

Ostvarenje poslovne mogućnosti u turizmu na području Like i Gorskog kotara

Franić, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:636209>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-07**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

LUCIJA FRANIĆ

**ZAVRŠNI RAD
OSTVARENJE POSLOVNE MOGUĆNOSTI U TURIZMU NA
PODRUČJU LIKE I GORSKOG KOTARA**

Zagreb, listopad 2018.

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
Turistički i hotelski menadžment**

**OSTVARENJE POSLOVNE MOGUĆNOSTI U TURIZMU NA PODRUČJU
LIKE I GORSKOG KOTARA**

Kandidat: Lucija Franić

Kolegij: Osnove poslovne ekonomije

Mentor: doc. dr. sc. Andreja Rudančić

Zagreb, 2018.

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ..... | 3 |
| 2.1 Povijesni razvoj turizma na prostoru Republike Hrvatske | 3 |
| 2.2 Razdoblja razvoja hrvatskog turizma..... | 4 |
| 3. LIKA I GORSKI KOTAR KAO TURISTIČKE DESTINACIJE | 14 |
| 3.1 Kvantitativna analiza Like i Gorskog kotara kao turističke destinacije | 14 |
| 3.2 Kvalitativna analiza Like i Gorskog kotara kao turističke destinacije..... | 16 |
| 4. ENERGETSKA UČINKOVITOST I ODRŽIVI TURIZAM U FUNKCIJI RAZVOJA DESTINACIJE | 21 |
| 4.1 Energetska učinkovitost..... | 21 |
| 4.2 Održivi razvoj turizma | 23 |
| 5. MODEL KUĆE ZA ODMOR I PRIMJER ODRŽIVOG TURIZMA U MJESTU NA PODRUČJU LIČKO SENJSKE ŽUPANIJE..... | 27 |
| 5.1 Energetski učinkovite kuće..... | 29 |
| 5.2 Ekonomski učinci korištenja obnovljivih izvora energije | 33 |
| 5.3 Aktivnosti i dodatne mogućnosti za turiste u Lici..... | 37 |
| 5.4 Suradnja s mladim poduzetnicima u Lici | 39 |
| 5.5 Model kuće za odmor u Smiljanu | 40 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 43 |
| 7. POPIS LITERATURE..... | 45 |
| POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA | 47 |

1. UVOD

Republika Hrvatska je zemlja je s bogatom kulturno-povijesnom baštinom te iznimnim prirodnim atrakcijama. Njena povijest turizma seže do 19. stoljeća od kad se vrlo uspješno širi i razvija te se svake godine penje sve više na ljestvici najposjećenijih zemalja u Europi, Sredozemlju pogotovo. Govoreći o hrvatskom turizmu, obično prvo pomislimo na Istru, dalmatinske gradove i otoke te Dubrovnik. Razlog je tomu što je na ovim područjima najveći broj turista te se i najviše ulaže u spomenute destinacije. Kontinentalnom turizmu se pridaje nedovoljno pozornosti iako je zaslužuje puno više. Važno je naglasiti da se u kontinentalnom dijelu Hrvatske kriju skriveni dragulji koji samo čekaju da budu otkriveni. Jedan od tih dragulja je područje Ličko-senjske županije. Područje pogođeno ratom devedesetih godina prošloga stoljeća, ne uspijeva se u potpunosti oporaviti. Iznimno loša socijalna struktura te velik broj mladih iseljenih iz domovine učinili su to da županija zaostaje za ostalima i da je turizam (osim nekih izuzetaka) vrlo slab i nerazvijen. Područje Like i Gorskog Kotara ima izniman potencijal za ostvarivanje poslovne mogućnosti u turizmu te ovaj rad to želi i pokazati. Uz trud i želju za napretkom moguće je turistički osnažiti ovu županiju te za više strana donijeti koristi; otvaranjem novih radnih mjesta potaknulo bi se mlade na rad u vlastitoj zemlji, a samim time i država bi profitirala te se popela na vrhove ljestvica za najposjećenije destinacije. Razvijanjem kontinentalnog turizma moglo bi se parirati visoko razvijenim zemljama zapada. Cilj ovoga rada je razložiti cjelokupnu problematiku te pokazati potencijal ovih regija koji se može valorizirati i u potpunosti ostvariti. Dolaskom novih trendova u turizmu, važno je pratiti želje i potrebe gostiju te prema njima prilagođavati turističku ponudu. Današnji turisti su iznimno znatiželjni, vole izazove, raspituju se i točno znaju što žele, a dosadašnji koncept „sunca i mora“ više ne zadovoljava njihove potrebe, a često ih sve više odbija te traže drugačije načine za provođenje odmora. Time se otvara mogućnost napretka Like i Gorskog kotara jer se gostima može ponuditi nešto drugačije, zanimljivo i autentično.

Izvori koji su korišteni u ovom radu su brojna stručna literatura i web stranice, a putem tablica, slika i grafikona pobliže se prikazuje navedena tematika.

Rad je podijeljen na pet poglavlja, zaključak, popis literature, tablica te grafikona.

U uvodnom poglavlju razlaže se tematika te objašnjava sam cilj rada.

Drugo poglavlje pod nazivom „Turizam u Republici Hrvatskoj“ podijeljeno je na dva dijela pod nazivima „Povijesni razvoj turizma na prostoru Republike Hrvatske“ te „Razdoblja razvoja

hrvatskog turizma“. U prvom dijelu se razlaže povijest hrvatskog turizma na šest razdoblja te obuhvaća povijesni kontekst turizma. U drugom dijelu govori se samom razvoju turizma u Republici Hrvatskoj, trendovima te promjenama koje su se događale. Također, objašnjava se svako pojedino razdoblje te na koji je način utjecalo na razvoj hrvatskog turizma i koje su promjene dovele do turizma kakvog poznajemo danas.

Treće poglavlje pod nazivom „Lika i Gorski kotar kao turističke destinacije“ pobliže se bavi Likom i Gorskim kotarom te pojašnjava njihove vrijednosti i velike potencijale za valorizaciju te ostvarenje turističke djelatnosti. Također, obrađeni su statistički podaci navedenih destinacija te na koji način se mogu pozitivno iskoristiti u korist destinacija te njihovog domicilnog stanovništva.

Četvrto poglavlje je „Energetska učinkovitost i održivi turizam u funkciji razvoja destinacije“ te se sastoji od dvaju poglavlja; „Energetska učinkovitost“ i „Održivi razvoj turizma“. U poglavlju se govori općenito o energetske učinkovitosti te na koji način je moguće imati održivi turizam te ga razvijati u tom smjeru. Također, osvrće se na svjetske energetske trendove te povećanje svijesti o štednji energije te njenom racionalnijem korištenju.

Peto poglavlje pod nazivom „Model kuće za odmor i primjer održivog turizma u mjestu na području Ličko-senjske županije“, detaljnije obrađuje temu održivog razvoja turizma te energetske učinkovitosti na konkretnom primjeru s idejama i kalkulacijama. Objašnjava se mogućnost daljnjeg razvoja turizma uz brojnu ponudu i usluge te suradnju s mladim poduzetnicima. Sastoji se od četiri dijela; „Energetski učinkovite kuće“, „Ekonomski učinci korištenja obnovljivih izvora energije“, „Aktivnosti i dodatne mogućnosti za turiste u Lici“, „Suradnja s mladim poduzetnicima u Lici te „Model kuće za odmor u Smiljanu“.

2. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Turizam je fenomen koji se razvijao godinama te se još uvijek razvija, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Poznavanje i razumijevanje same povijesti razvoja turizma važan je preduvjet za budući razvoj te praćenje turističkih trendova kojih je sve više i više.

Budući da se radi o fenomenu te interesantnoj pojavi, mnogi autori su pokušavali pobliže objasniti njegovo značenje, no najbliže tumačenje glasi; „Turizam je skup odnosa i pojava, koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“¹ Također, turizam „nije jednoznačna pojava, već splet odnosa društvenog i ekonomskog karaktera.“²

Turizam na globalnoj razini postaje sve moderniji i sve se više razvija te opravdava titulu najbrže rastućeg ekonomskog sektora u svijetu. „U posljednjih 6 desetljeća, turizam pokazuje kontinuirani rast i diversifikaciju te postaje jedan od najvećih i najbrže rastućih ekonomskih sektora u svijetu. Osim toga, turizam kao društvena pojava, zahvaljujući svojim gospodarskim i društvenim utjecajima, predstavlja ključ razvoja, prosperiteta i blagostanja za veliki broj zemalja. U posljednjih 30 godina, povećao se broj destinacija, koje se otvaraju svijetu i privlače sve veći broj turista. Istovremeno, te destinacije značajno ulažu u svoje turističke potencijale stvarajući pretpostavke za socioekonomski razvoj.“³

2.1 Povijesni razvoj turizma na prostoru Republike Hrvatske

Turizam se u Republici Hrvatskoj se razvijao dugi niz godina te ovakav kakav se poznaje danas se još uvijek razvija. Kako bi se u potpunosti razumio turizam kao pojava, fenomen i gospodarska grana, važno je istražiti i razumjeti samu povijest vezanu uz turizam i turistička kretanja. „Povijest je nemoguće objašnjavati uopćeno, generalno, a pogotovo je nemoguće ulaziti u detaljnija objašnjenja bez prethodnog utvrđivanja pojedinih užitih vremenskih razdoblja, za koja je pak potrebno definirati razloge zbog kojih se, na određeni način, ta razdoblja mogu smatrati

¹ Antunac, I., Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave, Institut za turizam, Zagreb, 2001., str. 5.

² Pirjevec B., Kesar O., Počela turizma, Zagreb, 2002., str 7.

³ Galičić V., Laškarin M., 2016., Principi i praksa turizma i hotelijerstva. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, str 22.

homogenima.“⁴ Na trenutak bi se moglo pomisliti kako tako mala zemlja kao što je Republika Hrvatska ima tako dugu i bogatu povijest turizma, no odgovor leži u samoj prošlosti; kroz povijest je bila sastavnica nekoliko država te je svaka ostavila svoj trag u cjelokupnom razvoju gospodarstva, kulture, umjetnosti i turizma. Razvoj hrvatskog turizma podijeljen je na nekoliko razdoblja. „Kod povijesnog pregleda najvažnijih trenutaka u razvoju turizma na našim prostorima ovi su se autori u suštini poslužili sa samo dva povijesno-politička kriterija: razdobljem svjetskih ratova iz prve polovine prošloga stoljeća te razdobljem osamostaljenja Hrvatske kao povijesnom prekretnicom. Na taj su način dobili šest razdoblja razvoja hrvatskog turizma:⁵

1. Prva faza - razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu
2. Druga faza – kraj devetnaestog stoljeća, odnosno faza znatiželje
3. Treća faza - razdoblje od početka dvadesetoga stoljeća do kraja Prvoga svjetskog rata, odnosno faza „osvjješćivanja“
4. Četvrta faza - razdoblje između dva svjetska rata, odnosno faza prvih postignuća
5. Peta faza – razdoblje nakon Drugoga svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja i,
6. Šesta faza – razdoblje od 1991. godine do početka dvadeset prvoga stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj⁶

2.2 Razdoblja razvoja hrvatskog turizma

Prvo razdoblje obuhvaća pojave slične turizmu. Konkretno, radi se o prvim putovanjima koja se, s današnje perspektive te uz velik broj istraživanja, ne mogu smatrati turizmom niti te pojmove smijemo poistovjećivati. „Znanstvenici su objasnili da se povremena promjena mjesta stalnog boravka može nazvati samostalnom pojavom, odnosno turizmom, tek kada je sama pojava izazvala određene zapažene promjene u okolini i(ili) značajnije utjecala na promjene čovjekove okoline izgradnjom pojedinih kapaciteta koji omogućuju ili olakšavaju putovanje ili boravak posjetitelja.“⁷ Hrvatski ekonomist Dragutin Alfier govori o turizmu: „Putovanja u prošlosti i turistička putovanja bitno se razlikuju: po ekonomskoj i društvenoj uvjetovanosti; po broju, karakteru i snazi motiva;

⁴ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str 16.

⁵ Ibidem, , 2005., str. 23.

⁶ Ibidem, , 2005., str. 23.

⁷ Ibidem, , 2005., str. 25.

po brojčanosti, socijalnom sustavu i ponašanju sudionika; po vremenskoj učestalosti i prostornoj usmjerenosti i razmještaju; po oblicima i pratećim pojavama; po funkcijama, posrednim i neposrednim utjecajima i konačnim vidljivim i nevidljivim učincima.“⁸ Iako, kako autori navode, je jasno kako turizam i putovanja u prošlosti nisu isti, važno je razumjeti prošlost te način na koji su ta putovanja odredila smjer kretanja suvremenog turizma, a samim time bitno utjecala na turizam kakvog poznajemo te trendove koji se neprestano razvijaju. Kako bi se navedene tvrdnje potkrijepile, važno je napomenuti kako je upravo prostor današnje Republike Hrvatske bio taj na kojem se, između ostalog, izgradio ljetnikovac cara Dioklecijana, jedan od prvih i najljepših u svijetu, upravo ovdje se putovalo kako bi se liječilo termalnom vodom; današnje mnogobrojne toplice te su se gradile ceste i hospiciji, preteče gostionica i svratišta. Iako postoje mnogi događaji koji prethode turizmu, većina autora se slaže kako bi se početak hrvatskog turizma mogao smjestiti u četrnaesto stoljeće te povezati s Dubrovačkom Republikom. „Uostalom, Dubrovačka Republika još je 1347. izgradila tzv. *hospitium* za strance u središtu grada, što je bila očekivana odluka s obzirom na velik broj trgovaca, diplomata, hodočasnika i ostalih znatizeljnika koji su već u četrnaestom stoljeću posjećivali Dubrovnik. (Kobašić, 1997,13.)“⁹ Govoreći o pretečama turizma, uz hospicije razvijala su se putovanja s vjerskim motivom – hodočašća. Iako su na hrvatskom području hodočašća ostala u lokalnim okvirima i nisu u potpunosti zaživjela na širem području, diljem Europe gradile su se različite gostionice, trgovine i svratišta za hodočasnike. Danas ipak, vjerski turizam u Hrvatskoj se sve više razvija, a neka od poznatih hodočasničkih svetišta su Marija Bistrica, Aljmaš, Sinj i Trsat. Radi se o mjestima koji značajan prihod crpe iz ovakve vrste turizma te su za potrebe smještaja i drugih turističkih usluga izgradili razna prenoćišta te organizirali kulturne i vjerske programe. Iako su brojni povijesni događaji i utjecaji različitih naroda obilježili ne samo hrvatsku povijest već i utjecali na razvoj putovanja, važno je naglasiti kako je ipak razdoblje humanizma i renesanse imalo najveći utjecaj na razvoj današnjeg turizma na prostoru Hrvatske. „Dugogodišnja vlast Habsburgovaca i vlast Mletačke Republike donijele su u naše primorske krajeve primjenu ne samo tuđega jezika i karakterističnih državnih institucija već i neke druge običaje, među kojima i organiziranu brigu za goste.“¹⁰ Ponovno je u prvom redu riječ o Dubrovniku u kojem su se, od davnina, gradili hospiciji, gostionice te prenoćišta. „U Dubrovniku se sve do 1543. godine subvencioniraju gostionice u kojima je osiguran smještaj za goste-putnike,

⁸ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str 25.

⁹ Ibidem, 2005., str. 26.

¹⁰ Ibidem, 2005., str. 27.

a te je godine uz sam Knežev dvor otvoreno konačište za Turke.“¹¹ Paralelno s obalom, na hrvatskom prostoru razvijao se grad Zagreb koji je prema tadašnjim shvaćanjima i mjerilima europskog urbanizma bio jedini veći hrvatski grad.¹² U Zagreb se najčešće dolazilo zbog školovanja, sudova i liječničkih usluga. U tom periodu, iz navedenih razloga, javila se potreba za izgradnjom hotela i svratišta. U okolici Zagreba u isto vrijeme se razvijao, primjerice, grad Samobor koji je zanatstvom, industrijom, a kasnije i turizmom, privlačio sve veći broj posjetitelja. Druga faza, nazvana i razdobljem znatiželje, vrijeme je zanimanja za krajolike, prirodne atrakcije, povijesne i kulturne baštine, kulturnih događaja te propitivanju samog potencijala destinacije. Radi se o drugoj fazi razvoja turizma na hrvatskom tlu, no tek prva u razvoju turizma u punom smislu riječi. „U toj je fazi u Hrvatskoj još uvijek uglavnom riječ o znatiželji malobrojnih pripadnika građanskoga sloja, ponajprije s domicilom u većim (hrvatskim) gradovima, uz koju se javlja i želja za oponašanjem zbivanja i života u tadašnjim europskim metropolama.“¹³ Mogućnost ostvarivanja želja ostvaruje se postepenim povezivanjem hrvatskih krajeva prometnicama. Naime, do tad su već neke prometnice bile izgrađene, no ne u potpunosti niti su kvalitetno povezivale hrvatske krajeve i ostatak Europe. „Prve modernije ceste izgrađene su u toku 18. i 19. stoljeća, najprije u našim sjeverozapadnim krajevima, zbog narasle potrebe povezivanja unutrašnjosti s primorjem, odnosno lukama. U Hrvatskoj se pretečom modernih cestovnih komunikacija smatra cesta između Karlovca i Bakra koja je sagrađena 1726. god. To je Karolinška cesta. Već 1779. godine izgrađena je cesta od Karlovca za Senj – Jozefinska cesta, a 1811. god. sagrađena je Lujzijanska cesta, najljepša cesta Europe u to vrijeme. U vremenu kratke francuske vladavine primorskom i gorskom Hrvatskom od 1803.-1813. god. sagrađena je Napoleonova i Marmontova cesta Zadar-Knin-Sinj-Vrgorac-Metković-Dubrovnik. Između dva svjetska rata sagrađeno je na teritoriju Hrvatske 372 km cesta sa suvremenim kolovozom, uglavnom oko naših većih gradova.“¹⁴ Govoreći o prometnom povezivanju hrvatskih krajeva, važnu ulogu odigralo je i Jadransko more koje je omogućavalo plovidbu i povezivalo kontinentalnu Hrvatsku s njenim obalnim dijelom. „Upravo zbog Jadrana, dakle mora, o prometu i prometnicama raspravljalo se ponešto drukčije nego u većini ostaloga europskog prostora. Ono što su Europi značile ceste, obalnom hrvatskom prostoru značilo je more,

¹¹Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str 27.

¹² Ibidem, 2005., str. 31.

¹³ Ibidem, 2005., str. 35.

¹⁴ <https://www.prometna-zona.com/cestovni-promet/> (preuzeto 20.6.2018.)

pa su upravo uz plovidbu morem vezani prvi oblici preteča turističkih putovanja.¹⁵ U prilog tome ide činjenica da je 1815. godine Bečkim kongresom velik dio hrvatske obale ušao u sastav Austro-Ugarske te da se više ulagalo u razvoj pomorskog prometa i plovidbenih mreža. Zanimljiv je podatak da je 1828. godine organizirano prvo zabavno putovanje parobrodom te se putovalo od Trsta do Pule, a za sam razvoj hrvatskog turizma „važan je događaj predstavljalo osnivanje Austrijskog Lloyda (*Lloyd Austriaco*), 1836. godine u Trstu, koji je ne samo aktivno djelovao na povezivanje istočne obale Jadrana nego je tijekom nadolazećih godina vrlo darežljivo sudjelovao u financiranju turističkih investicija u našim krajevima, posebno na obali.“¹⁶ Uz plovidbenu mrežu razvijala se i željeznička, no vrlo sporo, gotovo bez pomaka. Razlog tomu leži nesamostalnost Hrvatske koja ju prati stoljećima te se nedovoljno ulaže u zemlju koja često mijenja svoje vladare i strukturu. Također, specifičnost ovog prostora i njegovog povijesnog razvoja u turističkom smislu leži u činjenica da je većina tadašnjeg stanovništva živjela od poljoprivrede što samim time upućuje na nekoliko tvrdnji zbog koji se na neki način koči turizam. „Prvo, rad u poljoprivredi predstavlja boravak u prirodi i život s prirodom, pa osnovni poziv „povratak prirodi“ ne može zainteresirati taj sloj stanovništva u Hrvatskoj. Drugo, velik dio važnih radova u poljoprivredi odigrava se u mjesecima glavne turističke sezone, što automatski isključuje seosko stanovništvo iz skupine potencijalnih turističkih posjetitelja.“¹⁷ Iako se javlja želja za turističkim kretanjima te postoji određena skupina stanovništva koja je zainteresirana za ista, još uvijek se zadržavaju „konzervativni oblici seoskog života“¹⁸, a građanski sloj se razvija vrlo sporo i gotovo nezatno. „Tako je u Hrvatskoj sloj stanovništva, koji je drugdje u Europi prvi prihvatio turističko putovanje kao jedan od korisnih oblika svog života, bio dalje nerazvijen, ne toliko financijski nesposoban koliko bez pravih motiva i, u svakom slučaju, prosječno nedovoljno obrazovan da prihvati tadašnje skromno slobodno vrijeme kao „potrebu svog života“.¹⁹ Ipak, ovo je period razvoja toplica kao oblika turističke ponude, koja je u većini Europe doživljavala svoj puni procvat.

Treća faza razdoblje je od početka dvadesetoga stoljeća do kraja Prvoga svjetskog rata. Radi se o fazi osvješćivanja, osamnaestogodišnjem periodu u kojem se shvaća važnost turizma u razvoju gospodarstva te na neki način dolazi do važne prekretnice u razvoju turizma u Hrvatskoj. Ovo

¹⁵ Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*. Zagreb: Prometej, 2005., str. 36.

¹⁶ Ibidem, 2005., str. 36.

¹⁷ Ibidem, 2005., str. 38.

¹⁸ Ibidem, 2005., str. 38.

¹⁹ Ibidem, 2005., str. 38.

razdoblje karakterizira izgradnja cestovnih i željezničkih prometnica te uvođenje parobrodskih linija na Jadranskom moru, što su ustvari preduvjeti za sam razvoj turizma u Hrvatskoj koji slijedi u narednim razdobljima. „Tada su se otvorili prvi hoteli, ponajprije u Opatiji (Villa Angiolina 1844. i Kvarner 1884), Zagrebu, Samoboru, Zadru, Crikvenici, Dubrovniku, napisani su prvi turistički vodiči (u Poreču i Puli već 1845), u Zagrebu su se 1892. počela organizirati istraživačka putovanja na Velebit i jadransku obalu, a primorska su mjesta (poglavito ona na Kvarneru) postala središtima zdravstvenoga turizma.“²⁰ Neposredno pred Prvi svjetski rat, tada najpoznatije i najveće turističko odredište u Hrvatskoj, Opatiju, posjetilo je 32.000 posjetitelja, koji su ostvarili čak 551.000 noćenja.²¹ „Najveći dio hotela je izgrađen, Opatija ima dobru željezničku vezu sa srednjoeuropskim zemljama, a vrlo je dobro organizirana zabava u samom gradu. Sve to utječe na značajan porast duljine boravka turista, koji u Opatiji nerijetko borave i više od petnaest dana.“²² Ovo je period u kojem se osim turistički orijentirane Opatije, razvijaju i dalmatinski gradovi te Rijeka. Naime, u ovim područjima jača industrija, a otkriva se i važnost prirodnih resursa duž dalmatinske obale. Također, uviđa se važnost dolazaka stranaca u zemlju te mogućnost financijske koristi za domicilno stanovništvo. U prilog tomu ide činjenica kako je o tome pisao novinar i književnik Petar Kasandrić u *Smotri dalmatinskoj* 1909. godine kada je predlagao osnivanje saveza za „promicanje prometa stranaca“: „Poznata je važnost, koju ima dan danas za svaku zemlju dolazak stranaca; a to ne samo zbog očite materijalne koristi, koju mogu pojedinci ili poduzeća steći, nego i zbog znatnog općeg gospodarskog napretka svih onih krajeva, koji primamljuju međunarodnu publiku, te putuju bilo za zabavu bilo u zdravstvene svrhe.“²³ Unatoč iznimno turbulentnom periodu koje je zahvatilo hrvatske krajeve te Prvi svjetski rat koji je prekinuo ionako slab i spor razvoj hrvatskih krajeva, turistički promet se stalno povećavao, a rastao je i broj smještajnih kapaciteta duž jadranske obale. Uz obalu, prvi se put pojavljuje jedno zanimljivo područje koje privlači sve veći broj turista – Gorski kotar. „Prvi goranski hotel sagrađen je 1900. u Vrbovskom, simbolična naziva Croatia: raspolagao je s 25 kreveta, a bio je u vlasništvu Drvorezbarske tvornice. Riječ je o zanimljivoj inicijativi i sprezi domaćega industrijskog kapitala i turizma; bilo je to upravo ono što je hrvatski turizam trebao i što se već dulje vrijeme očekivalo: domaći industrijalci počeli su prepoznavati svoj

²⁰ <http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1> (preuzeto 1.7.2018.)

²¹ Vukonić, B., *Povijest hrvatskog turizma*. Zagreb: Prometej, 2005., str. 81.

²² *Ibidem*, 2005., str. 81.

²³ *Ibidem*, 2005., str. 85.

interes u razvoju turizma!“²⁴ Gorski kotar karakteristično je područje jer su jedino u tom području snijeg i zima potakli na razmišljanje o turističkom razvoju i privlačenju turista, što je tada bila potpuna suprotnost u odnosu na velika ulaganja u obalu i turizam vezan za topliji dio godine. Ovo razdoblje, unatoč prethodnim koji svjedoče o jako sporom razvoju turizma, prikazuje postepeni razvoj Hrvatske te shvaćanje važnosti i potencijala turizma. Također, predstavlja period u kojem su neka mjesta svoj opći razvoj u budućnosti uvidjela prvenstveno kroz turizam; Brijuni, Opatija, Crikvenica, Selce, Novi Vinodolski, Mali Lošinj, Rab, Kaštela, Brač, Hvar te Dubrovnik. Važno je naglasiti da je sve što se u tome periodu postiglo, iznimno je veliko i važno za hrvatsku turističku povijest jer se uglavnom radilo o pojedinačnim inicijativama koje su u velikom broju slučajeva bile na lokalnoj razini.

Četvrta faza period je između dva svjetska rata te razdoblje velikih političkih i društvenih promjena u cijeloj Europi. Jedna od najvažnijih promjena je raspad Austro-Ugarske čime dolazi do nastanka Kraljevine SHS, Austrije, Mađarske i Čehoslovačke. Samim time, pri ulasku u zajedničku državu, nisu svi dijelovi bili na jednakom stupnju gospodarskog razvoja te su bile velike oscilacije, Zajednička sredstva su se uglavnom trošila u Srbiji i Crnoj Gori, a vlašću se upravljalo iz Beograda, što je iznimno kočilo hrvatski razvoj, ne samo u turističkom smislu već i u cjelokupnom gospodarstvu. Jedno od najvećih udaraca za tadašnju Hrvatsku bili su Rapalski i Rimski ugovori, kojima su neka od važnijih područja pripala Italiji. Rapalskim ugovorom su 12.11.1920. godine Italiji ustupljeni Trst, Gorica, Gradiška i dio Kranjske, Istra (bez Kastva), otoci Cres, Lošinj, Unije i Susak, Zadar te Lastovo i Palagruža.²⁵ Rimskim ugovorom je 27.1.1924. godine Rijeka pripala Italiji. „Sporazumom o Rijeci dogovoreno je ukidanje Slobodne Države Rijeke i priključenje njezina teritorija Italiji koja je zauzvrat priznala Kraljevini SHS puni suverenitet nad lukom Baroš i Deltom.“²⁶ Time je hrvatski turizam doživio veliki gubitak. Ono što je ipak pozitivno za ovo razdoblje je činjenica da se potaknuo razvoj jednog novog atraktivnog područja koje je do tad bilo u potpunosti neaktivno i nerazvijeno; riječ je o Gorskom kotaru. „*Karolina* i *Lujzijana*, prometnice koje su u prvoj polovini devetnaestoga stoljeća pokrenule življi turistički promet, sada su omogućile dolazak posjetitelja. Nakon Fužina, i ostala goranska mjesta dobivaju društvenu turističku organizaciju.“²⁷ Počelo se ulagati u turizam te shvaćati njegov presudan značaj za

²⁴ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str. 87.

²⁵ <https://kamenjar.com/prodaja-dalmacije-rapalski-ugovor-rimski-ugovori-kronoloska-istina2/> (preuzeto 1.7.2018.)

²⁶ <https://kamenjar.com/prodaja-dalmacije-rapalski-ugovor-rimski-ugovori-kronoloska-istina2/> (preuzeto 1.7.2018.)

²⁷ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str. 104.

cjelokupno područje. „Neposredno prije početka rata, Hrvatska ukupno bilježi nešto više od 40.000 postelja u svim vrstama smještajnih jedinica. Najviše je bilo privatnih soba (38,5%) i hotelskih kreveta (31,0%).“²⁸ Počelo se investirati u tadašnje turističke infrastrukture te pratiti „europsku modu“ odnosno stil života koji uključuje povremena putovanja izvan svakodnevnog mjesta boravka. „Bilo je mnogo manjih investicijskih zahvata, na gotovo cijelom teritoriju Hrvatske: gradili su se manji smještajni objekti, posebno svratišta i konačišta. Ipak, jedna je turistička aktivnost dobila silni zamah – izletništvo. Lokalno je stanovništvo, pogotovo iz gradskih sredina, prihvatilo „europsku modu“, barem u vrijeme nedjeljnog odmora.“²⁹ Četvrtu fazu u povijesti hrvatskog turizma obilježilo je i otvaranje zrakoplovne linije Zagreb-Beograd, a u sklopu Sveučilišta u Zagrebu otvaraju se novi fakulteti. Također, dolazi do osnivanja prve domaće putničke agencije. „Važna turistička inicijativa, koja se javila još u Austro-Ugarskoj Monarhiji 1911. godine, počela je dobivati konkretnije obrise: riječ je o inicijativi osnivanja prve domaće putničke agencije. (...) Prema poznatim podacima, prva je putnička agencija osnovana na inicijativu supine građana, 1920. godine u Dubrovniku: bio je to putnički *biro* naziva Mandus.“³⁰ Tri godine kasnije osnovana je putnička agencija „Putnik“ čije je sjedište bilo u Beogradu, no djelomičnu je samostalnost imala u Zagrebu. „Dakle, u Hrvatskoj je službeno počeo djelovati važan sektor turističke ponude svake turističke zemlje – turističko posredovanje (putnička agencija).“³¹ U razdoblju između dva rata dolazi do značajnijeg razvoja, do tada zanemarenog Gorskog kotara. „Gorski kotar dobio je svoj prvi hotel. Naime, 1924. otvoren je hotel *Tomislav* u Delnicama, s kapacitetom od 20 soba, odnosno 37 postelja. Hotel je, prema pisanju tadašnjeg tiska, luksuzno opremljen, a klijenti su bogat trgovci s obiteljima, ali i drugi turisti i znatiželjnici, koji posjećuju goranski kraj zbog ljepote krajolika i mogućnosti da u zimama bogatim snijegom skijaju ili se rekreiraju na neki drugi način. Osim toga, hotel organizira, i ljeti i zimi, vožnju kočijama ili sanjkama u susjedna goranska mjesta.“³² Ovo je period kad uz Gorski kotar, procvat doživljavaju otoci Brač (mjesta Bol i Supetar), Pag, Krk, Rab i Šolta. Također, u Zagrebu se otvaraju hoteli *Esplanade* te *Dubrovnik* (tadašnji hotel Milinov). Zanimljiv je podatak da je Republika Hrvatska

²⁸ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str. 105.

²⁹ Ibidem, 2005., str. 108.

³⁰ Ibidem, 2005., str. 109.

³¹ Ibidem, 2005., str. 110.

³² Ibidem, 2005., str. 112.

baš u ovom periodu, 1926. godine prvi put zabilježila više od sto tisuća posjetitelja te više od milijun noćenja.³³

Peta faza predstavlja razdoblje nakon Drugoga svjetskog rata koje je ujedno i razdoblje intenzivnog razvoja turizma. Drugi svjetski rat zahvatio je i razorio većinu hrvatskog teritorija te je uslijedila obnova i razvoj; i turizma, ali i cjelokupne infrastrukture i gospodarstva. „Posljedice rata bile su strašne: podjednako su strašni bili materijalni gubici kao i drastično smanjenje broja stanovnika. Gospodarstvo je prilično stradalo, što se ne možemo u potpunosti tvrditi za turističke objekte, pogotovo na obalnom prostoru. Razaranja je, naravno, bilo, ali je većina prijeratnih smještajnih objekata sačuvana, iako je nekima devastirana unutrašnjost. (...) Drugi svjetski rat nanio je Hrvatskoj i hrvatskom turizmu mnogo manje štete nego što bi se moglo očekivati s obzirom na golemo razaranja koja je rat donio gotovo svim europskim zemljama i područjima. Glavni dio turističke infrastrukture, hotelijerstvo, ostao je uglavnom pošteđen, iako je zahtijevao dodatna ulaganja u rekonstrukciju i prilagođavanje očekivanim promjenama u svjetskim turističkim kretanjima.“³⁴ Iako hrvatski prostor pogođen ratom i u fazi oporavka, ipak je došlo do uspona u razvoju turizma. „Sa stajališta razvoja turizma, ipak je to pretežno bilo razdoblje uspona, iako relativno sporog, u gotovo svim segmentima razvoja: izgradnja novih smještajnih kapaciteta, izgradnja komunalne i prometne infrastrukture neophodne za razvoj turizma, bolja unutarnja organizacija „turističke privrede“, kvalitetnija edukacija kadrova i kvalifikacijska struktura kadrova zaposlenih u turizmu.“³⁵ Također, radi se o razdoblju kada država želi potaknuti razvoj hrvatskog turizma; donosi se odluka o pravu zaposlenih na plaćeni godišnji odmor u trajanju od 14 do 30 dana te sustav dvojnih cijena; za domaće i strane turiste. Radi se na tome da se domaći turizam popularizira i približi „običnim“ ljudima, radnicima. Godine 1963. država je ukinula vize sa sve zemlje s kojima je država održavala diplomatske odnose. Time su se otvorile granice i hrvatski turizam doživio je procvat, a inozemni promet se udvostručio.³⁶ Osnivaju se hotelska poduzeća te agencije. Turizam doživljava uspon i razvoj. Ovo je razdoblje u kojem se turizam razvija te se podiže svijest o njegovoj važnosti u cjelokupnom gospodarskom sektoru. Provodi se kategorizacija smještajnih objekata, i to 1956. godine.³⁷ Uz veliki razvoj turizma i osvješćivanja

³³ Ibidem, 2005., str. 114.

³⁴ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str. 132. i 133..

³⁵ Ibidem, 2005., str. 133.

³⁶ Ibidem, 2005., str. 138.

³⁷ Ibidem, 2005., str. 147.

važnosti istog, osnivale su se i brojne kulturne manifestacije, koje su i danas vrlo uspješne. „U Dubrovniku su 1950. godine prvi put organizirane Dubrovačke ljetne igre (od 10.srpnja do 25.kolovoza), a u Puli je 1954. godine započeo prvi Festival igranog filma. Obje su manifestacije uvelike pomogle razvoju turizma u svom okruženju, naročito Dubrovačke ljetne igre.“³⁸

Šesta faza predstavlja razdoblje od 1991. godine do kraja dvadesetog stoljeća, odnosno razdoblje samostalnosti Republike Hrvatske. Važno je za naglasiti kako je ovo razdoblje iznimno teško i važno za hrvatsku povijest jer su tada prekinuti svi državnopravni odnosi s Jugoslavijom te se Hrvatska izdvojila kao samostalna republika. Cjelokupni gospodarski i društveni život pa tako i turizam bili su praktički obustavljeni jer je Republika Hrvatska provela pet godina u obrambenom ratu. Iako zemlja razrušena u svakom smislu te riječi, diže se svijest o važnosti turizma i njegovom razvoju i nastavku. „Turizmu se u novoj državi već od samog početka poklanja pažnja. Godine 1991. Sabor osniva Odbor za turizam i donosi niz zakonodavnih akata o novom ustroju društvene turističke organizacije, njezinom djelovanju i financiranju.“³⁹ Država potiče razvoj turizma raznim strategijama, no budući da je rat ostavio tragove shvaća se da razvoj treba biti postupan te da će vrlo vjerojatno biti dugotrajan i spor. „Dodamo li tome zaostajanje zbog ratnih zbivanja, zaposjednutost velikog broja hotelskih objekata stradalnicima rata, izbjeglicama i prognanicima, u vrijeme kada se razvoj naših tržišnih konkurenata nesmetano odvijao, i to dinamikom koja je još više minimizirala tržišnu sposobnost hrvatskog „turističkog proizvoda“, zaokružena je slika stanja od kojega počinje nužan proces revitalizacije hrvatskog turizma.“⁴⁰ Budući da je bilo jasno da zbog ratnih okolnosti Republika Hrvatska zaostaje za konkurentima, bilo je važno postaviti jasne ciljeve te razumjeti turizam kao fenomen. U tom trenutku, Republika Hrvatska razvija turizam već 150 godina, no zbog novonastale situacije postavlja se pitanje treba li nastaviti, jesu li uvjeti povoljni za to. Postupno se razvija, dotad nerazvijeno, zaleđe, no još uvijek se bilježi nizak broj posjetitelja na razini cjelokupne države. „Promatramo li ukupno petogodišnje razdoblje od 1991. do 1995. godine, broj turista smanjen je na otprilike 15% predratnih noćenja. Iznimka je bila 1994. godina, u kojoj su se rezultati turističkog prometa približili 30% predratnih vrijednosti.“⁴¹ Radi se o periodu kada se u nekoliko navrata potražnja za hrvatskim turizmom naglo dizala te isto tako i smanjivala, ovisno o ratnim zbivanjima tih nekoliko godina. Također, dolazi do promjena u posredničkom

³⁸ Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str. 144.

³⁹ Ibidem, 2005., str. 180.

⁴⁰ Ibidem, 2005., str. 181.

⁴¹ Ibidem, 2005., str. 183.

sustavu. Do tada, za vrijeme socijalističkog ustroja, postojalo je nekoliko agencija koje su imale velik opseg poslovanja te veći broj zaposlenika. Devedesetih godina otvaraju se brojne agencije s tek jednim ili dva zaposlenika, broj agencija raste, no i velik broj se zatvara zbog konkurencije dotadašnjih nekoliko manjih agencija. Neke su ipak uspjele ostati te su nastavile s poslovanjem. „Putničke agencije u privatnom vlasništvu, osnovane između 1988. i 1990., koje su uspješno prebrodile sve izazove tog vremena, uz određene promjene u unutarnjoj organizaciji rada nastavljaju djelovati do danas.“⁴² Putničke agencije koje su uspjele opstati su Atlas i Generalturist. Ono što se također događalo u ovom periodu, potpuno je izumiranje turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Iako nikada u potpunosti razvijen, ostavši na počecima, u ovom trenutku u potpunosti nestaje. Uz turizam, kompletna gospodarska situacija našla se pred golemim problemom. Raspad Jugoslavije i osamostaljenje Hrvatske, uz ostale posljedice, dovela je do privatizacije poduzeća i tvrtki, a u nekim situacijama je bilo teško nastaviti s poslovanjem zbog razrušenosti velikog broja hotela i tvrtki. Također, ovo razdoblje hrvatske povijesti te samog turizma, vrijeme je velikih promjena i previranja te reorganizacije cjelokupnog gospodarstva. „Trebalo napomenuti da se oporavak hrvatskog turizma nakon završetka rata može smatrati čak i brzim, na temelju indeksa godišnjih povećanja turističkog prometa u tim godinama, koji bi takvi bili i da je opća situacija bila posve „normalna“. Naime, već 1996. godine zabilježen je porast turističkog prometa za približno 14,5%. Do kraja stoljeća ukupni broj turista porastao je do 6,5 milijuna, s približno 5,5 milijuna odnosno 85% inozemnih turista. Kod ostvarenih je noćenja inozemni postotak još veći – 89%.“⁴³ Svi navedeni podaci pokazuju kako unatoč ratnom stanju, Republika Hrvatska je krenula naprijed u turističkom smislu te uvidjela kako je iznimno važno napredovati te održavati pozitivne rezultate.

⁴² Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005., str. 184.

⁴³ Ibidem, 2005., str. 194..

3. LIKA I GORSKI KOTAR KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Lika je regija koja se nalazi na jugozapadu Republike Hrvatske. Smještena je između Velebita te Plješevice i Kapele. Govoreći o prostornom smještaju, teritorijalno pripada Ličko-senjskoj, Zadarskoj te Karlovačkoj županiji. Površina Like iznosi 6.753 km², što čini gustoću od 8 st/km² te 11% cjelokupnog teritorija Republike Hrvatske.⁴⁴ Lika i Gorski Kotar kontinentalne su regije Republike Hrvatske koje karakteriziraju hladne zime, čist zrak, plodno tlo, vrijedno stanovništvo, no i slabo naseljeno područje s jako lošom socijalnom strukturom. Prednosti ovog područja ima puno te time predstavljaju turistički i gospodarski potencijal cjelokupne države.

3.1 Kvantitativna analiza Like i Gorskog kotara kao turističke destinacije

Prema podacima Ministarstva turizma, 2016. godine 561.510 turista posjetilo je Ličko-senjsku županiju što čini samo 3,44% od ukupnih dolazak u Republiku Hrvatsku, a od tih 3.44% čak 70.64% odlazi na posjetitelje koji dolaze u Plitvička jezera.⁴⁵

Tablica 1 Dolasci turista u destinacije Ličko-senjske županije 2016. godini

| Odredišta turista | Broj turističkih dolazaka |
|-----------------------------|---------------------------|
| Plitvička jezera i Rakovica | 396.657 |
| Senj i Karlobag | 110.785 |
| Ostatak destinacije | 54.068 |
| Ukupno | 561.510 |
| Ukupno RH | 16327.242 |

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.hr, preuzeto 5.7.2018.

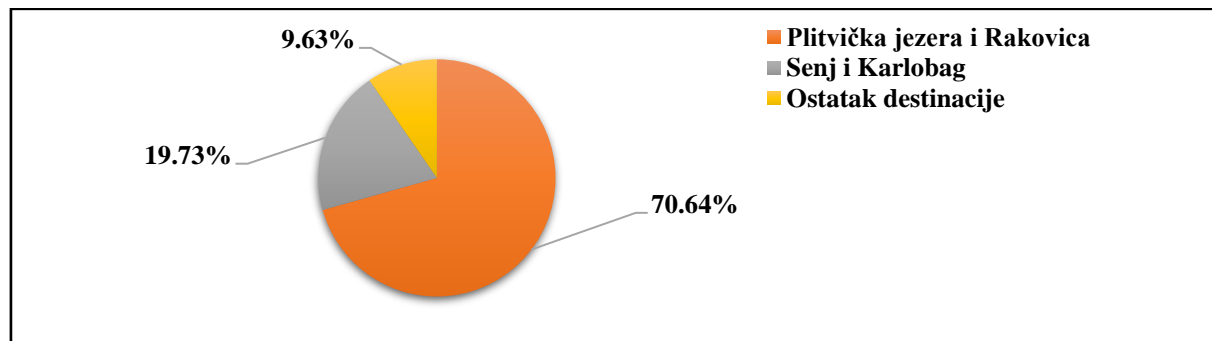
Navedena tablica pokazuje da se najveći broj turističkih dolazaka na području Ličko-senjske županije 2016. godine odnosio na mjesta Plitvička jezera i Rakovica, a nešto manji broj na Senj i Karlobag. U principu, ulaže se u samo nekoliko destinacija te ostale ne dolaze do izražaja u turističkom smislu. Svakako, tome svjedoči i Nacionalni park Plitvička jezera koji se nalazi u

⁴⁴http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/11_Odrzivi%20razvoj%20turizma%20na%20podrucju%20Lika%20destinacija.pdf (preuzeto 4.7.2018.)

⁴⁵http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/11_Odrzivi%20razvoj%20turizma%20na%20podrucju%20Lika%20destinacija.pdf (preuzeto 4.7.2018.)

samom mjestu Plitvička jezera te je pod UNESCO-om zaštitom stoga ne čudi njegova velika popularnost i povećanje broja posjetitelja.

Grafikon 1 Dolasci turista u destinacije Ličko-senjske županije 2016. godini



Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.hr, preuzeto 4.7.2018.

Govoreći o turističkim dolascima na području Ličko-senjske županije, iz navedenom grafikona saznaje se da 70,64% dolazaka čine dolasci u Plitvička jezera i Rakovicu, manji dio odnosi se na Senj i Karlobag, a ostatak se odnosi na druge dijelove destinacije. Iz navedenih podataka jasno je da unutar same županije postoji neravnomjeran razvoj različitih dijelova te da se samim time i turizam slabije razvija u određenim dijelovima. U sljedećoj se tablici prikazuju trokvartalno ostvarenje turističkih dolazaka i noćenja u Ličko-senjskoj županiju za 2016.godinu.

Tablica 2 Ostvareni turistički dolasci i noćenja u Ličko-senjskoj županiji, u razdoblju 1.-9. mjeseca 2016. godine.

| OPIS | 2016. | | | 2015. | | |
|----------------|----------------|------------------|--------------|----------------|------------------|--------------|
| | Broj | Noćenja | Udio (%) | Broj | Noćenja | Udio (%) |
| Strani turisti | 561.303 | 2.384.884 | 84,8 | 507.828 | 2.043.895 | 95,1 |
| Domaći turisti | 38.824 | 426.163 | 15,2 | 28.229 | 104.917 | 4,9 |
| UKUPNO | 600.127 | 2.811.047 | 100,0 | 536.057 | 2.148.812 | 100,0 |

Izvor: Hrvatska gospodarska komora, www.hgk.hr, preuzeto 4.7. 2018.

„Prema podacima eVisitor sustava turističkih zajednica o ostvarenom turističkom prometu, u Ličko-senjskoj županiji u prvih devet mjeseci 2016. godine ostvaren je rast 12% u dolascima, te 30,8%, u noćenjima. Podaci govore o 600.127 turista i 2.811.047 ostvarenih noćenja turista u Ličko-senjskoj županiji. U navedenom razdoblju, strani su turisti ostvarili rast od 10,5% u dolascima i 16,7% u noćenjima. Domaći gosti ostvarili su rast u dolascima od 37,5%, te 306,2% u

noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2015. godine. Udio stranih turista u strukturi dolazaka je 94%, a u noćenjima 85%.⁴⁶

3.2 Kvalitativna analiza Like i Gorskog kotara kao turističke destinacije

Iako je općeprihvaćeno da je Lika „goli kamen bez života“, što je djelomično točno jer je najveći dio građen od dolomita i vapnenca s brojnim poljima u kršu (Ličko, Krbavsko, Gacko, Koreničko, Lapačko), činjenice potvrđuju da se radi o potpunoj suprotnosti - jednom od hrvatskih bisera koji obiluje biljnim i životinjskim vrstama. No, istina je, stanovništva je se manje i kraj postaje pust. Riječ je o tome da je ovaj kraj, obilježen burnom prošlošću, doživio propast. Tijekom Domovinskog rata je velika većina gradova porušena, stanovništvo iseljeno, a kraj u potpunosti opustošen. Narednih dvadesetak godina se gotovo slabo ili nije uopće ulagalo u županiju i okolicu te su bogati krajevi postali siromašni, a stanovništvo koje je ostalo demotivirano za bilo kakvim razvojem i pokretanjem posla.

Radi se o području koje je nedovoljno valorizirano i primijećeno. Dvije najveće rijeke ponornice na ovom području su Lika i Gacka. Naš poznati alpinist i speleolog Stipe Božić ove rijeke naziva „krškim ljepoticama“ što je i jasno zašto s obzirom na brojne prednosti koje donose ovdašnjem stanovništvu; primjerice ribolov, plovdba kanuima, mlinovi, vodoopskrba. Također, u kanjonu rijeke Like izgrađena je brana akumulacijskog jezera Kruščica. „Rijeka Gacka je jedno od mnogih, još neotkrivenih blaga Hrvatske. Zbog čistoće vode i bogatog biljnog i životinjskog svijeta zovu je draguljem Like.“⁴⁷ Još jedan od bisera Like je Velebit; idealan za opuštanje i aktivan odmor u prirodi. Brojne planinarske staze i preko dvadeset planinarskih kuća i domova svjedoče o iznimnoj posjećenosti ove veličanstvene planine, koja je ujedno zaštićeni park prirode s dva nacionalna parka; Sjeverni Velebit i Paklenica. Prema samoj viziji nacionalnog parka „Nacionalni park Sjeverni Velebit prepoznatljiv je dio Velebita po očuvanoj prirodnoj raznolikosti i doživljaju iskonske divljine. Oslonac je održivog razvoja lokalnih zajednica na tradicijskim temeljima i prostor stjecanja novih spoznaja.“⁴⁸ Velebit je jedno od najznačajnijih endemskih čvorišta flore i kopnene faune u Hrvatskoj. Zbog svojih je iznimne vrijednosti. Nacionalni park Sjeverni Velebit

⁴⁶<https://www.hgk.hr/documents/turizam-licko-senjske-zupanije-u-brojkamai-ix-201658bff606508ba.pdf> (preuzeto 4.7.2018.)

⁴⁷ <http://visit-lika.com/page/sportovi-navodi> (preuzeto 7.5.2018.)

⁴⁸ <http://www.np-sjeverni-velebit.hr/?lang=hr> (preuzeto 7.5.2018.)

postao je dijelom Nacionalne ekološke mreže te time uvršten u prijedlog buduće mreže područja Natura 2000. Naime, radi se o ekološkoj mreži sastavljenoj od područja važnih za očuvanje ugroženih vrsta i stanišnih tipova Europske unije. Cilj joj je očuvati ili ponovno uspostaviti povoljno stanje više od tisuću ugroženih i rijetkih vrsta te oko 230 prirodnih i poluprirodnih stanišnih tipova. Natura 2000 temelji se na EU direktivama te se kod upravljanja tim područjima uzimaju u obzir interesi i dobrobiti ljudi koji žive na tim područjima. Uz Naturu 2000, Sjeverni Velebit član je mreže Europskih destinacija izvrsnosti (EDEN) te je postao nacionalni pobjednik u kategoriji „Turizam i zaštićena područja. Uz Velebit, još jedan od nekoliko prirodnih resursa predstavljaju Plitvička jezera, nacionalni park pod UNESCO zaštitom. Općina prekriva 470km², a nacionalni park 295km². „To je šumoviti planinski kraj kroz koji se, jedno ispod drugog, niže šesnaest prekrasnih jezera i jezeraca kristalne modrozeline boje. Vodom ih pune mnoge rječice i potoci, međusobno su spojena pjenušavim kaskadama i šumnim slapovima. Tijekom tisućljeća voda ovih jezera je kršila, nagrizala i otapala stijene i korita kojima je tekla.“⁴⁹ Govoreći o samim podacima, 22308 ukupno hektara prekriveno je šumom, 217 hektara vodom, 6957 hektara prekrivaju livade i farme. Park obiluje biljnim i životinjskim svijetom te je tako moguće naići na mnoge ptice i divljač (srna, medvjed, divlja svinja). Ribolov, lov i kupanje strogo su zabranjeni te se u potpunosti pridržava pravila vezanih uz održavanje nacionalnog parka odnosno maksimalno smanjenje ljudskog djelovanja. Plitvička jezera nude smještaj u pet hotela, jedno turističko naselje, dva kampa i 2 hostela, 391 privatni smještaj te 3 ostala objekta za smještaj.

Iza svega navedenog vidljive su naznake turističkog razvoja te truda pojedinaca koji vide potencijal Like, no uglavnom su projekti i ideje nedovoljno realizirani. Pravi potencijal ostvario bi se konkretnim strateškim planom koji bi su u potpunosti realizirao. Izgradnjom energetski učinkovitih kuća za odmor s prirodnim i uređenim okolišem, Lika bi se mogla brendirati kao destinacija s netaknutom prirodom i bogatom ponudom. Korištenjem prirodnih materijala, solarnih kolektora, električnih vozila te učinkovitih načina grijanja, područje kao što je Lika, ostat će očuvano još puno godina te davati mogućnost za konstantnim razvojem i cjelokupnog područja i u gospodarskom i u turističkom smislu.

Važno je i obratiti pozornost na sve ono što sam kraj nudi te iskoristiti u pozitivne svrhe. Primjerice, priobalna mjesta kao što su Karlobag i Starigrad-Paklenica na udaljenosti su od oko četrdeset kilometara od samog grada Gospića i bliže okolice, što samo po sebi nudi mogućnost organiziranja

⁴⁹ <https://www.discoverplitvice.com/hr/nacionalni-park-plitvicka-jezera/> (preuzeto 1.7.2018.)

izleta te boravka na plaži. Ponuda bi bila u suprotnosti s onom „sunce i more“ te bi se nudila netaknuta i čista lička priroda, mogućnost izleta, biciklističke rute i vožnja quad vozilima uz blizinu mora i sve blagodati koje ono pruža. Mogućnosti je bezbroj, a mogu se ostvariti uz dovoljno truda, financijskih sredstava te podrške lokalne zajednice i suradnje s istom. Preduvjete kakve ovaj kraj ima, rijetko se koji može pohvaliti, no izostaje motivacije i potpore. Kao što je već navedeno u tekstu, stanovništvo je demotivirano te jako inertno što u startu koči bilo kakav razvoj.

Primjerice, Švicarska nema ni sunce ni more, a hrvatski Velebit može ljepotom parirati švicarskim Alpama, a turizam je među najrazvijenijima u Europi. Zašto je to tako? Odgovor leži u tome što su Švicarci razvili atrakcije u Alpama i naizgled nezanimljivo područje obogatili i učinili ga interesantnim i vrijednim posjeta. Također, sva turistička struktura je jedna od najmodernijih u Europi (ako ne i u svijetu), uključujući smještajne kapacitete, prometnu povezanost te samu kvalitetu prometne infrastrukture. Zanimljivo je da su razvili takav prometni sustav da jedna karta vrijedi za sve vlakove, autobuse, uspinjače u cijeloj zemlji. „U Švicarskoj prihodi od turizma iznose vrtoglavih 28 milijardi švicarskih franaka. To je tri i pol puta više od turističkih prihoda Hrvatske. Nemaju sunce i more, ali imaju satove, prehrambene i kozmetičke brendove, atrakcije u Alpama te odlično razvijen obiteljski smještaj.“⁵⁰ Švicarska je odličan primjer vrhunskog i preciznog praćenja turističkih trendova i prilagođavanja vlastite ponude u skladu s njima, a sve bez prirode i obale kakve ima Republika Hrvatska. „Turizam čini samo 4% švicarskog BDP-a, dok u Hrvatskoj turizam čini oko 20 % BDP-a. Hotelijerski biznis cvjeta te je godišnja popunjenost dvostruko viša nego u Hrvatskoj.“⁵¹

Iako je nemoguće uspoređivati Hrvatsku i Švicarsku s obzirom na to da Švicarska prednjači u industriji, gospodarstvu i turizmu u cijeloj Europi, može biti izvrstan primjeri poticaj Hrvatskoj da valorizira svoje prirodne resurse i ostvari svoj puni potencijal tako da se očuva priroda, a da se u isto vrijeme udovolji suvremenim turističkim trendovima.

⁵⁰ <http://hrturizam.hr/svicarska-i-austrija-nemaju-mora-ali-od-turizma-znaju-zaraditi/> (preuzeto 6.7.2018.)

⁵¹ <http://hrturizam.hr/svicarska-i-austrija-nemaju-mora-ali-od-turizma-znaju-zaraditi/> (preuzeto 6.7.2018.)

Tablica 3 SWOT analiza Like i Gorskog kotara kao turističke destinacije

| Snage | Slabosti |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Dobra povezanost s glavnim gradom Republike Hrvatske te ostatkom države • Blizina priobalnih mjesta kao što su Karlobag i Starigrad-Paklenica • Netaknuta i čista priroda • Vrijedno stanovništvo • Velik potencijal za razvoj u turističkom smislu • Bogatstvo domaćih proizvoda kao što su rakija šljivovica i sir škripavac | <ul style="list-style-type: none"> • Nedovoljna razvijenost prostora • Opustošen kraj • Loša socijalna struktura stanovništva • Pasivno stanovništvo • Nedovoljna valoriziranost prostora |
| Mogućnosti | Prijetnje |
| <ul style="list-style-type: none"> • Promocija i brendiranje destinacije i njenih proizvoda • Ponuda bicikala i quadova te vođenih tura • Pješačke i planinarske staze • Suradnja s mladim poduzetnicima iz cijelog kraja i države • Ponuda izleta te kušanja domaćih prehrambenih proizvoda • Više manifestacija kao što je „Jesen u Lici“ • Poticanje mladog stanovništva za ostanak te pokretanje vlastitog posla u suradnji s lokalnom zajednicom • Održivi turizam | <ul style="list-style-type: none"> • Propadanje poljoprivredne zemlje • Odlazak mladog stanovništva iz cjelokupne zemlje pa i ličkog kraja • Nedovoljno kvalitetnih smještajnih kapaciteta • Slaba i nedovoljna promocija |

Izvor: prijedlog autora

Iz navedenih podataka te obrađene SWOT analize Like i Gorskog kotara, vidljivo je kako su glavne snage te samim time i prednosti ovog kraja, dobra povezanost s ostatkom Republike Hrvatske te time i blizina priobalnih mjesta te netaknuta i čista priroda koja otvara mogućnost turističkog razvoja te napretka cjelokupnog kraja. Ta činjenica otvara mogućnost izleta u priobalne krajeve te lakoću dolaska u Liku i Gorski kotar. Budući da je većina Republike Hrvatske pokrivena kvalitetnim autocestama, dolazak u iz nekoliko smjerova države te susjednih zemalja, daleko je brži i lakši. Brojne mogućnosti predstavljaju dodatan poticaj za razvoj, pogotovo u vidu novih manifestacija, brendiranja domaćih proizvoda te aktivnosti koje povezuju ovaj kraj, a tiču se

svježeg zraka te boravka u prirodi. Najveću opasnost predstavlja odlazak mladih iz cjelokupne države, a iz ovog kraja pogotovo što za sobom ostavlja isključivo stariju populaciju koja nije u mogućnosti nešto pokretati niti se baviti poljoprivredom. Također, nedovoljnom promocijom ovaj kraj se u potpunosti može „zaboraviti“, budući da ni dosad nije previše ulagano.

4. ENERGETSKA UČINKOVITOST I ODRŽIVI TURIZAM U FUNKCIJI RAZVOJA DESTINACIJE

Turizam je zadnjih nekoliko godina postao jedna od najmasovnijih pojava, koja svojim konstantnim širenjem zahtjev sve veću količinu resursa – prirodnih, ljudskih, financijskih. Nudi se sve već broj destinacija, ponuda se širi, a konkurencija postaje sve brojnija i jača. Suvremeni turisti znaju što žele, vole istražiti destinacije i sve više traže smještaj i ponudu koja je u skladu sa zakonima prirode te ju ne ugrožavaju. Sve se veći fokus stavlja na turističke trendove kojima je cilj očuvanje prirode i na neki način suživot s njom. Grade se „zeleni hoteli“, pravilno se odvaja otpad, koriste se materijali koji ne štete okolišu te se smanjuje mogućnost zagađenja štetnim plinovima i korištenja velikih količina energije. U svemu tome se sve više hotelijera i turističkih djelatnika okreće energetske učinkovitosti i razvoju održivog turizma.

4.1 Energetska učinkovitost

Energetska učinkovitost smanjeno je korištenje energije za veći učinak; „odnos između ostvarenog korisnog učinka i energije potrošene za ostvarenje tog učinka, kao i proizvodnja energije iz obnovljivih izvora energije i /ili kogeneracije za koju se ne ostvaruje poticajna cijena temeljem posebnih propisa.“⁵² Energetska učinkovitost jedan je od preduvjeta za cjelokupni razvoj gospodarstva, pogotovo u segmentu turizma te održivog razvoj tog istog turizma. Europske države odavno su prepoznale važnost ulaganja u održivi razvoj turizma te samim time stvorile učinkovit sustav koji donosi korist svome stanovništvu, a u isto vrijeme ostaje mlađim naraštajima otvara se prilika novog poslovanja. U tom pogledu, Republika Hrvatska prepoznala je potencijal održivog turizma te razvoja koji bi pozitivno utjecao na mnoge segmente u cjelokupnoj zemlji kao primjerice, u povećanju kvalitete života domicilnog stanovništva, brendiranje proizvoda te smanjenje zagađenja okoliša. „Suvremeni turisti teže novim oblicima turizma, koji imaju kompenzacijski efekt u odnosu na suvremeni dinamični ritam življenja. Sigurnost, zdravlje, ekologija i kultura smatraju se čimbenicima na kojima se temelje suvremeni turistički tijekovi. Uz getoizaciju i alternativni turizam, najnovij i suvremeni turistički trendovi okrenuti su održivom

⁵² https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_127_2399.html (preuzeto 9.7.2018.)

turizmu, koji je višestruko najpogodnija perspektiva.⁵³ Energetska učinkovitost postaje sve popularniji termin u Europi pa samim time i u Republici Hrvatskoj. U medijima se često spominje „zelena gradnja“ te sve češće, učinkovito odvajanje otpada bez da se zagađuje okoliš i uništava zrak i šire područje. Jedan vrlo dobar primjer učinkovitog korištenja energije je grad Krk. Nadležne institucije i lokalne vlasti su odlučile ići u korak sa svjetskim trendovima te svome stanovništvu omogućiti kvalitetniji život te natjecajima i financijskim sredstvima potiču gradnju energetski učinkovitih obiteljskih kuća i odvajaju otpad te ga na pravilan način zbrinjavaju. Također, potiče se organizirano zbrinjavanje otpada te se najmlađe naraštaje uči o važnosti racionalnog korištenja energije te pravilnog odvajanja i zbrinjavanja otpada. „09. svibnja 2018. godine, krenula je peta sezona projekta Plava vreća (Blue Bag). Plava vreća jedna je od brojnih ekoloških inicijativa koje krčko komunalno društvo provodi na području otoka. Riječ je o ekološko-turističkom programu osmišljenom za nautičare, turiste i sve zaljubljenike u prirodu kojim se teži potaknuti na volontersko čišćenje obale od naplavina. Prve plave vreće na hrvatskoj su se obali pojavile upravo na otoku Krku, čime su Krčani ponovno demonstrirali svoje liderstvo u mnogim inovativnim akcijama koje potiču ekološku osviještenost, očuvanje okoliša i održiv razvoj. Cilj akcije Plava vreća jest da svaki nautičar tijekom sezone sakupi barem jednu vreću naplavina. Turisti, ali i lokalno stanovništvo, tako da osiguravaju sebi i drugima čiste plaže na kojima provode svoje ljetne dane, a pritom pokazuju i svoju ekološku osviještenost, odnosno brigu o okolišu. Mnogi zeleni projekti i energetski učinkovita rješenja pobuđuju sve veći interes Krčana, ali i gostiju. Stoga, prošle godine uspostavljen slogan - DISCOVER ECO LIFESTYLE ON THE ISLAND OF KRK - turistima jasno daje do znanja na kakav otok dolaze, a sve te inicijative zajedno predstavljaju tek dio ukupne strategije kojom se želi postići da otok Krk postane uistinu jedinstven na čitavom Mediteranu.“⁵⁴ Grad Krk prednjači u količini zbrinutog otpada u Republici Hrvatskoj te tu ne staje, organiziraju se radionice s tom temom, stanovništvo se educira i potiče svakog pojedinca da učini malu razliku koja na kraju rezultira velikim uspjehom. „Nakon 12 godina od uvođenja sustava odvojenog prikupljanja otpada na otoku je, zajedničkim zalaganjem Trgovačko-komunalnog društva Ponikve eko otok Krk i svih otočana, postignut prvi zadani cilj gdje se primarnom selekcijom odvaja i posebno zbrinjava više od 50% korisnog otpada. ime, od proljeća ove godine na području grada Krka i naselja Punat sustav Od vrata do vrata uveden je u cijelosti, što znači da

⁵³ <https://hrcak.srce.hr/163204> (preuzeto 5.7.2018.)

⁵⁴ <https://www.grad-krk.hr/krenula-peta-sezona-projekta-plava-vreca-blue-bag> (preuzeto 22.7.2018.)

se s kućnog praga odvoze sve vrste odvojeno prikupljenog otpada. Obećavajući početni rezultati, i više od 55% razvrstanog korisnog otpada pokazuju da bi otok Krk, uz bitna ulaganja u edukaciju, ali i nadzor u primjeni ovog sustava, u narednih nekoliko godina mogao ostvariti zadani cilj s više od tri četvrtine primarno zbrinutog otpada. A upravo na putu prema tom cilju primaran faktor i nadalje čine otočani, koji odvajanjem demonstriraju svoju naklonost zaštiti okoliša i održivoj ekonomiji, ali i odgovornost prema svome kućnom budžetu, obzirom da se odvajanjem na odlagalište šalje sve manja količina otpada čime se sprječava i veći rast cijena, tim više što u narednoj godini započne odlaganje nekorisnog otpada u Županijskom centru za gospodarenje otpadom Marišćina.“⁵⁵

4.2 Održivi razvoj turizma

Održivi turizam predstavlja najnoviji turistički trend koji se sve više širi. Velik broj država Europe već ga prihvaća i razvija ga te time privlači sve veći broj turista, a domicilnom stanovništvu donosi mnogobrojne koristi. Podiže se svijest o važnosti očuvanja okoliša te razvoja održivog turističkog sustava koji će u prvom planu omogućiti prirodi manje zagađenja te osigurati kvalitetniji i sretniji život domicilnom stanovništvu i turistima koji posjećuju destinacije. Održivi turizam počiva na nekoliko važnih aktivnosti; ekonomskoj održivosti, društvenoj odgovornosti te zaštiti okoliša. Sam trend održivog razvoja turizma javio se kao posljedica pretjeranog iskorištavanja okoliša, uništavanje prostora, kulturno-povijesnih znamenitosti i općenito nemarnog ponašanja prema prirodi i onome što priroda pruža. „Održivi turizam obuhvaća sve forme turizma koje respektiraju sav prirodni, izgrađeni i kulturni okoliš zemlje domaćina i interese svih uključenih strana. Planiranje takvog turizma trebalo bi uvažiti prava i potrebe domaćeg stanovništva, njihovih resursa, životnog stila i kulture i njihovo pravo da utječu na sudbinu lokalnih resursa.“⁵⁶ O održivom turizmu govori se sve više, a u prilog tome svjedoči i činjenica da se u samoj Republici Hrvatskoj održavaju brojne konferencije, seminari i radionice na tu temu te na koji način implementirati održivi turizam u postojeću turističku ponudu, posebice u Lici. „Ovim povodom Mreža za održivi razvoj Hrvatske u supokroviteljstvu NP Plitvička jezera i Klastera „Lika Destination“ organizira konferenciju na Plitvičkim jezerima 27. rujna u Hotelu Jezero s početkom

⁵⁵<https://www.grad-krk.hr/krk-na-putu-prema-sve-vecem-postotku-primarno-zbrinutog-otpada>(preuzeto 22.7.2018.)

⁵⁶ <https://hrcak.srce.hr/163204> (preuzeto 5.7.2018.)

u 11 sati. Akciji obilježavanja Međunarodne godine održivog turizma za razvoj pridružila se i Mreža za održivi razvoj Hrvatske koja, zajedno s NP Plitvička jezera te Klasterom „Lika Destination“ održava konferenciju pod nazivom „Izazovi i perspektive održivog turizma Hrvatske“. Konferencija se održava pod pokroviteljstvom Ministarstva turizma, Ministarstva regionalnog razvoja i europskih fondova te Ministarstva zaštite okoliša i energetike.“⁵⁷

Iz svih statističkih podataka vidljivo je kako turizam u Republici Hrvatskoj igra vrlo važnu ulogu te donosi određen postotak prihoda, što samo za sebe govori kako se sve više prepoznaje važnost razvoja turizma te da ponuda mora pratiti turističke trendove, među kojima je i održivi turizam. „Prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB), tijekom 2017. godine, prihodi u turizmu od stranih gostiju, iznosili su 9 milijardi i 493 milijuna eura, što u odnosu na 2016. godinu (8 milijardi i 635 milijuna eura), predstavlja rast od 10 posto, odnosno 858 milijuna eura. U četvrtom tromjesečju, odnosno tijekom mjeseca listopada, studenog te prosinca 2017. godine prihodi od turizma iznosili su 807 milijuna eura, što u odnosu na isti period prošle godine (733 milijuna eura) predstavlja rast od 10 posto, odnosno rast od 74 milijuna eura.“⁵⁸ Podaci su iznimno pozitivni i idu u prilog hrvatskom turizmu, no važno je i pravilno ih koristiti te na kvalitetan način rasporediti turističku ponudu po svim dijelovima zemlje. Još uvijek je iznimno velik problem što postoje regije u kojima turizam cvjeta i baš zato što je tko se i sve više ulaže u njih jer donose najviše profita, dok se neke druge regije na neki način zaboravlja te im se ne pruža prilika za razvoj, kako za turistički tako i za gospodarski. Statistika turističkih noćenja iz 2017. godine pokazuje kako je stranih turista 12% više u odnosu na prethodnu godinu, a radi se o 89,8 milijuna noćenja. Domaćih turista bilo je puno manje, 12 milijuna, što predstavlja rast od 14% u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 4 Turistička noćenja od siječnja do prosinca 2017. godine

| Turistička noćenja | Milijuni | Porast u % u odnosu na prethodnu godinu |
|--------------------|----------|---|
| Domaći turisti | 12 | 14 |
| Strani turisti | 89,8 | 12 |

Izvor: <http://hrturizam.hr/rekordna-turisticka-godina-prosle-godine-ostvareno-102-milijuna-nocenja/>, preuzeto 17.7.2018.

⁵⁷ <https://www.lika-online.com/odrzivi-turizam-kao-jos-jedan-hrvatski-adut/> (preuzeto 9.7.2018.)

⁵⁸ <https://www.mint.hr/vijesti/ostvareni-prihodi-u-2017-godini-potvrda-su-velikog-napretka-hrvatskog-turizma/12079> (preuzeto 17.7.2018.)

Govoreći o turističkim noćenjima, podaci iz 2017. godine pokazuju kako je Istarska županija još uvijek u vrhu s ostvarenih 28 milijuna noćenja, a Ličko-senjska županija je najlošija. Jedina županija koja je lošija od Ličko-senjske je grad Zagreb s 2,3 milijuna noćenja. Sljedeća tablica prikazuje turistička noćenja po županijama u periodu od siječnja do prosinca 2017. godine.

Tablica 5 Turistička noćenja po županijama u periodu od siječnja do prosinca 2017. godine

| Turistička noćenja po županijama | Milijuni |
|---------------------------------------|----------|
| Istarska županija | 28 |
| Splitsko-dalmatinska županija | 19 |
| Primorsko-goranska županija (Kvarner) | 18,6 |
| Zadarska županija | 13,7 |
| Dubrovačko-neretvanska županija | 8,5 |
| Šibensko-kninska županija | 7,1 |
| Ličko-senjska županija | 3,2 |
| Grad Zagreb | 2,3 |

Izvor: <http://hrturizam.hr/rekordna-turisticka-godina-prosle-godine-ostvareno-102-milijuna-nocenja/>, preuzeto 17.7.2018.

Iz navedenih podataka je vidljivo kako Ličko-senjska županija nije najlošija, no daleko je od najboljih županija te se samim time otvara jako puno mjesta za napredak, za koji postoje osnove. Također, osim brojnih prirodnih i kulturnih znamenitosti kojima ova zemlja obiluje i koji se koriste u promotivne svrhe, još jedan od hrvatskih aduta čine njeni sportaši. Tako je povodom finalne utakmice odlično prihvaćena promotivna kampanja na YouTube kanalu te na društvenim mrežama Facebook i Instagram. Fokus je bio na području oko stadiona Luzhniki, a nakon utakmice na cijelom području Moskve, a kampanja je dodatno proširena na emitivna tržišta kao što su Njemačka, Austrija, Italija, Nizozemska, Švedska, Španjolska i Švicarska. Riječ je o zemljama koje za hrvatski turizam predstavljaju važna tržišta, ali i o zemljama u kojima naši igrači igraju za velike klubove. U sklopu ove kampanje ostvareni su impresivni rezultati: gotovo 4 milijuna impresija, skraćeni video ostvario je doseg od 2.5 milijuna ljudi, a više od milijun ljudi je promotivnu objavu HTZ-a komentiralo, podijelilo ili lajkalo.⁵⁹ Navedeni podaci itekako idu u prilog te će, ako se na

⁵⁹<https://www.mint.hr/vijesti/promotivne-aktivnosti-htz-a-u-nekoliko-sati-vidjelo-vise-milijuna-ljudi-diljem-svijeta/14375> (preuzeto 17.7.2018.)

kvalitetan i kreativan način iskoriste, Hrvatskoj uvelike pomoći u razvoju turizma i podizanju standarda.

Govoreći o održivom turizmu, bitno je za naglasiti da je ne samo budućnost gospodarstava u svijetu već predstavlja i svjetski trend koji postaje sve popularniji i sve se više podiže svijest o ponašanju pojedinca prema okolišu, na koji ga način ugrožava i što se na globalnoj razini može napraviti kako sam turizam kao gospodarska grana ne bi prerastao u masovni (koji je i dalje veliki problem u brojnim državama) koji iznimno šteti okolišu, prirodi, infrastrukturi te domicilnom stanovništvu. Također, većinu noćenja ostvaruju turisti iz Njemačke, Slovenije i Austrije, koji traže nešto novo i drugačije te žele vidjeti objekte i turističku ponudu koja prati svjetske trendove, a jedan od njih je i razvoj turizma na održivi način. Nastavno, sljedeća tablica prikazuje zemlje iz koje turisti najviše dolaze te posjećuju Republiku Hrvatsku.

Tablica 6 Broj ostvarenih noćenja prema zemljama iz kojih dolaze turisti

| Zemlje iz kojih turisti dolaze | Njemačka | Slovenija | Austrija | Poljska | Češka | Sjedinjene Američke Države |
|--------------------------------|----------|-----------|----------|---------|-------|----------------------------|
| Broj noćenja u milijunima | 20,7 | 10,1 | 7,6 | 6,3 | 5,4 | 1,4 |

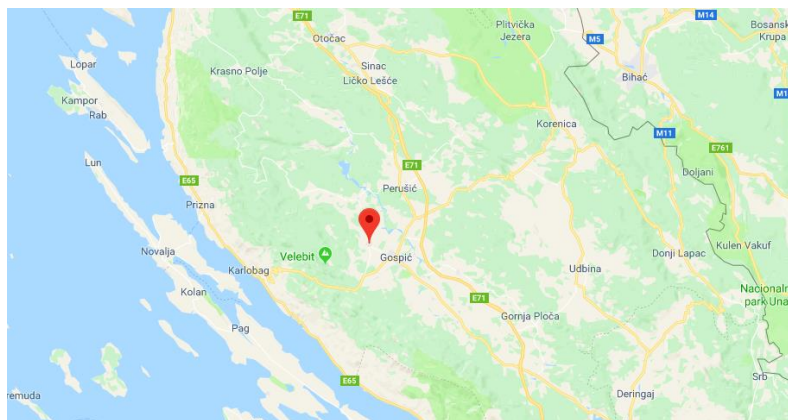
Izvor: <http://hrturizam.hr/rekordna-turisticka-godina-prosle-godine-ostvareno-102-milijuna-nocenja/>, preuzeto 11.9.2018.

Iz navedene tablice vidi se kako najveći broj noćenja ostvaruju Nijemci, i to 20,7 milijuna, a iza njih su Slovenci i Austrijanci s 10,1 milijunom i 7,6 milijuna noćenja. Navedene skupine turista sve više posjećuju Republiku Hrvatsku i sve ono što ona može ponuditi te prepoznaju njen potencijal po vrlo pristupačnim cijenama, za razliku od slične ponude zapadnih zemalja koje svoje uslugu puno više naplaćuju. U tom pogledu se Hrvatskoj otvara mogućnost razvoja održivog turizma koji bi imao višestruke prednosti; privlačenje većeg broja turista koji traže nešto autohtono, drugačije i jedinstveno, očuvanje čistog i neizgrađenog okoliša, više zaposlenja za domicilno stanovništvo te suradnju s mladim poduzetnicima na području cijele Hrvatske. Uz višestruke koristi, prihod županije bi se povećao te bi tako ovo područje „oživilo“; ne samo u financijskom smislu već i kroz promociju ovog područja.

5. MODEL KUĆE ZA ODMOR I PRIMJER ODRŽIVOG TURIZMA U MJESTU NA PODRUČJU LIČKO SENJSKE ŽUPANIJE

Ovo poglavlje bavit će se o konkretnom modelu kuće za odmor koja ima visoku energetska učinkovitost te samim time mogućnosti održivi razvoj turizma na ovom području. Konkretno, govorit će se o Smiljanu, mjestu smještenom u srcu Like, oko šest kilometara od sjedišta županije – Gospića.

Slika 1 Lokacija Smiljana



Izvor: <https://www.google.com/maps/place/Smiljan/@44.5172513,15.1849721,11z/data=!4m3!1m7!3m6!1s0x47622acbe4e4460d:0x835af4145dfc4024!2sSmiljan!3b1!8m2!3d44.5637924!4d15.320403!3m4!1s0x47622acbe4e4460d:0x835af4145dfc4024!8m2!3d44.5637924!4d15.320403>, preuzeto 17.7.2018.)

Smiljan je mjesto koje je snažno povezano sa županijom te surađuje s njom. Radi se o mjestu gdje se prvenstveno bavi poljodjelstvom te stočarstvom. Sukladno tome, mjesto obiluje domaćim proizvodima; voćem, povrćem (krumpir kao povrće broj jedan) te žitaricama. Od domaćih životinja pretežno se radi o govedu (prvenstveno ličkom tradicionalnom govedu – bušama), svinjama te peradi. Budući da je zemlja iznimno plodna i za obradu i za prehranu stoke, oduvijek je kraj bio bogat te su se mnoge obitelji prehranjivale te živjele od poljoprivrede. U principu, sve je organski te plod zemlje bez ikakve potrebe kupovine u velikim supermarketima.

Govoreći o Smiljanu, često se zaboravlja činjenica da predstavlja jedan od brendova ličkog područja. Naime, svjetski poznat znanstvenik i izumitelj te čovjek zaslužan za to što danas imamo izmjeničnu struju, rođen je u ovom mjestu. Nikola Tesla rođen je 1856. godine u Smiljanu, u obitelji s petero djece.⁶⁰ Nakon školovanja boravi u Parizu i New Yorku te se bavi svojim

⁶⁰ <http://www.mcnikolatesla.hr/nikola-tesla/biografija/> (preuzeto 4.8.2018.)

patentima i izumima. „U Parizu Tesla radi za Edisonovu tvrtku (Continental Edison Company) te 1883. god. u Strassbourgu konstruira prvi model indukcijskog motora.“⁶¹ Također, 1887. godine osniva vlastitu kompaniju te prijavljuje razne patente kao što su višefazni sustav prijenosa električne energije, indukcijski motor, generatori i transformatori. „Tesla se 1889. god. vraća u Europu te posjećuje rodnu Liku. To mu je prvi posjet Europi otkako je otišao u Ameriku. Godine 1890. započinje istraživati struje visokih frekvencija i godinu kasnije izrađuje Teslinu zavojnicu (transformator).“⁶² U čast ovog iznimnog znanstvenika i čovjeka grad Gospić je 2006. godine povodom 150 godina njegovog rođenja svečano otvorio Memorijalni centar „Nikola Tesla“. „Memorijalni centar Nikola Tesla se sastoji od prije postojećih i novo sagrađenih objekata. Prije postojeći objekti su: Rodna kuća Nikole Tesle, crkva sv. apostola Petra i Pavla, gospodarski objekt (štala) kameni spomenici i klupa arhitekta Zdenka Kolacija. Novo sagrađeni objekti su: trijem, ispitna stanica, multimedija centar s pripadajućim igralištem za djecu, spomenik Nikoli Tesli autora Mile Blaževića, vanjski auditorij, Teslina turbina i most ili platforma.“⁶³ Zanimljivost ovog memorijalnog centra je što su Teslina kuća te crkva pored obnovljene tako da svjedoče o prošlosti, pokušao se prenijeti izvorni izgled. Također, dječje igralište podsjeća na Tesline izume, a u suvenirnici je moguće kupiti razne predmete s njegovim likom ili citatima. Ovaj memorijalni centar zaslužan je za sve veći broj turista koji odlučuju osjetiti ovo malo mjesto, baš zbog samog Tesle. Također, sve se više shvaća vrijednost ovog kraja te netaknute prirode kojom se može pohvaliti, za razliku od velikog broja drugih mjesta u cijeloj Republici Hrvatskoj. „Godišnje Teslinu rodnu kuću koja je pretvorena u muzej s multimedijским postavom o njegovu životu i izumima, obližnju crkvu, gospodarske objekte obiđe oko 35.000 posjetitelja. Smiljan je izuzetno mjesto za jednodnevni obiteljski izlet s povoljnijom, obiteljskom ulaznicom po cijeni od 80 kuna. Osim razgledavanja Tesline kuće gdje se kroz katove slikom, riječju i zvukom mogu pratiti svi detalji njegova života; od rođenja, školovanja, odlaska u Europu, SAD, do njegovih izuma i patenata. Pokraj kuće je potocić Vagančica na kojemu se nalazi Teslina turbina, njime plovi i prototip Teslina broda na bežično upravljanje. Potok vodi i do Tesline ispitne stanice koja je deset puta manja replika one u Colorado Springsu, a njezin je toranj zaštitni znak Memorijalnog centra.“⁶⁴

⁶¹ <http://www.mcnikolatesla.hr/nikola-tesla/biografija/> (preuzeto 4.8.2018.)

⁶² <http://www.mcnikolatesla.hr/nikola-tesla/biografija/> (preuzeto 4.8.2018.)

⁶³ <http://www.mcnikolatesla.hr/memorijalni-centar/o-nama/> (preuzeto 4.8.2018.)

⁶⁴ <https://www.vecernji.hr/vijesti/mali-smiljan-velikog-nikole-tesle-godisnje-posjeti-35-000-ljudi-1243234> (preuzeto 4.8.2018.)

5.1 Energetski učinkovite kuće

Područje Like predstavlja mogućnost za investiranje te pokretanje turizma, a da se negativni utjecaj na okoliš maksimalno smanji. Republika Hrvatska postaje sve atraktivnija za investicije te se time otvara prilika Lici da „zasja u punom sjaju“. Uz brojna istraživanja koja pokazuju da je Republika sve atraktivniji za investicije i turizam, ministar turizma Gari Capelli potvrdio je tvrdnje; „Hrvatska kao turistička destinacija svake godine ostvaruje sve bolje rezultate, a ono što nas posebno veseli što se uz takve rezultate kontinuirano radi na inovacijama i poticanju daljnjih investicija. Naime, u 2018. godini u hrvatskom turizmu očekuje se 15 posto više investicija u turizam nego li ove, a gotovo 40 posto više investicija u turizmu nego li 2016. godine. Takve najave najbolji su pokazatelj da je Hrvatska osim što je atraktivna turistička destinacija, atraktivna i za ulaganja“.⁶⁵ Turizam je brzorastući sektor te svojevrsna industrija koja za svoje održavanje tijekom godine, sezone i slično koristi fosilna goriva, ugljen, naftu, plin te veliku količinu električne energije. Njihovo djelovanje očituje se u obliku zagađenja voda, tla i zraka te brojnih globalnih klimatskih promjena. Budući da utječe na promjenu prostora, indirektno utječe i na turističke atrakcije i posjetitelje koji za svoja putovanja odabiru baš određenu destinaciju. Gosti koji se ugodno osjećaju u destinaciji, sigurni su da je okoliš čist i siguran, spremni su platiti i višu cijenu za odmor u destinaciji. Sve je više onih koji žele netaknutu prirodu, čist zrak i na neki način „bijeg od civilizacije“, odnosno sve ono što se odnosi na onečišćenja te ugrožavanja zdravlja, kojima su nažalost izloženi u velikim gradovima. Lika predstavlja područje koje nije isključivo vezano sezonskim aktivnostima i turizmom vezanim za te aktivnosti. U startu se radi o velikoj prednosti za ovo područje. Kao primjer mogu poslužiti zemlje kao što su Švicarska, Austrija te Slovenija. Turizam se odvija tijekom cijele godine, neovisno o godišnjim dobima, samo se aktivnosti prilagođavaju. Slično se može poduzeti i u Lici. Budući da je riječ o Lici koja obiluje prirodnim bogatstvima i može se pohvaliti ne pretjeranoj izgrađenosti, betonizaciji te onečišćenjima koji dolaze sa svime. Takav potencijal može se iskoristiti tako da se prije gradnje kuće za odmor misli na pametna rješenja kao što su primjerice solarni kolektori, termo fasada te korištenje materijala čije korištenje minimalno šteti okolišu. Ušteda energije postiže se na nekoliko načina, a jedan od njih je postavljanje izolacije od celuloze koja je iznimno učinkovita, a ne šteti okolišu. „Celuloza se za izolacijsku primjenu u građevinarstvu

⁶⁵<http://www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-je-sedma-destinacija-u-svijetu-za-investiranje-u-turizam-335304>
(preuzeto 17.8.2018.)

dobiva od biljnih vlakana i njihovih prerađevina kao što su: stare novine, karton, pamuk, slama, piljevina, konoplja, klipovi, pamučni i laneni tekstil i sl. Najveći udio u gotovoj celuloznoj izolaciji imaju reciklirane i otpadne sirovine (75-85% je reciklirani papir), kojima se dodaje 15% borove soli. Borova sol je prirodni mineral koji se dodaje za negorivost, te kao insekticid i fungicid. Proizvodni postupak je vrlo kratak i traje manje od 10 minuta uz potrošnju vrlo malo energije (nema vrućih postupaka).⁶⁶ Uz pravilnu izolaciju, kvalitetnu stolariju, pravilno korištenje energije te briga za okoliš, važno je u potpunosti poznavati teren i područje, ne samo u estetskom smislu u vidu arhitekture karakteristične za taj kraj već i funkcionalnosti koja se ponajprije očituje u ličkom krovu. Naime, ličke zime su oštre i duge, snijega jako puno pada te je za statiku cjelokupne kuće važno da je krov relativno visok i strm kako bi se otklonile eventualne opasnosti od rušenja uslijed jakih oborina.

Kada se govori o energetske učinkovitosti i nisko energetske kućama važno je znati kategorizaciju energetske učinkovitosti te što ona znači u samoj praksi. Prije same kategorizacije važno je razumjeti sam koncept energetske učinkovitosti, što podrazumijeva i zašto se tome priča sve više i više. Naime, šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća na ovom području se uopće nije brinulo o okolišu i na koji način masovna izgradnja može utjecati na prostor, različite promjene u prostoru i posljedice koje ostavlja na okoliš i ljude. Ekonomski bum i otkrivanje tada novih tehnologija izgradnje rezultirali su mnogim zgradama i poslovnim objektima koji prema današnjim standardima, u potpunosti ne odgovaraju niti jednom i godinama već donose štetu okolišu. Tada je bila važna količina novih objekata, no ne i posljedice koje ostaju. Budući da su materijali bili nekvalitetni, a procesi nestandardizirani, koristila se velika količina energije koja je značila i više utrošenih novaca i drugih resursa. „Energetski zahtjevi takvih zgrada su ponekad veći od 400 kWh/m² godišnje, dok prosječna godišnja potrošnja energije za grijanje u klasično građenim zgradama iznosi 200 kWh/m² (100 kWh = 8,5 litara lož-ulja = 10,8 m³ plina).“⁶⁷ U posljednjih nekoliko godina koristi se podjela na 3 stupnja energetske učinkovite gradnje; zgrade se dijele na nisko energetske, pasivne i 0-energetske. "Nisko energetske zgrade su one koje na godišnjoj razini troše manje od 40 kWh/m². Pasivne zgrade imaju godišnju potrošnju ispod 15 kWh/m². To je potrošnja koju je moguće ostvariti u svim krajevima naše zemlje, na svim tipovima zgrada, s tehnologijom koja je već danas prisutna u zemlji i čija je cijena unutar pet do petnaest

⁶⁶ <http://www.arhiteko.hr/menu.html?http://www.arhiteko.hr/celuloza.html> (preuzeto 6.8.2018.)

⁶⁷ <http://www.arhiteko.hr/menu.html?http://www.arhiteko.hr/celuloza.html> (preuzeto 6.8.2018.)

godina isplativosti. Vrijednost gradnje takvih zgrada veća je za do 15% u odnosu na konvencionalne. Još veću učinkovitost i blisku budućnost gradnje predstavljaju 0-energetske zgrade (Zero-Energy buildings). One moraju same proizvoditi energiju, te biti umrežene s komunalnom zajednicom kako bi višak proizvedene energije mogli s njom izmjenjivati.“⁶⁸

Postoji nekoliko stvari na koje je važno misliti kada se projektira kuća koja će biti visoko energetska učinkovita. Prvenstveno, kada se radi o standardizaciji kuća važno je za naglasiti da je u različitim državama različit i standard i propis. „Tako primjerice nisko energetska kuća u Njemačkoj ima uvjet za maksimalnu potrošnju energije za grijanje prostorija od 50 kWh/m² životnog prostora godišnje, dok to ograničenje za Švicarsku iznosi najviše 42 kWh/m² godišnje. Zbog povoljnije klime, u Hrvatskoj se prilikom definiranja nisko energetske kuće uzima vrijednost od 30 kWh/m² godišnje za grijanje.“⁶⁹

Prema projektu pod nazivom Poticanje energetske efikasnosti u Hrvatskoj, koji je započet u srpnju 2005. godine, kao zajednički projekt tadašnjeg Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva i Programa Ujedinjenih naroda za razvoj (UNDP) uz financijsku podršku Globalnog fonda za okoliš (GEF), kod gradnje pasivne kuće, važno je maksimalno obratiti pozornost na idućih nekoliko stvari. Važno je projektirati kuću tako da je većina dnevnih prostorija na jednoj strani kući te da prozori u tim prostorijama budu najveći. Ta strana s najviše staklenih površina trebala bi biti orijentirana prema jugu kako bi se maksimalno iskoristilo sunčevo zračenje u vidu topline i svjetlosti. Na sjevernu stranu kuće preporučuje se stavljanje manjih prozora kako bi se maksimalno smanjilo gubljenje topline. Preporuka za sjeverni dio kuće je smještanje kuhinje, hodnike, spavaće sobe, kupaone i ostave. Poželjne su i rolete ili sjenila na prozorima za sprječavanje gubitka topline. Također, preporučuju se svjetlije boje fasade te po mogućnosti s reflektirajućom površinom. Na taj način će se toplina koja je akumulirana preko dana zadržati u prostorijama tijekom noći te ih zadržavati toplima. Preporuka za održavanje idealne temperature tijekom cijelog dana je da se kuća ventilira tijekom noći jer je tada vanjska temperatura niža od dnevne, a tijekom dana se topli zrak uzdiže prema gore, a hladni zrak ostaje u donjem dijelu kuće; s pravilnim ventiliranjem neće dolaziti do temperaturnog nesrazmjera odnosno jako visoke temperature na katu, a niske u prizemlju.⁷⁰

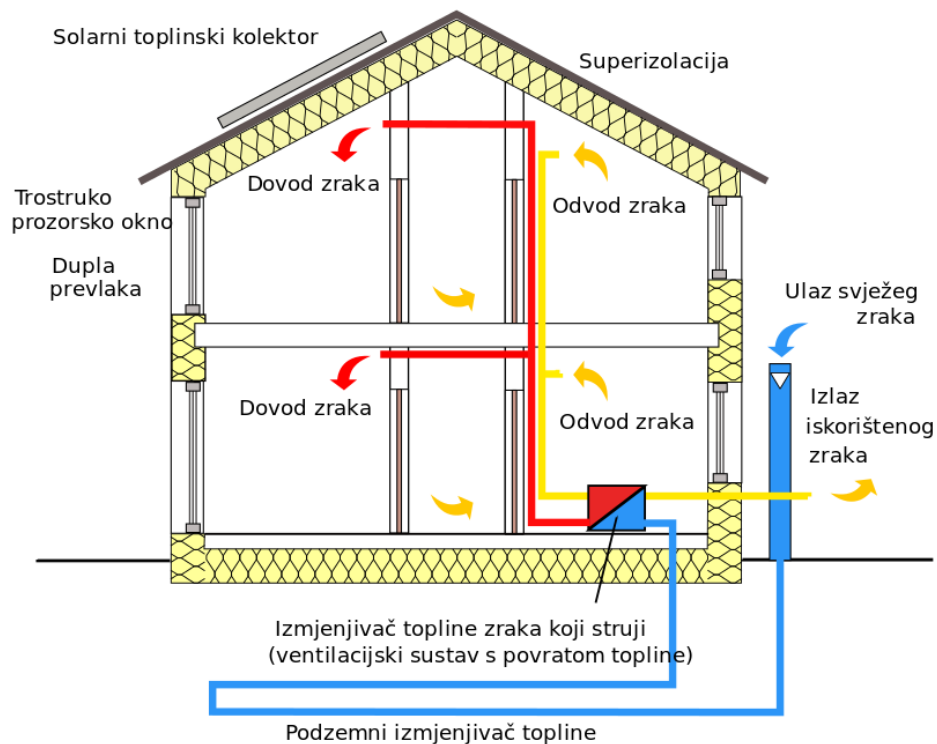
⁶⁸ <http://www.arhiteko.hr/menu.html?http://www.arhiteko.hr/celuloza.html> (preuzeto 6.8.2018.)

⁶⁹ <https://gradnjakuće.com/pasivna-niskoenergetska-gradnja/niskoenergetska-ili-trolitarska-kuca/> (preuzeto 7.8.2018.)

⁷⁰ <http://www.enu.fzoeu.hr/ee-savjeti/pasivne-i-niskoenergetske-kuce/nacela-gradnje-pasivne-kuce> (preuzeto 6.8.2018.)

Nastavno, slijedi prikaz pasivne kuće te na koji način funkcionira da ne koristi vanjsku energiju već da održava idealnu temperaturu tijekom cijelog dana.

Slika 2 Shema pasivne kuće



Izvor: www.gradnja.dportal.info, preuzeto 7.8.2018.

Cilj pasivnih kuća je da same stvaraju toplinu odnosno uklanjanje gubitaka i maksimalizacija slobodnog dobivanja energije. Kuća se gradi bez aktivnog sustava grijanja ili klimatizacije te se postiže optimalna temperatura i zimi i ljeti. „Pasivna kuća, brojčano izraženo, visoki stupanj udobnosti postiže potrošnjom energije za zagrijavanje ne većom od 15 kWh/m² ili 1 litru lož ulja po m² odnosno 80-90% manje energije od klasične kuće godišnje.“⁷¹ Ono što je zanimljivo u praksi pasivne kuće je to da je temperatura uvijek jednaka u svim prostorijama te da vrlo mali utjecaj ima otvaranje i zatvaranje prozora jer se temperatura vrlo brzo vrati na prethodnu. Iako su pasivne kuće budućnost i sve se više grade, na području Republike Hrvatske još nisu previše zastupljene jer je sama investicija u pasivnu kuću skuplja oko 15% od investicije u konvencionalnu kuću. Zapanjujuć je podatak o godišnjoj hrvatskoj potrošnji; „Godišnji utrošak energije prosječnog hrvatskog domaćinstva je danas preko 200 kW/m² godišnje. Posljedica je to činjenice da je velik

⁷¹<https://gradnjakuće.com/pasivna-niskoenergetska-gradnja/pasivna-kuca-zasto-bi-to-bio-vas-odabir/>(preuzeto 7.8.2018.)

broj kuća građen prije 1987. godine.⁷² Iako skuplja, zbog minimalnih režija se pasivna kuća isplati već u 8. godini. „Dakle, treba imati u vidu da takva kuća ima smanjenu potrošnju toplinske i rashladne energije, pa su kotlovi i rashladne jedinice manjeg kapaciteta, što podrazumijeva i niže investicijske troškove za kotlove, radijatore i rashladne jedinice.“⁷³

0-energetske zgrade ili kuće nulte energije objekti su koji sami proizvode potrebnu energiju te ju sami zadržavaju. Riječ je o objektima s nultom energetsom potrošnjom te nultom emisijom ugljičnog dioksida, gledajući na godišnjoj razini. „Kuća koristi obnovljive izvore energije koji su u svome djelovanju većinom sezonski. Kako bi se postigao ovakav standard energija se mora generirati unutar kompleksa koristeći obnovljive izvore energije koji ne zagađuju okoliš. Kuće nulte energije zanimljive su i zbog zaštite okoliša jer se zbog obnovljivih izvora energije ispušta vrlo malo stakleničkih plinova.“⁷⁴ Kuća nulte energije ima nekoliko vrsta; s nultom potrošnjom unutar kompleksa, s nultom potrošnjom izvorne energije, s nultom energetsom emisijom, s nultom cijenom energije, s nultom potrošnjom energije van kompleksa te s odvojenim sustavom od mreže. Republika Hrvatska kao članica Europske Unije dužna je pisati programe vezane za povećanje izgradnje energetski učinkovitih zgrada te je jedan takav program sastavljen 2014. godine pod nazivom "Plan za povećanje broja zgrada gotovo nulte energije do 2020. godine“, no budući da je takva gradnja izrazito skupa, takvih zgrada je u Republici Hrvatskoj svega nekoliko.

5.2 Ekonomski učinci korištenja obnovljivih izvora energije

Turizam ima brojne pozitivne ekonomske učinke te je time „polifunkcionalna gospodarska djelatnost“.⁷⁵ Funkcije turizma kojima se postižu ekonomski učinci su: konverzacijska, multiplikativna, akceleratora, izvozna, funkcija uravnoteženja robno-novčanih odnosa, funkcija poticanja razvoja nerazvijenih područja te funkcija zapošljavanja.

Konverzacijska funkcija predstavlja sposobnost pretvaranja neprivrednih resursa u privredne, koji zbog turizma ostvaruju ekonomske učinke.

⁷²<https://gradnjakuće.com/pasivna-niskoenergetska-gradnja/pasivna-kuća-zasto-bi-to-bio-vas-odabir/>(preuzeto 7.8.2018.)

⁷³<https://gradnjakuće.com/pasivna-niskoenergetska-gradnja/pasivna-kuća-zasto-bi-to-bio-vas-odabir/>(preuzeto 7.8.2018.)

⁷⁴ <https://gradnjakuće.com/pasivna-niskoenergetska-gradnja/vrste-energetski-ucinkovitih-kuća/> (preuzeto 15.8.2018.)

⁷⁵ Pirjevec B., Kesar O., Počela turizma, Zagreb, 2002., str.158

Induktivna funkcija pokazuje „koju snagu turizam i turistička potrošnja imaju u indukciji povećanih ukupnih učinaka proizvodnje, tj. Pokazuje kvantitativno i kvalitativno kretanje ukupne proizvodnje, dobrim dijelom potaknute i usmjerene na potrebe turizma.“⁷⁶ Snage ove funkcije se najviše ogleda u tome što predstavlja neprivredne resurse na kojima većina turizma počiva, a radi se o suncu, moru, klimi i slično.

Multiplikativna funkcija predstavlja multiplikaciju prihoda te BDP-a zemlje. „Ključna snaga ove teorije je prelijevanje bruto vrijednosti iz djelatnosti u djelatnost pokrećući na taj način nove gospodarske aktivnosti (novu potrošnju).“⁷⁷

Akceleratorska funkcija ogleda se u činjenici da se kroz turizam neka područja (geografska ili područja djelatnosti) razvijaju brže od drugih.

Izvozna funkcija predstavlja „nevidljivi izvoz“, odnosno ništa se fizički ne izvozi iz zemlje, no “turizam je ipak znatan izvoz deviznih sredstava“.⁷⁸ Na turističkom tržištu sam turist koji je potrošač dolazi te donosi novac u mjesto gdje se nude proizvodi i usluge. Ti proizvodi i usluge se konzumiraju u samoj turističkoj destinaciji u koju je turist došao.

Funkcija uravnoteženja robno-novčanih odnosa predstavlja važnu turističku funkciju jer se tako plasiraju robe i usluge turistima te se izravno priljeva velika količina novca u nacionalno gospodarstvo. „S obzirom na to da Hrvatska ima visok vanjskotrgovinski deficit, jer je izvoz još uvijek manji od uvoza, izravnim priljevom deviza, gospodarstvu se omogućava pokrivanje tog negativnog salda i lakšu nabavku inozemnih proizvoda potrebnih za razvitak svih gospodarskih sektora.“⁷⁹

Funkcija poticanja razvoja nerazvijenih područja predstavlja mogućnost razvoja nekih nerazvijenih područja kroz turizam. Primjerice, često mjesta koja nisu razvijena imaju netaknutu prirodu i atrakcije no nedovoljno sredstava za sam razvoj isti i unaprjeđenje cjelokupne destinacije. Kroz turizam se takva područja mogu unaprjeđivati te razvijati, a također potaknuti i druge sektore.

Funkcija zapošljavanja u turizmu predstavlja mogućnost zapošljavanja brojnih struka u vidu velikog broja radne snage te je specifična jer bez kvalitetne radne snage u turizmu nema napretka niti razvoja. Zapošljavanje u turizmu otvara mogućnosti suradnje privatnog i javnog sektora te smanjenje stope nezaposlenosti na razini cjelokupne države.

⁷⁶ Pirjevec B., Kesar O., Počela turizma, Zagreb, 2002., str. 158.

⁷⁷ Ibidem, 2005., str. 159.

⁷⁸ Ibidem, 2005., str. 159.

⁷⁹ Ibidem, 2005., str. 160.

Kako bi se sami ekonomski učinci razumjeli važno je razjasniti ekonomske funkcije u turizmu. Ekonomske funkcije turizma su sve one aktivnosti koje služe za ostvarivanje konkretnih gospodarskih učinaka. Same aktivnosti mogu poduzimati ugostiteljsko-turistička poduzeća te organizacije koje su uključene u kreirane turističke ponude, a također mogu ih poduzimati i same turističke destinacije.⁸⁰ „Razvojem cjelokupne gospodarske aktivnosti i razvijenosti zemlje, raste i turistički multiplikator. Znači, dok turizam zbog svoga multiplikativnog učinka pozitivno djeluje na ekonomske efekte i razvoj u cijelom gospodarstvu, dotle sve veći razvoj gospodarstva djeluje na rast turističkog multiplikatora. Dakle, multiplikator turističke potrošnje je pokazatelj broja obrtaja jedinice turističke potrošnje, koji ona izvrši u nekoj zemlji (regiji) u toku jedne godine prije svog „bijega“ iz gospodarskog toka.“⁸¹ Znanstvenici su se složili da postoje tri vrste multiplikatora, a to su prometni ili transakcijski multiplikator, dohodovni te multiplikator zaposlenosti. Ekonomski učinci nastali na osnovu multiplikacije novca su:⁸²

1. Izravni ekonomski učinci (Prihodi, koji se ostvaruju kod poduzetnika prodajom turističkih usluga tj. prihodi od prodaje hrane, pića, ulaznica, prijevoznih karata i dr. Sve navedeno se može nazivati i inicijalnom potrošnjom).
2. Neizravni ekonomski učinci (Materijalni troškovi poduzetnika, koji su povezani s njihovim prihodima od prodaje turističkih usluga, npr. troškovi hrane i pića. Neizravni učinci se mogu nazvati i sekundarna potrošnja).
3. Inducirani ekonomski učinci (Odnose se na povećanje kupovne moći stanovništva zahvaljujući turističkoj potrošnji na receptivnim područjima).

Govoreći o obnovljivim izvorima energije, mogu se povezati i povezuju se s turizmom jer donose višestruku korist, uključujući ekonomsku. Iako je već jako puno vremena od tada prošlo te se štošta promijenilo, prije 120 godina je K. Krapf napisao studiju čiji su dijelovi i danas aktualni; „Turizam omogućava da se valoriziraju slobodna prirodna dobra, kao što su zrak, klima, ljepota pejzaža i slično, te tako dobivaju ekonomsku vrijednost; U nedovoljno razvijenim područjima turizam budi, pokreće i razvija gospodarsko gibanje, stvara tržište za lokalne proizvode, koji inače ne bi dospjeli na tržište.“⁸³

⁸⁰ Galičić V., Laškarin M., Principi i praksa turizma i hotelijerstva. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2016., str 72.

⁸¹ Ibidem, 2005., str. 73.

⁸² Ibidem, 2005., str. 74.

⁸³ Ibidem, 2005., str. 74.

Prirodni resursi su kao takvi iznimno ograničeni i vrlo često podložni iscrpljivanju te je njihovo ekonomično korištenje nužno za cjelokupni prostor i prirodu. Budući da su podložni iscrpljivanju, sve se više preporučuje i podiže svijest o korištenju obnovljivih prirodnih resursa, odnosno korištenje njihove energije. Budući da je turizam specifičan gospodarski sektor te zahtijeva visok stupanj same ovisnosti o prostoru, radne snage, znanja te prirodnih resursa, nužna je konstantna brigao okolišu te racionalno korištenje resursa. U zapadnim zemljama odavno se shvatio značaj prirodnih resursa te njihovog racionalnog korištenja, a na raju i ekonomske valorizacije istih. Budući da je priroda nešto što ostaje, a turizam postoji od najranije ljudske povijesti – radi se o trajnom međusobnom odnosu koji treba stalno njegovati. Nažalost, u današnjem svijetu se vrlo često turistička ponuda dovodi u pitanje zbog konstantne degradacije prostora, budući da se uglavnom profit realizira isključivo kroz „velike brojeve“.

Tablica 7 SWOT analiza obnovljivih izvora energije u Republici Hrvatskoj

| Snage | Slabosti |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Visok potencijal • Energetska učinkovitost • Isplativost investicija • Bez onečišćenja okoliša • Sve popularnije diljem Europe i svijeta • Neograničeno korištenje iznova • Smanjen gubitak energije – energija se usmjerava direktno u ono što želimo (pokretanje automobila, grijanje kuća, zagrijavanje vode) | <ul style="list-style-type: none"> • Relativno slabo razvijeno tržište • Skupe investicije • Slaba koordinacija institucija zaduženih za poticanje investicija • Veliki nedostatak znanja i educiranosti te stručnog kadra za vođenje projekata • Problem s plasiranjem viška energije • Uvjetovanja monopolističkih tvrtki koje plasiraju i prodaju električnu energiju • Neujednačeni propisi |
| Mogućnosti | Prijetnje |
| <ul style="list-style-type: none"> • Udruživanje manjih tvrtki i poduzetnika • Proširenje turističke ponude • Smanjenje troškova baziranih na trenutnoj raspodjeli i cijenama električne energije • Uklapanje u svjetske turističke trendove • Čist zrak, voda i tlo • Korištenje sredstava iz europskih fondova te subvencioniranje dijela investicija | <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomska kriza i smanjena platežna moć u Republici Hrvatskoj u odnosu na ostale europske zemlje • Klimatske promjene • Teško vraćanje velikih investicija • Ovisnost o vremenskim uvjetima |

Izvor: prijedlog autora

Kada se govori obnovljivim izvorima energije u Republici Hrvatskoj, važno je naglasiti njene snage te prijetnje. Snaga obnovljivih izvora energije leži u tome da imaju visok potencijal sada i u budućnosti jer se postiže visoka energetska učinkovitost, ne onečišćuje se okoliš te investicije postaju isplative nakon nekoliko godina. Također, budući da se radi o obnovljivim izvorima energije, njihovo korištenje je neograničeno, a energija se usmjerava u točno ono gdje se želi koristiti. Bez obzira na brojne snage i potencijal, postoje i velike prijetnje na koje se uglavnom ne može utjecati. U Republici Hrvatskoj još uvijek traje ekonomska kriza te je stanovništvo niže platežne moći za razliku od nekih drugih europskih zemalja. Nažalost, korištenje obnovljivih izvora energije je na ovom području još uvijek iznimno skupo te su korisnici primorani na zaduživanje te zbog velikih investicija, upitno je može li se vraćati te isplatiti na kraju. Također, korištenjem obnovljivih izvora energije čovjek postaje ovisan o vremenskim uvjetima, a ne može utjecati na klimatske promjene kojima se može bitno narušiti korištenje energije.

5.3 Aktivnosti i dodatne mogućnosti za turiste u Lici

Ličke zime su oštre i dugo te tijekom zimskog perioda najbolji način za iskoristiti vrijeme je skijanjem i sanjkanjem te uživanjem u ličkim specijalitetima kao što su domaća šljivovica, sir „škripavac“ te razni domaći pekmezi. Zime u Lici karakterizira obilna količina snijega što predstavlja pogodnost za skijaše jer manje ovise o mogućim vremenskim (ne)prilikama. „U istočnom dijelu Like, u podnožju Velebita je mjesto Krasno gdje su tri staze pogodne za rekreativno skijanje ukupne dužine 1,6 kilometara, a do vrha na 953 metra vode vučnice. Skijalište nema umjetno zasnježivanje tako da sezona skijanja ovisi o vremenskim prilikama. U južnom dijelu Velebita, kod mjesta Lovinac otvoreno je sanjkalište Cvituša. Postavljen je i snježni top tako da će sezona sanjkanja manje ovisiti o vremenskim uvjetima.“⁸⁴

Tijekom toplijih mjeseci moguća je organizacija vođenih biciklističkih i pješačkih ruta. Prepoznavanjem važnosti zdravog i aktivnog života u kombinaciji s čistim i svježim ličkim zrakom dovelo je do uređenja biciklističkih i pješačkih staza te otvaranju mogućnosti za aktivan odmor i istraživanje ličkog kraja. „Na području Like, preko Velebita do Podgorja pa sve do Novalje na otoku Pagu, trasiran je veliki broj biciklističkih staza. Biciklom možete voziti po održavanim cestama ili zahtjevnijim „divljim“ stazama, seoskim cestama, šumskim putovima, sami ili u

⁸⁴ <http://visit-lika.com/page/zimski-sportovi> (preuzeto 4.8.2018.)

organiziranim turama s vodičima.“⁸⁵ Bogatstvo rijeka i jezera nudi mogućnost lova i ribolova te uživanja u ličkim delicijama kao što su janjetina i divljač. Također, otvara se mogućnost korištenja električnih četverokotača, popularno zvanih „quadova“.

Na području Like velik dio tradicije nosi lov i ribolov, koji privlači velik broj domaćih i stranih gostiju te je jedan od brendova ličkog kraja. „Raznolikost divljači ne privlači samo lovce u lovišta na ovom području, već i njihove pratioce kao i ljubitelje foto safarija u potrazi za izvanrednim pejzažima i fotografijama flore i faune. U predjelima niske šume, na poljima i u kršu žive jelen lopatar, zec, lisica, kuna i jazavac, dok u visokim šumama podložnim kontinentalnoj klimi možemo naći jelena, srnu, vuka, divlju svinju, divlju mačku, risa i medvjeda. U planinskom kršu nalazimo divokozu, muflona i kozoroga, dok je pernata divljač zastupljena sa divljim golubom, jarebicom, fazanom, prepelicom, šljukom, kamenjarkom, divljom guskom, divljom patkom, velikim tetrijebom i sl.“⁸⁶ Dva važnija lovišta na ovo području su lovište „Vrebac“ te lovište „Krivi javor III“. Uz lov, tradicija sportskog ribolova na području grada Gospića također je duga i zadnjih nekoliko godina privlači sve veći broj posjetitelja. „Tradicija sportskog ribolova na području grada Gospića vrlo je duga i seže još u 1927. godinu kada je osnovana Sportsko ribolovna udruga Lika. Danas udruga gospodari rijekom Likom i njezinim pritocima Novčicom, Bogdanicom, Otešicom, Jadovom i Glamočnicom, te jezerom Kruščica što čini ukupno 155 kilometara vodotoka.“⁸⁷

Uz sportski ribolov i odmor na rijeci, Gacka je idealna za plovidbu kanuom, a moguće je ploviti od restorana Vrilo Gacke pa sve do mosta u Ličkom Lešću. Krajnja točka plovidbe kanuom je akumulacijsko jezero Kruščica, izgrađeno u kanjonu rijeke Like, najveće ličke ponornice. Za ljubitelje adrenalinskih sportova otvara se mogućnost boravka u pustolovno-izletničkom centru Rizvan city. Smješten je blizu grada Gospića u ličkom selu Rizvanuša u Parku prirode Velebit. Staro seosko gospodarstvo pretvoreno je u adrenalinski park te se uz adrenalinske sportove kao što su paintball, zip line te quad, jeep i kajak safari. Također, nudi se i smještaj u tri vrste objekta; tradicionalna lička kuća, bungalovi i kamp. Uz brojne aktivnosti ne smije se zaboraviti posjet Kuterevu te pećinskom parku Grabovača. „Lički medvjed najpoznatiji je smeđi medvjed u Hrvatskoj. U zapadnoj je Europi gotovo potpuno istrijebljen. U Kuterevu nedaleko od Otočca

⁸⁵ <http://visit-lika.com/page/biciklizam> (preuzeto 4.8.2018.)

⁸⁶ <http://lika-active.com/page/aktivnost-lov-i-ribolov> (preuzeto 5.8.2018.)

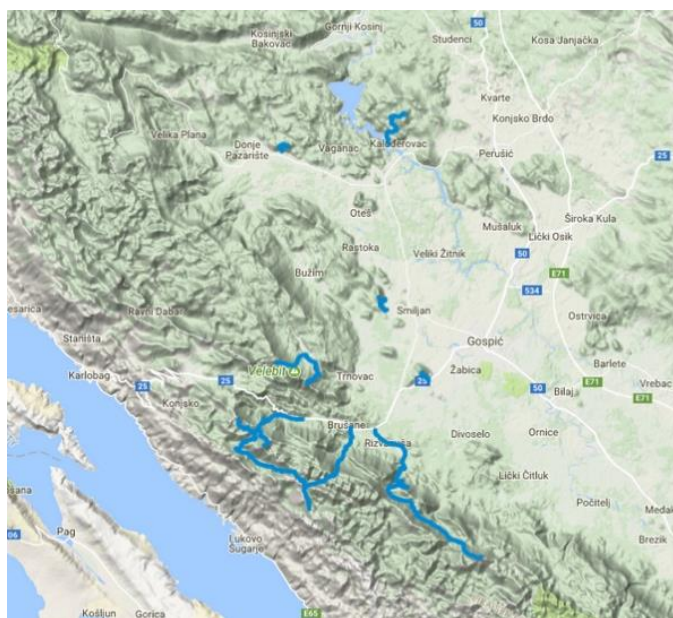
⁸⁷ <http://visit-lika.com/page/lov-iribolov> (preuzeto 5.8.2018.)

uređeno je utočište za medvjede siročiće, gdje se pripremaju na odlazak u divljinu. Godišnje Kuterevo posjeti oko 20.000 posjetitelja.“⁸⁸

Pećinski park Grabovača jedini je pećinski park u Hrvatskoj te se nalazi na području Like u blizini grada Perušića. Park obuhvaća tri špilje; Samograd, Medina i Amidžina špilja, a u samoj neposrednoj blizini nalazi se još nekoliko špilja; Velika Kozarica, Mala Kozarica, Tabakuša i jama Slipica. Bogatstvo špilja i povijest vezana uz njih smatra se ličkim rajem za speleoturizam.

Organizirano planinarenje odvija se u nekoliko ličkih regija; Plitvička jezera, Velebit, Gacka, Otočac te Gospić. Sljedeća slika prikazuje kartu s planinarskim stazama na području Gospića.

Slika 3 Planinarske staze na području grada Gospića



Izvor: www.lika-active.com, preuzeto 5.8.2018.

5.4 Suradnja s mladim poduzetnicima u Lici

Lika, iako nedovoljno valorizirana i s vrlo lošom socijalnom strukturom, nudi bezbroj mogućnosti i prilika za zapošljavanje i samozapošljavanje. Kao glavni adut važno je za napomenuti blizinu obale, glavnog grada Republike Hrvatske te nekoliko susjednih zemalja. Udaljenost Gospića od Zagreba je 200 kilometara te autocesta omogućuje ugodnu vožnju. Zbog toga se otvara mogućnost organizacije prijevoza turista iz Zagreba, njegove okolice te zagrebačke zračne luke. Tako prijevoz ne bi bio ograničen isključivo na busevima koji ne voze prečesto, već bi se gostima ponudila vožnja

⁸⁸ <https://www.vecernji.hr/vijesti/bogatstvo-u-raznolikosti-like-1243232> (preuzeto 16.8.2018.)

visokokvalitetnim i udobnim kombijima te smanjilo brigu oko eventualnog najma vozila i razmišljanja o povezanosti prostora. Također, otvara se mogućnost suradnje s mladom tvrtkom Urban Mobility d.o.o koja osigurava Spin City uslugu, odnosno car sharing sustav koji omogućuje najam električnih automobila koji bi, zbog trenutno manjeg dometa od oko 200 kilometara, bili idealni za vožnju po Lici s obzirom na manje udaljenosti pojedinih mjesta, a pritom se ne bi zagađivao okoliš niti bi se stvarala buka. Također, uz električne automobile omogućilo bi se i korištenje električnih bicikala koji bi se punili na solarne kolektore te time ne bi zagađivali okoliš, a pružali zadovoljstvo bicikliranja po netaknutoj prirodi i svježem zraku.

Također, moguća suradnja veže se i uz LAG Lika; Lokala akcijska grupa Lika, projekt kojem je cilj brendiranje Like te promocija ličkih autohtonih proizvoda. „Cjelokupno područje LAG-a LIKA ističe se bogatom prirodnom, tradicijskom i kulturnom baštinom, a očuvan okoliš čini dobar temelj i pretpostavku za razvoj poljoprivrede, turizma i drugih nepoljoprivrednih aktivnosti. Vizija projekta je stvoriti globalno prepoznatljivu destinaciju, ekološki prihvatljivu s bogatom autohtonom gastronomskom ponudom te samoodrživim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima. U svrhu brendiranja regije LAG LIKA s partnerima razvoja sustav regionalne kvalitete te uvodi regionalnu oznaku kvalitete „Lika Quality“. Oznaku „Lika Quality“ nosit će tradicijski proizvodi natprosječne kvalitete koji imaju uporište u tradiciji proizvodnje i koji su proizvedeni na području Like i podvelebitskog primorja te ugostiteljski objekti koji te proizvode koriste u svojoj ponudi.“⁸⁹ Želi se postići da se lički proizvodi kao što su lički sir škripavac, janjetina, lički krumpir, valoriziraju na pravi način te prepoznaju i izvan granica hrvatske.

Uz nekoliko mladih poduzetnika i projekata, ostvaruje se mogućnost poslovne suradnje s domaćim obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima koja se bave s proizvodnjom mlijeka i sira, rakije šljivovice, domaćih pekmeza, ličkog krumpira te orašastih plodova kao što su lješnjaci i orasi. Time bi se gostima pružio autentičan ugođaj te svi proizvodi koji bi se posluživali i koristili bi bili u potpunosti domaći i organski uzgojeni.

5.5 Model kuće za odmor u Smiljanu

Kao što je već navedeno u nekoliko prethodnih poglavlja, glavni ciljevi kuće za odmor kojom bi se pokrenula turistička aktivnost na području Like te omogućila poslovna mogućnost u turizmu, je

⁸⁹ <http://lag-lika.hr/opcenito-o-lag-u-lika/> (preuzeto 16.8.2018.)

ostvarenje energetske učinkovitosti i dugoročni razvoj održivog turizma. Važno je maksimalno iskoristiti područje pri tome uvažavajući pravila prostora te cjelokupnog okoliša. Vizija je izgraditi kuću modernijeg dizajna s tradicionalnim krovom te bojama koje se uklapaju u okoliš i nadopunjuju s njime. Prvotni cilj je izgraditi samo jednu kuću s popratnim sadržajima, no uzeti u obzir mogućnost proširenja posla te izgradnju dodatnih objekata. Okoliš kuće bi trebao biti održavan, trava zelena, a voćke kao što su jabuke, kruške i šljive zasađene. Također, uredio bi se prilaz kući te igralište za djecu s mekanom podlogom, takozvanim francuskim podom. Uredilo bi se nekoliko parkirališnih mjesta za automobile te poseban prilaz za osobe s invaliditetom ili obitelji s malom djecom i kolicima. Na kuću bi se ugradili solarni kolektori te kvalitetna izolacija. Također, u daljoj budućnosti bi se otvorila mogućnost gradnje bazena čija bi se voda grijala preko solarnih kolektora te bi se tako smanjio trošak vode koja je u velikim količinama potrebna za bazene.

Tablica 8 Kalkulacija kuće za odmor

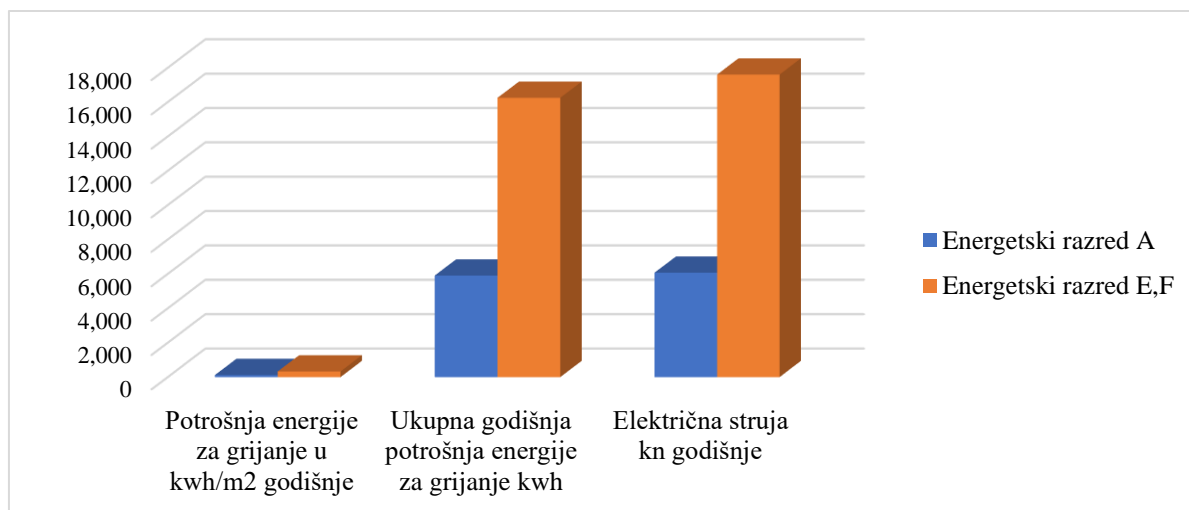
| Kuća za odmor 50m², prizemnica | Cijena EUR | Površina m² | Potrošnja energije za grijanje u kWh/m² godišnje | Ukupna godišnja potrošnja energije za grijanje kWh | Električna struja kn godišnje |
|---|-------------------|-------------------------------|--|---|--------------------------------------|
| Energetski razred A - Niskoenergetski objekti s vrlo dobrom izolacijom, višestruko izolirani zidovi, trostruka PVC stolarija i koriste obnovljive izvore energije, montaža solarnih kolektora | 60,000 | 50 | 118 | 5,900 | 6,070 |
| Energetski razred E, F – kuće s minimalnom izolacijom i povoljnom stolarijom, aluminijskom ili drvenom, ili stanovi u starijim zgradama s lošom stolarijom i na nepovoljnom mjestu u zgradi | 48,000 | 50 | 325 | 16,250 | 17,604 |

Izvor: prijedlog autora (<http://mojracun.hep.hr/kalkulator/index.html>, preuzeto 5.9.2018.)

Prema podacima iz tablice te cijenama građevinskih radova, pokazano je da „standardna“ kuća odnosno, kuća s minimalnom izolacijom i lošijom stolarijom u startu 80% jeftinija, no potrošnja energije za grijanje na godišnjoj razini veća je za 36,31% što u konačnici dovodi do 34,48% većih

troškova na godišnjoj razini. Za razliku od kuće s lošijom izolacijom te energetske razredom E ili F, kuća energetske razreda A, s vrlo dobrom izolacijom, višestruko izoliranim zidovima, kvalitetnom PVC stolarijom i koriste obnovljive izvore energije te mogućnošću korištenja obnovljivih izvora energije, u startu je puno skuplja, no puno se manje energije koristi te je financijski daleko isplativije. Na godišnjoj razini radi se o razlici od 11,534 kuna odnosno 1,538 eura. Također, moguće je koristiti solarne kolektore u kombinaciji s javnom mrežom. Nastavno, solarni kolektori za navedenu kuću veličine 50m² iznose oko 38,000 kuna te proizvode 4,000 kWh struje što na godišnjoj razini donosi uštedu od oko 3,700 kuna. Sukladno navedenim podacima, investicija se isplati za oko deset godina te donosi veliku promjenu u raspolaganju električnom energijom. Naime, kolektori su odlični za korištenje kada je većim dijelom godine sunčano te se sva skupljena sunčeva energija može koristiti za kućanstvo, no u periodu noći te dana bez sunca, idealna je navedena kombinacija s javnom mrežom jer bi se u tim periodima koristila i plaćala javna mreža, a za vrijeme sunčanih dana koristila sunčeva energija. Nastavno, slijedi grafički prikaz potrošnje energije te troškova na godišnjoj razini.

Grafikon 2 Grafički prikaz godišnje potrošnje energije i troškova



Izvor: Prijedlog autora, izvor: <http://mojracun.hep.hr/kalkulator/index.html>, preuzeto 5.9.2018.

Iz prikaza je vidljivo kako se u kućama energetske razreda E i F koristi puno više energije za grijanje kako bi se ostvarila ista količina topline kao u kući s energetske razredom A. Nadalje, sama veća potrošnja donosi i veće troškove što čini razliku od 11,534 kuna u odnosu na kuću nižeg energetske razreda.

6. ZAKLJUČAK

Republika Hrvatska zemlja je koja obiluje prirodnim bogatstvima, manifestacijama i kulturno-povijesnim znamenitostima. Sastoji se od 21 županije od koje svaka ma svoju povijest, znamenitosti te prirodne znamenitosti. Dakle, Republika Hrvatska bogatstvo je u malome. Unatoč svim činjenicama koje joj idu u prilog, još uvijek neki dijelovi nisu dovoljno razvijeni te u potpunosti valorizirani kako zaslužuju. U ovom završnom radu bavilo se s Likom i Gorskim kotarom, odnosno mogućnostima s kojima bi ove destinacije bile bolje valorizirane te brendirane kao turističke destinacije, budući da predstavljaju jedne od onih koje nisu na kvalitetan način turistički valorizirane. Turizam predstavlja fenomen koji se razvija jako dugo te predstavlja gospodarski trend u svijetu, a Republika Hrvatska također prepoznaje njegov potencijal i važnost za cjelokupno gospodarstvo. Budući da su bile potrebne godine za razvijanje turizma kakvog danas poznajemo, u Republici Hrvatskoj se to odvijalo u šest faza, a zadnja je bila ključna jer je došlo do mnogih političkih i gospodarskih previranja te zaokreta u turizmu i samome gospodarstvu.

Lika i Gorski kotar predstavljaju prostore relativno slabe gustoće naseljenosti i s lošom socijalnom strukturom stanovništva; pretežito se radi o starijem stanovništvu što za sobom povlači mnoge negativne posljedice, a prvenstveno stagniranje razvoja i nemogućnosti pokretanja poslovne budućnosti u turizmu. Iako nepovoljna situacija i loša socijalna struktura, Lika je područje koje se polako miče iz dosadašnjih okvira te osluškuje što diktiraju svjetski turistički trendovi. To potvrđuju i statistički podaci koji su svake godine sve bolji i bolji te sve veći broj turista posjećuje destinaciju. Također, Lika posjeduje čistu i netaknutu prirodu, obilje ljepota te brojnu kulturno-povijesnu baštinu. Prostor je kroz povijest prošao kroz brojne ratove i vladare te je svaka od epoha ostavila trag na ovom području. Najveći i najpoznatiji lički biseri su Velebit i Plitvička jezera. Također, nalazi se u blizini važnijih hrvatskih središta te dobro je povezana s obalnim mjestima kao što su Karlobag te Starigrad-Paklenica. Zbog sve silne ljepote i kulturno-povijesne baštine, mnogi Republiku Hrvatsku uspoređuju sa Švicarskom. Iako naizgled nemoguće za usporedbu Hrvatska može biti velika motivacija te smjernica za turistički razvoj i kako unaprijediti gospodarstvo kroz turizam te povećati zapošljavanje, posebice mladih ljudi koji sve više odlaze iz domovine. Turizam na području Like i Gorskog kotara ima mogućnost razvijati se na održiv način uz gradnju kuća za odmor koje su energetske učinkovite i predstavljaju budućnost u svijetu. Naime, sve se veći broj turista odlučuje za jeta koja brinu o okolišu, zdravlju, te očuvanju planeta tako da se što manje koriste materijali i izvori koji zagađuju okoliš i ugrožavaju zdravlje ljudi i svih živih

bića. U tom pogledu ove destinacije imaju komparativnu prednost jer mogu ponuditi ovakav oblik turizma.

Na temelju analiziranih i pronađenih podataka, može se zaključiti kako je Lika hrvatska regija koja je nedovoljno iskorištena, prvenstveno u turističkom smislu, unatoč prirodnim i kulturnim bogatstvima. Razloga je mnogo, no jedno je sigurno - Lika ima potencijal i veliku mogućnost valorizacije, ako se postupi na pravi način s jasnim ciljevima i strategijom. Iako ima neke slabosti i prijetnje, Lika i Gorski kotar predstavljaju destinacije s jako puno potencijala i mogućnosti te kao takve predstavljaju budućnost kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj, ne samo kao turističke destinacije već i kao mogućnost zapošljavanja te poticanja mladih ljudi na rad u turizmu. Na temelju obrađenih podataka te izrađenih kalkulacija pokazano je kako se uz ulaganja može ostvariti energetske učinkovite kuće za odmor kojim bi se privukli gosti, a dodatnim aktivnostima i autohtonim domaćim proizvodima zadržali.

7. POPIS LITERATURE

1. Antunac, I., Turizam: Teorijsko-znanstvene rasprave, Institut za turizam, Zagreb, 2001.
2. Galičić V., Laškarin M., 2016., Principi i praksa turizma i hotelijerstva. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija
3. Pirjevec B., Kesar O., Počela turizma, Zagreb, 2002.
4. Vukonić, B., Povijest hrvatskog turizma. Zagreb: Prometej, 2005.

Internetski izvori

1. http://www.arhiteko.hr/menu.html?http://www.arhiteko.hr/_celuloza.html (preuzeto 6.8.2018.)
2. <http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1> (preuzeto 1.7.2018.)
3. <https://www.discoverplitvice.com/hr/nacionalni-park-plitvicka-jezera/> (preuzeto 1.7.2018.)
4. <http://www.enu.fzoeu.hr/ee-savjeti/pasivne-i-niskoenergetske-kuce/nacela-gradnje-pasivne-kuce> (preuzeto 6.8.2018.)
5. <https://gradnjakuce.com/pasivna-niskoenergetska-gradnja/niskoenergetska-ili-trolitarska-kuca/> (preuzeto 7.8.2018.)
6. <https://www.grad-krk.hr/krenula-peta-sezona-projekta-plava-vreca-blue-bag> (preuzeto 22.7.2018.)
7. <https://www.grad-krk.hr/krk-na-putu-prema-sve-vecem-postotku-primarno-zbrinutog-otpada> (preuzeto 22.7.2018.)
8. <https://www.hgk.hr/documents/turizam-licko-senjske-zupanije-u-brojkamai-ix-201658bff606508ba.pdf> (preuzeto 4.7.2018.)
9. <http://hrturizam.hr/svicarska-i-austrija-nemaju-mora-ali-od-turizma-znaju-zaraditi/> (preuzeto 6.7.2018.)
10. <https://hrcak.srce.hr/163204> (preuzeto 5.7.2018.)
11. <https://kamenjar.com/prodaja-dalmacije-rapallski-ugovor-rimski-ugovori-kronoloska-istina2/> (preuzeto 1.7.2018.)
12. <http://lag-lika.hr/opcenito-o-lag-u-lika/> (preuzeto 16.8.2018.)
13. <https://www.lika-online.com/odrzivi-turizam-kao-jos-jedan-hrvatski-adut/> (preuzeto 9.7.2018.)
14. <http://lokve.hr/wp-content/uploads/2016/07/LRS-LAG-Gorski-kotar-2014.-2020..pdf> (preuzeto 25.9.2018.)

15. <http://www.mcnikolatesla.hr/nikola-tesla/biografija/> (preuzeto 4.8.2018.)
16. http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/11_Odrzivi%20razvoj%20turizma%20na%20podrucju%20Lika%20destinacija.pdf (preuzeto 4.7.2018.)
17. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_127_2399.html (preuzeto 9.7.2018.)
18. <http://www.np-sjeverni-velebit.hr/?lang=hr> (preuzeto 7.5.2018.)
19. <http://www.poslovni.hr/hrvatska/hrvatska-je-sedma-destinacija-u-svijetu-za-investiranje-u-turizam-335304> (preuzeto 17.8.2018.)
20. <https://www.prometna-zona.com/cestovni-promet/> (preuzeto 20.6.2018.)
21. <https://www.vecernji.hr/vijesti/mali-smiljan-velikog-nikole-tesle-godisnje-posjeti-35-000-ljudi-1243234> (preuzeto 4.8.2018.)
22. <http://visit-lika.com/page/zimski-sportovi> (preuzeto 4.8.2018.)

POPIS TABLICA, SLIKA I GRAFIKONA

| | |
|---|----|
| Tablica 1 Dolasci turista u destinacije Ličko-senjske županije 2016. godini | 14 |
| Tablica 2 Ostvareni turistički dolasci i noćenja u Ličko-senjskoj županiji, u razdoblju 1.-9. mjeseca 2016. godine. | 15 |
| Tablica 3 SWOT analiza Like i Gorskog kotara kao turističke destinacije | 19 |
| Tablica 4 Turistička noćenja od siječnja do prosinca 2017. godine..... | 24 |
| Tablica 5 Turistička noćenja po županijama u periodu od siječnja do prosinca 2017. godine | 25 |
| Tablica 6 Broj ostvarenih noćenja prema zemljama iz kojih dolaze turisti | 26 |
| Tablica 7 SWOT analiza obnovljivih izvora energije u Republici Hrvatskoj..... | 36 |
| Tablica 8 Kalkulacija kuće za odmor | 41 |
| | |
| Slika 1 Lokacija Smiljana | 27 |
| Slika 2 Shema pasivne kuće..... | 32 |
| Slika 3 Planinarske staze na području grada Gospića..... | 39 |
| | |
| Grafikon 1 Dolasci turista u destinacije Ličko-senjske županije 2016. godini..... | 15 |
| Grafikon 2 Grafički prikaz godišnje potrošnje energije i troškova..... | 42 |