

Uloga ekoturizma na području NP Plitvička jezera

Turkalj, Marin

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Forestry and Wood Technology / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet šumarstva i drvne tehnologije**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:108:100051>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-03**



Repository / Repozitorij:

[University of Zagreb Faculty of Forestry and Wood Technology](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ŠUMARSTVA I DRVNE TEHNOLOGIJE
ŠUMARSKI ODSJEK
SVEUČILIŠNI DIPLOMSKI STUDIJ
URBANO ŠUMARSTVO, ZAŠTITA PRIRODE I OKOLIŠA

MARIN TURKALJ

ULOGA EKOTURIZMA NA PODRUČJU
NACIONALNOG PARKA PLITVIČKA JEZERA

DIPLOMSKI RAD

ZAGREB, rujan 2022.

FAKULTET ŠUMARSTVA I DRVNE TEHNOLOGIJE
ŠUMARSKI ODSJEK

ULOGA EKOTURIZMA NA PODRUČJU
NACIONALNOG PARKA PLITVIČKA
JEZERA

DIPLOMSKI RAD

Diplomski studij: Urbano šumarstvo, zaštita prirode i okoliša

Predmet: Ekoturizam

Mentor: Karlo Beljan

Ispitno povjerenstvo:

1. Doc. dr. sc. Karlo Beljan
2. Prof. dr. sc. Stjepan Posavec
3. Prof. dr. sc. Damir Barčić

Student: Marin Turkalj

JMBAG: 0068230939

Broj indeksa: 3402/16

Datum odobrenja teme: 25. travnja 2022.

Datum predaje rada: 23. rujna 2022.

Datum obrane rada: 28. rujna 2022.

ZAGREB, RUJAN, 2022.

Naslov	Uloga ekoturizma na području NP Plitvička jezera
Title	The role of ecotourism in the NP Plitvice lakes area
Autor	Marin Turkalj
Adresa autora	Irinovac 156.
Mjesto izrade	Fakultet šumarstva i drvne tehnologije Sveučilišta u Zagrebu
Vrsta objave	Diplomski rad
Mentor	Karlo Beljan
Izradu rada pomogao	Karlo Beljan
Godina objave	2022.
Obujam	Broj stranica 40, tablica 9, slika 10, grafikona 16 i navoda literature 27
Ključne riječi	ekoturizam, Općina Rakovica, NP Plitvička jezera, turistička ponuda i potražnja, analiza
Key words	ecotourism, Rakovica municipality, NP Plitvice lakes, tourism supply and demand, analysis
Sažetak	<p>U ovom diplomskom radu, analizirana je uloga ekoturizma na području Nacionalnog parka Plitvička jezera, točnije u Općini Rakovica. Ukratko je opisan povijesni razvoj turizma, definirani su njegovi oblici, a posebno je objašnjen u novije vrijeme izuzetno važan oblik turizma, ekoturizam, koji na prvo mjesto stavlja očuvanje prirode i okoliša. Kao glavni pokretač turizma na području Općine Rakovice čije su posebnosti opisane, Nacionalni park Plitvička jezera ima veliku ulogu. Razvojem ponude – usluga, atrakcija i aktivnosti, kompletno područje oko Nacionalnog parka, pretvorilo se u jednu od privlačnijih turističkih destinacija u Hrvatskoj, pod nazivom “Plitvičke doline“. Anketnim upitnikom utvrđena je ponuda i potražnja turističkog tržišta na području turističkih resursa te je dobiven uvid u zadovoljstvo turista posjećivanjem ove destinacije. Rezultati anketnog upitnika su prikazani tablično i grafički, a mogu poslužiti kao dobar putokaz za daljnji razvoj ekoturizma na cijelom području.</p>

	IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI	OB FŠDT 05 07
		Revizija: 2
		Datum: 29.4.2021.

„Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojega rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni“.

U Zagrebu, 28. rujna 2022.

vlastoručni potpis

Marin Turkalj

Sadržaj

1	UVOD.....	1
1.1	Povijesni razvoj turizma	1
1.2	Turizam i njegovo značenje.....	3
1.3	Turističko tržište	5
1.4	Ekoturizam.....	7
1.5	Ekoturizam u Hrvatskoj i njegov razvoj.....	8
2	CILJEVI RADA.....	11
3	MATERIJALI I METODE RADA.....	12
3.1	Predmet istraživanja	12
3.1.1	NP Plitvička jezera	12
3.1.2	Općina Rakovica	15
3.1.2.1	Gospodarstvo	16
3.1.2.2	Atrakcije.....	17
3.1.2.3	Aktivnosti.....	20
3.1.2.4	Analitika turističkog prometa Općine Rakovica.....	22
3.2	Metoda rada	26
4	REZULTATI.....	27
4.1	Analiza destinacije.....	27
4.2	Sociodemografske karakteristike.....	33
4.3	SWOT analiza razvoja turizma Općine Rakovica.....	34
5	RASPRAVA	35
6	ZAKLJUČAK	36
7	LITERATURA	37
8	PRILOG 1.....	38

SAŽETAK

U ovom diplomskom radu, analizirana je uloga ekoturizma na području Nacionalnog parka Plitvička jezera, točnije u Općini Rakovica. Ukratko je opisan povijesni razvoj turizma, definirani su njegovi oblici, a posebno je objašnjen u novije vrijeme izuzetno važan oblik turizma, ekoturizam, koji na prvo mjesto stavlja očuvanje prirode i okoliša. Kao glavni pokretač turizma na području Općine Rakovice čije su posebnosti opisane, Nacionalni park Plitvička jezera ima veliku ulogu. Razvojem ponude – usluga, atrakcija i aktivnosti, kompletno područje oko Nacionalnog parka, pretvorilo se u jednu od privlačnijih turističkih destinacija u Hrvatskoj, pod nazivom “Plitvičke doline“. Anketnim upitnikom utvrđena je ponuda i potražnja turističkog tržišta na području turističkih resursa te je dobiven uvid u zadovoljstvo turista posjećivanjem ove destinacije. Rezultati anketnog upitnika su prikazani tablično i grafički, a mogu poslužiti kao dobar putokaz za daljnji razvoj ekoturizma na cijelom području.

ABSTRACT

In this master thesis, the role of ecotourism of the national park Plitvice lakes area has been analyzed, in Rakovica municipality, to be more precise. The historical development of tourism has been briefly described, its forms have been defined, an important form of tourism has been especially described - ecotourism, which puts preservation of the nature and environment in the first place. Main engine of tourism in the area of the municipality Rakovica, whose specialties have been described, is national park Plitvice lakes. With the development in supply - services, attractions and activities, the whole area of the national park has evolved into one of the most popular tourist destinations in Croatia, under the name of "Plitvice valleys". With this questionnaire, the offer and search of the tourist market in the area of tourist resources, has been confirmed, as well as insight of the satisfaction of tourists who visit this destination. Results of the questionnaire are tabularly and graphically displayed and can also be a good indication for the future development of ecotourism in the whole area.

POPIS SLIKA

Slika 1. Villa Angiolina iz 1844. godine	2
Slika 2. Odrednice turizma	4
Slika 3. Grafički prikaz razvoja i značenja ekološkog turizma	8
Slika 4. Plitvice Holiday Resort	10
Slika 5. Plitvička jezera	12
Slika 6. Tradicijski proizvodi	14
Slika 7. Primjer suradnje parka i lokalnih dionika	15
Slika 8. Tipovi smještaja	17
Slika 9. Atrakcije u ponudi	19
Slika 10. Aktivnosti u ponudi	21

POPIS TABLICA

Tablica 1. Cijene i radno vrijeme atrakcija	19
Tablica 2. Cijene i radno vrijeme aktivnosti	22
Tablica 3. Broj noćenja, dolazaka i turista na području Općine Rakovica za period od 2019.-2021. godine	22
Tablica 4. Statistika vrsta objekata na području Općine Rakovica	24
Tablica 5. Ostvarena noćenja prema vrsti objekata u tekućoj 2022. godini	25
Tablica 6. Starost ispitanika	33
Tablica 7. Statistika prema zemlji prebivališta ispitanika	33
Tablica 8. Stručna sprema ispitanika	33
Tablica 9. SWOT analiza razvoja turizma Općine Rakovica	34

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj noćenja i dolazaka u 2019. godini prema zemlji prebivališta	23
Grafikon 2. Broj noćenja i dolazaka u 2021. godini prema zemlji prebivališta	23
Grafikon 3. Broj noćenja i dolazaka u tekućoj 2022. godini prema zemlji prebivališta	24
Grafikon 4. Broj posjeta Parku	27
Grafikon 5. Posjeti prema godišnjem dobu	27
Grafikon 6. Ocjena kvalitete prirodnih resursa u Parku	28
Grafikon 7. Stav o cijeni ulaznice za Nacionalni park	28
Grafikon 8. Način posjeta Parku	29
Grafikon 9. Prikaz zadovoljstva smještajem ocjenama od 1 do 5	29
Grafikon 10. Oblik posjeta Parku (sudionici)	30
Grafikon 11. Utjecaj ekoturizma/okoliša na posjet	30
Grafikon 12. Želja za kupnjom prehrambenih proizvoda sa lokalnih OPG-a u NP	31
Grafikon 13. Prikaz posjeta aktivnostima (jahanje i adrenalinski park) sa ocjenama zadovoljstva od 1 do 10	31
Grafikon 14. Prikaz posjeta drugim atrakcijama sa ocjenama zadovoljstva od 1 do 10	32
Grafikon 15. Ocjena cjelokupnog posjeta regije	32
Grafikon 16. Status zaposlenosti ispitanika	33

1 UVOD

1.1 Povijesni razvoj turizma

Od samog svog postojanja, čovjek je putovao, selio se iz raznih razloga i pobuda. U teoriji se često provlači teza kako je turizam započeo s prvim putovanjima i migracijama. Danas je takav stav teško prihvatljiv jer su tadašnja putovanja uglavnom bila povezana s potragom za boljim uvjetima života ili pak zbog ratničkih pobuda. Prema nekim teoretičarima, turizam se počeo razvijati onda kada je svijet dosegao određeni stupanj civilizacije i razvoja, tj. od kada se počelo živjeti u strukturiranim i organiziranim zajednicama (Petrić, 2003). U periodu kada su ljudi počeli posjećivati Egipat u trećem tisućljeću p.n.e., počela su se pojavljivati prva putovanja motivirana trgovinom te stjecanjem novih znanja ili kulturnim potrebama. Zahvaljujući trgovini došlo je i do razvoja prometnih puteva kojima su osim trgovaca putovali i putopisci, državni činovnici, liječnici i zabavljači. Prva putovanja iz zadovoljstva javljaju se u antičko doba. Ta prva putovanja iz zadovoljstva motivirana su sportskim događanjima, recimo Olimpijskim igrama ili radi održavanja raznih priredbi i zabave u rimskim *Circus Maximus*. Pored sportskih događanja, Rimljani su tijekom ljetnih vrućina odlazili i u svoje ladanjske kuće, gdje su dnevno prelazili i do 150 km. U javnim uredima tzv. *Cursus Publicus*-ima, dobivale su se informacije o putovanjima, mogla su se unaprijed rezervirati mjesta u kočijama ili kupiti karta za prijevoz, smještaj i prehranu na postajama (Petrić, 2003.).

Propašću Zapadnog Rimskog Carstva, zaustavljen je razvoj putovanja. Taj period bio je početak najmračnijih godina u povijesti čovječanstva te je trajao gotovo osam stoljeća. Na putovanja išli su samo oni hrabriji zbog velikog broja razbojnika i skitnica na putevima i cestama. Početkom srednjeg vijeka počinje i sigurnost europskih puteva. Crkva počinje organizirati prva grupna i veća putovanja, organizirajući hodočašća vjernika u svetišta (Santa Maria de Compostella, Sveta Zemlja, Loreto itd.). Uz ceste se počinju raditi prateći objekti koji su na usluzi putnicima kojima nude smještaj, hranu i odmor.

Za vrijeme humanizma i renesanse u Europi, događa se procvat kulturnog i duhovnog stvaralaštva. Šire se naučni i kulturni obzori, želja za novim iskustvima i doživljajem prirode pokreće intelektualnu elitu na proputovanje Europom (Petrić, 2003). Sve do 19. stoljeća, mladi pripadnici plemstva, aristokracije te bogatih trgovaca, zbog školovanja i stjecanja znanja putuju, obično 2 do 4 godine. Po mnogim karakteristikama, takva putovanja razlikuju se od putovanja ranije pa se nazivaju „*preteče pravih turističkih putovanja*“, dok ih teoretičari nazivaju i *međufazom između predturističke i turističke epohe* (Čavlek, 1998).

Mogli bi se složiti da je pojava putovanja i turizma stara koliko i čovječanstvo. No, pravi razvoj turizma vezan je uz napredak znanosti i tehnologije, pogotovo prometa. Razvoju turizma doprinio je i porast životnog standarda i slobodnog vremena. Pionirsku ulogu u razvoju turizma imao je 1841. godine Thomas Cook koji je koristeći se prometnim tehničkim dostignućem, proveo organizacijsku, ekonomsku i tehničku revoluciju putovanja tako da je organizirao putovanje željeznicom od Loughborougha do Leicester, gdje se održavala skupština antialkoholičarskog društva. Na tom izletu je sudjelovalo oko 500 osoba te se taj događaj smatra prvim organiziranim putovanjem. Postigavši dobar poslovni uspjeh 1845. godine, Cook je

osnovao prvu putničku agenciju pa je preko nje organizirao velik broj putovanja (Marković S. i Z., 1987). Osim željezničkog, važnu ulogu u razvoju turizma i masovnog putovanja imao je brodski prijevoz. Prvi parobrod 1837. je godine preplovio Atlantik, dok je 1841. Samuel Cunnard osnovao parobrodarsku kompaniju "Cunnard Line" i uveo prvu redovnu liniju između Europe i Amerike.

Sredinom 19. stoljeća zbog zdravstvenih svojstva morske vode, postepeno raste interes za odmaranjem u primorskim mjestima. Tada su glavni razlog odlaska na more bile morske kupke u javnim kupalištima ili hotelima, umjesto kupanja u moru. Zbog istog se zimi pretežno putovalo u primorska mjesta kako bi se izbjeglo loše vrijeme u unutrašnjosti kontinenta. Polovicom 19. stoljeća primorska mjesta postaju omiljena u južnoj Francuskoj pa se tamo počinju graditi brojni hoteli, parkovi i drugi sadržaji za turiste, što je dovelo do razvoja francuske, a ubrzo i talijanske rivijere.



Slika 1. Villa Angiolina iz 1844. godine (Izvor: <https://www.visitopatija.com/villa-angiolina-istrazite-ulogu-turizma-u-povijesti-opatije-p471>, Pristupljeno 5.9.2022.)

U Hrvatskoj, Opatija je mjesto za koje se vežu počeci razvoja turizma, kada je 1844. godine izgrađena Villa Angiolina. 1899. godine Opatija je proglašena lječilištem te tako postala jedno od popularnih zimovališta za imućne goste iz Austro-Ugarske i ostatka Europe. Kasnije, i druga primorska mjesta kao Lovran, Crikvenica, Dubrovnik, Rab, Lošinj i Hvar dobili su status primorskih ljetnih odmarališta.

Početak 20. stoljeća obilježile su mnogobrojne promjene. Revolucionarne promjene industrijskom revolucijom posebno su utjecale na prometna sredstva. Automobil je postao pristupačan širokom sloju ljudi kada je došlo do masovne proizvodnje automobila uzrokovanom Fordovom pokretnom vrpcom, a samim time počela je i izgradnja cestovne infrastrukture (Petrić, 2003). Kasnije, značajniju ulogu u razvoju turizma preuzima autobus. Autobus se 1900. godine prvi put upotrebljava za razgled grada New Yorka dok je 1919. godine ostvarena prva komercijalna zračna linija između Pariza i Londona. Time je turizam postao svjetskom industrijom u punom smislu riječi povezujući ljude i zemlje. U prvoj polovici 20.

stoljeća Hrvatska se uključuje u međunarodni turistički promet. Prema statističkoj evidenciji, 1838. godine ostvaren je najveći turistički promet od 500 tisuća turista sa oko 3 milijuna noćenja na području Hrvatske sa dijelovima pripojenima Italiji. Opatija, Rab, Crikvenica i Dubrovnik bili su najposjećenija mjesta uz u unutrašnjosti zemlje malo mjesto Topusko sa lječilištem (Pirjevac, 1998). Posebnu ulogu u razvoju turizma imaju zrakoplovi većih kapaciteta koji turistima približavaju mediteranske i udaljene destinacije. Putovanja zbog razonode postaju jedan od najmasovnijih oblika provođenja slobodnog vremena. Zbog turizma mnogi dotad nerazvijeni krajevi postaju popularna izletišta. Za svoje smještajne kapacitete inozemni turisti koriste hotele dok su domaći turisti orijentirani na kampove, odmarališta i sl. U strukturi turističke ponude Hrvatske prevladavali su kampovi i privatni smještaj te hoteli srednje kategorije.

1.2 Turizam i njegovo značenje

„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“ (Antunac, 2001). Danas postoji toliko definicija turizma koliko ima i ljudi koji se njime bave. Iz pogleda turista, turizam je putovanje, rekreacija, godišnji odmor i sl., no iz stajališta ljudi koji se bave njime, turizam je intenzivan rad i prihod. Turizam je nedvojbeno vrlo kompleksna i heterogena pojava pa na temelju toga različiti pristupi i zaključci izraz su njegove heterogene prirode.

Velikim brojem koristi koje nudi i koje iz njega proizlaze, danas je turizam jedan od najznačajnijih sektora u gospodarstvu svake države. Njegove osnovne funkcije su društvene (humanističke, neekonomske) i ekonomske. Društvene su one koje pridonose humanističkim vrijednostima turizma i koje se povezuju sa izvornim motivima turističkih kretanja koji nisu povezani sa postizanjem gospodarskih ciljeva. Dijelimo ih na one sa neposrednim djelovanjem (zdravstvene, rekreacijske i kulturne) te sa posrednim djelovanjem (obrazovne, političke i socijalne). S druge strane, ekonomske funkcije turizma odnose se na aktivnosti koje su usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka (turistička potrošnja, robe i usluge, izravne investicije, poboljšanje devizne bilance, aktiviranje turističkih potencijala, rast zaposlenosti, razvijanje slabo razvijenih područja i slično) na razini poduzeća i organizacija izravno ili neizravno uključenih u kreiranje turističke ponude, ali i na području turističke destinacije na kojem se pojedine faze turističke potrošnje odvijaju (Hrvatska enciklopedija, 2021).

Turistička djelatnost prodire u gotovo sve ostale gospodarske djelatnosti neke države pa je turizam nemoguće svesti na jednu gospodarsku granu. One se međusobno nadopunjuju i djeluju na tržištu ponude i potražnje. Svaka zemlja ima posebne atrakcije i specifičnosti prema kojima stvara svoju turističku ponudu koja bi trebala zadovoljiti turističku potražnju. Povećanje turističke potražnje uzrokuje povećanu potražnju za radnom snagom, odnosno dovodi do povećanja broja radnih mjesta na sezonskim poslovima u turističkom području (Galičić i dr., 2016).



Slika 2. Odrednice turizma (Izvor: Filipović S. prema Hitrec, T. 1999. Europski turizam na prijelazu tisućljeća, Pristupljeno 5.9.2022.)

Skoro svakodnevno čujemo za neku novu vrstu turizma pa je danas vrlo teško definirati koje sve vrste turizma postoje. Slijedom navedenoga, logično je pitanje koliko tih podjela zapravo ima te da li sve te vrste turizma zbilja predstavljaju posebne oblike. Osnovna podjela turizma prema UNWTO je sljedeća:

- domaći – putovanje domicilnog stanovništva (rezidenata) unutar granica svoje zemlje,
- receptivni – uključuje turiste ne-rezidente koji borave u promatranoj zemlji,
- emitivni – uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje,
- interni – kombinacija domaćeg i receptivnog turizma,
- nacionalni – sva turistička putovanja rezidenata u zemlji i inozemstvu,
- međunarodni – kombinacija receptivnog i emitivnog turizma,
- intra regionalni – turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju iste regije i
- inter regionalni turizam – podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, izvan te regije.

Osim te osnovne podjele, postoji niz drugih podjela koje se onda opet dijele na uže segmente prema tržišnoj niši kojoj se obraćaju, odnosno prema osnovnom motivu dolaska turista u neku destinaciju. Poneke od oblika turizma koji će biti nabrojani ne mogu se pronaći u stručnoj literaturi jer su stvoreni iz medija ili marketinških agencija. Sa sigurnošću možemo kazati kako turistička potražnja definira i nove turističke ponude.

Specifični oblici turizma orijentirani su na manje (definirane) segmente turističke potražnje, a nastali su kao suprotnost masovnom turizmu. Od specifičnih oblika turizma razlikujemo:

- Kulturni turizam
- Ekološki turizam

- Seoski/ruralni turizam
- Gradski/urbani turizam
- Nautički turizam
- Kongresni turizam
- Zdravstveni turizam
- Vjerski turizam
- Lovni i ribolovni turizam
- Naturizam
- Manifestacijski turizam
- Gastronomski turizam
- Enofilski turizam
- Sportsko-rekreacijski turizam
- Pustolovni turizam
- Robinzonski turizam
- Masovni turizam
- Elitni turizam
- Kontinentalni turizam
- Svemirski turizam
- Poslovni turizam
- Obrazovni turizam.

1.3 Turističko tržište

Turistički proizvod je proizvod koji se sastoji od proizvoda i usluga, odnosno od paketa usluga, aktivnosti i događaja koje zadovoljavaju očekivanja turista. Pod turističkim proizvodom podrazumijevaju se putovanje, usluge prehrane i usluge smještaja. Osnovna obilježja turističkog proizvoda su složenost, kvaliteta, raznovrsnost sadržaja te cjelovitost. Općenito, kada se govori o turizmu, svi ljudi imaju mnoštvo ideja za nešto napraviti, no u stvarnosti, razviti neki turistički proizvod, a da bude uspješan i nije tako lako. Naime, jedan od osnovnih koncepata turizma je i turistički proizvod. Uloga proizvoda je da zadovoljava sve potrebe turista tijekom putovanja. Njegov uspjeh ovisi o razumijevanju turizma kao fenomena, turista kao specifičnih potrošača te proizvoda kao jedne ili više aktivnosti koje zadovoljavaju određene potrebe.

Proizvod predstavlja objekt razmjene (prijevoz, smještaj, prehrana, aktivnosti, atrakcije) na pojedinom tržištu, neovisno o kojoj se vrsti radi i obilježjima koje nosi te time predstavlja osnovnu poveznicu između ponude i potražnje. Postavlja se pitanje o tome da li je ispravno tvrditi da spomenuti i slični objekti razmjene danas sačinjavaju turističke proizvode u punom smislu riječi. Sveukupnost onoga što se nudi na turističkom tržištu i što čini objekte razmjene kao poveznicu između turističke ponude i potražnje može se grupirati na:

- Proizvodi namijenjeni tržištu široke potrošnje – podmirenje standardnih potreba stanovnika, a kupuju ih i turisti (hrana i piće, komunalne usluge, zdravstvene usluge i sl.)
- Proizvodi i usluge standardnog proizvodnog programa – prilagođeni su potrebama turista (suveniri, proizvodi za plažu, sportski rekviziti i sl.)
- Proizvodi namijenjeni isključivo turistima u nekoj turističkoj destinaciji – čine osnovu proizvodnih programa uslužnih i proizvodnih subjekata (turističke agencije, ugostiteljski i slični objekti te dr.) (Senečić i dr., 2006).

Kvalitetni i trenutno raspoloživi resursi, presudni su faktor za uspješno formiranje turističkog proizvoda. Oni utječu na atraktivnost u prvom redu, ali i na zadovoljstvo turista. Središte pozornosti suvremenog turista danas je turistička destinacija. Ona se javlja kao sveukupnost integriranih proizvoda ili proizvod zasebno na tržištu. Stoga, točno je tvrditi da je na turistički proizvod usmjerena centralna pozornost suvremene turističke potražnje u njegovom cjelokupnom značenju i funkcionalnosti.

Danas se turizam temelji na atraktivnosti određenog prostora, a kvaliteta tog prostora je mjera za razvoj turizma, jer njenim očuvanjem povećavaju se šanse za njegovim posjećivanjem. Turistički prostor ne odnosi se samo na prostor gdje se odvija turizam, nego i prostor u kojem se događa kretanje od stalnog mjesta boravka do odabrane turističke destinacije te gdje se donosi odluka o turističkom kretanju (Bilen, 2008).

Turistička potražnja je spremnost turista da kupe određenu količinu dobara i usluga za zadovoljenje njihovih potreba, a spremnost ovisi i o cjelokupnom nizu elemenata (dohodak, cijena i sl.), a ne isključivo o potrebama turista. Njezine karakteristike su dislociranost od turističke ponude, kompleksnost, elastičnost, sezonski karakter i mobilnost (Petrić, 2003). Količinu roba i usluga koje se turistima nude na određenom turističkom tržištu u određeno vrijeme i po određenoj cijeni zovemo turističkom ponudom. Ono što utječe na nju su država i poduzeće, društveni i gospodarski čimbenici, okolina i utjecaj potražnje. Ono što ju razlikuje od turističke potražnje su neelastičnost i statičnost (vezana je uz konkretan prostor), dok su sezonski karakter, kompleksnost i dislociranost od potražnje jednake karakteristike (Petrić, 2003). Turiste na određenu destinaciju privlače određeni faktori ili sadržaji ponude, dok se mjerilom stupnja atraktivnosti te iste destinacije smatra kombinacija određenih faktora (Lickorish i Jenkic, 2006).

Međusobni odnosi proizvođača i potrošača karakteriziraju tržište. Tržište vrši koordinaciju ljudi, aktivnosti i poduzeća preko sistema cijena, odnosno to je mjesto na kojem kupci i prodavači određuju cijenu i količinu dobara koja će biti potrošena u toku nekog kružnog ekonomskog procesa. Turističko tržište je poseban oblik tržišta te se razlikuje od ostalih parcijalnih. Onaj koji kupuje mora putovati do mjesta gdje se nalazi ponuda, tj. ponuda je odvojena od potražnje pa potražnja putuje k ponudi, dok u ostalih tržištima je to obrnuto jer se tamo proizvod približava kupcu. Ponuda ima mogućnost komunikacije sa potražnjom samo specifičnim putevima pa u tome važnu ulogu imaju turistički posrednici (Petrić, 2003).

1.4 Ekoturizam

„Ne možemo živjeti poput Robinzona Kruzoa, pobjeći iz naše civilizacije u divljinu, a ne možemo više ni živjeti na način naših djedova, pa ni očeva, suvremeni način života ima svoje zakonitosti, ali povremeni bijeg u prirodu je nužda za urbanog čovjeka i on ju je počeo ostvarivati kroz različite selektivne oblike turizma.“

(Kripfendorf, 1986.).

Koncepcija održivog razvoja javlja se kao odgovor na izrazito brzi porast svjetskog stanovništva, povećanje razlika u društveno-gospodarskom razvoju te snažnu industrijalizaciju i brzu degradaciju okoliša. Rast i razvoj moraju biti usklađeni s ekosustavima u okviru kojeg djeluju. Značenje ekoturizma kao i suvremeni trendovi u razvoju turizma podrazumijevaju sve veću svijest potrošača, odnosno čitav koncept koji podrazumijeva čovjekov povratak prirodi. To uključuje stvaranje turističke ponude na bazi zdrave hrane i organski proizvedene hrane, netaknutog prirodnog okruženja te rekreativnih aktivnosti koje su u vezi sa kulturom običaja i tradicije. Danas, kada se sve više spominje predznak eko, nastao je i pojam ekoturizam. On se vrlo često razlikuje u različitim dijelovima svijeta. Ta raznolikost pojmova ovisi o razlikama u vrstama turističkih proizvoda, razlikama u kulturno-civilizacijskom smislu u svijetu te značajkama krajolika gdje se ekoturizam događa.

Pojava ekoturizma povezana je sa tri temeljna utjecaja iz turističkog makrookruženja:

- nastao je kao reakcija na negativni utjecaj masovnog turizma;
- nastao je potaknut porastom potražnje za atrakcijama temeljenim na prirodi i očuvanom okolišu;
- izravna je posljedica sveopćeg prihvaćanja načela održivosti i pokreta za očuvanje okoliša.

Ekoturizam danas dobiva sve više medijske pozornosti i postaje sve poznatiji među ljudima. Njegova najbolja definicija bila bi da je to turizam u kojem putnici koji su osviješteni podupiru zaštitu prirode i okoliša na turističkoj destinaciji gdje borave, kao i lokalnu zajednicu i njezinu kulturnu baštinu. Njihovo razmišljanje nije usmjereno na to da za uloženi novac dobiju što više, nego da što manje utječu na područje koje su odlučili posjetiti, istovremeno pazeći da lokalna zajednica također dobije prihod koji će joj osigurati egzistenciju i daljnji razvoj. Dakle, njihov odabir su domaći, autohtoni proizvodi, po mogućnosti iz organskog uzgoja te upoznavanje sa lokalnim običajima i kulturom. Takav turizam često je vezan za područja sa zaštićenim prirodnim vrijednostima, npr. nacionalne parkove i slično.



Slika 3. Grafički prikaz razvoja i značenja ekološkog turizma (Izvor: <https://www.cimerfraj.hr/ideje/eko-turizam-hrvatska>, Pristupljeno 5.9.2022.)

Načela održivog ekološkog turizma:

1. prepoznavanje važnosti baštine,
2. briga o lokalitetima baštine,
3. razvoj partnerstva za višestruku korist,
4. ugradnja pitanja baštine u poslovno planiranje.
5. ulaganje u ljude i lokalitete,
6. oglašavanje i promoviranje odgovornosti u oblikovanju turističkih proizvoda,
7. pružanje visoko kvalitetnih doživljaja posjetiteljima i
8. uvažavanje prava i obaveza lokalnoga, autohtonog stanovništva.

1.5 Ekoturizam u Hrvatskoj i njegov razvoj

Hrvatska ima dugu turističku povijest obzirom da je oduvijek privlačila turiste iz cijelog svijeta najviše zbog svog bogatstva i ljepota koje nudi. Ekoturizam se počeo razvijati uz osnivanje prvih nacionalnih parkova, prije 130 i više godina. Glavne ciljeve ekoturizma u smislu ekološke edukacije turista i lokalnog stanovništva, zaštite prirodnih područja uz postizanje određene ekonomske koristi ostvarili su upravo nacionalni parkovi. Njegovu razvoju dovodi i sve veća svijest ljudi o ograničenosti prirodnih resursa te kako neki od njih nemaju mogućnost samoobnavljanja. U Hrvatskoj, ekoturizam spada u novije oblike turizma koji je sve više spominjan, ali i dalje nerazvijen (Ojurović, 2017). Početkom 21. stoljeća, njegova važnost dobila je na snazi u turističkoj ponudi pa je 2002. godina bila proglašena godinom ekoturizma. Procjenjuje se da oko tri posto svjetskih turističkih putovanja spada u ekoturizam, granu turizma koja je nastala zbog veće ekološke svijesti građana, s porastom između deset i dvadeset posto godišnje. Procjenjuje se da oko tri posto svjetskih turističkih putovanja spada u ekoturizam, granu turizma koja je nastala zbog veće ekološke svijesti građana, s porastom između deset i dvadeset posto godišnje (Ministarstvo turizma, 2013).

Republika Hrvatska ima visoku razinu očuvanosti prirode, a posebno se ističe očuvanošću ekoloških sustava i staništa pa na temelju toga ima dobre uvjete za razvoj ekoturizma koje u skladu sa održivim razvojem treba zaštititi (Ojurović, 2017). U Hrvatskoj je ekoturizam i njegov razvoj usmjeren isključivo na ruralni prostor i zaštićene dijelove prirode. Temelji se na korištenje prirode i njenih ljepota, ali uz oprez kako se ne bi narušio prirodni

sklad. Privlačnost posjetitelja u Hrvatskoj više se odnosi na prirodni prostor i bogatstvo kulturno povijesne baštine nego na kvalitetu i raznovrsnost turističkih atrakcija. Najvažniji atraktor je more, razvedena obala te mnogi otoci sa brojnim plažama, zelenilom i šumovitosti, dok kontinentalni dio još uvijek u većem dijelu nije prepoznat. Velik je broj turistički atraktivnih zaštićenih područja, a prema bioraznolikosti Hrvatska se nalazi u europskom vrhu. Postoji veliki potencijal na turistički slabo razvijenim područjima za valorizaciju područja uz Dunav, Savu, Dravu, Cetinu i druge rijeke te uz jezera i ostale unutrašnje vode. Osim mora, postoje mnoge prirodne atrakcije kao što su Plitvička jezera, Krka, Velebit, spilje te drugi nacionalni parkovi i parkovi prirode na kontinentalnom području.

Hrvatska je za razliku od prirodnih atrakcija i kulturno-povijesne baštine, izrazito siromašna turističkom ponudom. Naime, Hrvatskoj nedostaje turističkih atrakcija kao što su suvremeno opremljeni kongresni centri, tematski i/ili zabavni parkovi, golfska igrališta, centri za posjetitelje, kvalitetno osmišljene tematske rute, biciklističke staze te slični sadržaji turističke ponude bez kojih je izuzetno teško uspostaviti pretpostavke za proširenje međunarodno prepoznatljivog proizvodnog miksa, turističko aktiviranje kontinentalnog prostora i razvoj ekoturizma.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske u 2013. godini donijelo je Strategiju razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine. Polazeći od postojećih obilježja hrvatske turističke ponude, ali i od kvalitativnih značajki hrvatske turističko-atraksijske ponude, definirano je deset ključnih proizvodnih grupa na kojima valja graditi sustav turističkih proizvoda Hrvatske do 2020. godine:

- Sunce i more
- Nautički turizam
- Zdravstveni
- Kulturni
- Poslovni
- Golf
- Cikloturizam
- Eno i gastro turizam
- Ruralni i planinski
- Pustolovni i sportski
- Ostali važni proizvodi (eko, omladinski i socijalni turizam).

Može se vidjeti kako ekoturizam nije uvršten u glavne turističke proizvode RH, nego se nalazi u grupi ostalih važnih proizvoda što dokazuje činjenicu da je usprkos velikoj atraktivnosti, očuvanosti i raspoloživosti prirodnih resursa, ekoturizam i dalje slabo razvijen i neprepoznat. Čak i u većini zaštićenih prirodnih lokaliteta biva zapostavljen. Hrvatska ima veliku prednost nad zemljama kao što su Španjolska, Grčka, Italija, Turska itd. po ljepoti krajolika i ekološkoj očuvanosti, a to potvrđuju i brojni turisti koji nas ocjenjuju bolje od konkurencije. Dakle, turizam i njegov razvoj u Hrvatskoj ne smije se temeljiti samo na moru već treba ulagati napore za unapređenje zaštite okoliša, očuvanje kvalitete prirodnih resursa, a isto tako i odgovorno i održivo upravljanje razvojem sadržaja eko-turističke ponude.

Hrvatska je zbog velikog broja nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih zaštićenih područja, u mogućnosti zadovoljiti potrebe i očekivanja gostiju u rasponu od manje zahtjevnih ljubitelja prirode do vrlo fokusiranih ekoturističkih eksperata. Na taj način Hrvatska će ostvariti dodatne dimenzije imidža među novim segmentima posjetitelja (Ministarstvo turizma, 2013).



Slika 4. Plitvice Holiday Resort (Izvor: <https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/plitvice-holiday-resort-glamping-kamp-kucice-na-drvu/>, Pristupljeno: 5.9.2022.)

2 CILJEVI RADA

U radu će se analizirati značaj ekoturizma u strateškim dokumentima i planu upravljanja NP Plitvička jezera. Pomoću anketnog upitnika utvrditi će se ponuda i potražnja za proizvodima i uslugama koje pružaju šumski ekosustavi. Analizirati će se obilježja turističkog tržišta na području turističkih resursa i vrste proizvoda i usluga povezanih s općekorisnim funkcijama šuma, posebno rekreativne usluge.

Cilj ovog rada je prikazati obilježja ekoturizma te njegov potencijal kao dodatna djelatnost na područjima visokog turističkog interesa, što je u ovome slučaju NP Plitvička jezera. Samim njegovim razvojem, smanjuje se teret na zaštićeno područje, a osigurava se pozitivan rast i razvoj lokalne zajednice u ekonomskom, estetskom te smislu zaštite okoliša. Tržište se u radu odnosi na područje Općine Rakovica te pojedina okolna mjesta koja također privlače dolazak turista. Posljednjih godina, razvio se marketinški brend u sklopu turističke destinacije pod nazivom „Plitvičke doline“, koji obuhvaća cjelokupnu ponudu ovoga područja koja će u nastavku biti prikazana. Nacionalni park Plitvička jezera imao je najveću ulogu u stvaranju i razvoju iste destinacije, jer bez njegovog postojanja i stupnja privlačnosti koju ima, broj dolazaka turista ne bi bio isti. U daljnjim poglavljima govorit će se upravo o nacionalnom parku, statističkim podacima te Općini Rakovica, ponudi koju ona pruža u suradnji sa lokalnim dionicima te prirodnom bogatstvu koju posjeduje. Anketnim upitnikom provedenim na području Općine Rakovica, dobit će se uvid u ponudu i potražnju na području istraživanja, zadovoljstvo turista posjetom ovog područja te pojedini odgovori koji mogu biti putokaz za daljnji razvoj.

3 MATERIJALI I METODE RADA

3.1 Predmet istraživanja

3.1.1 NP Plitvička jezera

Već poznato, Nacionalni park Plitvička jezera predstavljaju najveći te najposjećeniji nacionalni park Republike Hrvatske. 1949. godine proglašene su prvim nacionalnim parkom u Hrvatskoj. Svojom raznovrsnom ponudom prirodnih resursa kao što su očuvana jezera, prirodne ljepote unutar parka, slapovi i druge atrakcije, primamljuju dolazak velikog broja turista. Stvaranje sedrenih barijera i jezera procesom osedavanja daje mu univerzalnu vrijednost što je dovelo Plitvička jezera do svrstavanja na UNESCO-ov Popis svjetske baštine (Službena stranica NP Plitvička jezera).

Površina parka iznosi oko 300 km², od čega je najvećim dijelom prekriven šumskom vegetacijom (81 %) te travnjacima (15 %), površinama izmijenjenim antropogenim utjecajem (3 %) i turistima najprimamljivijim vodenim površinama koje iznose tek manje od 1 % površine parka. Sustav jezera čine 16 imenovanih te brojna manja kaskadno poredana jezera. Podijeljena su na Gornja i Donja jezera zbog geološke podloge i specifičnih hidrogeoloških uvjeta. Prošćansko jezero, Ciginovac, Okrugljak, Batinovac, Veliko jezero, Malo jezero, Vir, Galovac, Milino jezero, Gradinsko jezero, Burgeti i Kozjak dvanaest su jezera koja čine Gornja jezera, stvorena na nepropusnim dolomitima, a u odnosu na Donja jezera prostranija su te blažih obala. Na vapnenačkoj podlozi, strmih padina nalaze se Donja jezera koja čine Milanovac, Gavanovac, Kaluđerovac i Novakovića Brod. Sustav jezera završava prekrasnim slapovima Sastavcima, u podnožju kojih započinje tok rijeke Korane (Službena stranica NP Plitvička jezera).



Slika 5. Plitvička jezera (Izvor: <https://oddiviser.com/photo/place/1600/429.jpg>, Pristupljeno 5.9.2022.)

Osim svima najprimamljivijeg jezerskog sustava, prisutna je raznolikost flore i staništa parka te raznih endema, ugroženih i strogo zaštićenih vrsta koje na svjetskom nivou svrstavaju Park u floristički vrijedno područje. Raznovrsna fauna, bogata hidrologija, gljive i lišajevi, ljepota prirodnog krajobraza čine ovaj nacionalni park zbilja posebnim, što brojni turisti prepoznaju (Plan upravljanja NP Plitvička jezera, 2019.).

NP Plitvička jezera smještena su u Gorskoj Hrvatskoj, između masiva Male Kapele i Ličke Plješivice. Najvećim dijelom spadaju u područje općina Plitvička jezera i Vrhovine unutar Ličko senjske županije, a manji ostatak pripada području općina Rakovice i Saborskog unutar Karlovačke županije. Od sveukupnih 20 naselja unutar parka, samo se jedno nalazi u Općini Rakovica, koja je u ovom radu predmet promatranja. Prema informacijama iz 2017. godine, park je posjetilo više od 1,7 milijuna posjetitelja što ga svrstava među najposjećenije na svijetu i čini svjetskom destinacijom. Po toj brojci, NP Plitvička jezera ušao bi unutar 15 najposjećenijih parkova u Sjedinjenim američkim državama. Većinom su to posjetitelji iz europskih zemalja (Njemačka, Italija, Nizozemska, Francuska), ali raste i broj posjetitelja Dalekog istoka (Plan upravljanja NP Plitvička jezera, 2019). Sa druge strane, postoje i pojedini problemi koji nastaju prilikom masovnog dolaska posjetitelja jer njihov broj prelazi projektirani kapacitet postojećeg sustava posjećivanja u jezerskoj zoni kao glavne atrakcije. U vezi s tim, sustav će se morati nadograditi kako bi se očuvala prirodnost te sam doživljaj i zadovoljstvo posjetitelja. Sustavom online ulaznica napravljen je dobar posao kako bi se omogućila disperzija posjetitelja te ravnomjeran broj istih unutar parka u određenom vremenu, no to je samo jedan od načina kojim se može utjecati.

Važna zadaća parka je očuvanje i oživljavanje tradicijske poljoprivredne djelatnosti. Njenim nestajanjem, sva bioraznolikost travnjaka, sorti i pasmina te samim time i dio nematerijalne kulturne baštine polako nestaju. Uzrok je tomu nekonkurentnost na tržištu na kojem dominiraju proizvodi visokoproduktivne industrijske poljoprivrede. Također male proizvodne površine (prosječno 10 ha po OPG-u), zastarjela mehanizacija, neorganizirani proizvođači, nejednaka kvaliteta proizvoda, visoka dob nositelja OPG-a te nizak obrazovni status čine prepreku za razvoj te plasman proizvoda unutar parka. Unatoč svemu tome, i dalje postoji potencijal za razvoj tradicijske proizvodnje. Gosti koji dolaze spremni su platiti više, kako bi dobili visokokvalitetni tradicijski proizvod. Širok je spektar temelja koji čine savršene uvjete za tako nešto. Očuvani prirodni okoliš, „zdravo“ poljoprivredno zemljište te značajan dio koji je unutar mreže Natura 2000 (više od 50 % Like) nude savršen temelj, a primjetan je i trend relativno brzog rasta certificiranih ekoloških proizvođača. Ne mora se ni spominjati koliko vrijednost imaju proizvodi kao što su lički krumpir, sir škripavac, basa, med, šljivovica, lička janjetina, lička slanina, čvarci, kobasice, kiselina, štrudle i uštipci. Prostora za razvoj nedvojbeno ima jer potražnja nadilazi ponudu, a pogotovo u glavnom dijelu sezone. Certificiranjem proizvoda (brend Lika Quality) osigurava se tržišna vrijednost i lakša prepoznatljivost proizvoda. Treba vjerovati kako će mladi ljudi prepoznati ovakav potencijal jer ekspanzijom turizma na čitavom području, uvjeti za razvoj tradicijske agro ponude sve su bolji, a potražnja za istim sve veća (Plan upravljanja NP Plitvička jezera, 2019).



Slika 6. Tradicijski proizvodi (Izvor: Lika Quality, <https://www.lika-destination.hr/>, Pristupljeno 5.9.2022)

Razvoj i umrežavanje ekoturističke ponude iznimno je važan. Nacionalni park kao glavni atraktor, omogućio je razvoj okolnog područja, a posebno područja Općine Rakovica. U posljednjih nekoliko godina, sinergijom lokalne zajednice i parka, stvorena je jedna od najposjećenijih destinacija u Hrvatskoj pod nazivom "Plitvičke doline". Brojne aktivnosti za rekreaciju, atrakcije, domaćinstva lokalnog stanovništva i prirodne ljepote razlog su posjetiteljima da uz posjet Nacionalnom parku, svoj boravak produže te dožive ugođaj ovog mjesta, što govori i slogan "dođite zbog jezera, ostanite zbog prirode i avanture". To je upravo i definicija koju objašnjava ekoturizam, suradnja lokalnih dionika te Parka kao glavne destinacije. Trend izgradnje novih smještajnih jedinica u uzlaznoj je putanji, što dovodi do prenatrpanosti te nepopunjenosti istih niti u vrhu sezone. Razvojem atraktivnih sadržaja te dodatne turističke ponude, može se osigurati dulji ostanak gostiju na čitavom području, a samim time i veća popunjenost i profitabilnost. Takva činjenica nije u potpunosti prepoznata jer i dalje je trend građenja veći od razvoja dodatne ponude. Iako postoje kojekakve aktivnosti kao što su jahanje, vožnja quadovima, adrenalinski parkovi i slično, potencijala za daljnji razvoj i poboljšanje ponude ima. Jača promocija vizije razvoja ekodestinacije, kao najbolje opcije za turistički razvoj regije, bolja koordiniranost svih dionika oko te vizije, poticanje daljnjeg razvoja ponude pustolovnog, agro, gastro, kulturnog, eko-turizma, koja atraktivnost temelji na ponudi autentičnog doživljaja svih vrijednosti područja, korištenje Plitvičkih jezera kao glavnog atraktora, a pri tome učinkovito zaustavljanje daljnjeg rasta smještajnih kapaciteta i turistifikacije područja – sve to doprinijelo bi bržem razvoju šireg područja u smjeru prepoznatljive eko-turističke destinacije. Javna ustanova u tome treba preuzeti ulogu predvodnika, jer takav razvoj doprinosi i ostvarenju njegovog mandata: očuvanja i osiguravanja preduvjeta za doživljaj vrijednosti područja (Plan upravljanja NP Plitvička jezera, 2019).



Slika 7. Primjer suradnje parka i lokalnih dionika (Izvor: <https://np-plitvicka-jezera.hr/>, Pristupljeno, 5.9.2022.)

3.1.2 Općina Rakovica

Općina Rakovica formirana je 1993. godine kao samostalna lokalna jedinica, no prvi zapisi postoje izavnog srednjeg vijeka. Obilježio ju je povijesni događaj iz 1871. godine kada se pod vodstvom Eugena Kvaternika dogodio ustanak, kao neuspjeli pokušaj uspostavljanja slobodne hrvatske države. Također treba spomenuti frankopanski grad Drežnik iz 12. stoljeća koji je bio važno uporište za vrijeme turskih osvajanja, a danas utvrda postoji kao spomenik kulture. Kao najjužnija općina karlovačke županije, smještena je uz prometnicu D1 Zagreb-Split, neposredno uz granicu Nacionalnog parka Plitvička jezera na čijem je području i manji dio općine. Ukupna površina iznosi 261 km² ili 25,580 ha, a prema popisu stanovništva iz 2021. godine broji 2225 stanovnika te spada među skupinu manjih općina u Karlovačkoj županiji koju prati depopulacija. Regionalno se nalazi na južnoj granici regije Kordun gdje se naslanja na Liku. Sastoji se od 26 naselja od kojih su neka gušće, a neka dosta rijetko naseljena. Upravo ta blizina Nacionalnom parku čini ju turistički najvažnijim dijelom karlovačke županije i omogućava povezivanje gospodarskog i društvenog života Plitvičkih jezera i Rakovice (Službena stranica Općine Rakovica).

3.1.2.1 Gospodarstvo

Indeksom razvijenosti od 68,54 % Općina Rakovica iznad je prosjeka indeksa razvijenosti Karlovačke županije. Većina poslovnih subjekata bavi se primarnim djelatnostima (poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo) te tercijarnim djelatnostima (građevinarstvo). Turizam, kao pokretač razvoja gospodarstva svrstava Rakovicu na mjesto odmah nakon Zagreba po broju noćenja turista na kontinentalnom dijelu Hrvatske. Takva činjenica nije iznenađujuća jer najveći broj poduzeća za glavnu djelatnost ima usluge smještaja i hrane. Brojne atrakcije, aktivnosti, velik broj ugostiteljskih objekata s odličnom gastronomskom ponudom, te kvalitetni smještajni objekti s tri ili više zvjezdica, razlog su što je Rakovica općina s najvećim brojem dolazaka i noćenja turista u Karlovačkoj županiji. Nacionalni park uvelike utječe na njezin razvoj, a enorman broj turista koji se povećava iz godine u godinu, natjerao je lokalno stanovništvo na gradnju smještajnih kapaciteta od kojih danas mnogo njih i živi. Unazad desetak godina, NP Plitvička jezera bila su jedina destinacija na ovom području koji je privlačio turiste na dolazak, no u posljednjih nekoliko godina došlo je do promjena. Ekoturizam na ovom području nije još dosegao svoj vrhunac te ima mjesta za razvoj. Postoji 5 OPG-a koji se isključivo bave poljoprivredom, a 2 OPG-a su ekološki proizvođači ljekovitog bilja i ono što je vrlo bitno za razvoj ekoturizma, posjeduju eko certifikate. Prekrasan krajolik, očuvani okoliš sa bogatim šumama, polja sa nasadima lavande, žitarica i ostalih ratarskih kultura, farme muznih krava, ovaca i koza predstavljaju posebnost ovoga kraja i savršen preduvjet za razvoj upravo ekoturizma u smislu raznovrsne eko-ponude. Time se posjetiooci upoznaju sa svakodnevnim životom lokalnog stanovništva, dobivaju poseban doživljaj, a uz tradicionalnu gastronomsku ponudu i mogućnost noćenja, stvara se "priča" (Službena stranica Općine Rakovica).

3.1.2.1.1 Smještajna i gastro ponuda

Kako je prethodno spomenuto, gradnja smještajnih jedinica je u trendu. Na području Rakovice raznovrsna je ponuda smještaja. U samim počecima razvoja turizma, glavnu ulogu imale su privatne sobe u obiteljskim domaćinstvima, koje su i danas prisutne u gotovo svakoj kući i imaju veliku ulogu. Takav oblik smještaja i dalje je najbrojniji, ljubaznost domaćina glavni je adut, ali potrebno ga je unaprijediti te obogatiti uslugama. Daljnjim napretkom, došlo je do razvoja smještajnih objekata. Danas postoji 6 kampova koji se nalaze na primamljivim lokacijama. Hotelsku ponudu čini nekoliko hotela, a smatra se da je potreban još veći broj kao protuteža obiteljskom smještaju da bi se dobilo na kvaliteti i primamilo turiste veće platežne moći. Posjetitelji imaju priliku birati kakav tip im više odgovara, ovisno o kvaliteti, ugođaju, ali i cijeni. Cijena dvokrevetne sobe sa doručkom u jednom od hotela može iznositi 960 HRK/128 €, dok se privatni smještaj u obiteljskoj kući može naći i po cijeni od 400 HRK/53,3 €, što daje gostu širok izbor smještaja (Stranica agencije Booking.com).

Gastronomska ponuda iznimno je bogata, a to potvrđuju brojni ugostiteljski objekti neupitne kvalitete. Mnogi od njih koriste sirovine iz vlastite proizvodnje ili lokalnih OPG-ova te time doprinose kvaliteti hrane i zadovoljstvu turista jer većina njih želi probati ono domaće, tradicionalno, što nemaju priliku isprobati svakodnevno u svojoj zemlji. Kohezijom kvalitetnog smještaja i bogate gastronomske ponude podiže se asortiman koji ovo područje nudi na jednu višu razinu.



Slika 8. Tipovi smještaja (Izvor: <https://www.booking.com/>, Pristupljeno 6.9.2022.)

3.1.2.2 Atrakcije

- Baraćeve špilje

Značajni krajobraz Baraćeve špilje druga su atrakcija po posjećenosti, a otvorene su za posjećivanje 1892. godine. Njima upravlja Javna ustanova Baraćeve špilje, isto kao i ekološkom mrežom Natura 2000 koja se nalazi unutar granica Općine Rakovica. Od 150 špilja koje su otkrivene, za javnost su otvorene samo Baraćeve, koje su nastajale milijunima godina. Na njihovom području razvijeni su razni reljefni tipovi i oblici gdje prevladava krški reljef. Brojni stalaktiti, stalagmiti te visoki stupovi stalagnati, stanište špiljskog medvjeda te Zmajevu ždrijelo ono je što čini ovu špilju posebnom. Zanimljivo je što je temperatura u špilji uvijek oko 9 stupnjeva cijele godine pa je za obilazak potrebna prikladna obuća i odjeća. Vanjski dio Baraćevih špilja također je prekrasan, služi posjetiteljima kao mjesto za odmor i rekreaciju gdje vlada potpuni mir. Posjeti su organizirani u pratnji vodiča, a grupe se formiraju svakih 10 do 45 minuta, ovisno o broju posjetitelja (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Rastoke

Mjesto Rastoke u gradu Slunju, koje mnogi nazivaju malim Plitvicama, jedno su od atraktivnijih mjesta u Hrvatskoj. Malena rijeka Slunjčica preko sedrenih stijena ulijeva se u rijeku Koranu te stvara brojna jezerca, brzake i slapove od kojih su najpoznatiji Buk, Hrvoje i Vilina kosa. Od Plitvičkih jezera udaljene su svega 30-ak kilometara, a oboje ih krasi identičan

geološki sastav slapova. U samoj unutrašnjosti nalaze se kuće lokalnih stanovnika koji nude smještaj za turiste, restorani i šetnice. Također pažnju turista privlače mlinice koje su ljudi stoljećima gradili te pomoću njih snabdijevali se hranom. Početkom 2022. godine napravljena je nova šetnica kako bi posjetitelji mogli bolje vidjeti te doživjeti čitavo mjesto (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Stari grad Drežnik

Stari grad Drežnik je veličanstvena obrambena utvrda iz 12. stoljeća, kao objekt za obranu od prodora Turaka. 900 godina nakon, njegova struktura je i dalje očuvana te pruža turistima poseban doživljaj. Jedan je od rijetkih povijesnih atrakcija u kraju koji je sačuvan pa je stoga zaštićen i obnovljen. Unutrašnjost utvrde moguće je posjetiti u određenim satima tijekom dana, a isto tako uz nju prolaze biciklističke staze, pješačke i jahaće rute (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Ranch Dolina Jelena

Ranch Dolina Jelena jedinstveni je zoološki vrt na otvorenom. Prostire se na 15 hektara zemlje na kojoj živi više od 100 jedinki divljači, među kojom razlikujemo obične jelene, jelene lopatare, crnu slavonsku svinju te nekoliko konja. Posjet ranču traje oko sat vremena, a uključuje razgledavanje, hranjenje, slikanje sa jelenima uz pratnju vodiča koji usput daju zanimljive informacije. Na kraju obilaska, posjetitelje čeka okrijepa domaćim delicijama, prirodnim sokovima i žesticama sa lokalnih gospodarstava (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Aquatika

Aquatika koja se nalazi u Karlovcu, 80-ak kilometara udaljenog od Rakovice, jedini je slatkovodni akvarij u ovom dijelu Europe. Pruža edukativni, ekološki. Turistički pa i znanstveni sadržaj. Sastoji se od 25 akvarijskih bazena gdje pliva više od 100 vrsta slatkovodnih riba, od kojih je 40-ak endemskih vrsta. Akvarijski postav napravljen je tako da prati tok tipične krške rijeke sa svim njenim svojstvima, a bazeni oponašaju močvare, špiljske sustave, podzemna staništa, fenomen stvaranja sedrenih slapova te biljni i životinjski svijet u gornjim i donjim tokovima krških rijeka. Zahvaljujući takvoj strukturi akvarija, posjetitelji imaju poseban doživljaj (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Memorijalni centar Nikola Tesla

U mjestu Smiljan, nalazi se ovaj memorijalni centar. Nikola Tesla, prozvani "otac suvremene tehnologije" upravo je tu napravio svoje prve korake pa je u sklopu 150. obljetnice njegova rođenja otvoren memorijalni centar. Na više od 13 tisuća kvadrata isprepliću se povijest, znanost, umjetnost i turizam. Životni put Tesle prikazan je slikom, riječju te zvukom, uz replike njegovih izuma koji su promijenili čitavo čovječanstvo. Interes za posjetu je velik pa se potrebno prethodno najaviti (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Pećinski park Grabovača

Grabovača je jedini pećinski park u Europi sa špiljom dugačkom 345 metara. Dio je značajnog krajobraza Risovac-Grabovača u kojem je poznato 24 speleoloških objekata. Najvažnije obilježje parka su speleološki objekti čije istraživanje traje gotovo 180 godina. Jedna od posebnosti su Velebitske breče koje su po nekim svojim karakteristikama jedinstvena pojava u svijetu. Jedina turistička špilja je špilja Samograd, a ulaz u nju dopušten je samo u pratnji vodiča (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

Tablica 1. Cijene i radno vrijeme atrakcija

Naziv atrakcije	Cijena	Radno vrijeme
Baraćeve špilje	Odrasli: 85 HRK/11,28 € Djeca: 45 HRK/5,97 €	3.-11. mjesec
Rastoke	Odrasli: 30 HRK/4 € Djeca: Besplatno	Cijele godine
Mem. centar Nikola Tesla	Odrasli: 50 HRK/6,64 € Djeca: 30 HRK/3,98 €	Cijele godine
Ranch Dolina Jelena	Odrasli: 100 HRK/13,3 € Djeca: Besplatno	Cijele godine
Aquatika	Odrasli: 60 HRK/7,96 € Djeca: 35 HRK/4,65 €	Cijele godine
Stari grad Drežnik	/	6.-10. mjesec
Pećinski park Grabovača	Odrasli: 55 HRK/7,3 € Djeca: Besplatno	3.-11. mjesec

Izvor: Službene stranice navedenih atrakcija



Slika 9. Atrakcije u ponudi, (Izvor: Samostalno izradio autor)

3.1.2.3 Aktivnosti

- Adrenalinski park i zipline

Kao što i samo ime govori, ovaj park prepun je adrenalinskih izazova kojima se testira hrabrost i istražuju vlastite granice, prilagođenih svim uzrastima. Od divovske ljučjačke, streličarstva, roping poligona, gađanja meta tomahawk sjekirom te zračnom puškom, paintaballa, airsoft duela, zipline-a do najnovije atrakcije, karting staze. Sve su to igre koje zabavljaju i zaigravaju svakog turista (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Terensko jahanje

Na području Plitvičkih dolina nekoliko je rančeva za terensko jahanje. Jašući na leđima konja po prekrasnim brdašcima, šumicama, otvorenim livadama i puteljcima Plitvičkih dolina kroz netaknutu prirodu, posjetitelji dožive ovaj kraj na jedan drugačiji način. Spoj prirode, čistog zraka i plemenitih životinja daje poseban osjećaj slobode pa ovakva ponuda ima velik broj zaljubljenika. Jahanje je moguće za početnike, iskusnije jahače, a također i za one najmlađe uz pratnju vodiča. Može se odabrati škola jahanja, terensko jahanje, jednodnevni ili čak višednevni izleti na konju.

- Kajaking

Kajaking na rijekama Korani i Mrežnici kroz divne tokove, vodopade, slapove i bujnu vegetaciju daje posebnu vrstu adrenalina. Na pojedinim mjestima moguće je kupanje, skakanje, odmaranje, piknik i slično. Za sudjelovanje nije potrebno veslačko iskustvo, a dozvoljeno je i za djecu od 6 godina. Osigurana je kompletna oprema za izletnike.

- Biciklističke vožnje

Gotovo cijelim krajolikom Plitvičkih dolina protežu se uređene biciklističke staze. Vozeći se biciklom, prolazi se kroz guste mirisne šume, pitoreskne brežuljke, sela očuvane ljepote, jedinstvene vidikovce. Može se birati između lakših i težih ruta ovisno o želji, a ukupno ih je sedam potpuno uređenih. Također postoje agencije koje nude vožnje uz pratnju njihovog vodiča pa tako na lakši način bez razmišljanja o navigaciji, turisti dožive čitav kraj (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Vožnja quadova

Ova vrsta motornih vozila posebno je popularna u posljednje vrijeme. Mnogi turisti imaju želju upravo quadovima prolaziti kroz nepristupačne šumske staze i raznorazne puteve. Za sudjelovanje u aktivnosti ovoga tipa također nije potrebno prethodno iskustvo niti oprema, ali potreba je vozačka dozvola B kategorije. U ponudi imaju vožnje na sat, dva ili više vremena, sa maksimalno četiri vozila i osam osoba.

- Trčanje i planinarenje

Za ljubitelje sporta i aktivnog odmora za vrijeme posjeta, u ponudi su brojne staze kroz prirodu, a neke od njih su staza Rakovičke bune, staza Rute vode te staza Lipove doline. Stazom Rakovačke bune dođe se do Zvjerinjaka, gdje se nalazi odmorište i vidikovac sa kojeg se pruža pogled na Rakovicu i njenu okolicu. Poučna staza Rute vode vodi povrh rijeke Korane, između Starog grada Drežnika i Kampa Korana. Na ruti se nalazi i vidikovac sa kojeg je moguće vidjeti Koranu. Staza Lipove doline duga je 1,3 km i vodi od Plitvice Art Farme do Ranča Terra (Službena stranica TZP Plitvičke doline).

- Kupanje

U vrijeme ljetnih mjeseci i velikih vrućina, za one kojima je potrebno osvježenje, rijeke Korana i Mrežnica pružaju mogućnost kupanja u potpunoj prirodi i tišini, nadomak Plitvičkih jezera. U mnoštvu hotela i apartmana, velik broj njih ima i vlastite bazene pa se turisti isto tako imaju priliku osvježiti, no uvijek je prvi izbor svakog turista kupanje u prirodnom ambijentu naših rijeka.

- Lov

Područje općine Rakovica bogato je lovnom divljači kao što su divlje svinje, srne, zečevi, lisice i vukovi te pernata divljač – patke, prepelice i golubovi. Aktivna su dva lovačka društva, “Medvjed“ i “Golub“. Oba društva posjeduju svoj vlastiti lovački dom i brinu se o lovištu, a isto tako organiziraju lovni turizam na području općine, no takav oblik turizma još uvijek nije u potpunosti razvijen. Hrvatska općenito predstavlja idealnu meku za ljubitelje lovnog turizma, a to je prilika za produljenje turističke sezone na cijelu godinu. Lovni turizam nije samo vezan za pustolovinu i adrenalin već je u svezi sa ekoturizmom i ruralnim turizmom, što treba iskoristiti (Službena stranica TZP Plitvičke doline).



Slika 10. Aktivnosti u ponudi (Izvor: Samostalno izradio autor)

Tablica 2. Cijene i radno vrijeme aktivnosti

Naziv aktivnosti	Cijena	Radno vrijeme
Adrenalinski park i zipline	50 HRK/6,7 € do 200 HRK/26,7 €	Cijele godine
Terensko jahanje	150 HRK/20 € - 1h	3.-12. mjesec
Kajaking	Odrasli: 300 HRK/39,82 € Djeca: 200 HRK/26,54 €	4.-10. mjesec
Biciklističke vožnje	/	Cijele godine
Vožnja quadova	350 HRK/46,7 € - 1h	Cijele godine
Trčanje i planinarenje	/	Cijele godine
Kupanje	/	6.-9. mjesec
Lov	Na upit	Na upit

Izvor: Obrada autora prema službenim stranicama atrakcija

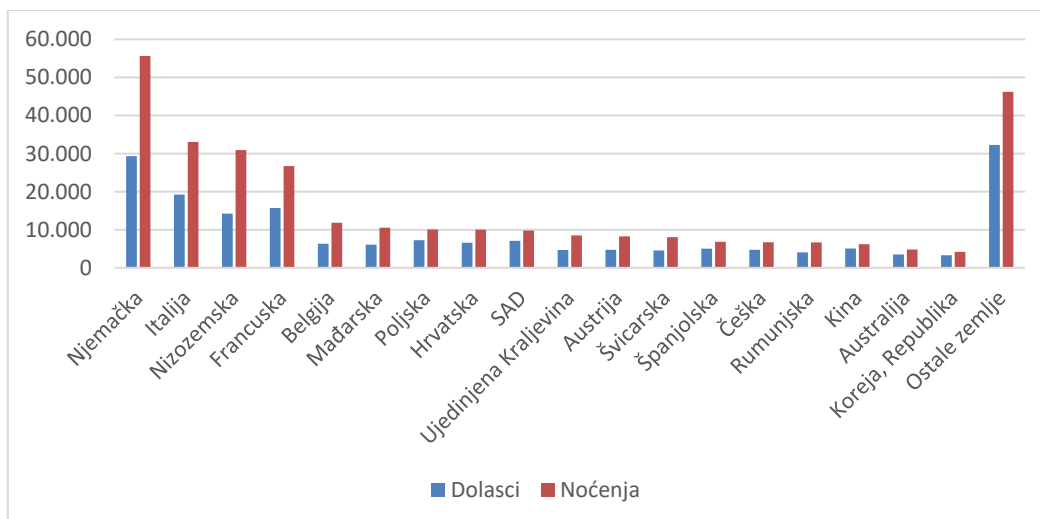
3.1.2.4 Analitika turističkog prometa Općine Rakovica

Tablica 3. Broj noćenja, dolazaka i turista na području Općine Rakovica za period od 2019.-2021. godine

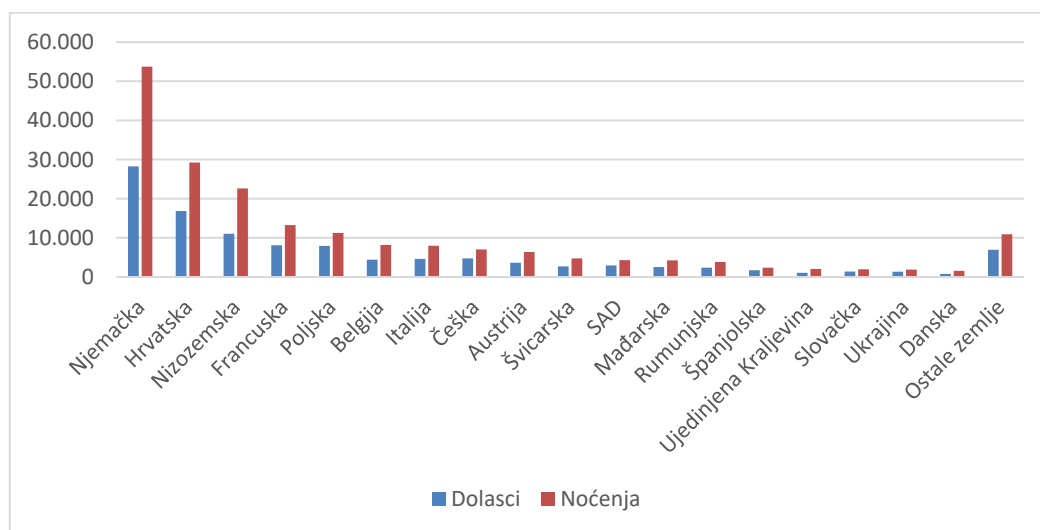
Godina	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj turista
2019.	305.017	183.900	183.979
2020.	76.473	44.513	44.647
2021.	197.512	113.386	113.576

Izvor: Obrada autora prema Statističkim izvješćima Turističke zajednice područja Plitvičke doline za razdoblje od 2019. do 2021. godine, dostupna na www.plitvickedoline.hr

Prema statističkim izvješćima Turističke zajednice područja Plitvičke doline u Tablici broj 3, vidljivo je kako je 2019. godina bila rekordna kako u cijeloj Hrvatskoj, tako i u općini Rakovica. Sa ostvarenih 305,017 noćenja i 183,979 dolazaka, uvjerljivo je bolja od sljedeće 2020. godine u kojoj je čitav svijet pogodila pandemijska kriza, a to se osjetilo u velikoj mjeri u turizmu. Ograničenje kretanja, zatvaranje granica, strah od virusa i druge posljedice, uzrokovale su velik pad turističkih dolazaka. 2020. godine, ostvareno je 44,513 dolazaka i 76,473 noćenja što je u usporedbi sa prethodnom godinom postotak od 24,21% u dolascima i 25,07% u noćenjima. 2021. godine u prva tri mjeseca ostvareno je 173% više noćenja nego prethodne godine (dok nije bilo virusa covid-19), a također 58 % više naprema 2019. godini. Takav podatak ohrabruje jer toliko noćenja u zimskim mjesecima prije korona krize nije se ostvarivao. Veliku ulogu tome pridaje se domaćim gostima koje je kriza “natjerala“ na istraživanje vlastite zemlje.

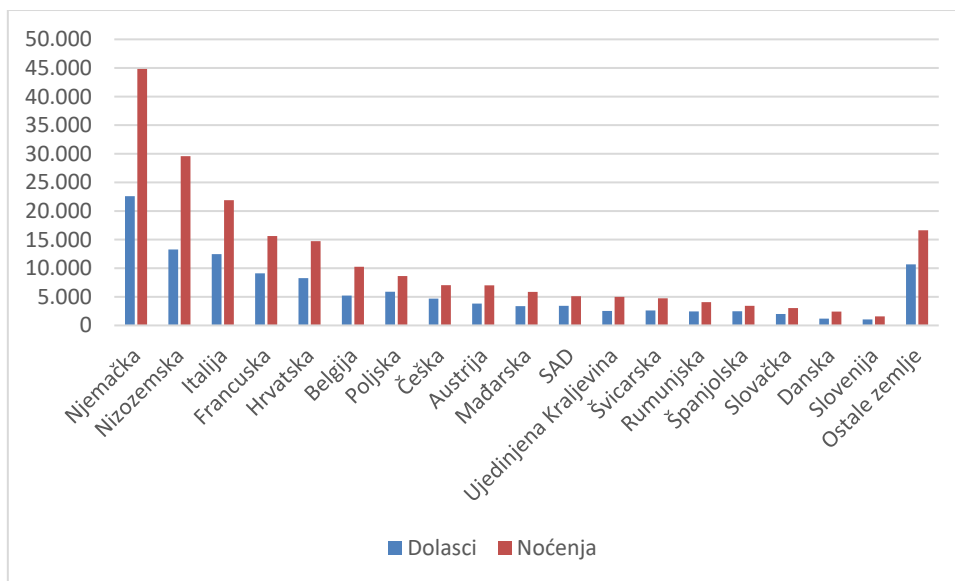


Grafikon 1. Broj noćenja i dolazaka u 2019. godini prema zemlji prebivališta



Grafikon 2. Broj noćenja i dolazaka u 2021. godini prema zemlji prebivališta

Usporedbom podataka broja noćenja i dolazaka iz 2019. i 2021. godine prema zemlji prebivališta, vidljive su razlike u ostvarenom broju dolazaka kako je prethodno navedeno. Ono što je potrebno naglasiti je broj dolazaka gostiju iz Hrvatske, što vidimo u Grafikonima 1 i 2. U 2019. godini broj dolazaka bio je 6,569, a noćenja 10,011, dok je u 2021. godini broj dolazaka 16,860, a noćenja 29,249. Naime, kao i što je rečeno, korona kriza navela je domaće stanovništvo na putovanje kroz vlastitu državu u svim godišnjim dobima pa je ovakav rezultat zaista impresivan. Najveći udio dolazaka i noćenja u ovim godinama uvjerljivo su imali posjetitelji iz Njemačke, a zatim slijede iz Nizozemske, Francuske, Italije, Belgije, Poljske te 2021. iz Hrvatske.



Grafikon 3. Broj noćenja i dolazaka u tekućoj 2022. godini prema zemlji prebivališta

U dosadašnjem dijelu turističke sezone 2022. godine prema Grafikonu 3, najveći udio dolazaka i noćenja pripada Nijemcima, Nizozemcima, Talijanima, Francuzima te Hrvatima. Do sada, ostvareno je 85 % prometa iz rekordne 2019. godine za isto razdoblje što je izvanredna brojka. Nakon dugotrajne korona krize, veliki je ovo uspjeh čitave zajednice te veseli činjenica da je interes domaćeg tržišta napokon stabilan i u porastu za ovu destinaciju. Ukupan broj dolazaka gostiju iznosi 117,107, a noćenja 211,502.

Tablica 4. Statistika vrsta objekata na području Općine Rakovica

Objekt Vrsta objekta	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta	Broj obveznika
Hoteli	268	0	5
Kampovi	2.353	0	5
Nekomercijalni smještaj	48	0	6
Objekti u domaćinstvu	1.673	186	260
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	382	40	16
Ukupno	4.724	226	287

Izvor: Turistička zajednica područja Plitvičke doline, www.plitvickedoline.hr

Prema Tablici 4. ukupno je 287 obveznika na području Općine Rakovica, od kojih najveći broj pripada objektima u domaćinstvu (260), zatim ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (16), a ostatak hotelima, kampovima te nekomercijalnom smještaju. Najveći broj kreveta

posjeduju kampovi sa njih 2,353, a sljedeći po redu su objekti u domaćinstvu sa 1,673 kreveta. Hoteli imaju 268, nekomercijalni smještaj 48, a ostali ugostiteljski objekti za smještaj 382 kreveta. Sveukupno su u ponudi 4,724 kreveta.

Tablica 5. Ostvarena noćenja prema vrsti objekata u tekućoj 2022. godini

Objekt Vrsta objekta	Broj noćenja	Broj dolazaka	Broj turista
Hoteli	26.586	15.830	15.907
Kampovi	91.779	48.468	48.495
Objekti u domaćinstvu	75.942	43.126	43.301
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	17.215	9.683	9.724
Ukupno	211.522	117.107	117.427

Izvor: Turistička zajednica područja Plitvičke doline, www.plitvickedoline.hr

U tekućoj 2022. godini prema Tablici 5, najviše noćenja ostvareno je u kampovima (91,779) i objektima u domaćinstvu (75,942), a najmanje u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (17,215). Broj dolazaka najveći je također u kampovima (48,468) i objektima u domaćinstvu (43,126), dok je najmanje u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (9,638). Da se zaključiti kako kampovi imaju velik potencijal u budućem razvoju turizma po dosadašnjim rezultatima.

3.2 Metoda rada

Metodologija kao znanost ili disciplina, bavi se ispitivanjem znanstvenih postupaka uz korištenje tehničkih sredstava i instrumenata radi obrade logičkih podataka i određivanja optimalnih uvjeta pod kojima treba provesti istraživanje. Postoji mnogo metoda i postupaka za prikupljanje podataka pa je istraživač dužan odabrati koja je metoda najidealnija kako bi došao do određenih podataka koji su od njegovog interesa. Preporuča se korištenje kombinacije kvalitativnih i kvantitativnih podataka u provedbi istraživanja jer na taj način istraživač postaje neutralan i istraživanje vjerodostojno. Metodom anketiranja uz pomoć izrađenih pitanja, skupljaju se podaci o stavovima i mišljenjima ispitanika. Upitnik mora biti jasan, pregledan te ne predug. Završnom analizom i obradom skupljenih podataka dobivaju se rezultati koji mogu biti prikazani na razne načine (tablice, grafikoni, prikazi itd.) (Zelenika, 2000).

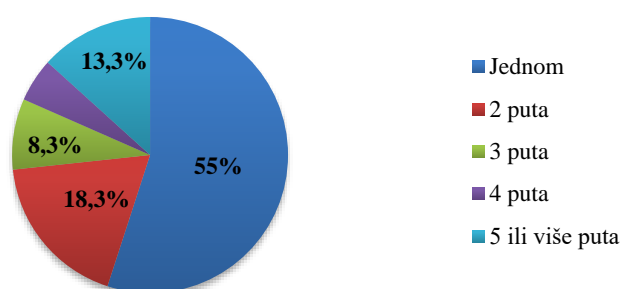
Anketnim upitnikom, koji se provodio preko Google Forms programa, skupljeni su podaci za potrebe ovog istraživanja. Ispitano je 60 osoba različite dobne i spolne skupine iz brojnih zemalja svijeta, u vremenskom razdoblju od sedmog do devetog mjeseca 2022.godine. Ispitanici su bili posjetitelji NP Plitvička jezera i destinacije Plitvičkih dolina. Upitnik je dijeljen velikim dijelom na lokaciji Ranch Terra gdje su ispitanici koristili uslugu jahanja, također na drugim lokacijama kao što su Ranch Dolina Jelena, quad vožnje, pojedini hoteli, obiteljske kuće, agencije i slično, dok je određeni broj upitnika turistima bio dostavljen preko e-maila.

Upitnik je napisan na engleskom jeziku smatrajući da ga većina ljudi dobro poznaje. U uvodnom dijelu ankete objašnjena je svrha i cilj upitnika, kao analiza ponude i potražnje rekreacijskih aktivnosti na području NP Plitvička jezera te da su odgovori anonimni i da će se koristiti isključivo u znanstvene svrhe. Pitanja su sastavljena u dva dijela, prvi dio odnosi se na NP Plitvička jezera te ponudu i potražnju u okolici, dok se u drugom dijelu nalaze pitanja o sociodemografskim karakteristikama ispitanika. U sljedećem poglavlju biti će prikazani rezultati iz anketnog upitnika u obliku grafova, tablica i drugih oblika analize sa komentarima.. Potpuni anketni upitnik sa pitanjima nalazi se u Prilogu 1.

4 REZULTATI

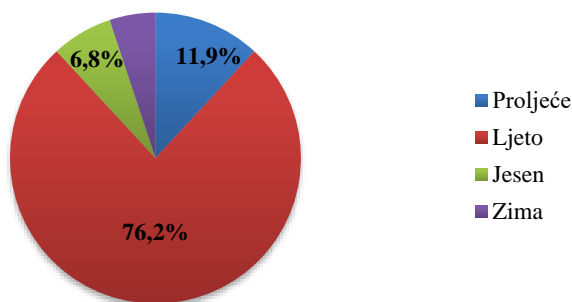
4.1 Analiza destinacije

Prema Grafikonu 4, 55 % ispitanika posjetilo je Nacionalni park prvi puta, dok je drugi put posjetilo 18,3 %. Po tome vidimo kako je najveći broj dolazaka novih turista, odnosno onih koji su na ovoj lokaciji prvi put. Sljedeća grupa ispitanika je ona koja je posjetila pet ili više puta i čini 13,3 %, a to su najvećim dijelom bili domaći turisti. Najmanje postotke čine turisti sa tri ili četiri dolaska u Park.



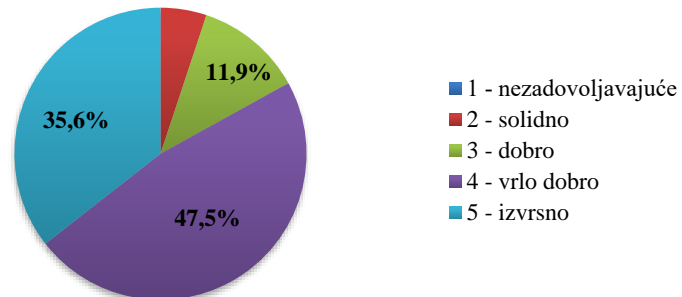
Grafikon 4. Broj posjeta Parku

Postotak od 76,2 % je ispitanika koji kažu kako posjećuju Nacionalni park većinom ljeti, govori o izrazitoj sezonalnosti. Tek 11,9 % ispitanika posjećuje tijekom proljeća, dok u jesen i zimi iznimno malo (Grafikon 5). Ovaj podatak nije iznenađujući, no daje na znanje koliko je razlika u dolascima tijekom godišnjih doba velika. Prema tome, treba poraditi na ponudi i kvaliteti sadržaja izvan sezone, kako bi se turizam tijekom ljeta rasporedio i na ostala godišnja doba, barem u nekoj mjeri (Grafikon 5).



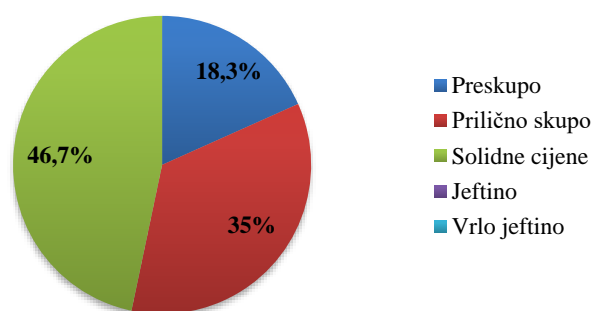
Grafikon 5. Posjeti prema godišnjem dobu

Kvalitetu prirodnih resursa u Parku prema Grafikonu 6, 47,5 % ispitanika ocijenilo je sa ocjenom vrlo dobro, a 35,6 % izvrsno, dok nijedan ispitanik nije bio potpuno nezadovoljan. Upravo prirodne ljepote (jezera, šume, biljke, životinje i sl.) , ono su što je 88,3 % ispitanika najzanimljivije u području Nacionalnog parka, a zadovoljavajuća je činjenica da ih velik broj smatra kvalitetnima.



Grafikon 6. Ocjena kvalitete prirodnih resursa u Parku

Cijena jednodnevnih ulaznica tijekom sezone (1.6.-30.9.) iznosi 300 HRK/39,82 € po osobi (odrasli) za vrijeme do 15h , a nakon 15h cijena je 200 HRK/26,54 €. Za studente, grupe, djecu i osobe sa posebnim potrebama postoje određeni popusti, a postoji i mogućnost kupnje dvodnevnih ulaznica. Kroz upitnik ispitani su stavovi posjetitelja obzirom na ovaj segment. Prema Grafikonu 7, najveći dio ispitanika (46,7 %) cijenu ulaznice za Nacionalni park smatra prihvatljivom, dok je ostatku bila prilično skupa (35 %) i preskupa (18,3 %). U Hrvatskoj široj javnosti, mišljenje je da su ulaznice preskupe, pogotovo za veće obitelji gdje bi za jedan takav izlet samo na ulaznice trebali potrošiti veću svotu novca. Prema ovim rezultatima, vidi se da ima različitih stajališta po tom pitanju jer među ispitanicima, skoro ih se pola izjasnilo da je cijena prihvatljiva.

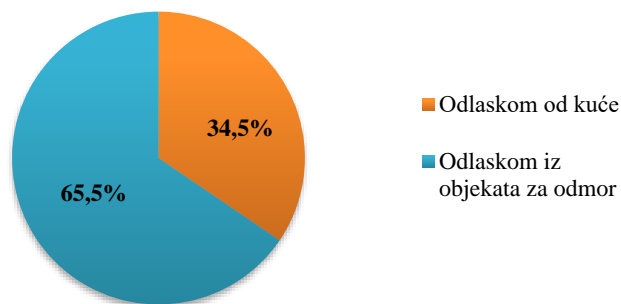


Grafikon 7. Stav o cijeni ulaznice za Nacionalni park

Na pitanje jesu li kupili ulaznicu *online*, 81,4 % odgovorilo je potvrdno, dok je ostatak ispitanika kao razlog ne kupovanja *online* putem naveo nekoliko razloga kao što su neznanje

za taj oblik kupovine, preferiranje plaćanja gotovinom, vrijeme, te kako je puno lakše i jednostavnije kupiti ulaznicu na samom ulazu parka.

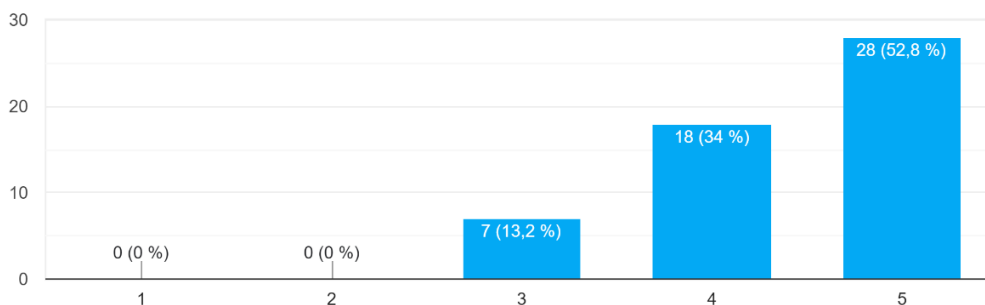
U razgovoru sa ispitanicima, velik broj njih iskazao je da su najprije obilazili hrvatsku jadransku obalu te su se nakon toga zaputili prema kontinentalnom dijelu nakon čega putuju u svoju matičnu državu. To vidimo i u Grafikonu 8 prema kojemu je njih 65,5 % posjetilo Nacionalni park nakon odlaska iz objekata za odmor, dok je ostatak najprije zastao posjetiti park.



Grafikon 8. Način posjeta Parku

Od ispitanika koji su koristili smještaj u blizini Nacionalnog parka, 48,8 % ih je koristilo privatne sobe u obiteljskim domaćinstvima, 19,5 % smještaj u hotelu, a manji dio u apartmanima, kamperima, bungalovima i dr. Dakle, privatni smještaj i dalje je najpopularniji i najmasovniji oblik smještaja među turistima.

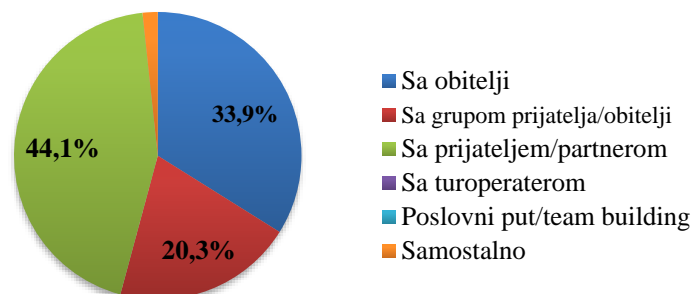
Prema Grafikonu 9, ocjenama od jedan do pet iskazivalo zadovoljstvo smještajem. Preko 80 % dalo je ocjenu četiri i pet, dok nije bilo niti jedne ocjene jedan ili dva. Ovakav rezultat potvrda je velikog ulaganja, truda i razvoja smještajnih kapaciteta na cijelom području, ali veliku zaslugu tome treba pripisati i ljubaznošću domaćina.



Grafikon 9. Prikaz zadovoljstva smještajem ocjenama od 1 do 5

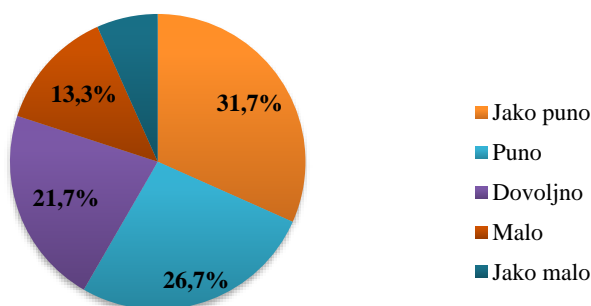
Prema Grafikonu 10, najveći broj (44,1 %) ispitanika posjetilo je Park sa svojim prijateljem/icom ili partnerom/icom, dok je također velik broj njih posjetilo sa obitelji, a zatim nešto manje sa skupinom prijatelja ili obitelji. Tek 1,7 % ih je putovalo samostalno, dok nitko

nije putovao s turističkim operaterom/agencijom, što govori da ljudi ponajviše vole planirati svoje putovanje po svom ukusu i odlučivati samostalno, ali potiče svijest da je možda potrebno intenzivnije surađivati sa turističkim agencijama. Također, 88,3 % ispitanika putovalo je automobilom, dok je motociklom, kamperom ili autobusom putovalo u vrlo malom postotku.



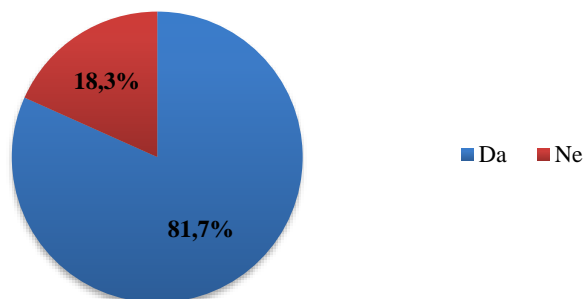
Grafikon 10. Oblik posjeta Parku (sudionici)

U Grafikonu 11 vidimo koliko je utjecao ekoturizam/okoliš na posjet ispitanika. Na najveći broj njih od 31,7 % utjecao je jako puno, zatim puno i dovoljno, dok se ostatak odgovora vidi u prikazu. Ovakav rezultat daje nadu u razvoj ekoturizma na ovom području te porast svijesti ljudi o okolišu i njegovom očuvanju.



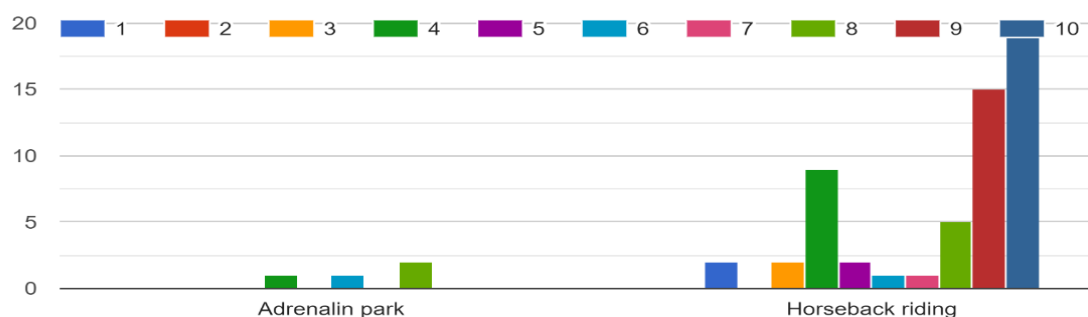
Grafikon 11. Utjecaj ekoturizma/okoliša na posjet

Kao što je već prethodno spomenuto, vrlo je bitno očuvati domaće prehrambene proizvode lokalnog stanovništva jer to je ono što privlači turiste i daje "priču". Prema Grafikonu 12, 81,7 % ispitanika je odgovorilo da bi htjeli kupiti domaće proizvode unutar Parka, dok ih je 60 % posjetilo pojedine OPG-ove s domaćim proizvodima, od kojih je 97,4 % bilo zadovoljno sa uslugom i kvalitetom proizvoda. Od onih koji nisu posjetili, neki od razloga tome bili su nedovoljno vremena, nesigurnost u cijenu i kvalitetu, izbjegavanje kupovine sa djecom, a neki jednostavno nisu pronašli takva mjesta.



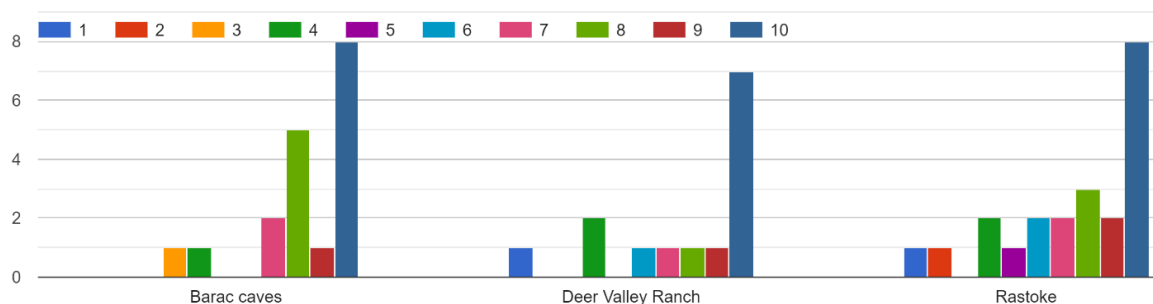
Grafikon 12. Želja za kupnjom prehrambenih proizvoda sa lokalnih OPG-a u NP

U Grafikonu 13, prikazano je zadovoljstvo posjetitelja uslugom adrenalina parka i jahanja konja. Ispitanici su davali ocjene od jedan do deset (10 najveća), ovisno o svom zadovoljstvu. Vidljivo je kako je velik broj njih koristio uslugu jahanja pa se može analizirati. Ocjenu deset dalo je 34 % ispitanika, ocjenu devet 27 %, ocjenu osam 9 %, a također se ističe ocjena broj četiri koju je dalo 16 % ispitanika. Dakle, 70 % korisnika usluge jahanja imalo je vrlo veliko zadovoljstvo, dok je manji broj onih koji nisu bili zadovoljni iz nekog razloga, što govori o visokoj kvaliteti ponude.



Grafikon 13. Prikaz posjeta aktivnostima (jahanje i adrenalinski park) sa ocjenama zadovoljstva od 1 do 10

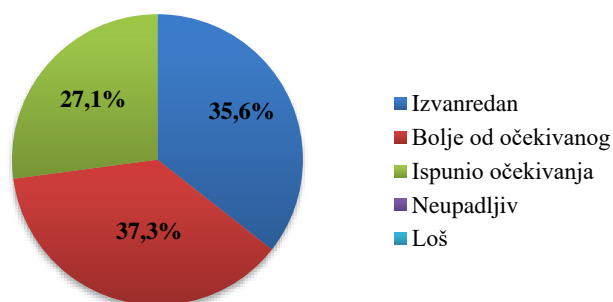
Prema rezultatima iz Grafikona 14, Rastoke su najposjećenija atrakcija pa je 36 % ispitanika dalo je ocjenu zadovoljstva deset, ocjenu osam 14 % dok ostale ocjene imaju podjednak postotak. Druge dvije najposjećenije atrakcije među ispitanicima, Baraćeve špilje i Ranch Dolina Jelena također su prikazane pa se mogu vidjeti rezultati u navedenom Grafikonu. Ocjena 10 najzastupljenija je među svim trima atrakcijama što može biti pohvala i zalag za daljnji napredak.



Grafikon 14. Prikaz posjeta drugim atrakcijama sa ocjenama zadovoljstva od 1 do 10

Na pitanje kako su došli do informacija o rekreacijskim centrima i atrakcijama koje su posjetili, 78,9 % ispitanika dalo je odgovor internet (internetske stranice, Instagram, Facebook), a 12,3 % ih je saznalo preko prijatelja. Ostatak ih je saznalo preko turističkog informacijskog centra ili turističkog vodiča, dok niti jedan ispitanik nije došao do informacija preko turističke agencije ili slično. Iako očekivano, ali ipak zanimljivo, internet oglašavanje i marketing postali su najvažnija spona između ponude i dolaska turista, jer očito je da bez toga u današnje vrijeme više nije moguće doći do povoljnog mjesta na tržištu.

Ono što je u cjelosti najvažnije je da turist na kraju svog boravka bude zadovoljan posjetom određenog mjesta. Upravo Grafikon 15 prikazuje sveukupno zadovoljstvo ispitanika posjetom plitvičke regije. Najveći postotak od 37,3 % ispitanika izjasnilo se ocjenom bolje od očekivanog, zatim 35,6 % izvanrednom te 27,1 % ispitanika posjet je ispunio očekivanja. Niti jedan ispitanik nije bio u nekoj mjeri nezadovoljan. Ovakav rezultat daje dobru sliku o turizmu na području istraživanja te treba biti svjestan kvalitete koju ono ima, a tako i uvjeta za još veći razvoj. Na dodatno pitanje bi li preporučili posjet nacionalnom parku ili plitvičkoj regiji, odgovor svih ispitanika bio je potvrđan, dakle 100 %, a to dovoljno govori o njihovom zadovoljstvu.



Grafikon 15. Ocjena cjelokupnog posjeta regije

63,8 % ispitanika tijekom svog boravka u Hrvatskoj posjetilo je i neke druge gradove ili zaštićena područja. Među njima, od zaštićenih područja, 22% ih je posjetilo NP Krku, 13 % NP Kornate te 9% NP Paklencu. Najposjećenija mjesta bili su redom Split, Zadar, Dubrovnik, Rijeka te Istarska županija.

4.2 Sociodemografske karakteristike

U istraživanju sudjelovalo je 69,5 % ženskih i 30,5 % muških ispitanika. U sljedećim tablicama i grafikonima, prikazane su određene karakteristike.

Tablica 6. Starost ispitanika

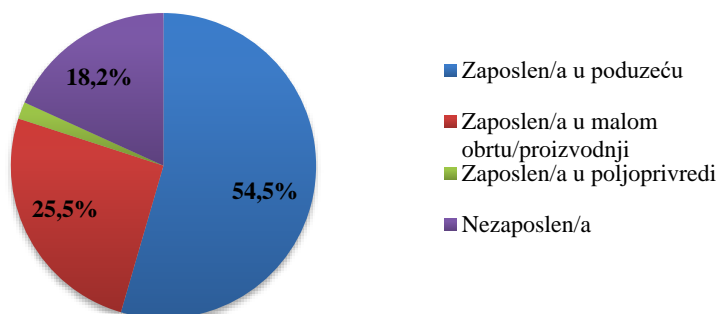
godina	do 24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50 i više
%	17,2	17,2	19,0	19,0	12,1	6,9	8,6

Tablica 7. Statistika prema zemlji prebivališta ispitanika

države	Hrvatska	Italija	Njemačka	Nizozemska	Ostatak EU	Azija	Amerika
%	28	20	12	10	20	6	4

Tablica 8. Stručna sprema ispitanika

Stručna sprema	NSS	VSS	FAKULTET	DRUGO
%	0	17,2	81	1,7



Grafikon 16. Status zaposlenosti ispitanika

Iz priloženih podataka, može se iščitati relativna ravnomjernost među ispitanicima što se tiče dobi do 45 godina, dok je od 45 godina i više nešto slabije zastupljeno. Najviše ispitanika bilo je iz Hrvatske (28 %), a zatim iz Italije i Njemačke. Ovaj podatak potvrđuje činjenice iz prethodnih poglavlja kako domaći turisti imaju sve veću ulogu. 81 % ispitanika kao stručnu sprema ima završen fakultet, 17,2 % ima visoku stručnu sprema te 1,7 % nešto drugo. Vezano za status zaposlenosti, 54,5 % ih je zaposleno u poduzeću, 25,5 % u malom obrtu ili proizvodnji, dok se ostatak bavi poljoprivredom ili je nezaposlen. Ono što je interesantno, 35,2 % ispitanika ima neto plaću veću od 2000 eura, a 22,2 % plaću od 1501-2000 eura. S druge strane, 11,1 % njih je nezaposleno ili ima plaću od 500-1000 eura. Iz navedenih podataka vidljivo je kako postoje velike razlike u platežnoj moći turista, ali jedni i drugi sudjeluju u turističkim kretanjima.

4.3 SWOT analiza razvoja turizma Općine Rakovica

U Strategiji razvoja izdvojene su snage i slabosti te prilike i prijetnje razvoja turizma Općine Rakovica. U nastavku u Tablici 7. prikazana je SWOT analiza koja je prilagođena prema autorovom mišljenju.

Tablica 9. SWOT analiza razvoja turizma Općine Rakovica

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Povoljan geografski položaj i dobra prometna povezanost • NP Plitvička jezera • Prirodni resursi • Očuvanost prirode i šuma • Bogata kulturna baština • Brojne atrakcije i aktivnosti za aktivan odmor • Poljoprivredna tradicija • Obiteljska poljoprivredna domaćinstva • Aktivnost turističke zajednice i suradnja sa lokalnim dionicima • Gostoljubivost i profesionalnost lokalnog stanovništva • Cjenovna pristupačnost 	<ul style="list-style-type: none"> • Neuređenost pojedinih mjesta • Nedovršena infrastruktura • Loša kvaliteta prometnica • Sezonalnost • Ograničenost turističke ponude • Nedostatak smještaja više kategorije • Manjak educiranosti stanovništva • Slaba zainteresiranost za ulaganje • Selidba mladih • Starenje stanovništva • Onečišćenje okoliša masovnim turizmom • Nedostatak večernjih organiziranih druženja • Nedostatak događanja van sezone • Nedostatak „priče“
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Razvoj ekoturizma • Jačanje suradnje sa NP Plitvička jezera • Rast broja dolazaka i noćenja • EU fondovi • Edukacije lokalnog stanovništva • Razvoj poljoprivrede i OPG-ova • Razvoj vansezonskog turizma • Prepoznatljivost destinacije • Ponuda obrazovnih programa/korištenje sustava cjeloživotnog obrazovanja • Poticaji • Nova radna mjesta • Povezivanje sa autocestom i željeznicom 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomska kriza • Nepovoljna investicijska klima u Hrvatskoj • Česte promjene zakona u vezi turizma • Ekološka degradacija okoliša • Zapostavljanje kontinentalnog turizma • Nedostatak stručnog kadra

Izvor: Prilagođeno prema Strategiji razvoja turizma Općine Rakovica od 2019. do 2024. godine, Općina Rakovica, Rakovica, 2019., dostupno na: www.rakovica.hr

5 RASPRAVA

Uvidom u rezultate anketnog upitnika koji su prikazani tablično i grafički, može se doći do određenih zaključaka te raspraviti o njima.

Najveći broj ispitanika posjetilo je Park prvi puta, dok ih je 76,2 % došlo ljeti. Ovakav podatak dokazuje izrazitu sezonalnost na ovom području. Stoga, potrebno je obogatiti ponudu kako bi se gosta zadržalo “noć više“, a posebice u drugim godišnjim dobima (jesen, zima) kako bi se privukla pozornost turista i u tom periodu. Usporedno sa time omogućila bi se dodatna zarada izvan sezone i stvorila nova radna mjesta za lokalno stanovništvo, od kojih velik broj radi sezonski (ljetni mjeseci) u Parku.

Postotak zadovoljstva ispitanika kvalitetom smještajnih jedinica prema rezultatima jako je velik, što je vrijedno priznanje. Trenutno je širok spektar smještaja koji se nudi pa tako turisti mogu birati od luksuznih kućica na drvetu i glamping šatora do skromnijih soba u lokalnim domaćinstvima, kojih ima najviše. Eventualno, moguće je povećati postotak smještaja visoke kategorije što je i spomenuto kao slabost u SWOT analizi, kako bi se privukli gosti viših platežnih moći. Sveukupno gledano, ne treba stavljati pretjeran naglasak na razvoj u smjeru gradnje novih smještajnih kapaciteta, kako ne bi došlo do dodatne pretrpanosti i zagušenja.

Velik broj ispitanika odgovorio je da je na njihov posjet Parku utjecao interes za ekoturizam/okoliš pa ta činjenica veseli i daje nadu u povećanje takvih tipova turista. U tom pogledu, potrebno je pojačati suradnju lokalnih OPG-ova i Nacionalnog parka kako bi se takvim turistima dao još veći izbor i mogućnost doživljaja lokalnog ambijenta.

Cijena ulaznica za Nacionalni park Plitvička jezera vrlo je često predmet brojnih nesuglasica među ljudima u Hrvatskoj. Dok neki govore kako je ulaznica preskupa, pogotovo za putovanje sa većom obitelji, nekima je ona prihvatljiva. Iz rezultata anketnog upitnika, skoro pola ispitanika izjasnilo se kako im je cijena prihvatljiva, ali više od pola ispitanika ima relativno visoke mjesečne prihode pa to može biti razlog takvog mišljenja. Poznato je da turistička kretanja ostvaruju i oni niže kupovne moći pa je teško pronaći pravi odgovor na ovu temu. Nacionalni park usprkos tome, ostvaruje ekstremno velike brojke posjećenosti pa nema potrebu za intervencijama, ali u tom slučaju pokušava napraviti kompromis te u mjesecima nakon sezone, omogućava turistima razne pogodnosti u vidu vrlo niskih cijena ulaznica te brojnih paketa u kojima su uključeni smještaj te poneke atrakcije ili aktivnosti. Veseli činjenica da nakon pandemijske krize prema statističkim podacima TZP Plitvičke doline, broj domaćih turista raste, a pogotovo u zimskim mjesecima što prijašnjih godina nije bio slučaj.

Na ovom području stvorena je lijepa turistička priča, koja bez puno truda i suradnje svih dionika zajednice ne bi bila moguća. Mjesta za napredak uvijek ima, a jednoglasni odgovor ispitanika da bi preporučili posjet ovoj turističkoj destinaciji, daje savršen “feedback“ te dodatni motiv za daljnji razvoj.

6 ZAKLJUČAK

Ekoturizam kao svježi oblik turizma, danas dobiva sve više medijske pozornosti i postaje sve poznatiji među ljudima, zbog veće ekološke svijesti. Njegova najbolja definicija bila bi da je to turizam u kojem osviješteni turisti podupiru zaštitu prirode i okoliša na turističkoj destinaciji gdje borave, kao i lokalnu zajednicu i njezinu kulturnu baštinu. Takav turizam često je vezan za područja sa zaštićenim prirodnim vrijednostima, npr. nacionalne parkove, što je u ovom radu slučaj. Razvojem ekoturizma utječe se na održivost prirodnih resursa, na dobrobit cijele zajednice te koji naposljetku omogućuje velike koristi, no za tako nešto potrebna je sinergija svih dionika.

Na ovome primjeru, Nacionalni park Plitvička jezera svojom atraktivnošću i pozornošću koju emitira u svijetu, ima mogućnost podariti čitavoj okolnoj zajednici velike benefite. U velikoj mjeri mu to i uspijeva na području Općine Rakovica gdje ima glavnu ulogu u stvaranju bogate ekoturističke destinacije, "Plitvičkih dolina". Pregledom cjelokupne ponude te turističke destinacije, vidljiv je velik napredak u posljednjih nekoliko godina, no smatram da mjesta za daljnji razvoj turističkog tržišta uvijek ima. Prema SWOT analizi razvoja turizma Općine Rakovica, mogu se vidjeti mnogobrojne snage i prilike za poboljšanje kvalitete i daljnji napredak, ali isto tako i pojedine slabosti i prijetnje koje ukazuju na pojedine probleme. Neke od najvažnijih prilika i ciljeva odnose se na razvoj ekoturizma, produljenje turističke sezone i na zimske mjesec, jačanje suradnje sa Nacionalnim parkom te povećanje broja radnih mjesta. U svrhu postizanja nekih od ciljeva, biti će važno obogatiti cjelokupnu turističku ponudu. Razvojem ekoturizma na ovom području, smanjuje se teret na Nacionalni park kao prirodni fenomen te se potiče i omogućuje održivi razvoj koji je besprijekorno bitan za cjelokupnu lokalnu zajednicu.

Hrvatska zbog svoje prirodne ljepote, mnoštva zaštićenih područja i velikog broja posebnosti, ima mogućnosti za zadovoljavanje potreba svakojakih gostiju, od onih manje zahtjevnih zaljubljenika u prirodu te onih ekoturističkih fanatika. Kontinentalni turizam pomalo je zapostavljen i ne igra veliku ulogu na turističkom tržištu u Hrvatskoj. Ulaganjem u njega, razvojem u pravilnom smjeru, kao što je slučaj na području Općine Rakovica gdje se ulažu veliki trud i naponi, Hrvatska može postati razvijena ekoturistička zemlja sa bogatom ponudom i na Jadranu, ali i na kontinentalnom dijelu.

7 LITERATURA

1. Antunac, I., 2001: Turizam, Teorijsko-znanstvene rasprave, Institut za turizam, Zagreb
2. Bilen M., 2008: Turizam i okoliš, Mikrorad, Zagreb
3. Čavlek, N., 1998: Turoperatori i svjetski turizam, Golden Marketing Zagreb
4. Detaljnije statističke podatke o dolascima i noćenjima domaćih i stranih turista na području Hrvatske može se vidjeti u: Pirjevac, B. op. cit., 1998.g.
5. Galičić, V., Laškarin M., 2016: Principi i praksa turizma i hotelijerstva
6. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., pristupljeno 7.9.2022.
7. Lickorish L.J., Jenkic C.L., 2006: Uvod u turizam, Ekokon, Split
8. Marković S. i Z., 1987: Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb 1987.
9. Ojurović, J., 2017: Uloga i značaj ekoturizma u turizmu Republike Hrvatske, Diplomski rad
10. Petrić, L., 2003.: Osnove turizma, Sveučilište u Splitu Ekonomski fakultet
11. Plan upravljanja, 2019: Nacionalni park Plitvička jezera, Plitvička jezera
12. Senečić, J. i dr., 2006: Marketing menadžment u turizmu, Zagreb
13. Vlada Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja turizma RH do 2020., Zagreb 2013.
14. Zelenika, R., 2000: Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, četvrto izdanje, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka

Internet stranice

15. NP Plitvička jezera , <https://np-plitvicka-jezera.hr/>, (5.9.2022.)
16. Općina Rakovica, <http://www.rakovica.hr/>, (7.9.2022.)
17. Lika Destination, <https://www.lika-destination.hr/>, (7.9.2022.)
18. Booking.com agencija, <https://www.booking.com/>, (7.9.2022.)
19. TZP Plitvičke doline, <https://www.plitvickedoline.hr/>, (7.9.2022.)
20. Baraćeve špilje, <https://baraceve-spilje.hr/>, (7.9.2022.)
21. Rastoke, <https://slunj-rastoke.hr/en/homepage-en/>, (7.9.2022.)
22. Ranch Dolina Jelena, <http://www.ranch-deervalley.com/>, (7.9.2022.)
23. Memorijalni centar Nikola Tesla, <https://mcnikolatesla.hr/>, (7.9.2022.)
24. Pećinski park Grabovača, <https://pp-grabovaca.hr/>, (7.9.2022.)
25. Aquatika, <https://www.aquariumkarlovac.com/en/homepage/>, (7.9.2022.)
26. TC Marko, <https://tc-marko.com/>, (8.9.2022.)
27. Raftrek, <https://raftrek.com/hr/>, (8.9.2022.)

8 PRILOG 1.

VISITOR'S PREFERENCES ON ACTIVITIES CONNECTED TO NP PLITVICE LAKES

This questionnaire is prepared for the purpose of Master Thesis at the Faculty of Forestry and Wood Technology, University of Zagreb. The aim of research is to analyze supply and demand of recreational activities in the area of National Park Plitvice lakes. We kindly ask you to fill in the questionnaire below. The answers of the respondents are anonymous, and will be used for scientific purposes only.

1. How many times have you visited NP Plitvice lakes?

a) Once, b) 2 times, c) 3 times, d) 4 times, e) 5 times and more

2. In which season do you usually visit the Park?

a) Spring, b) Summer, c) Fall, d) Winter

3. How much time did you spend on your visit to the Park (days/hours)?

4. Rate the current quality of natural resources in the Park.

1-unsatisfactory, 2-fair, 3-good, 4-very good, 5-excellent

5. Which of the services currently offered in the National Park do you find the most interesting?

a) Natural beauties (forests, flora and fauna, lakes, waterfalls), b) Walking / riding (boat rides, cycling), c) Horses, d) All above

6. How do you evaluate the cost of the admission fee?

a) Too expensive, b) Quite expensive, c) Fair priced, d) Cheap, e) Very cheap

7. Did you buy tickets online?

a) Yes, b) No

If NO, why?

8. You visited the Park:

a) By leaving home, b) By leaving from holiday facilities

9. If you are on holiday, please indicate your holiday location:

10. Do you use accommodation near the park?

a) Yes, b) No

If YES, which facilities?

a) Hotel, b) Camper, c) Camping (tent), d) Bungalow, roulette, e) Private room, d) Other (specify) _____

11. How satisfied are you with accommodation in the Plitvice region? (1 – 5)

If NOT, why?

12. The visit to the park was made:

a) With the family, b) With a group of friends/families, c) With a friend/partner, d) With a tour operator, e) Business trip/team building, f) Alone

13. Number of people on your trip:

14. Trip's length (days):

15. Means of transport used to reach the Plitvice region:

a) Car, b) Motorcycle, c) Camper, d) Bus, e) Pendle bus for camping

16. Number of participants that used the same means of transport (excluding the interviewed):

17. Kilometers to reach your destination from home (just one way):

18. Time needed to reach the Park (hours):

19. How much was your visit influenced by the environmental/ecotourism interest?

a) Very much, b) A lot, c) Quite enough, d) A bit, e) Not at all

20. Would you like to buy local food products from family farms in the NP?

a) Yes, b) No

21. Did you visit any family farms with domestic products and services?

a) Yes, b) No

If YES, are you satisfied with the quality of products and services?

a) Yes, b) No

If NO, why?

22. During your visit to Plitvice lakes, did you do other activities? If YES, please rate your satisfaction from 1 (not satisfied) to 10 (max satisfaction). If you haven't used any of the activities, please continue to the next question.

Adrenalin park – Horseback riding – Zipline – Rafting – Cycling – Quad adventure – Running – Swimming – Hunting – Hiking

23. During your trip to NP Plitvice lakes, did you visit other attractions? If YES, please rate your satisfaction from 1 (not satisfied) to 10 (max satisfaction). If you haven't visited any of the attractions, please continue to the next question.

Barac caves - Deer Valley Ranch – Rastoke – Drežnik Old Town – Aquatika – Grabovača Cave Park – Nikola Tesla Memorial Centre

24. How did you find out information about other recreation centers/attractions that you visited?

a) Tourist guide, b) Tour operator, c) Travel office of your holiday place, d) Friends, e) Internet (e.g. web page, instagram, facebook), f) Specialized magazines

25. Would you recommend the visit to the NP/Plitvice region?

a) Yes, b) No

26. During your holiday in Croatia did you visit other protected areas or cities?

a) Yes, b) No

If YES, please specify which protected areas or cities:

27. How do you evaluate your overall visit to Plitvice region, did you enjoy it?

a) Outstanding, b) Better than expected, c) Meets expectations, d) Unremarkable, e) Poor

Personal data:

Sex:, Age:, City:, State:, District:, Employment activities:, Employment status:, Education:,
What is your average MONTHLY income (net after tax) in EUR: