

STAVOVI I MIŠLJENJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU

Magdić, Roberta

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:354394>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-29**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Turizam

**STAVOVI I MIŠLJENJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O
RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU**

Diplomski rad

Roberta Magdić, 0066218604

Zagreb, ožujak, 2021.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija - smjer Turizam

**STAVOVI I MIŠLJENJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O
RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU**

**OPINIONS ON TOURISM DEVELOPMENT OF THE LOCAL
COMMUNITY OF CITY OF SLUNJ**

Diplomski rad

Student: Roberta Magdić

JMBAG studenta: 0066218604

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Josip Mikulić

Zagreb, ožujak, 2021.

SAŽETAK

Turizam je kompleksna aktivnost koja svojim djelovanjem zadire u sve dijelove globalnog ekonomskog sustava te ima snagu potaći ekonomski rast na svjetskoj razini. Prema pokazateljima iz publikacije UNWTO-a (engl. UN World Tourism Organization) iz 2019. godine, udio izvoza putem turizma u ukupnom svjetskom izvozu iznosio je 7%, što broji preko 1,4 milijarde međunarodnih turističkih dolazaka i preko 1,45 bilijuna USD ostvarenih prihoda od međunarodnog turizma u svijetu u 2018. godini. Prema pokazateljima HNB-a iz 2019. godine, udio prihoda od inozemnog turizma u hrvatskom BDP-u iznosio je skoro 20% (19,7%), što ukazuje na to da Hrvatska i njezin razvoj uvelike ovise o razvoju turizma. Porast turističkih dolazaka i aktivnosti u Hrvatskoj u zadnjih deset godina kao rezultat je imao i porast turističkih aktivnosti u velikom broju hrvatskih županija i gradova, a posebno u gradu Slunju, koji po svojim teritorijalnim i administrativnim granicama pripada Karlovačkoj županiji, ali nalazi se u neposrednoj blizini najpoznatijeg hrvatskog nacionalnog parka i svjetski poznate destinacije, Plitvičkih jezera.

U gradu Slunju nalazi se vodeničko selo i kompleks slapova Rastoke, koje od milja zovu „male Plitvice“, a koje su svojom ljepotom uspjele privući i zadržati turiste u gradu koji je do nedavno služio samo kao usputno stajalište turistima koji su iz Zagreba putovali „starom cestom“ na Jadransku obalu. Taj porast turističke potražnje u gradu Slunju posebno se odrazio na razvoj turističke ponude i porast broja turističkih prihvatnih kapaciteta, konkretno privatnih smještaja u vidu apartmana, kuća za odmor i soba. U ovom radu opisana je turistička ponuda grada Slunja, a u svrhu rada provedeno je anketno istraživanje među lokalnim stanovništvom. U anketnom upitniku stanovnici su izrazili svoje stavove i mišljenja o razvoju turizma u njihovom gradu te o utjecaju povećanog broja turističkih dolazaka koji je imao na njih i na promjenu turističke ponude u Slunju. Cilj istraživanja bio je analizirati mišljenja lokalnog stanovništva o raznim aspektima turističke ponude u gradu Slunju, a ono se provodilo anketnim upitnikom na namjernom uzorku od 85 ljudi. Istraživanjem se utvrdilo kako su stanovnici načelno zadovoljni trenutnom ponudom sadržaja za opuštanje, uređenosti okoliša te cijenama gradu, a nešto manje zadovoljni ponudom zabavnih manifestacija i organizacijom prometa kroz grad za vrijeme sezone. Većina smatra da se od turista može dobro poslovati, ali da grad ne nudi dovoljno mogućnosti za perspektivnu budućnost.

Ključne riječi: analiza turističke ponude, grad Slunju, stavovi i mišljenja lokalnog stanovništva, razvoj turizma

SUMMARY

Tourism is a complex activity which, by its action, has an impact on every part of the global economy system and has the power to encourage the economic growth on the global level. According to indicators from the UNWTO (the UN World Tourism Organization) publication from the year 2019, the amount of exports share through tourism in total world exports was 7%, which exceeds the total of 1.4 billion international tourist arrivals and the amount of 1.45 trillion USD of realized income of international tourist arrivals in the year of 2018.

According to indicators of the HNB (cro. Hrvatska Narodna Banka) from the year 2019, the share of international tourism income took almost 20% (19.7%) in total Croatian GDP, which indicates that Croatia and her further development mostly depend on the development of its tourism. An increase of tourist arrivals and activity in Croatia in the last decade resulted in increase of tourist activities in the large number of Croatian cities and municipalities, especially, among others, in the small city of Slunj which, by its administrative borders belongs to municipality of Karlovac, and is also situated near the most famous Croatian national park and the world known destination, the Plitvice Lakes.

In the city of Slunj there is a mill village and the waterfall complex known as Rastoke, also called „the little Plitvice“. Thanks to its beauty, it managed to attract and retain tourists in the city which was, not long ago, considered only as transit point to passengers that arrived in Zagreb and travelled to Adriatic coast by „old road“. This increase of tourist demand in Slunj especially reflected on the further development of tourist offer and the increase of the number of tourist capacities, specifically private capacities, such as guest houses, holiday homes and rooms. This paper describes the tourist offer of the city of Slunj.

In the purpose of this paper the research was conducted among the local community. In the survey questionnaire the residents expressed their opinions on the development of tourism in their city and the affect that the increase of tourism arrivals had on them and the tourist offer in the city of Slunj. The purpose of survey was to determine the opinions of residents on development of various aspects of tourist offer in the city of Slunj, which was conducted on the quote of 85 residents. The main findings show that the residents are mostly satisfied with the current offer of facilities for relaxation, the preservation of the environment and prices, and a little less satisfied with the offering of entertainment events and the organization of traffic

during the summer season. The majority finds that one can benefit greatly from the business in tourism, but also do not think that the city offers enough opportunities for the promising future.

Key words: the analysis of tourist offer, the city of Slunj, opinions of the local community, development of tourism

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj diplomski rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, _____

(potpis)

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada | 1 |
| 1.2. Izvori podataka i metode istraživanja | 1 |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada | 2 |
| 2. O GRADU SLUNJU | 3 |
| 2.1. Povijesni okvir | 3 |
| 2.2. Geografski položaj i značajke | 5 |
| 2.3. Stanovništvo | 6 |
| 3. TURISTIČKA PONUDA GRADA SLUNJA | 7 |
| 3.1. Prirodni turistički resursi i atrakcije | 7 |
| 3.1.1. Klima | 8 |
| 3.1.2. Hidrografski resursi | 8 |
| 3.1.3. Geomorfološki resursi | 13 |
| 3.1.4. Biogeografski resursi | 16 |
| 3.1.5. Pejzažni resursi | 16 |
| 3.2. Antropogeni turistički resursi | 17 |
| 3.2.1. Kulturno-povijesni resursi | 18 |
| 3.2.2. Etnosocijalni resursi | 19 |
| 3.2.3. Manifestacijski resursi | 20 |
| 3.3. Specifični oblici turizma | 22 |
| 4. NOSITELJI TURISTIČKE PONUDE | 26 |
| 4.1. Nositelji razvoja | 26 |
| 4.1.1. Turistička zajednica grada Slunja | 26 |
| 4.1.2. Turistička zajednica Karlovačke županije | 27 |
| 4.1.3. Turističke agencije | 28 |
| 4.2. Receptivni turistički kapaciteti | 29 |
| 4.2.1. Hoteli | 29 |
| 4.2.2. Privatni smještaj | 30 |
| 4.2.3. Kampovi | 31 |
| 5. PODRŠKA LOKALNOG STANOVNIŠTVA RAZVOJU TURIZMA | 32 |
| 5.1. Učinci razvoja turizma | 32 |
| 5.1.1. Ekonomski učinci | 32 |
| 5.1.2. Socio-kulturni učinci | 32 |

| | |
|---|----|
| 5.1.3. Učinci na okoliš..... | 33 |
| 5.2. Percepcije stanovništva prema razvoju turizma | 34 |
| 5.2.1. Pozitivne percepcije..... | 34 |
| 5.2.2. Negativne percepcije | 35 |
| 6. ISTRAŽIVANJE STAVOVA..... | 37 |
| 6.1. Obilježja istraživanja turističkih tržišta..... | 37 |
| 6.2. Izvori podataka u istraživanju turističkih tržišta..... | 38 |
| 6.3. Metode prikupljanja podataka | 40 |
| 7. MIŠLJENJA I STAVOVI LOKALNOG STANOVNIŠTVA O RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU..... | 42 |
| 7.1. Predmet i cilj istraživanja..... | 42 |
| 7.2. Metodologija | 43 |
| 7.3. Nalazi istraživanja..... | 43 |
| 8. ZAKLJUČAK..... | 63 |
| POPIS LITERATURE..... | 64 |
| POPIS GRAFIKONA | 67 |
| POPIS TABLICA | 68 |
| POPIS SLIKA..... | 69 |
| PRILOZI..... | 70 |
| ŽIVOTOPIS STUDENTA..... | 77 |

1. UVOD

Turizam je svojom masovnošću i kompleksnošću dosegao globalne razmjere, a u Hrvatskoj je izuzetno bitna i unosna gospodarska aktivnost. Iako je većina turističke potražnje koncentrirana na Jadransku obalu i primorsku regiju Hrvatske, izuzetno velik broj turističkih kretanja i prihoda od turizma odnosi se i na kontinentalnu regiju. Grad Zagreb po broju turističkih dolazaka i noćenja prednjači kao turistička destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj, a odmah iza njega je Karlovačka županija, zahvaljujući općini Rakovica i gradu Slunju, koji iz sezone u sezonu ubiru izuzetno velike prihode od turizma, ponajviše zahvaljujući svjetski poznatoj atrakciji Nacionalnom parku Plitvička jezera, a potom i zaštićenom kulturnom dobru, vodeničarskom naselju Rastoke u Slunju. Osim brojnih pozitivnih učinaka porasta turističkih kretanja i razvoja turizma u nekoj destinaciji, konkretno u gradu Slunju, postoje i mnogi negativni učinci. Velik broj provedenih istraživanja orijentiran je primarno na stavove, mišljenja i potrošnju turista u turističkim destinacijama. Ovaj diplomski rad usredotočen je na drugu stranu turizma, odnosno na mišljenja i stavove lokalnog stanovništva koje živi u turističkoj destinaciji u kojoj se odvija i razvija turizam. U svrhu ovog diplomskog rada provedeno je primarno istraživanje kojim se nastoje ispitati stavovi stanovnika grada Slunja o razvoju turizma u njihovom Gradu, pod nazivom „Stavovi i mišljenja lokalnog stanovništva o razvoju turizma u gradu Slunju“.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet diplomskog rada su stavovi i mišljenja lokalnog stanovništva o razvoju turizma u gradu Slunju. Cilj rada je prikazati Grad Slunj kao turističku destinaciju u razvoju te, kroz primarno istraživanje, istražiti mišljenja i stavove njegovih stanovnika o daljnjem razvoju turizma u njihovom Gradu.

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

Pri izradi ovog diplomskog rada korišteni su dostupni sekundarni izvori podataka iz domaće i strane literature, znanstvenih i stručnih radova, istraživanja, dokumenti te online izvori. U svrhu rada provedeno je i istraživanje putem anketnog upitnika, iz kojeg su prikupljeni primarni

podaci. Analizom podataka iz istraživanja interpretirani su rezultati koji prikazuju mišljenja lokalnog stanovništva Slunja o kvaliteti postojeće turističke ponude u Gradu te stavove o razvoju turizma i budućnosti Grada.

Znanstvene metode korištene u radu su: deskriptivna statistika, metoda analize, dedukcije i komparacije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Diplomski rad sastoji se od osam poglavlja. U prvom i uvodnom poglavlju opisani su predmet i cilj rada, metode istraživanja i izvori podataka koji su korišteni pri izradi rada, te ukratko opisan sadržaj i struktura rada.

Drugo poglavlje nosi naziv „O gradu Slunju“, gdje je dan povijesni okvir Grada i kratak pregled zbivanja iz prošlosti, opisane značajke Grada i njegov geografski položaj te stanovništvo.

U trećem poglavlju detaljno je opisana i analizirana turistička ponuda grada Slunja, temeljena na njegovim prirodnim i antropogenim turističkim resursima te specifičnim oblicima turizma koji se na tim resursima odvijaju.

U idućem, četvrtom poglavlju izneseni su nositelji turističke ponude u gradu Slunju, nositelji razvoja turističke ponude i postojeći receptivni turistički kapaciteti na području Grada.

Peto poglavlje posvećeno je problematici podrške lokalnog stanovništva razvoju turizma, gdje su opisani pozitivni i negativni, ekonomski, socio-kulturni i okolišni učinci turizma, a nakon toga iznesene pozitivne i negativne percepcije stanovništva prema razvoju turizma.

U šestom poglavlju dan je teoretski okvir istraživanja stavova; obilježja istraživanja turističkih tržišta, izvori podataka u istraživanju te metode prikupljanja podataka.

U sedmom poglavlju „Mišljenja i stavovi lokalnog stanovništva o razvoju turizma u gradu Slunju“, kroz predmet i cilj istraživanja, metodologiju i nalaze istraživanja, analizirani su i interpretirani podaci dobiveni provođenjem anketnog istraživanja.

U posljednjem poglavlju iznesen je zaključak cjelokupnog rada gdje su sažete sve analize i problematike iznesene u radu.

2. O GRADU SLUNJU

2.1. Povijesni okvir

Grad Slunj ima bogatu povijest. Iako se o njemu kao o današnjem Gradu može govoriti tek od 1323. godine, kada se spominje prvi puta, i to u kontekstu darovnice župe Drežnik (pod koju je spadao Slunj) Dujmu Frankopanu od strane hrvatsko-ugarskog kralja Karla I. Roberta,¹ postoje mnogi dokazi kako je područje Kordunske zaravni bilo naseljeno ilirskim plemenom Japodi još oko 600 g. pr. Kr. (nalazišta rijetkih prehistorijskih predmeta u Gajinoj pećini, Jankovićevoj špilji i Baraćevoj špilji nedaleko od Slunja).² Preteča frankopanskog Slunja bilo je naselje Sui Slunj, nastalo na ušću Slunjčice u Koranu, između sela Močila i Zbjega.³

Slunj su na današnjem mjestu izgradili Frankopani. U diobi frankopanskih dobara 1449. godine postaje Sjedištem Frankopana Slunjskih.⁴ Iz tog razdoblja potječe utvrđeni franjevački samostan, danas poznatiji pod nazivom „Gradina“, a glavni slunjski Trg nosi ime Trg Zrinskih i Frankopana.

Slika 1. Gradina, franjevački samostan iz doba Frankopana



Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

¹ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2020), Slunj, Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=56719>, [14.3.2021.]

² Kruhek, M., et. al. (2003), Rakovica srce od Hrvata: Povijest općine Rakovice, Općinsko poglavarstvo Rakovice, Mato Lovrak d.o.o., DoNeHa d.o.o., Zagreb, str. 11

³ Bogović, M. (2015), Slunjski kraj i njegova Crkva u prošlosti i sadašnjosti, Og Grafika d.o.o., Ogulin, str. 16.

⁴ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, op. cit., [14.3.2021.]

Smrću Franje Frankopana Slunjskog 1572. godine izumire i frankopanska loza, a Slunj potom ulazi u sastav Vojne Krajine. Tada je već spomenut kao važno obrambeno uporište. Godine 1746., nakon preustroja Vojne Krajine osnovana je Slunjska pukovnija koja je od 1871. do 1881. godine bila upravno i vojno središte, a tamo se nalazio i glavni stožer zapovjednog generala u Hrvatskoj.⁵ Za vrijeme francuske vladavine 1809. do 1813. godine u Slunju su se izgradile ceste, mostovi i žitni magazini koji su služili u vojne svrhe, a današnje zidine „Napoleonovog magazina“ još uvijek su očuvane.⁶ Nakon ukidanja Vojne Krajine Slunj dobiva status grada te počinje njegova urbanizacija, a u XX. st. postaje dio magistralne ceste od sjevera prema jugu zemlje, te i danas ostaje izuzetno važno tranzitno područje.⁷

Slika 2. Napoleonov Magazin



Izvor: <https://www.instagram.com/p/CDWWO45FcWL/> [14.3.2021.]

Do kraja I. svjetskog rata pripada sastavu Modruško-riječke županije⁸, a za vrijeme II. Svjetskog rata kratko postaje i sjedište glavnog stožera Novooslobodilačke vojske i partizanskih odreda Hrvatske. Za vrijeme trajanja Domovinskog rata Slunj je bio zauzet od strane srpskih snaga, a oslobođen je 6. kolovoza 1995. godine.⁹

⁵ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, op. cit., [14.3.2021.]

⁶ Središnji državni portal, Republika Hrvatska, Policijska uprava karlovačka. 2020. Više o regiji. Dostupno na: <https://karlovačka-policija.gov.hr/policijske-postaje/policijska-postaja-slunj-27588/vise-o-regiji-27589/27589>, [14.3.2021.]

⁷ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, op. cit. [14.3.2021.]

⁸ Bogović, M., op. cit., str. 18.

⁹ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, op.cit. [14.3.2021.]

2.2. Geografski položaj i značajke

Grad Slunj nalazi se u kontinentalnoj Hrvatskoj na području Korduna, u sastavu Karlovačke županije, 53 km udaljen od Karlovca.¹⁰ Kao jedinica lokalne samouprave ustrojena je 1993. godine¹¹, kada se općina Slunj podijelila na tri teritorijalne cjeline: grad Slunj, općinu Cetingrad i općinu Rakovica.¹² Zauzima površinu od 401 četvornih kilometara, s prosječnom naseljenošću od 12,6 stanovnika po četvornom kilometru.¹³ Grad je izgrađen uz rijeke Slunjčicu i Koranu, a okolna naselja i uz rijeke Mrežnicu i Glinu. Reljef je karakterističan za krške predjele, a prostor ima obilježja klasičnog dinarskog karaktera.¹⁴ Na ušću rijeka Slunjčice i Korane nalazi se kompleks slapova i vodeničarsko naselje Rastoke, koje je upisano u registar nepokretnih spomenika kulture te stavljeno pod posebnu zaštitu.¹⁵ Klima je umjereno kontinentalna, s blagim ljetima i umjereno hladnim zimama.¹⁶

Slika 3. Slap "Buk", Rastoke



Izvor: <https://www.instagram.com/p/ByDwAEIF5sf/> [14.3.2021.]

¹⁰ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, op.cit. [14.3.2021.]

¹¹ Strižić, I. (2007), Bitka za Slunj, Naklada Hrvoje, Slunj – Zagreb, str. 12.

¹² Središnji državni portal, Republika Hrvatska, Policijska uprava karlovačka, op. cit. [14.3.2021.]

¹³ Ibidem, [14.3.2021.]

¹⁴ Grad Slunj (2021), O Gradu, dostupno na: <https://www.slunj.hr/index.php/o-gradu/o-gradu> [14.3.2021.]

¹⁵ Središnji državni portal, Republika Hrvatska, Policijska uprava karlovačka, op. cit. [14.3.2021.]

¹⁶ Ibidem, [14.3.2021.]

Izuzetno je važno tranzitno područje, budući da kroz Grad prolazi državna cesta broj jedan (Zagreb-Split), pa velik broj turista i putnika nerijetko zastane u prolazu, na putu prema Jadranskoj obali ili Nacionalnom parku Plitvička jezera.

2.3. Stanovništvo

Područje Slunja obuhvaća ukupno 67 naselja, a prema popisu stanovništva iz 1991. godine ukupan broj stanovnika u Gradu i okolici iznosio je 10.096,¹⁷ dok se prema popisu iz 2011. godine taj broj prepolovio, odnosno prema posljednjoj evidenciji na području grada Slunja živi ukupno 5.076 stanovnika.¹⁸ Gustoća naseljenosti na području Grada zajedno s okolnim naseljima (12,6 stanovnika po četvornom kilometru) je značajno manja od prosjeka u Karlovačkoj županiji i Republici Hrvatskoj (prosječna naseljenost Karlovačke županije je 35,5 stanovnika po četvornom kilometru, a Republike Hrvatske 78,1 stanovnika po četvornom kilometru).¹⁹ Prema Popisu stanovništva iz 2011. Državnog zavoda za statistiku, na području Slunja u stalnom radnom odnosu bilo je 1.314 osoba, 421 osoba je bilo nezaposleno, a ukupno 2.644 je kategorizirano kao „ekonomski neaktivno“ (umirovljenici, osobe koje se bave obavezama u kućanstvu, učenici ili studenti te ostale neaktivne osobe).²⁰

¹⁷ Stržić, I., op. cit. str. 12.

¹⁸ Središnji državni portal, Republika Hrvatska, Policijska uprava karlovačka, op. cit. [14.3.2021.]

¹⁹ Ibidem, [14.3.2021.]

²⁰ DZS (2016), Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.: Stanovništvo prema ekonomskim obilježjima. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, str. 22. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1585.pdf [14.3.2021.]

3. TURISTIČKA PONUDA GRADA SLUNJA

Pojam „turistička ponuda“ izveden je iz pojma ponude u ekonomskoj teoriji, a predstavlja određenu količinu nekog proizvoda koju je proizvođač ili ponuđač tog proizvoda na nekom tržištu ponudio određenom broju ljudi (potražnji), koji je taj proizvod željan i spreman platiti, po određenoj cijeni u određeno vrijeme. Pod pojmom „tržište“, u ovom slučaju podrazumijeva se turističko tržište. Potražnja su turisti, putnici i posjetitelji, a turistički proizvod predstavlja ukupnost svih materijalnih i nematerijalnih elemenata koji pripadaju nekoj izvornoj ili izvedenoj turističkoj ponudi.²¹ Turistička ponuda, dakle, predstavlja dio turističkog tržišta gdje se susreću turistička ponuda i turistička potražnja, a gdje se nalaze turistički proizvodi i usluge, i nude se po određenim cijenama u određeno vrijeme. Taj dio turističkog tržišta nalazi se na receptivnom turističkom tržištu, odnosno u turističkoj destinaciji, gdje pojam „turistička destinacija“ označava mjesto s nekim oblikom stvarne ili zamišljene granice, koja je u većini slučajeva određena tržištem.²²

Primjer turističkih proizvoda grada Slunja može biti obilazak vodeničkog naselja Rastoke. U taj proizvod tako spadaju sami turistički resurs, odnosno atrakcija vodeničko naselje Rastoke, slapovi, rijeka, zelenilo, kućice i mlinovi, ali i mogućnost objeda u nekom od odabranih restorana, sama gastronomska ponuda restorana i odnos osoblja prema turistu, sunčano i toplo vrijeme, te još mnoštvo faktora koji čine ukupni doživljaj turista koji dođe posjetiti neku turističku atrakciju.

3.1. Prirodni turistički resursi i atrakcije

Prirodni resursi predstavljaju jednu od dvije skupine turističkih resursa. Turistički resursi mogu se definirati kao prirodno ili društveno dobro koje se može ekonomski valorizirati, a dovoljno je atraktivno da može privući turističku potražnju.²³ Turističke atrakcije specifične su po tome da imaju to svojstvo atraktivnosti, i po tome se razlikuju od čistih resursa kojima to svojstvo nedostaje.

²¹ Bilen, M., Bučar, K. (2004), Osnove turističke geografije, Mikrorad, Zagreb, str. 21.

²² Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2010), Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, Mate d.o.o., Zagreb, Str. 726.

²³ Bilen, M., Bučar, K., op. cit., str. 22.

Prirodni turistički resursi su ona dobra koja se mogu naći u prirodi, a mogu biti obnovljivi ili neobnovljivi. Zemlja, voda, klima, rude, flora i fauna, sve su to prirodni turistički resursi. Bilen i Bučar u Osnovama turističke geografije prirodne turističke resurse dijele na: klimatske, geomorfološke, hidrografske, biogeografske i pejzažne.²⁴ Na primjeru grada Slunja moguće je pobliže opisati svaki od navedenih resursa, počevši s klimatskim.

3.1.1. Klima

Klima se definira kao prosječno vrijeme na nekom području u tijeku jedne godine. Ona ovisi o mnoštvu čimbenika, kao što su geografska širina, raspored kopna i mora, nadmorska visina, blizina jezera itd., a uvelike utječe na privlačnost nekog prostora u turističkom smislu.²⁵ U klimatske turističke resurse spadaju različiti tipovi klime, insolacija, relativna vlažnost i temperatura zraka, količina i vrste oborina te vjetrovi.²⁶

Klima u gradu Slunju može se opisati kao umjereno kontinentalna, s blagim ljetima i umjereno hladnim zimama. Prosječne siječanjske temperature iznose od -4 do -2 °C, a prosječne temperature u srpnju iznose od oko 18 do 20 °C,²⁷ s maksimalnim temperaturama do 40°C te godišnjim prosjekom količine padalina između 1500 i 2000 mm. Povoljni vremenski uvjeti pružaju mogućnosti razvoja velikog broja oblika turizma, počevši od odmorišno-kupališnog turizma ili kajakarenja na rijekama ljeti, šetališnog ili planinarskog turizma tijekom cijele godine, ili pak nekog od sportskih oblika turizma, primjerice biciklizma, u doba kada tlo nije prekriveno snježnim pokrivačem, što u prosjeku iznosi nešto više od 40 dana u godini.

3.1.2. Hidrografski resursi

Iduća vrsta prirodnih resursa vjerojatno je najprivlačniji čimbenik turističke potražnje u gradu Slunju, a to su hidrografski prirodni resursi. U njih ubrajamo slane i slatke vode, odnosno tekućice, stajaćice te podzemne vode, koje se mogu naći u obliku oceana, mora, jezera, rijeka,

²⁴ Bilen, M., Bučar, K., op. cit., str. 21.-22.

²⁵ Čavlek, N., et. al. (2011) Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Školska knjiga, Zagreb, str. 133.

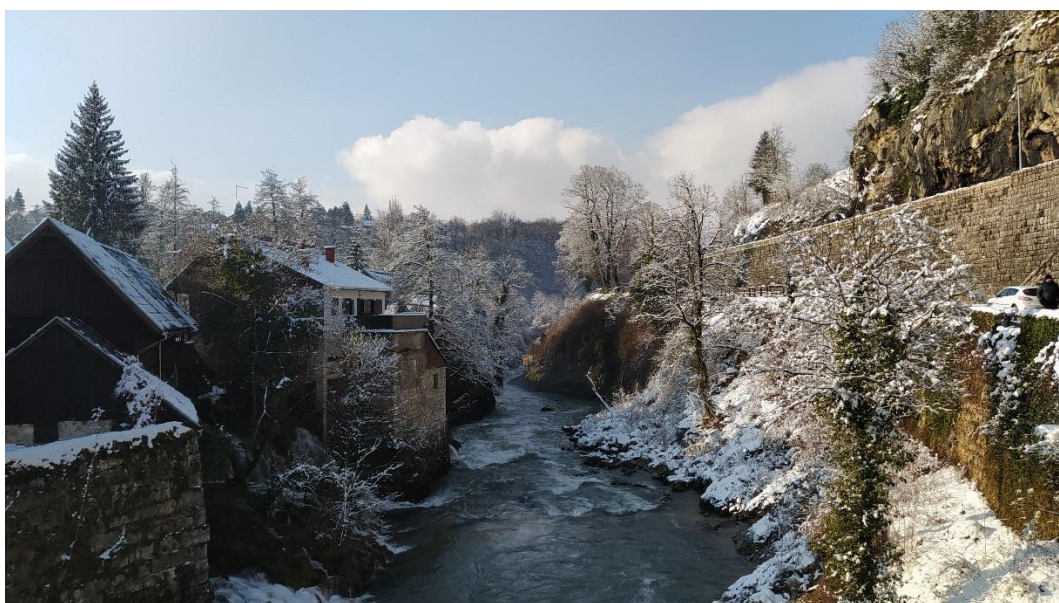
²⁶ Ibidem, str. 133.

²⁷ Grad Slunj (2019) 9/19 SLUŽBENI GLASNIK GRADA SLUNJA 16.07.2019. Dostupno na: https://www.slunj.hr/images/dokumenti/GLASNIK_BR.%209-finalno.pdf, [1.3.2021.]

podzemnih voda, termalnih voda i gejzira.²⁸ Na području grada Slunja nalazi se nekoliko rijeka i rječica, potoka, brzaca i ponora te jedna kuriozitetna pojava na ušću rijeka Slunjčice i Korane – kompleks slapova zvanih Rastoke.

Rastoke su zapravo kombinacija hidroloških i geomorfoloških prirodnih resursa te antropoloških resursa, pa ih nije moguće zasebno promatrati, nego kao skup resursa koji tvore turističku atrakciju. Rastoke su produkt uzajamnog djelovanja prirodnih i antropoloških čimbenika kroz dugi niz godina, a nastale su tvorenjem sedrenih naslaga otopljenog vapnenca na ušću rijeke Slunjčice u rijeku Koranu.²⁹ Osim tih sedrenih naslaga i stijena, veliku ulogu u stvaranju kompleksa slapova, plićaka, brzaca i kaskada imale su i mlinice, koje su ljudima služile za obradu žita i pranje rublja, te kuće koje su stanovnici Rastoka gradili tokom godina na rubnim dijelovima „terasa“, odnosno stijena. Osim toga, na izgled kanjona Korane u koji se slijevaju slapovi rijeke Slunjčice, utjecali su i brojni odroni stijena uslijed vremenskih neprilika, zemljotresa ili djelovanja leda. Kao rezultat svih tih čimbenika nastala je atrakcija pod nazivom vodeničarsko naselje Rastoke, koje, prema izvorima datira iz 17. stoljeća³⁰, a koje su 1962. godine uvrštene u popis Državne uprave za zaštitu kulturne i povijesne baštine, te u Registar nepokretnih spomenika kulture 1969. godine.³¹

Slika 4. Kanjon Korane, Rastoke



Izvor: privatna zbirka autorice

²⁸ Čavlek, N., et. al., op. cit., str. 132.

²⁹ Ž., Toma (1990), Rastoke, Regionalni zavod za zaštitu spomenika kulture, Zagreb, str. 29.

³⁰ Slunj Rastoke (2019) O Rastokama. Dostupno na: <https://slunj-rastoke.hr/o-rastokama/> [1.3.2021.]

³¹ Ibidem. [1.3.2021.]

Tijekom posljednjih 20 godina, kako se povećavao broj posjetitelja i turista koji su željeli prošetati Rastokama, vlasnici privatnih posjeda u samom naselju odlučili su na unosan način iskoristiti svoje pravo, i to u vidu otvaranja apartmana i soba za iznajmljivanje te restorana i kafića, što je također doprinijelo razvoju Rastoka i grada Slunja općenito kao turističke destinacije. Ulaz u Rastoke naplaćuje se grupama s turističkim vodičima od strane turističkih agencija i Turističke zajednice grada Slunja, te zasebno svim posjetiteljima koji žele pobliže pogledati slapove i ući među same stijene, i to od strane privatnih osoba koje su zemljoposjednici određenih parcela u naselju. Pod pokroviteljstvom Europske unije i Europskog fonda za regionalni razvoj, te u partnerstvu s Turističkom zajednicom grada Slunja i Javnom ustanovom za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Karlovačke županije Natura Viva, Grad je osigurao sredstva za izgradnju infrastrukture i obnovu mostova, staza i šetnica u Rastokama. Izvedba projekta „Vodene tajne“, kojem je cilj doprinos održivom razvoju prirodne baštine Grada, u vrijednosti od 23 milijuna kuna, trenutno je u trajanju.³²

Nakon Rastoka, idući značajan hidrografski turistički resurs grada Slunja je rijeka Korana. Izvire na Plitvičkim jezerima, velikim dijelom prolazi kroz grad Slunj do grada Karlovca, gdje se svojim tokom ulijeva u rijeku Kupu. Duga je više od 134 km, izvrsne je čistoće i optimalne temperature (ljeti doseže i do 28°C), te tako pruža niz pogodnosti za razvoj i korištenje različitih oblika turizma. Na području Slunja postoji nekoliko uređenih kupališta na rijeci Korani, od kupališta Kotlac, specifičnog po mnoštvu plićaka sa slapićima i bazenčićima koji su pogodni za obitelji s djecom, do Gradskog kupališta gdje dubina rijeke po središtu iznosi više od 2m.

Slika 5. Kupalište "Kotlac", Korana



Izvor: privatna zbirka autorice

³² Grad Slunj (2021) Projekti grada Slunja, Vodene tajne Slunja. Dostupno na: <http://slunj.hr/index.php/vodene-tajne-slunja> [1.3.2021.]

Duž cijelog toka od Kotlaca do Gradskog kupališta uređena je staza za šetnju kroz šumu, a na Gradskom kupalištu nalaze se još brojni sadržaji za razne aktivnosti, kao što su skakaonice, sjenice, nadstrešnice i pecare za roštilj, te odbojkaško igralište. Kupalište se nalazi u neposrednoj blizini prvog slapa ispod Tonkovićeg mosta, a od tuda počinju brzaci koji putuju kanjonom. Taj dio Korane više nije pogodan za kupališno-odmorišni oblik turizma, ali je zato izuzetno pogodan za kajakarenje i rafting, gdje se niz godina održavalo Europsko natjecanje rafting klubova, Rast-Raft. Zbog trenutnih okolnosti vezanih za pandemiju COVID-19, natjecanje se 2020. godine nije održalo.

Slika 6. Gradsko kupalište, Korana



Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

Mrežnica je također rijeka koja zbog svoje kristalne čistoće, ljepote krajolika i povoljne temperature ljeti (na određenim mjestima) nudi niz mogućnosti za razvoj raznih oblika turizma. Izvire u blizini Slunja, duga je 64 km, te se u Karlovcu ulijeva u rijeku Koranu. Na području mjesta Primišlje udaljenog 15 km od Slunja postoji nekoliko kupališta na rijeci Mrežnici. Tamo se razvija odmorišno-kupališni turizam te neki oblici avanturističkog turizma, kao što su rafting i kayaking. Zbog mnoštva brzaca, sedrenih barijera, slapova i slapića, Gornji tok u kanjonu Mrežnice je za takve oblike turizma izuzetno atraktivan.

Na području Karlovačke županije usluge kayakinga i raftinga nudi nekoliko turističkih agencija, s mogućnošću grupnog ili pojedinačnog izleta u sklopu paket aranžmana.

Slika 7. Kajaci na rijeci Mrežnici

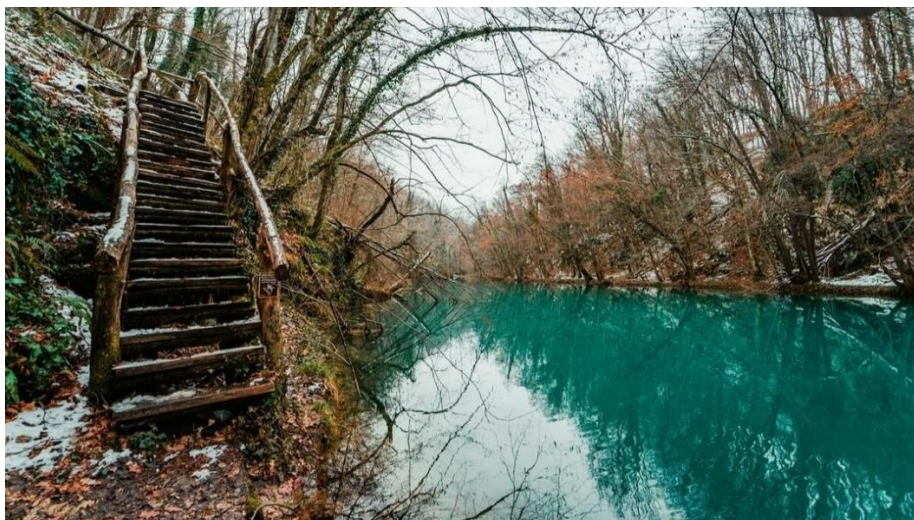


Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

Rijeka Slunjčica se duž cijelog toka (6,5 km) nalazi na području grada Slunja. Izvire u mjestu Slušnica, a ulijeva se u rijeku Koranu gdje tvori niz slapića, slapova i brzaca u Rastokama. Iako zbog svoje nepovoljne temperature ne pruža mogućnosti razvoja odmorišno-kupališnog ili bilo kojeg drugog oblika turizma na vodi, zbog ljepote krajolika uz svoju obalu i na samom izvoru tvori šetališnu stazu s predivnim vidicima i pejzažima smaragdno zelene vode, krških tvorevina i šumovitih predjela. Zbog svoje iznimne krajobrazne vrijednosti Slunjčica je od 1964. godine zaštićena u kategoriji značajnog krajobraza, a zbog svoje specifičnosti i uvrštena u Nacionalnu ekološku mrežu, budući da je jedna od malobrojnih rijeka u kojima je pronađen puzavi celer, biljna vrsta navedena u Direktivi o staništima.³³

³³ Slunj Rastoke (2019) Rijeke. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/rijeke/> [1.3.2021.]

Slika 8. Rijeka Slunjčica



Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

Rijeke Slunjčica i Korana zajedno zauzimaju područje veličine 2.300 ha (oko 40% od ukupno zaštićenih područja u gradu Slunju) koje nosi oznaku „značajnog krajobraza“, a rijeka Mrežnica, s ukupnom površinom od nešto više od 3.000 ha, zauzima više od 50% ukupnih zaštićenih područja na području grada Slunja, pod oznakom „park prirode/regionalni park“.³⁴ Značajni krajobraz Slunjčica zaštićen je „Zakonom o zaštiti prirode“ (Narodne Novine, br. 80/13, 15/18)³⁵, dok su ostala područja predložena za zaštitu te su shodno tome zaštićene mjerama navedenim u Prostornom planu uređenja Grada Slunja.³⁶

3.1.3. Geomorfološki resursi

U smislu turističkih resursa, geomorfološke pojave su udubljenja i uzvišenja na Zemlji nastali procesima djelovanja pokreta unutar i izvan Zemlje, odnosno reljefne raznolikosti i bogatstva površinskih i podzemnih dijelova Zemlje.³⁷ U njih ubrajamo planine i planinske lance, kanjone, pećine i špilje, kotline, polja u kršu, vulkane itd.

Grad Slunj obiluje krškim i reljefnim oblicima, a njegov najznačajniji turistički resurs, vodeničko naselje Rastoke, može se okarakterizirati kao sedrena naslaga otopljenog vapnenca,

³⁴Grad Slunj (2019) 9/19 SLUŽBENI GLASNIK GRADA SLUNJA 16.07.2019. Dostupno na: https://www.slunj.hr/images/dokumenti/GLASNIK_BR.%209-finalno.pdf, [2.3.2021.]

³⁵ Narodne Novine, br. 80/13, 15/18

³⁶Grad Slunj (2019) 9/19 SLUŽBENI GLASNIK GRADA SLUNJA 16.07.2019. Dostupno na: https://www.slunj.hr/images/dokumenti/GLASNIK_BR.%209-finalno.pdf, [2.3.2021.]

³⁷ Čavlek, N., et. al., op. cit., str. 137.

poznatijeg kao „bigar“ ili „tuf“. Takva pojava krških vapnenačkih područja nastala je uslijed djelovanja raznih prirodnih čimbenika na mjestu gdje se sastaju rijeke Slunjčica i Mrežnica, čiji je geološki sastav dna također tvoren od naslaga vapnenca. Ugljična kiselina koja se nalazi u vodi koja ponire u vapnenačke stijene uzrokuje kemijsku reakciju, te dolazi do rastvaranja kamenog vapnenca, koji se u nižim tokovima rijeke taloži u obliku sedre.³⁸ U ljetnim mjesecima, kada na gornjoj terasi u rastokama voda presuši, ti sedreni oblici izrazito su vidljivi. Vapnenačke stijene vidljive su i na područjima duž cijelog toka rijeke Slunjčice, zbog čega je ta šetnica izrazito atraktivna za šetnje i planinarenje.

Slika 9. Sedrene stijene, Rastoke



Izvor: https://www.instagram.com/vedri_/?hl=hr [14.3.2021.]

³⁸ Ž., Toma, op. cit., str. 29.

Slika 10. Izvor rijeke Slunjčice



Izvor: privatna zbirka autorice

Kanjoni su izrazito atraktivni na području rijeke Rastoka i rijeke Korane, te na području gornjeg toka rijeke Mrežnice, gdje ova atraktivna pojava izaziva divljenje od strane posjetitelja, koji ju mogu doživjeti kroz avanturu vožnje kajakom ili rafting-plovilom.

Slika 11. Kanjon Mrežnice



Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

Osim kanjona, stijena i sedrenih barijera, na području grada Slunja postoji još jedan geomorfološki resurs koji se odlikuje osobinama krških područja, a to je Matešića pećina. Pećina ima dva ulaza te izlaz u klanac rijeke Korane. Izrazito je atraktivna, ali manje pristupačna i nedovoljno istražena, pa se ne savjetuje ulazak u pećinu bez specijalizirane pratnje.

3.1.4. Biogeografski resursi

Biogeografski turistički resursi predstavljaju sav biljni i životinjski svijet koji se nalazi na nekom području, a ima potencijal i snagu privući turističku potražnju.

Zahvaljujući umjerenom klimi, povoljnom tlu i ne-djelovanju čovjeka, na području Slunja nalaze se brojne šume s bujnom vegetacijom te životinjskim svijetom. Za šume su karakteristični hrast kitnjak i obični grab, cer, bukva te obična breza, a u šumi Jelvik koja se nalazi u blizini Rastoka obitava crnogorično drveće. U šumama veliko estetsko značenje ima proljetno cvijeće poput jaglaca, visibaba, šašika, plavih i bijelih šumarica, ljubičica i ciklama. Na nekim predjelima zastupljene su i mnoge vrste gljiva, a neke od jestivih su vrganj, lisičice te bukovače.³⁹

Od životinjskog svijeta zastupljen je velik broj ptica te male i veće divljači, što je na ovim predjelima pogodno za lovni turizam. U šetnji šumom nerijetko se viđaju srne, divlje svinje, lisice, divlji zečevi, jazavci, kune, ili pak ptice poput tetrijeba, trčke, fazana ili divlje patke, čaplje ili vidre i dabra uz rijeke. Rijeke također obiluju životinjskim svijetom, pa pogoduju za razvoj ribolova. U rijeci Slunjčici obitavaju lipljan i pastrva, a u rijekama Korani, Mrežnici i Glini mogu se naći štuka, klen, podust, plotica i lipljan.⁴⁰

3.1.5. Pejzažni resursi

Pejzažni turistički resursi obuhvaćaju različite prirodne i društvene resurse određenog prostora, a geografski elementi poput geomorfoloških oblika, vegetacije i čovjekovog utjecaja na pejzaž

³⁹ Ž., Toma, op. cit., str. 47.

⁴⁰ Slunj Rastoke (2019), Lov i ribolov. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/lov-i-ribolov/> [2.3.2021.]

tvore jedinstven skup nekog turističkog proizvoda. Tri velike skupine prirodnih pejzaža su planinski, primorski i nizinski pejzaž ili pejzaž relativno niskog reljefa.⁴¹

Pejzaži prostora grada Slunja mogu se okarakterizirati kao pejzaži relativno niskog reljefa s riječnim i šumskim elementima. Izrazito su atraktivni pejzaži uz kanjone i rijeke Korane, Slunjčice i Mrežnice, crnogorične šume Jelvik te vodeničarskog naselja Rastoke.

Slika 12. Rijeka Slunjčica



Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

3.2. Antropogeni turistički resursi

Antropogeni ili društveni resursi obuhvaćaju sve pojave, objekte i događaje, odnosno sve sadržaje koji zbog svojih estetskih i znamenitih svojstava u čovjeku bude potrebu za kretanjem, radi zadovoljenja njegovih društvenih i kulturnih potreba.⁴² U njih spadaju kulturno-povijesni, etnosocijalni, umjetnički, manifestacijski i ambijentalni turistički resursi, a na području Slunja prisutni su elementi kulturno-povijesnih, etnosocijalnih te manifestacijskih resursa.

⁴¹ Čavlek, N., et.al. op. cit., str. 144.

⁴² Čavlek, N., et.al. op. cit., str. 147.

3.2.1. Kulturno-povijesni resursi

Kulturno-povijesni resursi značajni su zbog mogućnosti upoznavanja i doticaja turista s običajima i kulturom lokalne zajednice u destinaciji koju posjećuju. To mogu biti spomenici ili pojedini objekti, urbanističke cjeline, umjetnička djela i slično.

Grad Slunj kao naselje/utvrda nastao je u srednjem vijeku u doba Frankopana (12. st.)⁴³, čemu svjedoči utvrda Gradina, koja je u doba navala Turaka kao samostan služila u obrambene svrhe. Iz doba francuske uprave (1809.-1813.) datira Napoleonova građevina Magazin, koja je svojevremeno služila kao spremište žita. Obje građevine izgrađene su na brežuljcima iznad rijeke Slunjčice i Korane te u neposrednoj blizini šume Jelvik, a nalaze se u neposrednoj blizini središta Grada, iznad naselja Rastoke. Dijelovi utvrda su tijekom godina i ratnih razaranja razrušeni, ali vanjski zidovi su ostali sačuvani. Razrušeni zid Gradine još uvijek je u procesu obnove, a okolica Magazin uređena je u sklopu izgradnje restorana „Ambar Slunj“, te su izuzetno atraktivni u sklopu rekreativne šetnje Gradom.

Slika 13. Napoleonov žitni Magazin



Izvor: privatna zbirka autorice

⁴³ Bogović, M. (2015), Slunjski kraj i njegova Crkva u prošlosti i sadašnjosti, Og Grafika d.o.o., Ogulin, str. 13.

3.2.2. Etnosocijalni resursi

Etnosocijalni turistički resursi obuhvaćaju materijalnu i nematerijalnu kulturu jednog naroda, njihove običaje, plesove, stil gradnje, narodne nošnje, rukotvorine i sve što čini život tog naroda.⁴⁴

„Stoljetne migracije stanovništva na slunjskom dijelu nekadašnje Vojne krajine uvjetovale su raznolikost tradicionalnog načina života, privrede, stanovanja, ishrane, društvenih odnosa, duhovne kulture, narodnih običaja, pa tako i odijevanja.“⁴⁵ Narodne nošnje razlikovale su se u Slunju, Rastokama i okolnim selima, a predstavljale su bogatstvo i raznolikost naroda. Nošnje su se razlikovale po dobi i prilikama u kojima su se nosile. Za muške nošnje specifične su bile bijele hlače i majice od domaće vune s optočenim rukavima od tamnijeg samta, široki opasači te šeširi nalik na šubare, a žene su nosile bijele suknje i podsuknje od domaće platna, šarene optočene prsluke te pletene rupce oko glave.⁴⁶ Nošnje i danas nose članice kulturno-umjetničkih društava na raznim manifestacijama u Gradu ili na blagdane u Crkvi, primjerice na Božić, kada se pleše tradicionalni ples „Ej, janje moje“.

Slika 14. Rastočki stil gradnje kuća



Izvor: <https://www.instagram.com/vedri/?hl=hr> [14.3.2021.]

⁴⁴ Čavlek, N., et.al., op. cit., str. 150.

⁴⁵ Žalac, T., op. cit., str. 104.

⁴⁶ Žalac, T., op. cit., str. 104.

Osim narodnih nošnji, očuvana je uspomena i na odore povijesne postrojbe grada Slunja iz 18. st. Odore su rekonstruirane su i sašivene, te ih je također moguće vidjeti na raznim manifestacijama u Gradu.

Način života i okolina u kojoj žive Rastočani uvjetovali su način gradnje, odnosno arhitekturu. Rastoke su trajno nastanjene od 19. st.⁴⁷, a bogatstvo vodenih površina omogućavalo je izgradnju mlinica i bavljenje mlinarenjem, odnosno obradom kukuruza, ječma, raži, prosa i ostalih žitarica i pravljenjem brašna, a u blizini mlinica gradile su se stambene građevine. Stil gradnje u Rastokama specifičan je po tome što su sve kuće obično u donjem dijelu bile izgrađene od kamena, a u gornjem dijelu od drveta. Ta specifičnost održana je i danas, i izuzetno je atraktivna kao dio cijelog autohtonog doživljaja za posjetitelje u Rastokama.

Slika 15. Rastočka kuća s mlinom



Izvor: <https://www.instagram.com/vedri/?hl=hr> [14.3.2021.]

3.2.3. Manifestacijski resursi

Od manifestacija u gradu Slunju najpoznatije su „Dani grada Slunja“, koji se održavaju početkom mjeseca kolovoza svake godine, u trajanju od nekoliko dana, u spomen na Dan

⁴⁷ Plitvičke doline, Rastoke, dostupno na: <http://www.plitvickedoline.hr/info/rakovica-plitvicke-doline/atrakcije/rastoke/> [8.3.2021.]

pobjede i domovinske zahvalnosti i hrvatskih branitelja 5. kolovoza te Dan oslobođenja grada Slunja u Domovinskom ratu (6. kolovoza). Manifestacija je sportskog („Brđanijada“), memorijalnog („polaganje vijenaca“, hodnja „Putevima Oluje“) te zabavnog karaktera (koncerti raznih izvođača).

Izrazito posjećena manifestacija koja se održava u zadnjih nekoliko godina je „Moto-susret“, gdje moto-klub „Poskok-Slunj“ sakuplja članove ostalih moto-klubova iz Hrvatske na dvodnevno druženje. U sklopu manifestacije održava se službeni „defile“ gradom u kojem sudjeluje nekoliko stotina motorista, a koji je izuzetno atraktivan svim posjetiteljima koji se u tom trenutku nađu u Slunju. Neizostavan je i večernji program na kojem sudjeluju bendovi, plesačice i drugi izvođači, a otvoren je za sve posjetitelje i stanovnike Grada.

Najunosnija i najposjećenija manifestacija na području grada Slunja je Memento Demento, tzv. *MoDem* festival psihodelične i elektronske glazbe, koji svake godine početkom mjeseca srpnja posjeti nekoliko tisuća ljudi iz raznih krajeva Hrvatske i svijeta. Festival traje sedam dana, a lociran je u području šumovitog predjela uz rijeku Slunjčicu u mjestu Primišlje. Pozornice, šankovi, šatori, te ostala infrastruktura postavljeni su na način da se uklapaju s prirodom i okolišem u kojem se nalaze, te je zbog toga cijeli doživljaj izuzetno atraktivan i jedinstven. Veći dio posjetitelja za vrijeme trajanja festivala odsjeda u kampu na samom području festivala, a jedan dio ipak bira mogućnost odsjedanja u nekima od prihvatnih kapaciteta, te time donosi zaradu privatnim iznajmljivačima apartmana i soba na području grada Slunja. Vlasnici trgovina, restorana, kafića i ostalih uslužnih objekata također uživaju velik porast prihoda u to doba godine (uz uobičajene poraste prihoda za vrijeme „sezone“).

Slika 16. Memento Demento festival u Primišlju



Izvor: <https://modemfestival.com/gallery/2019-gallery/> [14.3.2021.]

Još neke od manifestacija koje su vrlo posjećene su manifestacije sportskog tipa, primjerice tradicionalne „Igre na vodi – Koranski susreti“, „Rafting kup“ na rijeci Korani te „Rastoke trail“, koji godišnje posjeti nekoliko stotina sportaša, kako bi otrčali maraton atraktivnim stazama kroz Rastoke i Grad. Svake godine se održavaju i „Lovno – športske igre“ Lovnog ureda Slunj, koje ugošćuju lovce iz cijele Hrvatske, ali i ostale posjetitelje koji se u to vrijeme zateknu u Gradu.

Od ostalih manifestacija prisutne su one etnosocijalnog tipa, poput „Folklornih susreta“ i „Raduj nam se, Slovin grade“, koji ugošćuju članove kulturno-umjetničkih društava na području Hrvatske.

3.3. Specifični oblici turizma

U turizmu postoji posebna skupina turističkih kretanja, odnosno ona turistička kretanja koja su uvjetovana prevladavajućim turističkim motivom koji točno određenu skupinu turista pokreću na putovanje i boravak u destinaciji, a nazivamo ih specifičnim oblicima turizma.⁴⁸ Ti oblici turizma zapravo se mogu, primjenom određenih kriterija, izdvojiti iz različitih vrsta turizma⁴⁹, ali se u konačnici mogu podijeliti u dvije osnovne skupine, ovisno o tome jesu li svojim sadržajem zasnovani na prirodnim ili društvenim resursima.⁵⁰ U gradu Slunju odvija se velik broj specifičnih oblika turizma, pretežito oblika turizma temeljenih na prirodnim resursima. Među njima se nudi izbor između sportskog turizma (većinom avanturistički oblici sportskog turizma, kao što su rafting i *kayaking*, planinarenje, biciklizam, *paintball*, vožnje quadom), šetališnog, odmorišno kupališnog, lovnog i ribolovnog te seoskog (agroturizma).

Odmorišno-kupališni turizam odvija se na brojnim kupalištima na rijekama Mrežnici i Korani. Najveću posjećenost ima Gradsko kupalište na rijeci Korani, koje je posebno uređeno raznim popratnim sadržajima (odbojkaško igralište, uređene staze i prilazi, sanitarni čvorovi, ljuljačke, skakaonice, sjenice, pecare za roštilj...) te može primiti najveći kapacitet posjećenosti. S druge strane, ukoliko posjetitelji nisu skloni gužvama te žele posjetiti neko skrivenije i manje poznato mjesto za odmor i kupanje, mogu posjetiti kupališta na rijeci Mrežnici, udaljena tek 15-tak km

⁴⁸ Čavlek, N., et.al., op. cit., str. 40.

⁴⁹ Čavlek, N. (1997.) Osnove poslovanja ostalih djelatnosti u turizmu, Ekonomski Fakultet u Zagrebu, Zagreb, str. 7.

⁵⁰ Čavlek, N., et.al., op. cit., str. 40.

od središta grada Slunja. Rijeka Mrežnica je nešto brža i hladnija od rijeke Korane (rijeka Korana ljeti doseže maksimum i do 28°C, dok rijeka Mrežnica u gornjem toku doseže oko 18°C), ali i bistrija, zbog pretežno kamenitog dna te manje posjećenosti i nanosa mulja uslijed uzburkavanja vode. Kupališta u kanjonu rijeke Mrežnice su, bez obzira na hladnoću vode, izuzetno atraktivna, pogotovo zbog svoje nestvarne ljepote pejzaža gdje se spajaju stijene kanjona, slapovi, brzaci i kristalna čistoća vode u jedan nezaboravni doživljaj za posjetitelje.

Kanjon rijeke mrežnice izuzetno je atraktivan i za odvijanje *kayak* i rafting tura, gdje nekoliko turističkih agencija u okolici grada Slunja pruža mogućnost ovakvog doživljaja punog adrenalina. Ove ture nude različite elemente adrenalinskih aktivnosti, kao što su vožnje po slapićima i slapovima, skakanje sa stijena (najviši skok je s visine od preko 10m) i veslanje kroz kanjon. U ponudi su ture u trajanju do 3 sata, a cijene tura se kreću u iznosu od 35 EUR (agencija Kupa – sports) do 48 EUR (Turistički centar Mirjana – Rastoke, uključen je i ručak u istoimenom restoranu u mjestu Nikšić kod Slunja).

Slika 17. Kajakarenje na rijeci Mrežnici



Izvor: : https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

Još jedan oblik avanturističkog turizma koji nudi poseban doživljaj pun adrenalina je vožnja quad-vozilima. U Slunju, stazama kroz šume i doline duge i do 30 km, turisti mogu uživati u ljepotama prirode i pejzaža. Quad avanture nudi „Turistički centar Mirjana – Rastoke“, gdje je u cijenu od 55 EUR po vozaču te 30 EUR po suvozaču uključena vožnja u trajanju od cca 1,5 h (22 km), pratnja vodiča, sva potrebna oprema te ručak u restoranu agencije.⁵¹ Vožnje quadovima u ponudi su i u nekim privatnim obiteljskim smještajima, no njih nije moguće naći

⁵¹Tourist center Mirjana Rastoke (2021), Quad avantura. Dostupno na: <https://mirjana-rastoke.com/quad-avantura/> [7.3.2021.]

na mrežnim stranicama. U svakom slučaju, za vođitelje privatnih smještaja to je odličan i vrlo atraktivan oblik aktivnosti koju mogu ponuditi korisnicima smještaja, koji bi dobili puno više za cijenu koju plate. Na taj način vlasnici smještaja koji odluče investirati u quad vozila mogu se diferencirati od ostalih ponuđača te, u konačnici, postići i višu cijenu smještaja, koja će potražnji i dalje biti atraktivna i isplativa.

Slika 18. Vožnje quadovima kroz šumu Jelvik



Izvor: https://www.instagram.com/hotel_mirjanarastoke/?hl=hr [14.3.2021.]

Još jedan specifičan oblik turizma koji se odvija na području Slunja, a koji donosi značajne prihode zajednici je lovni turizam. Ovaj ekskluzivni oblik turizma (odvijanje je moguće i legalno jedino uz pratnju nadležnog lovačkog društva te uz posjedovanje svih potrebnih dozvola) odvija se na zajedničkim lovištima, i od strane nekoliko lovačkih društava u sklopu Lovnog ureda Slunj (LD Sokol, LD Korana, LD Trčka, LD Kuna, LD Medvjed, LD Golub te Braniteljska zadruga Slovinje)⁵². U posjet Slunju u svrhu lovnog turizma dolaze lovci s područja cijele Hrvatske (Istra, Baranja, Zagrebačka županija...), ali i izvan Hrvatske, pretežito Talijani. Lovni turizam na taj način donosi prihode lovačkim društvima, privatnim iznajmljivačima kod kojih odsjedaju, ugostiteljima i ostaloj lokalnoj zajednici. Na ovim područjima, ovisno o godišnjim dobima i lovostaju, love se pretežito srnjaci, divlje svinje te neke ptice.

Osim lovnog, postoje mogućnosti i ribolovnog turizma. Turisti ribolovci također moraju imati važeće dozvole i poštivati pravila koja vrijede na ovom području. Za upravljanje rijekama

⁵² Slunj Rastoke (2019), Lov i ribolov. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/lov-i-ribolov/>, [7.3.2021.]

ovlašteno je Športsko ribolovno društvo „Slunjčica“. Na rijeci Slunjčici, uz dnevnu kartu u vrijednosti od 150 HRK dopušten je izlov pastrve i lipljana, a na rijekama Korani, Mrežnici i Glini lov na štuku, klena, podusta, plotice i lipljana, uz dnevnu kartu u vrijednosti od 70 HRK. Na određenim dijelovima na rijekama Slunjčici i Mrežnici na snazi je režim „ulovi i pusti“.⁵³

Na području Slunja postoji mnoštvo prirodnih staza kroz šume i uz rijeke, gdje se odvija šetališni i cikloturizam. Planinarenje i trekking moguć je na brdu Melnica kraj Slunja te uz tok rijeke Slunjčice dug nešto više od 6km.

U Rastokama privatni iznajmljivači produbljuju doživljaj Grada posjetiteljima i turistima kroz razne elemente agroturizma, gastronomskog i enofilskog turizma, od ponude autohtone hrane i pića, do mogućnosti razgledavanja starih sačuvanih mlinica, raznih alata te narodnih nošnji, koji odišu poviješću i prikazuju seoski život na ovim područjima od davnina do današnjeg vremena. Osim poduzetnika i vlasnika, veliku ulogu u planiranju, razvoju i promociji ruralnog turizma i autohtonih proizvoda iz domaćih OPG-ova imaju turističke zajednice⁵⁴, pa tako Turistička zajednica grada Slunja na svojoj web-stranici oglašava domaće proizvođače, primjerice OPG Igor Obrovac koji proizvodi „Prvo slunjsko vino“, destileriju Magdić koja nudi bogatu ponudu domaćih rakija i likera, OPG Novković s proizvodima sireva te trgovine s proizvodima domaćih OPG-ova i proizvođača na području Slunja, Eko etno shop i Š'mek iz Rastoka.

⁵³ Slunj Rastoke, (2019), Lov i ribolov. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/lov-i-ribolov/> [7.3.2021.]

⁵⁴ Douglas, N. et. Al. (2002), Special interest tourism, Wiley, New York, str. 181.

4. NOSITELJI TURISTIČKE PONUDE

4.1. Nositelji razvoja

Razvoj turizma u nekoj turističkoj destinaciji uvelike ovisi o tijelima koja su posebno ustrojena u svrhe stvaranja, promocije i razvoja turističkih proizvoda i turističke ponude u toj destinaciji. Na državnoj razini u Republici Hrvatskoj u te svrhe djeluje Hrvatska turistička zajednica, dok na regionalnoj i lokalnoj razini djeluju turističke zajednice županija, gradova i mjesta.

Hrvatska turistička zajednica (skraćeno HTZ) je „nacionalna turistička organizacija osnovana zbog stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije, njegove promocije, predlaganja i izvedbe promotivnih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Republike Hrvatske.“⁵⁵

4.1.1. Turistička zajednica grada Slunja

Turistička zajednica grada Slunja (skraćeno „TZG Slunja“) je organizacija koja, u službi lokalne destinacijske menadžment organizacije, upravlja destinacijom na razini grada Slunja. Osnovana je „radi promicanja i razvoja turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno vezanu s turizmom“⁵⁶. Zajednica ima Statut (koji je javan i objavljen na službenoj web-stranici) te pečat, žig i znak koji su opisani u Statutu. Rad Zajednice je javan, a njezino djelovanje se temelji na načelu opće korisnosti. Tijela zajednice su Skupština, kao najviše tijelo upravljanja, Turističko vijeće te Predsjednik Zajednice.⁵⁷

Neke od zadaća Zajednice su:

⁵⁵ Marušić, M., Prebežac, D. (2004.), Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, str. 47.

⁵⁶ Slunj Rastoke (2021) Statut Turističke zajednice Grada Slunja. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2021/03/Statut-TZ-grada-Slunja.pdf> [8.3.2021.]

⁵⁷ Slunj Rastoke (2021) Statut Turističke zajednice Grada Slunja. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2021/03/Statut-TZ-grada-Slunja.pdf> [8.3.2021.]

- razvoj proizvoda (investicijski projekti, koordinacija i komunikacija s dionicima, razvoj turističkih proizvoda, razvoj događaja u destinaciji, upravljanje javnom turističkom infrastrukturom, upravljanje kvalitetom ponude...),
- informacije i istraživanja (promotivni i informativni materijali, turistička signalizacija, turistički informativni centri...) te
- distribucija (provedba marketinških aktivnosti, priprema destinacijskih marketinških materijala...).⁵⁸

4.1.2. Turistička zajednica Karlovačke županije

Turistička zajednica Karlovačke županije (TZKŽ) osnovana je 2010. godine za područje Karlovačke županije, od strane turističkih zajednica općina, gradova, mjesta i područja u granicama Županije. Zajednica je upisana u Upisnik turističkih zajednica Ministarstva turizma od 1995. godine. Sjedište joj je u Karlovcu, ima Statut, pečat, žig i znak. Kao i u slučaju TZG Slunja, rad TZKŽ je javan i djeluje prema načelu opće korisnosti. Može imati obvezatne i počasne članove, a njezina tijela su Skupština (najviše tijelo upravljanja), Turističko vijeće, Nadzorni odbor te Predsjednik Zajednice.

Neke od zadaća Zajednice su:

- promocija turističke destinacije na razini županije,
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom,
- sudjelovanje u razvoju turizma na razini županije,
- izrada strategije razvoja na razini županije,
- promocija i obogaćivanje turističkih proizvoda i turističke ponude u regiji,
- obrada podataka,
- koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije i drugi.⁵⁹

⁵⁸ Slunj Rastoke, (2021), Statut Turističke zajednice Grada Slunja. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2021/03/Statut-TZ-grada-Slunja.pdf> [8.3.2021.]

⁵⁹ Narodne Novine 147/2010 (2010), Statut Turističke zajednice Karlovačke županije. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_12_147_3744.html [8.3.2021.]

4.1.3. Turističke agencije

Turističke agencije su posrednici između klijenta (turista) i ponuđača usluga putovanja, smještaja, boravka i ostalih usluga poput osiguranja putnika i prtljage, mjenjačkih poslova i ostalih.⁶⁰ One su nastale kao rezultat promjena na turističkom tržištu, uvjetovane tehničkim usavršavanjem prijevoznih sredstava (aviona, vlakova), masovnošću i kompleksnošću novih vrta putovanja te mogućnošću ostvarivanjem prihoda obavljanjem posredničkih djelatnosti.⁶¹ Bit turističkih agencija, odnosno njihovog postojanja i djelovanja sadržan je u pružanju raznolikih usluga turističkim potrošačima.⁶² Na području Grada Slunja svoje usluge nude četiri turističke agencije.

Turistička agencija Rastoke Active agencija je u sklopu hotela i restorana Mirjana – Rastoke iz mjesta Nikšić u Slunju. Rastoke Active nudi usluge turističkih obilazaka Rastoka i Plitvičkih jezera uz stručno vodstvo, izlete *kayakom* i raftingom na rijekama Korani i Mrežnici te izlete i vožnje *quad* – vozilima ili biciklima. U sklopu agencije mogući su i izleti i aranžmani u okolici Grada Slunja, a u ponudi su usluge jahanja, *zip-linea*, adrenalin parka ili posjeta lokalnim farmama i OPG-ovima na području Općine Rakovica u blizini Slunja.⁶³

Turistička agencija Alynta, sa sjedištem u Karlovcu, nudi usluge lokalnog turističkog vođenja te usluge pratitelja na području Hrvatske, prvenstveno s naglaskom na Plitvička jezera, Rastoke te Karlovac i Zagreb.⁶⁴

Još jedna turistička agencija sa sjedištem u blizini Slunja (Jezerce, Plitvička jezera) nudi široki spektar usluga na području Rastoka, Plitvičkih jezera i drugih destinacija u Hrvatskoj, pod nazivom Natura – Turist d.o.o. Usluge koje nudi uključuju turističko vođenje i pratnje na grupnim putovanjima, usluge privatnog i hotelskog smještaja, organizacije izleta, ručkova i večera te *team buildinga* i transfera.⁶⁵

SB Turist je turistička agencija iz Korenice, koja također nudi usluge stručnog turističkog vođenja u Rastokama, i to na četiri jezika: hrvatskom, engleskom, talijanskom i španjolskom.⁶⁶

⁶⁰ Čavlek, N. (1998) Turoperatori i svjetski turizam, Golden marketing, Zagreb, str. 58.

⁶¹ Čavlek, N., ibidem, str. 32.

⁶² Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb, str. 44.

⁶³ Slunj Rastoke (2019), Rastoke Active. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/rastoke-active/> [8.3.2021.]

⁶⁴ Slunj Rastoke (2019), Alynta. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/alynta/> [8.3.2021.]

⁶⁵ Slunj Rastoke (2019), Natura – Turist d.o.o. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/natura-turist-d-o-o/> [8.3.2021.]

⁶⁶ Slunj Rastoke (2019), SB Turist. Dostupno na <http://slunj-rastoke.hr/sb-turist/> [8.3.2021.]

4.2. Receptivni turistički kapaciteti

Prema Izvješću Turističke zajednice grada Slunja, 2019. godine je u gradu Slunju ostvareno ukupno 59.926 turističkih dolazaka, od čega 55.213 stranih (92,1%) i 4.713 domaćih dolazaka. Iste godine zabilježeno je ukupno 125.269 noćenja, od čega 110.669 stranih (88,35%) te 14.600 domaćih noćenja.⁶⁷ Usporedbe radi, prema Izvješću za 2015. godinu, u gradu Slunju je u razdoblju od 01.01.2015. do 31.12.2015. ostvareno ukupno 26.959 turističkih dolazaka, od čega 25.330 stranih i 1.629 domaćih gostiju.⁶⁸ U istom razdoblju ostvareno je 35.400 noćenja, od čega 32.660 stranih i 2.740 domaćih gostiju. Iz navedenih podataka vidljiv je značajan porast broja turističkih dolazaka (2,2 puta više) i noćenja (3,54 puta više) u razdoblju od 4 godine. Također je vidljiva razlika u broju noćenja u odnosu na turističke dolaske. Naime, 2015. godine je broj noćenja po turističkom dolasku bio 1.31, dok se 2019. taj broj popeo na 2,09 noćenja.

U gradu Slunju registrirano je ukupno 135 jedinica receptivnih turističkih kapaciteta, od kojih: 1 hotel, 1 hostel, 1 pansion, 1 kamp, 11 kuća za odmor, 116 jedinica privatnog smještaja (apartmani, sobe, studio-apartmani) te 4 restorana sa smještajem.⁶⁹

4.2.1. Hoteli

Hoteli su poduzeća koja turistima, putnicima i posjetiteljima, za određenu naknadu, nude usluge smještaja, hrane i pića.⁷⁰

U naselju Nikšić, na području grada Slunja, smješten je Hotel Mirjana & Rastoke, u sklopu kojeg su i restoran Mirjana, kongresni centar, *eco ethno shop* te turistička agencija Rastoke Active. Hotel je kategoriziran s četiri zvjezdice, a u ponudi je ukupno 53 jedinice, od kojih 49 moderno uređenih soba te 4 hotelska apartmana. Hotel nudi usluge organizacije događaja i vjenčanja u restoranu, poslovnih sastanaka u kongresnom centru te paket aranžmana i organiziranih sportskih ili rekreativnih izleta i obilazaka turističkih atrakcija na području Slunja i okolice. Hotel i restoran su uređeni u modernom stilu s tradicionalnim elementima i prirodnim

⁶⁷ Turistička zajednica grada Slunja (2020), Izvješće o radu Turističke zajednice grada Slunja za 2019. godinu. Dostupno na: http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2020/06/2019_Izvjesce_o_radu.pdf [15.3.2021.]

⁶⁸ Turistička zajednica grada Slunja (2016), Izvješće o radu Turističke zajednice grada Slunja za 2015. godinu. Dostupno na: http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2019/12/2015_Izvjesce_o_radu.pdf [15.3.2021.]

⁶⁹ Slunj Rastoke (2019), Smještaj. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/properties-list-half-map/> [15.3.2021.]

⁷⁰ Medlik, S., Ingram H. (2002), *Hotelsko poslovanje, Golden marketing*, Zagreb, Str. 19.

materijalima (drvo, kamen), kako bi se sačuvala autentičnost kraja te pružila posebna udobnost i atmosfera.⁷¹ Ovaj hotel se može okarakterizirati kao hotel „pune usluge“, odnosno kao smještajni objekt u kojem se nudi cjelokupna usluga hrane i pića.⁷² Budući da je kapacitet soba manji od 75, vrsta hotela odgovara „malom hotelu“.⁷³

Nedaleko od centra Slunja, u neposrednoj blizini povijesnih atrakcija Gradine i Napoleonovog Magazina, smješten je hostel Plitvice Rastoke. Hostel sadrži jednu 9-krevetnu i jednu 8-krevetnu sobu s dvije kupaonice. U sklopu hostela gosti mogu posjetiti bar i kuglanu, a na raspolaganju su im i vrt te terasa s pogledom.⁷⁴

U samom centru Slunja nalazi se Pansion Park. U kategoriji od 3 zvjezdice u ponudi je ukupno 18 soba, od kojih 11 dvokrevetnih i 7 trokrevetnih. U sklopu objekta nalaze se kafić i parking, a gostima pansiona se nudi i mogućnost doručka u stilu „švedskog stola“, gdje su u ponudi obroci od domaće uzgojenih proizvoda, primjerice jaja, mliječnih proizvoda, voća i povrća.⁷⁵

Osim hotela, hostela i pansiona, sobe za smještaj turista nudi i nekoliko ugostiteljskih objekata, odnosno restorana na području Slunja (4 restorana sa smještajem koji u ponudi imaju sobe kategorizirane s 3*).

4.2.2. Privatni smještaj

Od registriranog privatnog smještaja na području grada Slunja nalazi se ukupno 127 jedinica, od kojih 11 kuća za odmor i 116 jedinica obiteljskog smještaja (sobe, apartmani i studio-apartmani). Među obiteljskim smještajem najzastupljenije su sobe i apartmani kategorizirani s 3* (87,1%), potom jedinice privatnog smještaja kategoriziranih s 4* (6%) te sobe kategorizirane sa 2* (4,3%) i 1* (2,6%).⁷⁶ Na području Rastoka nalazi se 13 jedinica obiteljskog smještaja, kategoriziranih većinom sa maksimalno 3*. Razlog tome je što su ti objekti otvarani prije više godina, odnosno u vrijeme dok posjećenost i turistička potražnja za smještajem u gradu Slunju nisu bili dovoljno visoki da bi uopće postojala potreba za otvaranjem obiteljskog smještaja na

⁷¹ Slunj – Rastoke (2019), Hotel Mirjana Rastoke. Dostupno na : <http://slunj-rastoke.hr/en/properties/hotel-mirjana-rastoke-2/> [8.3.2021.]

⁷² Hayes, D.K., Ninemeier, J.D. (2005), Upravljanje hotelskim poslovanjem, M plus, Zagreb , str. 5.

⁷³ Hayes, D.K., Ninemeier, J.D., ibidem, str. 27.

⁷⁴ Slunj Rastoke (2019), Hostel Plitvice – Rastoke. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/en/properties/hostel-plitvice-rastoke-2/> [8.3.2021.]

⁷⁵ Slunj Rastoke (2019), Pension Park***. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/en/properties/pension-park/> [8.3.2021.]

⁷⁶Slunj Rastoke (2019), Smještaj. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/properties-list-half-map/> [10.3.2021.]

prostorima izvan samog naselja Rastoke, a kasnije s vremenom nisu renovirani sukladno promjenama uvjeta kategorizacije. Objekti otvarani u zadnjih 5 godina većinski su kategorizirani s 3* ili 4*, te su u sklopu njih nadograđeni razni dodatni sadržaji koji povećavaju atraktivnost samog smještaja, primjerice bazeni, pecare za roštilj, privatna dvorišta i nadstrešnice za druženje, mogućnost korištenja bicikla ili quad-vozila i slično, dok je takve sadržaje, zbog prostorne ograničenosti, nemoguće dodatno nadograditi.

Od 11 kuća za odmor na području Slunja, 10 ih je kategorizirano s 3* te jedna sa 4*. Kuće za odmor na ovom području većinom su uređene u autohtonom stilu i dodani su im prirodni materijali u gradnji, primjerice drvo i kamen. Ova vrsta privatnih smještaja manje je podređena uređenju u stilu masovnog turizma, odnosno više su ciljano uređene i specifične na način da pruže autohtoni „seoski“ doživljaj turistima koji upravo takav doživljaj i traže.

4.2.3. Kampovi

U blizini Rastoka (1km) nalazi se i jedan kamp. Kategoriziran je s 3*, kapaciteta 10 kampirnih mjesta s priključenim dovodom struje i vode. U kampu se nalazi prostor sa sanitarnim čvorovima, tuševima te perilicama rublja. Gosti na raspolaganju imaju veliko dvorište s raznim dodatnim sadržajima poput privatnog vrta s domaće uzgojenim povrćem i voćem, ljuljački te natkrivenog prostora sa stolom za objed i pecarom za roštilj.

Kampovi su također dosta specifični oblik privatnog smještaja, budući da turisti koji odsjedaju u njima isto žele iskusiti drugačiji doživljaj tijekom posjeta nekoj turističkoj destinaciji, a u fokusu je doživljaj prirode. „Jer biti kampist znači biti slobodan, biti ekološki svjestan, boraviti u prirodi, družiti se s ljudima, biti pokretan i aktivan, stalno istraživati i otkrivati nešto novo...“⁷⁷

⁷⁷ Čorak, S., Mikačić, V., ur. (2006), Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, str. 65.

5. PODRŠKA LOKALNOG STANOVNIŠTVA RAZVOJU TURIZMA

5.1. Učinci razvoja turizma

5.1.1. Ekonomski učinci

Ekonomski učinci razvoja turizma u nekoj destinaciji su brojni. Pozitivni učinci u destinaciji mogu se očitovati u povećanju potrošnje turista uslijed kupnje dobara ili usluga, što je izuzetno povoljno ukoliko od toga profitira lokalno stanovništvo (privatni sektor, poduzetnici i fizičke osobe), primjerice ako turist posjeti lokalni restoran ili kafić, odsjedne u nekom od apartmana u privatnom smještaju i slično. Porastom potražnje za nekom destinacijom i uslugama koje se tamo nude, otvara se mogućnost otvaranja novih ugostiteljskih i smještajnih objekata (nova ulaganja), a s time i otvaranje novih radnih mjesta i povećanje stope zaposlenih među lokalnim stanovništvom. Do istog učinka dolazi i uslijed rasta javne potrošnje u obliku poticaja lokalnom poduzetništvu i ulaganja javnog sektora u turizam (primjerice infrastrukturu).⁷⁸ Svi ovi učinci povezani su s multiplikativnom funkcijom turizma, odnosno mogućnošću turizma da multiplicira dohodak koji se ostvari u inicijalnoj fazi realizacije turističke potrošnje⁷⁹, i tako utječe na ostale gospodarske procese na lokalnoj, ali i državnoj razini (povećanje kupovne moći lokalnog stanovništva i javnog sektora u destinaciji).

Osim pozitivnih ekonomskih učinaka, u destinaciji se razvojem turizma očituju i neki negativni ekonomski učinci, kao što su: migratorni pritisci na turistički privlačna područja (što dovodi do depopulacije i iseljavanja ruralnih i slabije razvijenih prostora), povećani porezni pritisak radi izgradnje potrebne infrastrukture, pritisak na cijene i njihov porast u destinaciji, nepovoljni uvjeti rada, niže plaće itd.⁸⁰

5.1.2. Socio-kulturni učinci

⁷⁸ Čavlek, N., et. al., op. cit., str. 263.

⁷⁹ Čavlek, N., et. al., ibidem, str. 262.

⁸⁰ Petrić, L. (2011), Upravljanje turističkom destinacijom – Načela i praksa. Ekonomski fakultet, Split, str. 97

Pozitivni socio-kulturni učinci uslijed razvoja turizma u nekoj destinaciji očituju se u razmjeni znanja, tradicija i običaja, promicanju tolerancije među različitim narodima i kulturama, poticanju očuvanja tradicije, kulturno-povijesnih i etnosocijalnih resursa i dobara, otvaranje mogućnosti perspektivne budućnosti i ostanka mladih u manjim ruralnim sredinama itd.

Od negativnih socio-kulturnih učinaka razvoja turizma ističu se: nepoštivanje lokalnih tradicijskih i religijskih običaja i pravila, preuzimanje tuđih obrazaca ponašanja, promjena ili uništavanje izvornih običaja i manifestacija, pretjerana standardizacija (gubitak kulturne različitosti), pseudo-autentičnost, odnosno „odglumljena“ autentičnost običaja i događaja u svrhe prezentacije turistima i slično, a u nekim područjima dolazi i do seksualne eksploatacije žena i djece u svrhe seks turizma, prostitucije i širenja spolno prenosivih bolesti.⁸¹

5.1.3. Učinci na okoliš

Okoliš je sve što nas okružuje. Razvojem turizma dolazi do mnogobrojnih učinaka na okoliš, pozitivnih, ali i, u većem dijelu, negativnih. Od pozitivnih učinaka razvoja turizma na okoliš mogu se navesti povećavanje svijesti o očuvanju okoliša, pojačavanje zaštite, obnove i održavanja spomenika prirode i kulture, stvaranja novih zaštićenih područja, nacionalnih parkova, parkova prirode i ostalih⁸², razvoj ekoturizma i novih oblika turizma kojima se promiče očuvanje okoliša i prirodnih resursa i slično.

No, razvoj turizma u nekim područjima (primjerice ruralnim ili zaštićenim područjima) može proizvesti mnogobrojne probleme za okoliš, a samo neki od njih su: onečišćenje zbog prevelikog broja turista u prostoru i uslijed raznih aktivnosti koje su kobne za okoliš (primjerice lov i ribolov u nezakonitim uvjetima, paljenje vatre, bavljenje ekstremnim sportovima u biološki osjetljivim sustavima kao što su špilje, rijeke i kanjoni)⁸³, pojačano ispuštanje otrovnih i štetnih plinova uslijed povećanja prometa u destinaciji, otpad (pogotovo ako u destinaciji nisu izgrađena adekvatna odlagališta otpada i ostala prateća infrastruktura), buka, prevelika potrošnja vode ili električne energije, onečišćenje mora i rijeka radi neadekvatnog sustava kanalizacije, pretjerana gradnja, a time i vizualna devastacija prostora i propadanje tla, kemijska

⁸¹ Petrić, L., op. cit., str. 98.

⁸² Petrić, L., ibidem, str. 93.

⁸³ Petrić, L., ibidem, str. 96.

i biološka oštećenja rijeka i mora, smanjenje ili uništavanje ribljeg fonda ili drugih životinjskih i biljnih vrsta, i mnogi drugi.⁸⁴

Razvojem ekoturizma i pojačavanjem osviještenosti turista, ali i poduzetnika i lokalne zajednice o očuvanju okoliša trebalo bi se pokušati smanjiti barem neke od izravnih štetnih učinaka na okoliš (primjereno odlaganje otpada, svjesno korištenje resursa poput vode i električne energije u destinaciji). Uz to, potrebno je uvesti inspekcijski nadzor nad privatnim sektorom te kazne i sankcije za oštećenje okoliša.⁸⁵

5.2. Percepcije stanovništva prema razvoju turizma

U svrhu diplomskog rada i boljeg razumijevanja rezultata vlastitog istraživanja, proučena su dva primarna istraživanja na temu percepcije lokalnog stanovništva prema razvoju turizma u njihovom gradu te podrške razvoju. Istraživanje u gradu Zagrebu opisano je u članku Daniele Soldić Frlete i Jelene Đurkin Badurine pod nazivom „Factors affecting residents' support for cultural tourism development“, a online istraživanje na svjetskoj razini, među 500 do 1000 ispitanika po zemlji, iz ukupno 15 zemalja, provedeno je od strane Svjetske turističke organizacije (engl. World Tourism Organization, dalje u tekstu: UNWTO) i Globalne agencije za istraživanje tržišta i javnog mnijenja (engl. Global Market Research and Public Opinion Specialist, dalje u tekstu: IPSOS) pod nazivom „Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures“.

5.2.1. Pozitivne percepcije

U članku „Factors affecting residents' support for cultural tourism development“ o istraživanju među stanovnicima grada Zagreba navodi se kako ispitanici ekonomske i socio-kulturne učinke razvoja turizma percipiraju većinom kao pozitivne. Većina smatra kako je razvoj turizma uvelike zaslužan za povećanu turističku potrošnju u destinaciji te, shodno tome, za povećanje mogućnosti zaposlenja lokalne zajednice. Razvoj turizma je također privukao nova ulaganja, te

⁸⁴ Petrić, L., op. cit., str. 95.

⁸⁵ Petrić, L., ibidem, str. 95.

pruža i mnoštvo ostalih pozitivnih učinaka za lokalne poduzetnike i stanovništvo.⁸⁶ Na polju socio-kulturnih učinaka, većina ispitanika smatra kako doticaj s ljudima iz različitih zemalja za njih predstavlja vrijedno iskustvo te da razvoj turizma pruža veći opus mogućnosti za nove prilike i aktivnosti. U globalu se slažu da turizam ima pozitivan učinak na kulturni identitet zajednice te pojačava tendencije očuvanju kulturnog nasljeđa.⁸⁷

U istraživanju „Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures“ više od polovice ispitanika također smatra da turizam ima srednji ili velik utjecaj na generiranje bogatstva i dohotka, stvara međukulturalne razmjene, stvara prilike za nove mogućnosti i aktivnosti te otvara nova radna mjesta.⁸⁸

5.2.2. Negativne percepcije

U članku Soldić Frleta i Đurkin Badurine, ispitanicima istraživanja u gradu Zagrebu negativne percepcije prema razvoju turizma koncentrirane su većinom na učinke na okoliš. Većina smatra kako turizam uzrokuje pojačane gužve i buku te onečišćenje okoliša. Turizam se, u ovom slučaju, percipira kao razlog za neugodnu prenapučenost na javnim mjestima u gradu Zagrebu.⁸⁹

U istraživanju UNWTO-a i IPSOS-a, skoro polovica ispitanika također smatra da razvoj turizma uzrokuje prenapučenost na ulicama, u javnom prijevozu ili u trgovinama. Također razvoj turizma percipiraju kao razlog povećanju cijena nekretnina, dobara i usluga te prijevoza u destinaciji.⁹⁰ Skoro polovica ispitanika dijeli razmišljanje kako „žive u gradovima s velikim brojem turista i posjetitelja“, te kako bi trebale postojati mjere za bolje upravljanje turizmom u gradu.⁹¹ Što se tiče „najbitnijih mjera“ i „adekvatnog načina za to kako se nositi s povećanjem turista u destinaciji“, većina smatra kako bi u tu svrhu trebalo poboljšati i obnoviti infrastrukturu

⁸⁶ Soldić Frleta, D., Đurkin Badurina, J. (2019), Factors affecting residents' support for cultural tourism development, str. 647. Dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/1039837.tosee_2019.pdf [14.09.2020.]

⁸⁷ Soldić Frleta, D., Đurkin Badurina, J., op. cit., str. 647.

⁸⁸ World Tourism organization UNWTO and IPSOS (2019), Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures, str. 11. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421107> [14.09.2020.]

⁸⁹ Soldić Frleta, D., Đurkin Badurina, J., (2019), ibidem, str. 647.

⁹⁰ UNWTO and IPSOS, op. cit, str. 11. [14.09.2020.]

⁹¹ UNWTO and IPSOS, op. cit., str. 9., 14. [14.09.2020.]

i prostore za odvijanje aktivnosti te stvoriti atrakcije i iskustva koja će biti od koristi ne samo turistima, već i lokalnom stanovništvu.⁹²

⁹² UNWTO and IPSOS, op. cit., str. 16. [14.09.2020.]

6. ISTRAŽIVANJE STAVOVA

Stavovi turista, njihova mišljenja o određenim temama i problematikama te njihove navike izuzetno su bitne informacije kojima neki pružatelj usluga u turističkoj destinaciji može raspolagati. Te informacije analiziraju se i interpretiraju iz rezultata raznih primarnih i sekundarnih istraživanja turističkih tržišta, a koriste se u različite svrhe (tendencije tržišnih kretanja, prognoze prodaje, projekcije, poslovne analize, utvrđivanje tržišnih udjela, istraživanje i razvoj, strategije marketinga i prodaje)⁹³, radi povećanja konkurentnosti na tržištu, poboljšanja turističke ponude ili konkretnih usluga ili općenito boljeg razumijevanja ponašanja potrošača, odnosno turista.

6.1. Obilježja istraživanja turističkih tržišta

Prema Marušiću, istraživanje tržišta je sustavni, objektivan postupak dobivanja informacija koje služe odlučivanju u marketingu⁹⁴, a prema Marušiću i Prebežcu, istraživanje turističkih tržišta može se definirati kao istraživanje svih elemenata koji se odnose na tržište turizma i putovanja⁹⁵. Turistička ponuda, u najboljem slučaju, trebala bi se prilagoditi turističkoj potražnji, odnosno željama i potrebama turističkih potrošača, a kako se na turističkom tržištu i u svijetu konstantno pojavljuju novi trendovi, ponuđači usluga moraju biti agilni i slijediti te trendove, ili ponuditi nešto sasvim novo i sami pokušati stvoriti trend, kako bi privukli potražnju. U stvaranju ili prilagođavanju turističkih proizvoda izuzetno su im korisne pravovremene i točne informacije od potražnje, a u tu svrhu rade se istraživanja turističkih tržišta.

Najčešći elementi istraživanja turističkih tržišta su tendencije tržišnih kretanja, prognoze prodaje, projekcije, poslovne analize, utvrđivanje tržišnih udjela, istraživanje i razvoj te strategije marketinga i prodaje.⁹⁶ Istraživanja možemo podijeliti s obzirom na ciljeve istraživanja i karakter podataka koji se obrađuju.

⁹³ Čavlek, N., et. al., op. cit., str. 361.

⁹⁴ Čavlek, N., et. al., ibidem, str. 361.

⁹⁵ Marušić, M., Prebežac, D. (2004.), Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, str. 56.

⁹⁶ Marušić, M., Prebežac, D., ibidem., str. 56.

Prema ciljevima na koje je istraživanje usmjereno razlikujemo izviđajno, opisno i uzročno istraživanje.⁹⁷

Izviđajno istraživanje je početno istraživanje, koje se primjenjuje kada je predmet istraživanja relativno nepoznat, a hipoteze istraživanja nejasno definirane. Svrha ovog istraživanja je definiranje naravi samog problema istraživanja te postizanje boljeg razumijevanja događaja, pojave ili situacije na turističkom tržištu.⁹⁸ Opisno istraživanje opisuje učestalost i obilježja neke pojave ili populacije na tržištu (odgovara na pitanja tko, što, kada, gdje i kako), a uzročno istražuje uzročnu povezanost između akcija i reakcija na turističkom tržištu.⁹⁹

Prema karakteru podataka koji se sakupljaju, obrađuju i analiziraju razlikuju se kvantitativna i kvalitativna istraživanja.

Kvantitativna istraživanja odražavaju se mogućnošću brojčanog izraza podataka koji su rezultat tih istraživanja, kao što su, primjerice, broj turističkih dolazaka, noćenja, prihodi od turizma i slično.¹⁰⁰ Kvalitativna istraživanja rezultiraju podacima koje je nemoguće izraziti brojčano, već opisno. Ova istraživanja usredotočena su na razumijevanje pojava koje se istražuju, primjerice motivi dolaska turista, zadovoljstvo ili nezadovoljstvo elementima ponude i slično.¹⁰¹

6.2. Izvori podataka u istraživanju turističkih tržišta

U svrhu istraživanja turističkog tržišta moguće je služiti se podacima iz dvaju vrsta izvora, odnosno podacima iz primarnih i podacima iz sekundarnih izvora.

Primarni podaci su podaci prikupljeni vlastitim snagama, odnosno izvorna opažanja koja se prikupljaju za potrebe rješavanja konkretnog istraživačkog projekta.¹⁰² Oni su rezultat izravnog istraživanja na terenu, i prikupljaju se izravno od ispitanika ili jedinica istraživanja, bilo metodom promatranja ili metodom ispitivanja (anketa, intervju). Potreba za ovakvim vrstama podataka vrlo je izražena na turističkom tržištu, jer se u većini slučajeva najveći problem odnosi na motive, stavove, percepcije i druga obilježja turista, odnosno na podatke kvalitativnog

⁹⁷ Čavlek, N., et. al., op. cit., str 362.

⁹⁸ Čavlek, N., et. al., ibidem., str 362.

⁹⁹ Čavlek, N., et. al., ibidem., str 362.

¹⁰⁰ Čavlek, N., et. al., ibidem., str 362.

¹⁰¹ Čavlek, N., et. al., ibidem., str 362.

¹⁰² Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (2019) Istraživanje turističkih tržišta. Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 169.

karaktera, koje je u rijetkim slučajevima moguće pronaći ili iščitati iz već postojećih sekundarnih izvora podataka.¹⁰³

S druge strane, podaci iz sekundarnih izvora su podaci koje je već netko prije prikupio i zabilježio, u svrhu nekog drugog istraživanja. Među sekundarnim izvorima podataka razlikujemo još dva pod-izvora podataka, ovisno o subjektu koji vodi te podatke. Tako je sekundarne podatke moguće pronaći iz internih, odnosno unutrašnjih izvora ili iz eksternih, odnosno vanjskih izvora.

Interni izvori sekundarnih podataka predstavljaju podatke dobivene iz:

- računovodstveno-financijskih izvještaja poslovanja organizacije,
- ekonomskih analiza poslovanja,
- analiza bilanci poslovanja i
- analiza izvješća revizorskih tvrtki o poslovanju organizacija.¹⁰⁴

S druge strane, eksterni izvori podataka mogu biti međunarodni ili nacionalni. U međunarodne izvore moguće je ubrojiti publikacije UNWTO-a (Yearbook of Tourism Statistic, UNWTO World Tourism Barometer, Compendium of Tourism Statistic...), OECD-a, IPK Internationala (European Travel Monitor, World Travel Monitor...), F.U.R.-a, PATA-e, publikacije Tourism Intelligence Internationala, WTTC-a te Economic Intelligence Unit-Industry Forecasts. Nacionalne izvore predstavljaju statistički ljetopisi, izvješća, priopćenja, studije i analize ustanova koje istražuju i prate turistička kretanja u Republici Hrvatskoj, odnosno Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske, Hrvatske narodne banke, Instituta za turizam Zagreb (TOMAS), Hrvatske turističke zajednice te Howarth Consultinga Zagreb.¹⁰⁵

Podaci koje prikupimo iz sekundarnih izvora moraju biti iz provjerenih i valjanih izvora, moraju biti važeći što se tiče vremenskog okvira, točni, i u jedinici mjere koja se može upotrijebiti u svrhe istraživanja. U velikom broju slučajeva nemoguće je pronaći podatke koji odgovaraju tim kriterijima, upravo zato što su prikupljeni u neke druge svrhe za neka druga istraživanja. Ipak, sekundarni izvori podataka imaju brojne prednosti naspram primarnih izvora, a to su: jeftinije prikupljanje podataka (troškovi prikupljanja primarnih podataka i izvođenje vlastitog istraživanja često sa sobom nosi razne troškove), brže prikupljanje podataka u odnosu na

¹⁰³ Čavlek, N., et. al., op. cit., str 363.-366.

¹⁰⁴ Čavlek, N., et. al., ibidem, str.370.

¹⁰⁵ Čavlek, N., et. al., ibidem, str. 377.

prikupljanje podataka u primarnom istraživanju, dostupnost nekih podataka do kojih bi istraživaču inače bilo nemoguće doći te objektivnost, odnosno nepristranost.¹⁰⁶

6.3. Metode prikupljanja podataka

Metode prikupljanja podataka razlikuju se s obzirom na izvore podataka, pa se tako u metode prikupljanja primarnih podataka ubrajaju metoda promatranja i metodu ispitivanja, a u sklopu metoda prikupljanja sekundarnih podataka razlikuju se: informacije s državnih granica, ispitivanja na granici, metoda vođenja dnevnika, ispitivanja u prijevoznim sredstvima, ispitivanja na popularnim turističkim lokacijama, ispitivanja u smještajnim objektima, modeli potrošnje, izvještaji o poslovanju smještajnih objekata te istraživanje turističke ponude.¹⁰⁷

Metoda promatranja je proces praćenja, uočavanja i bilježenja činjenica ili događaja, u svrhu projekta nekog istraživanja tržišta, prema planu koji je unaprijed zacrtan, od strane promatrača koji je stručno osposobljen za taj posao te u svrhu usvajanja novih spoznaja. Odlika ove metode je nedostatak obraćanja objektu promatranja (osobi ili osobama). Dakle, promatrač usvaja nove spoznaje i bilježi ih bez postavljanja pitanja promatranoj osobi/osobama. Neke od tehnika promatranja su: primjetno i neprimjetno promatranje, strukturirano i nestrukturirano, izravno i neizravno, osobno promatranje i s pomoću računala te prirodna i umjetno stvorena situacija.¹⁰⁸

S druge strane, metodu ispitivanja odlikuje postavljanje pitanja objektu istraživanja te bilježenje odgovora i rezultata od strane ispitivača. Ispitivač se u svrhu istraživanja može služiti anketnim upitnikom ili intervjuom, odnosno podsjetnikom na intervju u kojem su navedena pitanja za intervju. Ispitanici se mogu anketirati/intervjuirati osobno, telefonski ili poštom/internetski, a pitanja koja im se postavljaju mogu biti strukturirana (s ponuđenim odgovorima s mogućnošću jednog ili višestrukog izbora) ili otvorena (sloboda odgovora).¹⁰⁹

Za razliku od metoda prikupljanja primarnih podataka, metodama prikupljanja sekundarnih podataka ne koriste se izravno ispitivači u konkretnom istraživanju, već institucije, odnosno razne ustanove na razini države (Državni zavod za statistiku RH), koje izravno prikupljaju te

¹⁰⁶ Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J., op. cit., str. 46., 47.

¹⁰⁷ Čavlek, N., et. al., op. cit., str. 364., 365.

¹⁰⁸ Čavlek, N., et. al., Ibidem, str 365., 366.

¹⁰⁹ Čavlek, N., et. al., Ibidem, str 366., 367.

podatke, a ispitivači ih koriste za svoja istraživanja u obliku sekundarnih, već postojećih podataka. Metode kojima se koriste te ustanove su:

- informacije s državnih granica – formulari o ulasku ili izlasku iz zemlje koje popunjavaju turisti na graničnim prijelazima,
- ispitivanja na granici – odabranom uzorku turista se na graničnim prijelazima dijele anketni upitnici ili ih se intervjuira osobno,
- metoda vođenja dnevnika – gdje odabrani turisti/putnici vode dnevnik putovanja od početka do kraja posjeta destinaciji, a vode evidenciju o potrošnji u destinaciji, dojmovima i slično,
- ispitivanja u prijevoznim sredstvima – prikupljanje podataka u raznim prijevoznim sredstvima, primjerice zrakoplov ili brod,
- ispitivanja na popularnim turističkim destinacijama – prikupljanje podataka na odabranom uzorku turista na turističkim atrakcijama, ali i putničkim terminalima ili trgovačkim centrima, ukratko, na mjestima gdje se očekuje velika skupina turista,
- ispitivanja u smještajnim objektima – prikupljanje podataka intervjuom ili anketnim upitnikom u smještajnim objektima (hotelima, apartmanima, hostelima...), na odabranom uzorku turista,
- modeli potrošnje – kompjutorske simulacije potrošnje turista u destinaciji baziranih na ulaznim podacima koje čine broj dolazaka turista te procjene potrošnje,
- izvještaji o poslovanju smještajnih objekata – podaci koji se obrađuju su broj ostvarenih noćenja u nekom hotelu, broj iznajmljenih soba ili popunjenost kreveta i slično te
- istraživanje turističke ponude – objekti ispitivanja su voditelji poslovanja ili vlasnici smještajnih objekata, koji odgovaraju na pitanja o kapacitetima i obilježjima turističke ponude, na temelju njihovih saznanja i opažanja.¹¹⁰

Sve metode imaju svoje prednosti i nedostatke, a istraživač će u svrhu svog istraživanja odabrati metodu ili metode koje će mu najbolje odgovarati, s obzirom na vrijeme i količinu podataka kojima raspolaže te svojim financijskim mogućnostima.

¹¹⁰ Čavlek, N., et. al., op. cit., str. 373., 374.

7. MIŠLJENJA I STAVOVI LOKALNOG STANOVNIŠTVA O RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU

U svrhu izrade ovog diplomskog rada provedeno je primarno istraživanje koje kroz 26 pitanja zatvorenog tipa prikazuje mišljenja i stavove lokalnog stanovništva grada Slunja o razvoju turizma u njihovom gradu. Istraživanje je osmišljeno i provedeno od strane autorice koja je studentica 5. godine integriranog preddiplomskog i diplomskog studija smjera Turizam Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Provedeno je na uzorku od 85 osoba različitih dobnih skupina od najmanje 18 godina, gdje populaciju predstavljaju svi sugrađani s prebivalištem u gradu Slunju koji, prema posljednjim relevantnim podacima Popisa stanovništva, kućanstava i stanova iz 2011. godine¹¹¹ Državnog zavoda za statistiku broji ukupno 5 076 stanovnika (Grad i okolica), od čega su 2 535 (49,9%) muškarci i 2 541 (50,1%) žene. Punoljetno stanovništvo broji 4235 osoba, od kojih su 2075 (49%) muškarci, a 2160 (51%) žene, što predstavlja osnovni skup na kojem se temelji uzorak. U uzorku od ukupno 85 ispitanika u primarnom istraživanju 54,1% predstavljaju žene (46 osoba), a muškarci 45,9% (39 osoba). Uzorak se karakterizira kao namjerni, a okvir za izbor uzorka predstavljaju poznanici, prijatelji i rodbina autorice rada, koji ujedno podliježu kriterijima za provođenje ispitivanja.

7.1. Predmet i cilj istraživanja

Predmet ovog istraživanja su, kao što naziv istraživanja govori, mišljenja i stavovi lokalnog stanovništva o razvoju turizma u gradu Slunju. Osnovni cilj istraživanja je prikupljanje primarnih podataka koji će dati podlogu i zaključak diplomskom radu. Specifični ciljevi istraživanja su:

- Definiranje ukupnog i pojedinačnog zadovoljstva lokalnog stanovništva turističkim resursima i atrakcijama grada Slunja
- Djelomično utvrđivanje prednosti i slabosti turističke ponude grada Slunja među građanima

¹¹¹ DZS (2013), Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Stanovništvo prema spolu i starosti, str. 58. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1468.pdf [30.12.2020.]

- Utvrđivanje međuovisnosti privređivanja od turizma i tendencije podršci razvoju turizma u Gradu
- Definiranje zadovoljstva života u gradu u smislu turističke destinacije te
- Utvrđivanje stava o mogućnosti zaposlenja i ostanka u gradu s perspektivnom budućnosti.

7.2. Metodologija

Istraživanje Stavovi i mišljenja lokalnog stanovništva o razvoju turizma u gradu Slunju je primarno istraživanje u kojem su se podaci prikupljali izravno od ispitanika – građana grada Slunja, putem anketnog upitnika koji se među ispitanicima distribuirao putem internetske aplikacije Google Obrasci. Upitnik se sastojao od 26 pitanja zatvorenog tipa, od kojih su prva skupina pitanja informacije o socio-demografskom statusu ispitanika i zaradi od turizma, druga skupina pitanja stupnjevi zadovoljstva ponudom, cijenama, atrakcijama i sličnim elementima turističke ponude grada Slunja, i treća skupina pitanja kojom se izražava stupanj slaganja s postavljenim tvrdnjama koje se tiču različitih aspekata zadovoljstva boravka i života u gradu te suživota s turistima za vrijeme sezone.

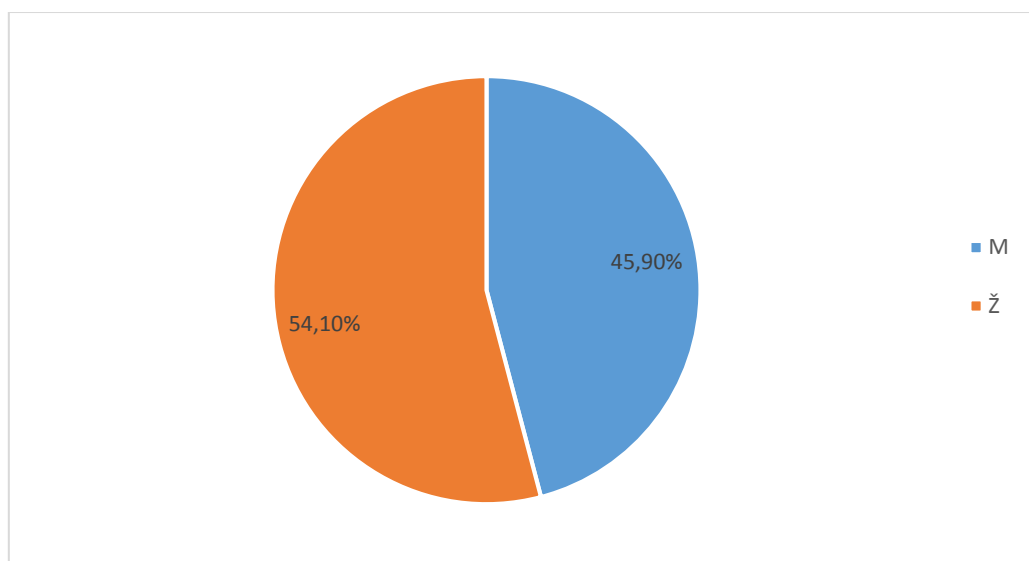
Ispitanici su punoljetne osobe koje imaju prebivalište u gradu Slunju te koriste pametne telefone i imaju mogućnost pristupa web-platfomi Google Obrasci putem poveznice na nekoj od aplikacija za dopisivanje (WhatsApp, Viber, Facebook chat) ili putem e-maila. U uzorku je ukupno 85 ispitanika, od kojih su 54,1% žene (46 osoba), a 45,9% muškarci (39 osoba). Metoda digitalne ankete odabrana je prvenstveno zbog brzine distribucije i prikupljanja podataka, zbog jednostavnosti obrade i lakoće pristupa podataka te zbog niskih troškova ispitivanja.

Ispitivanje se provodilo u razdoblju od 15. srpnja do 15. kolovoza 2020. godine.

7.3. Nalazi istraživanja

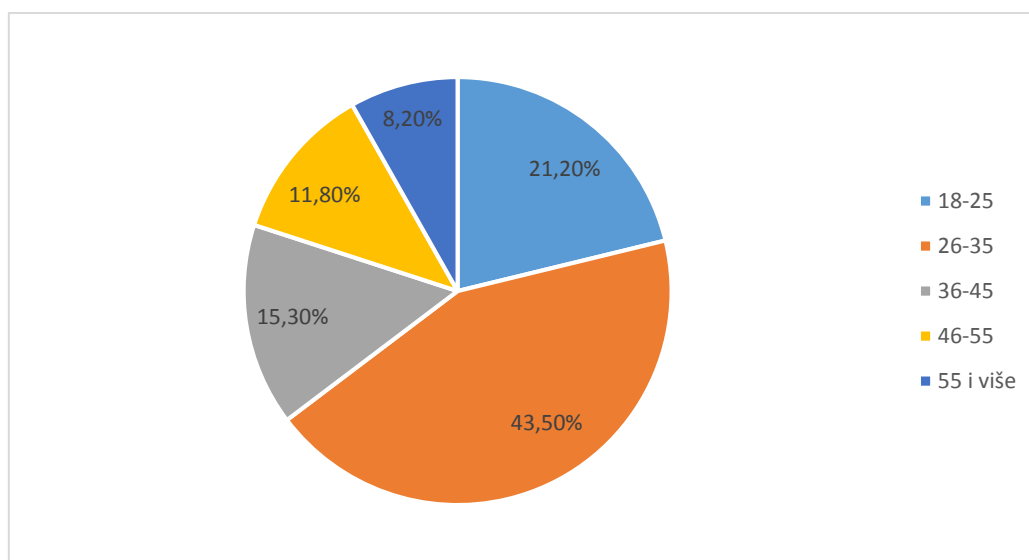
U istraživanju je sudjelovalo ukupno 85 ispitanika, od kojih su 54,1%, odnosno 46 ispitanika ženskog, a 45,9%, odnosno 39 ispitanika muškog spola.

Grafikon 1. Podjela ispitanika prema spolu



Izvor: Izrada autorice

Grafikon 2. Podjela ispitanika prema dobi



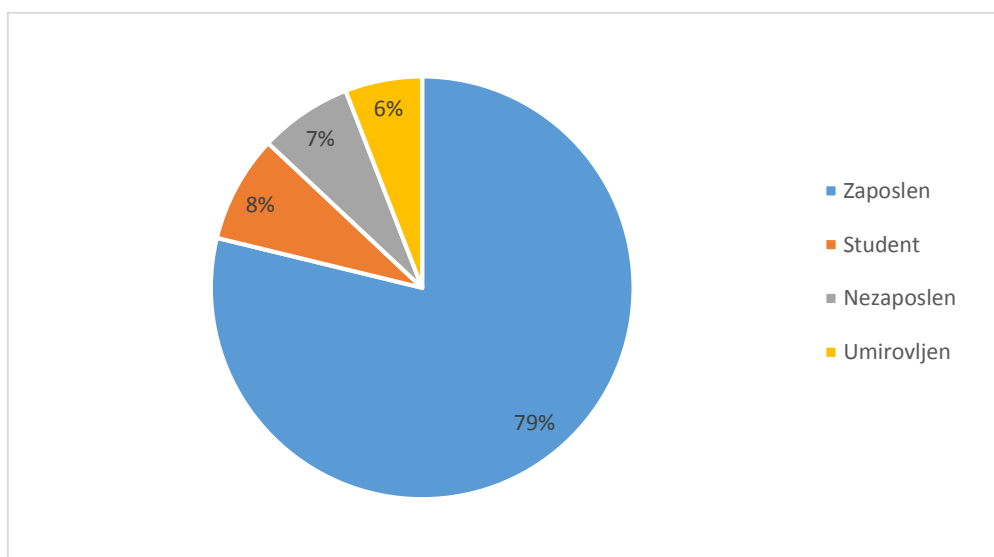
Izvor: Izrada autorice

U grafikonu 2. vidljiva je podjela ispitanika prema dobi. Većina ispitanika (43,5%), odnosno njih 37 označilo je kako pripadaju dobnoj skupini od 26 do 35 godina. Slijedi dobna skupina od 18 do 25 godina, koju je u upitniku označilo 18 osoba, odnosno 21,2%. Nešto manje ispitanika (13) označilo je pripadnost dobnoj skupini od 36 do 45 godina (15,3%). Ukupno 17

ispitanika pripada dobnoj skupini od 46 i više godina, gdje je 10 u dobnoj skupini od 46 do 55 godina, a 7 osoba u dobi od 56 i više godina.

Što se tiče statusa zaposlenja, od ukupno 85 ispitanika 78,8% (67 osoba) čine zaposlene osobe, 8,2% studenti (7 osoba), 7,1% nezaposleni te 5,9% umirovljenici.

Grafikon 3. Status zaposlenja ispitanika



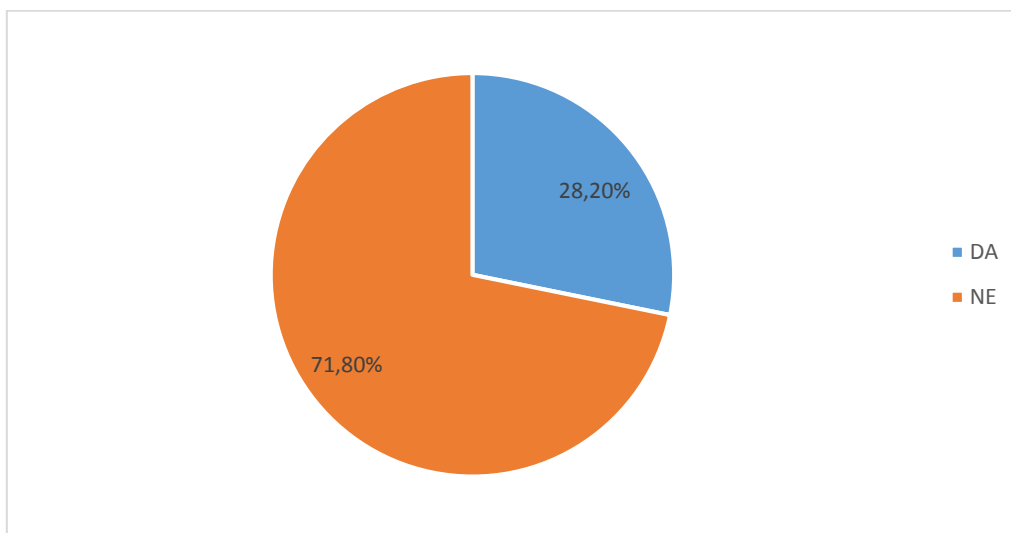
Izvor: Izrada autorice

Na pitanje „Donosi li Vam turizam zaradu?“, 61 ispitanik (71,8%) odgovorio je sa NE, dok je 24 ispitanika (28,2%) odgovorilo potvrdno (*Grafikon 4.*).

U sljedećem pitanju tražio se odgovor na koji način privređuju od turizma, odnosno jesu li zaposleni u nekoj od ustanova usko povezanih s turizmom ili su vlasnici nekog od smještajnih objekata. Od ukupno 23 odgovora više od polovice ispitanika (56,5%) označilo je da posjeduju neki od smještajnih objekata (apartman/soba/hotel/kamp), i na taj način zarađuju od turista i posjetitelja. 5 osoba (21,7%) zaposleno je u hotelu/kampu/drugoj vrsti smještajnog objekta izvan Slunja, 3 osobe (13%) zaposleno je u hotelu/kampu/drugoj vrsti smještajnog objekta u Slunju, dok su 2 ispitanika zaposlena u Turističkoj zajednici (8,7%). S obzirom na to da je na prethodno pitanje s odgovorom DA odgovorilo 24 ispitanika, a na pitanje o načinu zarade od

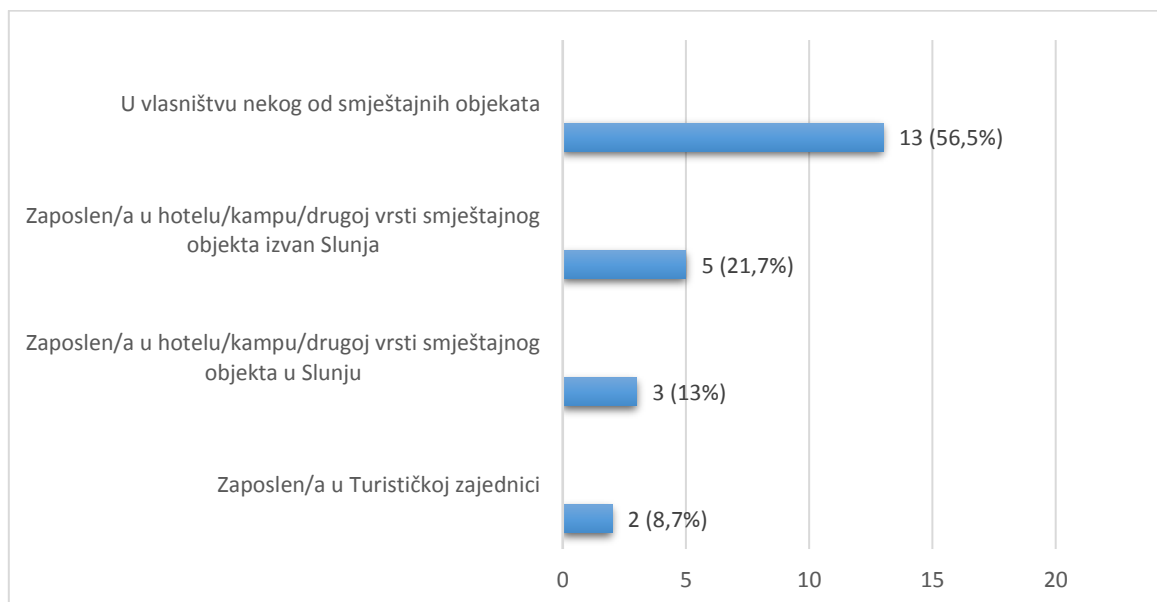
turizma koje nije bilo obavezno je bilo ponuđeno ukupno 23 odgovora, pretpostavlja se da je jedan ispitanik ili htio ostati suzdržan ili nije dovoljno dobro razumjeo ili pročitao pitanje.

Grafikon 4. Zarada od turizma



Izvor: Izrada autorice

Grafikon 5. Način zarađivanja od turizma

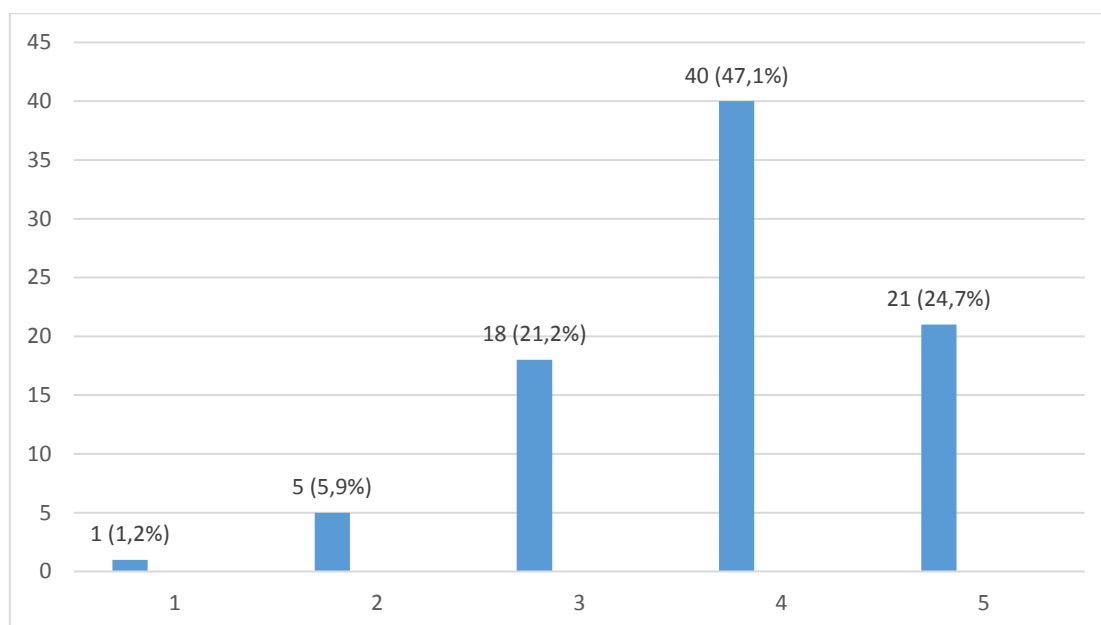


Izvor: Izrada autorice

U drugoj skupini pitanja o zadovoljstvu ponudom i navedenim sadržajima, ispitanicima su ponuđeni odgovori u obliku Likertovih skala, gdje su na skali od 1 do 5 označavali stupanj zadovoljstva, gdje je broj 1 oznaka „Nezadovoljan“ a oznaka 5 „Izrazito zadovoljan“, pa je tako sadržaje za aktivnosti u prirodi (šetnja, planinarenje, kupanje...) 47,1% ispitanika (40 osoba)

označilo ocjenom 4, odnosno „Zadovoljan“. Izrazito zadovoljstvo (ocjena 5) izrazilo je 24,7% ispitanika, 21,2% ispitanika uglavnom je zadovoljno, odnosno niti pretjerano zadovoljno niti nezadovoljno, dok je ukupno 7,1% ispitanika označilo nezadovoljstvo ponudom sadržaja za aktivnosti u prirodi u gradu Slunju (*Grafikon 6.*).

Grafikon 6. Zadovoljstvo sadržajima za aktivnosti u prirodi (šetnja, planinarenje, kupanje...)



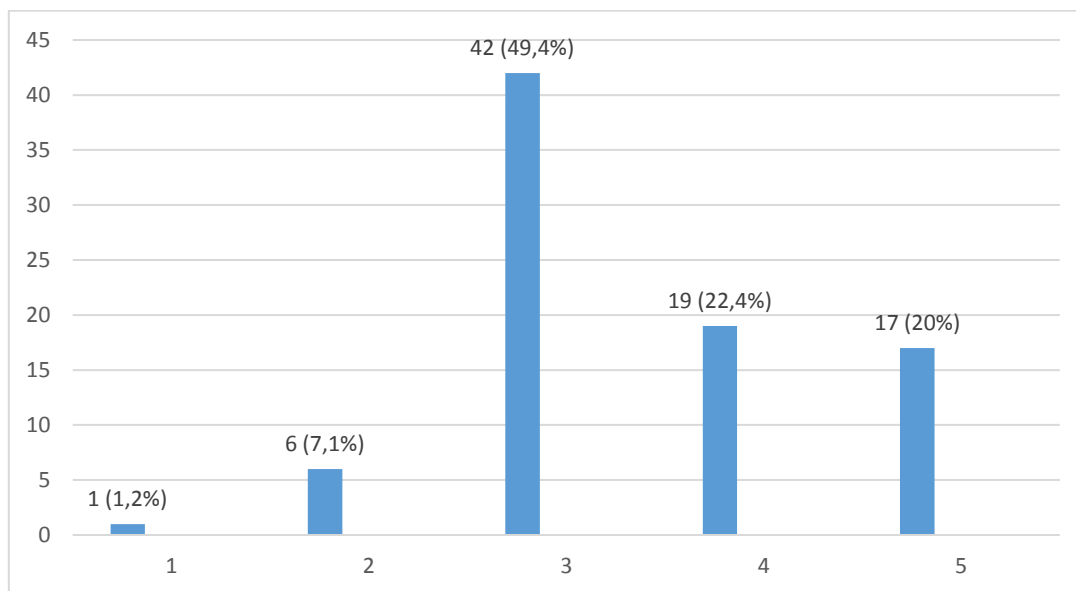
Izvor: Izrada autorice

Polovica ispitanika, odnosno 49,4% osrednje je zadovoljno ponudom objekata za zabavu i opuštanje (kafići, restorani, ostali sadržaji), ukupno 42,4% ispitanika izrazilo je zadovoljstvo i izrazito zadovoljstvo, a 8,3% ispitanika izrazilo je nezadovoljstvo (*Grafikon 7.*).

Skoro polovica ispitanika (45,8%) izrazilo je zadovoljstvo ili izrazito zadovoljstvo na skali zadovoljstva kvalitetom i raznolikošću gastronomske ponude u restoranima u gradu Slunju, 35,3% (30 ispitanika) nije niti pretjerano zadovoljno niti nezadovoljno (osrednje zadovoljstvo),

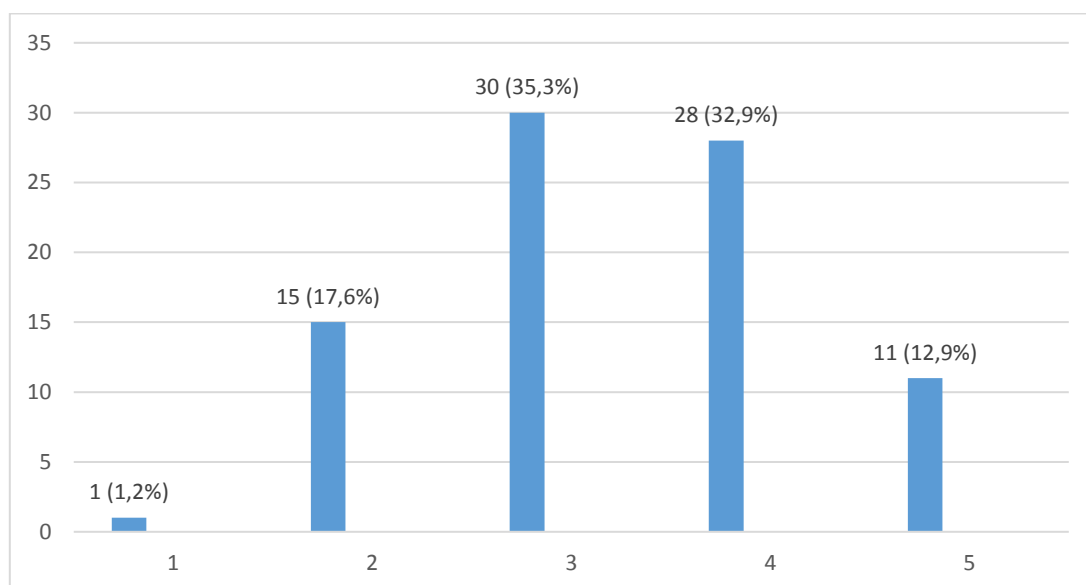
dok je 18,8% ispitanika (ukupno 16 osoba od 85) izrazilo nezadovoljstvo gastronomskom ponudom (Grafikon 8.).

Grafikon 7. Zadovoljstvo objektima za zabavu i opuštanje (kafići, restorani, ostali sadržaji)



Izvor: Izrada autorice

Grafikon 8. Zadovoljstvo kvalitetom i raznolikošću gastronomske ponude u restoranima u gradu Slunju

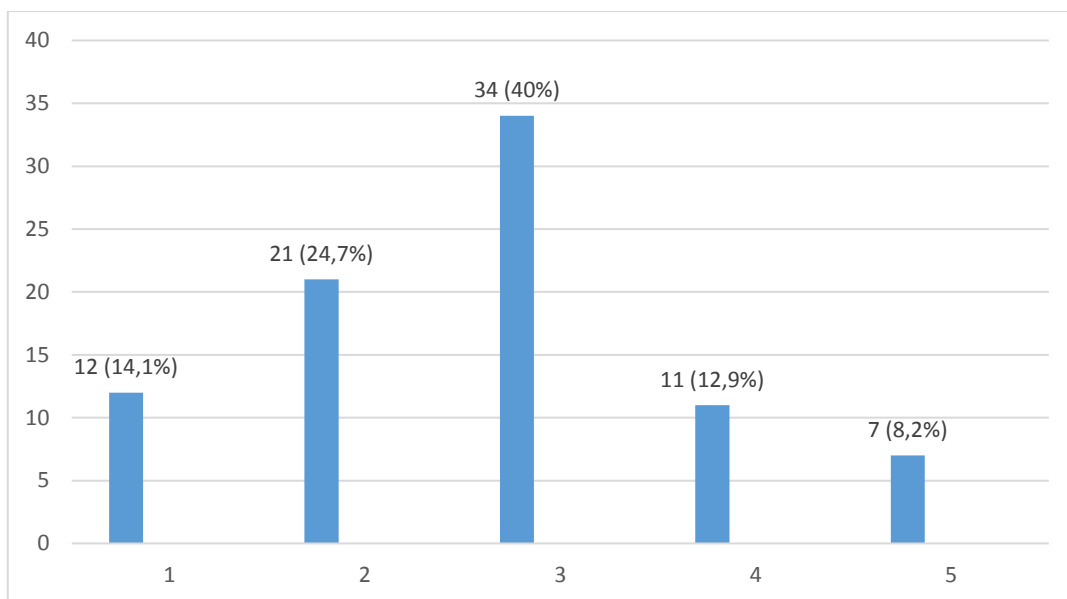


Izvor: Izrada autorice

U idućem pitanju ispitanici su iskazivali zadovoljstvo ponudom zabavnih manifestacija tijekom godine. Kao što možemo vidjeti u Grafikonu 9., ocjene su više slabije nego jače od prosječnih.

Tako je ukupno 38,8% ispitanika izrazilo nezadovoljstvo navedenom ponudom (24,7% ispitanika uglavnom je nezadovoljno a 14,4% ispitanika je nezadovoljno), dok je 40% ispitanika osrednje zadovoljno (niti zadovoljno niti nezadovoljno), a ukupno 21,1% ispitanika označilo je ocjenu „Zadovoljan“ ili „Izrazito zadovoljan“ na ponuđenoj skali.

Grafikon 9. Zadovoljstvo ponudom zabavnih manifestacija tijekom godine



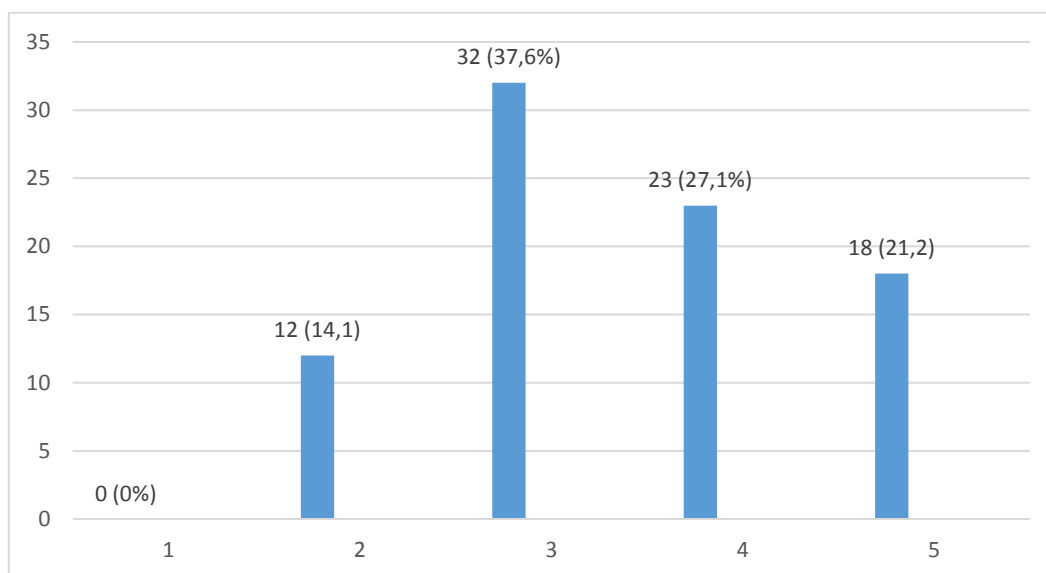
Izvor: Izrada autorice

Uređenošću okoliša većina ispitanika je načelno zadovoljna. 21,2% ispitanika izrazilo je izrazito zadovoljstvo, 27,1% je također zadovoljno, dok je 37,6% osrednje zadovoljno. 14,1% ispitanika (12 osoba) reklo je da je „Uglavnom nezadovoljno“ s ocjenom 2, a nezadovoljan nije niti jedan ispitanik (*Grafikon 10.*).

Niti jedan ispitanik nije izrazio nezadovoljstvo niti na pitanju o zadovoljstvu ponude i uređenosti biciklističkih i pješačkih staza. Više od polovice izrazilo je zadovoljstvo ponuđenim

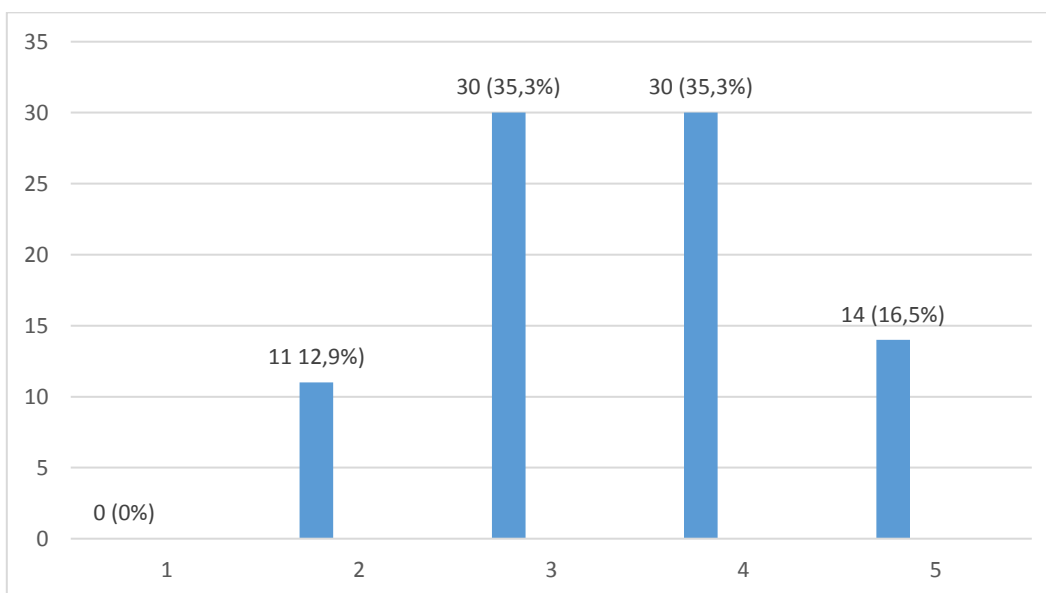
sadržajima (35,3% je zadovoljno a 16,5% je izrazito zadovoljno). 35,3% ispitanika je neodlučno, odnosno niti pretjerano zadovoljno niti nezadovoljno po tom pitanju (*Grafikon 11.*).

Grafikon 10. Zadovoljstvo uređenošću okoliša



Izvor: Izrada autorice

Grafikon 11. Zadovoljstvo ponudom i uređenošću biciklističkih i pješačkih staza

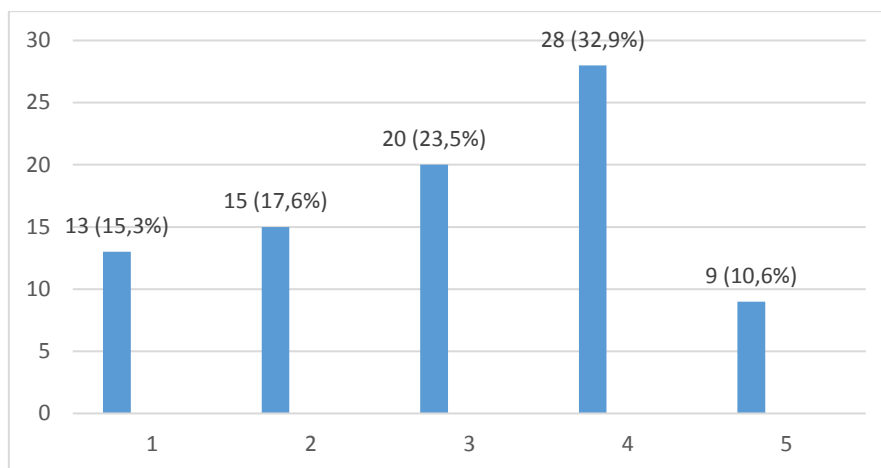


Izvor: Izrada autorice

Po pitanju zadovoljstva organizacijom prometa kroz grad i u gradu za vrijeme sezone ispitanici su podijeljeni. Tek 10,6% ih je izrazito zadovoljno navedenim, 32,3% ih je zadovoljno, a 23,5%

ih je osrednje zadovoljno, odnosno niti zadovoljno niti nezadovoljno. Ukupno 32,9% izrazilo je nezadovoljstvo, od čega je 13 od 28 ispitanika navedeno pitanje označilo ocjenom 1.

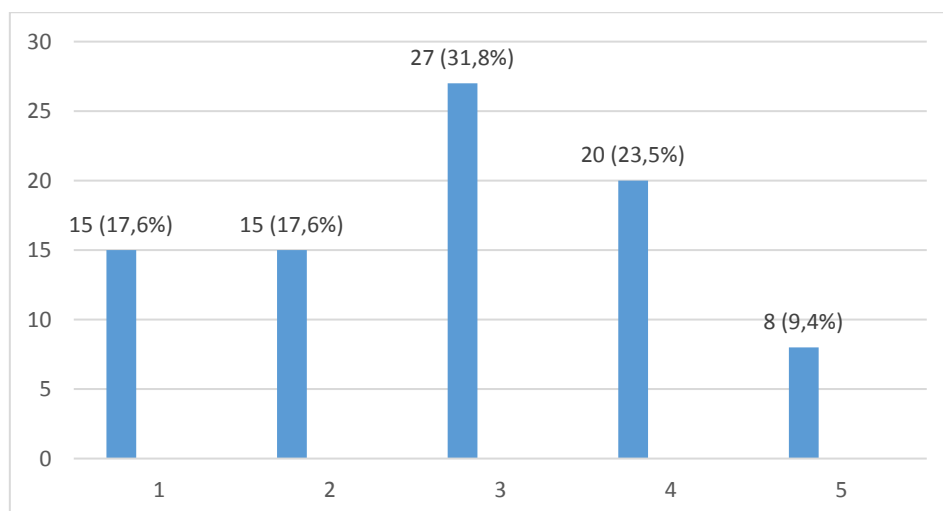
Grafikon 12. Zadovoljstvo organizacijom prometa u gradu za vrijeme sezone



Izvor: Izrada autorice

Po pitanju dostatnosti parkirnih mjesta za vrijeme sezone ispitanici su također podijeljeni kao i po prethodnom pitanju. Tek 8 od 85 ispitanika izjavilo je kako je izrazito zadovoljno navedenim (9,4%). 23,5% je zadovoljno, a 31,8% (27 od 85 ispitanika) iskazalo je osrednje zadovoljstvo. Po 15 osoba u ovom pitanju označilo je ocjenu „Uglavnom nezadovoljan“ i „Nezadovoljan“ (17,6% u oba slučaja).

Grafikon 13. Zadovoljstvo dostatnošću parkirnih mjesta u Gradu za vrijeme sezone

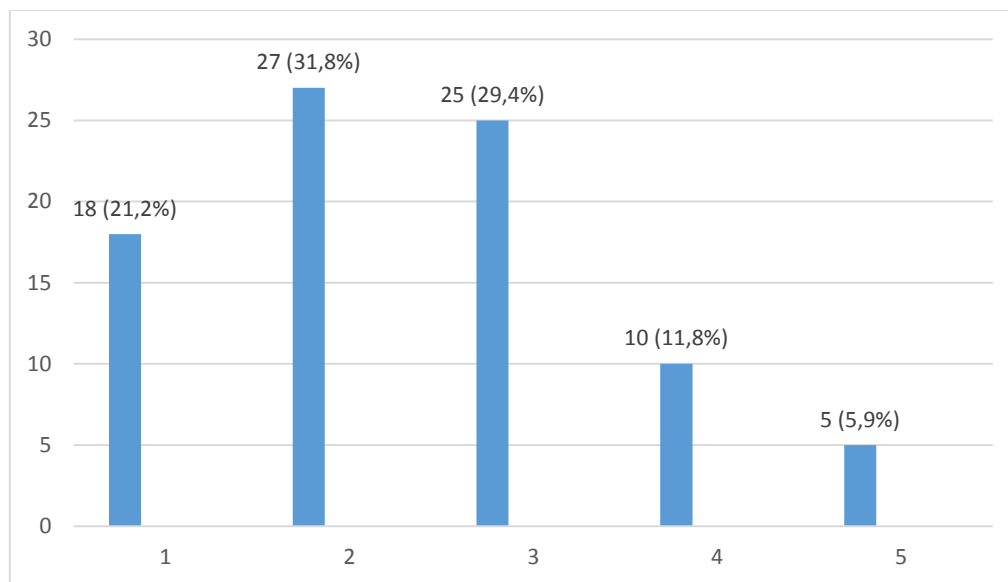


Izvor: Izrada autorice

Ispitanici su većinom nezadovoljni do osrednje zadovoljni dostupnošću sadržaja za osobe s teškoćama u kretanju. Više od polovice ih je nezadovoljno po tom pitanju (53%, od toga 31,8%

uglavnom nezadovoljno i 21,2% nezadovoljno), dok je 23,4% ispitanika pokazalo osrednje zadovoljstvo. 15 od 85 ispitanika označilo je ocjenu 4 ili 5 na zadanoj ljestvici zadovoljstva (11,8% od ukupnog zbroja je zadovoljno, a tek 5,9% izrazito zadovoljno).

Grafikon 14. Zadovoljstvo dostupnošću sadržaja za osobe s teškoćama u kretanju



Izvor: Izrada autorice

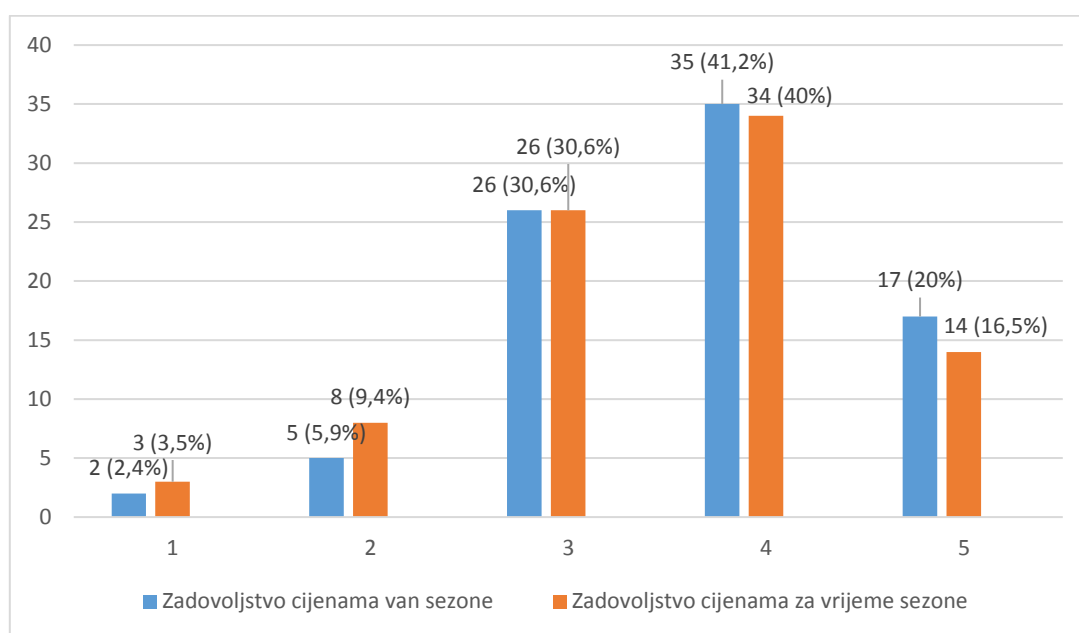
Po pitanju cijena u kafićima i restoranima u sezoni i van sezone ispitanici nisu toliko podijeljeni. Načelno su zadovoljni u oba slučaja. Cijene i zadovoljstvo dakako ovise o pojedinom ugostiteljskom objektu. U kafićima su cijene pića u cijelom gradu podjednake, dok se restorani razlikuju po tome jesu li više orijentirani na turističku populaciju i zaradu za vrijeme sezone, ili na poslovanje tijekom cijele godine. Treba također uzeti u obzir da neki kafići i restorani nude

loyalty popuste za domaće goste, u svrhu zadržavanja stalnih posjetitelja, pa se tako u nekim slučajevima cijene u sezoni i van sezone niti ne razlikuju znatno.

U *Grafikonu 15.* plavom bojom prikazani su odgovori na skali zadovoljstva po pitanju cijena van sezone, a crvenom bojom zadovoljstvo cijenama za vrijeme sezone.

U oba slučaja 26 od 85 osoba izrazilo je osrednje zadovoljstvo cijenama (30,6%). Ukupno 8,5% nezadovoljno je cijenama u kafićima i restoranima van sezone a 12,9% nezadovoljstvo cijenama za vrijeme sezone. Ostatak ispitanika su zadovoljni ili izrazito zadovoljni cijenama.

Grafikon 15. Zadovoljstvo cijenama u kafićima i restoranima van sezone i za vrijeme sezone



Izvor: Izrada autorice

Na temelju analiziranih podataka i grafikona moguće je kreirati zbirnu tablicu zadovoljstva ponudom i navedenim sadržajima, gdje se pomoću statističkih formula za aritmetičku sredinu (prosječnu ocjenu) i standardnu devijaciju (pokazatelj varijacije podataka) mogu uočiti razlike među ocjenama.

Aritmetička sredina pokazuje prosječnu ocjenu od ponuđenog raspona ocjena od 1 – 5. Najviša prosječna ocjena (3,89) dana je sadržajima za aktivnosti u prirodi (šetnja, planinarenje, kupanje...), dok su najniže prosječne ocjene dane ponudi zabavnih manifestacija tijekom godine (2,76) te dostupnosti sadržaja za osobe s teškoćama u kretanju (2,49).

Tablica 1. Zbirna tablica zadovoljstva ponudom i navedenim sadržajima

| Elementi zadovoljstva | Zadovoljstvo ponudom i navedenim sadržajima | |
|--|---|--------------------------------|
| | Prosječna ocjena (aritm. sredina) | Varijacija podataka (st. dev.) |
| Sadržaji za aktivnosti u prirodi (šetnja, planinarenje, kupanje...) | 3,89 | 0,891918274 |
| Objekti za zabavu i opuštanje (kafići, restorani, ostali sadržaji) | 3,53 | 0,933353341 |
| Kvaliteta i raznolikost gastronomske ponude u restoranima u gradu Slunju | 3,39 | 0,964786155 |
| Ponuda zabavnih manifestacija tijekom godine | 2,76 | 1,108914729 |
| Uređenost okoliša | 3,55 | 0,982051817 |
| Biciklističke i pješačke staze | 3,55 | 0,91944448 |
| Organizacija prometa kroz grad i u gradu za vrijeme sezone | 3,06 | 1,247406273 |
| Dostatnost parkirnih mjesta za vrijeme sezone | 2,89 | 1,224973561 |
| Dostupnost sadržaja za osobe s teškoćama u kretanju | 2,49 | 1,129933936 |
| Cijene u kafićima i restoranima van sezone | 3,71 | 0,936349668 |
| Cijene u kafićima i restoranima u sezoni | 3,56 | 0,993395558 |

Izvor: izrada autorice

Standardna devijacija, odnosno mjera varijacije podataka pokazuje nam mjeru odstupanja podataka od aritmetičke sredine, odnosno prosjeka. Najveće odstupanje ocjena od prosjeka pokazuje se u ocjeni organizacije prometa kroz grad i u gradu za vrijeme sezone i iznosi 1,2474 standardne devijacije.

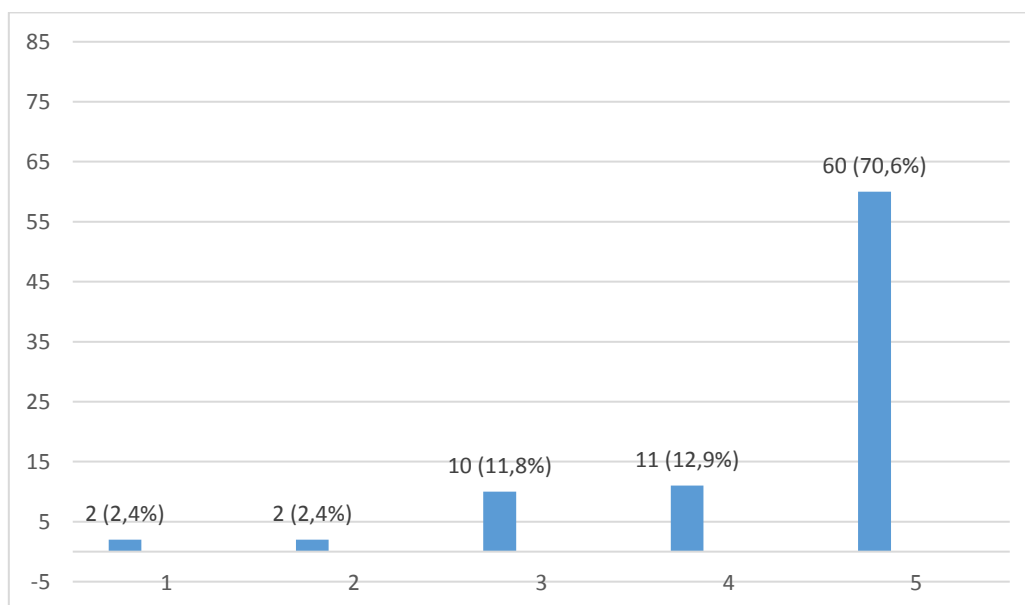
U posljednjem bloku pitanja ispitanike se tražilo da na skali od 1 do 5, gdje ocjena 1 označava „Ne slažem se“, a ocjena 5 „U potpunosti se slažem“, označe u kojoj mjeri se slažu sa zadanim tvrdnjama vezanih uz život i turizam u gradu.

Pokazalo se kako se s tvrdnjom „Osjećam se sigurno u vlastitom gradu.“ većina ispitanika, odnosno 70,6% (60 od 85 ispitanika) u potpunosti slaže, dok se još 11 ispitanika (12,9%) također slaže, označivši tvrdnju ocjenom 4. Vrlo malen postotak ispitanika od ukupnih 4,8% iskazalo je kako se ne osjećaju sigurno u gradu Slunju. 10 od 85 osoba (11,8%) niti se u potpunosti slaže niti ne slaže s navedenom tvrdnjom. Sigurnost je jedan od izuzetno bitnih faktora u razvoju turizma u nekoj destinaciji. U posljednje dvije godine na području graničnih

prijelaza iz Republike Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske događali su se nemiri povezani s naviranjem izbjeglica iz zemalja Bliskog Istoka pogođenih ratom, u pokušajima ulaska u europske zemlje određenim rutama preko područja Republike Hrvatske, odnosno na graničnim prijelazima koji su udaljeni tek nekoliko desetaka kilometara od grada Slunja. Zbog toga je osjećaj sigurnosti građana u nekom dijelu bio smanjen, a takve situacije također mogu negativno utjecati na posjećenost i potražnju turista za određenom turističkom destinacijom. Za vrijeme provođenja ispitivanja građani su također bili upoznati sa novonastalom pandemijom virusa COVID-19, pa je i u tom pogledu njihov osjećaj sigurnosti mogao biti narušen.

Ipak, iz odgovora iz ankete možemo zaključiti kako se stanovnici Slunja još uvijek osjećaju sigurno u vlastitom gradu, unatoč navedenim problemima (*Grafikon 16.*).

Grafikon 16. Likertova skala s tvrdnjom "Osjećam se sigurno u vlastitom gradu"

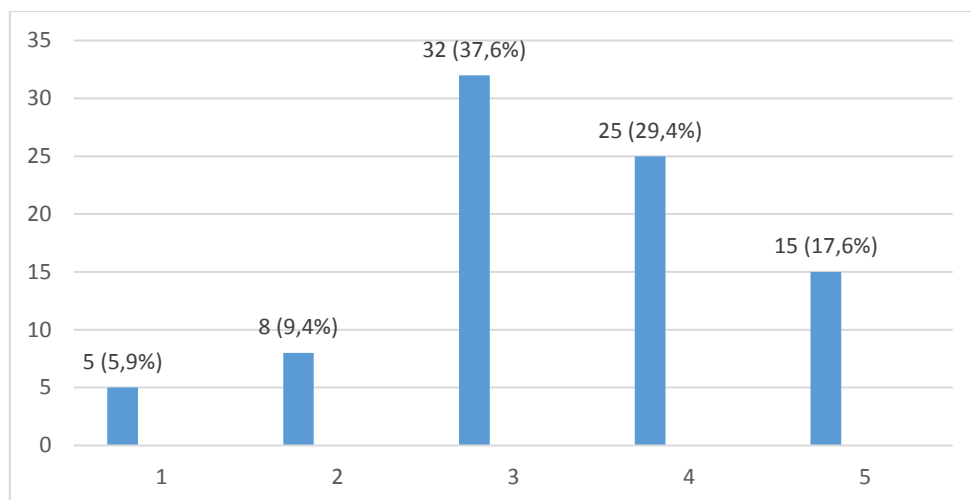


Izvor: Izrada autorice

Sljedeća tvrdnja koja se dovodila u pitanje je smatraju li ispitanici da nadležne institucije obavljaju dobar posao po pitanju promocije destinacije, pa je tako najviše sudionika (37,6%) ostalo indiferentno po tom pitanju, odnosno ne mogu sa sigurnošću reći slažu li se ili ne s navedenom tvrdnjom. Ukupno 47% ispitanika slaže se s tvrdnjom (25 od 85 odgovorilo je s ocjenom 4 – „Slažem se“, a 15 od 85 označilo je ocjenu 5 – „U potpunosti se slažem“), a 8 od 85 ispitanika (9,4%) izrazilo je kako se „uglavnom ne slaže“ s navedenom tvrdnjom. 5,9%

ispitanika izrazilo je potpuno nezadovoljstvo poslovanjem nadležnih institucija po pitanju promocije destinacije.

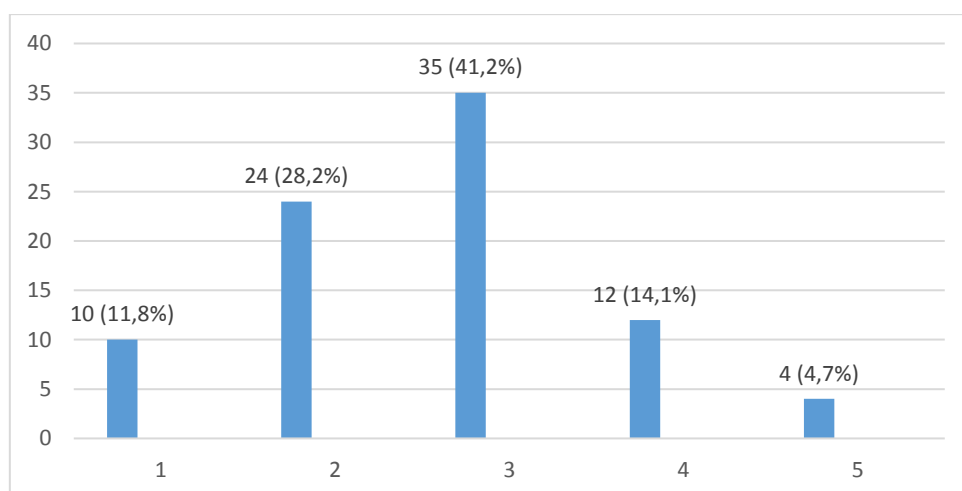
Grafikon 17. „Nadležne institucije obavljaju dobar posao po pitanju promocije destinacije“



Izvor: Izrada autorice

Na tvrdnju „Gužve u kafićima i trgovinama su prevelike za vrijeme sezone.“ Ukupno 40% ispitanika označilo je kako se uglavnom ili uopće ne slaže s njom (24 od 85 ispitanika označilo je ocjenu 2 – „Uglavnom se ne slažem“, a 10 od 85 ispitanika označilo je kako se „Uopće ne slaže“), dok je 41,2% ostalo indiferentno. 14,1% ispitanika se slaže, a tek 4,7% se u potpunosti slaže s tvrdnjom, odnosno 4 od 85 ispitanika.

Grafikon 18. Tvrdnja "Gužve u kafićima i trgovinama su postale prevelike za vrijeme sezone"

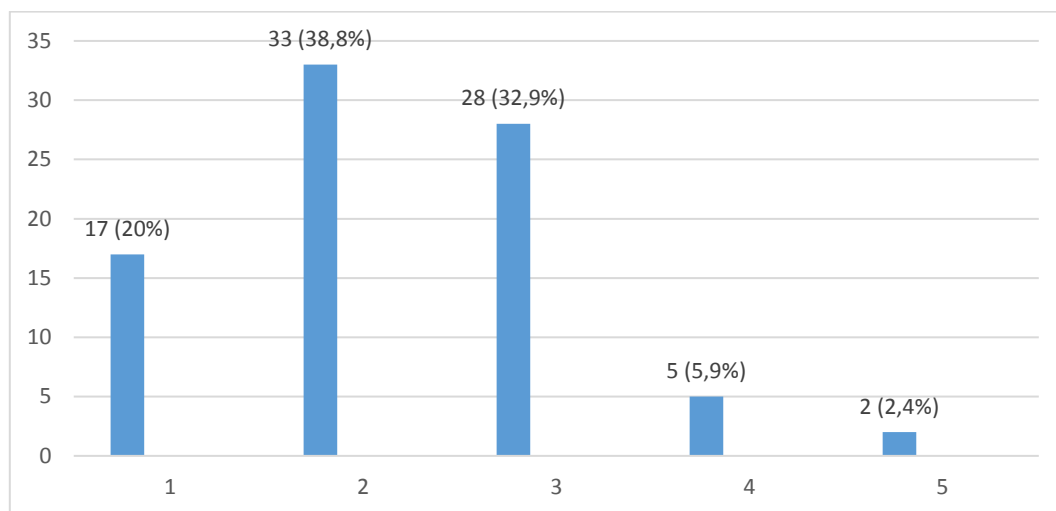


Izvor: Izrada autorice

U idućoj tvrdnji ispitanici su označavali u kojoj mjeri se slažu s tvrdnjom „Smatram da je mjesto postalo prezasićeno turistima. Vrlo malen postotak ispitanika s ocjenom 4 ili 5 označio je kako

se slaže (5,9%) ili u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom (2,4%). Najveći broj ispitanika (38,8%) se uglavnom ne slaže s time da je mjesto postalo prezasićeno turistima, označivši ocjenu 2 na skali. 17 od 85 osoba (20%) se ne slaže, dok je 32,9% ispitanika neodlučno po tom pitanju.

Grafikon 19. Slaganje s tvrdnjom "Smatram da je mjesto postalo prezasićeno turistima"



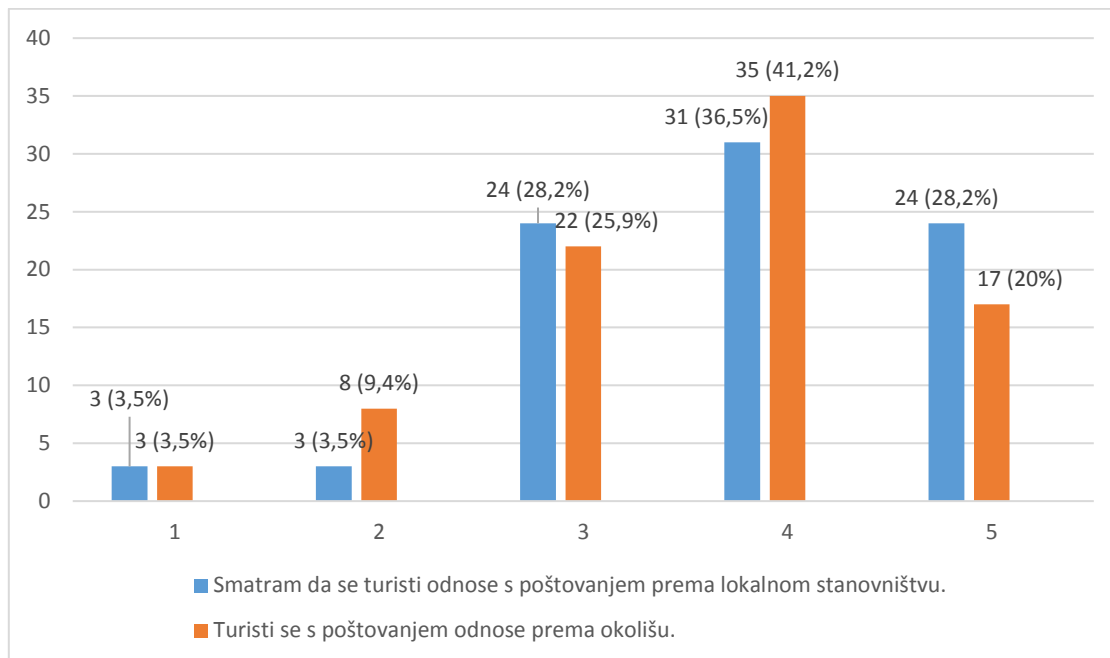
Izvor: Izrada autorice

Vrlo bitna stavka u odvijanju turizma, iz perspektive lokalnog stanovništva, predstavlja činjenica da se turisti nekad ne ponašaju u skladu sa željama stanovništva koje živi u destinaciji koju turisti posjećuju. Dovodi se u pitanje nedostatak poštovanja prema lokalnom stanovništvu i prema okolišu u destinaciji od strane turista.

Građani grada Slunja po ovom pitanju uglavnom su se složili s tvrdnjama da se turisti odnose s poštovanjem i prema lokalnom stanovništvu, i prema okolišu. 36,5% ih se slaže, a 28,2% ih se u potpunosti slaže za navedenu tvrdnju za lokalno stanovništvo, a po pitanju poštovanju prema okolišu 41,2% se slaže i 20% u potpunosti slaže. U grafikonu 20. slaganje s prvom tvrdnjom (lokalno stanovništvo) označeno je plavom bojom, a slaganje s drugom (okoliš), crvenom. Ukupno 7% ispitanika uglavnom se ne slaže ili ne slaže s prvom tvrdnjom, dok je za drugu

tvrdnju ocjenu 1 („Ne slažem se“) ili ocjenu 2 („Uglavnom se ne slažem“) označilo ukupno 12,9% ispitanika. Ostali ispitanici niti se slažu, niti ne slažu s navedenim tvrdnjama.

Grafikon 20. Smatram da se turisti s poštovanjem odnose prema lokalnom stanovništvu/okolišu.



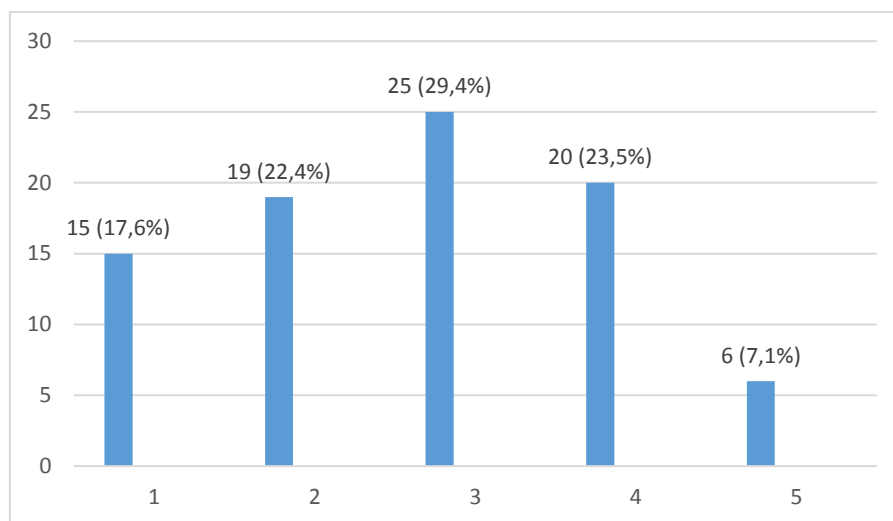
Izvor: Izrada autorice

Gužve na prometnicama, osim gužvi u trgovinama i nedostatka parkirnih mjesta, također su jedan od problema s kojim se lokalno stanovništvo mora nositi u gradu koji kao turistička destinacija za vrijeme sezone primi određeni broj turista.

Prema odgovorima iz ankete, lokalno stanovništvo u načelu ne smatra da su gužve na cestama prevelike za vrijeme sezone, unatoč činjenici da je grad Slunj važna prometna poveznica na putu od glavnog grada Zagreba prema Plitvičkim jezerima i Jadranskoj obali. Ukupno 40% ispitanika ne slaže se s tom tvrdnjom (19 od 85 ispitanika odgovorilo je sa ocjenom 2 – „uglavnom se ne slažem“, a 15 od 85 ispitanika označilo je ocjenu 1 – „ne slažem se“), a ukupno 30,6% se složilo. Ostatak ispitanika, odnosno nešto manje od jedne trećine (29,4%) je neodlučno po tom pitanju, pa se može pretpostaviti da, ukoliko izričito nisu odgovorili potvrdno

na ovo pitanje, ih nije znatno zasmatalo ili nisu primijetili, pa više naginju prema skupini koja je označila jedan od odgovora „uglavnom se ne slažem“ ili „ne slažem se“.

Grafikon 21. Tvrdnja "Zbog turista trpim prevelike gužve na cestama"



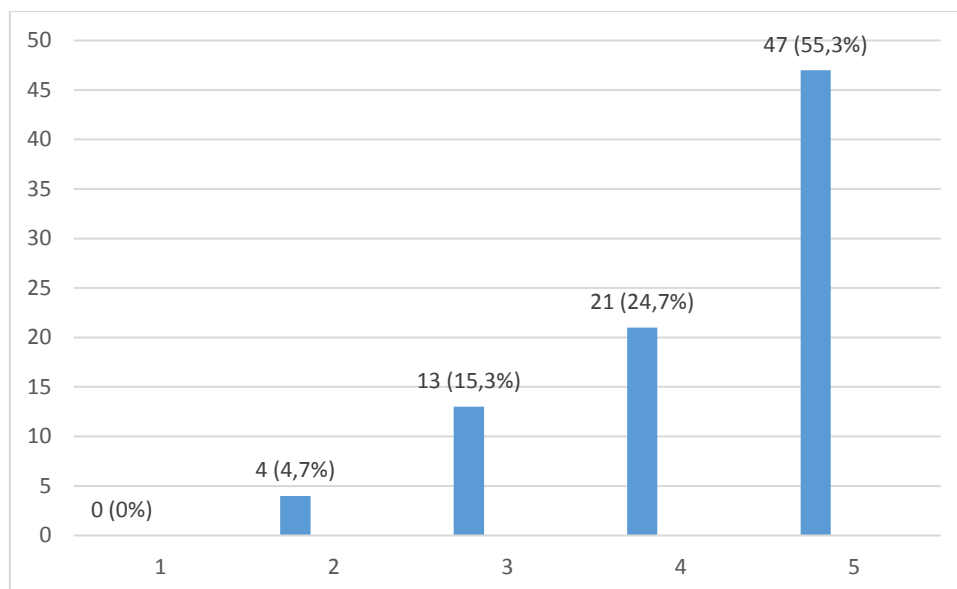
Izvor: Izrada autorice

Kako bi neki grad kao turistička destinacija privlačio što više turista, odnosno turističke potražnje, ključna je promocija putem različitih platformi i medija te, dakako, promocija „od usta do usta“. Što je neka turistička destinacija „poznatija“ u svijetu, veća je mogućnost da će tijekom godina povećati svoju turističku potražnju. Više od polovice ispitanika (55,3%) u potpunosti se slaže s tvrdnjom da je bolje za grad Slunj da je što poznatiji u svijetu, 24,7% ih se slaže, dok je 15,3% neodlučno. Svega 4 od 85 ispitanika (4,7%) u načelu ne smatra da je dobro za grad da potencijalno poveća svoju turističku potražnju, ali niti jedan ispitanik nije potpuno odlučan u neslaganju s navedenom tvrdnjom (Grafikon 22.).

U rezultatima ankete također je moguće analizirati pojedinačne odgovore na ovu tvrdnju, gledajući na odgovore samo onih ispitanika koji su u 4. pitanju u anketi „Donosi li Vam turizam zaradu?“ odgovorili potvrdno. 20 od 25 ispitanika, odnosno 20% ispitanika u ovom pitanju označilo je 5 na skali, odnosno da se u potpunosti slažu s tvrdnjom da je bolje za grad da je što poznatiji u svijetu. Iz tih rezultata izrazito je vidljiva međuovisnost između privređivanja od

turizma i želje za povećanjem turističke aktivnosti, odnosno turističke potražnje za turističkom destinacijom.

Grafikon 22. Tvrdnja "Mislim da je bolje za grad da je što poznatiji u svijetu."



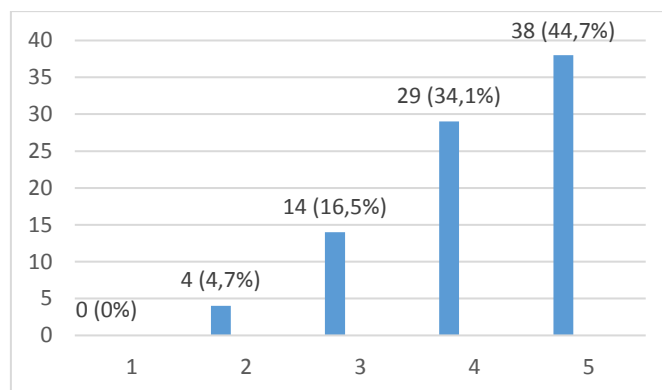
Izvor: Izrada autorice

Takvu međuovisnost moguće je opaziti i u analizi odgovora na iduće pitanje, gdje su ispitanici trebali izraziti slaganje ili neslaganje s tvrdnjom „Smatram da se može dobro živjeti od poslovanja s turistima.“. Među ukupnim odgovorima svih 85 ispitanika, 38 (44,7%) ih je izrazilo kako se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom, a 34,1% ih je zaokružilo ocjenu 4 – „Slažem se“. Tek 14 od 85 ispitanika je neodlučno, a 4,7% se uglavnom ne slaže. Niti jedna osoba nije zaokružila ocjenu 1 – „Ne slažem se“ (Grafikon 23.).

Među ispitanicima koji su izjavili da na neki način privređuju od turizma, 14 od ukupnih 25 ih je na ovo pitanje označilo ocjenu 5 – „U potpunosti se slažem“, što je nešto više od polovice, odnosno 56%. 20%, odnosno 5 ispitanika su označili ocjenu 4 – „Slažem se“, a 4 od 25 ih se

niti u potpunosti slaže, niti ne slaže. Jedan od ispitanika kojima turizam donosi zaradu uglavnom ne smatra da je ova tvrdnja istinita.

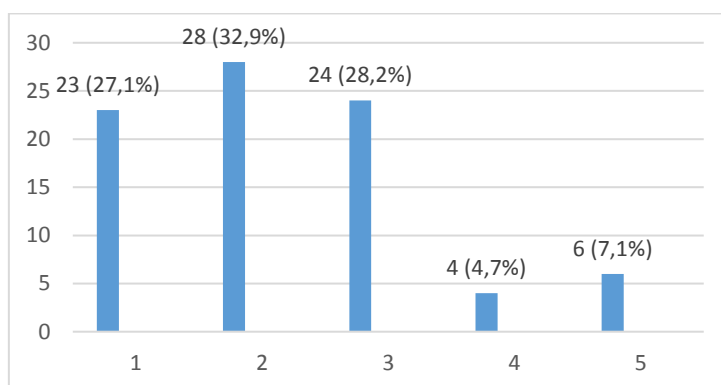
Grafikon 23. Tvrdnja "Smatram da se može dobro živjeti od poslovanja s turistima"



Izvor: Izrada autora

U posljednjem pitanju u anketi od ispitanika se tražilo da izraze svoje mišljenje o tome da li grad Slunj nudi dovoljno mogućnosti za zaposlenje i perspektivnu budućnost. Većina ispitanika se nije složila s navedenom tvrdnjom – ukupno 60% (32,9% ih je zaokružilo ocjenu 2, a 27,1% ocjenu 1 – „Ne slažem se“). 24 ispitanika (28,2%) je neodlučno, a tek 11,8% ih se slaže kako njihov grad ima potencijala za zadržavanje stanovnika u vidu mogućnosti za zaposlenje.

Grafikon 24. "Smatram da moj grad nudi dovoljno mogućnosti za zaposlenje i perspektivnu budućnost"



Izvor: Izrada autorice

Za analizirane ocjene slaganja ili neslaganja s navedenim tvrdnjama također je moguće izraditi zbirnu skalu s pokazateljima prosječne ocjene i standardne devijacije.

Od ponuđenih tvrdnji najveću prosječnu ocjenu na skali od 1 – 5 nosi tvrdnja „Osjećam se sigurno u vlastitom gradu“, dok je najmanja prosječna ocjena (2,32) dodijeljena tvrdnjama

„Smatram da je mjesto postalo prezasićeno turistima“ te „Smatram da moj grad nudi dovoljno mogućnosti za zaposlenje i perspektivnu budućnost“. Vidljivo je kako su građani gledaju pozitivno na turistička kretanja i potražnju u gradu te ne smatraju da je Grad u opasnosti da postane prenapučen i prezasićen turistima, dok s druge strane ne smatraju niti kako je turizam dovoljan da u značajnoj mjeri izazove povećanje platežne moći stanovništva i broj radnih mjesta kako bi potakao ostanak ponajprije mladih u Gradu i time spriječio iseljavanje u veće gradove.

Tablica 2. Zbirna tablica ocjena slaganja s navedenim tvrdnjama

| Tvrdnja | Ocjena slaganja s navedenom tvrdnjom | |
|--|--------------------------------------|--------------------------------|
| | Prosječna ocjena (aritm. sredina) | Varijacija podataka (st. dev.) |
| Osjećam se sigurno u vlastitom gradu. | 4,47 | 0,958523608 |
| Nadležne institucije obavljaju dobar posao po pitanju promocije destinacije. | 3,44 | 1,074011825 |
| Gužve u kafićima i trgovinama su prevelike za vrijeme sezone. | 2,72 | 1,007256584 |
| Smatram da je mjesto postalo prezasićeno turistima. | 2,32 | 0,941272754 |
| Smatram da se turisti odnose s poštovanjem prema lokalnom stanovništvu. | 3,82 | 1,002098638 |
| Turisti se s poštovanjem odnose prema okolišu. | 3,65 | 1,020105998 |
| Zbog turista trpim prevelike gužve na cestama. | 2,8 | 1,193234899 |
| Mislim da je bolje za grad da je što poznatiji u svijetu. | 4,31 | 0,900046684 |
| Smatram da se može dobro živjeti od poslovanja s turistima. | 4,19 | 0,879584827 |
| Smatram da moj grad nudi dovoljno mogućnosti za zaposlenje i perspektivnu budućnost. | 2,32 | 1,136114564 |

Izvor: izrada autorice

8. ZAKLJUČAK

Turizam igra izuzetno važnu ulogu u gospodarstvu Republike Hrvatske, a županije, gradovi i ostala područja koja obiluju turističkim resursima i atrakcijama trebali bi ulagati značajne napore u promociju i razvoj svojih turističkih proizvoda, kako bi se razvili kao turističke destinacije. Turističke zajednice, turističke agencije, hoteli, privatni iznajmljivači i ostali turistički akteri i nositelji turističke ponude trebali bi sinergijski djelovati kako bi potpomogli i potakli razvijanje specifičnih oblika turizma, novih turističkih proizvoda i atrakcija koje će turistima i posjetiteljima pružiti nezaboravni doživljaj koji će pamtili.

Grad Slunj krasi bogata povijest te obilje izuzetno atraktivnih prirodnih i antropogenih turističkih resursa koji iz godine u godinu privlače sve veći broj turista i posjetitelja. Veći broj turističkih kretanja u Gradu nosi sa sobom brojne pozitivne, ali i negativne učinke. Stanovnici grada Slunja slažu se kako Slunj kao turistička destinacija nudi velik broj sadržaja za različite aktivnosti u prirodi i da nadležne institucije obavljaju dobar posao u promociji i razvoju turizma u gradu Slunju. Smatraju da je za Grad u svakom slučaju pozitivno da promocijom poveća svoju prepoznatost u svijetu i time privuče još veću turističku potražnju jer su svjesni da bavljenje turizmom (iznajmljivanje privatnog smještaja) može biti itekako lukrativna aktivnost, ali da sam turizam nema dovoljnu snagu da odvraća prije svega mlado stanovništvo od iseljavanja iz Grada u veće sredine u potrazi za perspektivnom budućnošću.

Iako su turistička kretanja još uvijek koncentrirana na usputne posjete na putu prema Jadranskoj obali i Plitvičkim jezerima, grad Slunj svojom promocijom, razvojem turističkih proizvoda i atrakcija može doprinijeti produljenju zadržavanja turista u Gradu, te na taj način povećati potrošnju u Gradu, što bi u konačnici rezultiralo brojnim pozitivnim učincima: povećanjem investicija, otvaranjem novih radnih mjesta te povećanjem platežne moći lokalnog stanovništva.

POPIS LITERATURE

Knjige i članci:

1. Bilen, M., Bučar, K. (2004), Osnove turističke geografije, Mikrorad, Zagreb
2. Bogović, M. (2015), Slunjski kraj i njegova Crkva u prošlosti i sadašnjosti, Og Grafika d.o.o., Ogulin
3. Čavlek, N. (1997), Osnove poslovanja ostalih djelatnosti u turizmu, skripta, Ekonomski fakultet, Zagreb
4. Čavlek, N. (1998) Turoperator i svjetski turizam, Golden marketing, Zagreb
5. Čavlek, N., et. al. (2011) Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav. Školska knjiga, Zagreb
6. Čorak, S., Mikačić, V., ur. (2006), Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb
7. Douglas, N., Douglas, N., Derett, R. (2002), Special Interest Tourism, Wiley, New York
8. Hayes, D.K., Ninemeier, J.D. (2005), Upravljanje hotelskim poslovanjem, M plus, Zagreb
9. Hendija, Z., Kesar, O., Bučar, K. (2013), Osnovni podaci o turizmu u svijetu i Hrvatskoj u 2018. godini, God. 5, Br. 1, Ekonomski fakultet, Zagreb
10. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2010), Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, Mate d.o.o., Zagreb
11. Kruhek, M., Mijatović, A., Lorković, M., Stržić, M., Franjković, F. i suradnici, (2003), Rakovica srce od Hrvata: Povijest općine Rakovice, Općinsko poglavarstvo Rakovice, Mato Lovrak d.o.o., DoNeHa d.o.o., Zagreb
12. Marušić, M., Prebežac, D. (2004.), Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb
13. Marušić, M., Prebežac, D., Mikulić, J. (2019), Istraživanje turističkih tržišta. Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb,
14. Medlik, S., Ingram H. (2002), Hotelsko poslovanje, Golden marketing, Zagreb
15. Petrić, L. (2011), Upravljanje turističkom destinacijom – Načela i praksa. Ekonomski fakultet, Split
16. Stržić, I. (2007), Bitka za Slunj, Naklada Hrvoje, Slunj – Zagreb
17. Vukonić, B. (2003) Turističke agencije, Mikrorad, Zagreb

18. Žalac, T., (1990), Rastoke - Na slapovima Slunjčice, Regionalni zavod za zaštitu spomenika kulture, Zagreb

Internetski izvori:

1. DZS, 2013., Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. Stanovništvo prema spolu i starosti. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1468.pdf
2. Grad Slunj (2019), 9/19 SLUŽBENI GLASNIK GRADA SLUNJA, dostupno na: https://www.slunj.hr/images/dokumenti/GLASNIK_BR.%209-finalno.pdf
3. Grad Slunj (2021), O Gradu, dostupno na: <https://www.slunj.hr/index.php/o-gradu/o-gradu>
4. Grad Slunj (2021) Projekti grada Slunja, Vodene tajne Slunja. Dostupno na: <http://slunj.hr/index.php/vodene-tajne-slunja>
5. Grad Slunj (2021), Vodene tajne Slunja. Dostupno na: <http://slunj.hr/index.php/vodene-tajne-slunja>
6. Narodne Novine 147/2010 (2010), Statut Turističke zajednice Karlovačke županije, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_12_147_3744.html
7. Plitvičke doline, Rastoke, (2020), dostupno na: <http://www.plitvickedoline.hr/info/rakovica-plitvice-doline/atrakcije/rastoke/>
8. Slunj. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=56719>
9. Slunj Rastoke (2019), Alynta, dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/alynta/>
10. Slunj Rastoke (2019), Hostel Plitvice - Rastoke, dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/en/properties/hostel-plitvice-rastoke-2/>
11. Slunj Rastoke (2019), Hotel Mirjana Rastoke, dostupno na : <http://slunj-rastoke.hr/en/properties/hotel-mirjana-rastoke-2/>
12. Slunj Rastoke (2019), Lov i ribolov. Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/lov-i-ribolov/>
13. Slunj Rastoke (2019), Natura – Turist d.o.o., dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/natura-turist-d-o-o/>
14. Slunj Rastoke (2019), O Rastokama. Dostupno na: <https://slunj-rastoke.hr/o-rastokama/>
15. Slunj Rastoke (2019), Pension Park***, dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/en/properties/pension-park/>
16. Slunj Rastoke (2019), Rastoke Active, dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/rastoke-active/>

17. Slunj Rastoke (2019), Rijeke, Dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/rijeke/>
18. Slunj Rastoke (2019), SB Turist, dostupno na <http://slunj-rastoke.hr/sb-turist/>
19. Slunj Rastoke (2019), Smještaj, dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/properties-list-half-map/>
20. Slunj Rastoke (2021), Statut Turističke zajednice Grada Slunja, dostupno na: <http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2021/03/Statut-TZ-grada-Slunja.pdf>
21. Soldić Frleta, D., Đurkin Badurina, J. (2019), Factors affecting residents' support for cultural tourism development, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/1039837.tosee_2019.pdf
22. Središnji državni portal, Republika Hrvatska, Policijska uprava karlovačka, Više o regiji, (2020), dostupno na: <https://karlovacka-policija.gov.hr/policijske-postaje/policijska-postaja-slunj-27588/vise-o-regiji-27589/27589>
23. Tourist center Mirjana Rastoke (2021), Quad avantura, dostupno na: <https://mirjana-rastoke.com/quad-avantura/>
24. Turistička zajednica grada Slunja (2016), Izvješće o radu Turističke zajednice grada Slunja za 2015. godinu. Dostupno na: http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2019/12/2015_Izvjesce_o_radu.pdf
25. Turistička zajednica grada Slunja (2020), Izvješće o radu turističke zajednice grada Slunja za 2019. godinu. Dostupno na: http://slunj-rastoke.hr/wp-content/uploads/2020/06/2019_Izvjesce_o_radu.pdf
26. World Tourism organization UNWTO and IPSOS (2019), Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures, dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284421107>

POPIS GRAFIKONA

| | |
|--|----|
| Grafikon 1. Podjela ispitanika prema spolu | 44 |
| Grafikon 2. Podjela ispitanika prema dobi | 44 |
| Grafikon 3. Status zaposlenja ispitanika | 45 |
| Grafikon 4. Zarada od turizma | 46 |
| Grafikon 5. Način zarađivanja od turizma | 46 |
| Grafikon 6. Zadovoljstvo sadržajima za aktivnosti u prirodi (šetnja, planinarenje, kupanje...) | 47 |
| Grafikon 7. Zadovoljstvo objektima za zabavu i opuštanje (kafići, restorani, ostali sadržaji) | 48 |
| Grafikon 8. Zadovoljstvo kvalitetom i raznolikošću gastronomske ponude u restoranima u gradu Slunju | 48 |
| Grafikon 9. Zadovoljstvo ponudom zabavnih manifestacija tijekom godine | 49 |
| Grafikon 10. Zadovoljstvo uređenošću okoliša..... | 50 |
| Grafikon 11. Zadovoljstvo ponudom i uređenošću biciklističkih i pješačkih staza..... | 50 |
| Grafikon 12. Zadovoljstvo organizacijom prometa u gradu za vrijeme sezone..... | 51 |
| Grafikon 13. Zadovoljstvo dostatnošću parkirnih mjesta u Gradu za vrijeme sezone..... | 51 |
| Grafikon 14. Zadovoljstvo dostupnošću sadržaja za osobe s teškoćama u kretanju..... | 52 |
| Grafikon 15. Zadovoljstvo cijenama u kafićima i restoranima van sezone i za vrijeme sezone | 53 |
| Grafikon 16. Likertova skala s tvrdnjom "Osjećam se sigurno u vlastitom gradu" | 55 |
| Grafikon 17. „Nadležne institucije obavljaju dobar posao po pitanju promocije destinacije“ | 56 |
| Grafikon 18. Tvrdnja "Gužve u kafićima i trgovinama su postale prevelike za vrijeme sezone" | 56 |
| Grafikon 19. Slaganje s tvrdnjom "Smatram da je mjesto postalo prezasićeno turistima" | 57 |
| Grafikon 20. Smatram da se turisti s poštovanjem odnose prema lokalnom stanovništvu/okolišu. | 58 |
| Grafikon 21. Tvrdnja "Zbog turista trpim prevelike gužve na cestama" | 59 |
| Grafikon 22. Tvrdnja "Mislim da je bolje za grad da je što poznatiji u svijetu." | 60 |
| Grafikon 23. Tvrdnja "Smatram da se može dobro živjeti od poslovanja s turistima" | 61 |
| Grafikon 24. "Smatram da moj grad nudi dovoljno mogućnosti za zaposlenje i perspektivnu budućnost“ | 61 |

POPIS TABLICA

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Zbirna tablica zadovoljstva ponudom i navedenim sadržajima | 54 |
| Tablica 2. Zbirna tablica ocjena slaganja s navedenim tvrdnjama..... | 62 |

POPIS SLIKA

| | |
|---|----|
| Slika 1. Gradina, franjevački samostan iz doba Frankopana | 3 |
| Slika 2. Napoleonov Magazin | 4 |
| Slika 3. Slap "Buk", Rastoke..... | 5 |
| Slika 4. Kanjon Korane, Rastoke | 9 |
| Slika 5. Kupalište "Kotlac", Korana..... | 10 |
| Slika 6. Gradsko kupalište, Korana..... | 11 |
| Slika 7. Kajaci na rijeci Mrežnici..... | 12 |
| Slika 8. Rijeka Slunjčica | 13 |
| Slika 9. Sedrene stijene, Rastoke | 14 |
| Slika 10. Izvor rijeke Slunjčice | 15 |
| Slika 11. Kanjon Mrežnice..... | 15 |
| Slika 12. Rijeka Slunjčica | 17 |
| Slika 13. Napoleonov žitni Magazin | 18 |
| Slika 14. Rastočki stil gradnje kuća | 19 |
| Slika 15. Rastočka kuća s mlinom | 20 |
| Slika 16. Memento Demento festival u Primišlju | 21 |
| Slika 17. Kajakarenje na rijeci Mrežnici..... | 23 |
| Slika 18. Vožnje quadovima kroz šumu Jelvik..... | 24 |

PRILOZI

3/15/2021

STAVOVI I MIŠLJENJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU

STAVOVI I MIŠLJENJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O RAZVOJU TURIZMA U GRADU SLUNJU

Anketni upitnik provodi se među stanovnicima grada Slunja, u svrhu izrade diplomskog rada na smjeru Turizam Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
Za ispunjavanje upitnika neće Vam trebati duže od 3 minute i u potpunosti je anoniman.

***Obavezno**

1. 1. Spol *

Označite samo jedan oval.

M

Ž

2. 2. Dob *

Označite samo jedan oval.

18 - 25

26 - 35

36 - 45

46 - 55

56 i više

3. 3. Status zaposlenja *

Označite samo jedan oval.

Nezaposlen

Student

Zaposlen

Umirovljen

4. Donosi li Vam turizam zaradu? *

Označite samo jedan oval.

 DA NE

5. Ako da, na koji način?

Moguće je označiti više od jednog ponuđenog odgovora.

Odaberite sve točne odgovore.

 Zaposlen/a u Turističkoj zajednici Zaposlen/a u hotelu/kampu/drugoj vrsti smještajnog objekta u Slunju Zaposlen/a u hotelu/kampu/drugoj vrsti smještajnog objekta izvan Slunja U vlasništvu nekog od smještajnih objekata (apartman/soba/hotel/kamp)

Koliko ste zadovoljni ponudom i navedenim sadržajima u mjestu?

Za svako od pitanja označite po jedan od ponuđenih odgovora na skali.

6. Sadržaji za aktivnosti u prirodi (šetnja, planinarenje, kupanje...) *

Označite samo jedan oval.

1 2 3 4 5

Nezadovoljan Izrazito zadovoljan

7. Objekti za zabavu i opuštanje (kafići, restorani, ostali sadržaji) *

Označite samo jedan oval.

1 2 3 4 5

Nezadovoljan Izrazito zadovoljan

8. Kvaliteta i raznolikost gastronomske ponude u restoranima u gradu Slunju *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

9. Ponuda zabavnih manifestacija tijekom godine *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

10. Uređenost okoliša *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

11. Biciklističke i pješačke staze *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

12. Organizacija prometa kroz grad i u gradu za vrijeme sezone *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

13. Dostatnost parkirnih mjesta za vrijeme sezone *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

14. Dostupnost sadržaja za osobe s teškoćama u kretanju *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

15. Cijene u kafićima i restoranima van sezone *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

16. Cijene u kafićima i restoranima u sezoni *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| Nezadovoljan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Izrazito zadovoljan |

Navedite u kojoj mjeri se slažete s navedenim tvrdnjama.

Za svako od pitanja označite po jedan od odgovora na skali.

17. Osjećam se sigurno u vlastitom gradu. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

18. Nadležne institucije obavljaju dobar posao po pitanju promocije destinacije. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

19. Gužve u kafićima i trgovinama su prevelike za vrijeme sezone. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

20. Smatram da je mjesto postalo prezasićeno turistima. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

21. Smatram da se turisti odnose s poštovanjem prema lokalnom stanovništvu. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

22. Turisti se s poštovanjem odnose prema okolišu. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

23. Zbog turista trpim prevelike gužve na cestama. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

24. Mislim da je bolje za grad da je što poznatiji u svijetu. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

25. Smatram da se može dobro živjeti od poslovanja s turistima. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

26. Smatram da moj grad nudi dovoljno mogućnosti za zaposlenje i perspektivnu budućnost. *

Označite samo jedan oval.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ne slažem se. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | U potpunosti se slažem. |

Google nije izradio niti podržava ovaj sadržaj.

Google Obrasci

ŽIVOTOPIS STUDENTA

Roberta Magdić

Datum rođenja: 17/11/1992 | Državljanstvo: hrvatsko | Spol: Žensko | (+385) 981748976 | roberta.magdic@gmail.com |

Ulica Nikole Turkalja 2, 47240, Slunj, Hrvatska

● RADNO ISKUSTVO

03/2017 – 2020 – Zagreb, Hrvatska
CUSTOMER CARE AGENT ZA MALE I SREDNJE POSLOVNE KORISNIKE – ISKON INTERNET D.D.

- pismena i usmena komunikacija s poslovnim korisnicima telekomunikacijskih usluga
- rješavanje upita, problema i davanje savjeta korisnicima
- komunikacija s drugim odjelima
- praćenje procesa od prodaje do deaktivacije usluge
- promjene vlasništva telekomunikacijskih priključaka
- obrada podataka

● OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2007 – 2011 – Slunj, Hrvatska
SREDNJA STRUČNA SPREMA - OPĆA GIMNAZIJA – Srednja škola Slunj

2014 – TRENUTAČNO – Zagreb, Hrvatska
POSLOVNA EKONOMIJA - SMJER TURIZAM – Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

● JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/jezici: HRVATSKI

Drugi jezici:

| | RAZUMIJEVANJE | | GOVOR | | PISANJE |
|-------------------|---------------|---------|--------------------|---------------------|---------|
| | Slušanje | Čitanje | Govorna produkcija | Govorna interakcija | |
| ENGLESKI | C2 | C2 | C2 | C2 | C2 |
| NJEMAČKI | A1 | A2 | A2 | A2 | A2 |
| TALIJANSKI | A2 | A2 | A1 | A1 | A1 |

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik