

USPOREDBA STANJA I MOGUĆNOSTI ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ I KOSTARIKI

Matas, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:756020>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-20**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**USPOREDBA STANJA I MOGUĆNOSTI
ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ I
KOSTARIKI**

Mentor:

Doc.dr.sc. Ljudevit Pranić

Student:

Marina Matas

Split, ožujak, 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1. Definicija problema.....	1
1.2. Cilj rada	5
1.3. Metode rada	5
1.4. Struktura rada	6
2. POJAM ZELENOG TURIZMA	7
2.1. Okolišna održivost turizma	7
2.2. Turističko vrednovanje prirodne baštine	12
3. MARKETINŠKI SPLET 7P	15
3.1. Proizvod.....	16
3.2. Cijena.....	16
3.3. Distribucija	17
3.4. Promocija	17
3.5. Ljudi	18
3.6. Proces.....	18
3.7. Fizičko okruženje	18
4. OPĆENITO O HRVATSKOJ I KOSTARIKI	19
4.1. Republika Hrvatska	19
4.1.1. Geografske značajke.....	19
4.1.2. Stanovništvo	21
4.1.3. Gospodarstvo	21
4.2. Republika Kostarika	23
4.2.1. Geografske značajke.....	23
4.2.2. Stanovništvo	25
4.2.3. Gospodarstvo	25
5. PONUDA I RAZVOJNE MOGUĆNOSTI ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ I KOSTARIKI	27
5.1. Trenutno stanje i razvojni potencijali zelenog turizma Republike Kostarike	27

5.1.1. Primjeri ponude zelenog turizma Republike Kostarike.....	32
5.1.1.1. Marketinški splet: nacionalni park Corcovado.....	32
5.1.1.2. Marketinški splet: eko-kućice Lapa Rios	35
5.1.1.3. Marketinški splet: zelene aktivnosti Republike Kostarike.....	38
5.2. Trenutno stanje i razvojni potencijali zelenog turizma Republike Hrvatske.....	40
5.2.1. Primjeri ponude zelenog turizma Republike Hrvatske.....	44
5.2.1.1. Marketinški splet: nacionalni park Plitvička jezera	44
5.2.1.2. Marketinški splet: centar Platak	47
5.2.1.3. Marketinški splet: zelene aktivnosti Republike Hrvatske.....	50
6. ZAKLJUČAK.....	52
LITERATURA.....	54
POPIS SLIKA I TABLICA.....	55
SAŽETAK.....	57
SUMMARY	57

1. UVOD

1.1. Definicija problema

Turizam kao dinamičan skup odnosa i pojava predstavlja važnu društvenu i gospodarsku djelatnost koja u svijetu bilježi kontinuirani rast. Tijekom godina, turizam postaje jedan od najbrže rastućih gospodarskih sektora u svijetu te ključni pokretač društveno-gospodarskog razvoja. Suvremeni turizam usko je povezan s razvojem te obuhvaća sve veći broj novih destinacija. Kao takva ekonomska aktivnost, turizam generira oko 10% svjetskog BDP-a te je prema podacima iz 2016. godine zabilježeno 1,2 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu.

Republika Hrvatska je sredozemna država koja zbog svoje privlačnosti, bogate kulturno-povijesne baštine, te povoljnog geografskog položaja, generira sve veći broj inozemnih turističkih dolazaka. Hrvatska raspolaže brojnim resursima koji su i više nego dostatni za pravilan razvoj uspješne turističke ponude te turističkog prometa. Posljednjih godina Hrvatska je stekla svoje mjesto unutar 10 najpoželjnijih svjetskih destinacija za putovanje i razonodu zahvaljujući snazi i interesu inozemnog tržišta. Turizam je u Hrvatskoj od 2000. godine značajno podigao poslovne rezultate, generirao zapošljavanje te uvođenje novih djelatnosti. Ipak, u Hrvatskoj je vidljivo značajno oslanjanje na turistički sektor pa je prema posljednjim podacima iz 2016. godine udio turizma u BDP-u Hrvatske iznosio 18% i bio je najveći u Europi.

Glavni proizvod Hrvatske predstavlja „sunce i more“ zbog velikog broja sunčanih dana te čistog mora i pješčanih plaža koji predstavljaju njen glavni atribut. No, proizvod kao takav ima neravnomjeran raspored turističkih dolazaka tijekom godine, što predstavlja glavni problem hrvatskog turizma. Najveći broj turističkih noćenja koncentriran je isključivo unutar ljetnih mjeseci kada se odvija većina turističkog prometa, dok je u ostalom dijelu godine turistička ponuda uvelike neiskorištena.

U svezi problema tijekom ljetnih mjeseci potrebno je uložiti napore i snage kako bi se svi raspoloživi resursi na pravilan način turistički valorizirali. Osmišljavanje dodatnih sadržaja te proširenje turističke ponude u ostatku godine, uz suradnju sa svim uključenim dionicima, omogućili bi Hrvatskoj da postane cjelogodišnja destinacija.

Nadalje, u Hrvatskoj su vidljive regionalne razlike u stupnju razvijenosti, gdje se turistički promet uglavnom koncentrira u primorskoj Hrvatskoj te u Zagrebu i njegovoj gravitacijskoj zoni, dok je potencijal kontinentalne Hrvatske nedovoljno prepoznat, pa samim time i nedostatno turistički valoriziran.

Kako bi se ojačala konkurentnost Hrvatske, potrebno je uvođenje inovativnih sadržaja koji bi na pravi način istaknuli privlačnost nerazvijenih područja i ulaganje u njihovu promociju da se privuku turistički tokovi. Potrebna je također izgradnja odgovarajuće infrastrukture u područjima koja u tome zaostaju, te izgradnja turističkih komunikacijskih centara za pravilno tumačenje i predstavljanje ponuđenih sadržaja.

Budući Hrvatska svoj razvoj primarno temelji na turizmu, važno je da iskoristi sve mogućnosti i postojeće resurse na način da što više poveća prihode. Ponuda mora biti prilagođena zahtjevima potražnje te je važno uključiti sve relevantne dionike na nekom području. U najširem smislu riječi, turistička ponuda podrazumijeva sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji na izravan ili neizravan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje, kao ekonomske rezultante privremenog boravka domaćih ili inozemnih turista.

Na turističku ponudu utječu brojni čimbenici s područja:

- ❖ **društva** (vrijednosti i norme, društveni poredak, slobodno vrijeme, kulturno-povijesna ponuda),
- ❖ **gospodarstva** (stupanj gospodarske razvijenosti, devizne potrebe, cijene i devizni tečajevi, infrastruktura, radna mjesta i uvjeti proizvodnje itd.),
- ❖ **okoline** (klima, pejzaž, geografski položaj, flora i fauna),
- ❖ **utjecaji potražnje** (motivi, ukusi, moda itd.),
- ❖ **države** (zakonodavstvo, devizni, carinski, granični propisi, međunarodni odnosi) i
- ❖ **poduzeća** (razvijenost poduzetništva, stupanj razvijenosti tehnike i tehnologije, ponuda radne snage, troškovi proizvodnje itd.).¹

¹ L. Petrić (2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, str. 88. (03.03.2018.)

Turistička ponuda ima određene karakteristike koje je potrebno dobro poznavati da bi se na tim saznanjima mogao graditi tržišni nastup. To su:

- dislociranost od potražnje,
- heterogenost ponude (složenost, kompleksnost),
- statičnost ponude (vezanost uz određeni prostor),
- sezonski karakter ponude (bilo da se radi o ljetnoj ili zimskoj sezoni, iako ova karakteristika postaje relativno sve manje značajna budući da se nastoji sezonu produžiti, odnosno ravnomjernije rasporediti i na ostatak godine),
- neelastičnost, odnosno relativna elastičnost; za ponudu se često kaže da je neelastična tj. da se njeni kapaciteti ne mogu prilagođavati promjenama cijena, odnosno potražnje. Ovu tvrdnju treba relativizirati budući da turistička ponuda predstavlja cijeli niz dobara od kojih su neka veoma prilagodljiva na promjene cijena (np. suveniri, prehrana i dr.) dok su neka druga, npr. ponuda hotelskih kapaciteta na kratak rok fiksna, dakle neelastična.

Sam pojam turističke ponude u najužem smislu riječi obuhvaća:

- a) atraktivne elemente** (prirodni ili biotropni elementi i društveni ili antropični elementi ili atrakcije),
- b) komunikativne ili komunikacijske elemente** (kompletna prometna infrastruktura kao i same vrste prijevoznih sredstava u destinaciji),
- c) receptivne elemente** (restauraterstvo i hotelijerstvo, tj. objekti namijenjeni prehrani i smještaju turista).²

S masovnim povećanjem turističkih dolazaka u svijetu, iz godine u godinu generiraju se značajni pritisci na okoliš putem prijevoza turista i uz njega vezane emisije stakleničkih plinova te drugih onečišćujućih tvari u zrak, vode i more. Turizam je također veliki potrošač ograničenih osnovnih resursa te generator otpada i otpadnih voda, što se često izražava u najvrednijim i najosjetljivijim područjima. Ranije spomenuti problem koncentracije tijekom ljetnih mjeseci kako u Hrvatskoj tako i u većini zemalja, dodatno pridonosi pritiscima na okoliš, budući komunalna infrastruktura kapacitirana prema broju stalnih stanovnika nije u stanju trpjeti višestruko veći broj turista za vrijeme sezone.

² L. Petrić (2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, str. 89. (03.03.2018.)

Navedeni problemi potaknuli su nastanak zasebne grane turizma, zelenog turizma, kojim se izbjegava, smanjuje i kompenzira pritisak na okoliš sa svrhom osiguravanja njegove okolišne održivosti. Zeleni turizam također podrazumijeva aktivnosti usmjerene ka turističkom vrednovanju prirodne baštine i okoliša.

Uz pojam *zeleni turizam*, u ovom radu bit će spomenuti i pojmovi *ekološki turizam* (*ekoturizam*) te *održivi turizam*, koji se iz korištene literature mogu shvaćati kao istoznačnice te se odnose na isti kontekst proučavanja tematike.

Republika Hrvatska kao destinacija, ima sve predispozicije za razvoj zelenog turizma. U usporedbi s drugim europskim zemljama, ima visoku razinu očuvanosti biološke i krajobrazne raznolikosti te se osobito ističe očuvanošću ekoloških sustava i staništa. Smanjenje stupnja takve raznolikosti dovodi do ugrožavanja ekološke ravnoteže, biljnog i životinjskog svijeta pa naposljetku i samog čovjeka.

U Hrvatskoj je okolišna održivost turizma u visokoj mjeri prepoznata među prioritetima u strategijama i planovima, no stvarnost podosta zaostaje:

- ❖ s nepotpunom integriranošću u razvojne planove,
- ❖ s još uvijek skromnim udjelom u ukupnoj i raznolikoj ponudi,
- ❖ s još uvijek neuspostavljenim poticajnim i podržavajućim okruženjem sa svim standardnim elementima (informiranje, osvješćivanje, educiranje, tehnička pomoć, financijske potpore, umrežavanje, promocija, itd.).³

Unutar prostora Republike Hrvatske zaštićeno je oko 8% površine što se odnosi na nacionalne parkove (8), parkove prirode (11), stroge rezervate prirode (2) te ostalog prostora pod posebnom zaštitom. No, unatoč postojanju odgovarajuće zakonodavne infrastrukture te uspješnom stupnju zaštite, još uvijek malog broja vrijednih prirodnih lokaliteta, Hrvatska nije razvila općeprihvaćen pristup i primjenu ekoturističkog razvitka. Primjena održivog razvoja postala je prepoznata u sve većem broju zemalja, stoga će u radu biti prezentirana usporedba potencijala razvoja zelenog turizma Hrvatske sa Kostarikom, destinacijom koja je svoj cjelokupni razvoj utemeljila na ekoturizmu.

³ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str.13. (05.03.2018.)

Kostarika je srednje američka država koja je svoje aktivnosti usmjerila ka planu zaštite i održive turističke valorizacije svoje bogate prirodne baštine. Zbog napora usmjerenih na suvremenoj organizaciji ekoturizma, Kostarika je uspjela zaštititi čak četvrtinu svog teritorija u kojem prevladavaju egzotične šume prepune endemskih biljnih i životinjskih vrsta kao i jedinstveni vulkanski pejzaži sa najvećim brojem aktivnih vulkana u svijetu. Sa takvim stupnjem postignute zaštite, Kostarika predstavlja odgovarajući primjer za destinaciju poput Hrvatske koja ima potencijala da se na tržištu razvije u destinaciju zelenog turizma.

Posljednjih godina hrvatski turizam ostvario je visoke rezultate i napredak, no u njegov razvoj potrebno je i dalje ulagati te unaprijediti kvalitetu proizvoda i usluga. Napori se moraju usmjeriti ka promociji očuvana okoliša te raditi na prepoznatljivosti Hrvatske kao destinacije koja, uz postojeće mjere zaštite, razvija visokokvalitetnu izvornu turističku ponudu.

1.2. Cilj rada

Republika Hrvatska sa svojim raznovrsnim krajobrazom te bogatom biološkom raznolikošću, kao i mnogim aktivnim kulturnim tradicijama, ima sve potencijale razvitka zelenog turizma. Kako bi se njeni resursi na najbolji mogući način valorizirali, potrebno je da uči od drugih zemalja koji u takvom selektivnom obliku turizma prednjače. Jedna od tih zemalja je i Kostarika, poznata kao svjetska ekoturistička destinacija, s kojom će u radu biti prikazana usporedba trenutnog stanja zelenog turizma sa onim u Hrvatskoj. Također će se predstaviti smjernice za razvoj zelenog turizma i razvojni potencijali koji bi mogli biti ostvareni primjenom takvog održivog turističkog razvitka u budućnosti.

1.3. Metode rada

Tijekom izrade ovoga rada korištene su razne metode rada što uključuje metodu analize, metodu sinteze, metodu komparacije, opisnu metodu te metodu prikupljanja postojećih podataka.

1.4. Struktura rada

Ovaj rad će biti strukturiran kroz 6 cjelina. U prvom dijelu pod nazivom „Uvod“ pobliže će se definirati problem rada i navesti cilj koji se pisanjem rada želi postići. Također će se opisati metode koje su se koristile prilikom pisanja rada te opisati cjelokupna struktura rada.

U drugom poglavlju pod nazivom „Pojam zelenog turizma“ dat će se objašnjenje definicije zelenog turizma prvo kroz okolišnu održivost turizma, gdje će se navesti ključne prednosti ali i nedostaci koji nastaju pri ozelenjavanju turizma, te drugo kroz turističko vrednovanje prirodne baštine, gdje će se navesti i objasniti glavni oblici turističke ponude vezane za zeleni turizam.

U trećem poglavlju koji nosi naziv „Marketinški splet 7P“ opisat će se glavne značajke marketinškog spleta te uvjete koje bi kvalitetan marketinški splet trebao ispunjavati. Također, prezentirat će se svi 7P elementi marketinškog spleta za uslužne djelatnosti i njihove karakteristike.

U sljedećem poglavlju naziva „Općenito o Hrvatskoj i Kostariki“ opisat će se geografske značajke karakteristične za pojedinu zemlju, glavna obilježja stanovništva te gospodarska kretanja i činjenice kod obiju država.

U petom poglavlju naslova „Ponuda i razvojne mogućnosti zelenog turizma u Hrvatskoj i Kostariki“ bit će prezentirano trenutno stanje i razvojni potencijali zelenog turizma u obje države zasebno. Opisat će se postotak zaštićenih područja u pojedinoj državi, karakteristike koje država ima pri razvoju zelenog turizma, a kod Republike Hrvatske prikazat će se smjernice za razvoj tog selektivnog oblika turizma. Također će se dati 3 primjera ponude zelenog turizma po svakoj državi, koji će se obraditi u okviru marketinškog spleta 7P.

U šestom dijelu naziva „Zaključak“ predstaviti će se konačna razmišljanja i pretpostavke o mogućnostima održivog razvitka zelenog turizma u Republici Hrvatskoj u usporedbi sa Republikom Kostarikom.

U posljednjem dijelu rada bit će navedena sva literatura korištena pri izradi ovoga rada, popis slika i tablica te kratki sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. POJAM ZELENOG TURIZMA

Zeleni turizam je selektivni oblik turizma koji obuhvaća podteme zaštite i očuvanja okoliša te vrednovanja prirodne baštine na način da se smanjuju negativni utjecaji turizma na okoliš, u cilju postizanja održivosti turizma. Zeleni turizam predstavlja primjer kako se ulaganjem u prirodnu baštinu i ekološku održivost može stvoriti ponuda koja nema ozbiljne posljedice na destinaciju u kojoj se boravi. Važno je stvoriti ponudu u turističkim destinacijama temeljenu na održivom razvoju i usmjerenu na načelima zelenog turizma sa što manjim utjecajem na prirodna bogatstva koja se danas često zanemaruju porastom tehnologije i promjenama načina življenja.

Pojam zelenog turizma razradit će se kroz dva dijela, kroz temu *okolišne održivosti turizma* i kroz *turističko vrednovanje prirode i okoliša*. Obje spomenute teme bave se okolišem i prirodom te se združuju u širi kontekst zelenog turizma. Međutim, zbog njihove različitosti u smislu aktivnosti, programa i inicijativa, u radu će se razmatrati kao dvije zasebne teme.

2.1. Okolišna održivost turizma

Posljednjih godina javljaju se izazovi okolišne održivosti turizma zbog značajnih pritisaka koje turizam generira na okoliš. Neregulirani rast turističkih kapaciteta u nekom području stvara dodatne pritiske na resurse i funkcije okoliša, što pridonosi uništavanju krajolika. Masovni turizam dovodi do pretjerane izgrađenosti obalnih područja u mnogim zemljama Mediterana, a zbog koncentracije turističkih noćenja tijekom ljetnih mjeseci trpi i komunalna infrastruktura.

Zdrav i privlačan okoliš osnovni je resurs za većinu vrsta turizma, pa je njegovo očuvanje od iznimne važnosti. Štoviše, turizam, ako se njime primjereno upravlja, može predstavljati gospodarsku aktivnost koja je u postojećoj ekonomiji jedan od najodrživijih načina korištenja nekog prirodnog resursa. On, naime, ima mogućnost očuvanu prirodu i okoliš upotrijebiti kao ekonomsku vrijednost, te na taj način ima izravan interes u očuvanju i uvećavanju te vrijednosti.⁴

⁴ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 6. (08.03.2018.)

Da bi turizam ostvario dugoročan rast, on mora biti održiv. Prema svjetskim pravilima za održivi turizam, odredišta moraju imati interdisciplinarni, holistički i integrativni pristup koji uključuje 4 glavna cilja:

1. Učinkovito planiranje za održivi razvoj turizma;
2. Maksimiziranje društvenih i ekonomskih koristi za lokalnu zajednicu i smanjenje negativnih učinaka;
3. Maksimiziranje pogodnosti zajednica, posjetitelja i kulturne baštine;
4. Maksimizirati koristi okoliša i minimizirati negativne učinke.⁵

U primjerima u praksi postoje oblici turizma sa prefiksom „eko“ koji u svoju ponudu uključuju nekakav oblik kontakta s prirodom, no u stvarnosti ipak pridonose degradiranju ekosustava samim svojim postojanjem u nekom prostoru. To se događa zbog koncentracije turista na posebno privlačnom mjestu što uzrokuje prostorne pritiske kao što su otpad i otpadne vode, buka, emisije plinova i dr.

Rješenje izazova okolišne održivosti turizma nalazi se u konceptu nosivog kapaciteta. On se definira kao najveći broj posjetitelja koji istodobno mogu posjetiti turističko mjesto bez pružanja negativnih utjecaja na prostorno-fizički, biološki, ekonomski, društveno-socijalni i kulturni okoliš.

Broj ekološko osviještenih posjetitelja svake godine je u porastu, a prognoze ukazuju na to da turistička putovanja teže ka „zelenim“ ciljevima, dok budućnost pripada onim destinacijama za odmor koje obiluju netaknutim prirodnim bogatstvima. Prema jednom ispitivanju provedenom u Njemačkoj 2015. godine, 28% turista izjavilo je da želi putovati okolišno održivo i društveno odgovorno, a 88% turističkih destinacija očekuje da će održivost destinacije biti sve značajniji čimbenik u određivanju njihove konkurentnosti. Objektivne činjenice o rastućim prijetnjama iz okoliša (globalno zatopljenje, onečišćenja, gubitak bioraznolikosti i dr.) upućuju na nužnost okretanju prema „zelenijem“ gospodarstvu i u sklopu njega, prema zelenom turizmu. Navedeni razlozi upućuju da „ozelenjavanje“ nije prolazna stavka već rastući dugoročni trend.

⁵ Internetska stranica Global Sustainable Tourism Council, dostupno na: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/> (13.03.2018.)

Zeleni turizam ponekad se pogrešno shvaća i na njega se gleda kao na razvojno ograničavajućeg, zbog raznih ograničenja u postupanju s okolišem. Ali u stvarnosti on takva ograničenja usmjerava u razvoj koji osigurava dugoročnu dobrobit za okoliš, turiste i turizam kao aktivnost, lokalno stanovništvo te za investitore i poduzetnike.

Prema UN studiji iz 2012. godine, rast turizma, zaštita okoliša i društveno blagostanje su međusobno podupirući, a ne suprotstavljeni ciljevi. „Ozelenjavanje“ koje podrazumijeva efikasnu potrošnju vode i energije, smanjenje emisije stakleničkih plinova, kontrolu otpada, zaštitu prirodne i kulturne baštine te jačanje veza među lokalnim stanovništvom, moguće je u svim vrstama turističkih proizvoda. Pozitivni učinci koje zeleni turizam generira na okoliš (oko 18% uštede u potrošnji električne energije, 44% u potrošnji vode i 52% smanjenja u emisiji stakleničkih plinova), takav održivi turizam istovremeno je konkurentniji i raste brže za 3-7%. Također je bolji za investitore, generira bolja radna mjesta te doprinosi zadovoljstvu lokalne zajednice.

Obzirom da zeleni pothvati u turizmu daju pozitivne učinke informiranja i osvještavanja posjetitelja o važnosti okolišno odgovornog ponašanja, zeleni turizam može odigrati važnu ulogu jednog od predvodnika u tranziciji prema zelenom gospodarstvu.

Ključne teme i područja ozelenjivanju turizma:

- ✓ planiranje održivog razvoja i održivo upravljanje destinacijom,
- ✓ zaštita, održivo korištenje i upravljanje okolišem te prirodnom i kulturnom baštinom;
- ✓ klimatske promjene – energetska i resursna učinkovitost,
- ✓ održivi prijevoz i putovanje,
- ✓ turizam i održiva proizvodnja i potrošnja (održivi lanci nabave kojima zeleni turizam razvija tržište za druge zelene proizvode koji se kroz njega plasiraju konačnom potrošaču),
- ✓ horizontalne teme podučavanja, treninga, umrežavanja; uvođenje standarda kvalitete, certificiranje, marketing.⁶

⁶ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 8. (11.03.2018.)

Unutar turizma sve je raširenije shvaćanje sljedećih triju jednostavnih i neupitnih razloga za nastojanje u smjeru ozelenjavanja turističke ponude:

- ❖ očuvani okoliš od egzistencijalnog je značaja za turističku aktivnost,
- ❖ gosti zahtijevaju očuvani okoliš i trud na njegovom postizanju, stoga su tvrtke koje se više trude u tom smjeru tržišno privlačnije,
- ❖ mjere koje doprinose okolišnoj održivosti doprinose i racionalnosti poslovanja odnosno profitabilnosti.⁷

U nastavku su prikazane prednosti (Tablica 1) ali i problemi (Tablica 2) na koje država može naići u ozelenjavanju svoje turističke politike.

Tablica 1. Prednosti u ozelenjavanju turizma

POTENCIJAL ZA UNAPREĐENJE I RASTUĆA POTRAŽNJA	• Velike mogućnosti stvaranja energetske i okolišno održivih sustava; • Velike mogućnosti ugradnje solarne tehnologije u objektima i ostvarivanja značajnih ušteda na području grijanja i hlađenja; • Velika neiskorištena mogućnost plasiranja lokalno i ekološki proizvedene hrane kao dodatnog elementa turističke ponude, koji doprinosi konkurentnosti i kvaliteti ponude te održivosti sektora i dr.
KAPACITET, ZNANJE I ISKUSTVO	• Sustavi zaštite okoliša na nacionalnoj razini planirano se unapređuju zadnjih desetak godina (posebno u područjima upravljanja otpadom i izgradnje kanalizacijskih sustava); • Postoji duga tradicija projekata i metodologija koji se zasnivaju na kombiniranju financijskih ušteda i smanjenja utjecaja na okoliš; • Državni certifikati poput Oznaka kvalitete „Q“ za hotele te Prijatelj okoliša za hotele i kampove su razvijeni uz ograničenu primjenu u praksi i dr.
DOSTUPNE FINANCIJSKE POTPORE	• Fond za razvoj turizma je u prethodnim mjerama financijski podupirao projekte energetske učinkovitosti i unapređenja upravljanja okolišem; • Financiranje smanjenja ekološkog otiska u ugostiteljskim objektima dostupno kroz Fond zaštite okoliša i energetske učinkovitost i Ministarstvo graditeljstva te postoji povećan interes.

Izvor: Izrada autorice prema Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 22.

⁷ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str.7. (12.03.2018.)

Tablica 2. Problemi i zapreke u ozelenjavanju turizma

NISKA TRENUTNA OKOLIŠNA UČINKOVITOST SEKTORA	• Nedostatak podataka koji su nužni za mjerenje opterećenja na okoliš iz sektora turizma; • Postojeći značajan sezonski pritisak turizma, posebno izražen u ljetnim mjesecima (otpad, otpadne vode, emisije u zrak, buka, svjetlost); • Nedovoljna primjena zelenih tehnologija u hotelima, kampovima, privatnom smještaju, marinama i dr.
NEUSPOSTAVLJEN SUSTAV ZAŠTITE OKOLIŠA	• Sustavi upravljanja otpadom na županijskoj i lokalnoj razini još uvijek ne funkcioniraju na razini normi EU; • Slaba promocija okolišno odgovornih praksi i postojećeg znaka zaštite okoliša „Priatelj okoliša“; • Nejasni rizici zaštite okoliša za turizam (rizici od lošeg upravljanja otpadom, klimatskih promjena, emisija iz transporta, i sl.).
NEDOVOLJNO SUSTAVAN PRISTUP	• Nepostojanje sustavnog informiranja i obrazovanja o mogućnostima unapređenja okolišne učinkovitosti, te posljedično nedovoljna upoznatost turističkih subjekata s mogućnostima energetske učinkovitosti, obnovljivim izvorima energije i smanjenjem otpada; • Nesustavni pristup promocije državnih certifikata (kod ugostiteljskih objekata te kod turista) znatno umanjuje njihovu primjenu; • Iako su promovirani strateški ciljevi koji doprinose okolišnoj održivosti (npr. rast prihoda na temelju produženja sezone i povećanja prihoda po gostu, a ne kroz povećanje fizičkog prometa), u stvarnosti se rast prihoda i dalje temelji više na povećanju fizičkog prometa nego na željeni način.

Izvor: Izrada autorice prema Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 23.

2.2. Turističko vrednovanje prirodne baštine

Prirodna baština oduvijek je bila usko povezana s turizmom od samih početaka njegovog razvoja. Danas su netaknuta priroda i lijepi krajolici postali središnja sastavnica visoko pozicioniranog turizma, jer s vremenom svjedočimo rastu osvještenosti suvremenog turista za pitanje okoliša. Sinergija turizma i prirodne baštine može doprinijeti ciljevima očuvanja prirodne baštine:

- Turizam stvara prihod koji se dijelom može koristiti u financiranju aktivnosti očuvanja prirodne baštine.
- Turističke aktivnosti utemeljene na tumačenju prirodne baštine osvješćuju gosta o njezinoj vrijednosti i važnosti njezina očuvanja. Isto tako i lokalno stanovništvo postaje svjesnije vrijednosti koju baštini.
- Turizam stvara ekonomske prilike koje su nadopuna ili alternativa drugim načinima korištenja prirodne baštine kao prirodnih resursa i sirovine (šumarstvo, prenamjena u poljoprivredno zemljište, rudarstvo, ribarstvo i dr.).⁸

Pojam prirodne baštine važno je ne shvaćati isključivo kroz segment turističkih atrakcija koje obuhvaćaju jedinstvene, vrijedne i formalno zaštićene dijelove prirode. Veliki dio atraktivne prirodne baštine nalazi se izvan granica zaštićenih područja te čini jednako važan dio kvalitete, privlačnosti boravka i razloga odabira destinacije. Na doživljaj posjetitelja utječu i autohtona vegetacija, njen miris i svježina, boje stabla i njihovi plodovi, tradicijske vrste i pasmine, što sve pridonosi prepoznatljivosti identiteta destinacije.

Važan pojam kojim se obuhvaća priroda i prirodna baština kao značajan element okoliša je tzv. „zelena infrastruktura“ koja predstavlja zaštićena, prirodna te čovjekovim djelovanjem stvorena područja i krajobrazne visoke ekološke vrijednosti, koja pridonose očuvanju ekosustava. Tu spadaju parkovi, drvoredi, očuvana obalna vegetacija uz vodotok i dr. Zelena infrastruktura služi i prirodi i ljudima ne samo zbog poboljšanja zdravlja ekosustava, već i zbog postizanja brojnih ušteda, novih radnih mjesta te kvalitete i održivog razvoja zajednice. Kao jedna od izravne koristi zelene infrastrukture ističe se veća privlačnost prostora za razonodu i turizam.

⁸ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 39. (12.03.2018.)

Mjere zelene infrastrukture trebaju se provoditi kako u očuvanim tako i u degradiranim destinacijama, u kojima bi oživljavanje zelene infrastrukture omogućilo podizanje kvalitete i privlačnosti turističke destinacije.

Prirodna baština važan je dio doživljaja i turističke atrakcije u svim vrstama turističkih proizvoda, ali u različitim vrstama turizma ona je više ili manje u središtu, a varira i način na koji ju se koristi u okviru turističkog proizvoda. Neke od vrsta turizma u kojima prirodna baština ima središnju ili vrlo značajnu ulogu uključuju:

1. Ekoturizam, kojeg UNWTO definira kao „Sve vrste turizma temeljene na prirodnoj baštini, u kojima je glavna motivacija turista promatranje i uživanje u doživljaju prirode i tradicijskog načina života dominantnog u prirodnim područjima. Ekoturizam umanjuje negativan utjecaj na prirodni i sociokulturni okoliš te podržava očuvanje prirodne baštine na kojoj se temelji, na način da financira lokalnu zajednicu ili instituciju koja provodi aktivnosti važne za očuvanje te stvara priliku za alternativni način zarade u lokalnoj zajednici. Ujedno potiče osvješćivanje važnosti očuvanja i među turistima i u lokalnoj zajednici“.
2. Razne marketinški dobro definirane tipove ponuda kao što su promatranje ptica (*bird watching*), promatranje (gledanje, ali i slušanje) raznih vrsta životinja (*wildlife watching / viewing*) (npr. dupini, leptiri, već spomenute ptice, ribe).
3. Razne vrste „pustolovnog“ turizma ili boravka na otvorenom, uključujući šetnju, biciklizam, planinarenje, ronjenje i nautički turizam, gdje promatranje prirode nije u središtu, ali je ključni element doživljaja, uz neku od rečenih fizičkih aktivnosti.
4. Razne vrste turizma u ruralnom području, gdje su tradicijski poljoprivredni i okolni prirodni krajobraz ključni elementi doživljaja.⁹

⁹ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 41. (12.03.2018.)

U navedenim vrstama turizma i turističkih proizvoda razlikujemo „meke“ i „tvrde“ aktivnosti posjetitelja. „Meke“ aktivnosti su pasivnijeg karaktera, pa su samim time i opuštenije. Posjetitelji koji odaberu takvu vrstu aktivnosti imaju u cilju iskusiti osnovnu vrstu udobnosti koju im pruža destinacija. S druge strane „tvrde“ aktivnosti odnose se na aktivnosti pustolovnog i avanturističkog karaktera. Posjetitelji koji se odluče na takvu vrstu aktivnosti žele iskusiti boravak na otvorenom ili u divljini.

Prethodno spomenute vrste turizma u kojima je turistička ponuda vezana uz prirodnu baštinu predstavljaju najbrže rastući segment turizma, a daljnji rast predviđa se i u budućnosti.

Posebno vrijedna prirodna baština prepoznata je u okviru UNESCO Svjetske baštine (*World Heritage Site*) proglašena prema UNESCO Konvenciji o zaštiti svjetske prirodne i kulturne baštine iz 1972. godine. UNESCO popis sadrži ukupno 1073 spomenika u 167 država, od čega su 832 spomenika kulture, a 206 spomenika prirode.¹⁰ UNESCO je svjetska organizacija za obrazovanje, znanost i kulturu koja svojim aktivnostima radi na očuvanju prirodnih i kulturnih spomenika. Osim što imaju ulogu u zaštiti vrijednosti spomenika, UNESCO lokaliteti danas čine izrazito značajan faktor u privlačnosti receptivne destinacije. Kvalitetnom i održivom valorizacijom UNESCO područja, destinacije pridonose diferencijaciji svoje ponude i osiguravaju dodatne ekonomske koristi.

¹⁰ Internetska stranica World Heritage List, dostupno na: <http://whc.unesco.org/en/list/> (13.03.2018.)

3. MARKETINŠKI SPLET 7P

Marketinški splet naziv je za kombinaciju elemenata koje poduzeće koristi kako bi postiglo željene ciljeve i zadovoljilo ciljna tržišta. Marketinški splet se sastoji od elemenata koji su pod kontrolom poduzeća i koji utječu na zadovoljenje potrošača. Tradicionalno marketinški splet uključuje 4 varijable (4P) koje je grupirao E. Jerome McCarthy:

- 1. Proizvod (product)**
- 2. Cijena (price)**
- 3. Distribucija (place)**
- 4. Promocija (promotion)**

Navedeni elementi razvijeni su u skladu s potrebama poduzeća čiji su proizvodi opipljivi. Kada se radi specifičnosti usluga, uvode se dodatne varijable koje obuhvaćaju cjelokupne uslužne djelatnosti. Tako su osnovne 4 varijable marketinškog spleta nadopunjene s još 3, pa govorimo o 7P:

- 5. Ljudi (people)**
- 6. Proces (process)**
- 7. Fizičko okruženje (physical evidence)**

Značenje marketinškog spleta možemo definirati kroz dva stajališta: sa stajališta poduzeća te sa stajališta kupca. Sa stajališta poduzeća, marketinški splet usklađuje i kontrolira varijable marketinga kojima djeluje na ciljnom tržištu. S druge strane, sa stajališta kupca, marketinški splet služi kao specifična kombinacija elemenata marketinga koji kupcu isporučuju očekivane koristi od proizvoda. Uspješan marketinški splet treba ispunjavati sljedeće uvjete:

- ❖ treba biti u skladu s potrebama ciljnih tržišta,
- ❖ njegovi elementi trebaju biti pravilno usklađeni,
- ❖ mora osigurati konkurentsku prednost,
- ❖ mora biti prilagođen raspoloživim resursima poduzeća.¹¹

¹¹ PDF dokument, L. Softić: Efektivan marketing miks (7P), dostupno na: <http://savjetnik.ba/wp-content/uploads/2016/11/Efektivan-marketing-miks-7P.pdf> (17.04.2018.)

3.1. Proizvod

Proizvod je temeljni element marketinškog spleta. Predstavlja sve što se može ponuditi potrošaču u cilju zadovoljenja njegove potrebe u razmjenu za novac, bilo to fizički proizvod, ideja ili usluga. Potrebno je definiranje obilježja proizvoda kako bi se najbolje zadovoljile želje i potrebe kupaca. Navedena obilježja su:

- a)** kvaliteta (boja, okus, miris, način proizvodnje,...),
- b)** asortiman (raznovrsnost asortimana),
- c)** pakiranje (ambalaža, grafički dizajn,...),
- d)** etiketiranje (informacije o proizvodu),
- e)** označavanje (moguće eko oznake, marka,...),
- f)** prodajni servis (reklamacije, garancije,...).

Za uspješan proizvod na tržištu važno je da bude konkurentan i da poduzetnici poznaju prednosti ili snage proizvoda kojeg nude, kao i njegove nedostatke ili slabosti koje bi se trebale umanjiti.

3.2. Cijena

Cijena predstavlja vrijednost neke robe ili usluge izraženu u novčanom iznosu. Cijena predstavlja jedini element marketinškog spleta koji izravno doprinosi ostvarenju prihoda, a također je jedan od najkritičnijih elemenata razvoja i opstanka poduzeća. Cijena je najdinamičniji čimbenik marketinškog spleta jer je najpodložnija vanjskim utjecajima kao što su konkurencija, ekonomska kretanja i dr.

Za potrošačev odabir nekog proizvoda ključni čimbenik predstavlja cijena. Zato je izuzetno važno da poduzeće odredi optimalnu cijenu koja odgovara vrijednostima i pogodnostima koje proizvod ili usluga nudi, kao i da analizira zaradu po pojedinim proizvodima i uslugama. Cijene su sklone određivanju i usmjeravanju odluka proizvođača i potrošača na tržištu. Pa tako više cijene potiču proizvodnju, a smanjuju potražnju potrošača, dok niže cijene smanjuju proizvodnju, a potiču potrošnju.

3.3. Distribucija

Distribucija je element marketinškog spleta koji obuhvaća aktivnosti kojima proizvod dolazi na tržište i njegovu prodaju. U distribuciji razlikujemo izravnu i neizravnu prodaju. Izravna prodaja podrazumijeva neposrednu prodaju od strane proizvođača ka potrošačima, dok neizravna prodaja uključuje prodaju preko posrednika. Putem izravne prodaje ostvaruje se veća prodajna cijena, ali i veća ulaganja novca, rada i vremena. Neizravnom prodajom ostvarujemo manju prodajnu cijenu, ali s manje potrebnog rada, novca te više slobodnog vremena. Uključuje sljedeće kanale prodaje: maloprodaja, veleprodaja te agenti prodaje.

3.4. Promocija

Pod promocijom se podrazumijevaju različiti načini komunikacije poduzeća sa tržištem. Cilj je upoznati potrošače sa informacijama, vrijednostima i pogodnostima koje se nude korištenjem određenog proizvoda ili usluge te razviti njihov pozitivan stav prema proizvodima ili uslugama. Promotivne aktivnosti obuhvaćaju:

- a)** oglašavanje (putem televizije, radija, novina, časopisa i sl.),
- b)** unapređenje prodaje (putem besplatnih uzoraka, kupona, promotivnih proizvoda kao što su kalendari, olovke, rokovnici i sl.),
- c)** odnosi sa javnošću,
- d)** osobna prodaja,
- e)** direktni marketing.

Važno je da poduzeće poznaje mogućnosti svake od navedenih aktivnosti kako bi odabralo odgovarajuće kombinacije i na najbolji način se približilo ciljnom tržištu.

3.5. Ljudi

Ljudi u marketinškom spletu predstavljaju zaposlenike i kupce uključene u stvaranje proizvoda na tržištu. Odabir ljudi koji će predstaviti proizvod od iznimne je važnosti za uspjeh njegove prodaje. Prvi kontakt potrošača sa proizvodom odvija se preko zaposlenika, pa je njihova stručnost u komunikaciji s potrošačima, ugled kojeg predstavljaju te obujam njihovog znanja o proizvodu ili usluzi od velike važnosti jer ostavlja duboki utisak na potrošače.

3.6. Proces

Proces u marketinškom spletu važan je da se dobije uvid u način korištenja određenog proizvoda ili usluge. Kako se određeni proizvod ili usluga koristi? Na koji način ljudi koriste proizvod ili uslugu? Kroz kakav proces ljudi trebaju proći da bi koristili proizvod ili uslugu? Sve su to pitanja koja se postavljaju u elementu procesa marketinškog spleta. Također u proces spadaju i načini dostupnosti proizvoda ili usluga kao što su kontakt proizvođača, prijava u sustav na raznim online platformama, pretplata na njihove proizvode, ispunjavanje raznih formulara i sl.

3.7. Fizičko okruženje

Fizičko okruženje podrazumijeva razne utjecaje okoline u kojoj proizvod ili usluga nastaje i u kojoj se prodaje. Razni čimbenici su ovdje prisutni kao izgled okoline i prostora, dostupnost prometnica, razina izgrađene infrastrukture i dr.

4. OPĆENITO O HRVATSKOJ I KOSTARIKI

4.1. Republika Hrvatska

4.1.1. Geografske značajke

Republika Hrvatska je nezavisna srednjoeuropska i mediteranska država smještena na jugoistoku Europe. Na sjeveru graniči sa Slovenijom i Mađarskom, na istoku sa Srbijom i Bosnom i Hercegovinom, na jugu sa Crnom Gorom, a na zapadu s Italijom (Slika 1). Njena kopnena površina iznosi 56 594 km², a površina obalnog mora 31 067 km². Prema tim pokazateljima 19. je zemlja po veličini u Europskoj Uniji i svrstava se među srednje velike europske zemlje. Glavni grad Republike Hrvatske je Zagreb koji čini političko, administrativno i ekonomsko središte.

Republika Hrvatska ima oblik potkove kojeg je dobila potkraj 17. stoljeća, a proteže se od grada Vukovara na sjeveroistoku, preko grada Zagreba na zapadu, pa do grada Dubrovnika na jugu (Slika 2). Njen reljef i klima obilježavaju je kao iznimno raznoliku zemlju. U kontinentalnom području (Slavonija i središnja Hrvatska) prevladavaju jezera i prostrane nizine između rijeka Drave i Save kao dio Panonske nizine, u središnjem području (Lika i Gorski kotar) prevladavaju pošumljene planine što spada u Dinaride, dok zapadni i južni dio (Ista i Dalmacija) ima razvedenu i sunčanu obalu s više od 1 200 otoka.

Klima je u unutrašnjosti zemlje umjereno kontinentalna, u gorskoj Hrvatskoj je planinska, u primorju mediteranska, a u zaleđu submediteranska. Može se zaključiti kako Hrvatska ima blagu i ugodnu klimu, a jadranska obala jedna je od najsunčanijih u Sredozemlju, s prosječno 2 600 sunčanih sati u godini.

Kao podunavska i jadranska zemlja, Hrvatska ima povoljan geoprometni položaj u susretištu važnih europskih koridora, a grad Rijeka je najveća hrvatska luka i moćno industrijsko središte. Po vodnom bogatstvu Hrvatska je treća u Europi te ima osobito očuvanu prirodu sa stotinama endemskih biljnih i životinjskih vrsta.



Slika 1. Geografski položaj Republike Hrvatske u Europi

Izvor: Internetska stranica Hrvatska.eu, dostupno na: <http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=6>



Slika 2. Republika Hrvatska i regionalna podjela

Izvor: Internetska stranica Hrvatska.eu, dostupno na: <http://croatia.eu/article.php?lang=1&id=12>

4.1.2. Stanovništvo

Prema popisu stanovništva iz 2011. godine Hrvatska broji 4 284 889 stanovnika. Oko 60% stanovnika živi u urbanim sredinama, a svaki četvrti stanovnik živi u glavnom gradu Zagrebu. Očekivana životna dob iznosi 80 godina za žene i 73 godine za muškarce. Hrvati prema popisu čine oko 90% stanovništva, a ostalo čine nacionalne manjine od kojih su najbrojniji Srbi koji čine oko 4,4% stanovništva.

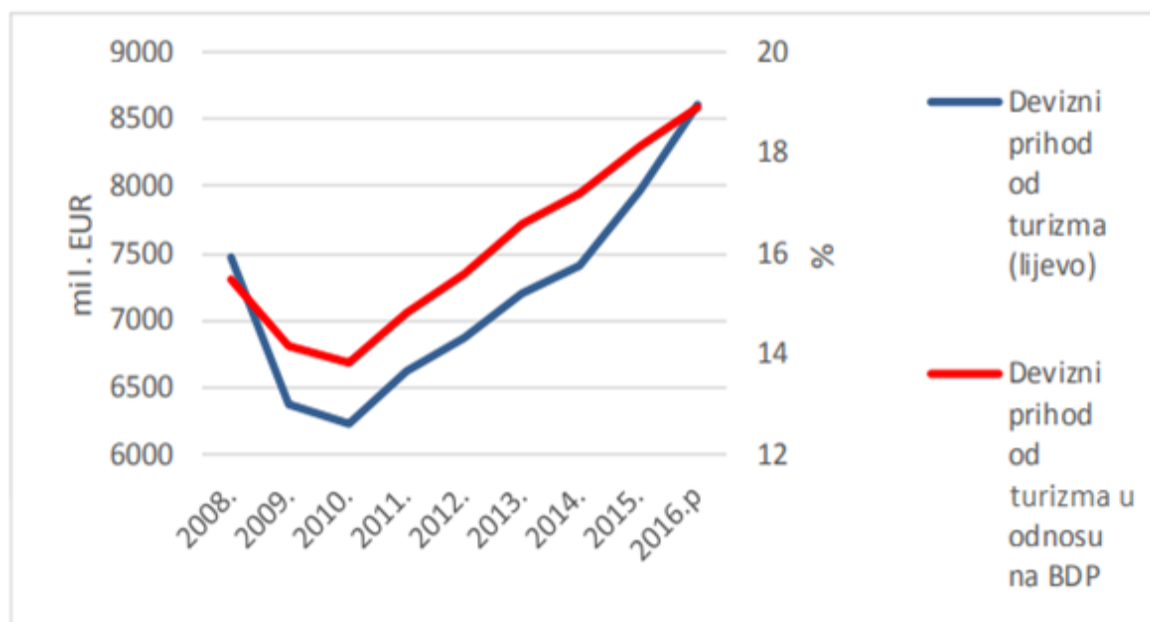
Prema Državnom zavodu za statistiku iz 2011. godine, u Republici Hrvatskoj najviše prevladava katolička vjera sa 86%, zatim pravoslavna sa 4,4% te islamska vjera sa 1,5%.

4.1.3. Gospodarstvo

Republika Hrvatska devedesetih godina ulazi u proces tranzicije prema otvorenom tržišnom gospodarstvu. 2009. godine pogođena je velikom financijskom krizom, ali ipak prema BDP-u ostaje bolja od nekih članica Europske unije. Nakon recesijskih godina, Hrvatska je ipak u protekle dvije godine uspjela preokrenuti negativne trendove i zabilježiti gospodarski rast. BDP je posljednjih godina bio obilježen recesijom, a pozitivni trendovi kretanja zabilježeni su u 2014. godini zbog pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, pa su te godine ostvarene visoke stope rasta robnog izvoza. Prema podacima Eurostat-a, BDP Hrvatske u 2016. godini je iznosio 50,43 milijarde USD, a BDP po stanovniku iznosio je 12 090 67 USD.

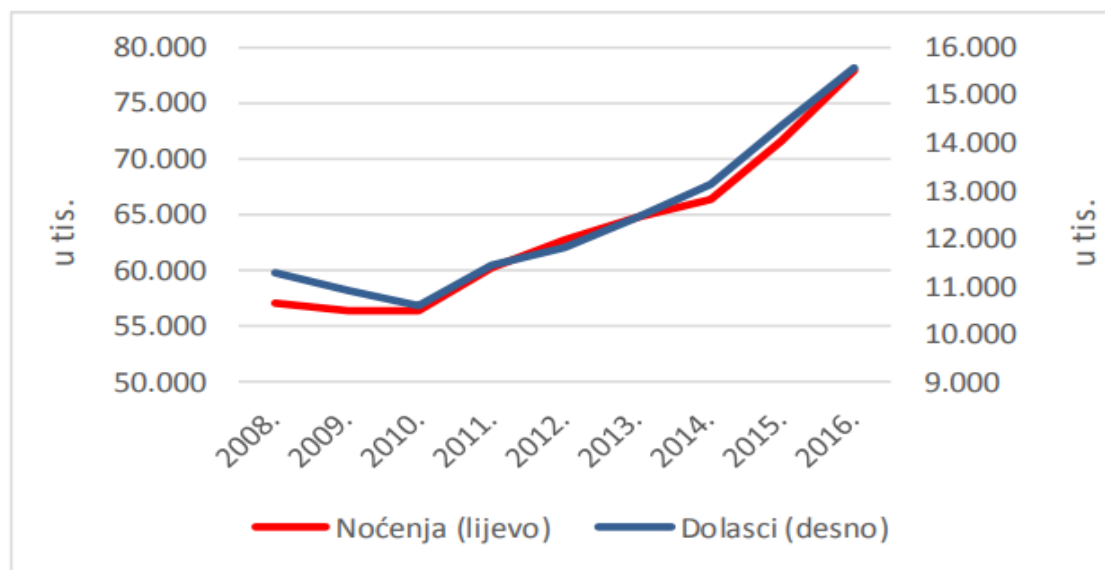
Najvažnija gospodarska grana je turizam sa 18% udjela u BDP-u 2016. godini (Slika 3). Iste godine zabilježeno je gotovo 15,6 milijuna turističkih dolazaka i oko 78 milijuna turističkih noćenja (Slika 4).¹² Ostale važne gospodarske grane u Hrvatskoj su poljoprivreda, trgovina, prehrambena industrija, metaloprerađivačka industrija, tekstilna industrija, kemijska industrija, drvoprerađivačka industrija, naftna industrija, elektroindustrija, graditeljstvo, pomorstvo i brodogradnja.

¹² Hrvatska gospodarska komora (2017.): Turizam u 2016. godini, str. 4., dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf> (15.03.2018.)



Slika 3. Kretanja deviznog prihoda od turizma u Republici Hrvatskoj

Izvor: Internetska stranica Hrvatske gospodarske komore, dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf>



Slika 4. Turistički dolasci i noćenja u Republici Hrvatskoj

Izvor: Internetska stranica Hrvatske gospodarske komore, dostupno na: <https://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf>

4.2. Republika Kostarika

4.2.1. Geografske značajke

Kostarika je nezavisna država u Srednjoj Americi. Ime Kostarika dolazi od španjolskih riječi *costa* i *rica* što znači bogata obala. Na sjeveru graniči sa Nikaragvom, a na jugoistoku sa Panamom. Na sjeveroistoku ima izlaz na Karipsko more, a na jugozapadu na Tihog ocean (Slika 5). Njena kopnena površina iznosi 51 100 km², a ima ukupno 1 290 km obale od čega je 212 km karipske obale, te 1 016 km pacifičke obale. Kostarika se sastoji od nizina u primorju Karipskog i Tihog oceana te od planinskih lanaca Kordiljera u unutrašnjosti. Za razliku od obale Karipskog mora, obala Tihog oceana je dobro razvedena, s poluotocima i zaljevima.

Glavni i najveći grad Kostarike je San José koji je smješten u Središnjoj dolini, a čini centar političke i ekonomske aktivnosti kao i glavno prometno središte u Kostariki (Slika 6).

U Kostariki je klima bitno uvjetovana reljefom. Prevladava savanski tip klime tj. klima je tropska sa kišnim razdobljem zimi, a sa sušnim razdobljem ljeti. Na višim nadmorskim visinama klimatski se uvjeti mijenjaju – temperature su niže, a količina padalina uvelike ovisi o izloženosti vlažnim strujanjima, te prevladava umjereni tip klime.

U najnižim dijelovima prevladavaju tropske prašume, dok u onim višim prevladavaju bjelogorične i crnogorične šume. Kostarika ima najveću gustoću biljnih i životinjskih vrsta na svijetu kao i raznolike autohtone vrste. Kostariki pripada i nenaseljen Kokosov otok (*Isla del Coco*) koji se nalazi oko 500 km od kopna, u Tihom oceanu, te je poznat po bogatoj endemskoj flori i fauni. Zbog obilja padalina riječna je mreža dobro razvijena, ali budući je kopno razdijeljeno središnjim planinskim lancima, nema velikih rijeka.



Slika 5. Geografski položaj Republike Kostarike u Srednjoj Americi

Izvor: Internetska stranica Maps-world.net, dostupno na: <http://www.maps-world.net/central-south-america.htm>



Slika 6. Republika Kostarika i važni gradovi te upravno-politička podjela na 7 provincija

Izvor: Internetska stranica 1carrent.com, dostupno na: <https://1carrent.com/costa-rica-map>

4.2.2. Stanovništvo

U povijesti je većina indijskih prastanovnika stradala u sukobima s konkvistadorima. Danas u 22 rezervata živi 8 plemenskih zajednica. Kolonizacijom u 16. stoljeću, mnoga plemena su protjerana u planinska područja gdje se još i danas nalaze njihovi potomci. Prema podacima Nacionalnog instituta za statistiku i popise (*Instituto Nacional de Estadística y Censos*) iz 2016. godine, Republika Kostarika broji 4 857 274 stanovnika. Stanovnici su uglavnom bijelci, španjolskog podrijetla i čine oko 87%, mestici čine oko 7%, crnci i mulati oko 3%, Azijci oko 2% te Indijanci oko 1% stanovništva.

U Repulici Kostariki dominantna religija je kršćanstvo, a katoličanstvo postaje službena državna religija donošenjem Ustava 1949. godine koji je ujedno donio zakon o slobodi vjeroispovijesti.

4.2.3. Gospodarstvo

Republika Kostarika ima znatne hidroenergetske potencijale, pa tako oko 80% električne energije prima iz hidrocentrala. Najvažnije gospodarske grane su turizam, poljoprivreda i elektronička industrija. Prema podacima Svjetske banke, BDP Republike Kostarike u 2016. godini je iznosio 57,44 milijardi USD (Slika 7), a BDP po stanovniku iznosio je 11 824 64 USD.

Republika Kostarika se 1980-ih godina razvija u jednu od stabilnijih zemalja Srednje Amerike, a procvat kostarikanskog turizma počeo je 1987. godine otkada se broj turističkih dolazaka i prihoda povećava preko 10% godišnje, generirajući u 2000. godini preko milijun dolazaka uz procijenjeni devizni priljev od gotovo 1,4 mlrd. USD, ne uključujući još toliku potrošnju koju ostvaruju strani avioprijevoznici i organizatori putovanja.¹³ Turistički dolasci od tada nastavljaju rasti (Slika 8). Glavni poljoprivredni i prehrambeni proizvodi su kava, šećer, riža, ananas, banane, grašak, kukuruz, riba i krumpir. Uvoz Kostarike najviše se odnosi na naftu, derivate, sirovine te na opremu i robu široke potrošnje. U izvozu su najviše zastupljene turističke usluge, elektronika, hrana i električna energija. Od 01.01.1995. godine Kostarika je članica Svjetske trgovinske organizacije.

¹³ Journal article, S. Geić (2004): Organizacija ekoturizma Kostarike, str. 150. (18.03.2018.)



Slika 7. Realna stopa rasta BDP-a Republike Kostarike

Izvor: Internetska stranica Trading economics, dostupno na: <https://tradingeconomics.com/costa-rica/gdp>



Slika 8. Međunarodni turistički dolasci Republike Kostarike kroz godine

Izvor: Internetska stranica Trading economics, dostupno na: <https://tradingeconomics.com/costa-rica/international-tourism-number-of-arrivals-wb-data.html>

5. PONUDA I RAZVOJNE MOGUĆNOSTI ZELENOG TURIZMA U HRVATSKOJ I KOSTARIKI

5.1. Trenutno stanje i razvojni potencijali zelenog turizma Republike Kostarike

Danas je Republika Kostarika jedna od vodećih ekoturističkih destinacija u svijetu. Kao i u mnogim drugim zemljama, glavni razvojni potencijal za razvoj ekoturizma čine nacionalni parkovi. Sustav zaštite nacionalnih parkova Kostarike uveden je 1969. godine i rastao je tako da je do 1990. godine uključivao oko 230 različitih zaštićenih područja, sa različitim ograničenjima i pravilima korištenja, uključujući turizam. Iako mala zemlja, danas više od 25% njenog ukupnog teritorija čine zaštićena područja, dok je u svijetu prosjek oko 3%. Republika Kostarika ima 28 nacionalna parka (Slika 9), 71 sklonište divljih životinja, 31 zaštićenu zonu, 12 močvarnih područja, 9 šumskih rezervata i 8 bioloških rezervata.¹⁴ Prema podacima Svjetske banke, postotak zaštićenih kopnenih područja u Kostariki zabilježen je u 2014. godini na 27,44% od njene ukupne površine (Slika 10).

Republika Kostarika obiluje prelijepim plažama, egzotičnom faunom i geološki jedinstvenim vulkanskim pejzažima sa najvećim brojem aktivnih vulkana u svijetu, te zadivljujućim koraljnim grebenima na obali Karipskog mora. Također ima brojne šume i tropske prašume, a te zone bogate su biološkom raznolikošću i čine dom brojnih vrsta ptica, sisavaca, gmazova, vodozemaca i insekata.

Republika Kostarika sa svojih 0,035% Zemljine površine sadrži 5% svjetske biološke raznolikosti. Ima više vrsta ptica (850) nego što sadrže Sjedinjene Američke Države i Kanada zajedno, više vrsta leptira nego u cijeloj Africi, više od 6 000 vrsta cvjetnica (uključujući 1 500 vrsta orhideja) i više 35 000 vrsta insekata.¹⁵

Nacionalni parkovi nadopunjeni su brojnim privatnim rezervatima prirode od kojih više od 100 sadrže ekološke kućice (*eco-lodges*) te pružaju turističke usluge i aktivnosti poput pješaćenja šumama i prašumama, promatranje ptica, razgledavanje farmi leptira i sl.

¹⁴ Internetska stranica Institut za turizam Kostarike, dostupno na: <http://www.ict.go.cr/en/documents/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/visita-a-las-%C3%A1reas-silvestres-protegidas-sinac/885-2015/file.html> (25.03.2018.)

¹⁵ M. Honey (2003.): Giving a grade to Costa Rica's green tourism, str. 40. (25.03.2018.)

Važan čimbenik koji doprinosi uspjehu Kostarike da se pozicionira kao turistička destinacija jest teritorijalna blizina Sjedinjenih Američkih Država, koja doprinosi sa više od polovicu turista u Kostariki. Osim toga, Kostarika ima dugu povijest političke stabilnosti i ističe se među ostalim zemljama Srednje Amerike po svojoj sigurnosti i miroljubivom karakteru. Konačno, Kostarika ima relativno visok životni standard u usporedbi s drugim zemljama Srednje Amerike i ima izgrađenu sliku o zaštiti okoliša.¹⁶

Zeleni turizam u Kostariki je doživio velik porast pa je ona već 1990. godine premašila tadašnje vodeće ekoturističke destinacije poput Kenije, Nepala i otočja Galapagos. 1992. godine Američko društvo za pustolovna putovanja nazvalo je Kostariku ekoturističkom destinacijom broj jedan u svijetu. Do 1993. godine turizam je postao glavni izvor inozemnih prihoda i pretekao je dotadašnje glavne izvore Kostarike, kavu i banane.¹⁷

Ekoturizam predstavlja vodeći pojam u razvojnoj strategiji Kostarike. Svoju turističku industriju razvila je održivo i odgovorno, zaštitom svojih jedinstvenih prirodnih bogatstava, a u isto vrijeme donoseći ekonomske mogućnosti ruralnim područjima. Pozitivni učinci razvoja zelenog turizma na okoliš i gospodarstvo su neosporivi, a Republika Kostarika uspjela je zaštititi svoje netaknute krajolike od opasnosti razorne poljoprivredne politike.

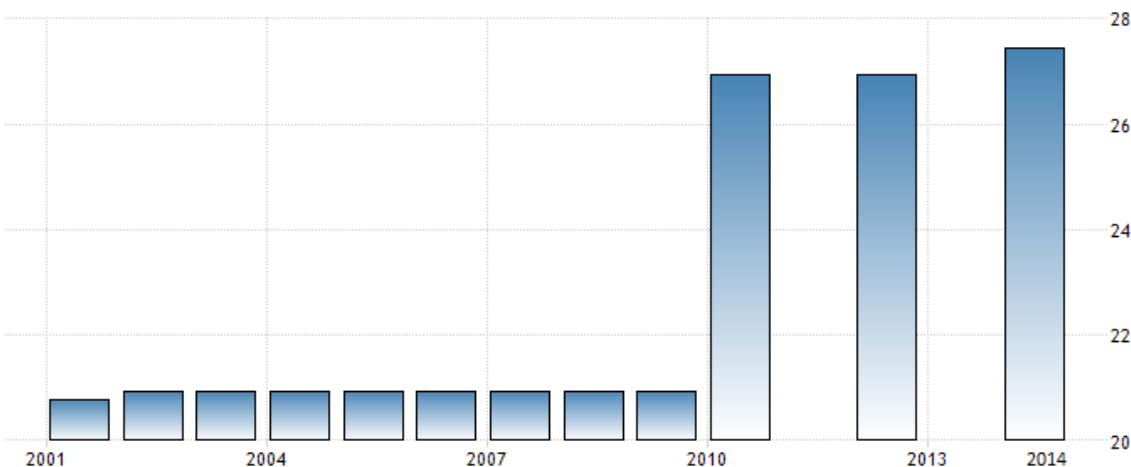
¹⁶ E. McKeone (2011): Ecotourism in Costa Rica: Environmental Impacts and Management, str. 10. (25.03.2018.)

¹⁷ M. Honey (2003.): Giving a grade to Costa Rica's green tourism, str. 40. (25.03.2018.)



Slika 9. Geografski prikaz nacionalnih parkova Republike Kostarike

Izvor: Internetska stranica Costa Rica information, dostupno na: <http://costarica-information.com/nature/national-parks-other-protected-areas/national-parks>



Slika 10. Postotak zaštićenih kopnenih područja u Republici Kostariki kroz godine

Izvor: Internetska stranica Trading economics, dostupno na: <https://tradingeconomics.com/costa-rica/terrestrial-protected-areas-percent-of-total-land-area-wb-data.html>

U Republici Kostariki nacionalni parkovi su pod zaštitom odjela SINAC (*National System of Conservation Areas*) koji je dio Ministarstva zaštite okoliša, energetike i telekomunikacija (MINAE) u Kostariki. Zaštićena su i tri prirodna područja u okviru UNESCO Svjetske baštine:

- ❖ Kokosov otok
- ❖ Internacionalni park La Amistad
- ❖ Zaštićena područja Guanacastea

Prema podacima Instituta za turizam Kostarike u 2016. godini, kao glavni razlog posjeta Kostariki čine sunce i plaže, pa je on zauzeo prvo mjesto sa udjelom od 72,1% posjetitelja, dok je ekoturizam zauzeo drugo mjesto sa 66,3% posjetitelja. Slijede ih pustolovne aktivnosti sa 53,3%, zdravstveni turizam sa 35%, športske aktivnosti sa 22,2% te posjete kulturnim znamenitostima sa 17,2% posjetitelja (Tablica 3).

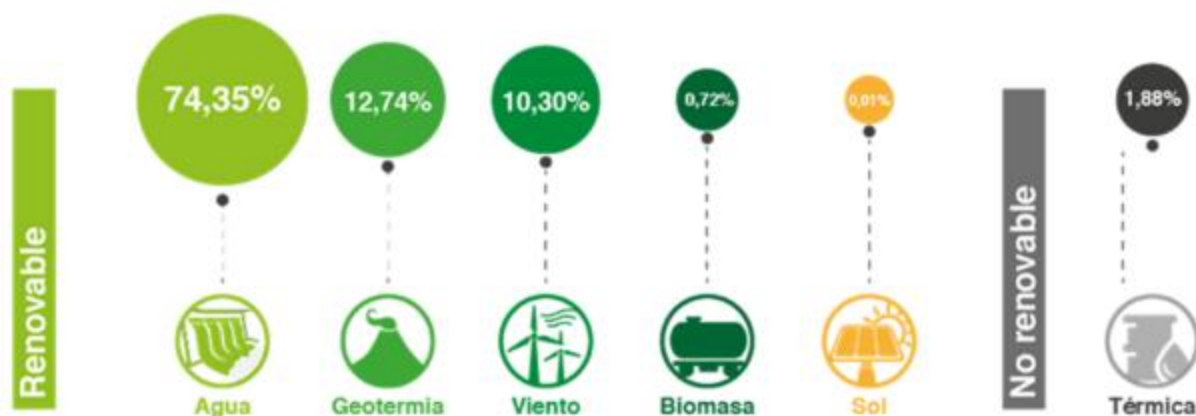
Tablica 3. Postotak turista koji su posjetili Kostariku u razdoblju od 2014.-2016. godine prema navedenim grupama aktivnosti

GRUPE	GLAVNI RAZLOG POSJETA KOSTARIKE		
	UKUPNO	OSOBNİ RAZLOZI	POSLOVNI RAZLOZI
SUNCE I PLAŽA	72,1	80,2	28,7
EKOTURIZAM	66,3	73,7	21,5
PUSTOLOVNE AKTIVNOSTI	53,3	60,0	14,6
ZDRAVSTVENI TURIZAM	35,0	39,4	10,3
ŠPORT	22,2	25,1	6,0
KULTURNI TURIZAM	17,2	19,3	7,1

Izvor: Izrada autorice prema Institut za turizam Kostarike, dostupno na:

<http://www.ict.go.cr/en/documents/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/actividades-realizadas/1033-2014-2016/file.html>

Republika Kostarika nije samo vodeća zemlja održivog razvoja turizma već je i jedan od predvodnika ekološke energetike. Naime, 2016. godine Kostarika je zaustavila proizvodnju fosilnih goriva za potrebe električne energije i umjesto toga započela proizvodnju iz obnovljivih izvora. Pa se tako električna energija proizvodi iz hidroelektrana, geotermalnih elektrana, vjetroelektrana, solarnih i elektrana na biomasu, a mali dio proizvodi se iz dizelskih elektrana. Vlada Kostarike donijela je 2007. godine plan da Kostarika do 2021. godine bude prva zemlja na svijetu s nultom emisijom ugljika, čime bi se uvelike pridonijelo zaštiti njihovih prašuma.



Slika 11. Električna matrica Kostarike 2016. godine

Izvor: Internetska stranica Instituta za energetiku Kostarike, dostupno na:
https://www.grupoice.com/wps/wcm/connect/8823524c-7cc7-4cef-abde-a1f06e14da0e/matriz_folleto_web2.pdf?MOD=AJPERES&CVID=l8SK4gG

Kao što je prikazano na Slici 11, iz obnovljivih izvora, hidroenergija čini dominantan izvor energije u Kostariki te zauzima gotovo $\frac{3}{4}$ proizvodnje električne energije u 2016. godini sa 74,35%. Iza nje slijedi geotermalna energija koja je u 2016. godini iznosila 12,74%, zatim vjetroelektrana sa udjelom od 10,30%, biomase sa 0,72% i solarna energija sa samo 0,01%. Od neobnovljivih izvora, termoelektrane s dizelskim gorivom čine 1,88% izvora energije.

5.1.1. Primjeri ponude zelenog turizma Republike Kostarike

5.1.1.1. Marketinški splet: nacionalni park Corcovado

1) PROIZVOD

Nacionalni park Corcovado nalazi se na poluotoku Osa u jugozapadnoj Kostariki (Slika 12). Osnovan je 1975. godine i obuhvaća površinu od 425 km², što čini oko trećinu poluotoka Osa i što ga čini najvećim nacionalnim parkom Kostarike. Smatra se biološki najintenzivnijim mjestom na Zemlji. Budući da je Osa u prošlosti bio otok, neke životinje koje su ga nastanjivale započele su zasebnu evoluciju, pa područje sadrži podvrste koje se ne nalaze nigdje drugdje na Zemlji. Corcovado je jedan od najprivlačnijih nacionalnih parkova u Kostariki i predstavlja jedinstveno mjesto za otkrivanje blagodatni prirodnog svijeta.

Divljina i priroda Corcovada obuhvaća više od 13 vrsta raznih staništa zajedno s plažama, zaleđem sa slatkom vodom, nizinskim prašumama, močvarama, potocima i lagunama. Sa zaštićenih 41 700 hektara plitkih laguna, močvara, rijeka, te 46 km pješčane plaže, Corcovado predstavlja jedinstveni ekosustav Srednje Amerike.¹⁸

2) CIJENA

Cijena za pristup nacionalnom parku iznosi 15 USD po osobi po danu. Uz cijenu posjetitelji od 2014. godine moraju imati unajmljenog lokalnog vodiča koji je ovlašten od strane Instituta za turizam Kostarike. Bez pratnje vodiča moglo se pristupiti prije 2014. godine, no pravila su uvedena kako bi se smanjile nesreće.

3) DISTRIBUCIJA

Na stranici www.corcovado.com moguće su rezervacije smještaja što uključuje noćenje u kampu. Nude se razni oblici vođenja što uključuje: obilazak nacionalnog parka (100 USD po osobi), obilazak biološkog rezervata otoka Cano (90 USD po osobi), organizirano ronjenje (145 USD po osobi), jahanje (65 USD po osobi), noćni obilazak parka (55 USD po osobi), ribolov (453 USD po osobi cijeli dan, a 350 USD po osobi za 4 sata).

¹⁸ Internetska stranica Visit Costa Rica, dostupno na: <https://www.visitcostarica.com> (28.03.2018.)

4) PROMOCIJA

Na službenoj stranici nacionalnog parka nalaze se razne informacije o samom parku kao i ponude za različite aktivnosti i vođenja dostupna u parku. Na stranici Turističke zajednice Kostarike su također dostupne informacije o načinu pristupa parku te vrsti prijevoza, kao i rute obilaska. Na stranici Lapa Rios eko-kućica www.laparios.com nalaze se informacije o nacionalnom parku i zanimljivostima vezanih za park.

5) LJUDI

Corcovado predstavlja raj za ljubitelje prirode, planinare, istraživače i znanstvenike. Idealno je mjesto za ekoturističke posjetitelje, koji traže blizak kontakt s prirodom. Lokalno stanovništvo aktivno je uključeno u zaštitu svojih prirodnih područja i održivo korištenje.

6) PROCES

Na službenoj stranici Corcovada dostupne su aktivnosti poput pješaćenja, planinarenja i kampiranja. Sve aktivnosti posjetitelja moraju imati minimalan utisak na prirodu i okruženje. Na stranici Turističke zajednice Kostarike nalaze se detaljne informacije kao što su: kako doći do Corcovada, kontakt brojevi i adrese pojedinih ulaza u park.

7) FIZIČKO OKRUŽENJE

Područje nacionalnog parka uključuje oko 500 vrsta stabala, što čini čak četvrtinu vrsta drveća u Kostariki. Corcovado također obuhvaća oko 6 000 insekata, 140 sisavaca, gotovo 367 vrsta ptica od kojih je 20 endemičnih, 116 vrsta vodozemaca i gmazova te 40 vrsta riba. Neki od najčešćih divljih vrsta uključuju jaguare, 4 vrste morskih kornjača, 220 vrsta leptira, krokodile, brojne vrste majmuna, zmija i sl.¹⁹

Što se tiče razvijenosti infrastrukture, u park je moguće pristupiti preko 4 glavna ulaza: Sirena, La Leona, San Pedrillo i Los Patos. Moguće je pristupiti cestom, brodom ili zakupljenim (*charter*) letom (samo preko Sirena Ranger Station).

¹⁹ Internetska stranica Visit Costa Rica, dostupno na: <https://www.visitcostarica.com> (28.03.2018.)



Slika 12. Geografski prikaz nacionalnog parka Corcovado u Republici Kostariki

Izvor: Internetska stranica Corcovado Travel, dostupno na: <https://corcovadotravel.weebly.com/looking-to-the-future.html>



Slika 13. Nacionalni park Corcovado, pogled iz zraka

Izvor: Internetska stranica Lonely planet, dostupno na: <https://www.lonelyplanet.com/costa-rica/southern-costa-rica/travel-tips-and-articles/osa-peninsula-a-guide-to-costa-ricas-most-intrepid-corner/40625c8c-8a11-5710-a052-1479d276dc02>

5.1.1.2. Marketinški splet: eko-kućice Lapa Rios

1) PROIZVOD

Jedan od nedavnih ekoturističkih razvoja je nastanak ekoloških domova tj. eko-kućica. To je naziv za smještaj koji je u skladu s okolišem i održivim korištenjem resursa, a smještajem upravljaju lokalni stanovnici. Jedne od najposjećenijih eko-domova su i eko-kućice Lapa Rios, smještene na poluotoku Osa u jugozapadnoj Kostariki (Slika 14). Eko-kućice Lapa Rios (*Lapa Rios eco lodge*) naziv je za kompleks od 17 kućica koji doprinosi očuvanju više od 1 000 hektara primarne i sekundarne prašume te pomaže u razvoju lokalne zajednice (Slika 15). Od svog osnutka 1993. godine, Lapa Rios osvojio je brojne nagrade zbog svog postignuća.

Prema zakonu vlade Republike Kostarike, svi turistički smještajni objekti moraju zadovoljiti određene norme CST programa (*Certification for Sustainable Tourism*), gdje moraju funkcionirati na način da imaju minimalni utisak na okoliš. Pa se tako u Lapa Rios kućicama zagrijavanje vode u toaletima i stropnim ventilatorima odvija putem solarne energije, a ne klima uređajima. Koriste se biološko-razgrađivi sapuni za pranje, staklo i plastika se recikliraju, a voda za piće i kuhanje se pročišćava upotrebom bakterija, enzima i vodenih ljljana. Cijelo naselje funkcionira kao održivo poslovanje koje služi lokalnoj zajednici i očuvanju okoliša. Oprezni su u očuvanju energije putem pasivnog uređenja i korištenja obnovljivih izvora, kao i korištenja otpada i kanalizacije. A najvažnije od svega, prilikom gradnje eko-kućica nije bilo rezanja drveća.

2) CIJENA

Njihova ponuda obuhvaća smještaj i programe za medeni mjesec, obiteljska putovanja, za avanturiste i za one koji se žele isključivo opustiti tijekom boravka. Cijene se kreću od 585 USD u zimskom razdoblju do 1 100 USD u ljetnom razdoblju. Po cjenovnom rangi spadaju među luksuznije eko-domove u Kostariki.

3) DISTRIBUCIJA

Rezervacija i plaćanje smještaja u Lapa Rios eko-kućicama mogući su preko njihove službene stranice www.laparios.com, a također su mogući i preko stranica www.booking.com, www.hotels.com, www.i-escape.com i dr. Na službenoj stranici Lapa Rios u sklopu njihove

ponude nudi se isplanirani itinerer od 5 dana za avanturističke posjetitelje, obitelji, mladence te posjetitelje koji žele isključivo odmor i opuštanje tijekom boravka.

4) PROMOCIJA

Na službenoj stranici Lapa Rios nalaze se razne brošure o vođenjima koja se nude kao što su vođenja kroz prašume u pratnji vodiča, posjet vodopadima i slapovima, promatranje životinja, pješačenje, posjet vrtovima ljekovitih biljaka uz prezentaciju lokalnih vodiča, posjete plažama, noćni obilasci, sadnja drveća, kajakarenje, jahanje i surfanje. Informacije o Lapa Rios kućicama nalaze se i na stranicama www.nationalgeographiclodges.com, www.cayugacollection.com, www.caminotravel.com, www.adventuresmithexplorations.com, www.naturalworldsafaris.com i dr.

5) LJUDI

Lokalna zajednica aktivno doprinosi očuvanju i zaštiti okoliša te zbrinjavanju ugroženih životinjskih vrsta. Cjelokupno stanovništvo usmjerava svoje napore u korištenju održivog načina poslovanja. U nevjerojatnom okruženju, gosti Lapa Rios smještaja mogu uživati u jedinstvenoj avanturi bujnih prašuma, egzotičnih životinja i morskih aktivnosti u oceanu. Lapa Rios smještaj je idealan izbor kako za avanturističke posjetitelje koji žele uživati u otkrivanju divljine, tako i za one koji su usmjereni na miran i opušten odmor (Slika 16).

6) PROCES

Na službenoj stranici Lapa Rios dostupan je odjeljak za dopisivanje posjetitelja sa Lapa Rios osobljem, koji posjetiteljima omogućuje brze odgovore na njihova pitanja. Dostupni su kontakt telefoni, e-mail adrese, njihova lokacija, smjernice za dolazak na odredište, kao i posebne ponude i popusti za pretplatnike njihove stranice.

7) FIZIČKO OKRUŽENJE

Lapa Rios eko-kućice nalaze se u srcu prašuma na poluotoku Osa te u blizini nacionalnog parka Corcovado. Imaju pristup iznimno bogatoj flori i fauni te izlaz na Pacifički ocean. Do Lapa Rios se može doći cestom, avionom ili preko njihove privatne usluge prijevoza, dostupne na njihovoj službenoj stranici.



Slika 14. Geografski prikaz lokacije Lapa Rios smještaja u Republici Kostariki

Izvor: Internetska stranica Solaripedia, dostupno na: http://www.solaripedia.com/13/203/2061/lapa_rios_map.html



Slika 15. Eko-kućice Lapa Rios, pogled iz zraka

Izvor: Internetska stranica Lapa Rios, dostupno na: <https://www.laparios.com/>



Slika 16. Izgled jedne eko-kućice Lapa Rios

Izvor: Internetska stranica It's a green green world, dostupno na:

http://www.itsagreengreenworld.com/public/eco_accommodation512.html

5.1.1.3. Marketinški splet: zelene aktivnosti Republike Kostarike

1) PROIZVOD

Aktivnosti zelenog turizma dostupne su u cijeloj Kostariki i čine spoj luksuznog i avanturističkog karaktera. Posjetitelji imaju mogućnost iskusiti bogati biljni i životinjski svijet, a to uključuje obilazak aktivnih vulkana, pješaćenje, planinarenje, rafting, kajakarenje, ronjenje, surfanje, skakanje sa užeta (*bungee jumping*), jahanje, vožnja biciklima na brdu, športski ribolov, vožnja na užetu kroz šumu (*canopy tour*) i promatranje raznih životinja (*bird watching, turtle watching, whale watching, frog watching, monkey watching*). Dostupne su još i posjete lokalnim plantažama kave i banana, biljnim i životinjskim farmama, sadnja drveća te brojne druge aktivnosti.

2) CIJENA

Cijene navedenih aktivnosti koje se nude u Kostariki dostupne su na stranicama turističkih agencija Kostarike koji organiziraju zelene aktivnosti. Od najpopularnijih aktivnosti u Kostariki mogu se izdvojiti približne cijene koje su dostupne na službenim stranicama pojedinih agencija.

Pa se tako primjerice za ronjenje cijene kreću od 140 USD, cijene raftinga od 60 USD, promatranje ptica od 45 USD, promatranje kitova od 90 USD i sl.

3) DISTRIBUCIJA

Na službenoj stranici Turističke zajednice Kostarike www.visitcostarica.com, moguće je pronaći razne ponude zelenih aktivnosti, od avanturističkih športova do promatranja životinja. Cijene za pojedine aktivnosti nisu navedene, kao ni prijedlozi turističkih agencija koje nude tražene aktivnosti, već se na stranici nalazi geografski prikaz prijedloga najboljih mjesta za izvođenje pojedinih aktivnosti, primjerice otoka, plaža i staza.

4) PROMOCIJA

Cjelokupna promocija Kostarike usmjerena je na isticanju njenih prirodnih bogatstava i biološke raznolikosti. Razvoj zelenog turizma prati i razvoj brojnih prirodnih aktivnosti koje imaju minimalan utjecaj na okoliš. Promocija se vrši putem raznih internetskih stranica koje sadrže informacije o zelenim aktivnostima u Kostariki, od službene stranice Turističke zajednice do brojnih drugih.

5) LJUDI

Kostarika predstavlja idealno odredište za ekoturističke posjetitelje i kao takva se istaknula na tržištu. Stanovništvo Kostarike prepoznalo je dobrobit u osmišljavanju zelenih aktivnosti koje će posjetiteljima nuditi nezaboravno putovanje, a ujedno biti ekološki održive. Zelene aktivnosti iz godine u godinu postižu sve veću potražnju, a samim time i ponuda postaje sve više raznolika.

6) PROCES

Na službenoj stranici Turističke zajednice Kostarike nisu navedeni kontakti agencija koje nude zelene aktivnosti. Za kontakt i rezervaciju pojedinih usluga potrebno je putem tražilice pronaći službene stranice turističkih agencija koje nude određene vrste aktivnosti.

7) FIZIČKO OKRUŽENJE

Cjelokupan teritorij Kostarike nevjerojatne prirodne raznolikosti i povoljnog geografskog položaja, pogoduje razvoju zelenih aktivnosti, gdje posjetitelji mogu iskusiti bogatstvo jedinstvene flore i faune te prirodnih spektakla, uz doprinos očuvanju prirodne baštine.

5.2. Trenutno stanje i razvojni potencijali zelenog turizma Republike Hrvatske

Republika Hrvatska zemlja je jedinstvenih i raznolikih prirodnih ljepota od kojih su neke poznate u cijelom svijetu. Među najljepšim i najvrednijim područjima zaštićeni su 8 nacionalnih parkova, 11 parkova prirode, te 2 stroga rezervata (Slika 17). Iako se već u 13. stoljeću javljaju prve zakonske norme ograničenja sječe šuma na području Dubrovnika, Trogira i Korčule, službeni sustav zaštite prirodnih područja javlja se krajem 19. stoljeća. U Republici Hrvatskoj danas je zaštićeno 8,54% njene ukupne površine, što ukupno iznosi 408 zaštićenih područja, a najveći dio zauzimaju parkovi prirode koji čine 4,9% ukupnog državnog teritorija (Tablica 4).



Slika 17. Geografski prikaz nacionalnih parkova, parkova prirode te strogih rezervata Republike Hrvatske

Izvor: Internetska stranica Hrvatska.eu, dostupno na: <http://croatia.eu/article.php?id=13&lang=1>

Tablica 4. Popis zaštićenih područja Republike Hrvatske po kategorijama

KATEGORIJA	BROJ ZP	POVRŠINA (km ²)	% POVRŠINE RH
STROGI REZERVAT	2	24,19	0,03
NACIONALNI PARK	8	979,63	1,11
POSEBNI REZERVAT	77	400,11	0,45
PARK PRIRODE	11	4320,48	4,90
REGIONALNI PARK	2	1025,56	1,16
SPOMENIK PRIRODE	80	2,27	0,003
ZNAČAJNI KRAJOBRAZ	82	1331,28	1,51
PARK – ŠUMA	27	29,54	0,03
SPOMENIK PARKOVNE ARHITEKTURE	119	8,36	0,01
Površina zaštićenih područja unutar drugih zaštićenih područja		593,39	0,67
UKUPNO ZP U RH	408	7528,03	8,54

Izvor: Izrada autorice prema internetskoj stranici Hrvatska agencija za okoliš i prirodu, dostupno na:
<http://www.haop.hr/hr/tematska-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-rh>

Pojedina zaštićena područja uključena su u međunarodne sustave zaštite prirode. Plitvička jezera nalaze se na UNESCO popisu svjetske prirodne baštine; planina Velebit i regionalni park Mura–Drava–Dunav dijelovi su međunarodne mreže rezervata biosfere MaB (Man and the Biosphere), a Kopački rit, Lonjsko polje, Delta Neretve, Crna Mlaka, a od 2013. godine i Vransko jezero, nalaze se na popisu međunarodno vrijednih močvara (Ramsarska konvencija). Park prirode Papuk dio je europske mreže geoparkova. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine, sva zaštićena područja, ali i ona prepoznata kao vrijedna, postaju dijelom ekološke mreže kopnenih i morskih područja Natura 2000.²⁰

²⁰ Internetska stranica Hrvatska.eu, dostupno na: <http://croatia.eu/article.php?id=13&lang=1> (03.04.2018.)

Natura 2000 naziv je za ekološku mrežu koja je sastavljena od područja ključnih za očuvanje ugroženih vrsta i staništa u Europskoj uniji. Njen cilj je očuvanje te ponovna uspostava ravnoteže ugroženih biljnih i životinjskih vrsta. U Natura 2000 uključeno je gotovo 20% teritorija EU, što je čini najvećim sustavom očuvanih područja u svijetu. U pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji, Državni zavod za zaštitu prirode (DZZP) ustanovio je oko 1 000 hrvatskih područja koja bi trebala biti dio ekološke mreže Natura 2000, a odabir područja je utemeljen na standardnim kriterijima koji se primjenjuju jednako kod svih država Europske unije.

Republiku Hrvatsku karakterizira osebujna biološka raznolikost i smatra se da je Hrvatska ispred većine europskih zemalja po broju zastupljenih biljnih vrsta. Fauna primorske Hrvatske po svojim se klimatskim karakteristikama uvelike razlikuje od vegetacije u unutrašnjosti zemlje. Iznimno je rijetko pronaći takvu raznolikost staništa na prostoru jedne male zemlje kao što je Hrvatska. Razlike se osobito očituju u šumskoj vegetaciji, ali i u ostalim biljnim vrstama. Na jadranskim otocima i planinskim masivima Biokovo i Velebit, nalazi se velik broj endemičnih vrsta flore, dok je endemična fauna najzastupljenija u podzemnim staništima, na otocima i u krškim rijekama jadranskog slijeva. Cjelokupan popis biološke raznolikosti Hrvatske još uvijek ne postoji, a svake godine se otkrivaju nove vrste i podvrste. Broj poznatih vrsta iznosi oko 38 000, dok je pretpostavljeni broj vrsta znatno veći - od 50 000 do 100 000, što je vrlo visok broj za relativno malu zemlju.

Za razliku od Republike Kostarike, koja je svoj cjelokupni razvoj utemeljila na zelenom turizmu, u Republici Hrvatskoj je takav oblik turizma još uvijek izrazito slabo razvijen. Prema Strategiji razvoja turizma u RH do 2020. godine, procijenjeno je da je ekoturizam proizvod s izraženom perspektivom razvoja, s rastom između 10%-20% godišnje. No, zabrinjavajuća je činjenica kako je ekoturizam u Hrvatskoj zapostavljen čak i u većini zaštićenih prirodnih lokaliteta. Takav selektivni oblik turizma ipak ima velik potencijal razvoja ako se njime upravlja na pravilan i održiv način.

Republika Hrvatska susreće se s mnogim okolišnim izazovima turizma među kojima se ističe nepromijenjena nepovoljna prostorna i sezonska raspodjela turista:

- s čak 96% od ukupnog turističkog prometa u primorskim županijama tijekom glavne ljetne turističke sezone, što osjetno opterećuje komunalnu infrastrukturu, a time i sastavnice okoliša,

- s brzo rastućim brojem posjetitelja u zaštićenim područjima, što predstavlja rizik od preopterećenosti prostora i okoliša.

Propisane mjere za unapređenje ovog dijela okolišne održivosti su s jedne strane uvažavanje nosivog kapaciteta i ograničavanje daljnjeg fizičkog rasta aktivnosti u najopterećenijim područjima, odnosno razvoj turističke ponude izvan glavne ljetne sezone i u trenutno manje turistički razvijenim područjima s druge strane.²¹ Tablica 5 prikazuje smjernice za razvoj ekoturizma Republike Hrvatske prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine.

Tablica 5. Smjernice za razvoj ekoturizma u Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine

NOVA IZGRADNJA	• Stvaranje kritične mase zaokruženih ekoturističkih kompleksa (eko turistička naselja, eko kampovi, pojedinačni objekti) na području i/ili u neposrednoj blizini nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih za to prikladnih lokacija u ruralnom okruženju, otocima i/ili zaštićenim prirodnim područjima; • Izgradnju u nacionalnim parkovima, parkovima prirode i drugim zaštićenim područjima potrebno je usuglasiti s nadležnim Ministarstvom.
PRIORITETNE MJERE RAZVOJA	• Utvrđivanje maksimalnog broja istodobnih posjetitelja te prilagodba sustava obilaska nacionalnih parkova, parkova prirode i drugih zaštićenih područja uključujući i 'dane mirovanja'; • Utvrđivanje prikladnih sadržaja i veličine turističko-ugostiteljske ponude u nacionalnim parkovima, parkovima prirode i drugim zaštićenim područjima; • Podizanje razine kvalitete postojeće smještajne i druge uslužne ponude u nacionalnim parkovima, parkovima prirode i drugim zaštićenim područjima; • Definiranje modela funkcioniranja komercijalnih ugostiteljsko-turističkih sadržaja u nacionalnim parkovima te ostalim zaštićenim područjima (koncesije); • Uspostava suvremenih centara za posjetitelje uz ključne atrakcije s informativno-edukacijskim funkcijama; • Zoniranje ekoturističkih područja Hrvatske s ciljem uspostavljanja mreže lokaliteta s različitim razinama zaštite, sadržajima i iskustvima; • Stvaranje međunarodno prepoznatljivog ekoturističkog imidža.
OSTALE MJERE RAZVOJA	• Daljnji razvoj prostorne interpretacije; • Klastersko udruživanje lokalnih ponuđača različitih usluga; • Daljnji razvoj okolišno odgovorne ili 'zelene' rekreacijske infrastrukture.

Izvor: Izrada autorice prema Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str. 54.

²¹ Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, str.15. (03.04.2018.)

5.2.1. Primjeri ponude zelenog turizma Republike Hrvatske

5.2.1.1. Marketinški splet: nacionalni park Plitvička jezera

1) PROIZVOD

Nacionalni park Plitvička jezera su najveći i najstariji nacionalni park u Republici Hrvatskoj. Nalazi se u Gorskoj Hrvatskoj na području Ličko-senjske i Karlovačke županije. Zbog svoje iznimne prirodne ljepote, već je 1949. godine proglašen prvim nacionalnim parkom u Hrvatskoj, a 1979. godine uvršten je na popis UNESCO-ve Liste svjetske baštine. 1997. godine područje je prošireno i od tada zauzima površinu oko 300 km².

U Plitvičkim jezerima, jezera nastaju procesom osedranja koji dovodi do stvaranja sedrenih barijera, a one zatim prethode stvaranju jezera koja su vidljiva u parku (Slika 18). Jezerski sustav čini 16 imenovanih i nekoliko manjih, kaskadno poredanih jezera. Zbog geološke podloge i karakterističnih hidrogeoloških uvjeta, jezerski je sustav podijeljen na Gornja i Donja jezera. 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, formirana na nepropusnim dolomitima. Gornja jezera su prostranija, razvedenija i blažih obala u odnosu na Donja jezera. Donja jezera, koja čine jezera Milanovac, Gavanovac, Kaluđerovac i Novakovića Brod, nastala su u propusnoj vapnenačkoj podlozi usječena u uski kanjon strmih padina. Jezera završavaju slapovima Sastavcima, podno kojih počinje tok rijeke Korane.²²

2) CIJENA

Park je otvoren tokom cijele godine te se posjetiteljima nude dodatne aktivnosti planinarenja, skijanja i sanjkanja, te biciklizma. Cijene za aktivnosti dostupne su preko kontakt telefona navedenom na stranici. Cijene ulaznica za park van sezone iznose 55 HRK, u predsezoni 150 HRK, a u samoj sezoni 250 HRK za odrasle.

3) DISTRIBUCIJA

Na službenoj stranici nacionalnog parka moguća je rezervacija i plaćanje nekih od ponuđenih smještajnih objekata, a ponuda se kreće od hotela, kampova, pa do planinskih kućica.

²² Internetska stranica Plitvička jezera, dostupno na: <https://np-plitvicka-jezera.hr/o-parku/opcenito/> (04.04.2018.)

Rezervacija smještaja moguća je i na drugim stranicama kao što su www.booking.com, www.hotels.com i dr. Na službenoj stranici parka www.np-plitvicka-jezera.hr za posjetitelje se nude 8 programa obilaska jezera (Slika 19) i 4 planinske staze.

4) PROMOCIJA

Na službenoj internetskoj stranici nacionalnog parka nalaze se detaljne informacije o nudenim obilascima, aktivnostima, posebnim promotivnim ponudama, raznolikosti staništa u parku te krškog krajobraza. Na stranici Turističke zajednice Republike Hrvatske www.htz.hr, dostupne su brošure među kojima se nalaze informacije o nacionalnom parku Plitvička jezera raspoložive za preuzimanje. Na stranici UNESCO-ve Liste svjetske baštine <https://whc.unesco.org/en/list/>, nalaze se i Plitvička jezera, a brojne druge internetske stranice sadrže popratne informacije o nacionalnom parku.

5) LJUDI

Plitvička jezera prikaz su jedinstvene prirodne pojave u svijetu i svojom ljepotom kroz godine privlače sve više posjetitelja. Prevelika količina posjetitelja na jednom mjestu u određeno vrijeme dovodi do postepene degradacije prirodne baštine. Uz postojeće donacije sredstava parku, potrebno je aktivnije uključivanje nadležnih vlasti u očuvanje i oživljavanje nacionalnog parka.

6) PROCES

Na službenoj stranici Plitvičkih jezera nalaze se detaljne upute za dolazak do parka preko državnih cesta. Na stranici su također vidljivi i detaljni kontakti nadležnih osoba za park, služba i podružnica te odjela parka. Također su jasno naznačena pravila ponašanja kojih se posjetitelji moraju pridržavati prilikom posjeta nacionalnog parka.

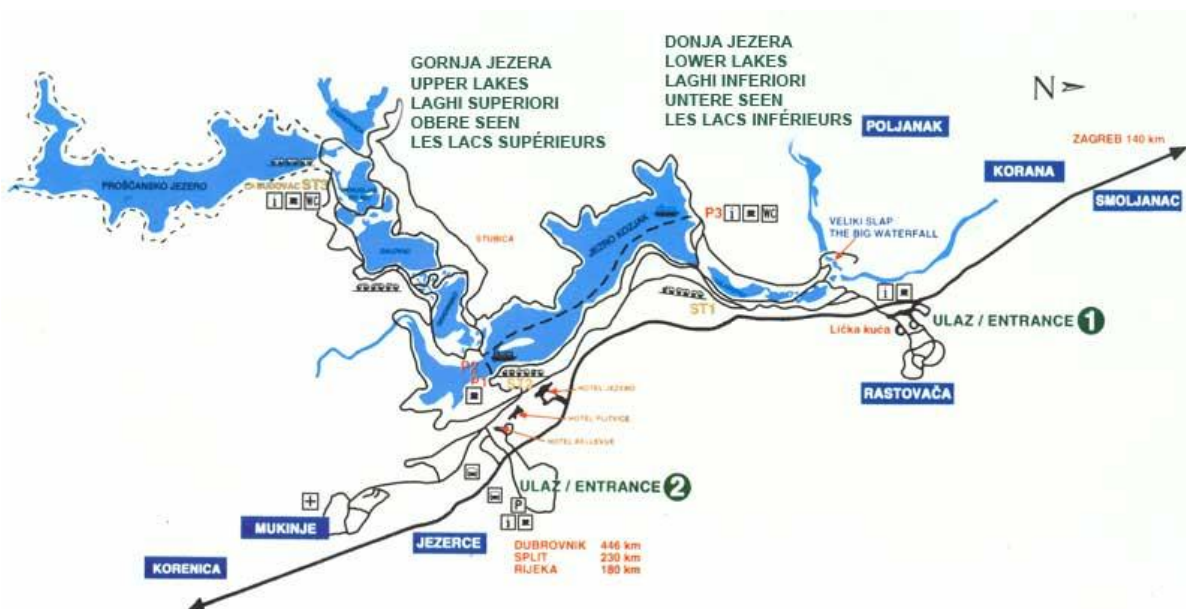
7) FIZIČKO OKRUŽENJE

U nacionalnom parku Plitvička jezera najvećim dijelom prevladava šumaska vegetacija, a manji dio čine travnjaci, dok turistički najzanimljiviji dio – jezera, čine tek nešto manje od 1% površine parka. Park okružuje bujna šumska flora od kojih su najzastupljenije bukove šume te bukovo-jelove šume. Tu se nalaze i staništa mnogobrojne faune kao što su sove i djetlovke, smeđi medvjed, vuk, ris, srne i dr.



Slika 18. Nacionalni park Plitvička jezera, pogled iz zraka

Izvor: Internetska stranica Croatia-express, dostupno na: <https://www.croatia-express.com/hr/nasi-izleti-autobusom/plitvicka-jezera/>



Slika 19. Prikaz jednog od mogućih programa obilaska Gornjih i Donjih Plitvičkih jezera

Izvor: Internetska stranica Plitvička jezera, dostupno na: <https://np-plitvicka-jezera.hr/>

5.2.1.2. Marketinški splet: centar Platak

Za razliku od Republike Kostarike, čija je ponuda zelenog turizma uvelike raznovrsna, u Republici Hrvatskoj ne postoje eko domovi nalik onima u Kostariki, ali posljednjih se godina radi na diferenciranju ponude za ekoturističke posjetitelje. Za primjer zelenog turizma u Republici Hrvatskoj idealan primjer predstavlja novoosnovani centar Platak za koji se smatra da je postao „planinsko eko-odmaralište“.

1) PROIZVOD

Platak je naziv za športsko-rekreacijski centar koji se nalazi u Gorskoj Hrvatskoj u gradu Delnice, pokraj nacionalnog parka Risnjak (Slika 20). Njihov slogan glasi „Brdo uživanja“ i dok bi mnogi pomislili kako je to isključivo skijaško odmaralište, Platak nudi brojne sadržaje i aktivnosti tokom cijele godine. Pa se tako osim skijališta s pogledom na more, nude i planinarenje na 3 uređene šetnice, biciklizam na 200 km dugoj biciklističkoj stazi kao i razne staze (*downhill*, *flow* i *tubing*), dječje igralište, karting vožnja, jedino *disc* golf igralište u regiji, jedina žičara u Hrvatskoj koja radi cijele godine, 10-ak mjesta za roštilj i piknik stolova, tereni za nogomet, košarku, odbojku i boćanje (Slika 21). U centru Platak događaju se razne utrke, mataroni, dječji rođendani, slavlja te razna okupljanja i manifestacije. U ljetnoj ponudi centra za posjetitelje se svakog vikenda nude opuštajuće tjelovježbe tradicionalne kineske medicine, meditacija te ostali sadržaji kako bi se posjetitelje povezalo s prirodom i okolišem.

2) CIJENA

Dnevna karta za Platak za odrasle iznosi 110 HRK radnim danima, a vikendom 130 HRK. Cijene za najam dodatnih sadržaja i ponuđenih aktivnosti dostupni su na njihovoj službenoj stranici: www.platak.hr/informacije/cjenici/

3) DISTRIBUCIJA

Na službenoj stranici centra Platak www.platak.hr, moguća je rezervacija i plaćanje najma opreme za ponuđene aktivnosti kao i smještajnih jedinica. Posjetitelji mogu i putem kontakt telefona provjeriti raspoloživost pojedinih aktivnosti i smještaja. Razne promotivne ponude po povoljnim cijenama mogu se pronaći i na stranici www.crnojaje.hr.

4) PROMOCIJA

Na službenoj stranici centra Platak nalaze se detaljne informacije o nujenim sadržajima i aktivnostima za djecu i odrasle, posebnim promotivnim ponudama te raznim manifestacijama. Informacije o centru Platak mogu se pronaći na stranicama kao što su www.mojeskivanje.com, www.gsc-pgz.hr, www.projekti.hgk.hr, www.novolist.hr i dr.

5) LJUDI

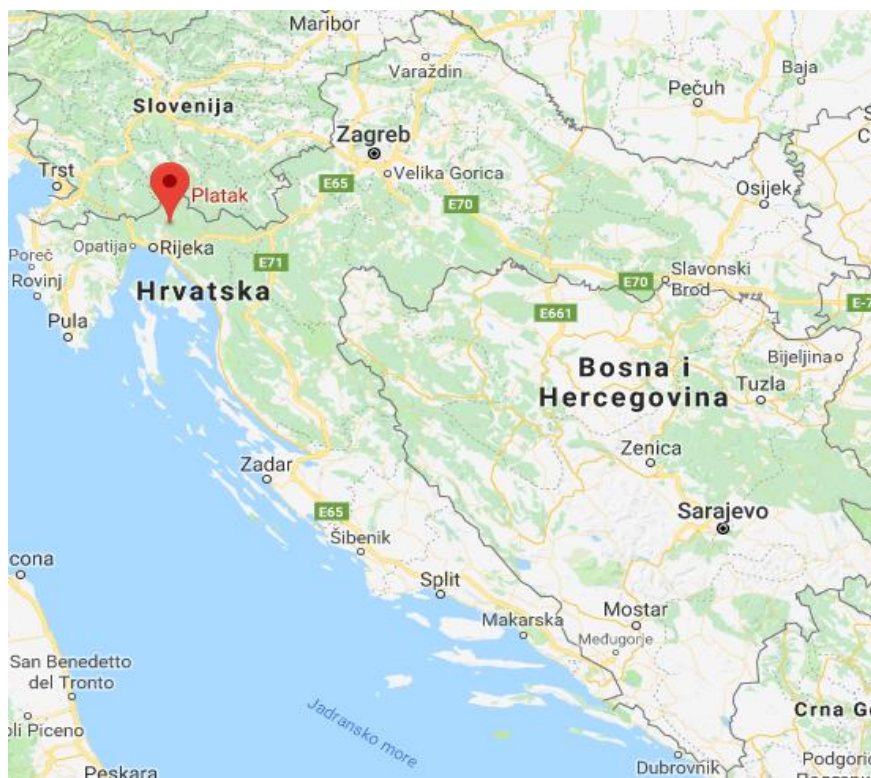
Centar Platak idealno je mjesto za ekoturističke posjetitelje koji na jednom mjestu mogu iskusiti zabavne aktivnosti u prirodi, razna okupljanja ali i opuštajuće sadržaje. Centar također predstavlja mjesto gdje obitelji s djecom mogu uživati u rođendanskim slavljinama i manifestacijama u prirodi.

6) PROCES

Na službenoj stranici centra Platak nalaze se detaljne informacije kontakta centra, e-mail adrese i telefonski brojevi za pojedine upite posjetitelja. Jasno je naznačena adresa centra i popratne informacije kao i „kako do nas“ odjeljak koji posjetiteljima omogućava prikaz puta iz smjera Zagreba, iz smjera Rijeke te informacije o cesti i parkiralištu centra.

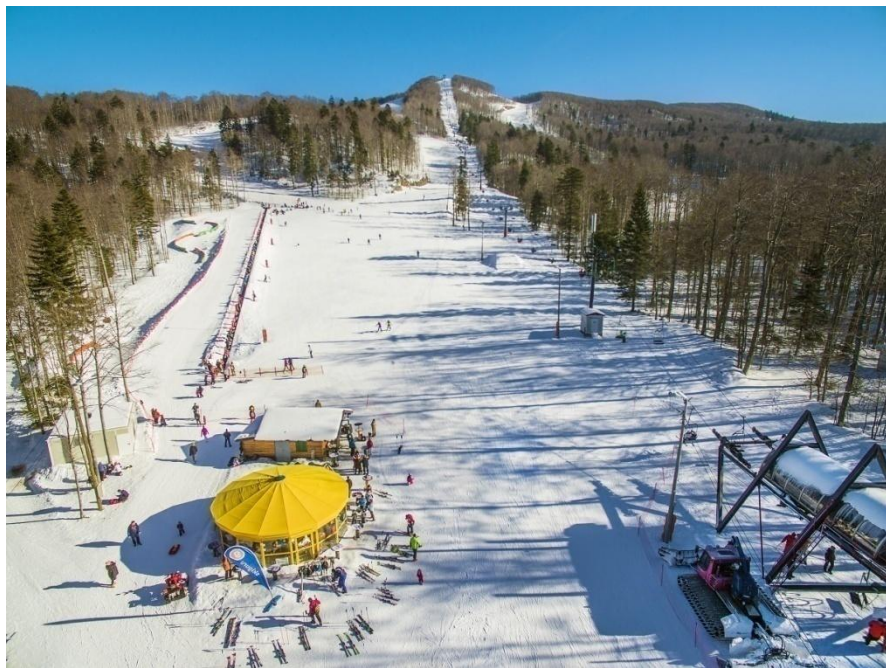
7) FIZIČKO OKRUŽENJE

Centar Platak kao brdo i skijalište s pogledom na more, za posjetitelje u okruženju nudi i smještajne objekte Veliki planinarski dom „Platak“, te Mali planinarski dom „Sušak“. Dom Platak nalazi se na rubu doline Pribeneš, može ugostiti do 90 osoba i udaljen je oko 300 m od glavnog parkirališta. Dom Sušak nalazi se 30 km od grada Rijeke i sastoji se od smještajnog dijela za koji može ugostiti do 60 osoba, te od restoranskog dijela sa 96 sjedećih mjesta.



Slika 20. Geografski prikaz lokacije centra Platak u Republici Hrvatskoj

Izvor: Internetska stranica Google maps, dostupno na: <https://www.google.hr/maps>



Slika 21. Prikaz nekih od ponuđenih aktivnosti centra Platak, pogled iz zraka

Izvor: Internetska stranica Platak, dostupno na: <http://platak.hr/galerije/>

5.2.1.3. Marketinški splet: zelene aktivnosti Republike Hrvatske

Ponuda aktivnosti zelenog turizma u Republici Hrvatskoj nije razvijena koliko u Republici Kostariki, no zbog svog dinamičnog reljefa, Hrvatska ipak raspolaže osnovnim zelenim aktivnostima, a svake godine se ponuda proširuje.

1) PROIZVOD

Ponuda zelenih aktivnosti Republike Hrvatske uključuje: planinarenje, pješaćenje, penjanje, biciklizam kao i brdski biciklizam, kajakarenje na moru i rijekama Cetini, Zrmanji, Korani, Kupi i drugima, rafting, jedrenje na dasci, letenje zmajem, jahanje, ronjenje, kanjoning, skijanje i slično.

2) CIJENA

Cijene za navedene zelene aktivnosti dostupne su kod pojedinih turističkih agencija koje ih nude. Pa se tako cijene za kajakarenje i rafting kreću od 250 HRK, za jednosatno jahanje od 130 HRK, za ronjenje od 550 HRK i slično.

3) DISTRIBUCIJA

Ponuda zelenih aktivnosti dostupna je na internetskim stranicama turističkih agencija. Na službenoj stranici Turističke zajednice Republike Hrvatske nema raspoloživih brošura niti informacija o nuđenim aktivnostima, na čemu bi se svakako trebalo poraditi.

4) PROMOCIJA

Zeleni turizam u Republici Hrvatskoj kroz godine postepeno raste pa se tako i ponuda iz godine u godinu unapređuje. Promocija se vrši putem raznih internetskih stranica koje sadrže informacije o zelenim aktivnostima u Republici Hrvatskoj kao i putem raznih turističkih agencija.

5) LJUDI

Potražnja za aktivnostima zelenog turizma raste kako raste svijest potrošača o utjecajima njihovog boravka na prirodni okoliš. Republika Hrvatska ima sve predispozicije za veći razvoj ponude zelenih aktivnosti, a aktivnim uključivanjem lokalne zajednice, zelene aktivnosti moći će biti bolje prepoznate među posjetiteljima.

6) PROCES

Na službenoj stranici Turističke zajednice Republike Hrvatske nisu navedene informacije o zelenim aktivnostima. Za kontakt i rezervaciju pojedinih usluga potrebno je na tražilici pronaći službene stranice turističkih agencija koje nude određene vrste aktivnosti zelenog turizma.

7) FIZIČKO OKRUŽENJE

Republika Hrvatska svojim dinamičnim reljefom ima mogućnosti za poboljšani razvoj zelenih aktivnosti koji će posjetiteljima omogućiti da na održiv način uživaju u svojim putovanjima i na taj način doprinose očuvanju prirodnog okoliša za buduće generacije.

Obzirom na manjak bioraznolikosti Hrvatske u odnosu na jedinstvenu prirodnu baštinu Kostarike, razumljivo je očekivati manju zelenu ponudu. Ipak, s rađanjem novih razvojnih inicijativa i strategija za razvoj zelenog turizma u Hrvatskoj iz godine u godinu, može se predvidjeti da će se ponuda uvelike proširiti u smislu rađanja novih aktivnosti te sve većeg uključivanja posjetitelja u aktivno provođenje svog odmora i povezivanja s prirodom.

6. ZAKLJUČAK

Turizam predstavlja dinamičnu i važnu globalnu djelatnost koja iz godine u godinu zauzima sve veći udio u svjetskim gospodarstvima. Sa svojih 10% udjela u svjetskom BDP-u procjenjuje se da je turizam najbrže rastuća gospodarska aktivnost.

U vrijeme sve većeg rasta masovnog turizma, pojedine zemlje uočile su važnost zaštite svoje prirodne baštine zbog devastirajućih posljedica neplaniranog turizma na okoliš. Koristi koje turizam stvara u zaštićenim područjima ima višestruko, a samo neke od njih su: porast dohotka, generiranje novih radnih mjesta za lokalno stanovništvo, stimuliranje lokalne ekonomije, poticanje lokalne proizvodnje, diferenciranje ponude i sl. Negativni učinci proizlaze iz samih turističkih posjeta koji su neregulirani, često nedovoljno isplanirani, te po svojoj prirodi štete kako lokalnoj zajednici, tako i cjelokupnom okruženju.

Republika Hrvatska je izrazito privlačna destinacija koja se u svijetu prepoznala kao takva zbog svoje očuvane kulturno-povijesne i prirodne baštine. Turizam Republike Hrvatske svake godine bilježi rekordne brojke turističkih dolazaka, a Hrvatska postaje sve privlačnije odredište u Sredozemlju. S najvećim u Europi, 18% udjela u BDP-u, turizam čini jednu od najvažnijih gospodarskih grana u Hrvatskoj. Zbog osjetljive prirode i dinamike kretanja, poprilično je nepouzdan oslanjanje isključivo na turizam kao primarnu djelatnost, budući nepredvidive pojave vrlo lako mogu usmjeriti turistička kretanja van Hrvatske, te rezultirati padom gospodarstva.

Zeleni turizam je selektivni oblik turizma koji podrazumijeva odgovorni boravak posjetitelja u destinaciji te uvažavanje prirodne baštine i njene osjetljivosti na način da se vidljivo smanje utjecaji turizma na okoliš. Broj osviještenih posjetitelja u stalnom je porastu, a zemlje sve više počinju uočavati dobrobiti ove održive vrste turizma.

Na temelju analize trenutnog stanja zelenog turizma u Republici Hrvatskoj, zaključeno je kako je navedeni oblik turizma još u svojim začecima razvoja. Atraktivna i očuvana prirodna baština predstavlja konkurentnu prednost turizma Republike Hrvatske, a posjetitelje privlači više odlikama svog prirodnog prostora i vrijednom kulturno-povijesnom baštinom nego kvalitetom i raznovrsnošću zasebno stvorene turističke ponude.

Republika Hrvatska sa svojih 8,5% zaštićenog prostora i jedinstvene prirodne baštine ima velik potencijal za uspješan razvoj zelenog turizma. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine uključuje zeleni turizam u jedno od 10 razvojnih načela hrvatskog turizma, te predviđa njegov daljnji rast u budućnosti. Brojne su koristi razvoja zelenog turizma, a neke od njih su da: smanjuje otpad, smanjuje zagađivanje i onečišćenje, pogoduje okolišu putem očuvanja resursa, podržava lokalnu ekonomiju, uključuje lokalno stanovništvo, poboljšava iskustvo posjetitelja, smanjuje troškove kroz efikasnost i svijest osoblja o okolišu, privlači nove posjetitelje, održava poslovanje tijekom cijele godine, povećava konkurentnost i dr.

Da bi se Hrvatska razvila u destinaciju zelenog turizma važno je uključenje ekološki odgovornog razvoja uz primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju objekata, koji bi ujedno pridonijeli energetske učinkovitosti sustava grijanja i hlađenja, te korištenju obnovljivih izvora energije. Također, važno je poštivanje koncepta nosivog kapaciteta destinacije kako ne bi došlo do degradacije postojećih infrastrukturnih sustava.

Selektivni oblici turizma igraju sve veću ulogu u cjelokupnom turizmu zemalja, pa je tako Hrvatskoj potreban inovativan tržišni pristup koji će joj omogućiti da bude prepoznata kao destinacija koja nudi više od ljeta i više od sunca i mora. Svjetski trendovi ukazuju na rast osjetljivosti posjetitelja za ekološka pitanja, posebno uz utjecaj putovanja na okoliš i lokalne društvene zajednice. Sve izraženije potrebe posjetitelja za aktivnim i zdravim životom zajedno sa okolišno odgovornim odmorom, smjernice su na koje Hrvatska treba usmjeriti svoju pažnju. Stoga je prijeko potrebno proširenje postojeće ponude i usmjeravanje inicijativa ka stvaranju novog imidža Hrvatske temeljenog na tumačenju vrijednosnih obilježja ponude koja ima karakteristike raznovrsnosti, sadržajnosti, autentičnosti, očuvanosti okoliša, bogatstvo gastronomije, gostoljubivosti, te zemlje ljepote i ispunjenosti.

Ispunjavanjem navedenih uvjeta uz uključenje relevantnih dionika, kvalitetnu promociju očuvana okoliša i stvaranje prepoznatljivog turističkog proizvoda, Hrvatska će se razviti kao destinacija zelenog turizma koja će posjetiteljima nuditi nezaboravna putovanja bogatim krajolicima i reljefom uz jedinstvenu tradicionalnu i autohtonu ponudu hrvatskog područja.

LITERATURA

1. Državni zavod za zaštitu prirode: NATURA 2000 i ekoturizam u Hrvatskoj, dostupno na: <http://www.sumari.hr/biblio/pdf/14029.pdf>
2. E. McKeone (2011): Ecotourism in Costa Rica: Environmental Impacts and Management
3. Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma
4. Internet stranica Centra Platak, dostupno na: <http://platak.hr/>
5. Internet stranica Državnog zavoda za statistiku, dostupno na: <http://www.dzs.hr/>
6. Internet stranica Enciklopedija, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/>
7. Internet stranica Global Sustainable Tourism Council, dostupno na: <https://www.gstcouncil.org/>
8. Internet stranica Globtour, dostupno na: <http://www.globtour.hr/>
9. Internet stranica Hrvatska.eu, dostupno na: <http://croatia.eu/>
10. Internet stranica Hrvatske agencije za okoliš i prirodu, dostupno na: <http://www.haop.hr/>
11. Internet stranica Hrvatske gospodarske komore, dostupno na: <https://www.hgk.hr/>
12. Internet stranica Institut za turizam Kostarike, dostupno na: <http://www.ict.go.cr/es/>
13. Internet stranica Instituta za energetiku Kostarike, dostupno na: <https://www.grupoice.com/>
14. Internet stranica Instituto Nacional de Estadística y Censos, dostupno na: <http://www.inec.go.cr/>
15. Internet stranica Lapa Rios, dostupno na: <https://www.laparios.com/>
16. Internet stranica NATURA 2000, dostupno na: <http://www.bioportal.hr/gis/>
17. Internet stranica Plitvička jezera, dostupno na: <https://np-plitvicka-jezera.hr>
18. Internet stranica UNWTO, dostupno na: <http://www2.unwto.org/>
19. Internet stranica World Heritage List, dostupno na: <http://whc.unesco.org/en/list/>
20. J. Rutter (2009): An Eco-tourism case study-Costa Rica
21. L. Petrić (2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split
22. Lejla Softić: Efektivan marketing miks (7P), dostupno na: <http://savjetnik.ba/wp-content/uploads/2016/11/Efektivan-marketing-miks-7P.pdf>
23. M. Honey (2003): Giving a grade to Costa Rica's green tourism
24. S. Brown, E. Gummesson, B. Edvardsson, B. Gustavsson (1991): Service quality; Multidisciplinary and Multinational Perspectives
25. S. Geić (2004): Organizacija ekoturizma Kostarike, Ekonomski fakultet Zagreb

POPIS SLIKA I TABLICA

SLIKE:

Slika 1. Geografski položaj Republike Hrvatske u Europi	20
Slika 2. Republika Hrvatska i regionalna podjela.....	20
Slika 3. Kretanja deviznog prihoda od turizma u Hrvatskoj	22
Slika 4. Turistički dolasci i noćenja u Republici Hrvatskoj.....	22
Slika 5. Geografski položaj Republike Kostarike u Srednjoj Americi	24
Slika 6. Republika Kostarika i važni gradovi te upravno-politička podjela na 7 provincija	24
Slika 7. Realna stopa rasta BDP-a Republike Kostarike	26
Slika 8. Međunarodni turistički dolasci Republike Kostarike kroz godine	26
Slika 9. Geografski prikaz nacionalnih parkova Republike Kostarike	29
Slika 10. Postotak zaštićenih kopnenih područja u Republici Kostariki kroz godine	29
Slika 11. Električna matrica Kostarike 2016. godine	31
Slika 12. Geografski prikaz nacionalnog parka Corcovado u Republici Kostariki	34
Slika 13. Nacionalni park Corcovado, pogled iz zraka.....	34
Slika 14. Geografski prikaz lokacije Lapa Rios smještaja u Republici Kostariki	37
Slika 15. Eko-kućice Lapa Rios, pogled iz zraka	37
Slika 16. Izgled jedne eko-kućice Lapa Rios.....	38
Slika 17. Geografski prikaz nacionalnih parkova, parkova prirode te strogih rezervata Republike Hrvatske	40
Slika 18. Nacionalni park Plitvička jezera, pogled iz zraka	46
Slika 19. Prikaz jednog od mogućih programa obilaska Gornjih i Donjih Plitvičkih jezera.....	46
Slika 20. Geografski prikaz lokacije centra Platak u Republici Hrvatskoj	49
Slika 21. Prikaz nekih od ponuđenih aktivnosti centra Platak, pogled iz zraka	49

TABLICE:

Tablica 1. Prednosti u ozelenjavanju turizma	10
Tablica 2. Problemi i zapreke u ozelenjavanju turizma.....	11
Tablica 3. Postotak turista koji su posjetili Kostariku u razdoblju od 2014.-2016. godine prema navedenim grupama aktivnosti	30
Tablica 4. Popis zaštićenih područja Republike Hrvatske po kategorijama	41
Tablica 5. Smjernice za razvoj ekoturizma u Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine	43

SAŽETAK

Turizam kao najbrže rastuća aktivnost u svijetu, uz brojne prednosti generira i razne nedostatke, posebice u zaštićenim područjima. Ovaj završni rad naglašava nužnost primjene održivog poslovanja u području turističkih djelatnosti. Zeleni turizam predstavlja rješenje za smanjenje štetnih utjecaja masovnih turističkih putovanja te daje posjetiteljima mogućnost kvalitetnog boravka u destinaciji, uz istovremeno očuvanje prirodnih bogatstava koji čine nezaobilaznu osnovu turističkih putovanja. Republika Kostarika primjer je svjetske vodeće destinacije zelenog turizma s kojom je u radu izvršena usporedba sa Republikom Hrvatskom. Analizom ponude u obje države zaključeno je kako je zeleni turizam u Republici Hrvatskoj nedovoljno razvijen, dok postoje brojne mogućnosti za njegov napredak. Udruživanjem relevantnih dionika uz kvalitetno vrednovanje njene prirodne, kulturne kao i nematerijalne baštine, Republika Hrvatska razvila bi se kao cjelogodišnja destinacija zelenog turizma.

Ključne riječi: turizam, održivo poslovanje, zeleni turizam, prirodna baština, Republika Hrvatska.

SUMMARY

Tourism as the fastest growing activity in the world, with many advantages, also generates various disadvantages, especially in protected areas. This final paper highlights the need to apply sustainable business in the field of tourism activities. Green tourism is a solution to reduce the harmful effects of mass tourism travel and gives visitors a quality stay in the destination, while preserving the natural resources that make up the unavoidable basis for tourist travel. The Republic of Costa Rica is an example of the world's leading green tourism destination. The comparison was made between the Republic of Costa Rica and the Republic of Croatia. With the analysis of supply in both countries, it is concluded that green tourism in the Republic of Croatia was insufficiently developed, while there are numerous possibilities for its progress. By joining the relevant stakeholders with the quality assessment of its natural, cultural and intangible heritage, the Republic of Croatia would develop as the year-round destination of green tourism.

Key words: tourism, sustainable business, green tourism, natural heritage, Republic of Croatia.