Publications.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of tourism research*, 39(2), 528-546. DOI: 10.1016/j.annals.2012.02.003
- Buckley, R. (2006): *Adventure tourism*. CABI Publishing.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change. *International journal of consumer studies*, 31(5), 499-508. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x
- Buongiorno, A., & Intini, M. (2021). Sustainable tourism and mobility development in natural protected areas: Evidence from Apulia. *Land Use Policy*, 101, 105220. DOI: 10.1016/j.landusepol.2020.105220
- Bushell, R., & Bricker, K. (2017). Tourism in protected areas: Developing meaningful standards. *Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 106-120. DOI: 10.1177/1467358416636173
- Bushell, R., Staif, R., & Eagles, P. F. J. (2007). Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries. In Bushell, R., & Eagles, P. F. J. (Eds.), *Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries: The Vth IUCN World Parks Congress* (pp. 1-11). Cabi. DOI: 10.1079/9780851990224.032
- Bushell, R., & McCool, S. F. (2007). Tourism as a Tool for Conservation and Support of Protected Areas: Setting the Agenda. In Bushell, R., & Eagles, P. F. J. (Eds.), *Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries: The Vth IUCN World Parks Congress* (pp. 12-26). Cabi. DOI: 10.1079/9780851990224.0012
- Bushell, R., & Griffin, T. (2006). Monitoring visitor experiences in protected areas. *Parks*, 16(2), 25-33. URI: <http://handle.uws.edu.au:8081/1959.7/508168>
- Butcher, J. (2005). *The moralisation of tourism: sun, sand... and saving the world? (1ST ED.)*. Routledge. DOI: 10.4324/9780203987025
- Butterfield, B. J., Camhi, A. L., Rubin, R. L., & Schwalm, C. R. (2016). Tradeoffs and compatibilities among ecosystem services: biological, physical and economic drivers of multifunctionality. In *Advances in ecological research* (Vol. 54, pp. 207-243). Academic Press. DOI: 10.1016/bs.aecr.2015.09.002
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of marketing*, 30(1), 8-32. DOI: 10.1108/03090569610105762
- Butler, R. (2018). Sustainable tourism in sensitive environments: a wolf in sheep's clothing?. *Sustainability*, 10(6), 1789. DOI: 10.3390/su10061789
- Butler, R. W. (2015). Sustainable tourism – the undefinable and unachievable pursued by the unrealistic. In Singh, T. V. (Ed.), *Challenges in tourism research* (pp. 234-241). Channel View Publications.
- Butler, R. W. (2001). Seasonality in Tourism: Issues and Implications. In Baum, T., & Lundtrop, S. (Eds.), *Seasonality in Tourism* (pp. 5-21). Pergamon



- Butler, R., & Boyd, S. (2000). Tourism and national parks—a long but uneasy relationship. In Butler, R., & Boyd, S. (Eds.), *Tourism and national parks: Issues and implications* (pp. 3-11). John Wiley & Sons.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), 7-25. DOI:10.1080/14616689908721291
- Butler, R. (1998). Seasonality in tourism: Issues and implications. *The Tourist Review*, 53(3), 18-24. DOI: 10.1108/eb058278
- Butler, R. W. (1992). Alternative tourism: The thin edge of the wedge. In Smith, V. L., & Eadington, W. R. (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (pp. 31-46). University of Pennsylvania Press. DOI: 10.9783/9781512807462-006
- Butler, R. W. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental conservation*, 18(3), 201-209. DOI: 10.1017/S0376892900022104
- Butler, R. W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse?. *Journal of travel research*, 28(3), 40-45. DOI: 10.1177/004728759002800310
- Butler, R. W. (1989). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse?. *World Leisure & Recreation*, 31(4), 9-17. DOI: 10.1080/10261133.1989.10559086
- Butzmann, E., & Job, H. (2016). Developing a typology of sustainable protected area tourism products. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(12), 1736-1755. DOI: 10.1080/09669582.2016.1206110
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism review*, 62(2), 6-13. DOI: 10.1108/16605370780000309
- Cai, R., & Chi, C. G. Q. (2021). Pictures vs. reality: roles of disconfirmation magnitude, disconfirmation sensitivity, and branding. *International Journal of Hospitality Management*, 98, 103040. DOI: 10.1016/j.ijhm.2021.103040
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. D., & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400. DOI: 10.1080/13683500.2015.1081158
- Candrea, A. N., & Ispas, A. (2009). Visitor management, a tool for sustainable tourism development in protected areas. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 2(51) 131-136.
- Carbone, G. (2006). Perspectives of the tourism industry on the elements affecting visitor satisfaction in protected areas. *Parks*, 16(2), 53-57.
- Carvalho, M., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2021). Co-creative tourism experiences—a conceptual framework and its application to food & wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 1-25. DOI: 10.1080/02508281.2021.1948719
- Casey, J. F., Brown, C., & Schuhmann, P. (2010). Are tourists willing to pay additional fees to protect corals in Mexico?. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 557-573. DOI: 10.1080/09669580903513079
- Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourist site perceived value. *Journal of Cleaner Production*, 124, 226-235. DOI: 10.1016/j.jclepro.2016.02.126
- Cazes, G. H. (1989). Alternative tourism: reflections on an ambiguous concept. *Europäische Hochschulschriften 10 (Fremdenverkehr)*, (11), 117-126.
- CBD, FAO, WB, UNEP, UNDP (2017): *Biodiversity and the 2030 Agenda for Sustainable Development, Technical Note*. Convention on Biological Diversity, Food and Agriculture Organization of the United Nations, The World Bank, United Nations Environment Programme & United Nations Development

- Programme. URI: <https://www.cbd.int/development/doc/biodiversity-2030-agendatechnical-note-en.pdf>
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. International Union for Conservation of Nature.
- Cegur Radović, T. (2021). *Međuovisnost turističkog doživljaja i okolišno prihvatljivog ponašanja turista u kampovima* (Doctoral thesis, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management). Dabar, Repository of the University of Rijeka.  
URI: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:939320>
- Cengiz, E. (2010). Measuring customer satisfaction: must or not. *Journal of naval science and engineering*, 6(2), 76-88.
- Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism management*, 64, 55-63. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.08.004
- Chang, L., Backman, K. F., Huang, Y. C. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 401-419. DOI: 10.1108/IJCTHR-04-2014-0032
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31(1), 29-35.  
DOI: 10.1016/j.tourman.2009.02.008
- Chen, C. M., Chen, S. H., & Lee, H. T. (2011). The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 247-264.  
DOI:10.1080/09669582.2010.517315
- Chen, J. M., Zhang, J., & Nijkamp, P. (2016). A regional analysis of willingness-to-pay in Asian cruise markets. *Tourism Economics*, 22(4), 809-824. DOI: 10.1177/1354816616654254
- Chen, X., Cheng, Z. F., & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904.  
DOI: 10.3390/su12051904
- Chen, Y., Zhang, H., & Qiu, L. (2013). A review on tourist satisfaction of tourism destinations. In *LISS 2012: Proceedings of 2nd International Conference on Logistics, Informatics and Service Science* (pp. 593-604). Springer Berlin Heidelberg. DOI: 10.1007/978-3-642-32054-5\_83
- Cheung, L. T., & Jim, C. Y. (2014). Expectations and willingness-to-pay for ecotourism services in Hong Kong's conservation areas. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 21(2), 149-159. DOI: 10.1080/13504509.2013.859183
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*, 29(4), 624-636.  
DOI: 10.1016/j.tourman.2007.06.007
- Chia-Jung, C., & Pei-Chun, C. (2014). Preferences and willingness to pay for green hotel attributes in tourist choice behavior: The case of Taiwan. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(8), 937-957.  
DOI: 10.1080/10548408.2014.895479
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In Marcoulides, G. A. (Ed.), *Modern methods for business research*, 295(2), (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.

- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. DOI: 10.1108/IJCTHR-07-2015-0080
- Chong, K. L. (2020). The side effects of mass tourism: the voices of Bali islanders. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 157-169. DOI: 10.1080/10941665.2019.1683591
- Clark, D. A., Fluker, S., & Risby, L. (2008). Deconstructing ecological integrity policy in Canadian national parks. In Hanna, K. S., Clark, D. A., & Slocombe, D. S. (Eds.), *Transforming parks and protected areas: Policy and governance in a changing world* (pp. 154-168). Routledge.
- Clarke, J. (2002). A synthesis of activity towards the implementation of sustainable tourism: ecotourism in a different context. *International Journal of Sustainable Development*, 5(3), 232-250.  
DOI: 10.1504/IJSD.2002.003751
- Cobbinah, P. B., Erdiaw-Kwasie, M. O., & Amoateng, P. (2015). Rethinking sustainable development within the framework of poverty and urbanisation in developing countries. *Environmental Development*, 13, 18-32. DOI: 10.1016/j.envdev.2014.11.001
- Cochrane, J. (2006). A typology of tourists to protected areas. *Parks*, 16 (2), 10-17.
- Coghlan, A., & Pearce, P. (2010). Tracking affective components of satisfaction. *Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 42-58. DOI: 10.1057/thr.2009.18
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research methods in education* (8th ed.). Routledge.  
DOI:10.4324/9781315456539
- Cohen, E., & Ben-Nun, L. (2009). The important dimensions of wine tourism experience from potential visitors' perception. *Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 20-31. DOI: 10.1057/thr.2008.42
- Cohen, E. (1987). "Alternative tourism"—A critique. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18.  
DOI:10.1080/02508281.1987.11014508
- Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism research*, 5(2), 215-237. DOI: 10.1016/0160-7383(78)90221-9
- Collis, J., & Hussey, R. (2021). *Business research: A practical guide for students* (5th ed.). Bloomsbury Publishing.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). *Ekonomija turizma: načela i praksa*. Ekokon, d.o.o.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International journal of culture, tourism and hospitality research*.  
DOI: 10.1108/IJCTHR-05-2012-0022
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., & Roemer, J. M. (2013). Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, 8, 42-48.  
DOI:10.1016/j.tmp.2013.05.005
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., Shen, F., & Ritter, P. (2007). Resident perceptions of sustainable tourism in Chongdugou, China. *Society and Natural Resources*, 20(6), 511-525.  
DOI: 10.1080/08941920701337986
- Cottrell, S. P., & Vaske, J. J. (2006). A framework for monitoring and modeling sustainable tourism. *E-review of Tourism Research*, 4(4), 74-84. URI: <http://ertr.tamu.edu/pdfs/a-111.pdf>
- Craggs, R., & Schofield, P. (2011). The Quays in Salford: an analysis of visitor perceptions, satisfaction and behavioural intention. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 583-599. DOI: 10.1002/jtr.831



- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of marketing*, 58(1), 125-131. DOI: 10.1177/002224299405800110
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68. DOI: 10.1177/002224299205600304
- Cronin, L. (1990). A strategy for tourism and sustainable developments. *World Leisure & Recreation*, 32(3), 12-18. DOI: 10.1080/10261133.1990.10559117
- Cuccia, T., & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism management*, 32(3), 589-595. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.05.008
- Cutler, S. Q., & Carmichael, B. A. (2010). The dimensions of the tourist experience. In Morgan, M., Lugosi, P. & Ritchie, J. R. B. (Eds.), *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives* (pp. 3–26). Channel View.
- Ćorić, D., & Šantić, I. (2012). Monitoring the Safety of Navigation and Determining the Criminal Liability. *Pravni Vjesnik*, 28(2), 79-94. URI: <https://hrcak.srce.hr/121043>
- Črnjar, M., & Črnjar, K. (2009). *Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša*. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji & Glosa
- Danaher, P. J., & Arweiler, N. (1996). Customer satisfaction in the tourist industry: A case study of visitors to New Zealand. *Journal of travel research*, 35(1), 89-93. DOI: 10.1177/004728759603500113
- Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An integrated approach to “sustainable community-based tourism”. *Sustainability*, 8(5), 475. DOI: 10.3390/su8050475
- Das, M., & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament?. *Tourism management perspectives*, 14, 3-16. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.01.002
- Day, J., Dudley, N., Hockings, M., Holmes, G., Laffoley, D., Stolton, S., Wells, S., & Wenzel, L. (2019). *Guidelines for applying the IUCN protected area management categories to marine protected areas, second edition*. International Union for Conservation of Nature. DOI: 10.25607/OBP-694
- Dearden, P., Bennett, M., & Johnston, J. (2005). Trends in global protected area governance, 1992–2002. *Environmental management*, 36, 89-100. DOI: 10.1007/s00267-004-0131-9
- Araújo, A. F., Andrés Marques, M. I., Candeias, M. T. R., & Vieira, A. L. (2022). Willingness to pay for sustainable destinations: a structural approach. *Sustainability*, 14(5), 2548. DOI: 10.3390/su14052548
- De Corte, K., Cairns, J., & Grieve, R. (2021). Stated versus revealed preferences: An approach to reduce bias. *Health economics*, 30(5), 1095-1123. DOI: 10.1002/hec.4246
- de Freitas Coelho, M., de Sevilha Gosling, M., & de Almeida, A. S. A. (2018). Tourism experiences: Core processes of memorable trips. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 11-22. DOI: 10.1016/j.jhtm.2018.08.004
- de Oliveira, A. C. R., Santos, G. E. D. O., & Santos Lobo, H. A. (2021). Environmental attitudes and tourist satisfaction in overloaded natural protected areas. *Journal of Travel Research*, 60(8), 1667-1676. DOI:10.1177/0047287520957419
- DeFries, R., Hansen, A., Turner, B. L., Reid, R., & Liu, J. (2007). Land use change around protected areas: management to balance human needs and ecological function. *Ecological applications*, 17(4), 1031-1038. DOI: 10.1890/05-1111
- DEGURBA - Degree of urbanisation classification (Klasifikacija stupnja urbaniziranosti JLS), metodologija i razvrstavanje JLS RH unutar pojedine kategorije,  
URI: [https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP\\_DEGURBA](https://ec.europa.eu/eurostat/ramon/miscellaneous/index.cfm?TargetUrl=DSP_DEGURBA)

- Del Bosque, I. R., & San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of tourism research*, 35(2), 551-573. DOI: 10.1016/j.annals.2008.02.006
- Deng, W. J., Yeh, M. L., & Sung, M. L. (2013). A customer satisfaction index model for international tourist hotels: Integrating consumption emotions into the American Customer Satisfaction Index. *International journal of hospitality management*, 35, 133-140. DOI: 10.1016/j.ijhm.2013.05.010
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism management*, 31(4), 547-552. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.06.006
- Dharmaratne, G. S., Sang, F. Y., & Walling, L. J. (2000). Tourism potentials for financing protected areas. *Annals of tourism research*, 27(3), 590-610. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00109-7
- Dinan, C., & Sargeant, A. (2000). Social marketing and sustainable tourism — is there a match?. *International Journal of Tourism Research*, 2(1), 1-14.  
DOI: 10.1002/(SICI)1522-1970(200001/02)2:1<1::AID-JTR178>3.0.CO;2-5
- Dinarsko gorje, URI: <https://www.dinarskogorje.com/c12-grupa-381umberak--gorjanci.html> (30.1.2023.)
- Dmitrović, T., Knežević Cvelbar, L., Kolar, T., Makovec Brenčič, M., Ograjenšek, I., & Žabkar, V. (2009). Conceptualizing tourist satisfaction at the destination level. *International Journal of culture, tourism and hospitality research*, 3(2), 116-126. DOI: 10.1108/17506180910962122
- do Val Simardi Beraldo Souza, T., Thapa, B., Rodrigues, C. G. D. O., & Imori, D. (2019). Economic impacts of tourism in protected areas of Brazil. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(6), 735-749.  
DOI: 10.1080/09669582.2017.1408633
- Dodds, R., Graci, S. R., & Holmes, M. (2010). Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 207-222.  
DOI:10.1080/09669580903215162
- Dodds, R., & Butler, R. (2009). Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), 35-53.  
URI:<https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/25162>
- Dodds, R. (2007). Sustainable tourism and policy implementation: Lessons from the case of Calvia, Spain. *Current Issues in Tourism*, 10(4), 296-322. DOI: doi.org/10.2167/cit278.0
- Dolnicar, S. (2010). Identifying tourists with smaller environmental footprints. *Journal of sustainable tourism*, 18(6), 717-734. DOI: 10.1080/09669581003668516
- Dolnicar, S., Crouch, G. I., & Long, P. (2008). Environment-friendly tourists: what do we really know about them?. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 197-210. DOI: 10.2167/jost738.0
- Dolnicar, S. (2004). Insights into sustainable tourists in Austria: A data-based a priori segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 209-218. DOI: 10.1080/09669580408667234
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of management Review*, 20(1), 65-91. DOI: 10.5465/amr.1995.9503271992
- Dorčić, J. (2020). *Modelling intentions for online reservations in hotel industry* [Doctoral thesis, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management]. Dabar, Repository of the University of Rijeka. URI: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:729884>
- Drichoutis, A. C., Lusk, J. L., & Pappa, V. (2016). Elicitation formats and the WTA/WTP gap: A study of climate neutral foods. *Food Policy*, 61, 141-155. 10.1016/j.foodpol.2016.03.001
- Duro, J. A., & Turrion-Prats, J. (2019). Tourism seasonality worldwide. *Tourism Management Perspectives*, 31, 38-53. DOI: 10.1016/j.tmp.2019.03.010

- Dorwart, C. E., Leung, Y. F., & Moore, R. (2004). Managing visitors' perceptions. *Parks & Recreation*, 39(5), 24-30.
- Duarte, P., & Amaro, S. (2018). Methods for modelling reflective-formative second order constructs in PLS: An application to online travel shopping. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. DOI:10.1108/JHTT-09-2017-0092
- Dudley, N., & Stolton, S. (2018). Protected Areas: Challenges and responses for the coming decade. *Equilibrium research dialogue*, 1. Equilibrium Research.
- Dudley, N., Ali, N., Kettunen, M., & MacKinnon, K. (2017a). Editorial essay: Protected areas and the Sustainable Development Goals. *Parks*, 23(2), 10-12. DOI: 10.2305/IUCN.CH.2017.PARKS-23-2ND.en
- Dudley, N., Ali, N., & MacKinnon, K. (2017b). *Natural solutions: Protected areas helping to meet the Sustainable Development Goals*. International Union for Conservation of Nature.
- Dudley, N., Shadie, P., & Stolton, S. (2013). *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories including IUCN WCPA Best Practice Guidance on Recognising Protected Areas and Assigning Management Categories and Governance Types*. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 21. International Union for Conservation of Nature. DOI: 10.2305/IUCN.CH.2008.PAPS.2.en
- Dudley, N., Stolton, S., Belokurov, A., Krueger, L., Lopoukhine, N., MacKinnon, K., Sandwith, T., & Sekhran, N. (2010). *Natural Solutions: Protected areas helping people cope with climate change*. International Union for Conservation of Nature-World Commission on Protected Areas, The Nature Conservancy, United Nations Development Programme, Wildlife Conservation Society, The World Bank & World Wildlife Fund.
- Dudley, N. (2008). *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. International Union for Conservation of Nature. DOI: 10.2305/IUCN.CH.2008.PAPS.2.en
- Dumitraș, D. E., Ilea, M., Arion, F. H., & Jitea, I. M. (2012). Tourists' preferences for outdoor recreation and nature tourism in Romania. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 14(4), 59-64.
- Durán-Román, J. L., Cárdenas-García, P. J., & Pulido-Fernández, J. I. (2021). Tourists' willingness to pay to improve sustainability and experience at destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100540. DOI: 10.1016/j.jdmm.2020.100540
- Duro, J. A. (2018). Seasonality of tourism: A new decomposition. *Tourism economics*, 24(5), 615-621. DOI:10.1177/1354816618768319
- DZZP (2014). *Stručna podloga zaštite prirode za prostorni plan područja posebnih obilježja PP Papuk*. Državni zavod za zaštitu prirode
- Eagles, P. F. (2008). Investigating governance within the management models used in park tourism. *Tourism and Travel Research Association Canada Conference*, 12. URI:<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=8c962224cebdd8816e372e2a333a2ff57ffcf718>
- Eagles, P. F. (2002). Trends in park tourism: Economics, finance and management. *Journal of sustainable tourism*, 10(2), 132-153. DOI: 10.1080/09669580208667158
- Eagles, P. F., & McCool, S. F. (Eds.). (2002). *Tourism in national parks and protected areas: Planning and management*. Cabi Publishing. DOI: 10.1079/9780851995892.0097
- Eagles, P. F., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002). *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management* (No. 8). IUCN. DOI: 10.2305/IUCN.CH.2002.PAG.8.en

- Enrique Bigné, J., Mattila, A. S., & Andreu, L. (2008). The impact of experiential consumption cognitions and emotions on behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 22(4), 303-315. DOI: 10.1108/08876040810881704
- European Commission (službena web stranica Europske komisije),  
URI: [https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/faq\\_hr.htm#1-0](https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/faq_hr.htm#1-0) (28.10.2020.)
- European Environment Agency (službena web stranica Europske agencije za okoliš):  
URI: <https://www.eea.europa.eu/hr> (26.10.2020.)
- European Parliament (službena web stranica Europskog parlamenta),  
URI: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/71/politika-zastite-okolisa-opca-nacela-i-osnovni-okvir> (16.4.2020.)
- Evans, D. (2012). Building the European union's Natura 2000 network. *Nature conservation*, 1, 11-26. DOI: 10.3897/natureconservation.1.1808
- Fallon, P., & Schofield, P. (2003). First-timer versus repeat visitor satisfaction: the case of Orlando, Florida. *Tourism Analysis*, 8(2), 205-210. DOI: 10.3727/108354203774076742
- Farr, M., Stoeckl, N., Esparon, M., Larson, S., & Jarvis, D. (2016). The importance of water clarity to Great Barrier Reef tourists and their willingness to pay to improve it. *Tourism Economics*, 22(2), 331-352. DOI: 10.5367/te.2014.0426
- Farsari, I., Butler, R. W., & Szivas, E. (2011). Complexity in tourism policies: A cognitive mapping approach. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1110-1134. DOI: 10.1016/j.annals.2011.03.007
- Feary, S., Kothari, A., Lockwood, M., Pulsford, I., & Worboys, G. L. (2015). Conclusion. In Worboys, G. L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S., & Pulsford, I. (Eds.), *Protected Area Governance and Management* (pp. 929–932). ANU Press. DOI: 10.22459/PAGM.04.2015.29
- Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism* (5th ed.). Routledge. DOI: 10.4324/9780429346293
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism* (4th ed.). Routledge. DOI: 10.4324/9780203382110
- Fennell, D. A. (2008). *Ecotourism* (3rd ed.). Routledge.
- Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism, An introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Fermani, A., Sergi, M. R., Carrieri, A., Crespi, I., Picconi, L., & Saggino, A. (2020). Sustainable tourism and facilities preferences: The sustainable tourist stay scale (STSS) validation. *Sustainability*, 12(22), 9767. DOI: 10.3390/su12229767
- Fernández-Morales, A., & Mayorga-Toledano, M. C. (2008). Seasonal concentration of the hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities. *Tourism Management*, 29(5), 940-949. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.11.003
- Fiore, A., Niehm, L., Oh, H., Jeong, M., & Hausafus, C. (2007). Experience economy strategies: Adding value to small rural businesses. URI: <https://tigerprints.clemson.edu/joe/vol45/iss2/20>
- Fletcher, D., & Fletcher, H. (2003). Manageable Predictors of Park Visitor Satisfaction: Maintenance and Personnel. *Journal of Park & Recreation Administration*, 21(1).
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of marketing*, 60(4), 7-18. DOI:10.1177/002224299606000403
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of marketing*, 56(1), 6-21. DOI: 10.1177/002224299205600103

- Fossgard, K., & Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis. *Journal of outdoor Recreation and Tourism*, 28, 100219. DOI: 10.1016/j.jort.2019.04.001
- Foster, V., & Mourato, S. (2003). Elicitation format and sensitivity to scope. *Environmental and resource economics*, 24, 141-160. DOI: 10.1023/A:1022856329552
- Fuchs, M., & Weiermair, K. (2003). New perspectives of satisfaction research in tourism destinations. *Tourism review*, 58(3), 6-14. DOI: 10.1108/eb058411
- Fuentes-Moraleda, L., Lafuente-Ibáñez, C., Muñoz-Mazón, A., & Villacé-Molinero, T. (2019). Willingness to pay more to stay at a boutique hotel with an environmental management system. A preliminary study in Spain. *Sustainability*, 11(18), 5134. DOI: 10.3390/su11185134
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., & Taheri, B. (2021). Assessing the mediating role of residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149-171. DOI:10.1177/0047287519890926
- Gao, Y. L., Mattila, A. S., & Lee, S. (2016). A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 107-115. DOI: 10.1016/j.ijhm.2016.01.010
- García-Melón, M., Gómez-Navarro, T., & Acuña-Dutra, S. (2012). A combined ANP-delphi approach to evaluate sustainable tourism. *Environmental Impact Assessment Review*, 34, 41-50. DOI:10.1016/j.eiar.2011.12.001
- Garrigos-Simon, F. J., Narangajavana-Kaosiri, Y., & Lengua-Lengua, I. (2018). Tourism and sustainability: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainability*, 10(6), 1976. DOI: 10.3390/su10061976
- Garrod, B., & Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism?. *Tourism management*, 19(3), 199-212. DOI: 10.1016/S0261-5177(98)00013-2
- Geldmann, J., Manica, A., Burgess, N. D., Coad, L., & Balmford, A. (2019). A global-level assessment of the effectiveness of protected areas at resisting anthropogenic pressures. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(46), 23209-23215. DOI: 10.1073/pnas.1908221116
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience:: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European management journal*, 25(5), 395-410. DOI: 10.1016/j.emj.2007.08.005
- Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (4th ed.). Routledge. DOI: 10.4324/9780429023002
- Getz, D., & Timur, S. (2012). Stakeholder involvement in sustainable tourism: balancing the voices. In Theobald, W. F. (Ed.), *Global tourism* (3rd ed.), (pp. 230-247). Butterworth-Heinemann.
- George, B. P. (2006). Wine tourist motivation and the perceived importance of servicescape: A study conducted in Goa, India. *Tourism Review*, 61(3), 15-19. DOI: 10.1108/eb058475
- Ghaderi, Z., Hatamifar, P., & Khalilzadeh, J. (2018). Analysis of tourist satisfaction in tourism supply chain management. *Anatolia*, 29(3), 433-444. DOI: 10.1080/13032917.2018.1439074
- Giddings, B., Hopwood, B., & O'brien, G. (2002). Environment, economy and society: fitting them together into sustainable development. *Sustainable development*, 10(4), 187-196. DOI: 10.1002/sd.199
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*, 1(1), 1-22.
- Gjorgievski, M., Kozuharov, S., & Nakovski, D. (2013). Typology of recreational-tourism resources as an important element of the tourist offer. *UTMS Journal of Economics*, 4(1), 53-60. URI: <http://hdl.handle.net/10419/105321>



- Glen, N., & Mearns, K. F. (2020). Sustainable Tourism Implementation for Small Accommodation Establishments in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 131-148. DOI:10.46222/ajhtl.19770720-9
- Godovykh, M., & Tasci, A. D. (2020). Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100694. DOI: 10.1016/j.tmp.2020.100694
- Gohary, A., Pourazizi, L., Madani, F., & Chan, E. Y. (2020). Examining Iranian tourists' memorable experiences on destination satisfaction and behavioral intentions. *Current Issues in Tourism*, 23(2), 131-136. DOI: 10.1080/13683500.2018.1560397
- Goldstein, E. B. (2011). Osjeti i percepcija. Naklada Slap
- Golub, B., & Jaković, B. (2019). Stavovi turističkih zajednica o uključivanju lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode: primjer Regionalnog parka Mura-Drava. *Oeconomica Jadertina*, 9(2), 3-20. URI: <https://hrcak.srce.hr/230354>
- Graham, J., Amos, B., & Plumptre, T. (2003). *Governance principles for protected areas in the 21st century*. Institute on Governance.
- Green, H., Hunter, C., & Moore, B. (1990). Assessing the environmental impact of tourism development: use of the Delphi technique. *Tourism management*, 11(2), 111-120. DOI: 10.1016/0261-5177(90)90026-6
- Grgić, I., Zrakić Sušac, M., Jež Rogelj, M., Kunštović, L., Perčin, A., Mikuš, O., Kovačićek, T., & Hadelan, L. (2021). Stavovi ispitanika o turizmu u zaštićenim prirodnim područjima: primjer Lonjskog polja. *Journal of Central European Agriculture*, 22(4), 868-880. DOI: 10.5513/JCEA01/22.4.3232
- Grigoroudis, E. V. A. N. G. E. L. O. S., Nikolopoulou, G. E. O. R. G. I. A., & Zopounidis, C. O. N. S. T. A. N. T. I. N. (2008). Customer satisfaction barometers and economic development: An explorative ordinal regression analysis. *Total Quality Management*, 19(5), 441-460. DOI: 10.1080/14783360802018095
- Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*, 82, 104178. DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104178
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44. DOI: 10.1108/EUM0000000004784
- Grundey, D., Sarvutyte, M., & Skirmantaite, J. (2008). Prospects for sustainable tourism in Lithuania: a national survey. *Transformations in Business & Economics*, 7(1), 21-51.
- GUPTA, S. K., TIWARI, S., & VODA, M. (2021). STAKEHOLDERS'SATISFACTION TOWARDS SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN PUSHKAR REGION OF RAJASTHAN. *Geographia Technica*, 16(1). DOI:10.21163/GT\_2021.161.08
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of travel research*, 49(3), 381-394. DOI: 10.1177/00472875093468
- Ha, Y. W., & Park, M. C. (2013). Antecedents of customer satisfaction and customer loyalty for emerging devices in the initial market of Korea: An equity framework. *Psychology & Marketing*, 30(8), 676-689. DOI: 10.1002/mar.20637
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019a). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019b). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. DOI: 10.1108/EBR-11-2018-0203
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. DOI: 10.1108/EBR-10-2013-0128
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012a). Partial least squares: the better approach to structural equation modeling?. *Long range planning*, 45(5-6), 312-319. DOI: 10.1016/j.lrp.2012.09.011
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433. DOI: 10.1007/s11747-011-0261-6
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152. DOI: 10.2753/MTP1069-6679190202
- Halisçelik, E., & Soytaş, M. A. (2019). Sustainable development from millennium 2015 to Sustainable Development Goals 2030. *Sustainable Development*, 27(4), 545-572. DOI: 10.1002/sd.1921
- Halstead, D., Jones, M. A., & Cox, A. N. (2007). Satisfaction theory and the disadvantaged consumer. *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 20, 15-35.
- Han, H., Eom, T., Al-Ansi, A., Ryu, H. B., & Kim, W. (2019). Community-based tourism as a sustainable direction in destination development: An empirical examination of visitor behaviors. *Sustainability*, 11(10), 2864. DOI: 10.3390/su11102864
- Hanley, N., & Czajkowski, M. (2019). The role of stated preference valuation methods in understanding choices and informing policy. *Review of Environmental Economics and Policy*. DOI:10.1093/reep/rez005
- Hanna, P., Font, X., Scarles, C., Weeden, C., & Harrison, C. (2018). Tourist destination marketing: From sustainability myopia to memorable experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 36-43. DOI: 10.1016/j.jdmm.2017.10.002
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research*, 23(3), 503-526. DOI: 10.1016/0160-7383(95)00075-5
- Hayes, D., & MacLeod, N. (2007). Packaging places: Designing heritage trails using an experience economy perspective to maximize visitor engagement. *Journal of vacation Marketing*, 13(1), 45-58. DOI: 10.1177/1356766706071205
- He, H., Shen, L., Wong, S. W., Cheng, G., & Shu, T. (2023). A "load-carrier" perspective approach for assessing tourism resource carrying capacity. *Tourism Management*, 94, 104651. DOI:10.1016/j.tourman.2022.104651
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*. DOI: 10.1108/IMDS-09-2015-0382
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135. DOI: 10.1007/s11747-014-0403-8
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In Sinkovics, R. R., Ghauri, P. N. (Eds.), *New Challenges to International Marketing* (pp. 277-319). Group Publishing Limited.

- Heung, V. C., & Quf, H. (2000). Hong Kong as a travel destination: An analysis of Japanese tourists' satisfaction levels, and the likelihood of them recommending Hong Kong to others. *Journal of travel & tourism marketing*, 9(1-2), 57-80. DOI: 10.1300/J073v09n01\_04
- Higham, J., & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23(2), 175-185. DOI: 10.1016/S0261-5177(01)00046-2
- Hinch, T. D., & Jackson, E. L. (2000). Leisure constraints research: Its value as a framework for understanding tourism seasonability. *Current issues in tourism*, 3(2), 87-106. DOI: 10.1080/13683500008667868
- Hinnen, G., Hille, S. L., & Wittmer, A. (2017). Willingness to pay for green products in air travel: Ready for take-off?. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 197-208. DOI: 10.1002/bse.1909
- Hills, T. L., & Lundgren, J. (1977). The impact of tourism in the Caribbean: A methodological study. *Annals of tourism research*, 4(5), 248-267. DOI: 10.1016/0160-7383(77)90098-6
- Hladkyi, O. (2021). Recreational tourism as an object of scientific research in the frames of movement education and sport development. *Scientific Journal National Pedagogical Dragomanov University*, 5(134), 201-205. URI: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/35812>
- Holden, E., Linnerud, K., & Banister, D. (2017). The imperatives of sustainable development. *Sustainable development*, 25(3), 213-226. DOI: 10.1002/sd.1647
- Holden, A. (2016). *Environment and tourism* (3rd ed.). Routledge.
- Holden, A. (2008). *Environment and tourism* (2nd ed.). Routledge.
- Holden, A. (2005a). Achieving a sustainable relationship between common pool resources and tourism: The role of environmental ethics. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(4), 339-352. DOI: 10.1080/09669580508668561
- Holden, A. (2005b). Achieving a sustainable relationship between common pool resources and tourism: The role of environmental ethics. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(4), 339-352. DOI:10.1080/09669580508668561
- Holden, A. (2000). *Environment and tourism* (1st ed.). Routledge.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2022). *The business of tourism* (12th ed.). Sage.
- Holloway, J. C., Humphreys, C., & Davidson, R. (2009). *The Business of Tourism* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Horvat, J., & Mijoč, J. (2019). *Istraživački SPaSS*. Naklada Ljevak.
- Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Caušević, S., & Odeh, K. (2015). Measuring tourists' emotional experiences: Further validation of the destination emotion scale. *Journal of Travel Research*, 54(4), 482-495. DOI: 10.1177/0047287514522878
- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364. DOI: 10.1177/0047287509346859
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., URI: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=47529> (23.2.2022.)
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29-44. DOI: 10.1177/0047287508328793



- Huayhuaca, C. A., Cottrell, S., Raadik, J., & Gradl, S. (2010). Resident perceptions of sustainable tourism development: Frankenwald Nature Park, Germany. *International Journal of Tourism Policy*, 3(2), 125-141. DOI: 10.1504/IJTP.2010.034207
- Huete-Alcocer, N., López-Ruiz, V. R., & Grigorescu, A. (2019). Measurement of satisfaction in sustainable tourism: A cultural heritage site in Spain. *Sustainability*, 11(23), 6774. DOI: 10.3390/su11236774
- Huh, J., & Uysal, M. (2004). Satisfaction with cultural/heritage sites: Virginia historic triangle. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 4(3-4), 177-194. DOI: 10.1300/J162v04n03\_12
- Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. *Tourism management*, 28(4), 965-975. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.08.008
- Hultman, M., Kazemina, A., & Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation. *Journal of Business Research*, 68(9), 1854-1861. DOI: 10.1016/j.jbusres.2015.01.013
- Hummel, C., Poursanidis, D., Orenstein, D., Elliott, M., Adamescu, M. C., Cazacu, C., Ziv, G., Chrysoulakis, N., van der Meer, J., & Hummel, H. (2019). Protected Area management: Fusion and confusion with the ecosystem services approach. *Science of the Total Environment*, 651, 2432-2443. DOI:10.1016/j.scitotenv.2018.10.033
- Hunter, C. (2002). Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Environment, development and sustainability*, 4, 7-20. DOI: 10.1023/A:1016336125627
- Hussain, K., Ali, F., Ragavan, N. A., & Manhas, P. S. (2015). Sustainable tourism and resulting resident satisfaction at Jammu and Kashmir, India. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. DOI: 10.1108/WHATT-06-2015-0024
- Hvenegaard, G. T. (2002). Using tourist typologies for ecotourism research. *Journal of Ecotourism*, 1(1), 7-18. DOI: 10.1080/14724040208668109
- Hwang, J., & Han, H. (2018). A study on the application of the experience economy to luxury cruise passengers. *Tourism and Hospitality Research*, 18(4), 478-491. 10.1177/1467358416682068
- ICLEI, IDRC & UNEP (1996). *The Local Agenda 21 Planning Guide: an introduction to sustainable development planning*. ICLEI & IDRC.
- Iniesta-Bonillo, M. A., Sánchez-Fernández, R., & Jiménez-Castillo, D. (2016). Sustainability, value, and satisfaction: Model testing and cross-validation in tourist destinations. *Journal of Business Research*, 69(11), 5002-5007. DOI: 10.1016/j.jbusres.2016.04.071
- IPBES (2019). *Summary for policymakers of the global assessment report on biodiversity and ecosystem services of the Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services*. Díaz, S et al. (Eds.). Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services.
- IUCN, UNEP, WWF (1980). *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*. IUCN.
- Jafari, J. (Ed.). (2000). *Encyclopedia of tourism*. Routledge.
- Jain, P., & Jain, P. (2020). Are the Sustainable Development Goals really sustainable? A policy perspective. *Sustainable Development*, 28(6), 1642-1651. DOI: 10.1002/sd.2112
- Jaković, B., & Bakan, R. (Eds.). (2021). *Akcijski plan za upravljanje posjetiteljima – EPIcentar Sequoia*. Veleučilište u Virovitici.
- Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2021). Position of adventure tourism within nature park tourism of Continental Croatia. In Leko Šimić, M., & Crnković, B. (Eds.), *10th International scientific symposium Region, entrepreneurship, development* (pp. 106-122). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.

- Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2019). Tourism challenges of protected areas in Croatia. In Leko Šimić, M., & Crnković, B. (Eds.), *8th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (pp. 733-748). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Jaković, B., & Golub, B. (2018). Ecotourism development perspective of unrecognized protected areas: the case of Regional park Mura-Drava. In Mašek Tonković, A., & Crnković, B. (Eds.), *7th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (pp. 548-557). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2018). Touristic events as generators of visitations increase and tourism sustainability of nature parks in continental Croatia?. *Turizam*, 22(1), 19-31. DOI: 10.5937/22-17509
- Janadari, M. P. N., Sri Ramalu, S., Wei, C., & Abdullah, O. Y. (2016, December). Evaluation of measurement and structural model of the reflective model constructs in PLS-SEM. In *Proceedings of the 6th International Symposium—2016 South Eastern University of Sri Lanka (SEUSL)*, (pp. 20-21). South Eastern University of Sri Lanka.
- Jang, S. S. (2004). Mitigating tourism seasonality: A quantitative approach. *Annals of tourism research*, 31(4), 819-836. DOI: 10.1016/j.annals.2004.02.007
- Järviluoma, J. (1992). Alternative tourism and the evolution of tourist areas. *Tourism Management*, 13(1), 118-120. DOI: 10.1016/0261-5177(92)90046-A
- Jasrotia, S. S., Kamila, M. K., & Patel, V. K. (2021). Impact of Sustainable Tourism on Tourist's Satisfaction: Evidence from India. *Business Perspectives and Research*, 22785337211043960. DOI: 10.1177/22785337211043960
- Jennings, G., Lee, Y., Ayling, A., Lunny, B., Cater, C., & Ollenburg, C. (2009). Quality Tourism Experiences: Reviews, Reflections, Research Agendas. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 294-310. DOI: 10.1080/19368620802594169
- Jennings, G., Lee, Y. S., Ayling, A., Lunny, B., Cater, C., & Ollenburg, C. (2013). Quality tourism experiences: Reviews, reflections, research agendas. In *Marketing of Tourism Experiences* (pp. 202-218). Routledge.
- Johnson, M. D., Herrmann, A., & Gustafsson, A. (2002). Comparing customer satisfaction across industries and countries. *Journal of Economic Psychology*, 23(6), 749-769. DOI: 10.1016/S0167-4870(02)00137-X
- Johnson, M. D., Gustafsson, A., Andreassen, T. W., Lervik, L., & Cha, J. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of economic Psychology*, 22(2), 217-245. DOI: 10.1016/S0167-4870(01)00030-7
- Johnston, R. J., Boyle, K. J., Adamowicz, W., Bennett, J., Brouwer, R., Cameron, T. A., Hanemann, V. M., Hanley, N., Ryan, M., Scarpa, R., Tourangeau, R., & Vossler, C. A. (2017). Contemporary guidance for stated preference studies. *Journal of the Association of Environmental and Resource Economists*, 4(2), 319-405. DOI: 10.1086/691697
- Jorgenson, J., Nickerson, N., Dalenberg, D., Angle, J., Metcalf, E., & Freimund, W. (2019). Measuring visitor experiences: Creating and testing the tourism autobiographical memory scale. *Journal of Travel Research*, 58(4), 566-578. DOI: 10.1177/004728751876434
- Jovanović, V. (2020). *Turizam i prostor* (2nd ed.). Univerzitet Singidunum.
- Jovičić, D. Z. (2014). Key issues in the implementation of sustainable tourism. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 297-302. DOI: 10.1080/13683500.2013.797386
- JU PP Lonjsko polje (2019). *Studija upravljanja posjetiteljima Parka prirode Lonjsko polje*. Javna ustanova Park prirode Lonjsko polje i Oikon.
- JU PP Lonjsko polje (2010). *Strategija razvoja održivog turizma Parka prirode Lonjsko polje*. *Bilten Parka prirode Lonjsko polje* 12(1). Javna ustanova Park prirode Lonjsko polje.

- JU PP Lonjsko polje (2008). *Plan upravljanja Parka prirode Lonjsko polje. Bilten Parka prirode Lonjsko polje 10(1)*. Javna ustanova Park prirode Lonjsko polje.
- JU PP Lonjsko polje (2006). *Upravljanje sustavom posjećivanja. Bilten Parka prirode Lonjsko polje 8(1/2)*. Javna ustanova Park prirode Lonjsko polje.
- JU PP Papuk (2020). *Studija upravljanja brojem posjetitelja s akcijskim planom upravljanja posjećivanjem u Parku prirode Papuk (2020-2029)*. Javna ustanova Park prirode Papuk.
- JU PP Papuk (2010). *Plan upravljanja Parka prirode Papuk*. Javna ustanova Park prirode Papuk.
- JU PP Žumberak – Samoborsko gorje (2020). *Studija upravljanja posjetiteljima za potrebe projekta "Posjetiteljski centar Sošice"*. Javna ustanova Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje
- JU PP Žumberak – Samoborsko gorje (2019). *Aksijski plan Eco karst*. Javna ustanova Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje
- JU PP Žumberak – Samoborsko gorje (2017). *Plan upravljanja Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje za razdoblje 2017. – 2026*. Javna ustanova Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje
- Juandi, V. S., Andari, R., & Setiyorini, H. P. D. (2018, April). The Influence of Sustainable Tourism Development towards Tourists' Satisfaction in Saung Angklung Udjo. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 145(1), p. 012020. IOP Publishing. DOI: 10.1088/1755-1315/145/1/012020
- Jurado-Rivas, C., & Sánchez-Rivero, M. (2019). Willingness to pay for more sustainable tourism destinations in world heritage cities: The case of Caceres, Spain. *Sustainability*, 11(21), 5880. DOI:10.3390/su11215880
- Jurado-Rivas, C., & Sánchez-Rivero, M. (2022). Investigating change in the willingness to pay for a more sustainable tourist destination in a world heritage city. *Land*, 11(3), 439. DOI: 10.3390/land11030439
- Jurowski, C. (2009, August). An examination of the four realms of tourism experience theory. In *International CHRIE Conference-Refereed Track* (p. 23).  
URI: <https://scholarworks.umass.edu/refereed/Sessions/Wednesday/23/>
- Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International journal of hospitality management*, 31(2), 564-572.  
DOI: 10.1016/j.ijhm.2011.08.001
- Kanya, L., Sanghera, S., Lewin, A., & Fox-Rushby, J. (2019). The criterion validity of willingness to pay methods: a systematic review and meta-analysis of the evidence. *Social Science & Medicine*, 232, 238-261. DOI: 10.1016/j.socscimed.2019.04.015
- Kastenholz, E., Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2018). Segmenting the rural tourist market by sustainable travel behaviour: Insights from village visitors in Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 132-142. DOI: 10.1016/j.jdmm.2018.09.001
- Kati, V., Hovardas, T., Dieterich, M., Ibisch, P. L., Mihok, B., & Selva, N. (2015). The challenge of implementing the European network of protected areas Natura 2000. *Conservation Biology*, 29(1), 260-270. DOI: 10.1111/cobi.12366
- Kavallinis, I., & Pizam, A. (1994). The environmental impacts of tourism—whose responsibility is it anyway? The case study of Mykonos. *Journal of Travel Research*, 33(2), 26-32.  
DOI: 10.1177/004728759403300205
- Khan, I., Garg, R. J., & Rahman, Z. (2015). Customer service experience in hotel operations: An empirical analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 189, 266-274. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.03.222

- Khan, M. A. A., & Hashim, H. (2020). Tourist satisfaction index for tourism destination, integrating social media engagement into the European customer satisfaction index: a conceptual paper. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(9), 72-90.  
DOI: 10.6007/IJARBS/v10-i9/7519
- Kim, J. H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870.  
DOI:10.1177/0047287517721369
- Kim, J. H., & Ritchie, J. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335. DOI: 10.1177/0047287513496468
- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012a). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel research*, 51(1), 12-25. DOI: 10.1177/0047287510385467
- Kim, K., Hallab, Z., & Kim, J. N. (2012b). The moderating effect of travel experience in a destination on the relationship between the destination image and the intention to revisit. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(5), 486-505. DOI: 10.1080/19368623.2012.626745
- Kisingo, A., Rollins, R., Murray, G., Dearden, P., & Clarke, M. (2016). Evaluating 'good governance': The development of a quantitative tool in the Greater Serengeti Ecosystem. *Journal of environmental management*, 181, 749-755. DOI: 10.1016/j.jenvman.2016.08.002
- Klarin, T. (2018). Pretpostavke uspješne implementacije koncepta održivog razvoja turizma: primjer urbanih destinacija Republike Hrvatske. *Acta turistica*, 30(1), 43-85. DOI: 10.22598/at/2018.30.1.43
- Knezevic, R. (2008). Contents and assessment of basic tourism resources. *Tourism and Hospitality management*, 14(1), 79-94. DOI: 10.20867/thm.14.1.7
- Knutson, B. J., Beck, J. A., Kim, S. H., & Cha, J. (2007). Identifying the dimensions of the experience construct. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15(3), 31-47. DOI: 10.1300/J150v15n03\_03
- Knutson, B. J., & Beck, J. A. (2004). Identifying the dimensions of the experience construct: development of the model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 4(3-4), 23-35.  
DOI: 10.1300/J162v04n03\_03
- Koenig-Lewis, N., & Bischoff, E. E. (2005). Seasonality research: The state of the art. *International journal of tourism research*, 7(4-5), 201-219. DOI: 10.1002/jtr.531
- Kofi Preko, A., & Gyepi-Garbrah, T. F. (2021). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency in national museum of Ghana. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 19 (2), 239-253. DOI: 10.25145/j.pasos.2021.19.016.
- Komppula, R., Ilves, R., & Airey, D. (2016). Social holidays as a tourist experience in Finland. *Tourism Management*, 52, 521-532. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.07.016
- Komšić, J. (2018). *Measuring tourism destination reputation on social media and tourist satisfaction* [Doctoral thesis, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management]. Dabar, Repository of the University of Rijeka. URI: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:941056>
- Konzervatorski odjel u Požegi (2014). *Konzervatorska podloga za prostorni plan područja posebnih obilježja Park prirode Papuk*. Uprava za zaštitu kulturne baštine, Ministarstvo culture.
- Kothari, C. R., & Garg, G. (2019). *Research methodology, Methods & Techniques* (4th ed.). New Age International.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology, Methods and Techniques* (2nd revised ed.). New Age International.
- Kousis, M. (2000). Tourism and the environment: A social movements perspective. *Annals of tourism research*, 27(2), 468-489. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00083-3

- Kozak, M. (2001). Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities. *Tourism management*, 22(4), 391-401. DOI: 10.1016/S0261-5177(00)00064-9
- Kozak, M. (2003). Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes. *Tourism analysis*, 7(3-4), 229-240. DOI: 10.3727/108354203108750076
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of travel research*, 38(3), 260-269. DOI: 10.1177/004728750003800308
- Krešić, D., Mikulić, J., & Miličević, K. (2013). The factor structure of tourist satisfaction at pilgrimage destinations: The case of Medjugorje. *International journal of tourism research*, 15(5), 484-494. DOI:10.1002/jtr.1891
- Krippendorff, J. (1999). *The Holiday Makers: Understanding the impact of leisure and travel* (1st ed.). Routledge. DOI: 10.4324/9780080939032
- Krippendorff, J. (1987). *The holiday-makers: Understanding the impact of travel and tourism* (1st ed.). Butterworth-Heinemann Publications.
- Kristensen, K., Martensen, A., & Gronholdt, L. (2000). Customer satisfaction measurement at post Denmark: results of application of the European customer satisfaction index methodology. *Total Quality Management*, 11(7), 1007-1015. DOI: 10.1080/09544120050135533
- Kumar, D. M., Govindarajo, N. S., & Khen, M. H. S. (2020). Effect of service quality on visitor satisfaction, destination image and destination loyalty—practical, theoretical and policy implications to avitourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 83-101. DOI:10.1108/IJCTHR-04-2019-0066
- Kuo, N. T., Cheng, Y. S., Chang, K. C., & Chuang, L. Y. (2018). The asymmetric effect of tour guide service quality on tourist satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(4), 521-542. DOI: 10.1080/1528008X.2018.1483283
- Kušen, E. (2017). Tourism attraction system. In Dwyer, L., Tomljenović, R., & Čorak, S. (Eds.), *Evolution of Destination Planning and Strategy: The Rise of Tourism in Croatia* (pp. 119-148). DOI: 10.1007/978-3-319-42246-6\_7
- Kušen, E. (2010). A system of tourism attractions. *Tourism: An international interdisciplinary journal*, 58(4), 409-424. URI: <https://hrcak.srce.hr/63597>
- Kušen, E., & Tadej, P. (2003). Functional classification of tourism attractions. *Tourism (Zagreb)*, 51(4), 427-442.
- Kušen, E. (2002). Turistička atrakcijska osnova. Institut za turizam.
- Kušen, E. (2001). Turizam i prostor Klasifikacija turističkih atrakcija. *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam*, 9(1 [21]), 1-12. URI: <https://hrcak.srce.hr/10801>
- Laarman, J. G., & Durst, P. B. (1987). Nature travel in the tropics. *Journal of Forestry*, 85(5), 43-46.
- Lamza Posavec, V. (2021). *Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi*. Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
- Lane, B. (2017). Sustainable tourism: its evolution and its future. *Cuadernos económicos de ICE*, 93, 9-28. DOI: 10.32796/cice.2017.93.6145
- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of consumer marketing*. DOI: 10.1108/EUM0000000006155
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18. DOI: 10.1080/15022250701226014



- Law, R., & Cheung, C. (2007). Air quality in Hong Kong: A study of the perception of international visitors. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 390-401. DOI: 10.2167/jost637.0
- Lawton, L. J. (2012). Dimensions of least satisfaction among protected area visitors. *Journal of Ecotourism*, 11(2), 118-131. DOI: 10.1080/14724049.2012.687377
- Lebrun, A. M., Su, C. J., & Bouchet, P. (2021). Domestic tourists' experience in protected natural parks: A new trend in pandemic crisis?. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, 100398. DOI:10.1016/j.jort.2021.100398
- Lebrun, A. M., Su, C. J., Lheraud, J. L., Marsac, A., & Bouchet, P. (2017). Experiential context and actual experiences in protected natural parks: comparing France versus Taiwan. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*. In *Research Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research* (pp. 97–118). Emerald Publishing. DOI: 10.1108/S1871-317320170000013006
- Lee, C. K., Olya, H., Ahmad, M. S., Kim, K. H., & Oh, M. J. (2021). Sustainable intelligence, destination social responsibility, and pro-environmental behaviour of visitors: Evidence from an eco-tourism site. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 365-376. DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.04.010
- Lee, C. K., Mjelde, J. W., Kim, T. K., Lee, E., & Choi, Y. (2019). Willingness-to-pay for whale tour attributes using a choice experiment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(6), 606-617. DOI: 10.1080/10941665.2019.1610001
- Lee, W. S., Graefe, A. R., & Hwang, D. (2013). Willingness to pay for an ecological park experience. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(3), 288-302. DOI: 10.1080/10941665.2011.652970
- Lee, J. S., Hsu, L. T., Han, H., & Kim, Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioural intentions. *Journal of sustainable tourism*, 18(7), 901-914. DOI: 10.1080/09669581003777747
- Lee, S., Jeon, S., & Kim, D. (2011). The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea. *Tourism Management*, 32(5), 1115-1124. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.09.016
- Lee, H., Baylon Verances, J., & Song, W. (2009). The tourism-environment causality. *International Journal of Tourism Sciences*, 9(3), 39-48. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.02.013
- Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism management*, 29(1), 180-192. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.02.013
- Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure research*, 26(3), 195-211. DOI: 10.1080/00222216.1994.11969956
- Leksakundilok, A. (2004). *Community Participation in Ecotourism Development in Thailand*. [Doctoral thesis, University of Sydney, Faculty of Science, School of Geosciences]. The University of Sydney URI:<https://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/668>
- Leroux, S. J., Krawchuk, M. A., Schmiegelow, F., Cumming, S. G., Lisgo, K., Anderson, L. G., & Petkova, M. (2010). Global protected areas and IUCN designations: Do the categories match the conditions?. *Biological conservation*, 143(3), 609-616. DOI: 10.1016/j.biocon.2009.11.018
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., & Buckley, R. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*. IUCN. DOI: 10.2305/IUCN.CH.2018.PAG.27.en
- Li, H., Goh, C., Hung, K., & Chen, J. L. (2018). Relative climate index and its effect on seasonal tourism demand. *Journal of Travel Research*, 57(2), 178-192. DOI: 10.1177/0047287516687409
- Li, X., Su, X., & Du, Y. (2021). The environmental sustainability of an exhibition in visitors' eyes: Scale development and validation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 172-182. DOI:10.1016/j.jhtm.2020.12.006

- Li, Y. (2000). Geographical consciousness and tourism experience. *Annals of tourism research*, 27(4), 863-883. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00112-7
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (1997). *An introduction to tourism* (1st ed.). Butterworth-Heinemann Publications.
- Lim, C. C., & Cooper, C. (2009). Beyond sustainability: Optimising island tourism development. *International journal of tourism research*, 11(1), 89-103. DOI: 10.1002/jtr.688
- Lin, Y. H., & Lee, T. H. (2020). How do recreation experiences affect visitors' environmentally responsible behavior? Evidence from recreationists visiting ancient trails in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 705-726. DOI: 10.1080/09669582.2019.1701679
- Lin, C. H. (2014). Effects of cuisine experience, psychological well-being, and self-health perception on the revisit intention of hot springs tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(2), 243-265. DOI:10.1177/1096348012451460
- Linnes, C., Weinland, J.T., Ronzoni, G., Lema, J., & Agrusa, J. (2022). The local food supply, willingness to pay and the sustainability of an island destination. *Journal of Hospitality and Tourism Insights* (ahead-of-print). DOI: 10.1108/JHTI-01-2022-0031
- Liu, A., Ma, E., Qu, H., & Ryan, B. (2020). Daily green behavior as an antecedent and a moderator for visitors' pro-environmental behaviors. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1390-1408. DOI:10.1080/09669582.2020.1741598
- Liu, C. H., Horng, J. S., Chou, S. F., Chen, Y. C., Lin, Y. C., & Zhu, Y. Q. (2016). An empirical examination of the form of relationship between sustainable tourism experiences and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(7), 717-740. DOI: 10.1080/10941665.2015.1068196
- Locke, H., & Dearden, P. (2005). Rethinking protected area categories and the new paradigm. *Environmental conservation*, 32(1), 1-10. DOI: 10.1017/S0376892905001852
- Lockwood, M. (2010). Good governance for terrestrial protected areas: A framework, principles and performance outcomes. *Journal of environmental management*, 91(3), 754-766. DOI: 10.1016/j.jenvman.2009.10.005
- Lockwood, M., Davidson, J., Curtis, A., Stratford, E., & Griffith, R. (2010). Governance principles for natural resource management. *Society and natural resources*, 23(10), 986-1001. DOI: 10.1080/08941920802178214
- Lockwood, M., Worboys, G. L., & Kothari, A. (2006). Introduction. In Lockwood, M., Worboys, G. L., & Kothari, A. (Eds.), *Managing protected areas a global guide* (pp. xxiv - xxvi). International Union for Conservation of Nature. DOI: 10.4324/9781849771900
- Lopez-Sanchez, Y., & Pulido-Fernández, J. I. (2017). Factors influencing the willingness to pay for sustainable tourism: A case of mass tourism destinations. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 24(3), 262-275. DOI: 10.1080/13504509.2016.1203372
- López-Sánchez, Y., & Pulido-Fernández, J. I. (2016). In search of the pro-sustainable tourist: A segmentation based on the tourist "sustainable intelligence". *Tourism Management Perspectives*, 17, 59-71. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.003
- López-Sánchez, Y., & Pulido-Fernández, J. I. (2014). Factors determining the willingness to pay for a more sustainable destination. The case of the Western Costa del Sol. *Cuadernos de Turismo*, 33, 389-391.
- Lu, D., Liu, Y., Lai, I., & Yang, L. (2017). Awe: An important emotional experience in sustainable tourism. *Sustainability*, 9(12), 2189. DOI: 10.3390/su9122189
- Lu, J., & Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of sustainable Tourism*, 17(1), 5-16. DOI: 10.1080/09669580802582480

- Ma, A. T., Chow, A. S., Cheung, L. T., Lee, K. M., & Liu, S. (2018). Impacts of tourists' sociodemographic characteristics on the travel motivation and satisfaction: the case of protected areas in South China. *Sustainability*, *10*(10), 3388. DOI: 10.3390/su10103388
- MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Jarvis, C. B. (2005). The problem of measurement model misspecification in behavioral and organizational research and some recommended solutions. *Journal of applied psychology*, *90*(4), 710. DOI: 10.1037/0021-9010.90.4.710
- MacKinnon, K., Dudley, N., & Sandwith, T. (2011). Natural solutions: protected areas helping people to cope with climate change. *Oryx*, *45*(4), 461-462. DOI: 10.1017/S0030605311001608
- Mackinnon, K., Mackinnon, J., Child, G., & Thorsell, J. (1986). *Managing Protected Areas in the Tropics*. International Union for Conservation of Nature
- Macleod, D. V. L. (2005). Alternative tourism: a comparative analysis of meaning and impact. In Theobald, W. F. (Ed.), *Global tourism* (3rd ed.), (pp. 123-139). Butterworth-Heinemann.
- Mair, J. (2011). Exploring air travellers' voluntary carbon-offsetting behaviour. *Journal of Sustainable Tourism*, *19*(2), 215-230. DOI: 10.1080/09669582.2010.517317
- Maksin, M. (2012). *Turizam i prostor*. Univerzitet Singidunum.  
URI: <https://singipedia.singidunum.ac.rs/izdanje/40818-turizam-i-prostor>, accessed on: 26/12/2017
- Mandić, A., & McCool, S. F. (2022). A critical review and assessment of the last 15 years of experience design research in a nature-based tourism context. *Journal of Ecotourism*, 1-28.  
DOI: 10.1080/14724049.2022.2099877
- Mandić, A. (2021). Protected area management effectiveness and COVID-19: the case of plitvice lakes national Park, Croatia. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 100397.  
DOI: 10.1016/j.jort.2021.100397
- Mandić, A., & Petrić, L. (2021). Summary and outlook. In Mandić, A., & Petrić, L. (Eds.), *Mediterranean protected areas in the era of overtourism*, (pp. 383-390). Springer International Publishing.  
DOI: 10.1007/978-3-030-69193-6\_20
- Mandić, A. (2019). Nature-based solutions for sustainable tourism development in protected natural areas: A review. *Environment Systems and Decisions*, *39*(3), 249-268.  
DOI: 10.1007/s10669-019-09718-2
- Mandić, A. (2017). *Doprinos javnih atributa nacionalnih parkova cijeni hotelskog proizvoda*. [Doctoral thesis, University of Split, Faculty of economics Split]. Dabar, Repository of the University of Split. URI: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:084523>
- Manthiou, A., Kuppelwieser, V. G., & Klaus, P. (2022). Reevaluating tourism experience measurements: An alternative Bayesian approach. *Current Issues in Tourism*, 1-17. DOI: 10.1080/13683500.2022.2106193
- Markandya, A., Ortiz, R. A., & Chiabai, A. (2019). Estimating Environmental Health Costs: General Introduction to Valuation of Human Health Risks. DOI:10.1016/B978-0-12-409548-9.10657-8
- Markandya, A., & Ortiz, R. (2011). General Introduction to Valuation of Human Health Risks. *Encyclopedia of Environmental Health*, 871-878. DOI:10.1016/b978-0-444-52272-6.00302-0
- Martín Martín, J. M., Salinas Fernandez, J. A., Rodriguez Martin, J. A., & Ostos Rey, M. D. S. (2020). Analysis of tourism seasonality as a factor limiting the sustainable development of rural areas. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *44*(1), 45-75. DOI: 10.1177/1096348019876688
- Martínez García de Leaniz, P., Herrero Crespo, Á., & Gómez López, R. (2018). Customer responses to environmentally certified hotels: The moderating effect of environmental consciousness on the



- formation of behavioral intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1160-1177. DOI: 10.1080/09669582.2017.1349775
- Marušić, M., & Prebežac, D. (2004). *Istraživanje turističkih tržišta*. Adeco.
- Masberg, B. A., & Silverman, L. H. (1996). Visitor experiences at heritage sites: A phenomenological approach. *Journal of Travel Research*, 34(4), 20-25. DOI: 10.1177/004728759603400403
- Mason, P. (2020). *Tourism impacts, planning and management* (4th ed.). Routledge.
- Mason, M. C., Gos, L., & Moretti, A. (2016). Motivations, perceived risk and behavioural intentions in hard adventure tourism. A natural park case study. *Sinergie Italian Journal of Management*, 34(May-Aug), 181-199. DOI: 10.7433/s100.2016.11
- Mason, P. (2016). *Tourism impacts, planning and management* (3rd ed.). Routledge. DOI:10.4324/9781315781068
- Maxim, C. (2016). Sustainable tourism implementation in urban areas: a case study of London. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(7), 971-989. DOI: 10.1080/09669582.2015.1115511
- Maxim, C. (2015). Drivers of success in implementing sustainable tourism policies in urban areas. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 37-47. DOI: 10.1080/21568316.2014.960599
- Mayer, M. (2014). Can nature-based tourism benefits compensate for the costs of national parks? A study of the Bavarian Forest National Park, Germany. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(4), 561-583. DOI:10.1080/09669582.2013.871020
- Mayer, C. C., & Wallace, G. N. (2007). Appropriate levels of restoration and development at Copan Archaeological Park: Setting attributes affecting the visitor experience. *Journal of Ecotourism*, 6(2), 91-110. DOI: 10.2167/joe157.0
- Mburu, J., Abila, R., Diafas, I., Guthiga, P., Hatfield, R., Kiragu, S., & Ritho, C. (2007). Training Manual on Economic Valuation and Environmental Assessment. *German Ministry of Education and Research (BMBF) IUCN-The World Conservation Union-Eastern Africa Regional Office (IUCN-EARO)*.
- McCool, S. F. (2006). Managing for visitor experiences in protected areas: promising opportunities and fundamental challenges. *Parks*, 16(2), 3-9.
- McCool, S. F. (2019). Information needs for building a foundation for enhancing sustainable tourism as a development goal: An introduction. In McCool, S. F., & Bosak, K. (Eds.), *A research agenda for sustainable tourism* (pp. 1-13). Edward Elgar Publishing. DOI: 10.4337/9781788117104.00008
- McCool, S. F. (2015). Sustainable Tourism: Guiding Fiction, Social Trap or Path to Resilience? In Singh, T. V. (Ed.), *Challenges in Tourism Research* (pp. 224-234). Channel View Publications.
- McCool, S., Butler, R., Buckley, R., Weaver, D., & Wheeller, B. (2013). Is concept of sustainability utopian: Ideally perfect but impracticable?. *Tourism Recreation Research*, 38(2), 213-242. DOI: 10.1080/02508281.2013.11081746
- McCool, S. F. (1994). Planning for sustainable nature dependent tourism development: The limits of acceptable change system. *Tourism Recreation Research*, 19(2), 51-55. DOI: 10.1080/02508281.1994.11014708
- McIntosh, A. J. (1999). Into the tourist's mind: Understanding the value of the heritage experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(1), 41-64. DOI: 10.1300/J073v08n01\_03
- McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16. DOI: 10.1080/09669589309450697
- McKight, P. E., & Najab, J. (2010). Kruskal-wallis test. *The corsini encyclopedia of psychology*, 1-1. DOI:10.1002/9780470479216.corpsy0491

- McNicol, B. J. (2016). The concept of environmental supply in national parks. In In McCool, S. F., & Bosak, K. (Eds.), *Reframing Sustainable Tourism* (pp. 183-199). Springer. DOI: 10.1007/978-94-017-7209-9\_11
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237-255. DOI: 10.1080/1528008X.2011.541847
- Mejovšek, M. (2013). *Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima* (2nd ed.). Naklada Slap.
- Mejovšek, M. (2008). *Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima* (1st ed.). Naklada Slap.
- Meleddu, M., & Pulina, M. (2016). Evaluation of individuals' intention to pay a premium price for ecotourism: An exploratory study. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 65, 67-78. DOI:10.1016/j.socec.2016.08.006
- Mendelsohn, R. (2019). An examination of recent revealed preference valuation methods and results. *Review of Environmental Economics and Policy*. DOI: 10.1093/REEP/REZ003
- Meng, B., & Cui, M. (2020). The role of co-creation experience in forming tourists' revisit intention to home-based accommodation: Extending the theory of planned behavior. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100581. DOI: 10.1016/j.tmp.2019.100581
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of vacation marketing*, 14(1), 41-56. DOI: 10.1177/1356766707084218
- Mghekwa, B. B., Scholtz, M., & Saayman, M. (2019). A typology of memorable experience at Nelson Mandela heritage sites. *Journal of Heritage Tourism*, 14(4), 325-339. DOI: 10.1080/1743873X.2018.1527339
- Mikulić, J. (2009). *Mjerenje kvalitete usluge zračnog prijevoza primjenom indeksa zadovoljstva korisnika* (Doctoral thesis, Ekonomski fakultet Zagreb).
- Miller, Z. D., Rice, W. L., Taff, B. D., & Newman, P. (2019). Concepts for understanding the visitor experience in sustainable tourism. In McCool, S. F., & Bosak, K. (Eds.), *A research agenda for sustainable tourism* (pp. 53-69). Edward Elgar Publishing. DOI: 10.4337/9781788117104.00012
- Miller, D., Merrilees, B., & Coghlan, A. (2015). Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 26-46. DOI: 10.1080/09669582.2014.912219
- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (službena web stranica), URI: <https://mzoe.gov.hr/om-inistarstvu-1065/djelokrug-4925/zastita-prirode/ekoloska-mreza-natura-2000/ekoloska-mreza-natura-2000-u-republici-hrvatskoj/1211> (27.10.2020.)
- Ministarstvo zaštite okoliša i prirode (2012). *Plan upravljanja okolišem za edukativno posjetiteljski centar Budinjak*, JU PP Žumberak – Samoborsko gorje.
- Mitchell, R.C., & Carson, T. (2013). *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method*. Routledge. DOI: 10.4324/9781315060569
- Moeller, T., Dolnicar, S., & Leisch, F. (2011). The sustainability–profitability trade-off in tourism: can it be overcome?. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 155-169. DOI: 10.1080/09669582.2010.518762
- Mohamadi, S., Abbasi, A., Ranaei Kordshouli, H. A., & Askarifar, K. (2022). Conceptualizing sustainable–responsible tourism indicators: An interpretive structural modeling approach. *Environment, Development and Sustainability*, 24(1), 399-425. DOI: 10.1007/s10668-021-01442-9

- Moisey, R. N., & McCool, S. F. (2008). Sustainable Tourism in 21st Century: Lessons from the Past, Challenges to Address. In McCool, S. F., & Moisey, R. N. (Eds.), *Tourism, recreation, and sustainability: Linking culture and the environment*, second edition (PP. 283-291). CABI Publishing. DOI:10.1079/9781845934705.0283
- Moliner-Tena, M. Á., Monferrer-Tirado, D., Ferreres-Bonfill, J. B., & Rodríguez-Artola, R. M. (2021). Destination Sustainability and Memorable Tourism Experiences. *Sustainability*, *13*(21), 11996. DOI:10.3390/su132111996
- Mooney, S., Robinson, R., Solnet, D., & Baum, T. (2022). Rethinking tourism's definition, scope and future of sustainable work and employment: Editorial for the Journal of Sustainable Tourism special issue on "locating workforce at the heart of sustainable tourism discourse". *Journal of Sustainable Tourism*, *30*(12), 2707-2725. DOI: 10.1080/09669582.2022.2078338
- Moore, S. A., Rodger, K., & Taplin, R. (2015). Moving beyond visitor satisfaction to loyalty in nature-based tourism: A review and research agenda. *Current Issues in Tourism*, *18*(7), 667-683. DOI: 10.1080/13683500.2013.790346
- Moreno-Llorca, R., Méndez, P. F., Ros-Candeira, A., Alcaraz-Segura, D., Santamaría, L., Ramos-Ridao, Á. F., Revilla, E., Bonet-García, F. J., & Vaz, A. S. (2020). Evaluating tourist profiles and nature-based experiences in Biosphere Reserves using Flickr: Matches and mismatches between online social surveys and photo content analysis. *Science of the Total Environment*, *737*, 140067. DOI:10.1016/j.scitotenv.2020.140067
- Morrison-Saunders, A., Hughes, M., Pope, J., Douglas, A., & Wessels, J. A. (2019). Understanding visitor expectations for responsible tourism in an iconic national park: Differences between local and international visitors. *Journal of Ecotourism*, *18*(3), 284-294. DOI: 10.1080/14724049.2019.1567740
- Moutinho, L. (1987). Consumer behaviour in tourism. *European journal of marketing*, *21*(10), 5-44. DOI: 10.1108/EUM0000000004718
- Moutinho, L., Caber, M., Silva, M. M. S., & Albayrak, T. (2015). Impact of group package tour dimensions on customer satisfaction (an ANNs application). *Tourism Analysis*, *20*(6), 619-629. DOI: 10.3727/108354215X14464845877913
- Muangasame, K., & McKercher, B. (2015). The challenge of implementing sustainable tourism policy: a 360-degree assessment of Thailand's "7 Greens sustainable tourism policy". *Journal of Sustainable Tourism*, *23*(4), 497-516. DOI: 10.1080/09669582.2014.978789
- Muler Gonzalez, V., Coromina, L., & Gali, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity-case study of a Spanish heritage town. *Tourism review*, *73*(3), 277-296. DOI: 10.1108/TR-08-2017-0138
- Müller, S., Huck, L., & Markova, J. (2020). Sustainable community-based tourism in Cambodia and tourists' willingness to pay. *Advances in Southeast Asian Studies*, *13*(1), 81-101. DOI: 10.14764/10.ASEAS-0030
- Munoz, C., Laniado, H., & Córdoba, J. (2020). Development of a robust customer satisfaction index for domestic air journeys. *Research in Transportation Business & Management*, *37*, 100519. DOI: doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100519
- Murcott, S. (1997, February). *Definitions of Sustainable Development*. International Institute for Applied Systems Analysis. URI: [https://www.courses.psu.edu/rsoc/rsoc508\\_wjg10/rsoc420/htmlFiles/SDDefs.htm](https://www.courses.psu.edu/rsoc/rsoc508_wjg10/rsoc420/htmlFiles/SDDefs.htm) (5.4.2018.)
- MZOIE & HAOP (2018). Smjernice za planiranje upravljanja zaštićenim područjima i/ili područjima ekološke mreže. UNDP.

- Nadalipour, Z., Imani Khoshkhoo, M. H., & Eftekhari, A. R. (2019). An integrated model of destination sustainable competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 29(4), 314-335. DOI: 10.1108/CR-12-2017-0086
- Namkung, Y., & Jang, S. (2017). Are consumers willing to pay more for green practices at restaurants?. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(3), 329-356.  
DOI: 10.1177/1096348014525632
- Nash, D., & Butler, R. (1990). Alternative forms of tourism. *Tourism Recreation Research*, 15(1), 51-53.  
DOI:10.1080/02508281.1990.11014570
- Nautiyal, H., & Goel, V. (2021). Sustainability assessment: Metrics and methods. In *Methods in Sustainability Science*, 27-46. DOI: 10.1016/B978-0-12-823987-2.00017-9
- Navarro, D. (2015). Tourist resources and tourist attractions: Conceptualization, classification and assessment. *Cuadernos de Turismo*, (35), 481-484.
- Nayak, M. S. D. P., & Narayan, K. A. (2019). Strengths and weaknesses of online surveys. *Technology*, 6(7), 31-38. DOI: 10.9790/0837-2405053138
- Neal, J. D., & Gursoy, D. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47(1), 53-62. DOI: 10.1177/0047287507312434
- Nejati, M., Mohamed, B., & Omar, S. I. (2015). The Influence of Perceived Environmental Impacts of Tourism on the Perceived Importance of Sustainable Tourism. *E-review of Tourism Research*, 12. URI:<http://eprints.usm.my/id/eprint/29649>
- Nelson, M. K. M., Partelow, S., Stäbler, M., Graci, S., & Fujitani, M. (2021). Tourist willingness to pay for local green hotel certification. *PLoS ONE* 16(2): e0245953. DOI:10.1371/journal.pone.0245953
- Nepal, S. K. (2008). Tourism-induced rural energy consumption in the Annapurna region of Nepal. *Tourism Management*, 29(1), 89-100. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.03.024
- Netherton, R. D. (1979). Environmental Conservation and Historic Preservation Through Recorded Land-Use Agreements. *Real Property, Probate and Trust Journal*, 14(3) 540-580.
- Neto, F. (2003, August). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. *Natural resources forum*, 27(3), 212-222. DOI: 10.1111/1477-8947.00056
- Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (2013). *Natural area tourism: Ecology, impacts and management*, 58. Channel View Publications.
- Nicholas, L., & Thapa, B. (2010). Visitor perspectives on sustainable tourism development in the pitons management area world heritage site, St. Lucia. *Environment, Development and Sustainability*, 12, 839-857. DOI: 10.1007/s10668-009-9227-y
- Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: The Pitons management area, st. Lucia. *Annals of tourism research*, 36(3), 390-412.  
DOI: 10.1016/j.annals.2009.03.005
- Nimsai, S., Yoopetch, C., & Lai, P. (2020). Mapping the knowledge base of sustainable supply chain management: A bibliometric literature review. *Sustainability*, 12(18), 7348. DOI: 10.3390/su12187348
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377. DOI: 10.3390/su11051377
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of tourism research*, 39(1), 243-268. DOI: 10.1016/j.annals.2011.05.006

- Obradović, S., Stojanović, V., Tešin, A., Šećerov, I., Pantelić, M., & Dolinaj, D. (2023). Memorable Tourist Experiences in National Parks: Impacts on Future Intentions and Environmentally Responsible Behavior. *Sustainability*, 15(1), 547. DOI: 10.3390/su15010547
- OECD (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*, OECD Publishing. DOI: 10.1787/6b47b985-en.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of travel research*, 46(2), 119-132. DOI: 10.1177/0047287507304039
- Oh, H., & Parks, S. C. (1996). Customer satisfaction and service quality: a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry. *Hospitality Research Journal*, 20(3), 35-64. DOI: 10.1177/109634809602000303
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed., eBook). Routledge. DOI: 10.4324/9781315700892
- Oliver, R. L. (2010). Customer satisfaction. *Wiley international encyclopedia of marketing*. DOI: 10.1002/9781444316568.wiem03008
- Oliver, R. L. (2006). Customer satisfaction research. *The handbook of marketing research: Uses, misuses, and future advances*, 1, 569-587.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. (1st ed.).The McGraw-Hill Companies.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469. DOI: 10.1177/002224378001700405
- Orams, M. B. (2001). Types of Ecotourism. In Weaver, D. B. (Ed.), *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 23-36). Cabi Publishing. DOI: 10.1079/9780851993683.0023
- Oriade, A., & Schofield, P. (2019). An examination of the role of service quality and perceived value in visitor attraction experience. *Journal of destination marketing & management*, 11, 1-9. DOI: 10.1016/j.jdmm.2018.10.002
- Ostertagova, E., Ostertag, O., & Kováč, J. (2014). Methodology and application of the Kruskal-Wallis test. In *Applied mechanics and materials*, 611, (pp. 115-120). DOI:10.4028/www.scientific.net/AMM.611.115
- Otto, J. E., & Ritchie, J. B. (1996). The service experience in tourism. *Tourism management*, 17(3), 165-174. DOI: 10.1016/0261-5177(96)00003-9
- Oviedo-García, M. Á., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., & Orgaz-Agüera, F. (2019). Tourism in protected areas and the impact of servicescape on tourist satisfaction, key in sustainability. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 74-83. DOI: 10.1016/j.jdmm.2019.02.005
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19 (2), 128-143. DOI: 10.1080/10645578.2016.1144023
- Pandža Bajs, I. (2015). Tourist perceived value, relationship to satisfaction, and behavioral intentions: The example of the Croatian tourist destination Dubrovnik. *Journal of Travel Research*, 54(1), 122-134. DOI: 10.1177/0047287513513158
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50. DOI: 10.1177/002224298504900403



- Park prirode Lonjsko polje (službena web stranica), URI: <https://pp-lonjsko-polje.hr/vrijednosti-parka/prirodne-vrijednosti/zivotinjski-svijet/> (4.10.2022.);  
URI: <https://pp-lonjsko-polje.hr/za-posjetitelje/vikend-obiteljski-programi/> (13.1.2023.);
- Park prirode Papuk (službena web stranica), URI: <https://www.pp-papuk.hr/o-nama/> (14.2.2023.)  
URI: <https://www.pp-papuk.hr/o-nama/o-parku/> (25.1.2023.)
- Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje (službena web stranica), URI: <https://www.pp-zumberak-samoborsko-gorje.hr> (1.2.2023.)
- Parkovi Hrvatske (službena web stranica), URI: <https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-lonjsko-polje> (12.10.2022.); URI: <https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-zumberak-samoborsko-gorje> (2.2.2023.)
- Parrilla, J. C., Font, A. R., & Nadal, J. R. (2007). Accommodation determinants of seasonal patterns. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 422-436. DOI: 10.1016/j.annals.2006.10.002
- Parson, E. A., Haas, P. M., & Levy, M. A. (1992). A summary of the major documents signed at the Earth Summit and the Global Forum. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 34(8), 12-36. DOI: 10.1080/00139157.1992.9931468
- Partnerships in Environmental Management for the Seas of East Asia (službena web stranica Partnerstva u upravljanju okolišem za mora istočne Azije), URI: <http://www.pemsea.org/> (26.10.2020.)
- Passafaro, P., Cini, F., Boi, L., D'Angelo, M., Heering, M. S., Luchetti, L., Mancini, A., Martemucci, V., Pacella, G., Patrizi, F., Sassu, F., & Triolo, M. (2015). The “sustainable tourist”: Values, attitudes, and personality traits. *Tourism and hospitality research*, 15(4), 225-239. DOI: 10.1177/1467358415576086
- Passafaro, P. (2020). Attitudes and tourists’ sustainable behavior: An overview of the literature and discussion of some theoretical and methodological issues. *Journal of Travel Research*, 59(4), 579-601. DOI: 10.1177/0047287519851171
- Paunović, I., & Jovanović, V. (2017). Implementation of sustainable tourism in the German Alps: A case study. *Sustainability*, 9(2), 226. DOI: 10.3390/su9020226
- Pearce, J., & Dowling, R. (2019). Monitoring the quality of the visitor experience: An evolutionary journey. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 25, 87-90. DOI: 10.1016/j.jort.2017.12.002
- Pearce, P. L., & Zare, S. (2017). The orchestra model as the basis for teaching tourism experience design. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30, 55-64. DOI: 10.1016/j.jhtm.2017.01.004
- Pearce, D. G. (1992). Alternative tourism: Concepts, classifications, and questions. In Smith, V. L., & Eadington, W. R. (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (15-30). University of Pennsylvania Press. DOI: 10.9783/9781512807462-005
- Pearce, D. G. (1985). Tourism and environmental research: A review. *International Journal of Environmental Studies*, 25(4), 247-255. DOI: 10.1080/00207238508710233
- Pekarik, A. J., Doering, Z. D., & Karns, D. A. (1999). Exploring satisfying experiences in museums. *Curator: The Museum Journal*, 42(2), 152-173. DOI: 10.1111/j.2151-6952.1999.tb01137.x
- Pérez Campdesuñer, R., García Vidal, G., Sánchez Rodríguez, A., & Martínez Vivar, R. (2017). Structural equation model: influence on tourist satisfaction with destination attributes. *Tourism and Hospitality Management*, 23(2), 219-233. DOI: 10.20867/thm.23.2.2
- Petrić, L., & Mandić, A. (2021). Governance and management of protected natural areas in the era of overtourism. In Mandić, A., & Petrić, L. (Eds.), *Mediterranean protected areas in the era of overtourism*, (pp. 15-44). Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-030-69193-6\_2

- Petrić, L., & Mandić, A. (2014). Visitor management tools for protected areas focused on sustainable tourism development: the Croatian experience. *Environmental Engineering and Management Journal*, 13(6), 1483-1495.
- Petrović, M. D., Pavić, D., Marković, S. B., Mészáros, M., & Jovičić, A. (2016). Comparison and estimation of the values in wetland areas: a study of Ramsar sites Obedska bara (Serbia) and Lonjsko polje (Croatia). *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 11(2), 367-380. URI: <https://dais.sanu.ac.rs/123456789/1083>
- Phillips, A. (2003). Turning Ideas on Their Head: The New Paradigm For Protected Areas. *The George Wright Forum*, 20(2), 8–32. URI: <https://www.jstor.org/stable/43599027>
- Pickering, C., Rossi, S. D., Hernando, A., & Barros, A. (2018). Current knowledge and future research directions for the monitoring and management of visitors in recreational and protected areas. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 21, 10-18. DOI: 10.1016/j.jort.2017.11.002
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2014). A leader's guide to innovation in the experience economy. *Strategy & Leadership*, 42(1), 24-29. DOI: 10.1108/SL-09-2013-0073
- Pine, B. J., Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Piriyapada, S., & Wang, E. (2015). Modeling willingness to pay for coastal tourism resource protection in Ko Chang Marine National Park, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(5), 515-540. DOI: 10.1080/10941665.2014.904806
- Pizam, A., Shapoval, V., & Ellis, T. (2016). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises: a revisit and update. *International journal of contemporary hospitality management*. DOI: 10.1108/IJCHM-04-2015-0167
- Pizam, A., & Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International journal of contemporary hospitality management*. DOI: 10.1108/09596119910293231
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of travel research*, 16(4), 8-12. DOI: 10.1177/004728757801600402
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of tourism Research*, 5(3), 314-322. DOI: 10.1016/0160-7383(78)90115-9
- Pomeranz, E. F., & Stedman, R. C. (2020). Measuring good governance: piloting an instrument for evaluating good governance principles. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 22(3), 428-440. DOI: 10.1080/1523908X.2020.1753181
- Porritt, J. (2007). *Capitalism as if the World Matters*. Earthscan. DOI: 10.4324/9781849770675
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2013). The role of interpretative tour guiding in sustainable destination management: A comparison between guided and nonguided tourists. *Journal of Travel Research*, 52(5), 659-672. DOI: 10.1177/0047287513478496
- Powers, A. (2012). The Rio+ 20 process: forward movement for the environment?. *Transnational Environmental Law*, 1(2), 403-412. DOI: 10.1017/S2047102512000179
- Prandecki, K. (2017). Common goods and Sustainable development. *European Journal of Sustainable Development*, 6(3), 155-155. DOI: 10.14207/ejsd.2017.v6n3p155
- Prato, T., & Fagre, D. B. (2020). Protected Area Management. In Wang, Y. (Ed.), *Landscape and Land Capacity* (2nd ed.), (pp. 69-73). CRC Press. DOI: 10.1201/9780429445552

- Prato, T., & Fagre, D. B. (2014). Protected area management. In Wang, Y. (Ed.), *Encyclopedia of Natural Resources* (pp. 385-388). CRC Press. DOI: 10.1081/E-ENRL-120048426
- Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove Parka prirode Lonjsko polje (na snazi od 1.3.2022.).
- Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove "Park prirode Papuk" (na snazi od 5.2.2021.).
- Pravilnik o unutarnjem ustrojstvu Javne ustanove „Park prirode Žumberak - Samoborsko gorje“ (na snazi od 4.3.2022.).
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41–54. DOI:10.1177/0047287515620567
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 118-127. DOI: 10.1016/j.jdmm.2013.05.001
- Prebensen, N. K., Woo, E., Chen, J. S., & Uysal, M. (2013). Motivation and involvement as antecedents of the perceived value of the destination experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253-264. DOI:10.1177/0047287512461181.
- Prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk,  
URI: [https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Prostorno/Planovi/PPPPPapuk/PPPPapuk-JR//06\\_Sustav\\_posjecivanja\\_PP.pdf](https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages//dokumenti/Prostorno/Planovi/PPPPPapuk/PPPPapuk-JR//06_Sustav_posjecivanja_PP.pdf) (13.2.2023.)
- Pulido-Fernández, J. I., Román, J. L. D., Cárdenas-García, P. J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2022). La fiscalidad como estímulo para la sostenibilidad en destinos turísticos maduros. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 681-697.
- Qiang, M. (2020). Does climate drive tourism seasonality in cultural destinations? A comparative study. *Current Issues in Tourism*, 23(22), 2756-2761. DOI: 10.1080/13683500.2019.1705769
- Qu, H., & Li, I. (1997). The characteristics and satisfaction of mainland Chinese visitors to Hong Kong. *Journal of Travel Research*, 35(4), 37-41. DOI: 10.1177/004728759703500406
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.  
DOI: doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4
- Ragavan, N. A., Subramonian, H., & Sharif, S. P. (2014). Tourists' perceptions of destination travel attributes: An application to International tourists to Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 403-411. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.07.309
- Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism management*, 52, 110-122. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.06.010
- Ramos, L. M., & Sol Murta, F. (2022). Tourism seasonality management strategies—what can we learn from payment data. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. DOI: 10.1108/JHTI-12-2021-0337
- Ramzy, O., El Bedawy, R., Anwar, M., & Eldahan, O. H. (2019). Sustainable development & good governance. *European Journal of Sustainable Development*, 8(2), 125-125.  
DOI: 10.14207/ejsd.2019.v8n2p125
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.10.
- Raspor, S. (2012). *Multivarijatna statistička analiza zadovoljstva klijenta u hotelskoj industriji* [Doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija].



- Ratknić, T., & Milovanović, J. (2016). Medicinal herbs as part of the development of sustainable tourism in nature park "Stara planina". *Economics of Agriculture* 63(3), 847-860.
- Ratna, R. V. (2019). Economic analysis of health impacts in developing countries.  
DOI: 10.1016/B978-0-12-409548-9.10939-X
- Redclift, M. (1993). Sustainable development: needs, values, rights. *Environmental values*, 2(1), 3-20.  
DOI:10.3197/096327193776679981
- Redcliff, M. (1987). *Sustainable Development: Exploring the Contradictions* (1st ed.). Routledge.  
DOI:10.4324/9780203408889
- Reitze Jr, A. W. (1989). Environmental Policy-It Is Time for a New Beginning. *Columbia Journal of Environmental Law*, 14(11), 111-156.
- Reyes Vélez, P. E., Pérez Naranjo, L. M., & Rodríguez Zapatero, M. (2019). The impact of daily tour service quality on tourist satisfaction and behavioural intentions in an island context: a study on tours to Isla de la Plata, Ecuador. *Current Issues in Tourism*, 22(19), 2337-2341.  
DOI: 10.1080/13683500.2018.1505835
- Reynisdottir, M., Song, H., & Agrusa, J. (2008). Willingness to pay entrance fees to natural attractions: An Icelandic case study. *Tourism Management*, 29(6), 1076-1083. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.02.016
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Straub, D. W. (2012). Editor's comments: A Critical Look at the Use of PLS-SEM in MIS Quarterly. *MIS Quarterly*, 36(1), iii-xiv. DOI: 10.2307/41410402
- Ritchie, J. B., Tung, V. W. S., & Ritchie, R. J. (2011). Tourism experience management research: Emergence, evolution and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 419-438. DOI: 10.1108/09596111111129968
- Roberts, R. M., Jones, K. W., Seidl, A., Ek, A., & Smith, H. (2017). Conservation finance and sustainable tourism: the acceptability of conservation fees to support the Tambopata National Reserve, Peru. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1353-1366. DOI: 10.1080/09669582.2016.1257630
- Rodger, K., Taplin, R. H., & Moore, S. A. (2015). Using a randomised experiment to test the causal effect of service quality on visitor satisfaction and loyalty in a remote national park. *Tourism Management*, 50, 172-183. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.01.024
- Rodger, K., Moore, S. A., & Taplin, R. (2012). *Visitor satisfaction, loyalty and protected areas: a review and the future*. Murdoch University. URI: <http://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/16887>
- Rodríguez, R. A., López, A. G., & Caballero, J. L. J. (2017). Has implementing an ecolabel increased sustainable tourism in Barcelona?. *Cuadernos de turismo*, 93-134. DOI: 10.6018/turismo.40.309631
- Rodríguez, J. R. O., Parra-López, E., & Yanes-Estévez, V. (2008). The sustainability of island destinations: Tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife. *Tourism management*, 29(1), 53-65. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.04.007
- Romeril, M. (1989). Tourism and the environment—accord or discord?. *Tourism management*, 10(3), 204-208. DOI: 10.1016/0261-5177(89)90073-3
- Romeril, M. (1985). Tourism and the environment—towards a symbiotic relationship: (Introductory paper). *International Journal of Environmental Studies*, 25(4), 215-218.  
DOI:10.1080/00207238508710228
- Ross, S., & Wall, G. (1999). Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism management*, 20(1), 123-132. DOI: 10.1016/S0261-5177(98)00098-3
- Rudihartmann. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure studies*, 5(1), 25-33.  
DOI:10.1080/02614368600390021

- Ruhanen, L., Moyle, C. L., & Moyle, B. (2019). New directions in sustainable tourism research. *Tourism Review*, 74(2), 138-149. DOI:10.1108/TR-12-2017-0196
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. L. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535. DOI:10.1080/09669582.2014.978790
- Saayman, M., Li, G., Uysal, M., & Song, H. (2018). Tourist satisfaction and subjective well-being: An index approach. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 388-399. DOI: 10.1002/jtr.2190
- Sæþórsdóttir, A. D., & Hall, C. M. (2020). Visitor satisfaction in wilderness in times of overtourism: A longitudinal study. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 123-141. DOI: 10.1080/09669582.2020.1817050
- Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E. C., Caroli, P., Thakuri, S., & Tartari, G. (2013). Multiple Carrying Capacities from a management-oriented perspective to operationalize sustainable tourism in protected areas. *Journal of Environmental Management*, 128, 116-125. DOI: 10.1016/j.jenvman.2013.04.043
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In Homburg, C., Klarmann, M., & Vomberg, A. (Eds.), *Handbook of market research* (pp. 587-632). Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-319-57413-4\_15
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson education.
- Scheppard, D., & Steiner, A. (2007). Foreword. In Bushell, R., & Eagles, P. F. J. (Eds.), *Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries: The Vth IUCN World Parks Congress* (pp. xii-xiii). Cabi.
- Schliephack, J., Moyle, B., & Weiler, B. (2013). Visitor expectations of contact with staff at a protected site. *Annals of Leisure Research*, 16(2), 160-174. DOI: 10.1080/11745398.2013.796908
- Schmitt, B. (2011). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends® in Marketing*, 5(2), 55-112. DOI:10.1561/17000000027
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67. DOI: 10.1362/026725799784870496
- Schultz, M., Tyrrell, T. D., & Ebenhard, T. (2016). *The 2030 Agenda and Ecosystems-A discussion paper on the links between the Aichi Biodiversity Targets and the Sustainable Development Goals*. SwedBio at Stockholm Resilience Centre.
- Scott, D., Peeters, P., & Gössling, S. (2010). Can tourism deliver its "aspirational" greenhouse gas emission reduction targets?. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 393-408. DOI: 10.1080/09669581003653542
- Seetaram, N., Song, H., Ye, S., & Page, S. (2018). Estimating willingness to pay air passenger duty. *Annals of Tourism Research*, 72, 85-97. DOI: 10.1016/j.annals.2018.07.001
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach (7th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Senbeto, D. L., & Hon, A. H. (2019). A dualistic model of tourism seasonality: Approach-avoidance and regulatory focus theories. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(5), 734-753. DOI:10.1177/1096348019828446
- Sgroi, F. (2020). Forest resources and sustainable tourism, a combination for the resilience of the landscape and development of mountain areas. *Science of the Total environment*, 736, 139539. DOI:10.1016/j.scitotenv.2020.139539

- Shamsub, H., & Lebel, L. (2012). Identifying tourists with sustainable behaviour: A study of international tourists to Thailand. *Journal of Environmental Management & Tourism (De Gruyter Open)*, 3(1). DOI:10.2478/v10260-012-0003-z
- Shanka, T., & Taylor, R. (2013). An investigation into the perceived importance of service and facility attributes to hotel satisfaction. In *Current Issues and Development in Hospitality and Tourism Satisfaction* (pp. 119-134). Routledge. DOI: 10.4324/9780203050477
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of sustainable tourism*, 28(11), 1932-1946. DOI: 10.1080/09669582.2020.1779732
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?* (1st ed.). Earthscan.
- Sharpley, R. (2005). Tourism and the environment. In Pender, L., & Sharpley, R. (Eds.), *The management of tourism* (pp. 259-274). Sage.
- Shogren, J. F. (2005). Experimental methods and valuation. *Handbook of environmental economics*, 2, 969-1027. DOI: 10.1016/S1574-0099(05)02019-X
- Shultis, J. D., & Way, P. A. (2006). Changing conceptions of protected areas and conservation: linking conservation, ecological integrity and tourism management. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 223-237. DOI: 10.1080/09669580608669056
- Sirikudta, S., Archarungroj, P., & Sirisuthikul, V. (2019). Sustainable Creative Tourism for Fulfilling the Gap between Tourists' Expectation and Perception towards Tourism Routes in the Upper Greater Mekong Subregion. *International Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 5(2), 43-53. DOI:10.20469/ijhss.5.10001-2
- Služba za zaštićena područja (Uprava za zaštitu prirode, MINGOR), dobiveni primarni podaci.
- Smith, V. L., & Eadington, W. R. (1992). Introduction: The Emergence of Alternative Forms of Tourism. In Smith, V. L., & Eadington, W. R. (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (pp. 1-12). University of Pennsylvania Press. DOI:doi.org/10.9783/9781512807462
- Smolčić Jurdana, D., & Soldić Frleta, D. (2017). Satisfaction as a determinant of tourist expenditure. *Current Issues in Tourism*, 20(7), 691-704. DOI: 10.1080/13683500.2016.1175420
- Snyman, S., & Bricker, K. S. (2019). Living on the edge: Benefit-sharing from protected area tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(6), 705-719. DOI: 10.1080/09669582.2019.1615496
- Soeteman, L., van Exel, J., & Bobinac, A. (2017). The impact of the design of payment scales on the willingness to pay for health gains. *The European Journal of Health Economics*, 18, 743-760. DOI: 10.1007/s10198-016-0825-y
- Soldić Frleta, D., & Smolčić Jurdana, D. (2018). Seasonal variation in urban tourist satisfaction. *Tourism Review*, 73(3), 344-358. DOI: 10.1108/TR-09-2017-0148
- Solís-Radilla, M. M., Hernández-Lobato, L., Callarisa-Fiol, L. J., & Pastor-Durán, H. T. (2019). The Importance of Sustainability in the Loyalty to a Tourist Destination through the Management of Expectations and Experiences. *Sustainability*, 11(15), 4132. DOI: 10.3390/su11154132
- Song, H., Van der Veen, R., Li, G., & Chen, J. L. (2012). The Hong Kong tourist satisfaction index. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 459-479. DOI: 10.1016/j.annals.2011.06.001
- Sotirov, M., Bastrup-Birk, A., & Blum, M. (2017). *Natura 2000 and forests: Assessing the state of implementation and effectiveness. What science can tell us 7*. European Forest Institute.
- Sørensen, F., & Grindsted, T. S. (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Annals of Tourism Research*, 91, 103307. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103307

- Spenceley, A., & Snyman, S. (2017). Protected area tourism: Progress, innovation and sustainability. *Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 3-7. DOI: 10.1177/1467358416646646
- Spenceley, A. (2008). Tourism and Poverty Alleviation: Lessons from Southern Africa. In McCool, S. F., & Moisey, R. N. (Eds.), *Tourism, recreation, and sustainability: Linking culture and the environment, second edition* (pp. 197-219). CABI Publishing.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism management*, 24(1), 35-43. DOI: 10.1016/S0261-5177(02)00047-X
- Sternberg, E. (1997). The iconography of the tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 951-969. DOI: 10.1016/S0160-7383(97)00053-4
- Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2021). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100408. DOI: 10.1016/j.jdmm.2019.100408
- Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2022). Memorable nature-based tourism experience, place attachment and tourists' environmentally responsible behaviour. *Journal of Ecotourism*, 1-24. DOI:10.1080/14724049.2022.2091581
- Stojanović, V. (2011). *Turizam I održivi razvoj*. Univerzitet u Novom Sadu, Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
- Strategija i akcijski plan zaštite prirode Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. do 2025. godine (NN 72/2017), ELI: /eli/sluzbeni/2017/72/1712
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism management*, 45, 260-274. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.05.006
- Subade, R. F., & Francisco, H. A. (2014). Do non-users value coral reefs?: Economic valuation of conserving Tubbataha Reefs, Philippines. *Ecological Economics*, 102, 24-32. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2014.03.007
- Suhartanto, D., & Triyuni, N. (2016). Tourist loyalty toward shopping destination: the role of shopping satisfaction and destination image. *European Journal of Tourism Research*, 13, 84-102. DOI: 10.54055/ejtr.v13i.233
- Sun, K. A., & Kim, D. Y. (2013). Does customer satisfaction increase firm performance? An application of American Customer Satisfaction Index (ACSI). *International journal of hospitality management*, 35, 68-77. DOI: 10.1016/j.ijhm.2013.05.008
- Sundseth, K. (2020). *The new European Green Deal. Natura 2000, Nature and biodiversity newsletter, February 2020*. European Commission, DG Environment
- Sundseth, K. (2014). *The EU Birds and Habitats Directives For nature and people in Europe*. European Commission, DG Environment.
- Sundseth, K., & Creed, P. (2008). *Natura 2000: protecting Europe's biodiversity*. Luxembourg: European Commission.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Cabi.
- Szymanska, E. (2013). Implementation of sustainable tourism concept by the tourists visiting national parks. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 1(1), 64.
- Štetić, S. (2012). Specific features of rural tourism destinations management. *Journal of Settlements and Spatial Planning*, 1(Special Issue), 131-137.

- Štrba, Ľ., Kolačkovská, J., Kršák, B., Sidor, C., & Lukáč, M. (2022). Perception of the impacts of tourism by the administrations of protected areas and sustainable tourism (un)development in Slovakia. *Sustainability*, 14(11), 6696. DOI: 10.3390/su14116696
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of tourism research*, 41, 153-174. DOI: 10.1016/j.annals.2012.12.002
- Tanguay, G. A., Rajaonson, J., & Therrien, M. C. (2013). Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of sustainable Tourism*, 21(6), 862-879. DOI: 10.1080/09669582.2012.742531
- Taplin, R. H., Rodger, K., & Moore, S. A. (2016). A method for testing the effect of management interventions on the satisfaction and loyalty of national park visitors. *Leisure Sciences*, 38(2), 140-160. DOI: 10.1080/01490400.2015.1077178
- Telbisz, T., Imecs, Z., Máthé, A., & Mari, L. (2023). Empirical investigation of the motivation and perception of tourists visiting the Apuseni nature park (Romania) and the relationship of tourism and natural resources. *Sustainability*, 15(5), 4181. DOI: 10.3390/su15054181
- Telfer, D. J., & Hashimoto, A. (2006). Resource management: social, cultural, physical environment and the optimization of impacts. In Buhalis, D. & Costa, C. (Eds.), *Tourism Management Dynamics* (pp. 169-178). Routledge. DOI:10.4324/9780080455907
- Thapa, B., & Lee, J. (2017). Visitor experience in Kafue National Park, Zambia. *Journal of Ecotourism*, 16(2), 112-130. DOI: 10.1080/14724049.2016.1245737
- Thomas, L., & Middleton, J. (2003). *Guidelines for management planning of protected areas*, 10. International Union for Conservation of Nature.
- Thøgersen, J., & Ölander, F. (2002). Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study. *Journal of economic psychology*, 23(5), 605-630. DOI: 10.1016/S0167-4870(02)00120-4
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism?. *Sustainable Development*, 17(4), 220-232. DOI: 10.1002/sd.384
- Tisdell, C. (2006). Valuation of tourism's natural resources. In Dwyer, L. & Forsyth, P. (Eds.), *International handbook on the economics of tourism* (pp. 359-379). Edward Edgar publishing Limite. DOI:10.4337/9781847201638.00028
- Tonge, J., Moore, S. A., & Taplin, R. (2011). Visitor satisfaction analysis as a tool for park managers: A review and case study. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 289-303. DOI: 10.1080/11745398.2011.639339
- Tosun, C., Dedeoğlu, B. B., & Fyall, A. (2015). Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(4), 222-234. DOI: 10.1016/j.jdmm.2015.08.002
- Triarchi, E., & Karamanis, K. (2017). The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background. *Business & Entrepreneurship Journal*, 6(1), 39-59. DOI: 10.5296/wjbm.v3i1.11198
- Tribe, J., & Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism management*, 19(1), 25-34. DOI: 10.1016/S0261-5177(97)00094-0
- Trišić, I., Nechita, F., Milojković, D., & Štetić, S. (2023). Sustainable Tourism in Protected Areas—Application of the Prism of Sustainability Model. *Sustainability*, 15(6), 5148. DOI: 10.3390/su15065148
- Truong, T. L. H., Lenglet, F., & Mothe, C. (2018). Destination distinctiveness: Concept, measurement, and impact on tourist satisfaction. *Journal of destination marketing & management*, 8, 214-231. DOI: 10.1016/j.jdmm.2017.04.004



- Truong, T. H., & Foster, D. (2006). Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism management*, 27(5), 842-855.  
DOI: 10.1016/j.tourman.2005.05.008
- Tsartas, P., & Sarantakou, E. (2017). Tourism Resources. In: Lowry, L. (ed.), *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. SAGE Publications, Inc. DOI:10.4135/9781483368924
- Tsartas, P., Despotaki, G., & Sarantakou, E. (2015). New trends for tourism products: The issue of tourism resources. *Journal of Tourism Research*, 10(1), 191-200.
- Tsaur, S. H., Chiu, Y. T., & Wang, C. H. (2007). The visitors behavioral consequences of experiential marketing: An empirical study on Taipei Zoo. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(1), 47-64.  
DOI: 10.1300/J073v21n01\_04
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of tourism research*, 38(4), 1367-1386. DOI: 10.1016/j.annals.2011.03.009
- Turner, L. W., Reisinger, Y. V., & McQuilken, L. (2002). How cultural differences cause dimensions of tourism satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 11(1), 79-101.  
DOI: 10.1300/J073v11n01\_05
- Tussyadiah, I. P., & Zach, F. J. (2012). The role of geo-based technology in place experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 780-800. DOI: 10.1016/j.annals.2011.10.003
- Udo, V. E., & Jansson, P. M. (2009). Bridging the gaps for global sustainable development: A quantitative analysis. *Journal of Environmental Management*, 90(12), 3700-3707.  
DOI: 10.1016/j.jenvman.2008.12.020
- UN (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations.
- UN (2012). *The future we want, Outcome document of the United Nations Conference on Sustainable Development*. Rio de Janeiro, Brazil, 20–22 June 2012. United Nations.
- UN (službena web stranica United Nations), URI: <http://www.un.org/geninfo/bp/enviro.html> (19.9.2018.)
- UN System Staff College (službena web stranica), Knowledge Centre for Sustainable Development Portfolio, URI: <https://www.unssc.org/featured-themes/unssc-knowledge-centre-sustainable-development> (27.5.2019.)
- UN Environment Programme (službena web stranica), URI: <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/world-met-target-protected-area-coverage-land-quality-must-improve>
- UNDP (1994). *Agenda 21, The United Nations Programme of Action from Rio*. United Nation Reproduction.
- UNEP-WCMC & IUCN, Protected Planet Report 2020 (službena web stranica)  
URI: <https://livereport.protectedplanet.net/chapter-1> (14.7.2021.)
- UNEP-WCMC (2018). 2018 United Nations List of Protected Areas. Supplement on protected area management effectiveness. United Nations Environment Programme World Conservation Monitoring Centre. URI: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/33388>
- UNEP-WCMC, IUCN & NGS (2018). *Protected Planet Report 2018*. United Nations Environment Programme World Conservation Monitoring Centre, International Union for Conservation of Nature & National Geographic Society.
- UNEP-WCMC & IUCN (2016): *Protected Planet Report 2016*. United Nations Environment Programme World Conservation Monitoring Centre & International Union for Conservation of Nature.
- UNEP/CBD/COP (2010): Decision adopted by the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity at its Tenth Meeting, X/2. *The Strategic Plan for Biodiversity 2011-2020 and the Aichi*

- Biodiversity Targets*. Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity & United Nations Environment Programme.
- UNEP/CBD/COP (2004). Decision adopted by the Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity at its Seventh Meeting, VII/28. *Protected areas (Articles 8 (a) to (e))*. Conference of the Parties to the Convention on Biological Diversity & United Nations Environment Programme
- UNEP & UNWTO (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme & World Tourism Organization.
- URI: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/8741>
- UNESCO (službena web stranica), URI: <https://whc.unesco.org/en/tentativelists/5646/> (14.4.2020.)
- UNWTO (2021). *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. World Tourism Organization. DOI:10.18111/9789284422456.
- UNWTO (2013). *Sustainable Tourism for Development, Guidebook - Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*. World Tourism Organization. DOI:10.18111/9789284415496
- UNWTO (2011). *Policy and Practice for Global Tourism*. World Tourism Organization. DOI: 10.18111/9789284413799
- UNWTO (2010). *Joining Forces – Collaborative Processes for Sustainable and Competitive Tourism*. World Tourism Organization. DOI: 10.18111/9789284413348
- UNWTO, UNEP & WMO (2008). *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*. World Tourism Organization & United Nations Environment Programme. DOI: 10.18111/9789284412341
- UNWTO Tourism Dashboard, URI: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (5.5.2022.)
- Uprava za zaštitu prirode, MINGOR, dobiveni primarni podaci.
- Uredba Vlade RH o ekološkoj mreži i nadležnostima javnih ustanova za upravljanje područjima ekološke mreže (NN, 80/19), ELI: /eli/sluzbeni/2019/80/1669
- Uredba Vlade RH o ekološkoj mreži (NN 124/13), ELI: /eli/sluzbeni/2013/124/2664
- Uredba Vlade RH o izmjenama uredbe o ekološkoj mreži (NN 105/15), ELI: /eli/sluzbeni/2015/105/2052
- Uredba Vlade RH o proglašenju ekološke mreže (NN 109/07), ELI: /eli/sluzbeni/2007/109/3182
- Uredba Vlade RH o osnivanju Javne ustanove Park prirode Papuk (NN 96/99), ELI: /eli/sluzbeni/1999/96/1622
- Uredba Vlade RH o osnivanju Javne ustanove „Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje“ (NN 96/1999), ELI: /eli/sluzbeni/1999/96/1621
- Usmonova, G., Alieva, D., & León, C. J. (2022). Yurt Invited: Combining Tourists and Stakeholders Perceptions of Sustainable Community-Based Tourism in Central Asia. *Sustainability*, 14(13), 7540. DOI: 10.3390/su14137540
- Valdivieso, J. C., Eagles, P. F., & Gil, J. C. (2015). Efficient management capacity evaluation of tourism in protected areas. *Journal of Environmental Planning and Management*, 58(9), 1544-1561. DOI:10.1080/09640568.2014.937479
- Van den Belt, M., Forgie, V., & Farley, J. (2011). Valuation of coastal ecosystem services. *Treatise on Estuarine and Coastal Science; Wolanski, E., McLusky, D., Eds*, 35-54. DOI: 10.1016/B978-0-12-374711-2.01203-1
- Van Hecke, T. (2012). Power study of anova versus Kruskal-Wallis test. *Journal of Statistics and Management Systems*, 15(2-3), 241-247. DOI: 10.1080/09720510.2012.10701623

- Vázquez de la Torre, G., Arjona Fuentes, J., & Hidalgo, L. (2013). Rural Tourism in Natural Parks in Andalusia: An Analysis of the Demand of the Tourist Consumer. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(1), 52-59. URI: <https://ssrn.com/abstract=2487798>
- Velmurugan, S., Thazhathethil, B. V., & George, B. (2021). A study of visitor impact management practices and visitor satisfaction at Eravikulam National Park, India. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(4), 463-479. DOI: 10.1016/j.ijgeop.2021.11.006
- Verčič, A. T., Sinčić, D., & Vokić, N. P. (2010). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. MEP.
- Veréb, V., & Azevedo, A. (2019). A quasi-experiment to map innovation perception and pinpoint innovation opportunities along the tourism experience journey. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 208-218. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.003
- Vespestad, M. K., & Lindberg, F. (2011). Understanding nature-based tourist experiences: An ontological analysis. *Current issues in tourism*, 14(6), 563-580. DOI: 10.1080/13683500.2010.513730
- Voelckner, F. (2006). An empirical comparison of methods for measuring consumers' willingness to pay. *Marketing letters*, 17, 137-149. DOI: 10.1007/s11002-006-5147-x
- Vranešević, T. (2000). *Upravljanje zadovoljstvom klijenata*. Golden Marketing.
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism management*, 36, 342-353. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.10.008
- Wall, G. (2018). Beyond sustainable development. *Tourism Recreation Research*, 43(3), 390-399. DOI:10.1080/02508281.2018.1475880
- Wall-Reinius, S., & Bäck, L. (2011). Changes in Visitor Demand: Inter-year comparisons of Swedish hikers' characteristics, preferences and experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(sup1), 38-53. DOI: 10.1080/15022250.2011.638207
- Wall-Reinius, S., & Fredman, P. (2007). Protected areas as attractions. *Annals of tourism research*, 34(4), 839-854. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.011>
- Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y. R., & Kwun, D. J. W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International journal of hospitality management*, 30(1), 10-21. DOI: 10.1016/j.ijhm.2010.03.008
- WCED (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. United Nations.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2017). A new visitation paradigm for protected areas. *Tourism Management*, 60, 140-146. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.11.018
- Weaver, D. (2008). *Ecotourism*, (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism management*, 28(5), 1168-1179. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.03.004
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and practice*. Butterworth-Heinemann Publications.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2002). Overnight ecotourist market segmentation in the Gold Coast hinterland of Australia. *Journal of travel research*, 40(3), 270-280. DOI: 10.1177/004728750204000305
- Weaver, D. B. (2002). The evolving concept of ecotourism and its potential impacts. *International Journal of Sustainable Development*, 5(3), 251-264. DOI: 10.1504/IJSD.2002.003753
- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism as mass tourism: Contradiction or reality?. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 42(2), 104-112. DOI: 10.1177/0010880401422010



- Weaver, D., & Oppermann, M. (2000). *Tourism management*. John Wiley and Sons.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. (1999). *Sustainable tourism: A critical analysis*. Cooperative Research Centre for Sustainable tourism.
- Weaver, D. B., Faulkner, H. W., & Lawton, L. (1999). *Nature-based tourism in Australia and beyond: A preliminary investigation*. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism.
- Weaver, D. B. (1995). Alternative tourism in Montserrat. *Tourism Management*, 16(8), 593-604. DOI:10.1016/0261-5177(95)00082-8
- Weaver, D. B. (1991). Alternative to mass tourism in Dominica. *Annals of tourism research*, 18(3), 414-432. DOI: 10.1016/0160-7383(91)90049-H
- Wehrli, R., Egli, H., Lutzenberger, M., Pfister, D., Schwarz, J., & Stettler, J. (2011). Is there demand for sustainable tourism? Study for the World Tourism Forum Lucerne 2011. *ITW Working Paper Series-Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern*. Institut für Tourismuswirtschaft.
- Wei, S., Ang, T., & Jancenelle, V. E. (2018). Willingness to pay more for green products: The interplay of consumer characteristics and customer participation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45, 230-238. DOI: 10.1016/j.jretconser.2018.08.015
- Wells, M. P. (1997). *Economic perspectives on nature tourism, conservation and development*, 55. Environment Department, World Bank.
- Whitelaw, P. A., King, B. E., & Tolkach, D. (2014). Protected areas, conservation and tourism—financing the sustainable dream. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(4), 584-603. DOI: 10.1080/09669582.2013.873445
- Whynes, D. K., Frew, E. J., & Wolstenholme, J. L. (2005). Willingness-to-pay and demand curves: a comparison of results obtained using different elicitation formats. *International Journal of Health Care Finance and Economics*, 5(4), 369-386. DOI: 10.1007/s10754-005-4014-2
- Williams, P., & Soutar, G. N. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of tourism research*, 36(3), 413-438. DOI: 10.1016/j.annals.2009.02.002
- Witt, B. (2019). Tourists' willingness to pay increased entrance fees at Mexican protected areas: A multi-site contingent valuation study. *Sustainability*, 11(11), 3041. DOI: 10.3390/su11113041
- Wolf, I. D., Stricker, H. K., & Hagenloh, G. (2015). Outcome-focused national park experience management: Transforming participants, promoting social well-being, and fostering place attachment. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 358-381. DOI: 10.1080/09669582.2014.959968
- Worboys, G. L. (2015). Concept, purpose and challenges. In Worboys, G. L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S., & Pulsford, I. (Eds.), *Protected Area Governance and Management* (pp. 9–42). ANU Press. DOI: 10.22459/PAGM.04.2015.02
- Worboys, G. L. (2015). Introduction. In Worboys, G. L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S., & Pulsford, I. (Eds.), *Protected Area Governance and Management* (pp. 1–8). ANU Press. DOI:10.22459/PAGM.04.2015.01
- Worboys, G. L. & Trzyna, T. (2015). Managing protected areas. In Worboys, G. L., Lockwood, M., Kothari, A., Feary, S., & Pulsford, I. (Eds.), *Protected Area Governance and Management* (pp. 207–250). ANU Press. DOI:10.22459/PAGM.04.2015.08
- Worboys, G., Lockwood, M., & De Lacy, T. (2001). *Protected Area Management: Principles and Practice*. Oxford University Press.
- World Database on Protected Areas, URI: <https://www.protectedplanet.net/en> (23.10.2020.)
- Worldwide Fund for Nature (službena web stranica Svjetskog fonda za prirodu), URI:<https://wwf.panda.org/> (26.10.2020.)

- Woosnam, K. M., Russell, Z., Ribeiro, M. A., Denley, T. J., Rojas, C., Hadjidakis, E., ... & Mower, J. (2022). Residents' pro-tourism behaviour in a time of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1858-1877. DOI: 10.1080/09669582.2021.1985128
- WTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook*. World Tourism Organization.
- WTO (1998). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. World Tourism Organization
- WTTC, WTO & Earth Council (1997). *Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry, Toward Environmentally Sustainable Development*. World Travel and Tourism Council.
- Xiao, J., Wang, M., & Gao, X. (2020). Valuing tourists' willingness to pay for conserving the non-use values of marine tourism resources: A comparison of three archipelagic tourism destinations in China. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 678-710. DOI: 10.1080/09669582.2020.1825455
- Xie, W., & Ma, Y. (2021). Tourism Resource Evaluation and Countermeasures Based on Network Communication and TOPSIS Algorithm. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021, 1-13. DOI: 10.1155/2021/8172282
- Xie, J. (2020). The economic determinants of tourism seasonality: A case study of the Norwegian tourism industry. *Cogent business & management*, 7(1), 1732111. DOI: 10.1080/23311975.2020.1732111
- Xu, F., & Fox, D. (2014). Modelling attitudes to nature, tourism and sustainable development in national parks: A survey of visitors in China and the UK. *Tourism Management*, 45, 142-158. DOI:10.1016/j.tourman.2014.03.005
- Xu, S., Kim, H. J., Liang, M., & Ryu, K. (2018). Interrelationships between tourist involvement, tourist experience, and environmentally responsible behavior: a case study of Nansha Wetland Park, China. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(7), 856-868. DOI: 10.1080/10548408.2018.1439429
- Yi, Y. (1990). A critical review of consumer satisfaction. *Review of marketing*, 4(1), 68-123.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.08.016
- Yoopetch, C. (2022). Sustainable Cultural Tourism and Community Development: The Perspectives of Residents' and the Application of Social Exchange Theory. *Journal of Urban Culture Research*, 24, 3-22. URI: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JUCR/article/view/259453>.
- Yoopetch, C., & Nimsai, S. (2019). Science mapping the knowledge base on sustainable tourism development, 1990–2018. *Sustainability*, 11(13), 3631. DOI: 10.3390/su11133631
- Yüksel, A., & Yüksel, F. (2008). Consumer satisfaction theories: a critical review. *Tourist satisfaction and complaining behavior: Measurement and management issues in the tourism and hospitality industry*, 65-88.
- Zakon o proglašenju Parka prirode Lonjsko polje (NN 11/1990), ELI: /eli/sluzbeni/1990/11/132
- Zakon o proglašenju Parka prirode Papuk (NN 45/1999), ELI: /eli/sluzbeni/1999/45/871
- Zakona o proglašenju Žumberka i Samoborskog gorja parkom prirode (NN 58/1999), ELI:/eli/sluzbeni/1999/58/1068
- Zakon o prostornom uređenju RH (NN 153/13, 65/17, 114/18, 39/19 i 98/19).
- Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13, 153/13, 78/15, 12/18, 118/18).
- Zakonu o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18, 14/19, 127/19)
- Zander, K. K., Saeteros, A., Orellana, D., Granda, V. T., Wegner, A., Izurietah, A., & Garnett, S. T. (2016). Determinants of tourist satisfaction with national park guides and facilities in the

- Galápagos. *International Journal of Tourism Sciences*, 16(1-2), 60-82.  
DOI: 10.1080/15980634.2016.1212596
- Zavod za prostorno planiranje i Zavod za prostorno uređenje Sisačko-moslavačke županije (2010). *Prostorni plan Parka prirode Lonjsko polje, Odredbe za provođenje plana* (knjiga I). Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva RH.
- Zavod za prostorno planiranje i Zavod za prostorno uređenje Sisačko-moslavačke županije (2010). *Prostorni plan Parka prirode Lonjsko polje, Obrazloženje plana* (knjiga II). Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva RH.
- Zavod za prostorno uređenje Požeško-slavonske županije i Hrvatski zavod za prostorni razvoj (2018). *Prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk, Odredbe za provedbu i grafički dio plana* (knjiga I). Ministarstvo graditeljstva i prostornoga uređenja RH.
- Zavod za prostorno uređenje Požeško-slavonske županije i Hrvatski zavod za prostorni razvoj (2018). *Prijedlog Prostornog plana Parka prirode Papuk, Obrazloženje plana* (knjiga II). Ministarstvo graditeljstva i prostornoga uređenja RH.
- Zavod za prostorno uređenje Zagrebačke županije, Urbanistički zavod Grada Zagreba i Hrvatski zavod za prostorni razvoj (2014). *Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, Odredbe za provedbu i grafički dio plana* (knjiga I). Ministarstvo graditeljstva i prostornoga uređenja RH.
- Zavod za prostorno uređenje Zagrebačke županije, Urbanistički zavod Grada Zagreba i Hrvatski zavod za prostorni razvoj (2014). *Prostorni plan Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje, Obrazloženje plana* (knjiga II). Ministarstvo graditeljstva i prostornoga uređenja RH.
- Zavod za zaštitu okoliša i prirode (službena web stranica), URI: <https://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/upravljanje-zasticenim-podrucjima/dokumenti-upravljanja> (17.1.2022.);  
URI: <https://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/proglasenje-zasticenih-podrucja> (17.1.2022.);  
URI: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/odrzivo-koristenje-prirodnih-dobara-i-ekoloska-mreza/ekoloska-mreza> (10.11.2020.);  
URI: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-rh> (3.11.2020.);  
URI: <http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja> (30.10.2020.)
- Zehrer, A., Crotts, J. C., & Magnini, V. P. (2011). The perceived usefulness of blog postings: An extension of the expectancy-disconfirmation paradigm. *Tourism management*, 32(1), 106-113.  
DOI: 10.1016/j.tourman.2010.06.013
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46. DOI: 10.1177/002224299606000203
- Zhang, X., Zhong, L., & Yu, H. (2022). Sustainability assessment of tourism in protected areas: A relational perspective. *Global Ecology and Conservation*, 35, e02074. DOI: 10.1016/j.gecco.2022.e02074
- Zhang, D., Xie, J., & Sikveland, M. (2021). Tourism seasonality and hotel firms' financial performance: Evidence from Norway. *Current Issues in Tourism*, 24(21), 3021-3039.  
DOI: 10.1080/13683500.2020.1857714
- Zhang, J., & Walsh, J. (2021). Tourist experience, tourist motivation and destination loyalty for historic and cultural tourists. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 28(4), 3277-3296.  
DOI: 10.47836/pjssh.28.4.43

- Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. *Sustainability*, 11(12), 3437. DOI: 10.3390/su11123437
- Zhu, J., Cheng, M., & Li, Z. (2021). Peer-to-peer accommodation experience and guest actual recommendations: A novel mixed-method approach. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100816. DOI: 10.1016/j.tmp.2021.100816
- Ziegler, J., Dearden, P., & Rollins, R. (2012). But are tourists satisfied? Importance-performance analysis of the whale shark tourism industry on Isla Holbox, Mexico. *Tourism management*, 33(3), 692-701. DOI: 10.1016/j.tourman.2011.08.004
- Zografos, C., & Allcroft, D. (2007). The environmental values of potential ecotourists: A segmentation study. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(1), 44-66. DOI: 10.2167/jost572.0
- Žabkar, V., Brenčič, M. M., & Dmitrović, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism management*, 31(4), 537-546. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.06.005

## POPIS TABLICA

- Tablica 1. Pokazatelji turizma na međunarodnoj razini prije i nakon pandemije
- Tablica 2. Konceptije alternativnog turizma
- Tablica 3. Prikaz odabranih definicija održivog razvoja turizma – održivog turizma
- Tablica 4. Prioritetna područja programa održivog turizma
- Tablica 5. Inicijative za primjenu održivog turizma u praksi
- Tablica 6. Pregled strategija i mjera za podupiranje održivog turizma
- Tablica 7. Dionici i njihove uloge u održivom turizmu
- Tablica 8. Udio zaštite kopnenih i morskih područja do 2020. godine
- Tablica 9. Primjeri doprinosa zaštićenih područja ciljevima održivog razvoja
- Tablica 10. Najpoznatije UNESCO liste zaštićenih područja
- Tablica 11. Ekološke mreže za zaštitu prirode
- Tablica 12. Četiri osnovna načina *governancea* zaštićenim područjima
- Tablica 13. IUCN načela *good governancea* zaštićenih područja
- Tablica 14. Menadžment u kontekstu zaštićenih područja
- Tablica 15. Potencijalne koristi turizma u zaštićenim područjima
- Tablica 16. Kategorije zaštićenih područja IUCN-a i njihov pristup upravljanja posjećivanjem
- Tablica 17. Dosadašnja istraživanja turizma u parkovima prirode
- Tablica 18. Korelacija između IUCN kategorizacije i kategorizacije zaštićenih područja u RH
- Tablica 19. Tipovi zaštićenih područja u okviru ekološke mreže Natura 2000
- Tablica 20. Međunarodne designacije zaštićenih područja
- Tablica 21. Broj posjeta u parkovima prirode (PP) i nacionalnim parkovima (NP) (2018. – 2021.)
- Tablica 22. Zaštićena područja unutar Parka prirode Lonjsko polje i uz njegovu granicu
- Tablica 23. Posjetiteljski centri (PC) Parka prirode Lonjsko polje
- Tablica 24. Zone Parka prirode Papuk
- Tablica 25. Zaštićena područja unutar Parka prirode Papuk
- Tablica 26. Temeljne vrijednosti Parka prirode Papuk
- Tablica 27. Posjetiteljska infrastruktura i sadržaji Parka Prirode Papuk
- Tablica 28. Zone Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje
- Tablica 29. Zaštićena područja unutar Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje
- Tablica 30. Osnovne vrijednosti Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje

- Tablica 31. Glavne aktivnosti i lokaliteti Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje
- Tablica 32. Odabrane definicije turističkih resursa
- Tablica 33. Klasifikacija prirodnih i društvenih turističkih resursa
- Tablica 34. Klasifikacija turističko resursne osnove
- Tablica 35. Definicije doživljaja općenito i u turističkom kontekstu
- Tablica 36. Četiri kategorije definicija doživljaja posjetitelja
- Tablica 37. Dimenzije doživljaja u području turizma
- Tablica 38. Teorije koncepta zadovoljstva klijenata
- Tablica 39. Temeljne razlike između pojedinih indeksa zadovoljstva klijenata
- Tablica 40. Razlike između koncepta zadovoljstvo i kvaliteta usluge i povezanih termina
- Tablica 41. Dimenzije zadovoljstva posjetitelja destinacijom
- Tablica 42. Varijable za mjerenje lojalnosti posjetitelja
- Tablica 43. Tehnike i metode SPM i RPM ekonomskog vrednovanja resursa
- Tablica 44. Prednosti i nedostaci metode ekonomskog vrednovanja okoliša SPM u odnosu na RPM
- Tablica 45. Dosadašnja istraživanja međuodnosa između promatranih konstrukata
- Tablica 46. Istraživačke hipoteze doktorskog rada
- Tablica 47. Prikaz i opis korištenih pristupa i metoda u istraživanju
- Tablica 48. Pripadnost parkova prirode međunarodnim mrežama
- Tablica 49. Lokaliteti terenskog prikupljanja podataka
- Tablica 50. Prednosti i nedostaci primijenjenih načina prikupljanja podataka
- Tablica 51. Struktura anketnog upitnika
- Tablica 52. Sociodemografski profil ispitanika i obilježja putovanja/boravka u parkovima prirode
- Tablica 53. Varijable i čestice kojima se ispituju obilježja putovanja i boravka posjetitelja
- Tablica 54. Čestice kojima se ocjenjuje važnost održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode
- Tablica 55. Čestice kojima se ocjenjuje zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode
- Tablica 56. Čestice kojima se ocjenjuje spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja
- Tablica 57. Čestice kojima se ocjenjuje spremnost plaćanja za jačanje održivosti turizma parkova prirode
- Tablica 58. Sociodemografska obilježja ispitanika
- Tablica 59. Smjernice za određivanje pouzdanosti s obzirom na vrijednosti koeficijenta Cronbach's alpha
- Tablica 60. Pouzdanost konstrukata mjernog instrumenta
- Tablica 61. Primijenjene metode statističke analize pri testiranju istraživačkih hipoteza
- Tablica 62. Sociodemografska obilježja ispitanika parkova prirode

- Tablica 63. Obilježja putovanja i boravka ispitanika u parkovima prirode
- Tablica 64. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode (VOR)
- Tablica 65. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode (ZP)
- Tablica 66. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode (SPPD)
- Tablica 67. Deskriptivna statistička analiza latentnog konstrukta *spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode* (SPOT)
- Tablica 68. Pokazatelji analize reflektivnog modela na razini konstrukata i indikatora
- Tablica 69. Rezultati provjere unakrsnih faktorskih opterećenja među indikatorima konstrukata
- Tablica 70. Razlike među konstruktima reflektivnog modela - vrijednosti Fornell-Larckerova kriterija
- Tablica 71. Razlike među konstruktima reflektivnog modela - vrijednosti Heterotrait-monotrait omjera
- Tablica 72. Prilagođenost formativnog modela - rezultati multikolinearnosti konstrukata nižeg reda
- Tablica 73. Doprinos konstrukata nižeg reda oblikovanju konstrukata višeg reda - izračun težišnih vrijednosti
- Tablica 74. Koeficijenti korelacije između formativnog konstrukata višeg reda i ostalih konstrukata modela
- Tablica 75. Prilagođenost strukturnog modela – rezultati multikolinearnosti konstrukata
- Tablica 76. Utvrđivanje veza između konstrukata prema definiranim hipotezama – procijenjeni izravni utjecaji parametara puta
- Tablica 77. Procijenjeni neizravni utjecaji parametara puta
- Tablica 78. Procijenjeni ukupni utjecaji parametara puta
- Tablica 79. Prediktivna snaga strukturnog modela – koeficijenti determinacije endogenih konstrukata
- Tablica 80. Prediktivna snaga strukturnog modela - koeficijenti veličine utjecaja nezavisnih na zavisne konstrukte
- Tablica 81. Procjena prediktivne valjanosti strukturnog modela izračunom  $Q^2$  koeficijenta
- Tablica 82. Kriteriji približne prilagođenosti strukturnog modela
- Tablica 83. Razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na pozitivnu percepciju posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode – rezultati Kruskal-Wallis testa i Medijan testa (H5-1)



Tablica 84. Razlike u spremnosti plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode s obzirom na njihovo zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode – rezultati Kruskal-Wallis testa i Medijan testa (H5-2)

Tablica 85. Pregled rezultata i testiranje hipoteza

## POPIS SLIKA

Slika 1. Uzroci pojave sezonalnosti u turizmu

Slika 2. Čimbenici koji su utjecali na pojavu alternativnog turizma

Slika 3. Modeli percepcije odnosa između ekonomije, društva i okoliša u kontekstu održivog razvoja

Slika 4. Međuodnos između okoliša, lokalne ekonomije i turizma

Slika 5. Pregled tri temeljna koncepta održivog turizma

Slika 6. Pokretači razvoja koncepcije održivog turizma

Slika 7. Preduvjeti uspješne primjene održivog turizma

Slika 8. Prikaz procesa razvijanja programa održivog turizma i uspostavljanje sustava upravljanja okolišem

Slika 9. Prepreke u postizanju uspješne politike održivog turizma

Slika 10. Faktori koji doprinose implementaciji politika održivog turizma

Slika 11. Definicije i primarni ciljevi kategorija zaštićenih područja IUCN-a

Slika 12. Osnovne komponente održivog turizma u zaštićenim područjima

Slika 13. Osnovne razlike između funkcija *management* i *governance*

Slika 14. Međuodnosi u turizmu zaštićenih područja

Slika 15. Obilježja *hard* i *soft* ekoturizma u idealnim okolnostima

Slika 16. Prikaz industrije ekoturizma

Slika 17. Kategorije zaštićenih područja u RH

Slika 18. Parkovi prirode u kontinentalnoj regiji Hrvatske

Slika 19. Položaj Parka prirode Lonjsko polje u odnosu na pripadnost JLS

Slika 20. Organizacijska struktura Javne ustanove Park prirode Lonjsko polje

Slika 21. Položaj Parka prirode Papuk u odnosu na pripadnost JLS

Slika 22. Organizacijska struktura Javne ustanove Park prirode Papuk

Slika 23. Glavni ulazi i naselja u/na rubnim dijelovima Parka prirode Papuk

Slika 24. Položaj Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje u odnosu na naselja

Slika 25. Organizacijska struktura Javne ustanova Parka prirode Žumberak – Samoborsko gorje



Slika 26. Proces komodifikacije turističkih resursa u destinacijske turističke proizvode

Slika 27. Faze perceptivnog procesa

Slika 28. Percipiranje okoliša destinacije od strane turista

Slika 29. Proces istraživanja

Slika 30. Konceptualni model

Slika 31. Proces prikupljanja podataka

Slika 32. Specifikacija mjernog i strukturnog modela

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj posjetitelja u Parku prirode Lonjsko polje (2011. – 2021.)

Grafikon 2. Broj posjetitelja u Parku prirode Papuk (2011. – 2021.)

Grafikon 3. Broj posjetitelja u Parku prirode Žumberak – Samoborsko gorje (2011. – 2021.)

## POPIS KRATICA

<b>ACSI</b>	<b>Američki indeks zadovoljstva klijenta (<i>American Customer Satisfaction Indeks</i>)</b>
<b>AVE</b>	Prosječno ekstrahirana varijanca ( <i>Average variance extracted</i> )
<b>ANOVA</b>	Analiza varijance ( <i>Analysis of variance</i> )
<b>CA</b>	Klaster analiza ( <i>Cluster analysis</i> )
<b>CB-SEM</b>	Modeliranje strukturnih jednadžbi temeljem kovarijance ( <i>Covariance-based structural equation modeling</i> )
<b>CBD</b>	Konvencija o biološkoj raznolikosti ( <i>Convention on Biological Diversity</i> )
<b>CEM</b>	Metoda eksperimenti izbora ( <i>Choice experiments method</i> )
<b>CFA</b>	Konfirmatorna faktorska analiza ( <i>Confirmatory factor analysis</i> )
<b>CIA</b>	Koncept cjelovitosti i autentičnosti ( <i>Concept of integrity and authenticity</i> )
<b>COP</b>	Konferencija stranaka ( <i>Conference of the Parties</i> )
<b>CVM</b>	Metoda uvjetnog vrednovanja ( <i>Contingent valuation method</i> )
<b>DEGURBA</b>	Klasifikacija stupnja urbaniziranosti ( <i>Degree of urbanisation classification</i> )
<b>EC</b>	Europska komisija ( <i>European Commission</i> )
<b>ECSI</b>	Europski indeks zadovoljstva klijenta ( <i>European Customer Satisfaction Indeks</i> )
<b>EEA</b>	Europska agencija za okoliš ( <i>European Environment Agency</i> )
<b>EEZ / EEC</b>	Europska ekonomska zajednica ( <i>European Economic Community</i> )
<b>EFA</b>	Eksplorativna faktorska analiza ( <i>Exploratory factor analysis</i> )
<b>EMAS</b>	Sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja ( <i>Eco-Management and Audit Scheme</i> )
<b>EU</b>	Europska unija ( <i>European Union</i> )
<b>FAO</b>	Organizacija za prehranu i poljoprivredu ( <i>Food and Agriculture Organization</i> )
<b>GCSB</b>	Njemački indeks zadovoljstva klijenta ( <i>German Customer Satisfaction Barometer</i> )
<b>HAOP</b>	Hrvatska agencija za okoliš i prirodu
<b>HPM</b>	Hedonistička metoda ( <i>Hedonic pricing method</i> )
<b>HTMT</b>	Heterotrait-monotrait omjer korelacija / pri procjeni diskriminativne valjanosti ( <i>Heterotrait-monotrait ratio of correlations</i> )
<b>ICLEI</b>	Međunarodno vijeće za lokalne ekološke inicijative ( <i>International Council for Local Environmental Initiatives</i> )
<b>IDRC</b>	Centar za istraživanje međunarodnog razvoja ( <i>International Development Research Centre</i> )
<b>IGGP</b>	Međunarodni program za geoznanost i geoparkove ( <i>International Geoscience and Geoparks Programme</i> )
<b>IHP</b>	Međuvladin hidrološki program ( <i>Intergovernmental Hydrological Programme</i> )
<b>IPBES</b>	Međuvladina znanstveno-politička platforma o bioraznolikosti i uslugama ekosustava ( <i>Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services</i> )
<b>ISM</b>	Metoda važnost/zadovoljstvo ( <i>Importance/satisfaction method</i> )
<b>IUCN</b>	Međunarodna unija za očuvanje prirode ( <i>International Union for Conservation of Nature</i> )
<b>JL(R)S</b>	Jedinica lokalne (i regionalne) samouprave
<b>LAC</b>	Granice prihvatljivih promjena ( <i>Limits of acceptable change</i> )

<b>LAU</b>	Jedinice lokalne uprave/JLS ( <i>Local Administrative Units</i> )
<b>LCA</b>	Analiza latentnih klasa/grupa ( <i>Latent class analysis</i> )
<b>LPI</b>	Indeks živog planeta ( <i>Living Planet Indeks</i> )
<b>MA</b>	Analiza mapa ( <i>Map analysis</i> )
<b>MAB</b>	Program Čovjek i biosfera ( <i>Man and the Biosphere Programme</i> )
<b>MANOVA</b>	Multivarijatna analiza varijance ( <i>Multivariate analysis of variance</i> )
<b>MINGOR</b>	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske
<b>m.n.v.</b>	Metara nadmorske visine
<b>MTE</b>	Nezaboravni turistički doživljaj ( <i>Memorable tourism experience</i> )
<b>MZOIE</b>	Ministarstvo zaštite okoliša i energetike Republike Hrvatske
<b>NCSB</b>	Norveški indeks zadovoljstva klijenta ( <i>Norwegian Customer Satisfaction Barometer</i> )
<b>NFI</b>	Normirani indeks prilagodbe ( <i>Normed fit indeks</i> )
<b>NGS</b>	Društvo National Geographic ( <i>National Geographic Society</i> )
<b>NN</b>	Narodne novine
<b>NP</b>	Nacionalni park
<b>NSW</b>	Novi Južni Wales ( <i>New South Wales</i> )
<b>N/P</b>	Nije poznato/primijenjeno u radu
<b>OECD</b>	Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj ( <i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> )
<b>PC</b>	Posjetiteljski centar
<b>PEMSEA</b>	Partnerstva u upravljanju okolišem za mora istočne Azije ( <i>Partnerships in Environmental Management for the Seas of East Asia</i> )
<b>PLS-SEM</b>	Modeliranje strukturnih jednadžbi primjenom tehnike djelomičnih najmanjih kvadrata ( <i>Partial least squares structural equation modeling</i> )
<b>POP</b>	Područja očuvanja značajna za ptice
<b>POR</b>	Posebni ornitološki rezervat
<b>POVS</b>	Područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove
<b>PoWPA</b>	Program rada zaštićenih područja ( <i>Programme of Work on Protected Areas</i> )
<b>PPOVS</b>	Posebna područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove
<b>PP</b>	Park prirode
<b>PPLP</b>	Park prirode Lonjsko polje
<b>PPP</b>	Park prirode Papuk
<b>PPŽSG</b>	Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje
<b>PR</b>	Posebni rezervat
<b>PUO</b>	Procjena utjecaja na okoliš
<b>RH</b>	Republika Hrvatska
<b>ROS</b>	Spektar rekreacijskih mogućnosti ( <i>Recreation opportunity spectrum</i> )
<b>RP</b>	Regionalni park
<b>RPM</b>	Metoda otkrivenih preferencija ( <i>Revealed preferences method</i> )
<b>SCSB</b>	Švedski indeks zadovoljstva klijenta ( <i>Swedish Customer Satisfaction Barometer</i> )

<b>SEM</b>	Modeliranje strukturnih jednadžbi ( <i>Structural equation modeling</i> )
<b>SET</b>	Teorija društvene razmjene ( <i>Social exchange theory</i> )
<b>SP</b>	Spomenik prirode
<b>SPM</b>	Metoda iskazanih preferencija ( <i>Stated preferences method</i> )
<b>SPOT</b>	Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za jačanje održivosti turizma parkova prirode
<b>SPOT1_LZ</b>	Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice
<b>SPOT2_KO</b>	Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje kvalitete okoliša
<b>SPOT3_KP</b>	Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje dostupnosti i kvalitete ponude
<b>SPPD</b>	Spremnost plaćanja veće cijene posjetitelja za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode
<b>SPT</b>	Teorija socijalne psihologije ( <i>Social psychological theory</i> )
<b>SPUO</b>	Strateška procjena utjecaja na okoliš
<b>SRMR</b>	Standardizirani korijen srednjeg kvadrata reziduala ( <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> )
<b>TAMS</b>	Turistička autobiografska ljestvica pamćenja ( <i>Tourism autobiographical memory scale</i> )
<b>TCM</b>	Metoda troška putovanja ( <i>Travel cost method</i> )
<b>UN</b>	Ujedinjeni narodi ( <i>United Nations</i> )
<b>UNCED</b>	Konferencije za okoliš i razvoj UN-a ( <i>United Nations Conference on Environment and Development</i> )
<b>UNEP</b>	Program Ujedinjenih naroda za okoliš ( <i>United Nations Environment Programme</i> )
<b>UNESCO</b>	Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu ( <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> )
<b>UNPD</b>	Program Ujedinjenih naroda za razvoj ( <i>United Nations Development Programme</i> )
<b>UNWTO</b>	Svjetska turistička organizacija ( <i>World Tourism Organization</i> )
<b>VIF</b>	Faktor inflacije varijance ( <i>Variance inflation factor</i> )
<b>VIM</b>	Upravljanje utjecajem posjetitelja ( <i>Visitor impact management</i> )
<b>VOR</b>	Percepcija posjetitelja o važnosti održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode
<b>vPOVS</b>	Vjerojatna područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove
<b>WB</b>	Svjetska Banka ( <i>World Bank</i> )
<b>WCED</b>	Svjetska komisija za okoliš i razvoj ( <i>World Commission on Environment and Development</i> )
<b>WCMC</b>	Svjetski centar za praćenje zaštite ( <i>World Conservation Monitoring Centre</i> )
<b>WCPA</b>	Svjetska komisija za zaštićena područja ( <i>World Commission on Protected Areas</i> )
<b>WMO</b>	Svjetska meteorološka organizacija ( <i>World Meteorological Organization</i> )
<b>WTA</b>	Spremnost prihvaćanja ( <i>Willingness to accept</i> )
<b>WTP</b>	Spremnost plaćanja ( <i>Willingness to pay</i> )
<b>WTTC</b>	Svjetsko vijeće za putovanja i turizam ( <i>World Travel &amp; Tourism Council</i> )
<b>WWAP</b>	Svjetski programa procjene vode ( <i>World Water Assessment Programme</i> )
<b>WWF</b>	Svjetski fond za prirodu ( <i>World Wildlife Fund</i> )
<b>ZK</b>	Značajni krajobraz
<b>ZP</b>	Zadovoljstvo posjetitelja turističkim resursima parkova prirode
<b>3S</b>	Sunce, more i pijesak ( <i>Sun, sea, sand</i> )

## PRILOZI

### PRILOG 1. ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Anketni upitnik je usmjeren na ispitivanje stavova, razmišljanja i percepcije posjetitelja u parkovima prirode. Kao takav, sastavni je dio empirijskog istraživanja u okviru doktorskog rada „Održivost turizma parkova prirode optimalnim umrežavanjem i korištenjem resursa“.

Anketni upitnik je u potpunosti anonimn, a odgovori i rezultati istog isključivo se koriste u gore navedene svrhe. Pitanja u anketnom upitniku ne zahtijevaju nikakve osobne i osjetljive informacije od ispitanika. Za ispunjavanje Vam je potrebno do 10 minuta.

Molim Vas za suradnju i unaprijed se zahvaljujem na izdvojenom vremenu i Vašem doprinosu održivosti turizma u parkovima prirode.

*Božidar Jaković, mag.oec.*

*Student poslijediplomskog doktorskog studija Menadžment održivog razvoja na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija*

#### I. Obilježja putovanja i boravka posjetitelja u parku prirode

U ovom odjeljku se nalazi devet pitanja koja se tiču vašeg putovanja i boravka (obilaska) u parku prirode. Kod svakog pitanja odabirete jedan odgovor.

1. Anketu popunjavam tijekom, odnosno na kraju posjete sljedećem parku prirode

- PP Papuk                       PP Lonjsko Polje                       PP Žumberak - Samoborsko gorje

2. Primarni razlog putovanja/dolaska u park prirode

- Uživanje u prirodi i krajoliku                       Pozitivno iskustvo iz prethodnog posjeta  
 Uživanje u miru i tišini                       Bavljenje rekreativnim aktivnostima  
 Park prirode je lako dostupan                       Nikada do sada nisam posjetio park prirode  
 Preporučeno mi je da posjetim park prirode                       Tradicionalno posjećujem park svake godine

3. Posjet parku prirode

- Primarni cilj putovanja/izleta                       Sekundarni cilj putovanja/izleta

4. Razdoblje posjeta parka prirode

- Tijekom radnih dana                       Vikendom

## 4. Organizacija putovanja/izleta

- Samostalni dolazak/posjet (vlastiti aranžman)  Organizirani dolazak (posjet u grupi)

## 5. Pratnja na putovanju/izletu

- Individualac  Posjet s partnerom  
 Obitelj s djecom  Prijatelji i/ili kolege

## 6. Broj prethodnih posjeta parku prirode

- Ovo mi je prvi posjet  Jedan  
 Dva do pet  Pet i više

## 7. Duljina boravka u parku prirode

- dnevni posjet/izlet  1 noćenje  
 2 – 3 noćenja  4 - 5 noćenja  6 i više  
noćenja

## 8. Smještaj

- Bez noćenja  Privatni smještaj  
 Hotel  Kamp  
 Rodbina ili prijatelji  Ostalo

## 9. Dnevna potrošnja

- Do 15 €  101 – 150 €  
 16 – 50 €  151 – 200 €  
 51 – 100 €  Više od 200 €

## II. Važnost održivog korištenja resursa u turizmu parkova prirode

Iskažite (ocijenite) koliko su vam važni sljedeći atributi/elementi parkova prirode (1 – u potpunosti nevažno; 7 – u potpunosti važno).

1. Zaštita zelenih površina, faune i flore	1	2	3	4	5	6	7
2. Očuvanje povijesnih i kulturnih dobara	1	2	3	4	5	6	7
3. Urbanizacija i razina izgrađenosti na području parka prirode (briga da se ne šteti/umanjuju zelene površine)	1	2	3	4	5	6	7
4. Razina onečišćenja okoliša, vode i zraka u parku prirode	1	2	3	4	5	6	7
5. Interpretacija/znanje o prirodnim vrijednostima, povijesti i kulturi destinacije dobiveno kroz posjet	1	2	3	4	5	6	7
6. Posjećivanje atrakcija je omogućeno i lokalnom stanovništvu	1	2	3	4	5	6	7
7. Lokalno stanovništvo ima koristi od sadržaja u kojima turisti uživaju	1	2	3	4	5	6	7
8. Kvaliteta života lokalne zajednice u destinaciji je povećana zbog turizma	1	2	3	4	5	6	7
9. Lokalne vlasti djeluju poštujući kulturu i vrijednosti lokalne zajednice	1	2	3	4	5	6	7
10. Kulturna razmjena između turista i domaćina	1	2	3	4	5	6	7
11. Zapošljavanje lokalnog stanovništva na bolje plaćenim poslovima u turizmu	1	2	3	4	5	6	7
12. Park prirode razvija turizam uvažavajući kulturu i vrijednosti lokalne zajednice	1	2	3	4	5	6	7
13. Dostupnost turističkih sadržaja u parku prirode	1	2	3	4	5	6	7
14. Kvaliteta usluga u parku prirode	1	2	3	4	5	6	7
15. Pogodan pristup parku prirode	1	2	3	4	5	6	7
16. Park prirode je dostupan posjetiteljima tijekom cijele godine	1	2	3	4	5	6	7
17. Dostupnost domaćih i tradicionalnih proizvoda u parku prirode	1	2	3	4	5	6	7
18. Usluge pružaju lokalni ljudi umjesto velikih kompanija i međunarodnih lanaca	1	2	3	4	5	6	7
19. U parku prirode i ostalim turističkim objektima se koriste obnovljivi izvori	1	2	3	4	5	6	7
20. U parku prirode i ostalim turističkim objektima održivo se gospodari s otpadom	1	2	3	4	5	6	7
21. Park prirode i posjetiteljski lokaliteti nisu pretrpani turistima	1	2	3	4	5	6	7
22. Park prirode po potrebi ograničava broja posjeta	1	2	3	4	5	6	7

### III. Zadovoljstvo turističkim resursima parkova prirode

Iskažite (ocijenite) u kojoj mjeri ste zadovoljni svakim pojedinim atributom i elementom posjećenog parka prirode (1 – u potpunosti sam nezadovoljan; 7 – u potpunosti sam zadovoljan).

1. Sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta	1	2	3	4	5	6	7
2. Čistoća i uređenosti prostora	1	2	3	4	5	6	7
3. Prometna infrastruktura i usluge prijevoza	1	2	3	4	5	6	7
4. Gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta	1	2	3	4	5	6	7
5. Očuvanje i održavanje tematskih staza i putova	1	2	3	4	5	6	7
6. Očuvanje i održavanje posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih objekata	1	2	3	4	5	6	7
7. Očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija	1	2	3	4	5	6	7
8. Očuvanje i održavanje kulturno-povijesnih građevina	1	2	3	4	5	6	7
9. Dostupnost i kvaliteta usluge vođenja i interpretacije	1	2	3	4	5	6	7
10. Zastupljenost i kvaliteta ponude dodatnih sadržaja	1	2	3	4	5	6	7
11. Dostupnost i kvaliteta smještajnih kapaciteta	1	2	3	4	5	6	7
12. Dostupnost i kvaliteta usluge turističkih informacija	1	2	3	4	5	6	7
13. Dostupnost i kvaliteta Internetske veze	1	2	3	4	5	6	7
14. Sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkoj ponudi	1	2	3	4	5	6	7
15. Direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom, tradicijom i običajima	1	2	3	4	5	6	7
16. Očuvanje i poboljšanje položaja kulture, tradicije, života i rada lokalnog stanovništva	1	2	3	4	5	6	7



#### IV. Spremnost plaćanja veće cijene za poboljšanje doživljaja u parkovima prirode

Iskažite (ocijenite) u kojoj mjeri ste spremni platiti veću cijenu za unaprjeđenje pojedinog atributa/elementa u cilju poboljšanja Vašeg turističkog doživljaja u parku prirode (1 – nikako nisam spreman platiti više; 7 – u potpunosti sam spreman platiti više).

1. Sigurnost posjetitelja i njihovih vrijednih predmeta	1	2	3	4	5	6	7
2. Čistoća i uređenosti prostora	1	2	3	4	5	6	7
3. Prometna infrastruktura i usluge prijevoza	1	2	3	4	5	6	7
4. Gužve i prenapučenost glavnih posjetiteljskih lokaliteta	1	2	3	4	5	6	7
5. Očuvanje i održavanje tematskih staza i putova	1	2	3	4	5	6	7
6. Očuvanje i održavanje posjetiteljskih centara i drugih posjetiteljskih objekata	1	2	3	4	5	6	7
7. Očuvanje i održavanje prirodnih turističkih atrakcija	1	2	3	4	5	6	7
8. Očuvanje i održavanje kulturno-povijesnih građevina	1	2	3	4	5	6	7
9. Dostupnost i kvaliteta usluge vođenja i interpretacije	1	2	3	4	5	6	7
10. Zastupljenost i kvaliteta ponude dodatnih sadržaja	1	2	3	4	5	6	7
11. Dostupnost i kvaliteta smještajnih kapaciteta	1	2	3	4	5	6	7
12. Dostupnost i kvaliteta usluge turističkih informacija	1	2	3	4	5	6	7
13. Dostupnost i kvaliteta Internetske veze	1	2	3	4	5	6	7
14. Sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkoj ponudi	1	2	3	4	5	6	7
15. Direktni kontakt s lokalnim stanovništvom, njihovom kulturom, tradicijom i običajima	1	2	3	4	5	6	7
16. Očuvanje i poboljšanje položaja kulture, tradicije, života i rada lokalnog stanovništva	1	2	3	4	5	6	7

## V. Spremnost plaćanja veće cijene za jačanje održivosti turizma parkova prirode

Iskažite (ocijenite) u kojoj mjeri ste spremni platiti veću cijenu za navedene attribute/elemente u cilju jačanja održivosti turizma u parku prirode

(1 – nikako nisam spreman platiti više; 7 – u potpunosti sam spreman platiti više).

1. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se lokalno stanovništvo zapošljava na bolje plaćenim poslovima	1	2	3	4	5	6	7
2. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem turizam poboljšava kvalitetu života lokalne zajednice	1	2	3	4	5	6	7
3. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem lokalno stanovništvo može imati koristi od turističkih sadržaja	1	2	3	4	5	6	7
4. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode koji razvija turizam uz poštovanje kulturnih vrijednosti lokalne zajednice	1	2	3	4	5	6	7
5. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode koji pruža kulturnu razmjenu između turista i domaćina	1	2	3	4	5	6	7
6. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem usluge pružaju lokalni ljudi umjesto međunarodnih kompanija	1	2	3	4	5	6	7
7. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se prodaju lokalni proizvodi	1	2	3	4	5	6	7
8. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su zaštićene zelene površine, fauna i flora	1	2	3	4	5	6	7
9. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se vodi briga o onečišćenjima	1	2	3	4	5	6	7
10. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem su očuvani njegovi povijesni i kulturni resursi	1	2	3	4	5	6	7
11. Spremnost plaćanja veće cijene u parku prirode u kojem se koriste obnovljivi izvori i ispravno se gospodari otpadom	1	2	3	4	5	6	7
12. Spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja je lakše dostupna	1	2	3	4	5	6	7
13. Spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja nudi veći broj raznovrsnih dopunskih usluga i sadržaja	1	2	3	4	5	6	7
14. Spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije koja nudi višu kvalitetu usluga	1	2	3	4	5	6	7
15. Spremnost plaćanja veće cijene za park prirode kao destinacije u kojoj su negativni učinci turizma minimalni	1	2	3	4	5	6	7

## VI. Sociodemografska obilježja ispitanika

U posljednjem odjeljku se nalazi sedam pitanja sociodemografskog karaktera. Kod svakog pitanja odabirete jedan odgovor.

### 1. Spol

 Muški Ženski

### 2. Dobna skupina (godina)

 ispod 18 18 – 24 25 – 34 35 – 49 50 – 64 65 i više

### 3. Zemlja porijekla

 Hrvatska Inozemstvo

### 4. Mjesto boravka

 Ruralno područje Manji grad Veliki grad  
(iznad 100 000)

### 5. Stupanj obrazovanja

 Osnovna škola Srednja škola Fakultet (svi studiji) Magisterij/doktorat

### 6. Zanimanje

 Učenik Student Nezaposlen Zaposlen Samozaposlen Umirovljenik

### 7. Mjesečni prihodi kućanstva

 Ispod 1 000 € 1 000 – 2 000 € 2 001 – 3 000 € Iznad 3 000 €

## PRILOG 2. ŽIVOTOPIS

## OSOBNJE INFORMACIJE

Božidar Jaković

📍 Augusta Šenoa 3, 33520 Slatina, Hrvatska  
☎ +385 33 721 099 📠 +385 91 530 6491  
✉ bozidar.jakovic@vuv.hr  
🌐 [www.vuv.hr](http://www.vuv.hr)

Spol muško | Datum rođenja 25/12/1983 | Državljanstvo Hrvatsko

ZVANJE  
DATUM ZADNJEG IZBORA

Viši predavač  
4.3.2020.

## RADNO ISKUSTVO

- 4.3.2020. – **Viši predavač**  
Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica  
▪ Organizacija, održavanje nastave i rad sa studentima.. Znanstveno istraživački rad.  
[Visoko učilište](#)
- 11.11.2015. – 3.3.2020. **Predavač**  
Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica  
▪ Organizacija, održavanje nastave i rad sa studentima.. Znanstveno istraživački rad.  
[Visoko učilište](#)
- 1.4.2013. – 10.11.2015. **Asistent**  
Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Matije Gupca 78, Virovitica  
▪ Organizacija, održavanje nastave i rad sa studentima.. Znanstveno istraživački rad.  
[Visoko učilište](#)
- 1.1.2012. – 31.03.2013 **Voditelj i tajnik LAG-a MARINIANIS**  
LAG MARINIANIS, Trg sv. Josipa 10, Slatina  
▪ Upravljanje LAG-om, priprema i izrada lokalne razvojne strategije i lokalnog plana razvoja, priprema, izrada i prijava projektnih ideja, provedba projekata i sastavljanje izvještaja.  
[Neprofitna organizacija](#)

1.11.2010. – 31.10.2011. **Pripravnik u Gradu Slatini**

Grad Slatina, Trg sv. Josipa 10, Slatina

- Stručno osposobljavanje za poslove i radne zadatke višeg stručnog suradnika, rad na projektima prekogranične suradnje HU – HR 2007. – 2013.

Grad Slatina, Slatina

[Jedinica lokalne samouprave](#)**OBRAZOVANJE I  
OSPOSOBLJAVANJE**

prosinac 2013. – lipanj 2014.

**Potvrda o stečenoj pedagoško-psihološkoj i didaktičko-metodičkoj naobrazbi**

Učiteljski fakultet u Osijeku

- Pedagoško psihološko didaktičko metodička izobrazba

2011. **Položen državni stručni ispit**

Ministarstvo uprave, Zagreb

- Položen državni stručni ispit za višeg stručnog suradnika

listopad 2004. – rujan 2009.

**Magistar ekonomije**

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji

Primorska 42, 51410 Opatija (Hrvatska)

- Turistički menadžment

**OSOBNJE VJEŠTINE**

Materinski jezik Hrvatski jezik

Ostali jezici	RAZUMJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
Engleski	B2	C1	B2	B2	C1
Zamijenite nazivom jezične potvrde. Upišite stupanj ako je primjenjivo.					
Njemački	B1	B1	B1	B1	B1
Zamijenite nazivom jezične potvrde. Upišite stupanj ako je primjenjivo.					
Talijanski	B2	B2	B1	B1	B1
Zamijenite nazivom jezične potvrde. Upišite stupanj ako je primjenjivo.					

Stupnjevi: A1/2: Početnik - B1/2: Samostalni korisnik - C1/2 Iskusni korisnik  
Zajednički europski referentni okvir za jezike

**Komunikacijske vještine** ▪ dobre komunikacijske vještine stečene tijekom rada u Službi za gospodarstvo i razvoj Grada Slatine te radom sa studentima na Veleučilištu u Virovitici te obnašanjem dužnosti voditelja Centra za upravljanje kvalitetom te pročelnika Odjela za turizam Veleučilišta u Virovitici

**Organizacijske / rukovoditeljske vještine** ▪ Obnaša dužnost pročelnika Odjela za turizam Veleučilišta u Virovitici  
 ▪ Obnašao dužnost voditelja Centra za upravljanje kvalitetom na Veleučilištu u Virovitici  
 ▪ Organizacija i sudjelovanje na brojnim radionicama i seminarima  
 ▪ Koordiniranje u pripremi i provedbi razvojnih projekata

**Poslovne vještine** ▪ Marljivost, upornost, odgovornost, prilagodljivost, fleksibilnost, sklonost suradnji i timskom radu, dobra komunikativnost

**Računalne vještine** ▪ dobro vladanje alatima Microsoft Office

**Vozačka dozvola** ▪ kategorijai B

## DODATNE INFORMACIJE

### Edukacije

- Škola stranog jezika – Engleski jezik, razina B2
- Vodič po zaštićenim područjima prirode VPŽ

### Seminari i radionice

- Seminar „Novo vrijeme – vrijeme za ruralni turizam“
- Seminar „PA-BAT analiza područja Regionalnog parka Mura-Drava
- Seminar „Nastava usmjerena na studenta“
- Radionica radne skupine u okviru izrade Operativnog plana unaprjeđenja razvoja turizma VPŽ
- Radionica „Implementacija HKO u visokom obrazovanju“
- Radionica „Odnos ruralnog i urbanog“

### Članstva

- LAG VIP
- LAG Marinianis

### Ostalo

- Voditelj Centra za upravljanje kvalitetom Visoke škole Virovitica
- Predstavnik Visoke škole Virovitica u nacionalnoj mreži UNWTO Affiliate Members pri Ministarstvu turizma
- Mentorstvo studentima na završnim i diplomskim radovima (ukupno 34 mentorstva)
- Recenziranje radova (tri za časopis Praktički menadžment – Visoka škola Virovitica, jedna za Međunarodnu konferenciju INOVACIJE, TEHNOLOGIJE, EDUKACIJA I MENADŽMENT, Veleučilišta u Čakovcu)
- Sudjelovanje u izradi diplomskog stručnog studijskog programa Menadžment, smjerova „Destinacijski menadžment“ i „Menadžment malih i srednjih poduzeća“ (elaborat, kreiranje pojedinih predmeta i drugi specifični zadaci)
- Sudjelovanje u izradi novog preddiplomskog stručnog studija „Menadžment ruralnog turizma“ (elaborat, kreiranje pojedinih predmeta i drugi specifični zadaci)
- Sudjelovanje u izradi novog preddiplomskog stručnog studija „Poduzetništvo (kreiranje predmeta „Upravljanje okolišem i održivi razvoj“)

## PRILOG 3. POPIS OBJAVLJENIH PUBLIKACIJA I PROJEKTNIH AKTIVNOSTI

## ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U ZNANSTVENIM ČASOPISIMA INDEKSIRANIM U BAZI PODATAKA WOSCC ILI SCOPUS U PODRUČJU DRUŠTVENIH ZNANOSTI, POLJE EKONOMIJE:

Bakan, R., Tubić, D., & Jaković, B. (2021). Agritourism Farms as Stakeholders of Gastronomic Experience. *Agriculturae Conspectus Scientificus*, 86(3), 283-291.

URI: <https://acs.agr.hr/acs/index.php/acs/article/view/1964>

## ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U ZNANSTVENIM ČASOPISIMA INDEKSIRANIM U BAZAMA PODATAKA (Index Copernicus, ERIH PLUS, DOAJ, ResearchBib, CIRET, MMIAR, Google Scholar) U PODRUČJU DRUŠTVENIH ZNANOSTI, POLJE EKONOMIJE:

Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2018). Touristic events as generators of visitations increase and tourism sustainability of nature parks in continental Croatia?. *Turizam*, 22(1), 19-31. DOI: 10.5937/22-17509

Golub, B., & Jaković, B. (2019). Stavovi turističkih zajednica o uključivanju lokalnog stanovništva u razvoj turizma u zaštićenim područjima prirode: primjer Regionalnog parka Mura-Drava. *Oeconomica Jadertina*, 9(2), 3-20. URI: <https://hrcak.srce.hr/230354>

## ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U ZNANSTVENIM ČASOPISIMA U PODRUČJU DRUŠTVENIH ZNANOSTI, POLJE EKONOMIJE:

Đurović, M., Jaković, B., & Tubić, D. (2015). Hotel Corporate Social Responsibility (CSR) reporting. *The Macrotheme Review: A multidisciplinary journal of global macro trends*, 4(6), 50-61.

## RADOVI OBJAVLJENI U OSTALIM ČASOPISIMA U PODRUČJU DRUŠTVENIH ZNANOSTI, POLJE EKONOMIJE:

Avirović Gaća, R., & Jaković, B. (2019). Mogućnost korištenja ljekovitog bilja u proizvodnji autohtonih proizvoda na ruralnom području: primjer Nevena. *Časopis ET<sup>2</sup>eR – ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo*, 1(1), 25-30.

## ZNANSTVENI RADOVI OBJAVLJENI U ZBORNICIMA RADOVA INDEKSIRANIM U BAZI PODATAKA WOSCC ILI SCOPUS:

Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2021). Position of adventure tourism within nature park tourism of Continental Croatia. In Leko Šimić, M., & Crnković, B. (Eds.), *10th International scientific symposium*

*Region, entrepreneurship, development* (pp. 106-122). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.

- Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2021). Adventure tourism position in tourism of protected areas: the state and interest of researchers in Croatia. In Barković, D., Dernoscheg, K.H, Erceg, A., Glavaš, J., Pap, N., Runzheimer & B. Wentzel, D. (Eds.), *Interdisciplinary management research XVII* (pp. 1091-1109). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Pforzheim University, Business School, Germany & Croatian Academy of Sciences and Arts.
- Tubić, D., Bakan, R., & Jaković, B. (2020). Rural tourism in Croatia: The Academic Community Concludes. In Barković, D., Dernoscheg, K.H, Erceg, A., Glavaš, J., Pap, N., Runzheimer, B. & Wentzel, D. (Eds.), *Interdisciplinary management research XVI* (pp. 1792-1802). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Jaković, B., Tubić, D., & Bakan, R. (2019). Tourism challenges of protected areas in Croatia. In Leko Šimić, M., & Crnković, B. (Eds.), *8th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (pp. 733-748). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Tubić, D., Bakan, R., & Jaković, B. (2019). Agritourism in Croatia: an overview of current research. In Barković, D., Crnković, B., Dernoscheg, K.H, Pap, N., Runzheimer, & B. Wentzel, D. (Eds.), *Interdisciplinary management research XV* (pp. 1430-1443). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Jaković, B., & Golub, B. (2018). Ecotourism development perspective of unrecognized protected areas: the case of Regional park Mura-Drava. In Mašek Tonković, A., & Crnković, B. (Eds.), *7th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (pp. 548-557). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Jaković, B., Bakan, R., & Tubić, D. (2017). Competitiveness of local destinations based on traditional events. In Marković, S., & Smolčić Jurdana, D. (Eds.), *4th International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe 2017 "Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges"* (pp. 213-225). Faculty of Tourism and Hospitality management.
- Tubić, D., Škrget, D., & Jaković, B. (2017). Improving cultural tourism of the Eastern Slavonia through culturally-traditional events. In Mašek Tonković, A. (Ed.), *6th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (pp. 947-956). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Tubić, D., Bakan, R., & Jaković, B. (2017). Agritourism: A new power of Croatian tourism. In Jautz, U., & Cini, V. (Eds.), *Interdisciplinary management research XIII* (pp 1230-1241). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Tubić, D., Jaković, B., & Bakan, R. (2016). Cultural tourism: the backbone of the upcoming tourism development in eastern Croatia. In Mašek Tonković, A. (Ed.), *5th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (pp. 1043-1053.). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.



- Bakan, R., Tubić, D., & Jaković, B. (2016). Integrated approach to tourist experiences – an imperative for branding and competitive advantages for destinations in Continental Croatia. In Jautz, U., & Cini, V. (Eds.), *Interdisciplinary management research XII* (pp 1077-1088.). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Jaković, B., Tubić, D., & Đurović, M. (2015). Sustainable development of rural tourism by developing new and authentic tourism products. In Janković, S., & Smolčić Jurdana, D. (Eds.), *3rd Tourism in Southern and Eastern Europe 2015* (pp. 103-114). Faculty of Tourism and Hospitality management.
- Tubić, D., Britvić, J., & Jaković, B. (2015). Tourism cluster – promoter of rural development in Croatia. In Bacher, U. et al. (Eds.), *Interdisciplinary management research XI* (pp. 1077-1088). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Bedeković, V., Bosnić, I., & Jaković, B. (2014). An intercultural personnel competence in cultural tourism. In Perić, J. (Ed.), *22nd Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry 2014, "Trends in Tourism and Hospitality Management"* (pp. 471-481). Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija.
- Jaković, B., Tubić, D., & Bosnić, I. (2014). Importance of indigenous rural products for branding of Agro-tourism destination. In Maček Tonković, A. (Ed.), *3rd International scientific symposium Economy of Eastern Croatia – vision and growth* (pp. 48-56). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
- Tubić, D., Britvić, J., & Jaković, B. (2014). Cluster as the development tool of rural tourism in continental Croatia. In Bacher, U. et al. (Ed.), *Interdisciplinary management research X* (pp. 919-928). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.

## RADOVI OBJAVLJENI U ZBORNICIMA RADOVA S MEĐUNARODNIH ZNANSTVENIH SKUPOVA

- Jaković, B., Međurečan, K., & Katica, D. (2022). The impact of the covid-19 pandemic on tourism in Parks of Croatia. In Tubić, D. et al. (Eds.), *Zbornik radova 5. međunarodnog kongresa o ruralnom turizmu – ruralni turizam: kvaliteta, održivost, uključivost* (pp. 383-395). Veleučilište u Virovitici & Hrvatska udruga za turizam i ruralni razvoj "Klub članova selo".
- Tubić, D., Kovačević, M., & Jaković, B. (2021). Uloga agroturizma u revitalizaciji ruralnih područja. In Bašić, F., Akrap, A., Feletar, D., Perić Kaselj, M., & Knežević, D. (Eds.), *Sigurnosni i gospodarski aspekti migracija* (pp. 315-329). Institut za migracije i narodnosti i Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti.
- Bakan, R., & Jaković, B. (2014). Innovative marketing methods as an instrument for evaluation of sports and recreational tourism in continental Croatia. In Breslauer, N. (Ed.), *Zbornik radova 3. međunarodne konferencije Menadžment turizma i sporta* (pp. 23-31). Međimursko veleučilište u Čakovcu.
- Bedeković, V., & Jaković, B. (2013). Interkulturalna komunikacija u kulturnom turizmu. In Radić Lakoš, T. (Ed.), *Zbornik radova 1. znanstvenostručne konferencije s međunarodnim sudjelovanjem „Izazovi današnjice: Turizam danas – za sutra“* (pp. 282-290). Veleučilište u Šibeniku.

**RADOVI OBJAVLJENI ZBORNICIMA RADOVA S OSTALIH SKUPOVA:**

Golub, B., Jaković, B., & Tubić, D. (2019). Potencijali razvoja ekoturizma na hrvatskim rijekama. In Geić, S. (Ed.), *Zbornik radova 2. Kongresa eko i održivog turizma* (pp. 30-35). LUX i Aspira.

Zagorščak, V., Jaković, B., & Tubić, D. (2019). Parkovi prirode – okosnica razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske. In Geić, S. (Ed.), *Zbornik radova 2. Kongresa eko i održivog turizma* (pp. 59-67). LUX i Aspira.

**SUDJELOVANJE U PROVEDBI STRUČNIH PROJEKATA:**

Projektni menadžer na projektu GastroTop (*Comprehensive educational support of food-service providers facilitating demand on emerging special dietary restrictions consumer market*, HUHR/1901/4.1.1/0058) financiranog u okviru Interreg V-A Programa suradnje Mađarska Hrvatska 2014. – 2020. (lipanj 2021. – rujan 2022.)

Suradnik na projektu izrade Akcijskog plana za upravljanje posjetiteljima Centra za posjetitelje „Kuća čaja-Oaza mira“, Općina Špišić Bukovica (travanj 2022. – srpanj 2022.)

Voditelj projekta izrade Akcijskog plana upravljanja posjetiteljima – EPICentar Sequoia, Grad Slatina (listopad 2019. – veljača 2020.)

Voditelj projekta izrade Akcijskog plana za razvoj cikloturizma u prekograničnom području Virovitičko-podravske županije i Grada Barcsa, Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije (rujan 2018. – veljača 2019.)

Suradnik u provedbi projekta *Adoption of CROQF principles in Tourism sector of higher education in Croatia*, financiranog u okviru Programa IPA 2007. – 2013., komponenta IV - Razvoj ljudskih potencijala (kolovoz 2013. – veljača 2015.),

Suradnik na projektu izrade Glavnog plana razvoja turizma na području općine Pitomača do 2020. – Razvojna i marketinška valorizacija turističke atrakcijske osnove, Općina Pitomača (lipanj 2013. – ožujak 2014.)

Suradnik na projektu izrade Glavnog plana razvoja turizma Općine Kreševo za razdoblje od 2014. do 2020. godine., Općina Kreševo, Bosna i Hercegovina (srpanj 2014. – veljača 2015.)

Suradnik u provedbi projekta *Joint Economic and Regional Development Strategy Along the Border* u okviru IPA programa prekogranične suradnje Mađarska – Hrvatska 2007. – 2013 (siječanj 2011. – prosinac 2011.)

Suradnik u izradi i provedbi projekta pod nazivom *Adaptation of Transit Labour Market Model* u okviru IPA programa prekogranične suradnje Mađarska – Hrvatska 2007. – 2013. (srpanj 2011. – lipanj 2012.)