

PRVIH
30...

ZAVODA ZA
PROSTORNO
UREĐENJE
PRIMORSKO-
GORANSKE
ŽUPANIJE

RAZVOJ TURIZMA U PRIMORSKO-GORANSKOJ ŽUPANIJI

prof. dr. sc. Dora SMOLČIĆ JURDANA

prof. dr. sc. Dora SMOLČIĆ JURDANA,
dipl. oec.,
dekanica Fakulteta za menadžment
u turizmu i ugostiteljstvu Opatija,
Sveučilište u Rijeci
doras@fthm.hr

Sažetak

U radu se obrazlažu osnovna obilježja turizma Primorsko-goranske županije (turističke destinacije Kvarner) te naglašavaju specifični razvojni momenti, uz korištenje bazičnih statističkih podataka. Daje se pregled slabosti, ali i razvojnih ciljeva i mogućnosti koje se otvaraju turizmu Primorsko-goranske županije.

Ključne riječi: razvoj turizma, regionalni razvoj, turističko tržište, strategija

I. OBILJEŽJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

Radi povećanja iskorištenosti smještajnih kapaciteta Primorsko-goranske županije, produljenja sezone te povećanja potrošnje turista, potrebna je promjena strukture smještajnih kapaciteta u korist osnovnih smještajnih kapaciteta te istodobno podizanje kvalitete u svim ostalim vrstama osnovnih i nadopunjujućih smještajnih kapaciteta. Takvi smještajni kapaciteti, (kampovi, kućanstva) moraju kvalitetom pratiti hotelsku ponudu. U tom je pogledu Primorsko-goranska županija napravila značajan iskorak provedbom projekta „Kvarner Family”, koji ima za cilj brendiranje apartmana i kuća za odmor privatnih iznajmljivača smještaja u Županiji. Na taj se način motiviraju vlasnici privatnih soba i apartmana da stalno poboljšavaju kvalitetu smještaja.

Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama

Primorsko-goranska županija izrazito je turistički orijentirana priobalna županija Republike Hrvatske. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u Hrvatskoj je u 2014. godini ostvareno 66,5 milijuna noćenja, od čega je Primorsko-goranska županija ostvarila 12.212.423 (18,37 %).

U strukturi gostiju Primorsko-goranske županije prednjače strani gosti koji su 2014. godine ostvarili 88,79 % dolazaka, dok su u ukupnim ostvarenim noćenjima, sudjelovali s čak 91,41 %.

Primorsko-goranska županija, iako u posljednjih nekoliko godina ulaže velike napore u izgradnji svojega turističkog imidža, ipak treba učiniti još napora za bolje pozicioniranje i izgrađivanje jasne i prepoznatljive pozicije na tržištu. Određeni događaji i objekti imaju svoju prepoznatljivost, no ona nije dostatna da bi u

Tablica 1. Dolasci i noćenja turista na području Primorsko-goranske županije u razdoblju 2000. – 2014. godine

Godina	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
2000.	1.650.970	335.861	1.315.109	9.209.148	1.396.054	7.813.094
2001.	1.798.784	335.265	1.463.519	10.041.869	1.357.513	8.684.356
2002.	1.858.465	336.305	1.522.160	10.096.541	1.282.662	8.813.879
2003.	1.928.957	368.322	1.560.635	10.120.732	1.341.141	8.779.591
2004.	1.948.782	355.304	1.593.478	9.977.095	1.224.135	8.752.960
2005.	2.076.456	356.365	1.720.091	10.501.921	1.275.062	9.226.859
2006.	2.149.985	422.301	1.727.684	10.741.754	1.419.079	9.322.675
2007.	2.247.788	397.819	1.849.969	11.114.744	1.421.378	9.693.366
2008.	2.214.061	384.451	1.829.610	11.263.659	1.459.145	9.804.514
2009.	2.205.627	328.693	1.876.934	11.161.233	1.313.177	9.848.056
2010.	2.151.118	307.668	1.843.450	10.938.291	1.193.855	9.744.436
2011.	2.360.214	300.339	2.059.875	11.741.692	1.200.314	10.541.378
2012.	2.353.404	290.285	2.063.119	11.974.337	1.126.350	10.847.987
2013.	2.380.034	278.481	2.101.553	12.348.195	1.108.359	11.239.836
2014.	2.419.864	271.167	2.148.697	12.212.423	1.048.849	11.163.574

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, Državni zavod za statistiku, Priopćenja, Turizam-kumulativni podaci, različiti brojevi

dovoljnoj mjeri označavala jedno tako raznovrsno i bogato područje iznimnoga turističkog potencijala.

Županija već godinama izgrađuje svoju prepoznatljivost na domaćem i inozemnom turističkom tržištu, što je potrebno iskoristiti pri njezinu pozicioniranju u budućnosti. Neovisno o lokalnim specifičnostima svake uže destinacije, zahtjevi suvremene turističke potražnje, trendovi na turističkom tržištu i snažna konkurencija gdje se trajno otkrivaju nova odredišta, a ona već etablirana obogaćuju svoju turističku ponudu, nameću potrebu objedinjavanja lokalnih specifičnosti Županije u integralni turistički proizvod koji će svojom raznolikošću, bogatstvom ponude i kvalitetom te postizanjem sinergijskog učinka biti tržišno konkurentan.

Spoj plavog i zelenog, gorja i mora, urbanog i ruralnog, mondenog i tradicionalnog na relativno malom prostoru pruža Primorsko-goranskoj županiji polazne prednosti u odnosu na ostale domaće i inozemne konkurente. Na ovoj je Županiji da na što učinkovitiji način iskoristi prednosti koje posjeduje uvijek imajući u vidu načela održivosti, kako bi u skoroj budućnosti bila konkurentnija na domaćem i stranom turističkom tržištu.

Cjelokupna Primorsko-goranska županija ima izrazito povoljnu klimu za razvoj turizma, a upravo zbog toga prvi turisti su u ovu destinaciju počeli stizati prije više od 160 godina. Tako duga tradicija razlogom je što lokalno stanovništvo ima pozitivan odnos prema razvoju turizma i podupire ga. Isto tako, bogata prirodna i kulturno-povijesna baština pruža veliku atraktivnost destinacije, a posebno se ističe duga tradicija zdravstvenog turizma. Kvarner, kao turistička destinacija, ima povoljan geoprometni položaj, te je veoma blizu svojih emitivnih tržišta. Do Primorsko-goranske županije se može vrlo brzo i povoljno doći morem, kopnom i zrakom. Destinacija je bogata gastronomskim doživljajima.

Uz prednosti, Županija ima i određene nedostatke. Bileži se izrazita sezonalnost turističkog prometa, iako postoji resursna osnova da se posluje tijekom cijele godine ili da se te oscilacije umanje. Taj problem može se riješiti povećanjem tržišnog udjela na postojećim emitivnim tržištima te osvajanjem novih tržišta uz proširenje spektra ponude tijekom cijele godine. Osim toga, prisutni su i problemi oko privatizacije i nužno potrebne dokapitalizacije (ponajprije) velikih turističkih gospodarskih subjekata. Uz ove nedostatke u svim destinacijama Županije postoje prometni problemi poput nedostatno iskorištene zračne luke, ali i iznimne gustoće lokalnog prometa te nedostatka parkirališta u ljetnim mjesecima.

Županija ima i mogućnosti u razvijanju novih turističkih proizvoda, selektivnih oblika turizma, ali i u osvajanju novih tržišta, te time i privlačenja gostiju veće platežne moći. Stoga je potrebno i promovirati lokalni kulturni identitet, ali i iznimno bogatstvo, različitosti i ljepotu prirode.

Turizam je u ovoj Županiji potrebno razvijati na temeljima održivog razvoja uz istodobno povećanje i proširenje zaštićenih područja prirode. Isto tako, razvijenošću priobalnog turizma može potaknuti razvoj turizma zaleđa i Gorskog kotara te na taj način omogućiti cjelogodišnje poslovanje i potaknuti razvoj gospodarstva i tog kraja.

Održivi razvoj turizma neizbježan je u razvoju Primorsko-goranske županije, što uključuje sve oblike zaštite mora, obale i zaleđa, ali i usklađivanje razvojnih dokumenata s visokim ekološkim standardima.

Na turizam Primorsko-goranske županije i intenzivnije investicije negativno, i potpuno očekivano, odrazila se gospodarska kriza.

Analizirajući situaciju, mogu se istaknuti sljedeće glavne slabosti turizma Primorsko-goranske županije:

- a. struktura smještajnih kapaciteta,
- b. destinacijski menadžment,
- c. izražena sezonalnost turističkog prometa,
- d. nedostatno razvijena infrastruktura u pojedinim segmentima,
- e. dio smještajnih kapaciteta je izvan funkcije,
- f. izobrazba kadrova,
- g. nedovoljna prepoznatljivost Kvarnera na turističkom tržištu.

Radi brendiranja Kvarnera i jačanja njegove vizualne i tržišne prepoznatljivosti, razvijen je vizualni identitet Kvarnera, uz isticanje – *Raznolikost je lijepa*.

2. CILJEVI TURISTIČKOG RAZVOJA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

Postavljanje ciljeva razvoja turizma važan je korak u definiranju budućnosti turizma Kvarnera. Ostvarenje ciljeva treba se temeljiti na koncepciji održivog razvoja, odnosno dugoročnom boljitku lokalnog stanovništva i zajednice te zadovoljstvo turista. Ciljeve turističkog razvoja može se grupirati u tri glavne skupine: ekonomske, sociokulturne i ciljeve zaštite okoliša.

a) Ekonomski ciljevi:

- *Turizam kao metoda razvoja gospodarstva u cjelini* – turizmom se može potaknuti razvoj ostalih gospodarskih grana posebice poljoprivrede, ali i prehrambene industrije, proizvodnje namještaja, uslužnih djelatnosti, i dugog.
- *Rast investiranja* – turizam potiče investiranje posebice u turistički sektor, ali i u ostale gospodarske grane.
- *Poduzetništvo, obrtništvo* – razvojem turizma, otvaraju se i potrebe za novim proizvodima i uslugama koje poduzetnici i obrtnici pružaju.

Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama

- *Veće zapošljavanje* – prvenstveno u tijeku turističke sezone dolazi do većeg zapošljavanja turističkih djelatnika. Međutim, zbog učinka sinergije i u ostalim granama postoji potreba za dodatnim zapošljavanjem.
- *Povećanje turističke potrošnje* – dolaskom većeg broja turista, i povećanjem kvalitete turističke ponude, dolazi i do povećanja turističke potrošnje.
- *Proizvodnja autohtonih proizvoda* – dolaskom turista u turističku destinaciju, dolazi do sve veće potražnje za izvornim, jedinstvenim proizvodima.
- *Smanjenje uvozne komponente* – potrebno je raditi na smanjenju uvoza proizvoda, a povećanju plasmana domaćih proizvoda.
- *Tendirati cjelogodišnje poslovanje* – cilj svih turističkih poslovnih subjekata je cjelogodišnje poslovanje. U tom smislu potrebno je ponuditi programe koji će privlačiti turiste kroz cijelu godinu.
- *Bolja struktura smještajnih kapaciteta* – u Primorsko-goranskoj županiji, ali i u cijeloj Republici Hrvatskoj, apartmani imaju veliki udjel u smještajnim kapacitetima. Međutim, kvalitetna ponuda ne može se temeljiti na apartmanima, već na hotelskom smještaju koji je u mogućnosti ponuditi različitiju vrstu ponude.
- *Razvoj novih turističkih proizvoda* – trenutno se na području Primorsko-goranske županije najčešće nudi proizvod „sunce i more”. Iz tog razloga potrebno je osmišljavati nove proizvode koji će obogatiti turističku ponudu ove regije.
- *Osvajanje novih tržišta* – javljaju se nova tržišta, poput Kine i Indije, na kojima je potrebno učiniti određene napore kako bi se ostvarili dodatni prihodi.
- *Kvaliteta* – povećanje kvalitete temelj je uspješnog poslovanja ukupnog turizma destinacije Kvarner.

b) Sociokulturni ciljevi:

- *Rast kvalitete života lokalnog stanovništva, blagostanje* – turizam sa svojom infrastrukturom, ali i povećanjem prihoda pridonosi povećanju standarda lokalnog stanovništva.
- *Sigurnost za lokalno stanovništvo i turiste* – izgradnjom turističke infrastrukture povećava se sigurnost.
- *Očuvanje kulturno-povijesne baštine* – stavljanjem u turističku funkciju kulturno-povijesna baština dobiva zaštitu i nije prepuštena samoj sebi.
- *Očuvanje lokalnog identiteta u uvjetima globalizacije* – turisti u nekoj destinaciji traže lokalnu kulturu, lokalne običaje, odnosno lokalni identitet destinacije. Na taj se način tradicija čuva i promiče.
- *Prožimanje kultura* – turisti dolaze iz različitih država i imaju razne kulture. Na taj se način miješaju i obogaćuju kulture domaćeg stanovništva.

c) Ciljevi zaštite okoliša:

- *Zaštita prirodnih resursa, ekostandardi* – povećanim brojem turista potrebno je uvesti razne ekostandarde radi zaštite prirodnih resursa. Na taj se način uvodi red u zaštitu okoliša.
- *Racionalno korištenje energije* – moderni turisti sve više zahtijevaju turističku infrastrukturu koja je ekološki orijentirana, odnosno one hotele koji se brinu o okolišu.
- *Unaprijeđenje infrastrukture* – povećanjem turista za određenu destinaciju potrebno je i unaprijediti cjelokupnu infrastrukturu kako bi lakše turisti došli u destinaciju.
- *Monitoring onečišćenja* – kako bi se postigli određeni ekološki ciljevi i turizam temeljio na ekološkim načelima, potrebno je i pratiti, ali i smanjivati onečišćenje.

- *Sprječavanje vizualnog „onečišćenja” prostora, prostorno planiranje* – turisti sve više traže ekološki očuvan prostor, odnosno netaknutu prirodu. U tom smislu potrebno je spriječiti vizualno „onečišćenje” prostora, posebice dodatnu apartmanizaciju destinacije Kvarner.

Postoji visoka razina usuglašenosti ekonomskih, sociokulturnih i ciljeva zaštite okoliša razvoja turizma Kvarnera, kao i njihova usuglašenost sa stavovima lokalnog stanovništva, očekivanim zahtjevima turista u budućnosti i raspoloživim resursima u kontekstu poštovanja načela održivog razvoja.

3. ZAKLJUČAK

Primorsko-goranska županija kraj je iznimnih različitosti, razvedene obale, otoka, priobalja, gorja. Iz tih različitosti izvire glavne poredbene prednosti na turističkom tržištu. Svakako, to nije dovoljno za konkurentnost na globalnom turističkom tržištu. Potrebna su nova i trajna ulaganja u sve elemente turističke ponude ove Županije.

LITERATURA

1. Antunac, I. (2001.), *Turizam – teorijsko-znanstvene rasprave*, Institut za turizam, Zagreb
2. Blažević, B. (2007.), *Turizam u gospodarskom sustavu*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
3. Blažević, B. (ur.) (2005.), *Održivi razvoj turizma*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
4. Blažević, B., Magaš, D., Peršić, M., (editors) (2004.), *Ocjena turističke ponude Kvarnera, rezultati projekta br. 01/603 „Turistička regionalizacija u u globalnim procesima”*. Tourism and Hospitality Management, Vol. 10., No.1., PP XVI 1 – 260, FTHM, Opatija i WIFI, Wien
5. Blažević, B., Peršić, M. (red.) (2009.), *Turistička regionalizacija u globalnim procesima*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

6. Cerović, Z. (2003.), *Hotelski menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Fintrade&Tours, Rijeka
7. Conrady, R., Buck, M., (editors) (2010.), *Trends and issues in global tourism 2010*, Springer, Heidelberg
8. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008.), *Ekonomija turizma – načela i praksa*, Ekonkon, Split
9. Čavlek., N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. (2011.), *Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb
10. Državni zavod za statistiku, Statističko priopćenje, Statistički ljetopis, različiti brojevi
11. Dulčić, A. (2001.), *Upravljanje razvojem turizma*, MATE nakladnička kuća, Zagreb
12. Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. (2010.), *Tourism economics and policy*, Channel View Publications, Buffalo
13. Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, (2005.), Sveučilište u Rijeci, Rijeka
14. Gunn, C. A., Turgot, V. (2002.), *Tourism planning: basics, concepts, cases*, Routledge, New York
15. Inskeep, E. (1991.), *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*, Van Nostrand Reinhold, New York
16. Izmjene i dopune Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije (2013.), Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
17. Marušić, Z. et al. (2011.), *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS ljetno 2010*, Institut za turizam, Zagreb
18. Mason, P. (2008.), *Tourism impacts, planning and management*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Amsterdam
19. Moutinho, L. (2005.), *Strateški menadžment u turizmu*, Masmedia, Zagreb
20. Wall, G., Mathieson, A. (2006.), *Tourism: change, impacts, and opportunities*, Pearson Prentice Hall, Harlow