

A photograph of a waterfall cascading over rocks in a lush forest, surrounded by green foliage and splashes of water. The image is overlaid with a large green rectangular area containing text.

**ZBORNİK
RADOVA
2. KONGRESA
EKO I ODRŽIVOG
TURIZMA**

Zagreb, Hrvatska,
15. i 16. prosinac 2016.



ZBORNİK RADOVA
2. KONGRESA EKO I ODRŽIVOG TURIZMA

Zagreb, Hrvatska, 15. i 16. prosinac 2016. godine, Hotel Palace

Pokrovitelji kongresa

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske
Ministarstvo zaštite okoliša i energetike Republike Hrvatske
Grad Zagreb

Predsjednik znanstvenog odbora

dr. sc. Marko Jelić

Organizator kongresa

LUX promocija

Zagreb 2019.

Urednik i recenzent

Prof. dr. sc. Stanko Geić, red. prof.

Izdavači

LUX, Smodekova 9, Zagreb

ASPIRA, Visoka škola za menadžment i dizajn, Mike Tripala 6, Split

ISBN: 978-953-57411-7-6

Autorska prava LUX 2019.

SADRŽAJ

Sunčana Matić: Uvod i program kongresa.....	6
Program kongresa i Znanstveno stručni odbor	7
Stanko Geić: Predgovor	8
Sandra Kantar, Kristina Svržnjak, Silvije Jerčinović, Dušanka Gajdić: Mogućnosti razvoja ekoturizma u Koprivničko križevačkoj županiji	12
Dragan Glavaš, Emir Temimović: Očuvanje i unapređenje prirodne baštine općine Jajce putem razvoja eko turizma	21
Barbara Golub, Božidar Jaković, Dejan Tubić: Potencijali razvoja ekoturizma na hrvatskim rijekama	30
Marija Dejanović, Tatjana Gulan, Iva Skočić Burela: Turistička ponuda Solane Nin - primjer eko turizma i održivog razvoja	36
Roberta Kljenjak: Proizvodnja zdrave hrane u funkciji održivog razvoja ruralnog turizma Osječko-baranjske županije	50
Vanessa Zagorščak, Božidar Jaković, Dejan Tubić: Parkovi prirode - okosnica razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske	59
Ivna Škoro, Vanja Valić: Aromatične kulture kao kulturno naslijeđe i gospodarski potencijal	68
Sani Sardelić: Samoniklo jestivo bilje- mogućnost i izazov u turizmu	80
Jadran Kale: Pet mitova o suhozidima -Turistički suhozidi	90
Izvodi iz recenzija.....	98

Za sadržaj objavljenih radova odgovaraju autori.

UVOD

Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske usvojena 2009. godine od Hrvatskog sabora navodi viziju budućeg razvoja i života u Hrvatskoj, te važnost ekološkog turizma.

Rijetko gdje u turizmu se susreće takva potreba za skupom, fuzijom znanja i timskim djelovanjem u kojem svaki dionik ima ravnopravno mjesto i društvenu korisnost. Ovaj kongres povezuje zainteresirane pojedince, tvrtke, udruge, institucije i javni sektor na svim razinama radi zajedničkog cilja - društveno odgovornog poslovanja kao temelja održivog razvoja društva. Cilj kongresa je provođenje principa održivog razvoja, razvoj turističkih djelatnosti i lokalnih zajednica kao posebno ekološki vrijednih turističkih destinacija.

Program kongresa potencira vrednovanje ekoloških vrijednosti Hrvatske temeljenih na tradicijsko-kulturnim obilježjima, uz očuvanje nacionalnih prirodnih dobara i uvjeta za razvoj zdravog turističkog proizvoda. Stvara visoku razinu građanske odgovornosti, svijesti, te razvija estetsku i urbanu kulturu u promišljanju održivog turizma kao pretpostavke za pozitivan dojam posjetitelja o Hrvatskoj kao posebno privlačnoj destinaciji.

PROGRAM KONGRESA

15.12.2016.

1. mr. sc. Roman Ozimec, ADIPA - Društvo za istraživanje i očuvanje prirodoslovne raznolikosti Hrvatske - Agrobioraznolikost, ključni element eko i održivog turizma
2. dr. sc. Irena Ateljević, Institut za turizam, Zagreb - Transformativni turizam za našu održivu budućnost
3. prof. dr. sc. Marko Jelić, Prodekan, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira, Ante Šimić, Kninski muzej - Utilizacija neiskorištenih resursa dalmatinskog zaleđa Šibensko-kninske županije kroz razvoj ekološkog turizma
4. doc. dr. sc. Jadran Kale, Muzej Grada Šibenika i Sveučilište u Zadru - Turistički suhozid
5. dr. sc. Marija Valčić, Dekanica, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira - Modeliranje razvoja održivog turizma
6. Željko Gobec, Predsjednik Saveza gorskih vodiča Hrvatske - Uloge gorskih i planinskih vodiča te planinarskih objekata u turizmu Hrvatske
7. dr.sc. Branka Pivčević Novak, Ministarstvo zaštite okoliša i energije - Eko-oznake EU važne za održivi turizam Hrvatske
8. Davor Krmpotić, Marijana Biondić, Rewilding Velebit - Divljina Velebita
9. Simon Collier, Rewilding Europe - Ima li Europska priroda koristi od ekoturizama?
10. Davorin Marković - Štićena priroda - poticatelj održivog turizma i održivog razvoja slaborazvijenih područja Hrvatske
11. dr. sc. Mihaela Mesarić, Međimurska priroda - Javna ustanova za zaštitu prirode - Turistički potencijal rudarske geobaštine oko Murskoga Središća
12. Davorin Marković - Moguće prilagodbe u upravljanju i infrastrukturi Nacionalnih parkova i Parkova prirode za posjet osoba sa invaliditetom
13. Marijana Živković, Ministarstvo poljoprivrede - Mogućnosti financiranja ruralnog turizma kroz Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014.-2020.

14. prof. dr. sc. Ivica Kisić, Ana Lijović, Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu - Alternativni oblici poljoprivrede na prostoru Zagore
15. doc. dr. sc. Marina Krvavica, Veleučilište "Marko Marulić", Knin - Znanstveni dokazi autentičnosti dalmatinskih autohtonih prehrambenih proizvoda kao potvrda autentičnosti dalmatinske kuhinje
16. mr. sc. Miroslav Kovač, Udruga obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava Hrvatske Život - Proizvodnja domaće hrane i OPG u prostoru, preduvjeti održivog turizma
17. Roberta Kljenak, Udruga obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava Hrvatske Život - Proizvodnja zdrave hrane u funkciji održivog razvoja ruralnoga turizma Osječko – baranjske županije

16.12.2016.

18. doc. dr. sc. Goran Andlar, prof. dr.sc. Branka Aničić, Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu - Kulturni krajobraz u održivom razvoju primorske Hrvatske
19. dr. sc. Marija Dejanović, Turistička zajednica grada Nina, Tatjana Gulan, Iva Skočić Burela, Solana Nin - Turistička ponuda Solane Nin - primjer eko turizma i održivog razvoja
20. Sani Sardelić, Gradski muzej Korčule - Samoniklo jestivo bilje: mogućnost i izazov
21. Vjeran Piršić, Udruga Eko Kvarner - Uspješan razvoj otoka Krka kao EKO destinacije (usprkos razvijenoj industriji)
22. dr. sc. Sandra Kantar, dr. sc. Kristina Svržnjak, mr. sc. Silvije Jerčinović, Dušanka Gajdić, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima - Potencijali ekoturizma u Koprivničko – križevačkoj županiji
23. Dragan Glavaš, prof. dr. sc. Emir Temimović, JU "Agencija za kulturno-povijesnu i prirodnu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca" - Očuvanje i unapređenje prirodne baštine Općine Jajce putem razvoja eko turizma
24. Milena Radošević, Andrea Praznik, Aktivist d.o.o. - ECOMode - inovacija u eko označavanju malih turističkih subjekata u Hrvatskoj
25. Ivna Škoro, Vanja Valić - Aromatične kulture - kulturno naslijeđe i gospodarski razvitak Istree
26. Barbara Golub, Božidar Jaković, dr.sc. Dejan Tubić, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici - Potencijali razvoja ekoturizma na hrvatskim rijekama
27. Vanessa Zagorščak, Božidar Jaković, dr. sc. Dejan Tubić, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici - Parkovi prirode – okosnica razvoja turizma Kontinentalne Hrvatske

Znanstveno stručni odbor kongresa

predsjednik: dr. sc. Marko Jelić

dr. sc. Stanko Geić
 dr. sc. Damir Demonja
 dr. sc. Ivica Kišić
 dr. sc. Miljenko Ernoić
 dr. sc. Vladimir Stojanović
 dr. sc. Neven Šerić
 dr. sc. Sanja Tišma
 dr. sc. Ugo Toić
 mr. sc. Jakša Geić
 mr. sc. Miroslav Kovač
 mr. sc. Roman Ozimec
 mr. sc. Siniša Golub
 Robert Baćac
 Stipe Božić
 Jany Hansal
 Davorin Marković
 Davor Krmpotić
 Niko Pervan

PREDGOVOR

Revolucionarne promjene u ekonomsku razvojnu teoriju, a time i turizam donio je proces ekološkog osvješćivanja formalno određen uvođenjem koncepta „sustainable development“ – održivi razvitak. Bilo je to na tragu Stockholmske konferencije o okolišu iz 1972. te Cocoyoko i Bruntland deklaracija iz 1974. odnosno 1987. godine, koje se konačno apostrofiraju Agendom 21 na Svjetskoj konferenciji o okolišu održanoj u Riu pod okriljem UN godine 1992. Ista je obvezala sve zemlje članice na vlastite nacionalne agende o okolišu kako bi gospodarstvo postalo održivo u ekološkoj, ekonomskoj, društvenoj i tehnološkoj komponenti.

U pokušaju razrješavanja sve pogubnije globalne ekološke krize koja prijete i samom opstanku na Planeti, održavaju se i nove Svjetske konferencije o okolišu (Kyoto, Poznan Cancun...) koje zbog oportunističanosti najvećih svjetskih sila, ujedno i najvećih zagađivača, ne donose očekivani uspjeh.

Naime suvremena industrijska civilizacija prouzročila je vlastitu ekološku krizu koja prijete prirodi i sociokulturnim sustavima. Nužan je očigledno novi „modus vivendi“ između društva i prirode, a s tim u svezi i promjena sociokulturnih vrijednosti.

Međunarodna zajednica je konsternirana i vapi: „Prijete li nam novi početak?“, a Sveti otac Ivan Pavao II. Upozorava: „Ekološka kriza je kriza morala i zbiljski prezir spram čovjeka“. B. Vukonić vodeći hrvatski teoretičar turizma u tom kontekstu lucidno konstatira: „Čovječanstvo je konačno shvatilo da rezervnog planeta nema“.

Za turizam koji je posebno vezan za ekologiju i atraktivan te očuvan okoliš od posebnog značaja je bila Svjetska konferencija o održivom razvoju turizma (Lanzarote, 1995.) održana pod okriljem UN, iznjedrivi Povelju za održivi razvitak turizma kao najšireg aktualnog svjetskog fenomena koji dotiče najuzvišenije želje čovječanstva te predstavlja značajan element sociokulturnog, gospodarskog i političkog razvitka u preko 200 zemalja svijeta.

Povelja kroz 20 točaka akcentira zadaće međunarodne zajednice, a posebno međunarodne i nacionalnih turističkih politika vezano za koncept održivog razvitka turizma konstatirajući između ostalog kako turizam mora osiguravati održivost i biti integriran u prirodno i kulturno okruženje, respektirati osjetljivu supstancu turističkih destinacija, te osigurati prirodnu evoluciju prirodnih resursa i biološke raznolikosti uz optimalna rješenja u očuvanju okoliša i zbrinjavanju polucija. U kontekstu održivog razvitka, turizam mora biti zasnovan na različitim alternativnim oblicima te se istinski integrirati u lokalnu ekonomiju i društvo, doprinoseći uravnoteženom socio - gospodarskom razvoju.

Dakle spomenuta konferencija te niz skupova koji su uslijedili na najvišoj svjetskoj razini apelira na potrebu potpore novim selektivnim (alternativnim) „soft“ oblicima turizma, nasuprot prevladavajućem masovnom „hard“ turizmu koga turistički teoretičari ekološke i humanističke provenijencije opisuju kao fenomen koji donosi „blagodat ali i pošast“, a i sam turizam često je na optuženičkoj klupi kao svojevrsni „žderač krajobraza“.

U kontekstu iznijetog posljednjih decenija izuzetan razvitak bilježe upravo eko i ruralni oblici turizma koji uz elemente zaštite prirode, afirmiraju tradicionalne ruralne oblike turizmu pratećeg gospodarstva uz procese poznate po terminima „provansalizacija“ i „toskanizacija“ nastalih u vodećim svjetskim turističkim regijama (Provanca, Toscana). One su se prve odmakle od masovnog turizma i orijentirale ka selektivnim oblicima u svom ruralnom zaleđu, zaustavivši tako pogubne procese deagrarizacije, a potom i depopulacije s posljedicama prekomjerne litoralizacije, odnosno urbanizacije priobalja posebice na Mediteranu.

Ovi trendovi svojim sadržajima kao da reafirmiraju kulturološke procese daleke renesanse kada predvodnici humanističkih ideja (Dante, Boccaccio, Petrarca...) u svojim djelima otkrivaju čari prirode i seoskog života toskanskog zaleđa, a potom tijekom 18. i 19. st. europska umjetnička elita (Cezane, Van Gogh, Gauguin...) svojim slikarskim ostvarenjima inspiriranih motivima predivnih provansalskih pejzaža i tradicionalnog života ljudi francuskog juga, afirmiraju poziv francuskog filozofa J. J. Rousseaua „retour a la nature“ (vratimo se prirodi), što su ujedno bili prvi predznaci nove turističke ere. Danas se sadržaji ovih i

sličnih boravaka europske umjetničke elite marketinški koriste u kulturnom, eko i ruralnom turizmu organizacijom brojnih turističkih itinerera sa mnoštvom kulturnih, etno i enogastro sadržaja u ekološki urednom i ugodnom okruženju ruralnih prostora.

Brojni skupovi vezani za fenomen selektivnih oblika održivog turizma i u Hrvatskoj, pokazuju želju hrvatske turističke politike da prati suvremene svjetske turističke trendove na kojem tragu je i 2. Kongres eko i održivog turizma održan 2016. u Zagrebu uz učešće 40tak predstavnika akademske zajednice iz institucija na različite načine relevantnih za razvitak eko i održivog turizma.

Značaj Kongresa leži u činjenici da Hrvatska još uvijek nema razvijene oblike održivog eko i ruralnog turizma, makar posjeduje iznimne potencijale upravo za razvitak spomenutih oblika turizma zahvaljujući brojnim prirodnim atrakcijama i preko 36% prostora u okviru različitih oblika zaštite od čega 8,5% pod najstrožim režimom zaštite kroz institucije nacionalni parkova, rezervata prirode i sl. Oni su najčešće nositelji razvoja različitih formi eko turizma, ali upravo zbog enormnog rasta njihove turističke valorizacije ujedno i među najugroženijim turističkim lokalitetima. O tome trebaju voditi računa svi nositelji i izvršitelji turističke politike na lokalnoj i nacionalnoj pa i međunarodnoj razini, imajući u vidu činjenicu da su najvrjedniji spomenici prirode u Hrvatskoj zaštićeni i kao dio svjetske prirodne baštine UNESCO-a te drugih međunarodnih asocijacija.

Na tom tragu je i 19 prezentiranih radova na Kongresu od kojih je uredništvo u sadržaj ovog Zbornika uvrstilo 9 najzanimljivijih radova u autorstvu 18 znanstvenika i stručnjaka iz različitih domena i preokupacija angažiranih u akademskoj zajednici, kulturnim institucijama, ekološkim udrugama, agroturističkom poduzetništvu i sl. U kongresu je participiralo 8 predstavnika visokih učilišta i znanstvenih instituta, 8 članova kulturnih i eko i sličnih udruga, 4 predstavnika kulturnih institucija te 2 predstavnika uspješnih poduzetničkih projekata u eko i održivom turizmu, što uz pokroviteljstvo Ministarstava poljoprivrede, turizma i zaštite okoliša govori o relevantnosti ovog znanstveno stručnog skupa za unapređenje selektivnih oblika održivog turizma u RH.

Rezultati terenskog istraživanja na temu Kongresa te prezentirane studije slučaja vrijedan su doprinos turističkoj znanosti i neposrednoj praksi hrvatskog turizma, a posebno su dragocjeni za studentsku populaciju na visokoškolskim institucijama koje u svojim programima educiraju nove kadrove za rad u turizmu i pratećim djelatnostima. To je i temeljni razlog da sam ja osobno kao profesor turističkih kolegija, s relevantnim iskustvom u turističkim i kulturnim domaćim i međunarodnim institucijama te dugogodišnji predavač na više hrvatskih sveučilišta i veleučilišta, njegov urednik.

Prof. dr. sc. Stanko Geić, red. prof

MOGUĆNOSTI RAZVOJA EKOTURIZMA U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ ŽUPANIJI

POSSIBILITIES FOR DEVELOPMENT OF ECOTOURISM AT KOPRIVNIČKO - KRIŽEVAČKA COUNTY

Dr. sc. Sandra Kantar, dr.sc. Kristina Svržnjak, mr.sc. Silvije Jerčinović, Dušanka Gajdić, univ. spec. oec.

Visoko gospodarsko učilište u Križevcima

Sažetak

Resursnu osnovu za razvoj ekoturizma u Koprivničko-križevačkoj županiji čine zaštićena područja kao što su rezervati, park šuma, značajni krajobrazi, spomenici prirode, spomenici parkovne arhitekture i regionalni park Mura-Drava. Anketnim istraživanjem htjelo se ispitati da li ispitanici provode svoje slobodno vrijeme putujući, koji su elementi presudni za odabir turističke destinacije, kako dolaze do informacija o turističkim sadržajima, jesu li ispitanici ekološki osviješteni, poznaju li neke ekoturističke sadržaje u Koprivničko-križevačkoj županiji, te na što ih asocira pojam „ekoturizam“. Iako ekoturizam nije dovoljno razvijen, ispitanici ga percipiraju kroz turizam u ruralnom području, za njegov razvoj ističu efikasnu koordinaciju i edukaciju svih dionika u ekoturizmu, održivu infrastrukturu, te ekološke prakse življenja i rada. Usprkos nepovoljnim okolnostima razvoja, ekoturizam bi mogao biti potencijalni pokretač gospodarske, društvene i ekološke koristi za širu zajednicu.

Ključne riječi: Ekoturizam, Koprivničko – križevačka županija, anketno istraživanje

Summary

Resource base for ecotourism development in Koprivnica-Križevci county consists of nature protected areas such as nature reserves, forest parks, significant landscapes, monuments of nature, landscape architecture and regional park Mura-Drava. Objective of this survey was to examine whether the respondents spend their free time traveling, to determine crucial elements for the selection of a tourist destination, to obtain information about tourist attractions, and to establish to which extent the respondents are environmentally conscious, do they know some ecotourism facilities in Koprivnica-Križevci county and what is their association regarding the term "ecotourism". Although eco-tourism is not sufficiently developed, respondents perceive it through the tourism in rural areas, and for its development they emphasize the importance of effective coordination and education of all stakeholders in ecotourism, sustainable infrastructure, and environmental practices of life and work. Despite the unfavourable conditions of development, eco-tourism could be a potential trigger of economic, social and environmental benefits for the wider community.

Key words: Ecotourism, Koprivnica-križevci county, survey

UVOD

Turizam je jedna od najbrže rastućih svjetskih industrija i glavni je izvor prihoda za mnoge zemlje. Međutim, kao i drugi oblici razvoja, turizam također može uzrokovati i probleme, kao što su primjerice društveno raslojavanje, gubitak kulturne baštine, stvaranje ekonomske

ovisnosti isključivo o turizmu, te zagađenje okoliša. Ove činjenice dovoljne su za razumijevanje utjecaja masovnog turizma i nužnosti „odgovornijeg“ tzv. alternativnog turizma. Takvi, noviji i održiviji oblici turizma, koji u manjoj mjeri utječu na okoliš nazivaju se različitim imenima kao što su, primjerice „turizam u prirodi“, „zeleni turizam“, „meki turizam“, odnosno „ekoturizam“ itd. Ekoturizam (engl. Ecotourism, njem. Eko-tourismus) je prema Vukoniću turizam u kojem je naglasak stavljen na boravak turista u prirodnom i nezagađenom okolišu, posebno u područjima s određenim stupnjem zaštite tog okoliša kao što su, primjerice, nacionalni parkovi. Uz pojavu ekoturizma spominje se i ekološko osvješćivanje kako u turističkoj potražnji tako i u turističkoj ponudi. Zato ekoturizam nije samo pojam ekološki zdravog turističkog putovanja nego i napora da se u okviru turizma provede odgovarajuća zaštita resursa. Međunarodna udruga ekoturizma definira ga kao putovanje odgovornih u prirodna područja gdje se čuva i štiti okoliš i brine o blagostanju lokalnog stanovništva (Vukonić, 2001:84).

Razvoj ekoturizma u RH vezan je najčešće za ruralni prostor i zaštićene dijelove prirode i temelji se na korištenju prirodnih ljepota, ali tako da se ne naruši prirodni sklad. Znakovito je prožimanje ekoturizma s drugim vrstama turizma, posebice s ruralnim i kulturnim turizmom, te funkcionalna povezanost s odmorišnim turizmom (Čorak, et.al. 2006:162).

Može se primijetiti da u Strategiji razvoja hrvatskog turizma do 2020. ¹ekoturizam nije uvršten među glavne turističke proizvode RH već se nalazi na zadnjoj poziciji u kategoriji ostalih turističkih proizvoda. To dokazuje da je usprkos raspoloživosti, atraktivnosti i očuvanosti prirodnih resursa te zavidnoj teorijskoj elaboraciji, ekoturizam u Hrvatskoj još uvijek izrazito slabo razvijen. Posebno brine činjenica da je ekoturizam zapostavljen čak i u većini zaštićenih prirodnih lokaliteta.

Neosporno, ekoturizam u Hrvatskoj ima veliki razvojni potencijal zbog izrazito raznovrsnog krajobraza, bogate biološke raznolikosti i mnogih još aktivnih kulturnih tradicija u ruralnim prostorima, koje su pogodne za ovaj oblik turizma manjih razmjera. Sve više ljudi traži autentično iskustvo koje se temelji na lokalnoj kulturi i tradiciji, koje je u većem skladu sa očuvanom prirodom i okolišem a koje uz to nudi prijateljsku, personaliziranu uslugu. U tom smislu, Hrvatska se u očima inozemnih turista percipira kao poželjna ekoturistička destinacija.

ZAŠTIĆENA PODRUČJA KAO TEMELJI RAZVOJA EKOTURIZMA U KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKOJ ŽUPANIJI

Koprivničko–križevačka županija smještena je na sjeveru Hrvatske, većim dijelom u dravskoj ravnici, a manjim u brežuljkastom i blago valovitom prigorskom prostoru na obroncima niskih panonskih gora Kalnika i Bilogore. S površinom od 1.746 km² (3,2 % ukupne kopnene površine RH), pripada manjim županijama Republike Hrvatske (prosječna površina županija 2.795 km²). Graniči s ukupno pet susjednih županija² te s Republikom Mađarskom. ³

¹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2013.), „Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine“

² Međimurska, Varaždinska, Virovitičko-podravska, Bjelovarsko-bilogorska i Zagrebačka županija

³ Administrativno, s Varaždinskom, Međimurskom, Krapinsko-zagorskom i Zagrebačkom županijom čini regiju na NUTS II razini pod nazivom Sjeverozapadna Hrvatska.

Koprivničko-križevačka županija sastoji se od 25 jedinica lokalne samouprave – tri grada (Koprivnica, Đurđevac, Križevci) i 22 općine, a sjedište Županije je grad Koprivnica. Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine županija ima 115.582 stanovnika (2,69% ukupnog broja stanovnika RH), a s prostornom gustoćom naseljenosti od oko 66,19 st./km² pripada srednje gusto naseljenim područjima RH. Prostor Koprivničko-križevačke županije ima tipično ruralna obilježja te obuhvaća seoska naselja, zemljišta, šume i vode, te potrebnu infrastrukturu koja služi seoskom stanovništvu. U ruralnom prostoru obitava oko 65% stanovništva županije i u njemu se nalaze značajne prirodne vrijednosti u sklopu kojih mnogi domaći i strani stanovnici gradova i urbanih područja provode svoje slobodno vrijeme, odmaraju se i rekreiraju. U ruralnom prostoru Koprivničko-križevačke županije poljoprivreda je najvažnija djelatnost, a polako se razvijaju i ostale djelatnosti poput ekoturizma. U razvoj ruralnog turizma se sve više unose ekološke dimenzije i promovira eko pristup sa ciljem da se valoriziraju prirodni ekosustavi, uvedu suvremeni ekološki standardi i zaštiti bioraznolikost.

Resursnu osnovu za razvoj ekoturizma u Koprivničko-križevačkoj županiji dominantno predstavljaju zaštićena područja na području same županije. Prema definiciji IUCN-a⁴ zaštićeno područje predstavlja "jasno definirano geografsko područje s utvrđenom namjenom koje je zaštićeno i upravljano, zakonski ili drugim učinkovitim sredstvima, s ciljem dugotrajnog očuvanja prirode, i pripadajućih usluga ekosustava te kulturnih vrijednosti" (IUCN, 1994).⁵ To znači da upravljanje zaštićenim područjima podrazumijeva ne samo zaštitu bioraznolikosti kao krajnje značajnu funkciju mnogih zaštićenih područja (Petrić, 2008:3), nego i eksploataciju ovih resursa na obziran način. Stoga se nameće zaključak da u Hrvatskoj, pa prema tome i u Koprivničko-križevačkoj županiji zaštićena prirodna područja imaju gospodarski potencijal koji je moguće razviti adekvatnom primjenom specijalnih (selektivnih) oblika turizma, odnosno ekoturizma na spominjanim područjima. Svakako da se na prvom mjestu nalazi prilika za otvaranje novih radnih mjesta za lokalno stanovništvo čime se stvara novi raspoloživi dohodak koji direktno utječe na povećanje lokalne potrošnje. Povećana potrošnja ubrzava i oživljava lokalne konjunkturane cikluse kroz stimulaciju nove proizvodnje (a u slučaju turizma naročito poljoprivredne proizvodnje, odnosno proizvodnje hrane za turiste,), doprinosi očuvanju tradicijskog i kulturnog nasljeđa, potiče edukaciju za održivi razvoj domicilnog stanovništva i turista, itd. Naglasak je na činjenici da kod ekoturističkog planiranja najvažniji kriteriji moraju biti ekološki kriteriji i principi koncepta održivog razvitka turizma (Geić, 2011:429).

Prema podacima Javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima Koprivničko-križevačke županije⁶ na području Županije postoje slijedeće kategorije zaštićenih prostora: pet posebnih rezervata, jedna park šuma, dva značajna krajobraza, četiri spomenika prirode, dva spomenika parkovne arhitekture i regionalni park Mura-Drava (slika 1).

4 Međunarodni savez za očuvanje prirode-prev.

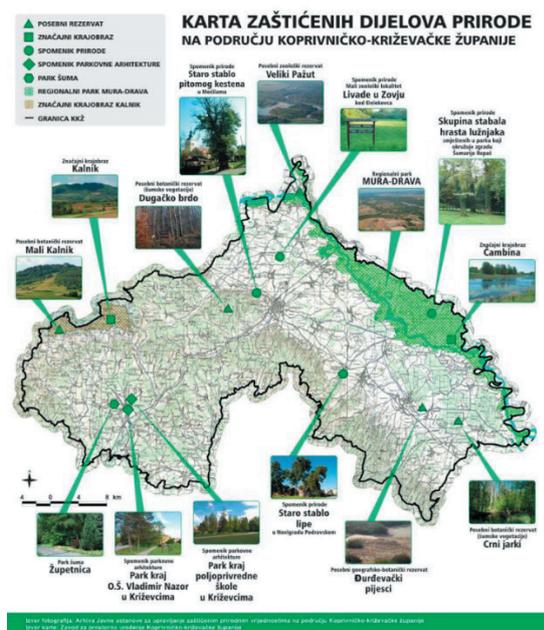
5 <http://www.dzrp.hr/zasticena-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja/iucn-kategorije-zasticenih-podrucja-251.html>

6 Osnovna djelatnost Javne ustanove je zaštita, održavanje, očuvanje, promicanje i korištenje posebno zaštićenih prirodnih vrijednosti na području Koprivničko-križevačke županije. Sve te djelatnosti Javna ustanova obavlja radi zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara te nadzora provođenje uvjeta i mjera zaštite prirode na području kojim upravlja, a cilj svega je očuvanje posebno vrijednih zaštićenih prirodnih predjela, posebno rijetkih, specifičnih i ugroženih biljnih i životinjskih zajednica i vrsta, geomorfoloških oblika i specifičnih krajobraza (<http://www.zastita-prirode-kckzz.hr> , 2017).

U kategoriju posebnih rezervata spadaju slijedeći lokaliteti: posebni (ornitološki) rezervat Veliki Pažut, posebni rezervat (šumske vegetacije) "Crni Jarki", posebni botanički rezervat (šumske vegetacije) Dugačko Brdo, posebni botanički rezervat Mali Kalnik, posebni (geografsko-botanički) rezervat Đurđevački Peski. U kategoriji park šume nalazi se Park šuma Župetnica, dok se u kategoriji značajnih krajobraza nalazi planina Kalnik i jezero Čambina. U spomenike prirode ubrajaju se skupina stabala diljem Županije, a najznačajniji spomenik parkovne arhitekture je Park kraj Visokog gospodarskog učilišta i park kraj osnovne škole „Vladimir Nazor“ u Križevcima. Posebno mjesto zaštićenih lokaliteta zauzima prvi regionalni park u Republici Hrvatskoj. To je Regionalni park Mura-Drava koji obuhvaća poplavno područje formirano duž riječnih tokova, a uključuje i prijelazno područje s poljoprivrednim površinama i manjim naseljima uz rijeke sve do ušća Drave u Dunav kod Aljmaša. Rijeke Mura i Drava područja su visoke biološke i krajobrazne raznolikosti te bogate geološke i kulturno-tradicijske baštine. Njegova ukupna površina unutar svih pet županija koje obuhvaća iznosi 87.680,52 ha., a na Koprivničko-križevačku otpada 16.780,85 ha, što je 19,19% od ukupne površine. Posebice su značajna zaštićena područja: poplavne šume, vlažni travnjaci, mrtvi rukavci, napuštena korita, meandri, te sprudovi i strme odronjene obale, zatim izuzetno bogatstvo ornitofaune i ihtiofaune te druge brojne ugrožene i rijetke vrste zaštićene na nacionalnom i europskom nivou kao i vrijedni specifični krajobrazni sklop koji gradira od prirodnog prostora uz spomenute rijeke prema kulturnom antropogenom krajobrazu u rubnim dijelovima parka s dugim razvučenim naseljima. Naselja unutar i u okolici parka predstavljaju njegov integralni dio tako da je ovom kategorijom zaštite potrebno osigurati i potaknuti njihov održivi razvoj kako bi se zaustavili trendovi smanjenja broja stanovništva. Ljudska aktivnost je stvorila i očuvala veliki dio prirodnih vrijednosti zbog kojih se zaštita i predlaže, pa je zaštita u kategoriji regionalnog parka, koja ipak dopušta određene gospodarske aktivnosti i s tog stanovišta adekvatna za ovaj prostor jer otvara nove mogućnosti za razvoj novih perspektiva održivog razvoja kao što su ekoturizam i ekološka poljoprivreda.

Javna ustanova upravlja spomenutim zaštićenim područjima koja se nalaze na teritoriju Koprivničko-križevačke županije a sastavni su dijelovi Ekološke mreže Republike Hrvatske i preventivno zaštićenog područja Regionalnog parka Mura-Drava.

Slika 1. Zaštićeni dijelovi prirode u Koprivničko-križevačkoj županiji



Izvor: <http://www.zastita-prirode-kckzz.hr>

STAVOVI O EKOTURIZMU ŽUPANIJE

Kao što je već istaknuto, ruralno područje Koprivničko-križevačke županije je relativno heterogena cjelina prirodnih ljepota i čistog okoliša. Na nju se nadovezuje bogata kulturna baština, razvijeno vinogradarstvo i vinarstvo, te vinski turizam i gastronomija, što su osnovni elementi na kojima se može razvijati učinkoviti ekoturizam. Polazeći od te pretpostavke, inicirano je i provedeno anketno istraživanje⁷ s ciljem da se istraže mišljenja i stavovi o ekoturizmu na prostoru županije. Ispitanicima su postavljena pitanja poput: provode li ispitanici svoje slobodno vrijeme putujući, koji su elementi presudni za odabir turističke destinacije, te kako dolaze do informacija o turističkim sadržajima. S obzirom da je u istraživanoj županiji ekoturizam još uvijek nedovoljno razvijen, bitno je bilo istražiti jesu li ispitanici ekološki osviješteni, poznaju li neke ekoturističke sadržaje, te na što ih asocira pojam „ekoturizam“.

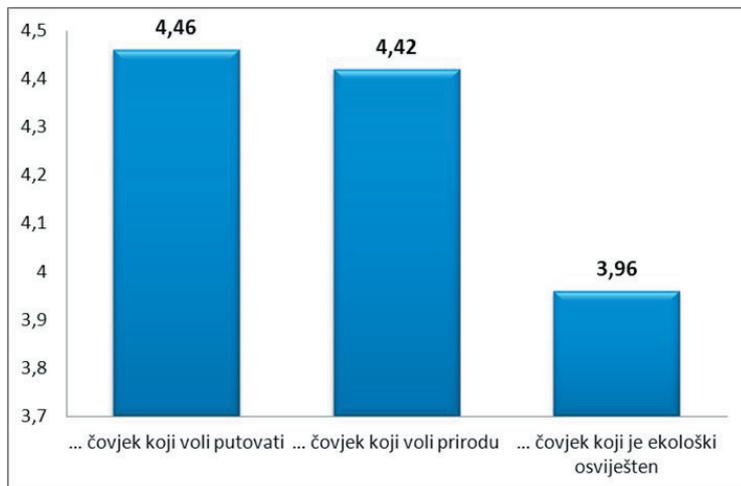
Anketa je provedena tijekom prosinca 2013. i siječnja 2014. godine na 119 ispitanika. Po spolnoj strukturi, anketu je ispunilo 56% ženskih ispitanika, odnosno 44% muških ispitanika. Po dobnoj strukturi 49% ispitanika bilo je starije od 30 godina, dok je 41% ispitanika bio mlađe od 30 godina. Većina ih dolazi iz Koprivničko-križevačke županije (62%), a ostali žive u okolnim županijama. Po obrazovnoj strukturi 17% ispitanika ima završenu srednju školu, 43% preddiplomski stručni/sveučilišni studij te 15% diplomski stručni/sveučilišni studij. Vezano uz bračni status samo 12% ispitanika je u kategoriji „samac“, dok je 88% ispitanika u braku ili je u vezi. Prema određenim karakteristikama ispitanici sami sebe ocjenjuju da li su

⁷ Istraživanje je provedeno u okviru projekta ECOTOP IPA Programa za prekograničnu suradnju Mađarska-Hrvatska 2007 – 2013. HUH/1101/2.2.1/0010. Glavni cilj projekta ECOTOP je da putem znanstvenih istraživanja, studijskih putovanja i razvojem novih studijskih programa i programa cjeloživotnog učenja stvori preduvjete za razvoj ekoturizma u pograničnom području Hrvatske i Mađarske.

ljudi koji vole putovati, zatim jesu li ljubitelji prirode, te kako ocjenjuju sebe kao ekološki osviještene osobe (grafikon 1)

Grafikon 1. Ocjene ispitanika (od 1 do 5) za svaku od kategorija

„Koliko je tipično za vas da ste ... „

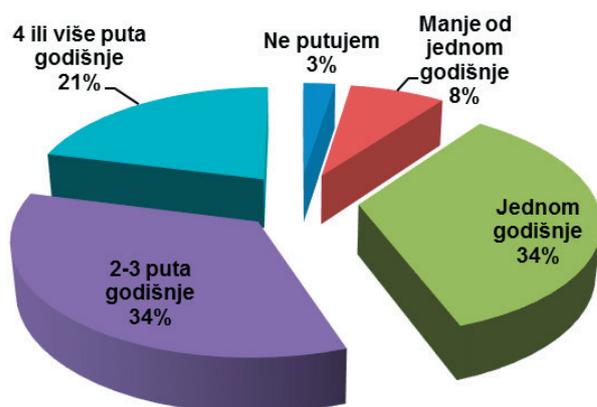


Izvor: Anketa iz projekta ECOTOP 2013./2014.

Nadalje, istraživane su i općenite turističke navike ispitanika i to u smislu navike provođenja slobodnog vremena kroz turističko putovanje, vremenskog trajanja njihova putovanja, financijskih izdataka na putovanju, korištenju prijevoznih sredstava na putovanju, tko im radi društvo na tim putovanjima, što im je važno prilikom odabira turističkog odredišta i aktivnosti na turističkom odredištu, te na koji način se informiraju o navedenim aspektima putovanja.

Ispitanici imaju naviku putovanja jednom do tri puta godišnje (68%), pri čemu u prosjeku putovanje traje 6 dana, a dnevna potrošnja iznosi oko 166.93 kuna po osobi. S obzirom da većina ispitanika putuje s obitelji (60,5%), pretpostavlja se da bi dnevna obiteljska potrošnja po putovanju iznosila oko 400,00 kuna. S aspekta razvoja ekoturizma, negativna je činjenica da ispitanici u vrlo malom postotku koriste javni prijevoz za putovanje, dok 83,6% za prijevoz koristi automobil. Najčešći izvor informiranja o turističkim sadržajima i aranžmanima ispitanici nalaze na internetu (48,1%), a drugi najvažniji izvor informiranja je tzv. usmena predaja „od usta do usta“ od prijatelja ili rodbine, odnosno prijašnjih posjetitelja destinacije (26,0%). Sažetak navedenog prikazan je u grafikonu 2.

Grafikon 2. Koliko puta godišnje putujete s ciljem da na taj način provedete slobodno vrijeme?



Prosječni broj dana provedenih na putovanju = 5,9

Dnevna potrošnja na putovanju po osobi = 166,93 kn

Najčešće prijevozno sredstvo = automobil (83,6%)

Odabir društva na putovanju = obitelj (60,5%) i prijatelji (32,5%)

Izvori informiranja = Internet (48,1%) i prijatelji/rodbina tzv. usmena predaja (26,0%)

Izvor: Anketa iz projekta ECOTOP 2013./2014.

Za razvoj turizma Koprivničko-križevačke županije vrlo su važne ocjene kojima su ocijenjeni elementi presudni za odabir turističke destinacije (tablica 1). Najveći utjecaj za odabir neke destinacije ima cijena smještaja u odabranom turističkom odredištu. Zatim, ispitanicima je važno da odabrano odredište nudi priliku za opuštanje, da bude smješteno u lijepoj prirodnoj okolini sa svježim zrakom te da omogućuje rasonodu. Elementi koji su ocijenjeni kao manje važni za odabir turističkog odredišta su nužnost da turističko odredište bude blizu mjesta stanovanja i nužnost da odredište bude smješteno u ruralnom području što je pomalo paradoksalno s obzirom na to da su spomenuti elementi karakteristični upravo za ruralno područje. ⁸Rangiranje važnosti za odabir željenog turističkog odredišta može poslužiti kao dobar pokazatelj za kreiranje budućih turističkih promocijskih aktivnosti.

Tablica 1. Ako putujete ili biste putovali, koliko je važno da odabrano turističko odredište ima sljedeće karakteristike:

⁸ Ovaj podatak može se opravdati možebitnom nejasnoćom postavljenog pitanja, pa se pretpostavlja da su ispitanici mislili na nužnost samog noćenja u ruralnom području, no to je predmet daljnjih istraživanja.

Ima povoljne cijene	4,27
Nudi Vam priliku za opuštanje	4,25
Da bude u lijepoj prirodnoj okolini	4,11
Omogućava Vam razonodu	4,09
Svjež i zrak	4,08
Nudi aktivan odmor	3,88
Proširuje znanja, educira	3,66
Pogodno je za obiteljski izlet	3,65
Daleko je od grada i prometnih gužvi	3,20
Mjesto je okruženo tišinom	3,19
Osigurava dostupnost Internetu	3,17
Da tamo postoje životinje	3,10
Postoji mogućnost upoznavanja s rukotvorstvom, lokalnim proizvodima, tradicionalnim obrtima ...	3,03
Nalazi se u ruralnom području	2,80
Da bude u blizini Vašeg mjesta stanovanja	1,69

Izvor: Anketa iz projekta ECOTOP 2013./2014.

Također, za razvoj turizma posebice u marketinškom smislu važni su i odgovori ispitanika na pitanje o vrstama aktivnosti provođenja slobodnog vremena koje bi ispitanici najradije izabrali. Tu je samo 35% ispitanika odgovorilo da bi željeli posjetiti nacionalne parkove i parkove prirode, te istraživati ljepote prirode, 25% ispitanika bi najradije išlo na more, a 21% ispitanika bi posjetilo velike gradove. S obzirom na visok postotak odabranih prethodno navedenih „neekoturističkih aktivnosti“ čini se da bi trebalo bolje marketinški obrađivati i promovirati sve postojeće oblike kontinentalnog turizma (uključujući i ekoturizam) s naglaskom na ruralna područja, te brojne aktivnosti koje se u ruralnom području mogu provoditi.

U okviru spomenutog istraživanja postavljeno je i pitanje: Što je, zapravo, ekoturizam? Naime, unatoč postojanju brojne literature, održavanja raznih skupova na kojima se govori o ekoturizmu, te djelovanju brojnih udruga i organizacija sa predznakom – eko, velikom broju ljudi još uvijek nije potpuno jasno što je zapravo ekoturizam. Stoga je i kod ispitanika provjereno osnovno znanje o tom pojmu na način da opišu osnovne asocijacije koje vežu uz ekoturizam. Inače, među prvim definicijama ekoturizma posebno se ističe definicija meksičkog arhitekta Caballos - Lascaurin 1987. u kojoj ekoturizam podrazumijeva: "Putovanje u relativno netaknutu i nezagađenu prirodu sa specifičnim ciljevima kao što su učenje, uživanje i divljenje okolišu, biljkama i životinjama kao i prošlom i postojećem kulturnom naslijeđu određenog područja."⁹. Asocijacije ispitanika na zaštićenu prirodu i okoliš, zdravlje i ruralni okoliš (shema 1) govori u prilog činjenici da se njihovo shvaćanje ekoturizma poklapa sa službenim definicijama tog pojma.

Shema 1. Osnovne asocijacije ispitanika prilikom spominjanja termina „ekoturizam“

⁹ <http://docplayer.hu/17407577-Projekt-ecotop-project-ecotop-ecotop-projekt.html>



Izvor: Anketa iz projekta ECOTOP 2013./2014.

Usprkos izuzetnom bogatstvu vrijednih prirodnih resursa ekoturizam u Koprivničko-križevačkoj županiji (i Hrvatskoj) je zapravo tek u svojim začetnicima jer gotovo da nema smještajnih sadržaja koji u potpunosti udovoljavaju svjetski prihvaćenim kriterijima koje nameće ekoturizam. Zbog toga se za posjećivanje potencijalnih eko destinacija primarno koriste klasični smještajni objekti, a ekoturističke aktivnosti vode primarno subjekti koji se bave nekim od srodnih i uslugom povezanih oblika turizma poput ruralnog turizma, planinskog, pustolovnog, sportskog, cikloturizma te eno i gastro turizma. U Županiji se mogu naći različite vrste objekata kao što su: turistička seljačka obiteljska gospodarstva, vinotočja, izletišta, tradicijske i druge ruralne kuće za odmor, te agroturistički objekti u okviru kojih turisti mogu koristiti brojne sadržaje i aktivnosti. Najučestalije korišteni sadržaji (bilo u domicilnoj ili nekoj drugoj županiji) su pješačenje, posjet sajmu domaćih proizvoda, vožnja biciklom i sl. (tablica 2)

Tablica 2. Učestalost korištenja sadržaja/aktivnosti vezanih za agroturizam

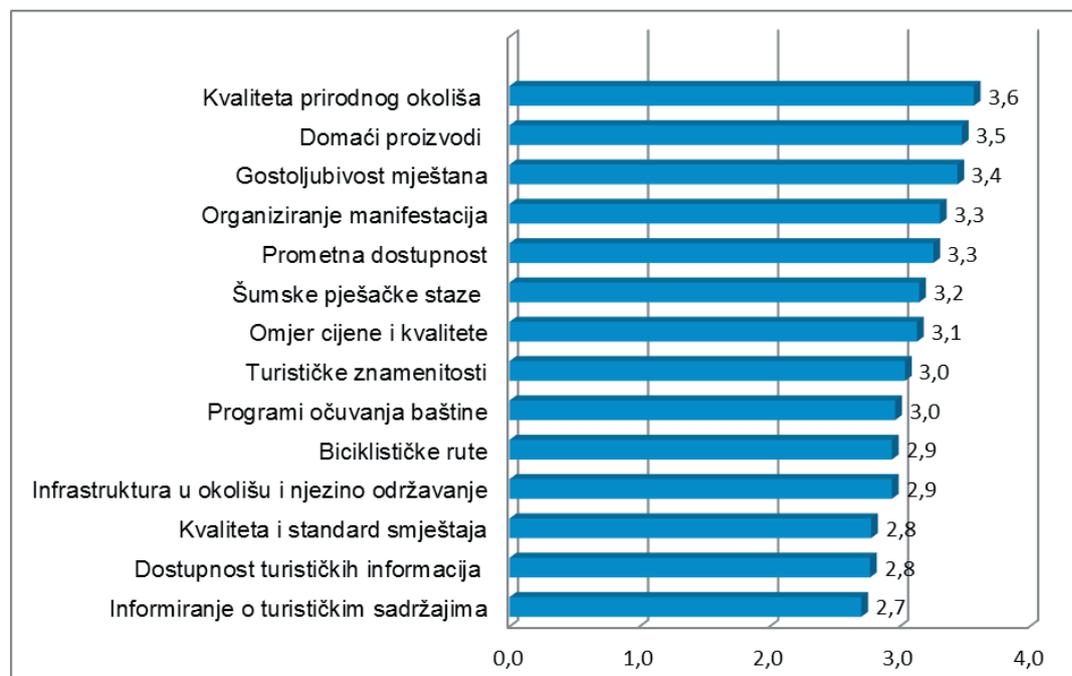
Sadržaji	Ocjena*
Pješačenje	3,3
Sajam domaćih proizvoda	3,0
Vožnja biciklom	2,9
Druženje sa životinjama	2,9
Posjet oglednoj farmi	2,3
Seoski smještaj	2,1
Poučne staze	2,0
Škola u prirodi	2,0
Obilazak pećina	1,9
Park sa divljim životinjama	1,9
Rukotvorstvo	1,8
Pustolovni park	1,7
Jahanje	1,5
Najam kuće	1,5
Kanuing / rafting	1,4
Šumska željeznica	1,4

*1 = nisam provodio; 2 = probao sam; 3 = jednom godišnje; 4 =više puta godišnje; 5 = redovno (mjesečno, tjedno)

Izvor: Anketa iz projekta ECOTOP 2013./2014.

Kad je riječ o Koprivničko-križevačkoj županiji, ispitanici izražavaju zadovoljstvo brojnim karakteristikama koje utječu na razvoj ekoturizma kao što su kvaliteta prirodnog okoliša i domaćih proizvoda, gostoljubivost mještana i organizacija lokalnih manifestacija, prometna dostupnost i brojnost šumskih pješačkih staza, te omjer cijene i kvalitete postojeće ponude (grafikon 3).

*Grafikon 3. Zadovoljstvo karakteristikama u Koprivničko-križevačkoj županiji koje utječu na razvoj ekoturizma**



*1 = u potpunosti nezadovoljan; 2 = nezadovoljan; 3 = niti zadovoljan, niti nezadovoljan; 4 = zadovoljan; 5 = u potpunosti zadovoljan

Izvor: anketa iz projekta ECOTOP

U nešto manjoj mjeri ispitanici izražavaju zadovoljstvo označavanjem turističkih znamenitosti, programima očuvanja baštine i biciklističkim rutama, a najmanje su zadovoljni dostupnošću turističkih informacija i informiranja o turističkim sadržajima, općenito.

ZAKLJUČAK

Eko turizam podrazumijeva povratak prirodi i autohtonim vrijednostima. Ekoturistu je takvo iskustvo idealan način bijega od ubrzanog ritma svakodnevnog života u urbanim sredinama, gdje on boravi u okruženju netaknute prirode i druži se s domaćim ljudima.

Na žalost, u Koprivničko-križevačkoj županiji je taj oblik turizma, unatoč deklarativnoj podršci, trenutno nerazvijen, a stvarni poticaji njegovu širenju su izostali. Ispitanici ga percipiraju kroz druge oblike turizma, osobito turizma u ruralnom području. Povoljne okolnosti za razvoj ekoturizma su brojni zaštićeni prirodni lokaliteti od kojih je najpoznatiji Regionalni park Mura-Drava, a nepovoljne okolnosti za razvoj ekoturizma su slaba promocija područja kao ekoturističkog lokaliteta, nedostatak ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta u ruralnom području, slaba infrastruktura i, općenito, nedostatak financijskih sredstava.

Ekoturizam može doprinijeti očuvanju i unaprjeđenju prirodnih područja i održivom razvoju područja i zajednica ljudi koji tamo žive, uključujući i Koprivničko-križevačku županiju.

Uspjeh ekoturizma ovisiti će o efikasnoj koordinaciji rada između svih dionika: države, lokalne vlasti, privatnih poduzeća i lokalnog stanovništva. Stoga je važno da se dionici kontinuirano educiraju o prednostima života i rada u tom području, zajednički skrbe i promoviraju specifične karakteristike ekoturističkog područja, te kreativno osmisle ekoturistički proizvod.

Institucionalna zaštita okoliša (posebice izvan zaštićenih područja) je na niskoj razini, a organizacijski elementi bitni za funkcioniranje ekoturizma: održavanje čistoće u turističkim destinacijama, kontrola kvalitete turističke ponude i organizacija ekoturističkih aktivnosti (npr. kajakaštvo, promatranje ptica, rafting i sl.) nisu još riješeni na zadovoljavajući način.

POPIS REFERENCI

1. Čorak, S., et al. 2006. *Hrvatski turizam - plavo bijelo, zeleno*, Institut za turizam, Zagreb.
2. Demonja, D., Ružić, P. 2010. *Ruralni turizam u Hrvatskoj s primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijan, Zagreb.
3. Geić, S. 2011. *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split.
4. IUCN 1994. *Guidelines for Protected Area Management Categories*. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge.
5. Klarić, Z., Gatti, P. 2006. Ekoturizam U: *Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno* (Čorak, S., et.al.), Zagreb: Institut za turizam.
6. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2013. *Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine*. URL: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf> (10.01.2017.)
7. Petrić, L. 2008. Kako turizam razvijati na održivi način u zaštićenim obalnim prostorima? Primjer "Park prirode Biokovo", *Acta Turistica Nova*. Vol 2, br.1; 5-24.
8. *Projekt ECOTOP*, URL: <http://docplayer.hu/17407577-Projekt-ecotop-project-ecotop-ecotop-projekt.html> (11.01.2017.)
9. Svržnjak, K., Kantar, S., Jerčinović, S., Gajdić, D. 2014. *Mogućnosti razvoja ekoturizma u Koprivničko-križevačkoj županiji*, istraživački izvještaj napisan u okviru projekta „ECOTOP“, IPA HUHR/1101/2.2.1/0010.
10. Vukonić, B. 2001. *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb.

OČUVANJE I UNAPRJEĐENJE PRIRODNE BAŠTINE OPĆINE JAJCE PUTEM RAZVOJA EKO TURIZMA

PRESERVATION AND IMPROVEMENT OF NATURAL HERITAGE OF THE JAJCE MUNICIPALITY THROUGH THE DEVELOPMENT OF ECO TOURISM

Prof. dr. Emir Temimović

Univerzitet u Sarajevu, Prirodno-matematički fakultet, Odsjek za Geografiju

Dragan Glavaš – Stručni suradnik za turizam u JU „Agencija za kulturno-povijesnu i prirodnu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca“

SAŽETAK

S obzirom na geografski položaj Općine i grada Jajca, koji se nalazi na značajnom raskršću Središnje Bosne, na obalama rijeka Vrbas i Plive, život na ovim prostorima je bio stoljećima buran i intenzivan. Povoljan geografski položaj, klima, značajni prirodni resursi, očuvan okoliš, povoljan prometni položaj te bogata kulturna baština omogućile su intenzivan razvoj turizma u Jajcu, koji spada među najposjećenije destinacije u Bosni i Hercegovini. Ukupno 29 nacionalnih spomenika čine okosnicu kulturne baštine i turističke ponude općine Jajce. Međutim, treba naglasiti da geomorfološka i hidrografska raznovrsnost ovog prostora te veličanstveni prirodni elementi dosta često izdvajaju prirodnu sredinu i atrakcije u odnosu na kulturnu baštinu. Uz zaštitu prirodne sredine te razvoj cjelokupne infrastrukture ruralna područja općine Jajce mogu odgovoriti na suvremene društvene izazove: usporen gospodarski razvoj, depopulacija ruralnih područja, nezaposlenost, nizak stupanj izgrađenosti i dr. Očuvana prirodna sredina i atrakcije obogaćene kulturno-povijesnim spomenicima mogu biti okosnica održivog turizma, posebno eko turizma ovog područja. Kroz razvoj eko turizma omogućuje se zaštita prirodne sredine i kulturne baštine, održivi razvoj zajednice, obogaćuje se turistička ponuda s ciljem povećanja prihoda od turizma na održiv i odgovoran način.

Ključne riječi: Općina Jajce, grad Jajce, rijeka Pliva, prirodne atrakcije, kulturna baština, održivi turizam, ekoturizam

SUMMARY

Due to the geographical position of the municipality and town of Jajce, which is located at the distinctive crossroads of Central Bosnia Canton, on the banks of the river Vrbas and Pliva, life in this area has been tumultuous and intense for centuries. The attractive geographical position, climate, significant natural resources, preserved environment, convenient traffic location and rich cultural heritage have enabled the intensive development of tourism in Jajce, which is among the most visited destinations in Bosnia and Herzegovina. A total of 29 national monuments are the backbone of the cultural heritage and tourist offer of the municipality. However, it should be noted that the geomorphological and hydrographic diversity of the region and the magnificent natural elements quite often allocate the environment and attractions in relation to cultural heritage. With the protection of the environment and the development of the entire infrastructure, the rural areas of the municipality could meet the contemporary social challenges such as: slower economic growth, depopulation of rural areas, unemployment, low level of construction, etc. The preserved natural environment and attractions enriched by the cultural and historical monuments can be the backbone of sustainable tourism, especially eco-tourism of the area. The development of eco-tourism enables the protection of the environment and cultural heritage as well as sustainable community development, and enriches the tourist offer in order to increase the revenue of tourism in a sustainable and responsible manner.

Key words: municipality Jajce, town Jajce, the Pliva river, natural attractions, cultural heritage, sustainable tourism, ecotourism

1. UVOD

Više od 20 godina razvoj turizma na području Bosne i Hercegovine, a posebno dolaskom novih investitora (Bliski Istok) pred velikim je izazovom kako trajno očuvati

prirodnu baštinu, a u istom trenutku omogućiti gospodarski razvoj. U razvoju turizma od ključnog je značaja znanstveni i stručni pristup kojim se može doći do pravilnog modela održivog razvoja destinacije. Na taj način se mogu zaštititi i unaprijediti prirodna baština i odgovoriti na aktualne probleme ruralnih područja.

Više od jednog desetljeća u Bosni i Hercegovini, posebno u Federaciji BiH, turističkim destinacijama se upravljalo kroz kompliciran model brojnih Ministarstava, Turističkih zajednica na Županijskoj/Kantonalnoj i Federalnoj razini koji su se pokazali nespremnim da na strateški način doprinesu razvoju destinacije.

Jedna od najvećih prilika bh. turizma leži u kreiranju „alternativnih“ održivih oblika turizma. Kao protuteža masovnom turizmu kroz pojam alternativni turizam se željelo upozoriti na nužnost promjena u svjetskom turizmu. Poslije se ovaj pojam iz semantičkih razloga mijenja u održivi turizam¹. Iz održivih selektivnih oblika turizma zasnovanim na prirodnim resursima mogu se izdvojiti sljedeći koji su važni za istraživano područje: sportski turizam, ekoturizam, seoski turizam (agro turizam), lovni i ribolovni turizam te zdravstveni i edukativni turizam.

Bosna i Hercegovina, posebno Jajce, ima idealnu poziciju za razvoj održivih selektivnih oblika turizma. Jajce kao turistička destinacija je već prepoznata kao mjesto izuzetne kulturno-povijesne baštine (29 nacionalnih spomenika Bosne i Hercegovine), međutim, mnogim budućim turistima ona je relativno „nova“ destinacija s aspekta ekoloških oblika turizma. Tako se u strateškim dokumentima Općine Jajce ističe da² „turizam i turistička industrija izuzetno važne za prostor općine Jajce i Županije Središnja Bosna u mogućim iskoracima iz brojnih ograničenja u postojećem razvojnom ciklusu“. Uzimajući u obzir sve okolnosti, ovdašnji turizam nalazi se najvećim dijelom u fazi tranzicije. To je delikatna faza, jer se u njoj ponovno, u poslijeratnom periodu uspostavlja tržište, razvija se nova administrativna infrastruktura, a od tih procesa u mnogome ovise pravci budućeg razvoja turizma u općini, županiji i regiji.

Unatoč visokim prirodnim vrijednostima te sve izražajnijim antropogenim faktorom, u BiH je različitim oblicima i režimima zaštite prirode obuhvaćeno samo nekoliko lokaliteta,

koji zauzimaju površinu od oko 0,49 % ukupne teritorije, a po procjenama ta vrijednost dostiže oko 3%.³ To Bosnu i Hercegovinu svrstava na samo dno europske ljestvice zaštićenih područja sukladno kriterijima Međunarodne unije za zaštitu prirode IUCN⁴.

Pored toga, postojeći sustav upravljanja i promoviranja prirodne baštine koji je najvećim dijelom prepušten pojedinim nevladinim organizacijama ili nefunkcionalnim turističkim zajednicama ne donose željene rezultate. Tek pojedine institucije i njihovi programi svojim strateškim pristupom uključuju prirodnu baštinu, kroz posebno zaštićena područja u turističku ponudu destinacije, a s ciljem razvijanja „ekoloških“ oblika turizma.

U istraživanom području nalaze se neki od najznačajnijih prirodnih lokaliteta u Bosni i Hercegovini, kao što su Plivska jezera (najveća sedronosna jezera u ovom području sa kompleksom vodenica), jedan od najljepših prirodnih vodopada u Europi, te brojni drugi elementi prirodne baštine koja se na jedinstven način spaja sa bogatom povijesnom baštinom jajačkog kraja. Na destinacijskoj razini gospodarenje ovim zaštićenim područjima je pripalo JU „Agenciji za kulturno povijesnu i prirodu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca“.⁵

2. ZAKONSKA REGULATIVA I ZAŠTIĆENA PODRUČJA

Zaštićena područja su jedan od najčešće korištenih alata u konzervaciji prirode. Načini i oblici zaštite variraju od zemlje do zemlje i određeni su nacionalnim zakonskim aktima. Pored toga postoji veliki broj međunarodnih sporazuma, konvencija i dokumenata koji uređuju oblast prirode. Međunarodna unija za zaštitu prirode (IUCN) ima dugoročni cilj, da svaka zemlja treba staviti pod zaštitu minimalno 10% svog teritorija. U većini država

³ Federalno ministarstvo prostornog uređenja i okoliša, 2003. Akcijski plan za zaštitu okoliša BiH- NEAP

⁴ IUCN – International Union for the Conservation of Nature

⁵ U nastavku – JU „Agencija“

¹ Engl. „sustainable tourism“

² Općina Jajce, 2008. Prostorni plan općine Jajce od 2007. – do 2027. godine

se provode nacionalne akcije za zaštitu prirode ovisno o tome koliko je javnost zainteresirana ali i o tome koliki su stvarni prirodni potencijali koji trebaju zaštitu. Stoga u Europi postoje značajna odstupanja između pojedinih zemalja. Uglavnom se mogu izdvojiti tri vrste aktivnosti koje se poduzimaju na konzervaciji prirode: aktivnosti za zaštitu vrsta; aktivnosti na zaštiti posebnih zona; aktivnosti namijenjene usklađivanju konzervacije prirode te strategija različitih ekonomskih sektora.⁶

Trenutno u Bosni i Hercegovini postoji 17 prirodnih područja koja imaju institucionalnu zaštitu u skladu sa domaćom kategorizacijom zaštićenih područja⁷. Ukupna površina ovih područja iznosi 79.741 ha. Ipak, ni ovaj podatak o ukupnoj zaštićenoj površini u Bosni i Hercegovini nije relevantan kada se ima u vidu da neka od ovih zaštićenih područja nisu tretirana u skladu s međunarodnim standardima, pa čak ni s domaćom zakonskom legislativom.

Za razliku od Bosne i Hercegovine, u Republici Hrvatskoj zaštićena područja danas obuhvaćaju 8,56% ukupne površine, odnosno 12,24% kopnenog teritorija i 1,94% teritorijalnog mora. Najveći dio zaštićene površine su parkovi prirode (4,56% ukupnog državnog teritorija)⁸. U Republici Srbiji zaštitu uživa oko 6.9 % ukupne površine zemlje, tj. 531571 h. Najveću površinu zauzimaju Parkovi prirode kojih ima 16, zatim Nacionalni parkovi, njih 5⁹.

⁶ Udruženje za zaštitu okoline „Zeleni Neretva“ Konjic, 2012. godine, Zaštita prirode-Međunarodni standardi i stanje u Bosni i Hercegovini URL: https://ba.boell.org/sites/default/files/zastita_prirode_web.pdf (17.02.2017.)

⁷ Udruženje za zaštitu okoline „Zeleni Neretva“ Konjic, 2012. godine, Zaštita prirode-Međunarodni standardi i stanje u Bosni i Hercegovini URL: https://ba.boell.org/sites/default/files/zastita_prirode_web.pdf (17.02.2017.)

⁸ Državni zavod za zaštitu prirode <http://www.dzpp.hr/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj-nacionalne-kategorije-1137.html> (17.02.2017.)

⁹ Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog planiranja Republike Srbije i WWF-Mediterranski program, 2009., Rapid assessment and prioritization of protected area management (RAPPAM)

Zaštićena područja Slovenije uključuju jedan nacionalni park, tri regionalna parka, nekoliko prirodnih parkova, te na stotine prirodnih znamenitosti. Oni pokrivaju oko 12,5% slovenskog teritorija¹⁰.

Tabela br. 2 - Institucionalni okvir primjene zakona je sljedeći:

Državni nivo		
Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa, Sektor za prirodne resurse, energetiku i zaštitu okoliša – Odsjek za zaštitu okoliša		
Uprava za zaštitu zdravlja bilja		
Međuentitetsko tijelo za okoliš/životnu sredinu.		
Brčko Distrikt	Entitetski nivo Federacije BiH ¹¹	Entitetski nivo Republike Srpske ¹²
Odjeljenje za prostorno planiranje i imovinsko pravne poslove	Ministarstvo okoliša i turizma	Ministarstvo za prostorno uređenje, građevinarstvo i ekologiju RS
	Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva	Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede RS
	Ministarstvo energije, rudarstva i industrije	Ministarstvo industrije, energetike i rudarstva RS
	Savjetodavno vijeće za okoliš	Fond za zaštitu životne sredine RS
	Fondacija za održivi razvoj	Agencija za vode oblasnog riječnog sliva Save
	Fond za zaštitu okoliša FBIH	Agencija za vode oblasnog riječnog sliva Trebišnjice
	Agencija za vodno područje rijeke Save	Republički hidrometeorološki zavod Banja Luka
	Agencija za vodno područje Jadranskog mora	
	Federalni hidrometeorološki zavod	
	Kantonalna ministarstva koja imaju nadležnost za okoliš	
	¹³ Nivo lokalne samouprave	
	JU „Agencija“	

¹⁰ Ministarstvo za okolje in prostor Republike Slovenije, 2008., Zavarovana območja v Sloveniji, URL: http://www.arhiv.mop.gov.si/fileadmin/mop.gov.si/pageuploads/publikacije/drugo/zavarovana_obmocja.pdf (12.02.2017.)

¹¹ U nastavku - FBIH

¹² U nastavku - RS

¹³ Odnosi se na Općinu Jajce

Nadležnosti za oblast zaštite okoliša Ustavom Bosne i Hercegovine nije data u nadležnost države. Umjesto toga, Ustavom Federacije Bosne i Hercegovine, član III.2. predviđeno je da je politika okoliša zajednička nadležnost entiteta i kantona/županija. Ustav Republike Srpske predviđa okoliš kao čovjekovo pravo, članom 35, a član 68. predviđa da je entitet nadležan za zaštitu okoliša te da su općine nadležne za zaštitu životne sredine. Statut Brčko distrikta Bosne i Hercegovine predviđa u članu 9. da je okoliš jedna od nadležnosti Distrikta¹⁴.

Prvi set zakona o okolišu u Bosni i Hercegovini je pripremljen uz financijsku i tehničku asistenciju programa EU za Pomoć Zajednice u obnovi, razvoju i stabilizaciji¹⁵.

Nažalost, nema definirane jedinstvene strategije za uspostavljanje zaštićenih područja na državnom nivou koja su u skorijem vremenu doprinijela povećanju zaštićenog područja u zemlji. Postojeći koncept konzervacije prirode koji je zasnovan na formalnoj zaštiti vrsta i uspostavi zaštićenih područja skupa sa nedostatkom pouzdanih okolišnih informacija i monitoring sistema koji je neophodan za generiranje ulaznih informacija za pouzdano upravljanje okolišem se pokazao kao vrlo neučinkovit. Rezultat ovog stanja je da vrlo ambiciozan cilj zaštite oko 19 % državne teritorije nije implementiran, kao i ambiciozan plan zaštite 20 % općinske teritorije Jajca. Na području Jajca, zaštitu uživa tek oko 2 % od ukupne površine općine.

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Održivi razvoj turizma osigurava da nekontrolirani razvoj ne uništi ili devastira resurse na temelju kojih se turizam počeo razvijati na određenom području, a on podrazumijeva da se potrebe sadašnjih generacija trebaju zadovoljiti tako da se time ne ugrozi mogućnost budućih generacija da

zadovolje svoje potrebe (Čavlek i sur. 2011.:448).

Turisti koji prakticiraju ekoturizam ne razmišljaju samo o tome da za uloženi novac dobiju što više, već žele što manje štetno utjecati na područje koje su odlučili posjetiti, pazeći pritom da i lokalna zajednica zauzvrati dobije prihod koji joj osigurava egzistenciju. To znači da preferiraju konzumaciju domaćih, autohtonih proizvoda, po mogućnosti iz ekološkog ili pak organskog uzgoja, zatim upoznavanje s običajima i kulturom lokalnog stanovništva. Često se takav oblik turizma veže uz posjetu nekim zaštićenim prirodnim područjima.

Održivost "dolazi u pitanje kada se planiranje razvoja i ponude svede na nivo individualnih subjekata i pružatelja usluga, neovisno o tome dali je riječ o lokalnim ili međunarodnim „igračima“. Slično kao i kod prekomjernog korištenja ideje o odgovornom ponašanju i društveno odgovornom ponašanju (Crook, 2005; Thilmany, 2007) i koncept „okolišnog“, „ekološkog“, „prirodnog“ često se koristi isključivo u marketinške svrhe. Tako kompanije i destinacije koje nastoje ugrabiti dio „odgovornih turista“ često izazivaju skeptičnost (Web & Mohr, 1998) i negativne reakcije čak i prema onima koji istinski prihvaćaju i implementiraju ovakvu filozofiju poslovanja.

Prema predviđanjima Svjetske turističke organizacije, broj turista će se u Europi udvostručiti idućih 20 godina. Istraživanja također pokazuju da se gosti sve više okreću otkrivanju različitih oblika turizma. Oni često traže autentično iskustvo koje se temelji na lokalnoj kulturi i tradiciji, koje je u većem skladu s prirodnim okolišem i koje nudi prijateljsku, personaliziranu uslugu. Održivi razvoj turističkih destinacija zahtijeva kontroliran rast, integriranje dimenzija prirodnog, ekonomskog i sociokulturnog okruženja te dugoročno planiranje i strategije koje integriraju ključne interesne grupe u ekoturizmu; posjetitelje, turističke agencije i operatere, lokalno stanovništvo, hotele i ponuditelje usluga u destinaciji (Babić-Hodović i sur., 2016; 6).

U tom kontekstu Jajce ima značajne prilike da razvoj turizma uskladi principima

¹⁴ Federalno ministarstvo prostornog uređenja i okoliša, 2003. Akcijski plan za zaštitu okoliša BiH- NEAP

¹⁵ Community Assistance for Reconstruction, Development and Stabilization - CARDS

održivosti prije svega u kontekstu zaštite prirodne baštine i uključivanja iste u turističku ponudu. U prilog tome ide bogata turistička povijest ovog područja. U ovom području kulturni i sportsko rekreativni oblici turizma razvijaju se od sredine prošlog stoljeća, a svoj maksimum dostižu 1980-tih godina.

3.1. EKOTURIZAM

Ekoturizam kao dio održivog turizma, preciznije turizma vezanog za prirodu, bilježi izuzetno brz rast. Pojava ovog oblika turizma je u direktnoj vezi s masovnim turizmom čije manifestiranje u prostoru ima izrazito negativne posljedice na okruženje. Obzirom na opredjeljenje subjekata iz oblasti ekoturizma da je potrebno osigurati zaštitu okoline, lokalnih zajednica te lokalne kulture, pretpostavlja se da bi razvoj ekoturizma mogao doprinijeti uspostavljanju balansa između suprotstavljenih interesa tradicionalnog biznisa i prirodnog okruženja manifestiranog u obliku žive i nežive prirode.

Kada je riječ o ekoturizmu i preciznijem određenju ovog pojma i kategorije, očigledno je riječ o obliku (podkategoriji) održivog turizma koja zahtijeva pažljivo planiranje ponude na turističkoj destinaciji, jasno odvajanje zaštićenih oblasti, te definiranje mjera za zaštitu i upravljanje kapacitetima lokalne zajednice i regije. Ovo uključuje i prilično nepopularne mjere ograničavanja broja posjetitelja i turista na turističkoj destinaciji u određenom periodu. (Babić-Hodović i sur., 2016; 7). Upravo ovdje dolazi do izražaja ranije spomenuta potreba za integriranim i koordiniranim djelovanjem različitih subjekata ponude i ekoturizma.

Za ekoturizam često se koriste definicije Prvog svjetskog kongresa turizma i okoliša (2016): „kako je to putovanje koje promovira konzerviranje i zaštitu“. To podrazumijeva sve one koji su uključeni u ekoturizam (pružatelji usluga, turisti, domaćini), a koji teže minimiziranju negativnih utjecaja na okruženje i kulturu nastojeći da kreiraju jedinstvene, bliske, sadržaje i edukativne interakcije između posjetitelja te lokalnih, prirodnih i kulturnih

fenomena. Iz definicije možemo zaključiti da ekoturizam mora uključiti odgovornost prema lokalnoj zajednici i kulturnoj baštini uz odgovornosti prema prirodnom okolišu.

Na sličan način već TIES¹⁶ definira ekoturizam kao „odgovorno putovanje na prirodna odredišta koje doprinosi očuvanju i unaprjeđenju blagostanja lokalnog stanovništva“. Prema ovoj definiciji ekoturizam uključuje tri međusobno povezane dimenzije okruženja: aktivno učenje, održivost socio-kulturnog i održivost prirodnog okruženja (Weaver, 2001; 4).

Jedna od najvažnijih institucija za kreiranje proizvoda i promociju destinacije su Turističke zajednice, koje su se pokazale često puta nedorasle zadatku da na određenom području implementiraju turističku vrijednost u jedinstven i na tržištu konkurentan proizvod. Inače jedan od osnovnih ciljeva Turističkih zajednica je unaprjeđenje općih uvjeta boravka turista i to osobito podizanje kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okruženja i osiguranjem turističkog gostoprimstva na području za koje su osnovane¹⁷.

Drugi model razvoja turističkih destinacija u Bosni i Hercegovini je preko razvojnih agencija pri općinama, kojim se turizam svrstava među prioritetne grane industrije koje određena lokalna zajednica prepoznata kao prilika za razvoj gospodarstva. Sličan ovom modelu je i princip osnivanja Javnih ustanova s ciljem razvoja turizma i zaštite kulturne i prirodne baštine. Iako najskuplji, ovaj model razvoja destinacije se pokazao ispravnim u pogledu strateškog pristupa razvoju turizma. Prema tom modelu u Jajcu je 2007. godine osnovana JU „Agencija“ kojoj je jedan od osnovnih zadataka „izrada analiza, informacija i drugih stručnih materijala o stanju prirodne baštine za potrebe nadležnih organa, a radi provođenja postupaka zaštite, očuvanja, restauracije i rehabilitacije“.

¹⁶ The International Ecotourism Society

¹⁷ Zakon o turističkim zajednicama i promicanju turizma u Federaciji Bosne i Hercegovine
<http://www.fbihvlada.gov.ba/bosanski/zakoni/1996/zakoni/id%20o%20turistickim%20zajed.htm> (15.02.2017.)

4. PRIJETNJE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA TURIZMA U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA OPĆINE JAJCE

Jedan od najboljih načina zaštite i razvoja prirodne baštine jest njegovo kontrolirano korištenje u svrhe razvoja održivih i ekoloških oblika turizma. Na taj način mogu se osigurati potrebna sredstva za razvoj infrastrukture i razvitak prostora s ciljem trajne zaštite kako prirodne tako i eventualne kulturne baštine. Pored subjekata u turizmu, lokalno stanovništvo također ima značajnu ulogu u zaštiti i razvoju.

Prostornim planom općine Jajce za period 2007.-2027.¹⁸ te primijenjene procedure u planskom postupku na unaprjeđenju i objektiviziranoj razvojnoj valorizaciji postojećih i novih sadržaja gospodarskog i kulturno-povijesnog općinskog prostora, te njihove sanacije, unaprjeđenja, zaštite i gospodarenja, rezultirale su prijedlogom novih prostornih obuhvata (i njihove atribucije) – zaštićenih područja, koja su bazična (prostorna) podrška budućem konceptu turističke industrije općine Jajce, a i koja obuhvaćaju ukupno 20% općinskog prostora.

Tablica 1. Pregled zaštićenih područja u širem istraživanom području

Naziv zaštićenog područja	Općina	Kategorija zaštite
Prašuma Janj	Šipovo	Strogi prirodni rezervat
Kanjon Vrbasa	Jajce/ Banja Luka	Rezervati prirodnih predjela
Sedrena područja u Jajcu i okoliči	Jajce	Spomenik prirode
Plivska jezera	Jajce/ Jezero	Spomenik prirode
Vodopad na rijeci Plivi	Jajce	Spomenik prirode
Planina Ranča	Jajce/Dobretići	Zaštićeni krajolik

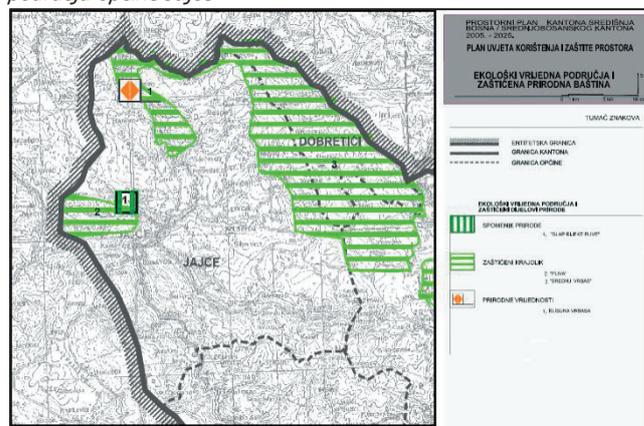
Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine

¹⁸ Općina Jajce, 2008. Prostorni plan općine Jajce od 2007. – do 2027. godine

Zaštićena područja prirodnog i kulturno-povijesnog nasljeđa na području Jajca¹⁹:

- A. Zona zaštićenog područja Velikog i Malog Plivskog jezera, rijeke Plive (od Malog jezera do ušća u rijeku Vrbas i Buffer zone). P=1.700,76 ha
«Novi prijedlog zaštićenog područja», kategorija III²⁰, IUON, kat. V, VI
- B. Prostor uz korito rijeke Vrbas od Skele do Podmilačja –
«Novi prijedlog zaštićenog područja», P=324,49 ha
- C. Kanjon rijeke Vrbasa (od Podmilačja do sjeverne granice Općine) i rijeke Ugra, te kanjon potoka Komotin (potez Okrete – ušće u rijeke Vrbas) – «, Novi prijedlog zaštićenog područja», kategorija III, IUON, kat. V, VI, P=2.112,47 ha
- D. Područje planinskog sistema Ranče, zaštićeni kanjon, kategorija III, IUON, kat. V, VI, P=11.475 ha, od toga u općinskom prostoru Jajce P=2.744,80 ha.

Slika 1. Ekološki vrijedna područja i zaštićena prirodna baština na području općine Jajce



Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine

Cilj prostornog uređenja²¹ u pogledu zaštite okoline treba biti: djelotvornija zaštita prirodne baštine ruralnih područja, ne samo određivanjem više zaštićenih područja, već

¹⁹ Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine

²⁰ Zakonu o zaštiti prirodne baštine FBiH, kategoriju III prepoznaje kao „Spomenik prirode i prirodnih obilježja“

²¹ Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine

također i usvajanjem pozitivnijeg i održivijeg razvojnog pristupa. To se posebno odnosi na potrebu za novim postupcima u poljoprivredi koji bi imali manje štetne učinke, te za većom kompatibilnošću s razvojem komplementarnih gospodarskih funkcija, kao što je primjerice ruralni turizam.

Trenutno na području Jajca ima 1466 registriranih OPG-ova koji nemaju zakonske ovlasti pružanja usluga hrane i pića na svojim imanjima, niti usluge prenoćišta²². Ovim je propustom onemogućen je razvoj ruralnog turizma.

Zaštićena prirodna baština prije svega „Plivska jezera“ i „Vodopad“ nalaze se pod najvećom prijetnjom od destrukcije. Neznatne promjene kao što su zagađenje vode, blizina prometnica, utjecaj HE Jajce 1, te veći broj posjetitelja mogu negativno utjecati na osjetljivu mikroklimu i destruktivnost ova dva područja te trajno narušiti proces formiranja sedre, prirodnu vegetaciju te nestanak određenih životinjskih vrsta.

4.1. JU „AGENCIJA ZA KULTURNO POVIJESNU BAŠTINU I RAZVOJ TURISTIČKIH POTENCIJALA GRADA JAJCA“

JU „Agencija“ predstavlja glavnu destinacijsku menadžment organizaciju²³, osnovanu 2007. godine, sa ciljem zaštite prirodnog i kulturnog nasljeđa te razvoj turizma u Jajcu. U Agenciji su trenutno zaposlena samo 4 djelatnika/ce uz mjesto ravnatelja Javne ustanove, i to: djelatnik/ca na pravnim poslovima, djelatnik/ca na stručnim poslovima razvoja turizma, djelatnik/ca na administrativnim poslovima, te djelatnik/ca na održavanju objekata. Pored toga, Agencija tijekom sezone upošljava više od 30 sezonskih radnika na poslovima promocije i marketinga, prodaje ulaznica i održavanju spomenika. Ustanova očigledno ne raspolaže s dovoljno stalno zaposlenih kao niti dovoljno sredstava da

pokrije sva polja zaštite kulturnog i prirodnog nasljeđa te razvoja turizma u destinaciji. Njeno poslovanje uglavnom se financira iz sredstava Općinskog proračuna za plate djelatnicima, dok sve ostale aktivnosti pokrivaju prihodi od ulaznica.

Preporuke u cilju implementacije modela održivog razvoja turizma vezane su uz proces planiranja, provedbe zadataka iz strateških dokumenata kao i kontrolu procesa. Jajce treba plan kojim će se definirati kako upravljati razvojem turizma i s njim povezanih aktivnosti. Takav plan će trebati detaljno precizirati upravljačke aktivnosti, proračun, financije i zoniranje unutar destinacije a posebno unutar zaštićenih područja. Turistički plan ili Strategija razvoja turizma zahtijeva integriranje s ostalim planovima zaštićenih područja, kao što su plan upravljanja biljnim i životinjskim svijetom, plan upravljanja rizicima, plan upravljanja posjetiteljima i sl. Optimalno bi bilo kada bi plan razvoja turizma obuhvatio sve ove elemente s turističkom infrastrukturom i njenim razmještajem. Jednom kada su plan ili politika definirani slijedi njihova primjena i kontrola izvršenja, što je jedan od ključnih izazova svake destinacije pa i Jajca. Gotovo cjelokupni razvoj je dominantno definiran ekonomskim čimbenicima pnude, poput maksimiziranja profita, prema interesima ulagača, dok se rijetko kada uzimaju u obzir čimbenici održivog razvoja i zaštite.

Slika 2. Kulturni krajolik – Plivska jezera sa kompleksom vodenica na rijeci Plivi



I zona zaštite Zaštitni pojas

Izvor: Komisija za očuvanje nacionalnih spomenika

²² Općina Jajce, služba gospodarstva/privrede, 2017. Pravilnik o upisu u Registar obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava

²³ Općina Jajce, 2016., Strateški okvir za upravljanje turističkom destinacijom općine Jajce

Obzirom na činjenicu da objekte zaštićene prirodne baštine (Plivska jezera i Vodopad na rijeci Plivi) tijekom sezone posjeti više od 200 000 posjetitelja i turista, prirodna

baština je direktno uključena u turističku ponudu destinacije, čak u pojedinim slučajevima čini i okosnicu turizma.²⁴ Postojeće stanje treba iskoristiti za budući razvoj, s velikim oprezom da negativne posljedice turizma budu minimalne.

Mjere koje će doprinijeti razvoju prirodne baštine i ekoturizma su:

- organizirano i ubrzano raditi na formiranju parkova prirode, botaničkih vrtova i arboretuma, te funkcionalnih oblika zaštite prepoznatih prirodnih lokaliteta od izuzetne vrijednosti,²⁵
- prostor Planine Ranča između Jajca i Dobretića (900-950 m/nm) može ponuditi mogućnosti organiziranja lječilišnog, banjskog, izletničkog, ruralnog turizma i ekoturizma na bazi plasmana vlastite zdrave hrane,²⁶
- zakonsko omogućavanje obiteljskim poljoprivrednim gazdinstvima pružanje usluga smještaja i hrane i pića
- brendiranje i uključivanje ekoloških i tradicionalnih proizvoda u turističku ponudu,
- planskom dokumentacijom omogućiti infrastrukturni razvoj u zaštićenim područjima.

4. ZAKLJUČAK

Zaštita prirodne i kulturne baštine je izuzetno skup proces, posebno za siromašne zemlje. Očuvanje i unaprjeđenje prirodne baštine pored deklarativne zaštite može se ostvariti putem razvoja održivih oblika turizma. Iako je taj trend u razvijenim turističkim destinacijama praksa, na području Općine Jajce i Bosne i Hercegovine predstavlja tek jedan od potencijala budućeg razvoja. Međutim, razvoj turizma prate i negativne posljedice koje mogu utjecati na zaštitu prirodne baštine čiju

²⁴ JU „Agencija za kulturno povijesnu i prirodnu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca“, 2017. Godišnji izvještaj rada

²⁵ Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine

²⁶ Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine

okosnicu čine rijeke Pliva i Vrbas, posebno Plivska jezera i Vodopad rijeke Plive koji već trpe negativne posljedice kao što su građevinski zahvati bez konzultiranja drugih struka, neizgrađena mreža otpadnih voda, blizina Magistralnog puta, HE Jajce 1 i sl.

S druge strane, postoje novi izazovi budućeg razvoja lokalne zajednice na zaštićenim područjima kao što je buferna zona Plivskih jezera. Stoga je od velike važnosti da se prate principi održivosti koji će garantirati očuvanost prirodne baštine uz razvoj turističke industrije, te uključiti lokalnu zajednicu povećanjem zaposlenosti i razvojem komplementarnih grana gospodarstva kao što je poljoprivreda.

Značajnu ulogu u zaštiti prirodne baštine i razvoju eko turizma na području Jajca ima „Agencija“ koja može inicirati zaštitu novih prirodnih područja kako bi se dostigao plan od 20 % zaštićene prirodne baštine na području Općine, te može dati smjernice održivog razvoja u zaštićenim područjima, i vršiti monitoring. Pored javnog sektora značajna je uloga turističkog privatnog sektora da prepoznaju svoj interes te ulažu u razvoj smještajnih kapaciteta i obogaćuju turističku ponudu tradicionalnim proizvodima prije svega kroz mala i srednja poduzeća.

5. LITERATURA

1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., Hendija, Z., Bilen, M., Mikulić, J., Tomašević, A., Čižmar, S. 2011. Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
2. Babić-Hodović, V., Arslanagić-Kalajdžić, M., Sivac, A., Banda, A. 2016. Svijest o održivom i ekoturizmu među studentima i ponuđačima turističkih usluga, Acta geographica et Bosniae et Herzegovinae. Vol 3, br.5; 31-48.
3. Crook, C. (2005). The good company. The Economist, 22 January, 3-4.
4. Weaver, D.B. (2001). Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? Cornell Hotel Restaurant Administrative Quarterly, Vol. 42, Br. 2, 104-113.
5. Webb, J.D. and Mohr, L.A. (1998). A Typology of Customers' Responses to Cause Related Marketing: From Skeptics to Socially Concerned, Journal of Public Policy and Marketing, 17 (2), 226-239.

6. Federalno ministarstvo prostornog uređenja i okoliša, 2003. Akcijski plan za zaštitu okoliša BiH-NEAP
7. JU „Agencija za kulturno povijesnu i prirodnu baštinu i razvoj turističkih potencijala grada Jajca“, 2017. Godišnji izvještaj rada
8. Općina Jajce, služba gospodarstva/privrede, 2017. Pravilnik o upisu u Registar obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava
9. Općina Jajce, 2016., Strateški okvir za upravljanje turističkom destinacijom općine Jajce
10. Općina Jajce, 2008. Prostorni plan općine Jajce od 2007. – do 2027. godine
11. Urbanistički zavod Bosne i Hercegovine, 1971. godine, Plivska jezera- Novelirani program za generalni urbanistički plan
12. Ministarstvo prostornog uređenja, obnove i povratka, 2005. Prostorni plan Kantona središnja Bosna od 2005. do 2025. godine
13. Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog planiranja Republike Srbije i WWF-Mediterranski program, 2009., Rapid assessment and prioritization of protected area management (RAPPAM)
14. Federalno ministarstvo okoliša i turizma, 2008. Strategija zaštite okoliša Federacije Bosne i Hercegovine od 2008. do 2018. godine URL: <http://www.hidrometeo.ba/regulations/bih/federalna-strategija-zastite-okolisa.pdf> (15.02.2017.)
15. Ministarstvo za okolje in prostor Republike Slovenije, 2008., Zavarovana območja v Sloveniji, URL: http://www.arhiv.mop.gov.si/fileadmin/mop.gov.si/pageuploads/publikacije/drugo/zavarovana_obmocja.pdf (12.02.2017.)
16. Udruženje za zaštitu okoline „Zeleni Neretva“Konjic,2012. godine, Zaštita prirode-Međunarodni standardi i stanje u Bosni i Hercegovini URL: https://ba.boell.org/sites/default/files/zastita_priode_web.pdf (17.02.2017.)
17. Državni zavod za zaštitu prirode <http://www.dzsp.hr/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj-nacionalne-kategorije-1137.html> (17.02.2017.)

POTENCIJALI RAZVOJA EKOTURIZMA NA HRVATSKIM RIJEKAMA

POTENTIALS OF ECOTOURISM DEVELOPMENT ON CROATIAN RIVERS

BARBARA GOLUB, bacc.oec.
Visoka škola Virovitica

BOŽIDAR JAKOVIĆ, mag.oec.
Visoka škola Virovitica
Odjel za turizam

dr.sc. DEJAN TUBIĆ
Visoka škola Virovitica
Odjel za turizam

SAŽETAK – Porastom potražnje za rekreacijom u prirodi, jača i potražnja za ponudom ekoturizma, posebice kod stanovnika velikih i zagađenih gradova. Iako je Republika Hrvatska jedna od najbolje rangiranih zemalja u Europi što se tiče prirodnih resursa i očuvanosti prirode, ekoturizam je slabo razvijen. Postoji nekoliko razloga za to, a jedan od najvažnijih je pretjerana orijentacija na masovni turizam. U današnje vrijeme, želje i potrebe turista razlikuju se u odnosu na vrijeme kada je započeo razvoj hrvatskog turizma. Sukladno tome, potrebno je institucionalno podupirati diversifikaciju turizma konkretnim mjerama, kako bi se turistički valorizirali iznimni resursno-atrakcijski potencijali. Dodatni problem predstavlja i nedostatak kvalitetnih kadrova educiranih za pojedine oblike turizma, jednako kao i za ekoturizam. Osim u zaštićenim područjima, potencijal za razvoj ekoturizma u Hrvatskoj imaju i rijeke. Sa svojim pritokama, obalama, florom i faunom predstavljaju izuzetno zanimljive turističke destinacije. Prvi oblici organiziranih turističkih djelatnosti pojavljuju se tek nedavno, a i danas uključuju samo aktivnosti kao što su rafting, kajaking i kanuing te se najviše vežu uz gorske i jadranske rijeke. Ribolov je također jedna od aktivnosti na rijekama više vezana uz nizinske rijeke, izuzev rijeke Gacke. No, osim na rijekama, oblici turizma temeljenog na prirodi mogu se odvijati i uz rijeke, poput biciklizma, jahanja, planinarenja i raznih drugih oblika rekreacije. Temeljna svrha rada je iznijeti mogućnosti daljnjeg razvoja konkurentnog ekoturizma na hrvatskim rijekama te uvidjeti prepreke zbog kojih takav razvoj stagnira. Bitno je i istražiti odnos turizma i okoliša te navesti negativne učinke tog odnosa. Teorijski dio potkrijepljen je primjerom iz prakse koji obuhvaća rijeku Mrežnicu i ekoturističko gospodarstvo uz navedenu rijeku. Glavni cilj rada je predložiti smjernice učinkovitije valorizacije rijeka i prostora uz rijeke kroz ekoturističku ponudu.

Gljučne riječi: ekoturizam, hrvatske rijeke, ekoturistička ponuda, ekoturističke aktivnosti na rijekama, rijeka Mrežnica

SUMMARY - The increase in demand for outdoor recreation, strengthens the demand for eco-tourism offer, especially for residents of large and polluted cities. Although Croatia is one of the best-ranked countries in Europe in terms of natural resources and nature conservation, ecotourism is poorly developed. There are several reasons for this, but one of the most important is exaggerated orientation on mass tourism. Today, the wishes and needs of tourists differ opposed to the time when the development of Croatian tourism started. Accordingly, it is necessary to institutionally support diversification of tourism with concrete measures, in order to valorise exceptional resource-attractive potentials. Another problem is the lack of quality staff trained for specific forms of tourism, as well as for ecotourism. Besides protected areas, the potential for the development of eco-tourism in Croatia have rivers as well. With their creeks, banks, flora and fauna are extremely interesting tourist destinations. The first forms of organized tourist activities occur only recently, and now include activities such as rafting, kayaking and canoeing, and are mainly associated with the mountain and the Adriatic rivers. Fishing is also one of the activities on the river, which is more related to lowland rivers, with the exception of the river Gacka. Well, except on rivers, forms of nature-based tourism can take place and along rivers, such as cycling, horse riding, hiking and various other forms of recreation. The basic purpose of this paper is to present the possibilities for further development of a competitive ecotourism on Croatian rivers and recognize the obstacles that make this development stagnate. It is important to explore the relationship of tourism and the environment and indicate the negative effects in this relationship. The theoretical part is supported by practical example that includes the Mrežnica river and ecotourism economy on the stated river. The main objective of this paper is to propose guidelines for more effective valorisation of rivers and the area around the river through ecotourism supply.

Keywords: ecotourism, Croatian rivers, ecotourism supply, ecotourism activities on rivers, river Mrežnica

1. UVOD

Hrvatske rijeke obiluju raznolikim, ali i očuvanim prirodnim resursima koji još uvijek nisu dovoljno prepoznati. Sukladno tome, one su idealne destinacije za razvoj održivog i ekoturizma. Poznato je da je ekoturizam odgovorno putovanje u prirodna područja gdje se čuva okoliš te u kojem je naglasak stavljen na boravak turista u prirodnom i nezagađenom okruženju. Osim toga, važno je naglasiti i njegove edukacijske i interpretacijske komponente, da se organizira za male skupine turista te svodi na minimum negativne učinke na prirodu. Važna je i komunikacija sa lokalnim stanovništvom koja posjetitelje približava samoj destinaciji i, ukoliko je kvalitetna, boravak čini ugodnijim. Temeljna svrha rada je iznijeti mogućnosti daljnjeg razvoja konkurentnog ekoturizma na hrvatskim rijekama te uvidjeti prepreke zbog kojih takav razvoj stagnira. Bitno je i istražiti odnos turizma i okoliša te navesti negativne učinke kod tog odnosa. Teorijski dio potkrijepljen je primjerom iz prakse koji obuhvaća rijeku Mrežnicu i ekoturističko gospodarstvo uz navedenu rijeku. Glavni cilj rada je predložiti smjernice učinkovitije valorizacije rijeka i prostora uz rijeke kroz ekoturističku ponudu.

2. EKOTURIZAM

Važnost ekoturizma se očitava u njegovoj ulozi katalizatora promjena u turizmu. Iako se oko samog pojma ekoturizma još vode rasprave i svaka ga kultura drugačije tumači, glavni smisao ekoturizma je boravak turista u prirodnom i nezagađenom okolišu, prvenstveno u područjima s određenim stupnjem zaštite (npr. nacionalni parkovi). Stoga, kao primarne motivirajuće faktore moguće je navesti boravak u prirodi, zaštitu okoliša te odvijanje aktivnosti koje ne zagađuju prirodu. Sam razvoj ovog oblika turizma nastoji biti malog razmjera i što više uključiti sudjelovanje lokalnog stanovništva te je fokusiran na izbjegavanje turistima "prepunih" područja. Upravo ova karakteristika ekoturizam razlikuje od masovnog turizma. Upravljan je po načelima održivosti kojima se

ističe mogućnost zadovoljavanja potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja resursa za buduće generacije. Posebnu dimenziju mu daje način korištenja prirodnih i kulturnih resursa u službi stvaranja posebnih doživljaja za turiste. Osim toga, ekoturizam pruža mogućnost obrazovanja o okolišu i lokalnoj kulturi kod kojeg je važno zadovoljenje potrebe za povećanjem znanja o atrakcijama uz aktivnu rekreaciju na terenu te povećanje razine svijesti o potrebi očuvanja okoliša. Kako bi obrazovna dimenzija ekoturizma bila kvalitetna, potrebna je dobro osmišljena interpretacija okoliša.

3. EKOTURIZAM U HRVATSKOJ

Iako se još tada nije koristio pojam ekoturizam, njegov razvoj je vezan uz osnivanje prvih nacionalnih parkova prije više od 130 godina. Upravo su nacionalni parkovi odigrali glavnu ulogu u postizanju glavnih ciljeva ekoturizma, a to su ekološka edukacija posjetitelja i lokalnog stanovništva te zaštita prirodnih područja uz postizanje ekonomske koristi. Hrvatska se rano uključila u svjetske trendove u zaštiti okoliša. O zaštiti prirode se počelo razmišljati još početkom 19. stoljeća kad su počeli izlaziti stručni časopisi kao što su "Priroda" i "Hrvatski planinar". Dolazi i do prvih zakona kojima se nastoje zaštititi pojedini prirodni fenomeni npr. Zakon o zaštiti ptica iz 1893. godine i Zakon o zaštiti špilja iz 1900. godine. Hrvatsko prirodoslovno društvo osniva se 1885. godine, a 1893. godine Društvo za uređenje i poljepšavanje Plitvičkih jezera i okolice.

U suvremenom smislu zaštita prirode u Hrvatskoj se počela razvijati tek 1945. godine donošenjem Zakona o zaštiti spomenika kulture i prirodnih rijetkosti. Osnovani su i prvi nacionalni parkovi u modernom smislu, Plitvička jezera i Paklenica 1949. godine. Prvi Zakon o zaštiti prirode stupio je na snagu 1960. godine, a trenutno se primjenjuju odredbe Zakona o zaštiti prirode iz 2003. godine koji određuje devet kategorija prostorne zaštite: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni

park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park – šuma i spomenik parkovne arhitekture.

Ekoturizam u Hrvatskoj je slabo razvijen, iako mu je razvojna perspektiva (prirodni resursi) razmjerno dobra. Orijentacija na primorski turizam je pretjerana pa iz tog razloga nema stvarnih ekonomskih poticaja za razvoj ekoturizma. Također, nedostaje kvalitetnih kadrova educiranih za tu vrstu turizma. Zaštita okoliša provodi se više deklarativno nego stvarno, posebno izvan zaštićenih područja, što usprkos privlačnosti krajolika ne može zadovoljiti ekoturiste kao izrazito zahtjevne turiste glede očuvanja prirode. Ipak, postoji nekoliko primjera dobre prakse kao što su Zeleni hoteli: (Hotel Split, Hotel Sveti Križ u Trogiru, Punta Skala Resort...), zatim prva hrvatska ekoturistička agencija Zlatna Greda d.o.o. koja se bavi razvojem ekoturizma u Kopačkom ritu uz očuvanje prirode i tradicije srednjeg Podunavlja, Istraturist Umag itd.

Hrvatska je relativno nova destinacija za ekoturiste. Bogatstvo flore, faune, kulture i tradicije predstavljaju kvalitetnu podlogu za daljnji razvoj ekoturizma. Takav razvoj potaknuo bi i razvoj ekoproizvodnje, doveo bi do stvaranja dodatnih prihoda te produljivanja sezone koja je trenutno ograničena samo na ljeto. Brojni su resursi koji su pogodni za razvoj ekoturizma, a jedan od njih su svakako hrvatske rijeke.

4. EKOTURIZAM NA HRVATSKIM RIJEKAMA

Hrvatske rijeke predstavljaju posebno zanimljive turističke destinacije. Ipak, prvi oblici organizirane turističke djelatnosti, izuzev u zaštićenim područjima Kopačkog rita, Lonjskog polja, Plitvica i rijeke Krke, pojavljuju se tek odnedavno. Prve kanu – ture organizirale su se još osamdesetih godina na rijekama Mrežnici, Kupi i Korani, ali tek ulaskom rafting čamca na naše vode počinje masovniji razvoj riječnog turizma. Danas se aktivnosti pustolovnog (adrenalinskog) turizma odvijaju na gotovo svim rijekama. Kajaking i kanuing su popularni na Mrežnici, Kupi, Zrmanji, Odri i Gacki, a rafting na Dobri, Uni, Cetini, Krki te već spomenutim rijekama Mrežnici, Kupi, Zrmanji. Iako je pretežno vezan uz rijeke bržeg toka, rafting se u Hrvatskoj odvija i na nizinskim rijekama poput Drave, Save i Dunava. Zbog čistoće vode, hrvatske

rijeke su pogodne i za kupališne aktivnosti, a ribolov je vezan uz nizinske rijeke Dravu, Savu, Dunav i Muru te uz rijeku Gacku koja ima bogatu ribolovnu tradiciju. Ostale aktivnosti uz hrvatske rijeke su biciklizam (biciklističke staze uz Dravu, Muru, Savu, Gacku, Mrežnicu, Dobru itd.), kampiranje (Mrežnica – Kamp Slapić, Robinzonski kamp Leskar), planinarenje (Krupa, Una, Zrmanja), pješačenje, jahanje, rekreacija te promatranje životinja (promatranje ptica – Zrmanja, Neretva, Sava, Drava).

Najiskorištenija jadranska, ali i hrvatska rijeka, u turističkom smislu, je rijeka Krka. Nacionalni park Krka proglašen je 1985. godine, a temeljni fenomen koji je doveo do proglašenja zaštite ove kategorije je dio toka rijeke s kanjonom i slapištima na sedrenim barijerama, uz niz drugih geomorfoloških, hidroloških i pejzažnih vrijednosti. U samu ideju nacionalnog parka uključeni su i turizam i rekreacija, ali do stupnja kojim neće ugroziti njegov ekološki sustav i izvorne kvalitete. Razlozi zbog kojih turisti u sve većem broju posjećuju Nacionalni park Krka počivaju u širokom rasponu privlačnih faktora vezanih uz sam temeljni fenomen Parka i ostale karakteristike prirodne osnove te uz kulturno – povijesne spomenike u arealu Parka i okruženja.

5. MOGUĆNOSTI ZA DALJNJI RAZVOJ EKOTURIZMA NA HRVATSKIM RIJEKAMA

Kako bi se utvrdile mogućnosti za daljnji razvoj ekoturizma na hrvatskim rijekama, potrebno je analizirati sadašnje stanje. SWOT analizom koja je prikazana u *Tablici 1.*, navedene su snage, slabosti, prilike i prijetnje rijeka kao turističkih destinacija, prvenstveno u smislu potencijala za razvoj ekoturizma i ostalih oblika turizma temeljenog na prirodi.

TABLICA 1. SWOT ANALIZA TURIZMA HRVATSKIH RIJEKA

SNAGE
- Očuvanost i prirodni potencijali prostora
- Kulturno – povijesna baština i tradicija lokalnog stanovništva
- Povoljan geografski položaj i blizina emitivnih tržišta

<ul style="list-style-type: none"> - Postojanje specijaliziranih agencija za organizaciju pustolovnih aktivnosti na i uz rijeke - Mogućnosti za daljnji rast i razvoj ponude - Sustav biciklističkih staza uz rijeke
SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljna valorizacija turističkih potencijala rijeka - Nedovoljna atraktivnost rijeka za pustolovne oblike turizma - Neuređena zakonska regulativa - Slaba ponuda smještajnih i ugostiteljskih objekata te dodatnih sadržaja - Nedovoljna promocija - Nepostojanost konkretne strategije razvoja ekoturizma - Manjak svijesti o mogućnostima razvoja ekoturizma uz rijeke - Nepostojanje prepoznatljivog imidža
PRILIKE
<ul style="list-style-type: none"> - Rast potražnje za oblicima turizma temeljenog na prirodi - Animiranje lokalnog stanovništva da se aktivno uključi u turističku djelatnost - Mogućnost prekogranične suradnje
PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljno razvijena svijest o zaštiti okoliša - Izostanak ulaganja u turistički sektor - Prirodne nepogode - Međunarodni odnosi (pogranične rijeke)

Izvor: Prilagođeno prema Bosnić, I. (2014): Riječni turizam (autorizirana predavanja)

Nedostatak svih riječnih područja u Hrvatskoj jest nedostatak popratnih objekata, posebice smještajnih jedinica. Oni objekti koji i nude smještaj turistima imaju slab marketing te siromašnu ponudu. Također, većina postojećih smještajnih objekata ne nudi turistima mogućnost informiranja o aktivnostima ili atrakcijama koje se mogu posjetiti uz rijeke. Ekoturisti nisu previše zahtjevi što se tiče smještaja. Oni traže autentičan i rustikalan smještaj, stoga najčešće borave u kućama u prirodnom

okruženju, šumskim kolibama, planinarskim domovima, obiteljskim pansionima, seljačkim domaćinstvima, kampovima te objektima robinzonskog turizma. Potražnja raste i za zelenim hotelima. Što se tiče gastronomije, traže lokalnu domaću hranu. Smještajnu i ugostiteljsku ponudu potrebno je prilagoditi i cikloturistima te osigurati objekte za pričuvu biciklističke opreme. U sve navedeno potrebno je dakako uključiti lokalno stanovništvo. Nužno je pripaziti i na odnos turizma i okoliša, odnosno na negativne utjecaje kod uređenja smještajnih objekata kao što su uklanjanje većeg ili manjeg dijela vegetacije, niveliranje i mijenjanje prirodnog izgleda zemljišta, odlaganje korova u okoliš, zagađenje vode i zraka, vizualna devastacija prostora te uznemiravanje životinja. Kako bi se takvi utjecali umanjili potrebno je održivo upravljati receptivnim objektima i pažljivo planirati u prostoru, ograničiti aktivnosti koje imaju negativan učinak na okoliš te educirati turiste, turističke djelatnike i lokalne zajednice o potrebi zaštite okoliša.

Nužno je povećati ponudu broja itinerera, osobito onih tematskih s obzirom da takvi imaju najveći rast potražnje. Potrebno je unaprijediti postojeću ponudu te dostupnost i uređenost turističkih atrakcija. Važne su i marketinška interpretacija i signalizacija o čemu ovisi zainteresiranost turista o destinaciji. To je moguće urediti raznim interpretacijskim pločama, edukativnim programima, kartama i planovima.

Rijeke su u prošlosti određivale život ljudi. Mnoge djelatnosti i aktivnosti su bile vezane uz njih. Hrvatske rijeke nude veliki broj takvih tradicionalnih aktivnosti koje bi značajno mogle obogatiti turističku ponudu te privući veliki broj turista kojima je, osim boravka u prirodi, tradicija motivirajući faktor. Također, većina ekoturista na svojim putovanjima želi upoznati domicilno stanovništvo te njihovu kulturu. Takve kulturne aktivnosti i djelatnosti mogu poslužiti i kao temelj za razvoj turističkih manifestacija (npr. ispiranje zlata na rijeci Dravi).

Jedna od važnih stvari u promidžbi je i sam imidž destinacije. Svaka rijeka se razlikuje i svaka od njih bi se mogla na tržištu predstaviti kao posebna specijalizirana destinacija za određene aktivnosti s ponudom prilagođenom pojedincu. Mnoge od njih svoj brand i imidž mogu zasnovati na raznim

nadimcima ili događajima koji su se odvijali uz njih (npr. Drava – "Hrvatska Amazona", kanjon Zrmanje – poznat po kaubojskom klasiku "Winnetou").

6. RIJEKA MREŽNICA

Rijeka Mrežnica poznata je kao jedna od četiri karlovačke rijeke. Duga je 64 km i ima čak 93 sedrena slapa koji su u nejednakom rasteru duž toka ispresijecali rijeku stvorivši među sobom ujezerene dijelove toka. Spada u iznimnu turističku atrakciju i kao takva može, kroz turizam, lokalnom stanovništvu i široj društvenoj zajednici pružiti prosperitet. Na području rijeke društveni uvjeti razvoja ekoturizma nisu povoljni jer još uvijek nema stvarnih ekonomskih poticaja, a vrlo često ni osnovne komunalne infrastrukture koja je uvjet razvoja turizma. Također, nedostaje i kvalitetnih te educiranih kadrova, a zbog nepostojanja tradicije turizma na ovom području, lokalno stanovništvo je nezainteresirano za turizam.

Tablica 2. prikazuje oblike turizma koji su razvijeni ili postoje mogućnosti za njihov razvoj na rijeci Mrežnici ili u njenoj neposrednoj blizini.

TABLICA 2. OBLICI TURIZMA NA RIJECI MREŽNICI

OBLICI TEMELJENOG PRIRODI	TURIZMA NA	OPIS
Sportsko – turizam	rekreativni	Ljetni sportsko – rekreacijski turizam
Riječni turizam		Kanuing, rafting
Kupališni turizam		Kupališta – Mrežnički Brig i Zvečaj
Ribolovni turizam		Ribolov: SRD Slunj, SRD Ogulin, KSR Duga Resa
Biciklizam		Biciklističke rute sa popratnim smještajnim jedinicama
Lovni turizam		Lovišta Eugen Kvaternik, Perjasička kosa, Zvečaj – ne predstavlja veliki potencijal

Izvor: Prilagođeno prema Veble i sur. (2012.): Rijeka Mrežnica – destinacija odgovornog turizma, Zbornik veleučilišta u Karlovcu, 86.-87.str.

Snage, slabosti, prilike i prijetnje prikazuju sadašnje stanje rijeke Mrežnice kao turističke destinacije. Ona ima povoljan geoprometni položaj, odnosno nalazi se u blizini emitivnih tržišta što je svakako prednost kod razvoja ekoturizma. Također, bogata je

očuvanim prirodnim resursima, a temelj daljnjeg razvoja predstavljaju već postojeći kapaciteti. Važno je spomenuti i nisku razinu kriminala te autentičnu graditeljsku baštinu kao snage turističkog razvoja. Kako bi se iskoristio navedeni potencijal, potrebno je ulagati u razvoj selektivnih oblika turizma, jačati svijest društvene zajednice o potrebi ulaganja u turizam te zaštititi porječja rijeke. Ono što nedostaje jesu izgrađen identitet destinacije, profesionalni menadžment u turizmu te financijska sredstva, a zabrinjavajući je i odljev kadrova, odnosno mladih i visokoobrazovanih ljudi. Prijetnju predstavlja konkurencija, ekološki incidenti, stagnacija daljnjeg razvoja turističke ponude te nezainteresiranost lokalnog stanovništva.

6.1. PRIMJER IZ PRAKSE – EKOTURIZAM MREŽNICA

Uz rijeku Mrežnicu nalazi se nekoliko ekoturističkih gospodarstava, a jedno od takvih je i "Ekoturizam Mrežnica". Nalazi se na obronku iznad ušća rijeke Tounjčice u Mrežnicu. Smještajna ponuda im se sastoji od četiri drvene kuće koje su okružene brezama i hrastovom šumom. U svakoj kući se može ugostiti od 6 do 10 osoba. Gostima pružaju na raspolaganje veliku zajedničku terasu, bazen i ostale sportske sadržaje (teren za mali nogomet, teren za odbojku i badminton, prostor za boćanje te prostor za stolni tenis).

Kuće su izgrađene od drveta te se savršeno uklapaju u prirodno okruženje. Sastoje se od prizemlja i kata. U prizemlju se nalaze dnevni boravak, blagovaonica, potpuno opremljena kuhinja i kupaonica. Na katu su tri spavaće sobe sa bračnim i dodatnim krevetima te kupaonica. Pokraj kuća nalaze se otvoreni roštilj i pečenjara. Aktivnosti koje nude su kanuing i rafting, kupanje na rijeci, ribolov, biciklizam, zimski sportovi (sanjkanje i skijaško trčanje) te planinarenje i šetnje uz kanjon rijeke ili sjeverno šumama Perjasice. Također, iznajmljuju brdske bicikle, kajake i drveni riječni čamac.

7. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Ekoturizam je oblik turizma za kojim potražnja sve više raste. Iako su održani znanstveni i stručni skupovi potaknuli daljnji

razvoj ekoturizma, velikom broju turističkih djelatnika još uvijek nije u potpunosti jasno što je zapravo ekoturizam. Uzrok tome su velike razlike u vrstama turističkih proizvoda koji se nude pod nazivom ekoturizma, kulturno – civilizacijskim razlikama u svijetu te značajkama krajolika u kojima se odvija ekoturizam i njemu srodne vrste turizma.

Hrvatska ima veliki potencijal za razvoj ekoturizma i ostalih oblika turizma temeljenih na prirodi i atrakcijama na rijekama, no nažalost taj potencijal nije u potpunosti iskorišten. Takvi oblici turizma još uvijek nisu prepoznati od strane nadležnih institucija, ali i lokalnog stanovništva od kojih bi razvoj ekoturizma trebao i krenuti.

U turističku ponudu, osim postojećih aktivnosti poput raftinga, kanuinga i kajakinga, bi trebalo uvesti i druge aktivnosti temeljene na tradiciji. Razne tematske manifestacije bi također upotpunile ponudu. Nedostaje i smještajnih i ugostiteljskih objekata, ali i stručnih kadrova. Nužno je brendirati rijeke kao turističke destinacije kako bi bile prepoznate na tržištu.

8. POPIS LITERATURE

1. Čorak, S., Mikačić, V. 2006. Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam
2. Vukonić, B., Čavlek, N. 2001. Rječnik turizma. Zagreb: Masmedia
3. Weber, S., Mikačić, V. 2007. Osnove turizma. Zagreb: Školska knjiga
4. Ćurić, K. 2010. Promišljanje razvoja ekoturizma i ekološke poljoprivrede, Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol.1 No.1, str. 98.-100.
5. Veble, K., Varičak, I., Stipčić, K. 2012. Rijeka Mrežnica – destinacija odgovornog turizma, Zbornik Veleučilišta u Karlovcu, Vol.2 No.1, str. 83.-92.
6. Rijeke Hrvatske. Turizam i rekreacija. URL: www.crorivers.com/rijeka-i-covjek_turizam-i-rekreacija.php (9.11.2016.)
7. Huck Finn Croatia. Rafting. URL: www.huckfinncroatia.com/HR/rafting.php (9.11.2016.)
8. Petra Randeljak, 2009. Geografija.hr. NP Krka – turizam i održivi razvoj. URL: www.geografija.hr/hrvatska/np-krka-turizam-i-odrzivi-razvoj-1-dio/ (9.11.2016.)
9. Adventure Holiday. Zadar area – Croatia. URL: www.f-zrmanja.com/ (9.11.2016.)
10. Putovnica.net. Rijeka Cetina. URL: www.putovnica.net/odredista/hrvatska/rijeka-cetina (9.11.2016.)
11. Udruga za sport, rekreaciju i turizam "Kupa" – Brod na Kupu. URL: www.udruga-kupa.hr/ (9.11.2016.)
12. Turistička zajednica grada Ogulina. Dobra. URL: www.tz-grada-ogulina.hr/zavicaj-bajke/bajkovita-priroda/dobra/ (9.11.2016.)
13. Agencija Orhideja. Rijeka Korana – neiskvareni biser prirode. URL: www.plitvice-info.hr/pages/rijeka-korana.html (9.11.2016.)
14. Una – Spring of life. Što raditi? URL: www.unaspringoflife.com/hr/una/sto-raditi/6 (9.11.2016.)
15. Rijeke Hrvatske. Mrežnica. URL: www.crorivers.com/popis-rijeka_mreznica-opcenito.php (9.11.2016.)
16. Bakan, R., Jaković, B. (2015): Ekoturizam, autorizirana predavanja i primjeri vježbi. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici.
17. Bosnić, I. (2014): Riječni turizam (autorizirana predavanja

TURISTIČKA PONUDA SOLANE NIN, PRIMJER EKO TURIZMA I ODRŽIVOG RAZVOJA

TOURIST OFFER OF THE SALT PAN "SOLANA NIN", EXAMPLE OF THE ECO TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Dr. sc. Marija Dejanović
Turistička zajednica Grada Nina
Tatjana Gulan, mag. oec.
Iva Skočić, mag. oec.

Sažetak

Rad prezentira rezultate istraživanja povezane s uključivanjem ponude Solane Nin na turističko tržište te oblikovanje i razvoj eko turističkog proizvoda. Ciljevi rada su: osvijetliti razvoj nove turističke ponude temeljene na tradicijskoj proizvodnji soli te istražiti kvalitativnu i kvantitativnu razinu promidžbe koju provode menadžment Solane Nin i lokalna turistička zajednica. Rad je nastao interdisciplinarnim istraživanjem, promatranja, povijesnih i statističkih metoda, kvalitativne analize sadržaja medijskih članaka i interneta te intervjuja s menadžmentom solane, a donosi rezultate o turističkoj ponudi solane i budućnosti iste. Potvrđeno je da je ponuda Solane Nin tijekom desetak godina razvila i nudi privlačni ekološki turistički proizvod kao inovativni doživljaj. Rad donosi pregled podataka o prilagodbi tradicijske proizvodnje soli na razinu privlačne turističke ponude u sklopu programa održivog razvoja kraljevskog grada Nina.

Ključne riječi: solana, eko, turizam, održiv razvoj, Nin.

Abstract

This work presents and evaluates the results of the research of the tourist offer of the salt pan "Solana Nin", the design and development of a new product. The objective of this work is to highlight the development of a new tourist offer based on the traditional salt production, explore the qualitative and quantitative level of promotion carried out by the local tourist board and the management of "Solana Nin". The work is the result of an interdisciplinary research, usage of an active participant observation, historical and statistical methods, qualitative content analysis of media articles and the Internet, and interviews with the management of the salt pan and the tourist board. Hence, conclusions about the existing tourist offer, as well as its future, are based on the research.

The offer of the salt pan "Solana Nin" has developed over the last ten years and started offering attractive eco tourism product as an innovative experience. The work presents data overview about customising the traditional salt production to launch attractive products as a part of the sustainable tourism of Royal Town of Nin.

Key words: salt pan, eco, tourism product, sustainable development, Nin

Uvod

Radom je istražen razvoj turističke ponude Solane Nin, koja je uvedena u turizam kao složeni turistički proizvod te pokrenuta promidžba ovog privlačnog eko turističkog doživljaja. Obrađen je kratki prikaz značenja solane u povijesti Nina te u suvremenom dobu, pojava i jačanje novih oblika ponude, novih manifestacija te mjesto solane u održivom razvoju Nina.

Nin je grad soli, a pored priče o soli, kraljevski grad Nin privlači turiste atraktivnim prirodnim bogatstvima u okruženju: dugim pješčanim plažama, ljekovitim blatom, jedinstvenom lagunom, Natura 2000 staništima, bogatim ptičjim svijetom, očuvanim okolišem i bogatom kulturnom baštinom. Sve ove prirodne i kulturne atrakcije nadopuna su turističke ponude koji nudi Solana Nin.

Park Solane Nin pokriva površinu od 55 hektara, a uključuje bazene za proizvodnju soli i dio nekorištenih bazena koji funkcioniraju kao ornitološki park. Otvaranje vrata turistima 2005. i pokretanje turističkog obilaska polja soli sa stručnim vodičem te oblikovani suvenirski program označili su novo razdoblje za solanu i Nin kao destinaciju.

U radu su prikazani podaci o razvoju nove, inovativne i ekološke turističke ponude koja se tijekom dvanaest godina oblikovala u turističke proizvode: Park Solane Nin (2005.), Muzej soli (2011.), Kuća soli (2016.) te razvoj manifestacija "Dani soli u kraljevskom Ninu – 1. susret solara Hrvatske" (2009.), "Obilježavanje europskog dana prebrojavanja ptica" (2010. – 2016.), "Dani otvorenih vrata solane" (2012. – 2016.) i "Festival soli" (2012. – 2016.). Istraženi su i podaci o promidžbi te suradnji Solane Nin i lokalne turističke zajednice u istraživanom razdoblju.

U suvremenom dobu tehnološka dostignuća olakšala su način života promijenivši mnoge proizvodne procese, no proizvodnja u Solani Nin nije se mijenjala tisućljećima. Ostala je uvijek ista: dobiva se prirodno utjecajem sunca i mora. Sol je važna u životu čovjeka, a mnoge privlači spoznaja o načinu dobivanja soli na istinski prirodan način. Upravo tradicionalna i očuvana proizvodnja soli u Ninu bila je temelj oblikovanja turističke ponude usmjerene prema suvremenom turistu posebnih interesa.

Metodologija

Podatci o istraživanoj ponudi prikupljeni su dvanaest godina unutar lokalne turističke zajednice. Dokumentacijska građa obrađivana je od rujna 2016. do prosinca 2016. godine.

U radu je korišten interdisciplinarni pristup, gdje se u istraživanju koristila kombinacija metoda: povijesne metode, statističke metode, analize sadržaja prikupljene dokumentacije, sudjelujuće promatranje te sinteza istraživačkih rezultata. Rezultati su nadopunjeni intervjuima s vlasnicima solane Vladom Mihovcem i Damirom Oštrićem, direktorima i zaposlenicima. Analizirano je trideset šest medijskih članaka u arhivi lokalne turističke zajednice, koji su pratili aktivnosti razvoja nove turističke ponude Solane Nin u razdoblju od 2005. do prosinca 2016. Osim arhive i promidžbenih materijala Solane Nin i Turističke zajednice grada Nina, istražene su i internetske stranice destinacije i solane kao gospodarskog subjekta.

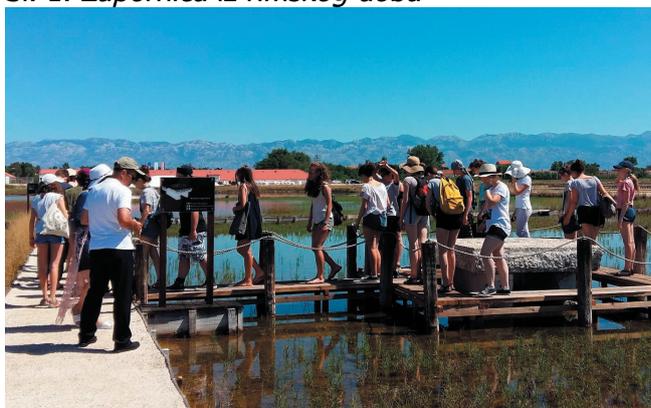
3. Kratki pregled razvoja solane u Ninu od prapovijesti do suvremenog doba

Od Zadra udaljen 14 km, položen uz obale Ninskog zaljeva, nalazi se grad Nin s povijesnom jezgrom na otočiću usred plitke Ninske lagune. Nekad veliki, danas mali, gradić Nin posjeduje privlačnu i bogatu arheološku baštinu. Povezano s problemima arheoloških istraživanja, autori Šime Batović, Janko Belošević i Mate Suić dokumentirali su da pretežan dio dosad sakupljenog materijala iz prapovijesti u Ninu potječe iz željeznog doba i dalje od 9. st. pr. Kr. do rimske prevlasti u ovim krajevima¹, što dokumentira i neprekinuti život drevnog grada od preko 3000 godina.

Najstarija gospodarska grana Nina je solana, a sol je bila izvor bogatstva koji se povezuje s neprekinutim i bogatim životom kraljevskog grada. Upravo se na proizvodnji soli temeljio već spomenuti tritisućljetni prosperitet kraja. Dobro je poznato da je sol neophodna ljudskom organizmu, "a kolika je bila važnost soli u tim vremenima svjedoči činjenica da su legionari plaćani solju. Odatle riječ 'salarium' koja je označavala porez ili obavezu plaćanja, a i danas u engleskom jeziku postoji izraz 'salary', naziv za plaću. Sol je bila toliko cijenjena da se mijenjala za zlato u istim omjerima, unca za uncu, pa ne čudi da su se oko nje vodili ratovi, a kraljevi i države držali monopol na njenu proizvodnju, dok se svako ilegalno sakupljanje soli strogo kažnjavalo".²

Sol je bila platežno sredstvo i važan trgovački element, posebno u 9. st. pr. Kr. kada su Liburni gospodarili Jadranom, a Nin (Aenona) je imao važnu ulogu na Mediteranu. Izuzetno bogati arheološki nalazi svjedoče o trgovačkoj snazi ondašnjih stanovnika grada. Iz rimskog doba u srcu starogradske jezgre Nina ostale su impresivne ruševine najvećega antičkog hrama na području rimskog Ilirika, što obuhvaća prostor čitave današnje Dalmacije i šire. Važne osnove za gradnju tog hrama bili su ekonomska snaga i bogatstvo u soli. Kao kameno svjedočanstvo o dugoj povijesti solane i dobivanja soli na isti način, utjecajem sunca na more, a takva je proizvodnja i danas, stoji usred solane rimska *zapornica*³ (sl. 1.) – danas sastavni dio turističkog programa.

Sl. 1. *Zapornica iz rimskog doba*



Izvor: Turistička zajednica grada Nina

¹ Batović, Š., Belošević, J., Suić, M., 1968. *Nin – problemi arheoloških istraživanja*, Zadar: Arheološki muzej Zadar, str. 14.

² Mavar, R., 2011. *Muzej soli u gradu soli*, Zagreb: Časopis za gastronomiju i turizam Menu. URL: <http://www.menu.hr/putopisi/muzej-soli-u-gradu-soli/> (28. 12. 2016.)

³ *Zapornica* je naziv za ostatke kamenih vrata za propuštanje morske vode unutar solane.

Jedan od zaštitnih znakova grada Nina upravo je solana⁴. Nalazi se uz istočni rub naseljenog otočića, dok su na sjeveru i zapadu pješćani sprudovi te plitko i toplo more.

Poznati su povijesni podatci da je Nin (Aenona, Enona...) u antici posjedovao solane na prostoru na kojima danas pronalazimo naselja Nin, Privlaku, Pag, Ljubač i Ražanac – kojima je Nin bio tisućljećjetno središte. Autor Damir Magaš u knjizi o povijesnoj i zemljopisnoj osnovi Nina dokumentirao je: "Prostor koji mu danas, unutar granica općina Nin i Vir gravitira, tek je dio prostora koji je za Nin, upravno-politički ili crkveno bio vezan stoljećima (...) ali i nakon tog razdoblja, sve do ukidanja općine Nin kakova je postojala u vrijeme austrijske uprave i monarhističke Jugoslavije.⁵ (...). Sjeveroistočno od starogradske jezgre nalazi se zona Ždrijac, niska pješćana zona na koju se južno nastavlja prostor današnje ninske solane, upravo na nekadašnjem plitkom ušću Miljašić jaruge."⁶

Čist i specifičan okoliš, idealni klimatski uvjeti i geografski položaj, ali i trud ljudskih ruku omogućili su Solani Nin proizvodnju soli vrhunske kvalitete, koja zbog alge petule u morskoj vodi ima povećanu koncentraciju prirodnog joda, što utječe na jak okus ninske soli. Solana Nin, koja datira iz prapovijesnog doba, u srednjem vijeku je na nekoliko stoljeća zatvorila proizvodnju. Razlog tome je Venecija, koja je došavši u posjed šireg prostora Dalmacije zatvorila solane 1550. zbog monopola soli na Jadranu. Kakvo je bilo stanje u 19. st. – nije poznato. Ponovno pokretanje proizvodnje u Ninu zbilo se 1955., a od 2002. solana nakon pretvorbe posluje kao suvremena privatna tvrtka. Autorica E. Gregurić Cveniće u članku pod nazivom "Bijelo blago Ninske lagune" zabilježila je da "Tehnološko-proizvodni proces još je uvijek takav da bitno ovisi o vremenskim prilikama, a teško je boriti se s prirodom. Tako je ninska solana dala 1960. god. 1150 tona soli, 1965. god. 1500 tona, 1968. samo 580 tona, dok današnji prosjek iznosi između 2500 i 3500 tona soli godišnje. Iako je ninska sol sve više tražena, zbog svoje čistoće i vrijednih minerala, ninska solana, zajedno s paškom i stonskom ne može podmiriti hrvatsko tržište potrebnim količinama soli, stoga Hrvatska svake godine uvozi dodatne količine – i do 100.000 tona."⁷

Iz istog članka saznajemo o značaju ninske soli jer se pronalazi podatak da su hrvatski umjetnici i dizajneri prepoznali vrijednost soli predstavivši Hrvatsku u Japanu na svjetskoj izložbi Expo 2005. s temom "Kap vode – zrno soli".

U život solane utkan je trud ljudskih ruku. Od pedesetih godina 20. st. žetve soli su se odvijale korištenjem ljudske snage, sol se prenosila na *karamacama* do sabirnog mjesta, na kojem se vršio utovar u *vagonete*⁸. Poslije je Solana koristila čelične rudarske vagonete koje su berači soli gurali ručno, a nakon toga je nabavljena lokomotiva za prijevoz od sabirnih mjesta do skladišta. Prema kazivanju Marka Sjausa iz Nina, koji je bio zaposlenik Solane Nin, berba soli – koja se još naziva i žetva soli – obavljala se do osamdesetih godina prošloga stoljeća isključivo ručno *greblima*⁹ i lopatama. Nakon toga počela su se upotrebljavati motorna sredstva (traktor, kamion) za pomaganje u sakupljanju soli.

⁴ Dejanović, M., 2009. *Nin – prva prijestolnica Hrvata*, Nin: Matica Hrvatska, str. 19.

⁵ Magaš, D., 1995., *Povijesno-zemljopisne osnove razvoja Nina i problemi njegove suvremene valorizacije*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zavod za povijesne znanosti HAZU u Zadru, str. 3. Općina Nin ukinuta je 1962.

⁶ Miljašić jaruga je naziv za rijeku. Magaš, D., 1995., *Povijesno-zemljopisne osnove razvoja Nina i problemi njegove suvremene valorizacije*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zavod za povijesne znanosti HAZU u Zadru, str. 3.

⁷ Gregurić Cveniće, E. 2006. "Bijelo blago ninske lagune", *Eko revija br. 5*, str. 51-52., Zagreb: Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost. URL: <https://www.yumpu.com/xx/document/view/20989353/eko-revija-broj-5-fond-za-zastitu-okolisa-i-energetske-ucinkovitost/2> (28. 12. 2016.)

⁸ *Karamace*, prema lokalnom nazivu, drvena su nosila, a *vagonete* su drveni vagoni. Podatci su doneseni prema kazivanju Nedjeljke Dejanović iz Nina koja je sezonski radila na solani.

⁹ *Greblo* je lokalni naziv za grablicu soli.

Solana Nin smatra se jednom od rijetkih solana koja svoju proizvodnju temelji na tisućljetnoj tradiciji uz korištenje prirodnih klimatskih uvjeta, što uključuje specifičnu zemljopisnu poziciju, velik broj sunčanih dana te utjecaj vjetera i zračnih strujanja u Ninskoj laguni. Primjenjuje se prirodan, ekološki i tradicionalan način dobivanja soli, a proizvodnjom se u Solani Nin bavi petnaest stalno zaposlenih i desetak sezonskih radnika. Trenutna cijena soli na europskom tržištu kreće se na razini od oko 500 do 700 kuna po toni. U Ninu se od tisuću litara morske vode uspije dobiti tridesetak kilograma soli.¹⁰

4. Pokretanje suvremene turističke ponude u ninskoj solani

Prijedlozi za pokretanje suvenirskog programa za potrebe turizma razvijali su se u lokalnoj zajednici krajem 20. st., ali zbog procesa privatizacije kroz koju je Solana Nin prolazila – ništa se važno nije događalo. Solana Nin je pretvorbom došla u vlasništvo Vlade Mihovca (2002.) koji je pokrenuo oblikovanje turističke ponude (2005.) kroz intenzivnu suradnju s lokalnom turističkom zajednicom. Pokrenuta turistička ponuda organizirana je pod nazivom Park Solane Nin¹¹.

O pokretanju prve manifestacije u solani i nove manifestacije na području grada Nina saznaje se iz arhivskog dokumenta Turističke zajednice grada Nina pod Ur. br.: 398/08 od 9. rujna 2008. Kroz taj i druge dokumente vidljiva je višegodišnja suradnja lokalne turističke zajednice i Solane Nin, odnosno turistička zajednica prepoznaje napore menadžmenta Solane Nin i stručno pomaže u promidžbi njihovih projekata na korist promidžbe destinacije Nin. Pozdravljen je dobro osmišljen program razgledavanja procesa dobivanja soli sa stručnim vodičima, što je u ekonomskoj koristi Solane i Nina kao destinacije. Zabilježeno je i sinergijsko djelovanje obiju strana kroz: zajedničku suradnju na programu promidžbe, osmišljavanju novog vizualnog identiteta Cvijeta soli, razvoj suradnje s japanskim tržištem te kreiranju tekstova za buduće internetske stranice solane. Taj je dokument poslužio Solani Nin za kandidiranje projekta "Očuvanje i održivo korištenje biološke i krajobrazne raznolikosti na dalmatinskoj obali putem održivog razvitka obalnog područja za program poticanja zelenog poduzetništva" i dobivanje financijske potpore unutar Coast programa.¹²

Solana ima izuzetno vrijedan Cvijet soli koji se koristi kao dodatak prehrani kod pomanjkanja kalcija i magnezija, za regulaciju probave, kod problema s klimakterijem i menopauzom, za opuštanje napetosti te za osvježanje ljudskog organizma. Ta vrsta prepoznata je u svijetu, a njen plasman i promidžba u Ninu započeli su navedene 2005. godine.

Ivan Brnjac, direktor Solane Nin od 2010. do 2012., sudjelovao je u razvoju turističke ponude, suvenira i Muzeja soli. Intervjuem je istaknuo da posebnim uspjehom smatra uređenje staza za turiste kroz polja soli (sl. 2.) te činjenicu da je čitav prostor solane doveden do ekološki zavidne razine, što je izbalansirano s proizvodnjom soli.

¹⁰ Podatci su prikupljeni zaslugom operativnog menadžera Ivana Tomića.

¹¹ Solana Nin, 2009. *Park Solana Nin, tradicionalna proizvodnja soli*, prospekt. Nin: Solana Nin.

¹² Registrator 1, *Solana Nin*, Arhiva Turističke zajednice Grada Nina.

Sl. 2. Razgledavanje tradicionalne proizvodnje u poljima soli



Izvor: Turistička zajednica grada Nina

Kroz intervju s Damirom Oštrićem, generalnim direktorom Solane Nin, prikupljen je podatak da se njegova obitelj solju bavi više od desetljeća. Oni su ninsku solanu preuzeli 2010. i od tada su učinjena znatna ulaganja. Prema podacima Fine, prihod je s oko 750 tisuća EUR u 2009. podignut na 1,05 milijun u 2010. godine. Nadalje navodi da je Solana Nin "relativno mala s maksimalnim kapacitetom od 5000 tona, koliko je proizvedeno početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća. U međuvremenu proizvodnja bude između tri i pet tisuća tona." Nadalje su prikupljeni podaci prema kojima je otvorenje Muzeja soli bila tek jedna od aktivnosti koje su strateški definirane u pozicioniranju Solane Nin na hrvatsko i svjetsko tržište. U viziji razvoja solane važan je i vrlo privlačan njen turistički program. Pritom je postavljen cilj postati jedna od svjetski priznatih eko solana koja će kroz spoj tradicije uz dodatno osnažen tim ljudi, iznositi na svjetsko tržište autohtone, ali i inovativne hrvatske slane proizvode.¹³

5. Oblikovani turistički proizvodi kao selektivni turistički doživljaji u solani Nin

Ponuda Solane Nin razvijena je kao specifični oblik eko turizma, a oblikovani su atraktivni turistički proizvodi održivog razvoja. Paletu razvijenih turističkih proizvoda čine: Program razgledavanja Parka Solane Nin, polja soli i ornitološkog područja uz stručne vodiče, Muzej soli sa suvenirskom ponudom te Kuća soli. Nadalje su razvijene manifestacije: "Festival soli", "Dani otvorenih vrata" i "Obilježavanje Europskog dana prebrojavanja ptica".

5. 1. Park Solane Nin

Od 2005. polja soli su promidžbeno predstavljena pod nazivom Park Solane Nin. Prema riječima tadašnjeg vlasnika, to je bila posebno zaokružena cjelina na čijim se poljima s jedne strane odvijala gospodarska djelatnost – skupljanja soli, a istovremeno se u okruženju odvijao drugačiji život ptičjeg svijeta, što se sve htjelo prikazati turistima. Nekorišteni bazeni soli predstavljaju umjetno stvorena močvarna staništa za ptice gnjezdarice koje žive na udaljenosti od nekoliko desetaka metara od organiziranog gospodarskog programa. Ekološka proizvodnja soli i priča o životu ptica, koja se može vidjeti u Solani, navela je vlasnika na gradnju prostora za prodaju suvenira i sjenicu za odmor između polja soli te pokretanje organiziranog programa obilaska turista. Medijsko predstavljanje novo oblikovane turističke

¹³ Iskaz: Damir Oštrić, generalni menadžer Solane Nin, 2. kolovoza 2010.

ponude, pod nazivom Park Solane Nin, zbilno se 12. kolovoza 2005. od kada se razvijala i suvenirna ponuda – koja je u početku bila skromnija, a postupno se osuvremenila.

S tim je eko turističkim proizvodom ponuda destinacije Nin bila obogaćena novim turističkim doživljajem – razgledavanjima Parka Solane, koja su započela s prvim vođenjima po poljima soli. Prilikom otvorenja prezentiran je cjelokupni proizvodni pogon s tradicionalnim načinom berbe soli. Turisti su na tom jedinstvenom događanju prvi put prstima mogli dotaknuti listiće Cvijeta soli, vidljivih na površini salamure jedino u večernjim i ranojutarnjim satima.

Tradicionalni proizvodni program Solane dopunjen je suvenirskom ponudom. Sol se pakirala u raznim granulacijama i pakovanjima za ljudsku prehranu, a posebno je tražena u ribljoj industriji. Za turističku ponudu pakirale su se mirisne soli obogaćene prirodnim eteričnim uljima: lavande, ružmarina, kadulje, ruže, limuna i dr.¹⁴

Unutar Parka Solane Nin uređen je informativni ured sa suvenirnicom, gdje su turisti uz stručno vođenje razgledavali polja soli, uživali i upoznavali se s florom i faunom unutar parka. Posjetitelji su također bili informirani o procesu prikupljanja soli te su mogli kupiti razne suvenire izrađene od soli.

Oblikovanje turističkog proizvoda u Solani zahtijevalo je formiranje novog radnog mjesta – voditelja Parka Solane. Zahtjevno novo radno mjesto tijekom sedam godina, kao i niz subjektivnih i objektivnih okolnosti, utjecalo je na promjene pa je taj posao u kratkom razdoblju obavljalo pet osoba. U Tablici 1. prikazana su imena voditelja Parka Solane Nin od 2005. do 2016. godine.

TABLICA 1: VODITELJI PARKA SOLANE NIN I MUZEJA SOLI¹⁵

Red.br.	Ime i prezime	Razdoblje
1.	Brankica Matulj	2005. – 2009.
2.	Daniel Vidić	2009. – 2010.
3.	Tomislava Šalov	2010. – 2011.
4.	Ivana Burela	2011. – 2016.
5.	Josipa Komina	2017. -

Izvor: Izradile autorice

Od 2008. do 2015. provodilo se statističko praćenje broja posjetitelja u Parku Solane Nin. Ti podatci su prikazani u Tablici 2, a sintetizirala ih je Turistička zajednica grada Nina, utemeljeno na prodanim ulaznicama u Parku Solane Nin. U 2016. broju prodanih ulaznica pridružena je evidencija o broju posjetitelja bez ulaznica na prigodnim manifestacijama i gratis obilascima.

TABLICA 2: BROJ POSJETITELJA PARKA SOLANE NIN

Godina	Broj posjetitelja
2008.	3.670
2009.	2.210
2010.	2.769
2011.	4.241
2012.	5.408
2013.	6.213

¹⁴ Solana Nin, 2009. *Park Solana Nin, tradicionalna proizvodnja soli*, prospekt. Nin: Solana Nin.

¹⁵ Park Solana Nin nudio se kao program od 2005. do 2011. te je imao voditelje koji su bili stručni vodiči kroz polja soli. U 2011. otvorio se Muzej soli pa su voditelji Parka solane postali voditelji Muzeja soli.

2014.	5.986
2015.	8.552
2016.	68.000

Izvor: izradile autorice prema arhivi Solane Nin i Turističke zajednice grada Nina

5. 2. Muzej soli i Kuća soli

Ideja o muzeju sazrijevala je nekoliko godina kao logičan rast turističkih programa. Nakon što je solanu od obitelji Mihovec preuzela obitelj Oštrić, napravljen je iskorak otvorenjem muzeja s povijesnim podacima o životu jedne od najstarijih solana na Jadranu. Planirano je učinjeno pa se 2. kolovoza 2011. zbilo važan povijesni trenutak za Nin – otvorenje prvog Muzeja soli u Hrvatskoj. Posjetitelji su kroz edukativne cjeline muzeja saznali o važnosti soli za ljudski organizam te su razgledali jednostavne izložbene alate i opremu koja se koristila u tradicionalnoj proizvodnji. Uz to su mogli kupiti autohtoni hrvatski slani proizvod i degustirati Cvijet, gurmanski nazivan "kavijarom soli".¹⁶ Vlasnik Oštrić opisao je aktivnost: "Želimo kupcima približiti važnost eko soli. Rimski carevi uživali su u punoći i blagodati rimske soli, a mi ubuduće imamo priliku uživati u blagodatima ninske soli".¹⁷ Istovremeno je javnosti kroz poseban program predstavljen Cvijet soli – najkvalitetnija, nerafinirana morska sol koja se dobiva isključivo u idealnim vremenskim uvjetima, a skuplja se u ranim jutarnjim satima i kasno navečer kad nema vjetra. Pojavljuje se na površini mora kao tanki sloj listića soli – poput latica cvijeća – koji se ubire ručno, mikronskim sitima¹⁸. Mate Janković, poznati hrvatski chef, u svom uvodnom izlaganju o kulturi primjene te vrste soli u kulinarstvu rekao je: "Posebno mi je zadovoljstvo da jedna hrvatska solana može stati uz bok svjetskim solanama koje plasiraju Cvijet soli, francuski Fleur de Sel. Inače je ta sol u kulinarskim krugovima neizostavan začim koji se dodaje u završnoj fazi pripreme jela."¹⁹ Muzej je otvorila koautorica rada i direktorica Turističke zajednice grada Nina, Marija Dejanović, koja je projekt podupirala od samih početaka rekavši tom prigodom da je isprva skroman projekt izrastao u poseban, suvremeni projekt spojivši iznimne, posebne i karakteristične prirodne te ljudske resurse koji su doprinijeli realizaciji nove ponude. Vješto osmišljenom marketinškom kampanjom otvorenje muzeja pratili su gotovo svi hrvatski mediji pa je Muzej soli (sl. 3.) vrlo brzo postao prvorazredna turistička atrakcija u suvremenoj ponudi Nina. Turistička zajednica grada Nina i dalje je nastavila pružati pomoć dodatnom destinacijskom promidžbom te razvojem manifestacija u Solani Nin.

Sl. 3. Muzej soli



Izvor: Turistička zajednica grada Nina

¹⁶ Poslovni savjetnik, 2011. *Solana Nin otvorila muzej soli i suvenirnicu*. Zagreb: Poslovni savjetnik. URL: <http://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/solana-nin-otvorila-muzej-soli-i-suvenirnicu> (3. rujna 2016.).

¹⁷ Knežević, M., 2011. *Solana Nin dobila Muzej soli*. Zadar: Zadarski list. URL: <http://www.zadarskolist.hr/clanci/03082011/solana-nin-dobila-muzej-soli> (3. rujna 2016.).

¹⁸ Iskaz Ivana Tomića, operativnog menadžera Solane Nin.

¹⁹ Hrvatski Telekom, 2011. *Atrakcija u Ninu, Hrvatska dobila muzej soli*, Zagreb: Hrvatski telekom tportal.hr. URL: http://www.tportal.hr/biznis/poslovni_vodic/141762/Hrvatska-dobila-muzej-soli.html (3. rujna 2016.).

Doživljaj priče o soli u Solani Nin organiziran je kroz cijelu godinu. U tijeku berbe soli, od lipnja do rujna, pojačan je doživljaj izravnog pogleda na "berače soli" koji prikupljaju dar mora, sunca i vjetra. Izvan glavne sezone u Kući soli – putem multimedije, maketnog prikaza, interaktivne igre te prezentacijskog filma – grupama i individualcima se predstavlja proces dobivanja soli kroz više faza isparavanja unutar bazena.

5. 3. Atraktivne manifestacije

Godine 2008. započelo je oblikovanje manifestacija s ciljem privlačenja publike i promidžbenog predstavljanja proizvodnje u Solani Nin široj javnosti. Iako je vlasnik Vlado Mihovec predlagao naziv "Festival soli", prihvaćen je prijedlog turističke zajednice da se naredne godine održe prvi "Dani soli u kraljevskom Ninu" kao projekt edukacije građana, školske djece te informiranja šire javnosti o prirodnoj proizvodnji soli. Zbog produženja turističke sezone predloženo je održavanje manifestacije u vrijeme kada se još uvijek odvija proizvodnja na poljima soli, odnosno početkom rujna. Prvi put su vrata solane otvorena omogućavajući posjetiteljima besplatan ulaz. Tom se prigodom razgovaralo i o novim suvenirima koji bi imali veću estetsku vrijednost doživljaja.²⁰ Kao rezultat odlične suradnje menadžmenta Solane Nin, koji se pojavio u ulozi organizatora, i menadžmenta Turističke zajednice grada Nina, u ulozi suorganizatora i promotora, proizašla je nova manifestacija. Prigodom predstavljanja manifestacije "Dani soli u kraljevskom Ninu – 1. susreti solara Hrvatske" (2009.) novinarka Glavočić zabilježila kako kroz "bijelo zlato" javnosti predstavlja ovu dotad najmanje poznatu hrvatsku solanu, čime se promidžbeno jača imidž Eden destinacije, Nina – istaknuvši značenje soli kroz povijest.²¹ Manifestacija je dobila dvostruki naslov jer je vlasnik Mihovec manifestacijom želio obilježiti prvi susret solara Hrvatske. Na konferenciji za medije 4. srpnja 2009., pored ostalih, Ivo Ćuka, koordinator za razvoj turizma u Solani, obratio se javnosti rekavši da se Solana Nin posljednjih godina okrenula turizmu te da uz "temeljnu djelatnost, proizvodnju soli, želi kreirati turističke programe uklopljene u turističku ponudu grada Nina. Prije nekoliko godina pokrenut program solane kao parka s organiziranim stručnim vođenjem, je naišao na iznimno pozitivan odjek kod turista".²² Kao uvod u manifestacijske dane, od 6. do 10. srpnja održala likovna kolonija na poljima soli, dok se u skladištu soli nalazila izložba umjetničkih djela (sl. 4.). Manifestacija pod nazivom "Dani soli u kraljevskom Ninu – 1. susreti solara Hrvatske" održana je 11. srpnja 2009. s cjelodnevnom programom besplatnog obilaska, atraktivnim zbivanjima i zabavnim programom.

²⁰ Zapisnik sa sastanka s temom *Buduća promocija Parka Solane Nin i promocija soli*, Arhiva Turističke zajednice grada Nina.

²¹ Glavočić, D., 2009. *Dani "bijelog zlata" u kraljevskom Ninu*, Zadar: Zadarski list, str. 10.

²² Slobodna Dalmacija, 2009. *Nin: uskoro Dani soli*, Split: Slobodna Dalmacija, str. 18.

Sl. 4. Izložba slika likovne kolonije u skladištu soli



Izvor: Turistička zajednica grada Nina

Naredne 2010. manifestacija nije održana zbog promjene vlasničke strukture Solane Nin, koju je od tada, umjesto obitelji Mihovec, preuzela obitelj Oštrić. Upravo te godine Nin je dobio nagradu postavši EDEN - europska destinacija izvrsnosti na temu "Turizam uz vode". Temeljeno na dobivenoj nagradi koja nužno slijedi strategiju održivog razvoja, pokrenuta je nova manifestacija na poljima soli. U organizaciji Turističke zajednice grada Nina, a u suradnji sa Solanom Nin te Udruhom za biološka istraživanja – BIOM iz Zagreba, obilježen je i Europski dan prebrojavanja ptica (2010.). Manifestacija se nastavila svake godine s ciljem promidžbe biološke vrijednosti Solane Nin kao iznimno važnog močvarnog staništa, s naglaskom na faunu ptica te jačanje ekološke svijesti. Ornitološki Park Solana Nin prirodno je stanište raznolikom biljnom i životinjskom svijetu. Biljka slanuša pokriva veći dio bazena za isparavanje, kao i kanala kojima se morska voda dovodi do bazena. Takvo okruženje odabrale su ptice za svoj dom pa se ondje zadržava i gnijezdi oko dvjesto različitih vrsta močvarica, od kojih su najpoznatije: vlastelica, mala bijela čaplja, morski kulik i vodomar. U slanoj vodi također žive i jedinstveni račić slaništar i riba obrvan.²³ Manifestacija je održana 2. listopada pod stručnim vodstvom volontera biologa koji su upoznavali posjetitelje s pernatim stanovnicima Parka Solane i lagune. Na prvoj manifestaciji poznati biolog Goran Šafarek istaknuo je: "Ovo je jedno od svega nekoliko rijetkih staništa na našoj obali u koja spadaju i niske muljevite i pjeskovite obale s močvarnim dijelovima, a predstavljaju veliku vrijednost za Hrvatsku, Europu i za svijet". U večernjim satima otvorena je izložba fotografija "Sabun" i predavanje "Raznolikost ptica jadranskih močvarnih područja".²⁴

U 2011. otvoren je Muzej soli, a otvaranje je potaknulo oblikovanje nove manifestacije "Dani otvorenih vrata solane", koja je po prvi put organizirana 2. kolovoza 2012. godine. Povod joj je bilo obilježavanje prve godišnjice otvorenja Muzeja soli. Posjetitelji su uz stručnu interpretaciju kroz prostore Parka Solane Nin svaki puni sat mogli besplatno doživjeti jedinstveno iskustvo tradicionalne berbe soli, razgledati Muzej soli i suvenirsku ponudu. Medijsko predstavljanje Cvijeta soli održano je 19. srpnja 2012. kroz specijalni način njenog ubiranja, s odličnim marketinškim efektima. Promotori cvjetne soli su bili: znameniti kuhar iz *reality showa* Nove TV Mate Janković, direktorica Turističke zajednice grada Nina Marija Dejanović i direktor Solane Nin Damir Oštrić. Oni su demonstrirali tradicionalni ručni način

²³ Solana Nin, 2009. *Park Solana Nin, tradicionalna proizvodnja soli*, prospekt. Nin: Solana Nin.

²⁴ Registrator 1., *Solana Nin*, Arhiva Turističke zajednice grada Nina.

prikupljanja soli, pri čemu su se služili pravokutnom drvenom *greblicom*²⁵ koja ima nježna sita i njome se pažljivo prolazi ispod površine, gdje se hvataju fine strukture cvjetne soli.

Snažniju turističku promidžbu Solana Nin ostvarila je kroz novu manifestaciju "Festival soli". Čast otvorenja pripala je direktorici Turističke zajednice grada Nina: "*Festivalom soli proširili smo ponudu kulturnih manifestacija kraljevskog grada Nina zahvaljujući čemu možemo još konkurentnije nastupati na stranim tržištima, posebice u posezoni te smo sigurni da će ovo događanje dodatno potaknuti turiste da svoj godišnji odmor planiraju i u rujnu, a Festival je podjednako atraktivan i turistima i domicilnom stanovništvu jer obilježava kraj berbe soli.*"²⁶ Raznoliki festivalski sadržaji, kao što su izložbeno-prodajni dio Solane Nin, ekološki i poljoprivredni proizvodi zadarske regije te kulinarske radionice i zabavni program, oduševili su domaće i strane posjetitelje. Na radionicama prirodne kozmetike posjetitelje se učilo kako uz Cvijet soli napraviti ljekovite kozmetičke proizvode. Poznati hrvatski *chef* Mate Janković pripremio je specijalitete začinjene ninskim Cvijetom soli istaknuvši: "Carpaccio, tartar, marinirana riba, salate, pečeno meso (...) pa čak i deserti uz nekoliko zrnaca ninskog Cvijeta soli poprimaju šarm i ugodnu teksturu zbog čega bi on trebao biti sastavan dio kuhinja kako u restoranima, tako i u kućanstvima". Osim toga, Janković je naglasio da taj proizvod prati svjetske trendove u kulinarstvu i da mu je osobito zadovoljstvo zgotoviti jela začinjena Cvijetom soli na kojem piše Made in Croatia.²⁷ Uz Festival soli organizirane su prigodne manifestacije "Dani otvorenih vrata solane", koji su na bazene privukli mnogo znatizeljnih posjetitelja.

6. Promidžba solane

Od 1995. lokalna turistička zajednica promidžbeno je predstavljala solanu kao važno prirodno bogatstvo destinacije Nin u posebnom letku, tiskanim i elektronskim marketinškim alatima, nastupima na sajmovima i suradnjom s novinarima.

Prvi tiskani prospekt Solana Nin izdala je 2007., kada je također plasiran promidžbeni DVD. Drugo poboljšano izdanje realizirano je 2009., a treći prospekt tiskan je 2012. pod nazivom *Dar jadranskog mora, sunca i vjetra s obronaka Velebita*. Četvrti prospekt, nazvan *Ninski cvijet soli – Fleur de sel – Kavijar soli*, Solana Nin izdala je 2012. godine. U navedenom prospektu, uz opis ponude, nalazio se i opis Cvijeta soli te zanimljivi recepti u kojima se primjenjuje. U narednim godinama promidžbeni materijali su se poboljšali u kvaliteti.

U kratkom roku rezultirano je povećanje privlačnosti i prepoznatljivosti solane na tlu Hrvatske, a razlog je razvijena izvrsna komunikacijska suradnja između Solane Nin i lokalne turističke zajednice. Suradnja je utjecala na odličnu promidžbu, temeljenu na izvještavanju javnosti posredstvom medija, gdje su marketinške aktivnosti s obje strane vješto vodili novoosmišljena događanja. Rezultat toga je povećanje turističkih dolazaka.

Dodatne marketinške aktivnosti Solane Nin i Muzeja soli, pored njihove promidžbe, Turistička zajednica grada Nina odradila je 28. srpnja i 2. kolovoza 2011. godine. Ona je ponovila vijest i poslala najavu te pozive za otvorenje Muzeja soli, a 4. kolovoza distribuirala je e-bilten o novoootvorenoj atrakciji. I pozivi i vijest proslijeđeni su na 4378 adresa e-pošte iz baze podataka Turističkog ureda. Sinergijska promidžba znatno je doprinijela promidžbi Solane Nin koja u tom trenutku nije imala internetsku stranicu i u kojoj su marketinške aktivnosti te vrste tek bile započele. Solana je priredila odličnu organizaciju otvaranja Muzeja soli i

²⁵ *Greblica* je lokalni naziv za grabilicu Cvijeta soli s površine morske vode.

²⁶ Knežević, M., 2012. *Cvijet soli trebao bi biti u svakoj kući*, Zadar: *Zadarski list*

²⁷ Isto.

suradnju s medijima, a sinergijski marketinški učinak kroz suradnju s lokalnom turističkom zajednicom dao je odlične rezultate e-marketinga.²⁸ O tom događaju lokalna turistička zajednica pokrenula je analizu trideset šest internetskih članaka objavljenih u razdoblju od 30. 7. do 12. 8. 2011. godine.²⁹ Članci uoči i nakon otvaranja prvog Muzeja soli u Hrvatskoj lansirali su vijest bombastičnim naslovima: "Muzej soli – svjetska znamenitost"³⁰, "Otvoren prvi muzej soli u Hrvatskoj"³¹, "Hrvatska dobila muzej soli"³², "Otvorenje muzeja i suvenirnice Solane Nin"³³, "I CAREVI SU UŽIVALI... Solana Nin brendirala svoju cvjetnu sol"³⁴, "U Ninu je otvoren prvi Muzej soli: Možete vidjeti cvijet soli, ali i čokoladu od soli"³⁵. Autor Ratko Mavar u članku "Muzej soli u gradu soli" navodi: "Novootvoreni Muzej soli i park je kulturno i turističko osvježanje toliko potrebno našoj uglavnom betoniziranoj i plastificiranoj turističkoj ponudi. A kada se spoje tradicija, zdravlje i ekologija sa turizmom, postiže se dobitna kombinacija u kojoj svi postaju bogatiji."³⁶

Istraživanjem pojma "muzej soli" u Google tražilici 10. siječnja 2016. u 0,52 sekundi dobilo se 203.000 rezultata, a najveći broj rezultata odnosio se na solanu Nin. Na prvoj stranici preglednika od osam ponuđenih poveznica, sedam se odnosilo na Muzej soli u Ninu. Na prve tri pozicije nalazila se poveznica koja je vodila na internetske stranice Solane Nin, dok je četvrta vodila na stranicu Turističke zajednice grada Nina. Na tražilici je jedna poveznica bila posvećena Solani Ston – Muzeju u osnivanju, dok je jedna poveznica upućivala na muzej u gradu Pagu.

Promjena logotipa kojim se komuniciralo s javnosti – bila je česta. Do 2007. Solana Nin predstavljena je simbolom slike galeba, otisnutog na vrećicama soli. Nakon prelaska solane u privatno vlasništvo uslijedila je izrada novog logotipa. Prvo rješenje – simbol crkve sv. Nikole u rombu, što je simboliziralo kristale soli – napravljeno je 2007. godine. Sljedeće je uslijedilo 2009., prema kojem je simbol Solane Nin bila stilizirana ptica vlastelica, rijetka i ugrožena vrsta ptice upisane u Europsku Crvenu knjigu ugroženih vrsta ptica, koja je redovito na svim lokalitetima zabilježena u proljetnoj i jesenskoj selidbi.³⁷ Treće rješenje pripremljeno je 2011., prema kojem je korišten simbol crkve sv. Križa iz 9. stoljeća. Posljednje rješenje logotipa prisutno je na proizvodima Solane Nin od 2012., a obuhvaća plavi krug unutar kojeg se nalazi stilizirani oblik crkve sv. Križa na bijelim valovima, ispod je napisan tekst "Solana Nin". Ispod tog teksta je broj 1500, što simbolizira broj godina proizvodnje, kao i dugovječnost solane (sl. 5.). Isti simbol koristi u svom logu i Turistička zajednica grada Nina još od 1995.³⁸, a crkvu sv. Križa kao simbol koristi također i Zadarska županija jer je likovno

²⁸ Marketing putem elektroničke pošte.

²⁹ Registrator 1., *Solana Nin*, Muzej soli. Arhiva Turističke zajednice grada Nina.

³⁰ Hrvatska matica iseljenika, 2011. *Muzej soli – svjetska znamenitost*, Zagreb: Hrvatska matica iseljenika. URL: <http://www.matis.hr/index.php/hr/> (03. rujna 2016.).

³¹ Hrvatski dnevni portal KIGO.HR, 2011. *Nin: Otvoren prvi Muzej soli u Hrvatskoj*, Zagreb: Hrvatski dnevni portal KIGO.HR. URL: <http://www.kigo.hr/10468/> (03. rujna 2016.).

³² Hrvatski Telekom, 2011. *Atrakcija u Ninu, Hrvatska dobila muzej soli*, Zagreb: Hrvatski telekom tportal.hr. URL: http://www.tportal.hr/biznis/poslovni_vodic/141762/Hrvatska-dobila-muzej-soli.html (3. rujna 2016.).

³³ Internet portal eZadar, 2011. *Svečano otvorenje muzeja soli i suvenirnice Solane Nin*, Zadar: Internet portal eZadar. URL: <http://www.ezadar.hr/clanak/otvorenje-muzeja-soli-i-suvenirnice-solane-nin> (03. rujna 2016.).

³⁴ Vuksan, M., 2011. *I CAREVI SU UŽIVALI... Solana Nin brendirala svoju cvjetnu sol*, Split: Slobodna Dalmacija. URL: <http://www.slobodnadalmacija.hr/Zadar/tabid/73/articleType/ArticleView/articleId/145297/Default.aspx> (10. 01. 2017.).

³⁵ B., M., 2011. Internet portal Index.hr, *U Ninu je otvoren prvi Muzej soli: Možete vidjeti cvijet soli, ali i čokoladu od soli*, Zagreb: Index.hr. URL: <http://www.index.hr/black/clanak/u-ninu-je-otvoren-prvi-muzej-soli-mozete-vidjeti-cvijet-soli-ali-i-cokoladu-od-soli/565746.aspx> (10. 01. 2017.).

³⁶ Mavar, R., 2011. *Muzej soli u gradu soli*, Zagreb: Časopis za gastronomiju i turizam Menu. URL: <http://www.menu.hr/putopisi/muzej-soli-u-gradu-soli/> (28. 12. 2016.).

³⁷ Lukač, G., 2010. *Vodič za promatranje ptica: lokalitet Paška blata i okolica Nina*, Zadar: Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Zadarske županije.

³⁸ Likovno rješenje logotipa Turističke zajednice grada Nina oblikovao je Dragan Kwiatkowski.

rješenje grba i zastave prihvaćeno 1998. godine.³⁹ Krajem 2011. pokrenuta je kvalitetna internetska promidžba na adresi www.solananin.hr, što je bitno utjecalo na privlačenje turističke publike.

Sl. 5. *Suvremeno pakovanje Cvijeta soli s logotipom Solane Nin*



Izvor: internetske stranice Solane Nin <http://www.solananin.hr>

Od 2010. Nin je nositelj oznake EDEN – europske destinacije izvrsnosti, a primitak te nagrade za destinaciju je značilo ulazak u obitelj europskih odredišta održivog turizma. Iako je ova nagrada dokaz kvalitete, očuvanog okoliša, održivog razvoja turizma i iznimno bogate turističke ponude, Solana Nin nije do kraja 2016. prepoznala korist od postavljanja loga EDEN na svoje proizvode.

7. Zaključak

Od prapovijesnog vremena – preko rimskog doba, srednjovjekovne Hrvatske, kada Nin bijaše prvo političko, vjersko i kulturno središte Hrvata, do suvremenog doba – ninska solana imala je izuzetno važan gospodarski značaj.

Solana Nin temelji svoju proizvodnju na dugogodišnjoj tradiciji, što dokazuje i kameni ostatak rimske solane na poljima soli. Duga i bogata povijest Nina povezana je s gospodarskim učincima solane. Suvremeno doba nameće joj novu ulogu pa se, zbog povećanja ekonomskih efekata, okrenula turizmu.

Od 2005. do 2010. razvijane su marketinške aktivnosti usmjerene na privlačenje turista pokretanjem programa Park Solana Nin s turističkim obilascima. Tom su prigodom korištene aktivnosti stručnih službi lokalne turističke zajednice za komunikaciju s javnosti. Suvremeni pristup odnosa s javnosti Solana Nin započela je 2011. raznovrsnim marketinškim aktivnostima same solane. Odlična suradnja menadžmenta Solane Nin i Turističke zajednice grada Nina nastavila se, što je samo umnožilo učinke promidžbe.

Pored programa obilaska Parka Solane Nin oblikovani su novi turistički proizvodi:

Muzej soli (2011.) i Kuća soli (2016.) te manifestacije: "Dani soli u kraljevskom Ninu – 1. Susreti solara Hrvatske" (2009.), "Obilježavanje europskog dana prebrojavanja ptica" (2010. – 2016.), "Festival soli" (2012. – 2016.) i "Dani otvorenih vrata solane" (2012. – 2016.). Inovativna turistička ponuda privukla je pozornost medija, a oni su vijestima učinili ogromnu

³⁹ Zadarska županija, 1998. *Odluka o grbu i zastavi Zadarske županije, 12.06.1998, Službeni glasnik Zadarske županije, br. 3/1998, 30.06.1998.*, Zadar: Zadarska županija. URL: <http://zeljko-heimer-fame.from.hr/hrvat/hr-za.html> (28. 12. 2016.).

promidžbu, koja je imala značajnu ulogu pri unaprjeđivanju nove turističke ponude Solane Nin. To je potvrđeno istraživanjem objavljenih trideset šest članaka o otvaranju Muzeja soli.

Analizom je utvrđeno da su događanja vezana za predstavljanje Solane Nin zanimljivo organizirana, uz predstavljanje medijima svakog pojedinog događanja. Na taj je način inovativna ponuda ove solane dobila veliki medijski prostor, iz čega se zaključuje da su mediji kroz izvještavanje istovremeno obavljali i promidžbu Solane Nin.

U vrlo kratkom razdoblju solana je promijenila četiri logotipa, što nije dobro za marketinške aktivnosti jer komunikacijski zbunjuje javnost, no posljednjih pet godina zadržava isti logotip.

Premda Solana Nin ima mogućnost koristiti europsku oznaku EDEN, koju nosi destinacija Nin, do kraja ovog istraživanja nije prepoznata korist ni mogućnost postavljanja iste na proizvode, prospektne materijale ni internetske stranice.

Internetsko predstavljanje solane započeto je putem stranica turističkog odredišta Nin od 2002. do 2010. godine. Prva samostalna internetska stranica Solane Nin uređena je krajem 2011., a 2014. dobiva moderan dizaj sukladno najnovijim trendovima.

LITERATURA:

1. Batović, Šime, Belošević, Janko i Suić, Mate, 1968. *Nin - problemi arheoloških istraživanja*, Arheološki muzej Zadar, Zadar.
2. Dejanović, Marija, 2009. *Nin – prva prijestolnica Hrvata*, Matica Hrvatska, Nin.
3. Glavočić, Dragana, 2009. "Dani 'bijelog zlata' u kraljevskom Ninu", *Zadarski list*.
4. Gregurić Cvenić, E. 2006. "Bijelo blago ninske lagune", *Eko revija br. 5*, str. 51-52., Zagreb: Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost. URL: <https://www.yumpu.com/xx/document/view/20989353/eko-revija-broj-5-fond-za-zastitu-okolisa-i-energetsku-ucinkovitost/2> (28. 12. 2016.)
5. Gregurić Cvenić, Edita, 2006. "Bijelo blago ninske lagune", u: *Eko revija – Glasilo fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost*, br. 5.
6. Knežević, Marija, 2012. "Cvijet soli trebao bi biti u svakoj kući", *Zadarski list*, 15. rujna.
7. Lukač, Goran, 2010. *Vodič za promatranje ptica: lokalitet Paška blata i okolica Nina*, Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Zadarske županije, Zadar.
8. Magaš, Damir, 1995. *Povijesno-zemljopisne osnove razvoja Nina i problemi njegove suvremene valorizacije*, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zavod za povijesne znanosti HAZU u Zadru.
9. Slobodna Dalmacija, 2009., "Nin: uskoro Dani soli".
10. Solana Nin, 2009. *Park Solana Nin, tradicionalna proizvodnja soli*, prospekt.
11. URL: <http://poslovnisavjetnik.com/hrvatska/solana-nin-otvorila-muzej-soli-i-suvenirnicu>
12. URL: <http://www.ezadar.hr/clanak/otvorenje-muzeja-soli-i-suvenirnice-solane-nin>
13. URL: <http://www.kigo.hr/10468/>
14. URL: http://www.matis.hr/vijesti_ostalo.php?id=3304
15. URL: <http://www.menu.hr/putopisi/muzej-soli-u-gradu-soli/>
16. URL: <http://www.poslovni.hr/mobile/domace-kompanije/hrvatska-dobiva-prvi-interaktivni-muzej-soli-u-ekoloskoj-solani-u-ninu-181518>
17. URL: http://www.tportal.hr/biznis/poslovni_vodic
18. URL: <http://www.zadarskilist.hr/clanci/03082011/solana-nin-dobila-muzej-soli>
19. URL: <http://zeljko-heimer-fame.from.hr/hrvat/hr-za1.html>
20. URL: <http://www.slobodnadalmacija.hr/Zadar/tabid/73/articleType/ArticleView/articleId/145297/Default.aspx>
21. Zapisnik sa sastanka s temom buduća promocija Parka Solane Nin, Promocija soli, Arhiva Turističke zajednice Grada Nina.

PROIZVODNJA ZDRAVE HRANE U FUNKCIJI ODRŽIVOG RAZVOJA RURALNOGA TURIZMA OSJEČKO – BARANJSKE ŽUPANIJE

PRODUCTION OF HEALTHY FOOD IN THE FUNCTION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM OSIJEK – BARANJA COUNTY

Roberta Kljenak, mag.ing.agr.
Podružnica Osječko – baranjske županije

SAŽETAK

U svjetlu tendencija razvoja turističke ponude, povezivanja industrijske i tradicijske baštine, u okvirima suvremene poljoprivredne proizvodnje, sa svim općim i specifičnim potrebama, prednost Osječko–baranjske županije ogleda se u stoljetnom iskustvu te relevantnim površinama pogodnim za proizvodnju zdrave hrane. Uzimajući u obzir polivalentnu ulogu hrane kao stratešku smjernicu razvoja ruralnoga turizma, a na osnovi višegodišnjega praćenja porasta broja registriranih ekoloških proizvođača te ekstrapolacije linearnoga trenda, koji upozorava na tendenciju povećanja broja registriranih ekoloških proizvođača, postavlja se hipoteza da su obiteljska poljoprivredna gospodarstva prepoznala potencijal ekološki održive proizvodnje i stavljanja iste u funkciju ruralnog turizma. Sve to, i mnogo još neizrečenoga, u cilju podizanja razine svijesti lokalnoga stanovništva o kulturnome identitetu, običajima, tradiciji, zaštiti okoliša te jačanju autohtone i ekološke proizvodnje temeljem održivoga razvoja budućnosti, pomaže razvoju ruralnih krajeva Osječko–baranjske županije kao destinacije prepoznate po zdravoj hrani pogodnoj za eno i gastro turističku ponudu. S obzirom na to da je iz lančanih indeksa vidljiva relativna dinamika porasta broja ekoloških proizvoda u Republici Hrvatskoj te da je potreba kvalitetnoga praćenja korištenja i zastupljenosti ekološki proizvedene hrane, na slučajnome je uzorku provedeno anketno ispitivanje. Informacije o stavovima, ponašanju i preferencijama potrošača ekoloških proizvoda u Republici Hrvatskoj ukazuju na prepreke za kupovinu ekoloških proizvoda, odnosno na manjak ponude uz visoke cijene, koje imaju znatan utjecaj na izbor i kupovinu hrane. Uzimajući u obzir koncept održivoga razvoja, koji se često poistovjećuje s brigom o okolišu te svodi na usklađenost razvoja s održanjem i očuvanjem biološke raznolikosti i osnovnih ekoloških postulata, najveći broj ispitanika cijeni domaće ekološke proizvode. Smatraju da je važno da su hrvatskoga podrijetla, ali ne smatraju da certifikat jamči kvalitetu i sto postotnu eko proizvodnju. Na kraju navedenoga, postavlja se pitanje, na koji način razviti domaće tržište eko proizvoda, ako imamo hrvatske plaće, a europske cijene? Jesmo li razvili dovoljnu razinu samosvijesti promatrajući situaciju po načelu dobrog gospodarstvenika, koji se prema prirodi ne odnosi u sadašnjem vremenu, nego radi na očuvanju prirodnih resursa, kako bi nadolazećim generacijama osigurao održivu budućnost kroz ekološku etiku? Uzimajući u obzir da je održivim turizmom potrebno zadovoljiti potrebe lokalnoga stanovništva i gostiju uz očuvanje okoline, postavlja se hipoteza da ga ne treba marketinški isprazno veličati, već živjeti kao datost stila života u koji smo svi uključeni i za koji sve više pokazujemo višestruki interes.

SUMMARY

In light of the tendency of the development of tourism, linking industrial and traditional heritage, within the contemporary agricultural production, with all the general and specific needs, the advantage of Osijek – Baranja County is reflected in the areas suitable for the production of healthy food. Taking into account the multi-functional role of food as a strategic direction of development of rural tourism, based on many years monitoring the increase in the number of registered organic producers and extrapolation of the linear trend, indicating a tendency of increasing the number of registered organic producers, it raises the hypothesis that family farms recognized the potential of environmentally sustainable production and marketing of the same function in rural tourism. All of

this, and many more unspoken, in order to raise awareness of local people about the cultural identity, customs, traditions, protecting the environment and strengthening indigenous and ecological production based on the sustainable development of the future, helping the development of rural areas of Osijek – Baranja County as a destination recognized by healthy food suitable ethno and culinary offer. Given the fact that the chain indices of relative dynamics visible increase in the number of organic products in Croatia, and that is the need of quality monitoring the use and presence of organically produced food, on the random sample conducted testing. Useful information about the attitudes, behavior and preferences of consumers of organic products in Croatia indicate the biggest obstacles to buying organic products, and the lack of supply and high prices, which have a significant impact on the selection and purchase of food. Taking into account the concept of sustainable development, which from time to time identified with the environmental protection and reduces the development of compliance with the maintenance and preservation of biodiversity and essential ecological processes, most respondents appreciate organic products. They consider that it is important that the Croatian origin, but do not consider that a certificate guaranteeing the quality and hundred percent eco production. At the end of the above, the question arises, how to develop the market of organic products, if we have a Croatian salaries and European prices? Have we developed sufficient level of self-confidence looking at the situation on the principle of good businessmen, who according to nature does not apply in the present, but for the preservation of natural resources, in order to secure the future of the coming generations measurable sustainable growth of environmental ethics? Considering that sustainable tourism is necessary to meet the needs of local people, guests and conservation services and the environment, there is a hypothesis that it does not need to glorify, but to live as a given way of life in which we are all involved and which increasingly show multiple interests.

Ključne riječi / Keywords: Održivi turizam, Poljoprivredna gospodarstva, Ruralni turizam, Zdrava hrana, Zaštita okoliša / Sustainable tourism, Ecological production, Rural Tourism, Health Food, Environment

1. UVOD

U svjetlu tendencija razvoja turističke ponude, povezivanja poljoprivredne, industrijske i tradicijske baštine, u okvirima suvremene poljoprivredne proizvodnje, sa svim općim i specifičnim potrebama, prednost Osječko-baranjske županije ogleda se u površinama pogodnim za proizvodnju zdrave hrane, ali i višestoljetnoj tradiciji autohtone poljoprivrede.

Uzimajući u obzir polivalentnu ulogu hrane kao stratešku smjernicu razvoja ruralnoga turizma, a na osnovi višegodišnjega praćenja porasta broja registriranih ekoloških proizvođača te ekstrapolacije linearnoga trenda, koji upozorava na tendenciju povećanja broja registriranih ekoloških proizvođača, postavlja se hipoteza da su obiteljska poljoprivredna gospodarstva prepoznala potencijal ekološki održive proizvodnje i stavljanja iste u funkciju ruralnog turizma. Sve to, u cilju podizanja razine svijesti lokalnoga stanovništva o kulturnome identitetu, običajima, tradiciji, zaštiti okoliša te jačanju autohtone ekološke proizvodnje temeljem koncepta održivoga

razvoja u budućnosti, pomaže razvoju ruralnih krajeva Osječko-baranjske županije kao destinacije prepoznate po zdravoj hrani te vrijednoj eno i gastro ponudi.

2. PROIZVODNJA ZDRAVE HRANE U OKVIRU OBITELJSKIH POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTAVA NA PODRUČJU OSJEČKO – BARANJSKE ŽUPANIJE

S obzirom na to da se ekološki uredna „zdrava hrana“ sve češće spominje, ipak tek mali broj hrvatskih proizvoda može nositi oznaku „ekološki proizvod“, no, optimizam budi činjenica da broj ekoloških proizvođača raste.

Svoje bogatstvo, kada govorimo o proizvodnji zdrave hrane, Osječko – baranjska županija dokazuje sve iskusnijim ekološkim proizvođačima te njihovim znamenitim proizvodima povezanim s tradicionalnim metodama proizvodnje koja omogućuje jedinstvene okuse pružajući turistima ali i lokalnom stanovništvu raznovrsnost i autentičnost koja se sve više traži.

U okviru poticanja povezivanja turizma i poljoprivrede, županijsko povjerenstvo za

potpore u ruralnom turizmu ove je godine objavilo Javni poziv za dodjelu potpora u svrhu ulaganja u autohtonu eno i gastro ponudu na području Osječko-baranjske županije čiji je cilj povećanje proizvodnje i stvaranje novih tržišta za domaće proizvode. Tako se ukazalo na važnost lokalnih proizvoda kako bi se skratili lanci opskrbe, te tako izbjegli posrednici kako bi proizvođači putem direktne prodaje pružateljima usluga u turizmu i ugostiteljstvu ostvarili profit.

Na području Županije, pružatelji usluga u ugostiteljstvu i turizmu često rade greške jer se oglašavaju u vrijeme kada prodaja počne opadati. U tom slučaju, usmjerili su se na posljedicu, a ne na uzrok, odnosno razloge opadanja i prilagođavanje ponude prema zahtjevima tržišta koje se učestalo mijenja.

Upravo stoga, potaknuti lokalno stanovništvo i turiste na potrošnju proizvoda lokalnih proizvođača te tako ugostiteljske objekte na području Županije podići na višu razinu kroz turizam - kao važnu granu Osječko-baranjske županije, nije lako, no na tome je potrebno sustavno raditi.

Upravo stoga, važno je usmjeriti se na potrebe, želje i zahtjeve potrošača te tako promovirati i brendirati hranu kojoj se može vjerovati, koja u proizvodnji podupire vrijednost, okruženje i čuva okoliš. To pruža podršku obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima i odbacuje masovnu proizvodnju u korist izvorne kvalitete i veće profitabilnosti.

Istodobno, gastro ponuda ima poseban značaj u promidžbi turističkih destinacija i lokalnih proizvođača jer se kroz turizam baštine usredotočen na autentičnost i kvalitetu kojom se oživljavaju lokaliteti za posjetitelje, a staro postaje novo (Kušen E. i dr. 2006.).

Upravo stoga, nužno je razviti partnerski odnos lokalne zajednice s turizmom kako bi se kroz održivi razvoj omogućilo korištenje lokalnih proizvoda, povećale zdrave prehrabne navike potrošača pod motom „konzumirajmo domaće“, a ugostiteljskim objektima stvorila dodana vrijednost na pruženu uslugu, i, naposljetku, destinacije Osječko-baranjske županije učinile prepoznatljivim na tržištu.

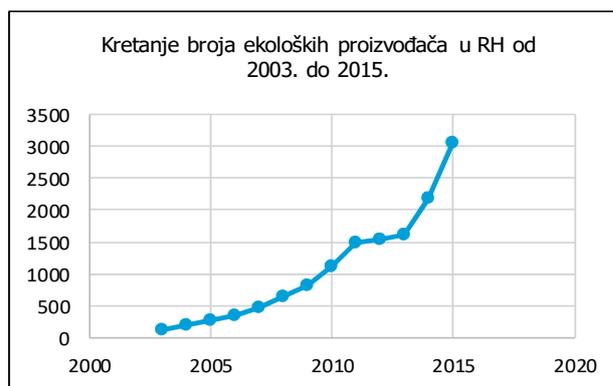
Govoreći o domaćoj i zdravoj hrani, Hrvatska je jedna od svega nekoliko zemalja na svijetu u kojoj ekološka poljoprivreda još nije značajnije zaživjela, no, ipak možemo govoriti o relativnoj dinamici rasta broja ekoloških proizvođača u Republici Hrvatskoj koja je vidljiva u Tablici 1.

TABLICA 1: BROJ FIZIČKIH I PRAVNIH OSOBA U EKOLOŠKOJ PROIZVODNJI U REPUBLICI HRVATSKOJ

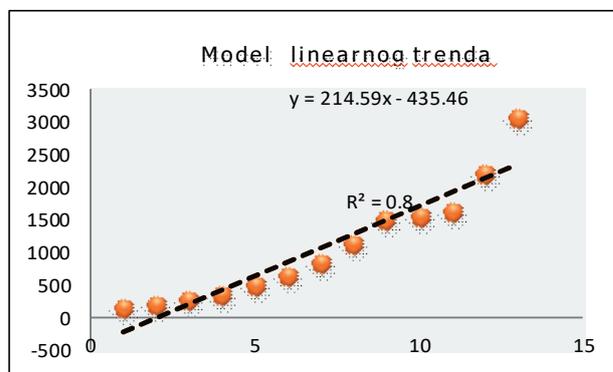
Godina	Broj proizvođača	Lančani indeksi
2003.	130	-
2004.	189	1,45
2005.	269	1,42
2006.	342	1,27
2007.	477	1,39
2008.	632	1,32
2009.	817	1,29
2010.	1125	1,37
2011.	1494	1,33
2012.	1528	1,02
2013.	1609	1,05
2014.	2194	1,36
2015.	3061	1,40

Izvor: mps.hr uz vlastitu nadopunu

DIJAGRAM 1: KRETANJE BROJA EKOLOŠKIH PROIZVOĐAČA U REPUBLICI HRVATSKOJ OD 2003. DO 2015.



DIJAGRAM 2: MODEL LINEARNOG TRENDNA



S obzirom na to da je iz lančanih indeksa vidljiva relativna dinamika porasta broja ekoloških proizvođača u Republici Hrvatskoj, a da model linearnog trenda ukazuje na tendenciju

povećanja broja registriranih ekoloških proizvođača u skorijoj budućnosti i to za $b = 214,95$ odnosno, približno 215 proizvođača za svaku narednu godinu, trendom je moguće predvidjeti smjernice kretanja ispitivane socio – demografske pojave u razdoblju od 2016.godine nadalje kroz ekstrapolaciju vrijednosti koje pristaju linearnoj crti trenda.

2.1. Rezultati istraživanja o ekološkim proizvodima na području Osječko – baranjske županije

Uzimajući u obzir potrebu kvalitetnoga praćenja korištenja i zastupljenosti ekološki proizvedene hrane, na slučajnome je uzorku ($n=100$) provedeno anketno ispitivanje koje je dalo korisne informacije o ponašanju, stavovima i preferencijama potrošača ekoloških proizvoda proizvedenim u okviru obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava Osječko – baranjske županije.

Na početku samog istraživanja, htjeli smo doznati odnos ispitanika prema ruralnom prostoru te smo pitali iste koliko cijene selo, poljoprivredu, domaće proizvođače, te, vjeruju li u kvalitetu, ispravnost i pouzdanost njihovih proizvoda. Svojim odgovorima, većina ispitanika (70%) pokazala je naklonost prema selu i poljoprivredi koje cijene u potpunosti, dok je čak 77% ispitanika odgovorilo kako domaće proizvođače isto tako cijene.

Povjerenje domaćim proizvođačima iskazalo je 50% ispitanika, 24% u potpunosti, dok je 2% ispitanika još nepovjerljivo.

Grafikon 1. Raspodjela odgovora na prvo tematsko pitanje



Izvor: Roberta Kljenak, istraživanje

Iz proporcije uzorka ispitanika anketa je pokazala da većina ispitanika, čak 63 %, troši proizvode ekološkoga podrijetla, bilo da je riječ o kupnji ili vlastitom uzgoju. Stoga, polazimo od pretpostavke da većina kupuje proizvode dobivene ekološkom proizvodnjom te ih konzumira.

Kroz metodu ankete, došlo se, također, do odnosa ispitanika prema domaćem proizvodu.

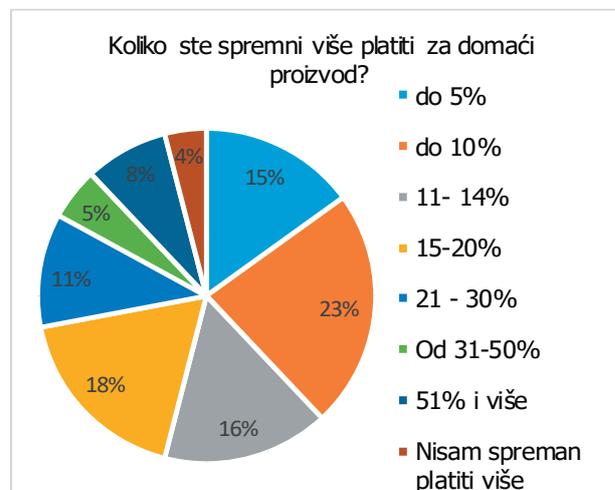
52% ispitanika u pitanju: „Je li Vam važno hraniti se domaćim, hrvatskim proizvodima“, odgovara potvrdno, 19% njih na isto pitanje daje negativan odgovor, a preostalih 29% odgovara sa „svejedno mi je“.

77% ispitanika smatra domaće proizvode zdravijim od uvoznih, 11% ne smatra, dok 12% ne zna jesu li zaista zdraviji.

61% ispitanika spremno je za domaći i ekološki proizvod platiti veću cijenu, što je pokazatelj da potrošači cijene ove proizvode.

Najviše ispitanika, 23% spremno je platiti do 10% više, dok je 18% ispitanika spremno platiti od 15-20% više.

Grafikon 2. Raspodjela odgovora na drugo tematsko pitanje



Izvor: Roberta Kljenak, istraživanje

Kroz iduću grupu pitanja, metoda ankete pokazuje stavove ispitanika prema tržištu eko proizvoda, kao i pokazatelje utjecaja eko komponente u proizvodnji hrane koja postaje sastavni dio turističke ponude.

Najveće su prepreke za kupnju domaćih ekoloških proizvoda manjak ponude (41%) te više cijene koje imaju znatan utjecaj na izbor i kupnju hrane.

Ispitanici s većim prihodima prije će kupiti ekološke proizvode iako su skuplji nego ispitanici s manjim prihodima.

Glede ponude ekoloških proizvoda na domaćem tržištu, ispitanicima je dana na ocjenjivanje raspoloživost i zadovoljstvo ponuđenim. Iste su anketirani ocjenjivali s pomoću ordinalne skale ocjenom u razmaku od minimalno (1) do maksimalno (5). Najveći broj ispitanika (40 %) ocijenio je ponudu ocjenom dobar (3).

Najviše njih najčešće kupuje ekološko povrće i svježe voće, a najmanje meso i mesne prerađevine. Kod kupovine ekoloških proizvoda potrošači najveću važnost pridaju okusu i cijeni te isti proizvod smatraju garancijom da jedu zdravu hranu, ali ipak većina (79%) ne vjeruje da sam certifikat jamči kvalitetu i 100%-tnu eko proizvodnju zbog nepoštenih proizvođača.

Najveći broj ispitanika cijeni domaće ekološke proizvode i pri tome smatra da je važno da su hrvatskoga podrijetla.

Na pitanje o kvaliteti ekoloških proizvoda ispitanici su odgovorili na isti način kao kod pitanja vezanog uz ponudu ekoloških proizvoda na hrvatskome tržištu. Najveći broj ispitanika ocijenio je kvalitetu ekoloških proizvoda ocjenom dobar (3). Većina bi ispitanika tržište organske hrane razvila snižavanjem cijena ekoloških proizvoda, a također bi 79 % njih češće kupovalo navedene proizvode da im je cijena niža.

Pretpostavka za brži razvitak i povećanje potrošnje ekoloških proizvoda proizvedenih u okviru obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava Osječko – baranjske županije je povećanje informiranosti potrošača kroz strategiju diferencijacije. Ista se zasniva na razlikovanju i isticanju vlastite ponude u odnosu na konkurente (primjerice razlike u kvaliteti, trajnosti i pouzdanosti) te oglašavanju proizvoda putem različitih medija.

3. SINERGIJA POLJOPRIVREDE I PROIZVODNJE HRANE S TURIZMOM KAO OSNOVA ZA OPSTANAK STANOVNIŠTVA U OSJEČKO – BARANJSKOJ ŽUPANIJI

Za osiromašenu Osječko – baranjsku županiju je posebno značajan razvitak ruralnog turizma koji ima velike mogućnosti samozapošljavanja, u formi obiteljskog poduzetništva putem koga se otvaraju značajne mogućnosti plasmana poljoprivrednih proizvoda obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava.

U razvoju istog, pridaje se pozornost manifestacijama čiji je cilj promicanje eno i gastro ponude, kulturne baštine, tradicije i narodnih običaja, kao dodatan sadržaj za turiste i lokalno stanovništvo kroz materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu.

Svjesna činjenice da bez odgovarajućih markentiških aktivnosti naši proizvođači neće imati očekivani uspjeh, Osječko – baranjska županija je kroz financiranje raznih manifestacija sajamskog i takmičarskog karaktera proizvođačima autohtonih proizvoda omogućila prezentaciju kako bi se na najbolji način povezal urbano i ruralno.

Urbano obično omogućuje visoku razinu usluge – visokokategorizirane hotele, dostupnost i mogućnost večernjih izlazaka, dok ruralno omogućuje bijeg od svakodnevne žurbe i povratak u netaknutu prirodu protkanu očuvanim običajima iz prošlosti (Geić S. 2011.).

Važan pokretač razvoja ruralnog turizma Osječko-baranjske županije je razvoj vinskog (eno) turizma zbog kojeg možemo reći da smo na našem prostoru na najkvalitetniji način „sljubili vino i hranu“, a s ciljem brendiranja Slavonije i Baranje kao regije vrhunskih vina i izvrsne hrane.

Uzimajući u obzir da smo među kontinentalnim županijama, u samom vrhu u razvoju ruralnog turizma, nadamo se da će se obiteljska poljoprivredna gospodarstva sve više okretati proizvodnji ekoloških proizvoda kako bi selo ostalo živo, a oni svoj dohodak ostvarili iz pružanja usluga u ruralnom turizmu.

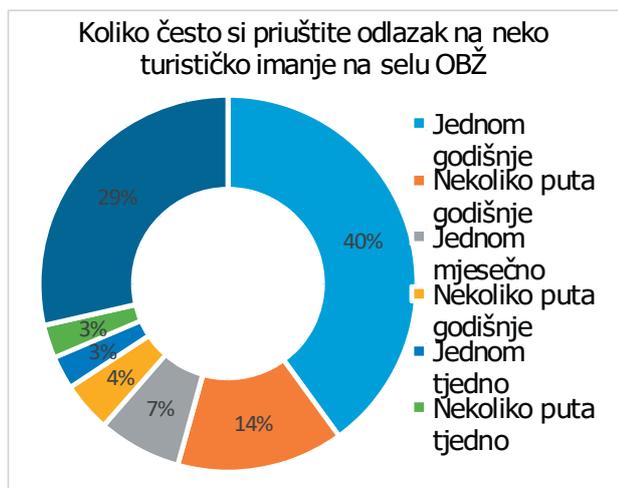
Zahvaljujući provedenom anketnom istraživanju o obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima kao mikro nositeljima ruralnog turizma, ovaj je dio rada baziran na pokazatelje sinergije poljoprivrede i proizvodnje hrane s turizmom kao osnovom za opstanak stanovništva u Slavoniji i Baranji, razloge, učestalost i cjenovnu prihvatljivosti posjećivanja istih od strane lokalnog stanovništva i stanovništva različitih županija Republike Hrvatske.

U ovom je dijelu prvo postavljeno pitanje ispitanicima bilo: „Koliko često si priuštite odlazak na neko turističko imanje na selu u okviru Osječko – baranjske županije“.

Od 100 ispitanika, 40% si priušti jednom godišnje odlazak na turističko imanje smješteno u ruralnom području Osječko – baranjske županije, a samo 3% nekoliko puta tjedno, što nas dovodi do postavljanja hipoteze kako je u

ovo vrijeme posjet seljačkom gospodarstvu na području Županije još uvijek ekskluziva.

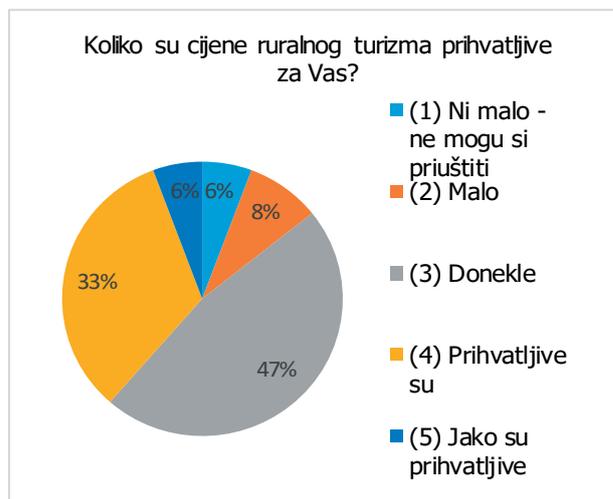
Grafikon 3. Raspodjela odgovora na prvo grupirano anketno pitanje



Izvor: Roberta Kljenak, istraživanje

Nadalje, u idućem pitanju ispitanici su se susreli s ordinalnom skalom u rasponu od 1 do 5 gdje je evaluirana cjenovna prihvatljivost ispitanika prilikom posjećivanja navedenih imanja. Najviše ispitanika (47% njih) odabralo je treću opciju (koja je predstavlja terminologiju „donekle“).

Grafikon 4. Raspodjela odgovora na drugo grupirano anketno pitanje



Izvor: Roberta Kljenak, istraživanje

Samo 6% ispitanika smatra da su kada govorimo o ruralnom kontinentalnom turizmu cijene jako prihvatljive, dok isto toliko ispitanika smatra da nisu.

Prilikom odgovora na treće pitanje: „Kada biste išli na obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo što biste voljeli vidjeti, a što bi Vas privuklo“, najviše je ispitanika napisalo: domaće životinje u ekstenzivnom uzgoju kojima se i djeca raduju, tradicionalni poljoprivredni proizvodi dostupni za degustaciju, netaknuta priroda, ugodan i originalno uređen ambijent u kojem se u određenom vremenskom razdoblju mogu ubrati plodovi. Ispitanicima je, isto tako, značajan odnos domaćina prema gostu. Od istog očekuju ljubaznost i edukaciju o lokalnoj proizvodnji. Žele čuti sve o načinu poslovanja. Zanima ih proizvodnja i prerada proizvoda koje će degustirati, a potom i kupiti. Kroz priču i obilazak gospodarstva žele osjetiti život na selu kako bi spoznali nove vrijednosti i doživjeli usmenu predaju tradicije.

Dakle, neprijeporno je značenje razvojne funkcije ruralnog turizma u Osječko – baranjskoj županiji koji obuhvaća ekonomske, socijalne i kulturološke promjene, a čija je temeljna vrijednost susret ljudi raznolikih životnih iskustava, tradicije, kulture, vještina i znanja uz motiv stvaranja nove kvalitete življenja.

Upravo stoga, seoski (ruralni) turizam omogućuje bijeg od ubrzanog načina života u kojem se, zahvaljujući dnevnim obvezama i tehnološkom napretku, sve više otuđujemo jedni od drugih.

Turist teži miru u netaknutoj prirodi protkanoj očuvanim običajima iz prošlosti gdje je kvaliteta ruralnog turizma osobito znamenita jer

ne prolaze „turizam doživljaja sami“, već s onima s kojima u tom trenutku grade određene odnose, tj. s lokalnim stanovništvom, domaćinima i drugim gostima, pa i domaćim životinjama, ako su dio ponude.

Imajući u vidu rečena određenja kojima sve više težimo, jasno je da se razlikuju od naših svakodnevnih okruženja i životnih okolnosti. Stoga se nameću pitanja pružaju li aktivnosti u prirodi, rekreaciju, očuvanje zdravlja, upoznavanje s uzgojem i proizvodnjom, te kušanje hrane specifične za regiju i, naposljetku, ispunjavaju li naše primarne psihosocijalne motive, odnosno doživljaj i emocije kao ključ intenzivnog užitka u ruralnom turizmu Osječko – baranjske županije?

Očigledno, sve je više nazočna potražnja turista, ali i lokalnog stanovništva prema obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima koja se bave tradicionalnom i ekstenzivnom proizvodnjom.

Posjećujući ista, oni priželjkuju, makar na trenutak, osjetiti život na selu, a gledajući „slobodne“ domaće životinje koje se ponašaju karakteristično za svoju vrstu, posjetioci osjećaju pravi život na selu. Osjećaju mir i sreću zbog humanog odnosa vlasnika prema životinjama.

Ipak, i danas, u vremenu kad se sve više pozornosti posvećuje razvoju i marketingu kontinentalnog turizma, samo 21% ispitanika preferira odmor u okviru ruralnog kontinentalnog turizma, dok većina ispitanika, odnosno 79% njih i dalje daje prednost primorju.

Odgovarajući na iduće pitanje: „Što može privući turiste na odmor u okviru ruralnog turizma Osječko - baranjske županije“, većina je ispitanika navela: etno sela, kvalitetnu ponudu i pristupačne cijene, netaknutu prirodu, krajolik, vinske ceste, ekstenzivan uzgoj domaćih životinja s kojima mogu ostvariti interakciju, domaća tradicionalna jela u čijoj izradi mogu pasivno sudjelovati komuniciranjem s domaćinom i promatranjem, stari zanati, priče, legende te toplo, široko srce domaćina.

Kao najzanimljivije obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Osječko - baranjske županije koje pruža uslugu kušanja domaćih proizvoda, većina je ispitanika prilikom odgovora na šesto pitanje navela odgovor „ne znam“ koji ukazuje na nedostatak i potrebu snažnijeg marketinga za obiteljska poljoprivredna gospodarstva. Preostali ispitanici su naveli: seosko domaćinstvo Zlatni Lug, seosko gospodarstvo Ivica i Marica u Karancu, Podrume Kolar u Suzi, seosko

gospodarstvo Lacković u Bilju i Ekogospodarstvo Orlov put u Bilju.

Birajući najzanimljiviji restoran Osječko - baranjske županije koji pruža uslugu kušanja domaćih proizvoda, najveći broj ispitanika je naveo: Kormoran u Kopačkom ritu, restoran Zelena žaba u Kopačevu, Hotel Lug, Baranjsku kuću u Karancu, restoran Citateda u Vardarcu, restoran „Darócz“ u Vardarcu i Didin konak u Baranji.

3.1. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva trebaju agresivniji marketing

Iz prethodno dobivenih rezultata moglo se zaključiti da obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima još uvijek nedostaje adekvatan marketing kako bi privukli turiste i lokalno stanovništvo te tako ostvarili dodanu vrijednost za svoje proizvode i usluge. Naime, s rezultatima odgovora na pitanje: „Za koliko domaćih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava znate, makar po nazivu“, potvrdilo se uvjerenje o nedostatku i potrebi agresivnijeg i učinkovitijeg marketinga.

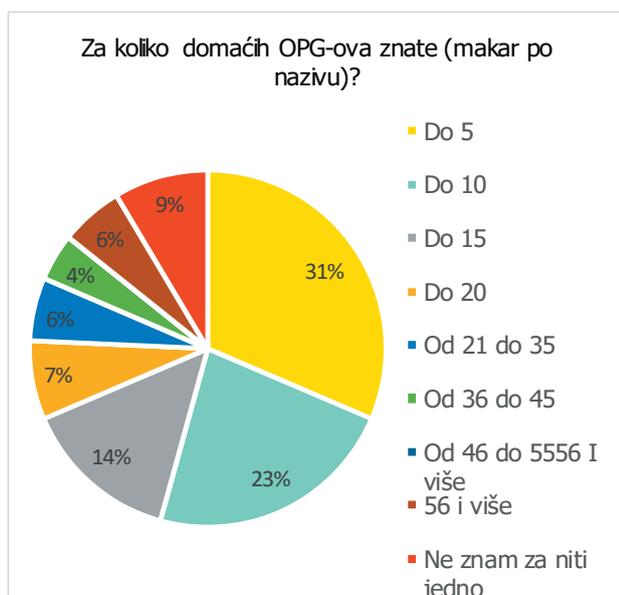
Začudjuća je spoznaja da u Osječko – baranjskoj županiji gdje je poljoprivreda najvažnija gospodarska djelatnost, ispitanici oskudjevaju osnovnim podatkom o obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima koja marno proizvode vrhunske domaće proizvode.

Upravo je stoga, kroz istraživanje dokazano da obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima još uvijek nedostaje učinkoviti marketing kako bi privukli turiste i lokalno stanovništvo.

Iz tog razloga, nužno je hitno i intenzivnije promovirati domaće poljoprivredne proizvođače i njihove proizvode, smanjiti potrošnju uvoznih proizvoda kupovinom domaćih i time staviti kruh u ruke domaćem čovjeku.

Kada govorimo o razvitku ruralnog područja, isti je moguć zadovoljavanjem potreba lokalnog stanovništva ali i gosta kako bi se stvorio prostor za gospodarski oporavak i povratak mladih. Kupnjom i konzumacijom kvalitetnih i zdravih domaćih proizvoda, štitimo prostor, štitimo identitet, štitimo tradiciju, štitimo domaćeg proizvođača, štitimo život na ovim prostorima.

Grafikon 5. Raspodjela odgovora na četvrto grupirano anketno pitanje



Izvor: Roberta Kljenak, istraživanje

Upravo zbog navedenih je spoznaja ostatak rada posvećen jednom od mnogih hvalevrijednih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava na području Osječko – baranjske županije, Krivić – ranč Bonanza.

3.2. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Krivić – ranč Bonanza – Case Study

Gotovo mitski, u središtu je Bizovca, sedamdesetogodišnji Vlado Krivić, 1996. g. kada je u Njemačkoj kupio prve konje iz konjogojskih farmi od Hamburga do Hannovera i Holsteina, odlučio živjeti stvarnost mladenačkih snova, i stvoriti bajkoviti ranč ekstenzivnog uzgoja konja.

Ovaj sanjar, znao je da će prvi zarađeni novac potrošiti upravo na kupovinu pašnjaka, a tako i bi.

Njegovi su konji postali veličanstveni natjecatelji, a on je osvojio brojne nagrade. Kad bi ga pitali koja mu je najveća, rekao bi: "ljubav prema jahanju prenesena na ununučad".

Najviše ga veseli trenutak dolaska ždrijebeta koje po rođenju pokazuje odlike temperamentnih roditelja.

Tijekom dvadesetak godina njegovim je rančom prošlo 150 konja, a posao radi zbog ljubavi prema uzgoju, križanju i selekciji najlegantnijih životinja na svijetu.

Zbog velike se stručnosti može pohvaliti s brojnim uzgojenim grlima Hrvatskih sportskih konja, no osobito se diči Cezarom – jednim od najtrofejnijih sportskih konja u Hrvatskoj.

Na njegovom se gospodarstvu osim konja mogu vidjeti i mangulice, odnosno svinje bez kolesterola koje uzgaja na dva hektara otvorenih pašnjaka kako bi dobio kvalitetnu sirovinu vrhunske i prepoznatljive kvalitete, kakvu danas ne dobivamo u intenzivnoj proizvodnji.

S obzirom na to da zbog vrhunske kvalitete i pozitivnog kolesterola meso mangulica u mesnicama zapadne Europe doseže cijenu i do 50 eura po kilogramu (a da ne govorimo o skupljim suhomesnatim prerađevinama), te da se cijena jednog praseta na domaćem tržištu kreće oko 100 eura, Vlado u ovome, a s obzirom na niske zahtjeve svinja, vidi dobru ekonomsku perspektivu. Planira stoga prerađivati proizvode i za vanjsko tržište.

4. ZAKLJUČAK

Premda se „zdrava hrana“ sve češće spominje, tek mali broj hrvatskih proizvoda nosi oznaku „ekološki proizvod“, ipak, optimizam budi činjenica da broj ekoloških proizvođača raste.

U svjetlu tendencija razvoja turističke ponude, povezivanja industrijske i tradicijske baštine, u okvirima suvremene poljoprivredne proizvodnje, sa svim općim i specifičnim potrebama, komparativna prednost Osječko–baranjske županije ogleda se upravo u površinama pogodnim za proizvodnju zdrave hrane.

Uzimajući u obzir polivalentnu ulogu hrane kao stratešku smjernicu razvoja ruralnoga turizma, a na osnovi višegodišnjega praćenja porasta broja registriranih ekoloških proizvođača te ekstrapolacije linearnoga trenda, koji upozorava na tendenciju povećanja broja registriranih ekoloških proizvođača, postavlja se hipoteza da su obiteljska poljoprivredna gospodarstva prepoznala potencijal ekološki održive proizvodnje i stavljanja iste u funkciju ruralnog turizma.

Za to je nužno podizanje razine svijesti lokalnoga stanovništva o kulturnome identitetu, običajima, tradiciji, zaštiti okoliša uz jačanje autohtone ekološke proizvodnje temeljem održivoga razvoja u budućnosti, što pomaže razvoju ruralnih krajeva Osječko–baranjske županije kao destinacije prepoznate po zdravoj hrani te pogodnoj eno i gastro ponudi.

Informacije o stavovima, ponašanju i preferencijama potrošača ekoloških proizvoda u Republici Hrvatskoj ukazuju na najveće prepreke za kupovinu ekoloških proizvoda, odnosno na manjak ponude i visoke cijene, koje imaju znatan utjecaj na izbor i kupovinu hrane.

Iz dobivenih se rezultata može zaključiti da obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima još uvijek nedostaje odgovarajući marketing kako bi privukli turiste i lokalno stanovništvo te tako ostvarili dodanu vrijednost za svoje proizvode i usluge. Većina ispitanika samo jednom godišnje posjećuje obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja pružaju usluge ruralnog turizma.

Najviše ispitanika (47.1%), kada govorimo o cjenovnoj prihvatljivosti ruralnog turizma u okviru obiteljskih poljoprivrednih gospodarstva smatra da je ista „donekle“ prihvatljiva, dok samo 5.7% ispitanika smatra da su cijene maksimalno prihvatljive, a isto toliko da uopće nisu pristupačne.

Prilikom odlaska na obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo, ispitanike najviše privlače domaće životinje u ekstenzivnom uzgoju kojima se i djeca mogu obradovati, degustacija tradicionalnih poljoprivrednih proizvoda, netaknuta priroda, originalno uređen i ugodan ambijent, no isto im je tako važan odnos domaćina prema njima. Od istog očekuju ljubaznost i edukaciju. Žele čuti sve o načinu poslovanja. Zanima ih proizvodnja i prerada proizvoda koje će degustirati, a potom i kupiti. Kroz priču i obilazak gospodarstva žele osjetiti život na selu kako bi spoznali nove vrijednosti i doživjeli usmenu predaju tradicije.

Etno sela, kvalitetna ponuda, pristupačne cijene, netaknuta priroda, raskošan krajolik, vinske ceste, stari zanati, priče, legende, te ekstenzivan uzgoj domaćih životinja s kojima je ostvariva interakcija, a sve to uz domaća i tradicionalna jela u čijoj je izradi moguće pasivno sudjelovati (komunikacija s domaćinom i promatranje postupka pripreme), te toplo, široko srce domaćina samo su neki od navedenih razloga privlačenja turista na odmor u okviru ruralnog turizma Osječko - baranjske županije.

No, i dalje je ruralni kontinentalni turizam u sjeni Jadrana kojeg, kada govorimo o odmoru, preferira čak 79% ispitanika.

Uzimajući u obzir da je održivim turizmom potrebno zadovoljiti potrebe lokalnoga stanovništva, gostiju te očuvanje tradicijske baštine i okoline, potvrđena je hipoteza da ga ne treba veličati, već živjeti kao datost stila života u koji

smo svi uključeni i za koji sve više pokazujemo interes. No, ipak, nameće se pitanje, jesmo li razvili dovoljnu razinu samosvijesti promatrajući situaciju po načelu dobrog gospodarstvenika, koji se s pažnjom odnosi prema prirodi odnosi te radi na očuvanju prirodnih resursa, kako bi nadolazećim generacijama osigurao budućnost na konceptu održivoga rasta i ekološke etike?

5. LITERATURA

1. Republika Hrvatska. Ministarstvo poljoprivrede, Broj fizičkih i pravnih osoba u ekološkoj proizvodnji 2016. URL: <<http://www.mps.hr/default.aspx?id=6184>> (11.12.2016.)
2. Geić S. Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, 2011.
3. Kušen E. i dr. Ekoturizam i ruralni turizam: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam Zagreb 2006.

PARKOVI PRIRODE – OKOSNICA RAZVOJA TURIZMA KONTINENTALNE HRVATSKE/ NATURE PARKS - DEVELOPMENT OUTLINE OF TOURISM IN CONTINENTAL CROATIA

Vanessa Zagorščak, bacc.oec.
Visoka škola Virovitica

Božidar Jaković, mag.oec.
Visoka škola Virovitica
Odjel za turizam

dr.sc. Dejan Tubić
Visoka škola Virovitica
Odjel za turizam

SAŽETAK - Parkovi prirode nasuprot nacionalnih parkova imaju niži stupanj atraktivnosti resursa, međutim prema zakonskoj regulativi dopuštena je veća ekonomska korištenost te samim time, kao zaštićena područja imaju izuzetan potencijal postati nositelji turističkog razvoja kontinentalne Hrvatske. Nedostatak se očituje u nedovoljnoj institucionalnoj potpori te raznim problemima s ekonomskog aspekta. Stoga, parkovi prirode moraju ulagati veće napore kako bi poboljšali postojeće stanje i posjećenost turista. Prvenstveno se to odnosi na ulaganje u turističku infrastrukturu i suprastrukturu te potpunu prilagodbu cjelokupne ponude i ostalih pratećih sadržaja. Svrha rada je utvrditi mogućnosti i ograničenja razvoja turizma u parkovima prirode na području Kontinentalne regije Republike Hrvatske. Na temelju prikupljenih podataka, cilj je osigurati osnovu za definiranje smjernica za razvoj turizma u parkovima prirode i okolnih područja.

Ključne riječi: turistički trendovi, razvoj turizma u zaštićenim područjima, Nacionalni parkovi, Parkovi prirode, strateško usmjerenje razvoja turizma

SUMMARY - Nature parks opposed to national parks have a lower level of resources attractiveness, however according to law regulations greater economic use is allowed and therefore as protected areas have an exquisite potential in becoming the agents of tourism development in continental Croatia. The disadvantage is reflected in insufficient institutional support and various problems from the economic aspect. Therefore, nature parks have to invest greater efforts to improve the current situation and visitations of tourists. Primarily it is meant on investment in tourism infrastructure and superstructure and complete customization of the overall supply and other accompanying offer. The purpose of the study is to determine the possibilities and the limitations of tourism development in nature parks in continental region of Croatia. Based on collected data, the goal is to provide the basis for the definition of guidelines for development of tourism in nature parks and surrounding areas.

Key words: tourism trends, tourism development in protected areas, national parks, nature parks, strategic management in development of tourism

1. UVOD

Turizam kao globalno rastuća društvena ekonomska pojava generira veliku važnost u gospodarstvu zemlje. Usporedno sa razvojem turizma kroz stoljeća, razvijaju se i trendovi koji se pojavljuju sukladno preferencijama i potrebama „novih turista“. Takvi turisti ostavljaju duboke implikacije na sve društveno-ekonomske sektore. Sukladno potrebama turista, javljaju se selektivni oblici turizma u svrhu zadovoljavanja njihovih afiniteta, kao što je specifičan oblik turizma u zaštićenim područjima prirode. Tendencija povećane potražnje i interesa za outdoor rekreacijom nasuprot odmora u već tradicionalnim destinacijama masovnog turizma, odigrali su važnu ulogu u kreiranju takvog oblika

turizma. Govoreći o turizmu u zaštićenim područjima prirode, važno je definirati pojmove zaštite prirode i okoliša, kao i same zaštite prirode u Republici Hrvatskoj, gdje u okviru zaštite, Zakon o zaštiti prirode te Zakon o zaštiti okoliša čine temeljne zakonske okvire. Zakon o zaštiti prirode definirao je devet temeljnih kategorija zaštićenih područja u Republici Hrvatskoj, od kojih su najvažniji nacionalni parkovi te parkovi prirode i kao predmet ovoga rada.

Nacionalni parkovi u Republici Hrvatskoj s znatno većom zakonskom zaštitom umnogome ograničavaju dopuštene gospodarske djelatnosti i aktivnosti i dalje generiraju najveću posjećenost a time i prihode od turizma. Dodatni razlog tome je povećana institucionalna podrška te blizina nacionalnih parkova maritimnom području i velikoj koncentraciji turističke

potražnje. No, masovni oblici turizma i sezonalnost ukazuju na glavnu problematiku dosadašnjeg razvoja hrvatskog turizma. Nasuprot tome, parkovi prirode svojom brojnošću, površinom, atrakcijskom osnovom i nižim stupnjem zaštite koja omogućava dodatne gospodarske sadržaje danas čini veliki potencijal i moguću okosnicu razvoja turizma kontinentalne regije Republike Hrvatske.

2. ZAŠTITA PRIRODE I OKOLIŠA

Priroda i njezina zaštita u današnjem suvremenom svijetu od presudne su važnosti u svrhu postizanja i održavanja kvalitete života budućim generacijama (Funduk i Tišma, 2009.). U tom kontekstu posebno je važno govoriti o zaštiti okoliša. Kao pojam, zapravo obuhvaća skup odgovarajućih aktivnosti i mjera kojima je cilj sprječavanje onečišćenja i zagađenja okoliša u cjelini sprječavanje nastanka šteta, smanjivanje i/ili otklanjanje šteta nanesenih okolišu te povrat okoliša u stanje prije štete (Herceg, 2013.). No, govoreći o zaštiti prirode, misli se na sve odgovarajuće aktivnosti i mjere koje imaju za cilj sprečavanje štetnih aktivnosti, oštećenja ili zagađivanja prirode, smanjenje ili eliminiranje nastale štete i obnove prirode te dovođenje u prvotno stanje (Herceg, 2013./IUCN¹). Retrospektivno gledajući, čovjekov utjecaj na prirodu i okoliš imao je znatne negativne posljedice čime je vrlo brzo promijenio prirodne ravnotežne odnose (Springer i Springer, 2008.). Naime, suvremenim životnim stilom poremetila se ravnoteža i pa se u okolini dešava niz promjena koje bi mogle imati nesavladive posljedice (Springer i Springer, 2008.). No, čovjek, kao glavni uzročnik problema u okolišu svojim pozitivnim djelovanjem može biti i ključ rješenja svih okolišnih problema u suvremenom svijetu (Herceg, 2013.). Čovjekova svijest o prirodi, te shvaćanje da nije njezin gospodar, već da je dio samo jedne i jedinstvene prirode, te da za njega vrijede isti zakoni i pravila kao i za sve druge, dolazi u današnje vrijeme također sve više do izražaja (Springer i Springer, 2008.). Napredak se stoga, mora temeljiti na održivom razvoju i gospodarenju, što

znači da se racionalno iskorištavaju prirodna dobra te da odbacivanje otpadnih produkata proizvodnje mora biti podnošljivo za prirodu i okoliš, kako bi se oni mogli obnoviti i održati u tzv. "ekološkoj ravnoteži" (Springer i Springer, 2008.). Kao imperativ, na globalnoj i lokalnoj razini, nametnuta je potreba „da vlade, ministarstva, društveno-političke organizacije i građanske inicijative donose društvene norme (propise, zakone, odredbe, konvencije, protokole) koji obavezuju sve potpisnike, tj. vlade, gospodarske subjekte i građane na njihovo poštovanje" (Springer i Springer, 2008.:207.-208.).

3.1. Zaštita prirode u Republici Hrvatskoj

Govoreći o zaštiti prirode u okviru države, nužno je napomenuti da su zakonski okviri zaštite i očuvanja prirode i okoliša jedna od najvažnijih vrednota ustavnog poretka Republike Hrvatske. Ustavnim odredbama o pravu na zdrav život i zdrav okoliš osigurava se poboljšanje kakvoće življenja za dobrobit sadašnjih i budućih generacija (Springer i Springer, 2008.:229.). Sama zaštita prirode u Republici Hrvatskoj postala je tematikom znanstvenika već u drugoj polovici 19. stoljeća, na povećanje svijesti o potrebi zaštite velikog bogatstva prirodnih vrijednosti (Pavlus, 2009.). Deklaracijom o zaštiti okoliša u Republici Hrvatskoj, koju je Sabor 1992. godine donio, sadržano je opredjeljenje za izgradnju pravnog sustava sukladno međunarodnim ugovorima i standardima europske i svjetske zajednice, kojima će se osigurati trajna i sustavna zaštita prirode i okoliša (Springer i Springer, 2008.).

Razvoj zakonske regulative imao je poseban utjecaj na razvoj zaštite prirode u Republici Hrvatskoj, u nastojanju zaštite i očuvanja prirodnog bogatstva i ugroženih vrsta životinja i biljaka. Govoreći o zakonskoj regulativi u okviru zaštite prirode Republike Hrvatske, važno je spomenuti Zakon o zaštiti ptica (1893.), Zakon o lovu (1893.), te Zakon o zaštiti špilja (1990.), koji se uzimaju kao prvi zakonski akti čije je usmjerenje ukazivalo na zaštitu pojedinih prirodnih vrijednosti i rijetkosti (Pavlus, 2009.).

U tom kontekstu, važan je i Zakon o zaštiti okoliša (NN, 82/1994., 128/1999., 110/2007.) te Zakon o zaštiti prirode (NN, 70/2005.). „Zakonom o zaštiti okoliša utvrđena su obavezna polazišta u zaštiti okoliša na temelju općeprihvaćenih načela i načela međunarodnog prava. Utvrđuju se odgovornost za

¹Međunarodno udruženje za zaštitu prirode (Internacional Union for the Conservation of Nature and Natural Resources) utemeljena je 1948. godine i obuhvaća 83 države članice. Cilj joj je korištenje prirodnih resursa na znanstvenim osnovama te zaštita rijetkih vrsta i ugroženih prirodnih staništa. (Herceg, N.: Okoliš i održivi razvoj. Zagreb: Synopsis d.o.o. 2013.)

onečišćavanje okoliša, provođenje upravnog i inspekcijskog nadzora, obveza izrade strategije i izvješća o stanju okoliša, uvođenje katastra onečišćavanja, informacijskog sustava, praćenje stanja okoliša, osiguravanje javnosti podataka o stanju u okolišu i sudjelovanje javnosti te poticanje mjera zaštite okoliša” (Springer i Springer, 2008.:229).

Zakon o zaštiti prirode uređuje sustav zaštite i cjelovitog očuvanja prirode i njezine vrijednosti, a priroda je u sklopu tog zakona cjelokupna i biološka i krajobrazna raznolikost. Također, njezini temeljni principi osiguravaju odgovarajući stupanj zaštite i očuvanja cjelokupne prirode i njezinih vrijednosti, a tu se posebno normiraju područja i stupnjevi njihove zaštite i upravljanja (Springer i Springer, 2008.). Zaštićena područja Republike Hrvatske u sklopu tog zakona obuhvaćaju 9,52% ukupne površine kopna i 0,9% Jadranskog mora. Obuhvaćeno je 450 prostornih područja ili dijelova prirode, ukupne kopnene i morske površine od oko 610.000,00 ha. Tu se najveći dio zaštićenih područja odnosi na nacionalne parkove i parkove prirode (9,1% kopnene površine) (Springer i Springer, 2008.). Najznačajniju prekretnicu za razvoj sustava zaštite prirode su označile aktivnosti povezane s pripremama Republike Hrvatske za pristup Europskoj Uniji. Govoreći o institucionalnom okviru zaštite prirode u Republici Hrvatskoj, tada valja apostrofirati Ministarstvo kulture koje obavlja upravne poslove zaštite prirode u Republici Hrvatskoj (Pavlus, 2009.).

3. ZAŠTIĆENA PODRUČJA PRIRODE

Kada se generalno govori o važnosti zaštićenih područja prirode, nužno je naglasiti njihovu važnu ulogu u obogaćivanju kakvoće ljudskog življenja. Takva područja pružaju:

- uvjete za inspiracije, pronicavost i maštanje
- široke mogućnosti za provođenje slobodnih aktivnosti
- mogućnost fizičke, intelektualne i duhovne obnove
- mjesto za razumijevanje, edukaciju, i znanstveno istraživanje prirodnog sklada (Čížek, 1998.).

Zaštićena područja pod nadležnosti državnih ustanova za zaštitu prirode imaju glavnu ulogu u zaštiti izvornosti krajolika i prirodne ravnoteže, uz poticanje razvoja dozvoljenih gospodarskih djelatnosti (Ružić, 2011.).

Prethodno navedeni Zakon o zaštiti prirode osigurava zaštitu posebno vrijednim i značajnim dijelovima žive i nežive prirode. „Kako bi se u kratkom roku osigurala zaštita ugroženog i posebno vrijednog područja uveden je instrument privremene zaštite. Za vrijeme trajanja privremene preventivne zaštite, koja može trajati najviše 3 godine, na tom području primjenjuju se sve odredbe Zakona o zaštiti prirode” (Pavlus, 2009.:214.).

3.1. Kategorizacija zaštićenih područja prirode

U kategorizaciji zaštićenih područja prirode na međunarodnoj razini djeluje jedna od vodećih međunarodno priznatih organizacija - IUCN (Međunarodni savez za zaštitu prirode i zaštićena područja) (Čížek, 1998.). Determinacijom kategorija za upravljanje zaštićenim područjima olakšana je sama provedba menadžmenta zaštićenih područja. U tablici 1. prikazane su kategorije i definicije zaštićenih područja prirode koje obuhvaćaju ukupno sedam različitih kategorija. Preporuka je da se navedene kategorije trebaju uvažavati kod definiranja zaštićenih područja prirode na nacionalnim razinama. Međutim, na terenu postoje određena, neznatna odstupanja, sukladno specifičnim prirodnim obilježjima pojedine zemlje.

Tablica 1. Kategorije zaštićenih područja prema Međunarodnom udruženju za zaštitu prirode

IUCN KATEGORIJA	NAZIV KATEGORIJE	DEFINICIJA
Ia	Strogi rezervat prirode	Kategorija Ia obuhvaća strogo zaštićena područja izdvojena zbog zaštite biološke raznolikosti, i/ili geoloških i geomorfoloških vrijednosti, gdje su posjećivanje, korištenje prostora i drugi utjecaji na prostor strogo kontrolirani i ograničeni. Ova područja mogu služiti kao nezamjenjiva referentna područja za znanstvena istraživanja i monitoring.
Ib	Područje divljine	Kategorija Ib obuhvaća velika neizmijenjena ili vrlo malo izmijenjena područja očuvane prirode, bez značajnijih i stalnih ljudskih naselja, koja su zaštićena i kojima se upravlja na način da se u potpunosti očuva njihovo izvorno stanje.
II	Nacionalni park	Kategorija II predstavlja velika prirodna ili gotovo prirodna područja izdvojena sa svrhom zaštite cjelokupnih ekosustava,

		procesa koji se u njima odvijaju i vrsta koje oni podupiru, na način da ona istovremeno pružaju osnovu za okolišno i kulturalno prihvatljive duhovne, znanstvene, edukacijske, rekreativne i posjetiteljske aktivnosti.
III	Priradni spomenik ili obilježje	Kategorija III zaštićenih područja štiti određenu prirodnu vrijednost, koja može biti reljefni oblik, morska hrid ili špilja, geološka osobitost poput speleološkog objekta ili živa pojava poput primjerice stabla visoke starosti. Ova su područja površinom najčešće mala, no mogu imati velik značaj za posjećivanje.
IV	Područje upravljanja staništem ili vrstom	Kategorija IV zaštićenih područja namijenjena je zaštiti točno određene vrste ili staništa, i upravljanje njime je usmjereno prema tom cilju. Područja zaštićena u ovoj kategoriji često, iako ne nužno, zahtijevaju provođenje redovitih aktivnih upravljačkih aktivnosti usmjerenih očuvanju vrste ili održavanju staništa.
V	Zaštićeni kopneni/ morski krajobraz	Kategorija V zaštićenih područja obuhvaća ona područja gdje je dugotrajna interakcija čovjeka i prirode proizvela osebujne ekološke, biološke, kulturne i estetske vrijednosti, i gdje je održavanje tog odnosa nužno da bi se ove vrijednosti sačuvala.
VI	Zaštićeno područje s održivim korištenjem prirodnih resursa	Kategorija VI zaštićenih područja namijenjena je očuvanju ekosustava i staništa, a usporedno s tim i pratećih kulturnih vrijednosti i tradicionalnih načina upravljanja prirodnim resursima. Ta su područja površinom uglavnom velika, njihov veći dio nalazi se u prirodnom stanju, dok se dio koristi na održiv način. Ekstenzivno i ne-industrijalizirano korištenje prirodnih resursa odvija se u skladu s prioritetom zaštite prirode tog područja.

Izvor: Državni zavod za zaštitu prirode, dostupno na: <http://www.dzpp.hr/zasticena-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja/iucn-kategorije-zasticenih-podrucja-251.html> (16.1.2017.)

Sukladno Zakonu o zaštiti prirode, u Hrvatskoj se sustav zaštite najvrijednijih i najatraktivnijih prirodnih predjela zasniva na kategorizaciji koja obuhvaća devet razina zaštite: strogi rezervati, nacionalni parkovi, parkovi prirode, posebni rezervati, regionalni parkovi, i spomenici prirode, značajni krajobraz, park šume i spomenici

parkovne arhitekture (Geić, 2011.). Popis, broj, površina te ukupna površina u postocima zaštićenih područja prirode u Republici Hrvatskoj prikazani su u Tablici 2.

Tablica 2. Zaštićena područja u Republici Hrvatskoj

KATEGORIJA	Broj zaštićenih područja	Površina (km ²)	% površine RH
A			
Strogi rezervat	2	24,25	0,03
Nacionalni park	8	966,65	1,10
Posebni rezervat	77	398,30	0,45
Park prirode	11	4020,90	4,56
Regionalni park	2	1020,12	1,16
Spomenik prirode	81	1,18	0,001
Značajni krajobraz	83	1077,77	1,22
Park-šuma	26	30,23	0,03
Spomenik parkovne arhitekture	119	7,78	0,01
Ukupno zaštićenih područja u RH	409	7547,18	8,56

Izvor: Državni zavod za zaštitu prirode, dostupno na: <http://www.dzpp.hr/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj-nacionalne-kategorije-1137.html> (16.1.2017.)

Neka su područja Republike Hrvatske prepoznata i kao međunarodno vrijedna područja zbog svoje iznimne resursne i atrakcijske osnove, što je detaljnije prikazano Tablici 3.

Tablica 3. Međunarodno zaštićena područja u Republici Hrvatskoj

Međunarodna zaštita	Naziv područja	Nacionalna zaštita
UNESCO - Lista svjetske baštine	Plitvička jezera	Nacionalni park Plitvička jezera
MAB - Rezervat biosfere	Planina Velebit	Nacionalni park Paklenica Nacionalni park Sjeverni Velebit Park prirode Velebit
MAB - Rezervat biosfere	Mura-Drava-Dunav	Regionalni park
Popis međunarodno vrijednih močvara Ramsarske konvencije	Crna Mlaka	Posebni ornitološki rezervat Crna Mlaka
	Kopački rit	Park prirode Kopački rit
	Lonjsko polje i Mokro polje,	Park prirode Lonjsko polje Posebni ornitološki rezervat Krapje dol

	uključujući Krapje dol	
	Delta Neretve	-
	Vransko jezero	Park prirode Vransko jezero
Europska mreža Geopark	Papuk	Park prirode Papuk

Izvor: Državni zavod za zaštitu prirode, dostupno na: <http://www.dzsp.hr/zasticena-podrucja/zasticena-podrucja-u-hrvatskoj/medunarodno-zasticena-podrucja-u-republici-hrvatskoj-256.html> (16.1.2017.)

4. TURIZAM U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA PRIRODE

Turizam čini najveću globalno rastuću granu gospodarstva u svijetu. Od masovnog turizma u povijesti ljudskog čovječanstva, do selektivnih oblika u suvremenoj današnjici, turizam prati golemi rast i diversifikacija na pojedine segmente, prilagođavajući se novim potrebama turista. Takvim dubokim implikacijama turista na različite društveno-ekonomske sektore, dolazi do oblikovanja potpuno novih niša u turizmu od kojih je jedan i turizam u zaštićenim područjima prirode.

Sama veza turizma i okoliša definira se kao očita te se uspostavlja s onim što se općenito zove „kakvoća okoliša” (Čížek, 1998.). U ovom slučaju, samu važnost ima područje na kojem se turizam razvija, te dolazi do ispreplitanja tri dominantna pojma; turizma, okoliša i područja koje je sadržano u jednoj od široko prihvaćenih tumačenja Međunarodnog udruženja za zaštitu prirode (IUCN), gdje se zaštićena prirodna područja tumače kao područja zemlje na kojoj se odnose pravne mjere ograničenja korištenja biljaka i životinja od strane čovjeka (Funduk i Tišma, 2009. prema Lucas 1992.).

Intenzivnim razvojem, turizam u zaštićenim područjima prirode postaje jedan od brzo rastućih trendova te kao takav „popularizira prirodu i pridonosi povećanju razine znanja i ekološke svijesti te je važan za gospodarstvo i upošljavanje lokalnoga stanovništva.”² Negativne tendencije proizašle iz posljedica rasta posjetitelja, dovode do narušavanja nekog stupnja okoliša i zaštite, ali također dolazi i do povećanja količine otpada i otpadnih voda, prevelike osvjetljenosti, buke te vizualne preobrazbe prirodnog krajobraza kao posljedica povećanja turističkih kapaciteta. Navedene

²Agencija za zaštitu okoliša: Turizam u zaštićenim područjima prirode, dostupno na: <http://www.azo.hr/Default.aspx> (05.12.2016.)

negativnosti također utječu na živa bića, brojnost pojedinih populacija i kvalitetu života stanovništva te su zato potrebne mjere za očuvanje biološke raznolikosti. U razdoblju od 1999. do 2006. godine stalan je trend porasta ukupnoga broja turista u zaštićenim područjima, posebice u nacionalnim parkovima.³ „Turizam u nacionalnim parkovima i ostalim zaštićenim područjima jedan je od najbrže rastućih segmenata turističke potražnje na svjetskom turističkom tržištu, što dodatno potvrđuje činjenica da proglašenje nekog prirodnog prostora nacionalnim parkom rezultira povećanjem broja posjetitelja do 10%” (Ružić, 2011.). Turizam u zaštićenim područjima prirode u najširem treba sagledati kao turizam temeljen na prirodi (*nature-based tourism*⁴) odnosno kao „svaki oblik putovanja motiviran promatranjem i uživanjem u prirodi” (Ružić, 2011. prema WTO, 2002.).

Postoje utemeljeni pozitivni učinci razvoja turizma u zaštićenim područjima prirode te gospodarskom rastu i razvoju lokalne zajednice, ali također postoje i razna ograničenja u razvoju njegova intenzivnijeg upliva (Funduk i Tišma, 2009.). U okviru turizma u zaštićenim područjima prirode, nameću se njegovi temeljni principi koji obuhvaćaju:

- izbjegavanje negativnog utjecaja koji može oštetiti ili uništiti integritet ili karakter posjećene prirodne ili kulturalne okoline,
- obrazovanje posjetitelja o važnosti zaštite i očuvanja prirodnih ljepota,
- ostvarenje direktnih prihoda za zaštitu prirode i upravljanje zaštićenim područjem,
- moguće gospodarske koristi lokalnoj zajednici i ljudima koji žive u zaštićenim područjima,
- planiranje održivih turističkih tijekova i mogući rast turističke djelatnosti na dobrobit nacionalnih ekonomija,

³Agencija za zaštitu okoliša: Turizam u zaštićenim područjima prirode, dostupno na: <http://www.azo.hr/Default.aspx> (05.12.2016.)

⁴*Nature-based tourism* jedan je od najbrže rastućih segmenata turističke potražnje; tako je 1990. godine procijenjeno da na turizam u prirodi otpada otprilike 7% ukupne svjetske turističke potrošnje, dok se krajem 1990-ih smatralo da ovaj segment raste od 10 do 30% godišnje (WTO, 2002.). Isti raspon porasta zadržao se i do danas (UNWTO, 2010.).

- porast prihoda u zemlji korištenjem objekata i usluga u vlasništvu lokalnog stanovništva i
- porast brige za okoliš, infrastruktura u skladu sa okolišem, smanjenje korištenja fosilnih goriva, očuvanje lokalnog biljnog svijeta i divljeg života (Funduk i Tišma, 2009.).

Također, kako bi se postigla zaštita prirode u zaštićenim područjima, prilikom eksploatiranja resursa različitim gospodarskim djelatnostima, nužno je da je zaštita implementirana u različite sektore (turizam, poljoprivreda, šumarstvo) u nacionalnim i regionalnim planovima s elaboriranom shemom koja povezuje zaštitu okoliša sa socijalnim i ekonomskim razvojem zajednice (Funduk i Tišma, 2009., prema Eber 1992.). Upravo sam razvitak specifičnih oblika turizma, odnosno turizma u zaštićenim područjima prirode, za koji postoji platežno potentna potražnja, može biti od presudne važnosti u gospodarskoj valorizaciji ali i očuvanju prirodnih dobara i atrakcija u zaštićenim područjima prirode (Geić, 2011.). Slijedom determinacije turizma u zaštićenim područjima prirode, dolazi se do zaključka da su najviše posjećeni nacionalni parkovi te parkovi prirode, čija se determinacija i međusobna komparacija vrši u daljnjem tekstu.

5. NACIONALNI PARKOVI NASUPROT PARKOVA PRIRODE

Republika Hrvatska je zemlja iznimnog prirodnog bogatstva te obiluje očuvanom prirodnom resursnom osnovom. Turisti su prepoznali prirodne ljepote te u najvećem su broju posjećivali Nacionalne parkove i parkove prirode. Nacionalni park se definira kao „prostrano, pretežno neizmijenjeno područje kopna i/ili mora iznimnih i višestrukih prirodnih vrijednosti, a obuhvaća jedan ili više sačuvanih ili neznatno neizmijenjenih ekoloških sustava. Prvenstveno je namijenjen očuvanju izvornih prirodnih vrijednosti” (Springer i Springer, 2008.:233.). Također, njegova je namjena vidljiva u znanstvenom, kulturnom, odgojno-obrazovnom, i rekreativnom segmentu s dopuštenim radnjama i djelatnostima koje ne ugrožavaju izvornost prirode, a gdje je zabranjena gospodarska uporaba prirodnih dobara (Springer i Springer, 2008.). Iako spada u kategoriju zaštićenih područja prirode, nacionalni parkovi obuhvaćaju obavljanje dopuštenih ugostiteljsko-turističkih i rekreacijskih djelatnosti koje su u

ulozi posjećivanja, razgledavanja te bavljenje poljoprivredom, ribolovom i obrtom na tradicionalan način, ograničenog obima radi čuvanja izvornosti prirode (Geić, 2011.). U Republici Hrvatskoj to su NP Plitvička jezera, NP Paklenica, NP Risnjak, NP Mljet, NP Kornati, NP Brijuni, NP Krka i NP Sjeverni Velebit, koji generiraju veći dio turističkih prihoda od turizma u zaštićenim područjima prirode i to primarno zbog svoje blizine odnosno lociranosti u maritimnom predjelu Hrvatske. Iako imaju veći stupanj zaštite i dalje prednjače u tom području zbog velike institucionalne podrške te stavljanja velikog marketinškog i strateškog naglaska razvoja turizma na tom području.

Zaključuje se da nacionalni parkovi u blizini maritimnog područja prednjače u turističkoj valorizaciji zaštićenih područja te iako imaju goleme pozitivne učinke, javljaju se i negativni aspekti poput ekološkog ugrožavanja i prevelike eksploatacije zaštićenih područja, kao što je danas primjer NP Plitvička jezera.

S druge strane, parkovi prirode se determiniraju kao prostrano prirodno ili dijelom kultivirano područje kopna i/ili mora s ekološkim obilježjima od međunarodne i nacionalne važnosti, s naglašenim krajobraznim, odgojno-obrazovnim, kulturno-povijesnim i turističko-rekreacijskim vrijednostima. U parku prirode su dopuštene gospodarske i druge djelatnosti i radnje kojima se ne ugrožavaju njegove bitne značajke i uloga (Springer i Springer, 2008.). To je liberalnija forma zaštite od nacionalnih parkova kako po kriteriju očuvanosti, tako i po režimu zaštite, odnosno korištenja. Također, ono obuhvaća šire prirodno područje koje može dijelom biti kultivirano, a posjeduje naglašene estetske, turističke i rekreativne djelatnosti gdje se ne isključuju, već potiču i smišljeno usmjeravaju one djelatnosti koje ne ugrožavaju njegove bitne značajke i funkcije (Geić, 2011.). U Republici Hrvatskoj tu se ubrajaju PP Kopački rit, PP Velebit, PP Medvednica, PP Biokovo, PP Telašćica, PP Lonjsko polje, PP Papuk, PP Učka, PP Vransko jezero, PP Žumberak- Samoborsko gorje i PP Lastovsko otočje. Iako parkovi prirode imaju niži stupanj zaštite (čime je dopušten veći raspon gospodarske djelatnosti te ujedno i veće mogućnosti razvoja turizma) oni i dalje generiraju slabe prihode od turizma. Samim time, zbog nižeg stupnja atrakcijske osnove moraju ulagati veće napore u privlačenje turista/ posjetitelja u pojedino područje. U svrhu toga, predlaže se strateško preusmjeravanje

razvoja turizma Republike Hrvatske s nacionalnih parkova prema parkovima prirode zbog svoje koristi za posjećeno, kao i okolno područje parka, poput:

- povećanja prihoda
- povećane potrošnje posjetitelja, povećanja turističke ponude - duži boravak,
- produljenja sezone - ponovni povratak posjetitelja,
- povećanja broja posjetitelja u tome području - preporuka drugima.

Parkovi prirode posjeduju svoje komparativne prednosti i veliku privlačnu snagu za turiste, no zbog nedovoljne institucionalne podrške to je nedovoljno korišteno u ukupnom gospodarskom i turističkom razvoju Republike Hrvatske te iz toga proizlaze glavne poteškoće razvoja parkova prirode.

značajno doprinijeti ukupnom razvoju te regije te dostizanje stupnja razvijenosti usporedno s nacionalnim parkovima. Već ranije poznata činjenica konstantnog stavljanja naglaska na maritimno područje, razvijanjem strategije razvoja turizma u parkovima prirode donijelo bi ključne promijene u ukupnim gospodarskim prihodima od turizma Republike Hrvatske.

Parkovi prirode u Republici Hrvatskoj obiluju netaknutom prirodom, bogatim i očuvanim životinjskim i biljnim svijetom te su od iznimne povijesne i kulturne vrijednosti. Također, zbog već ranije spomenutog nižeg stupnja zaštite mogu iskoristiti tu činjenicu kao glavnu komparativnu prednost te uočiti priliku za razvoj dodatnih, pratećih sadržaja koji bi u potpunosti bili usmjereni prema zadovoljstvu današnjih novih turista i njihovih specifičnih potreba, uvažavajući pritom načela održivog razvoja.

S druge strane, sumirajući današnje stanje parkova prirode oni se usprkos svojim brojnim prednostima, suočavaju s nizom poteškoća, koje predstavljaju glavni razlog zaostajanja daljnjeg razvoja. Takve poteškoće očituju se najprije u nedostatku financijske podrške iz državnog proračuna. Iz te glavne poteškoće proizlazi i činjenica da su parkovi prirode nedovoljno turistički uređeni i popraćeni dodatnim sadržajem što nosi sa sobom i slabu posjećenost nasuprot nacionalnih parkova. Istaknuta problematika nadalje rezultira nedovoljnim brojem zaposlenika, te nedovoljnim ulaganjem u edukaciju postojećih kadrova. Zbog takvih poteškoća, prisutan je nedostatak prihoda od turizma gdje se također javljaju nove poteškoće poput nemogućnosti naplaćivanja ulaznica svim posjetiteljima (samo grupama) te neimanje prava nad upravljanjem svim resursima u parkovima prirode pa i djelom prihoda od komercijalne upotrebe resursa.

Većim ulaganjima i razvojem turizma u parkovima prirode, generirale bi se značajne koristi na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Povećanim dolaskom turista u parkove prirode rezultiralo bi povećanim prihodima što znači i povećane prihode za Upravu parkova prirode, kojim bi se riješio problem nedovoljnih financijskih izvora iz državnog proračuna. Na taj način, uprave parkova prirode imale bi vlastite financijske izvore kojima bi mogle dodatno unaprijediti infrastrukturne i suprastrukturne segmente područja parkova prirode. Posljedično, takav razvoj rezultiralo bi i povećanim prilikama za upošljavanje lokalnog stanovništva kojima bi

Slika 1. Karta nacionalnih parkova i parkova prirode



Izvor: http://www.hrvaska.net/hr/parki_hr.htm (18.1.2017.)

6. PARKOVI PRIRODE- OKOSNICA RAZVOJA KONTINENTALNE HRVATSKE

Kada se govori o parkovima prirode u kontekstu gospodarskog razvoja Republike Hrvatske, nužno je istaknuti važnost koju oni imaju u samom razvoju Kontinentalne Hrvatske. Zbog svoje lociranosti i brojnosti (njihova površina zauzima više od bilo koje druge kategorije zaštićenih područja prirode), ono bi moglo

se otvarala nova radna mjesta dolazi do pozitivnog učinka na lokalnu zajednicu. Nadalje, dolazi do realizacije ciljeva koji se odnose na uvažavanje uživanja posjetitelja (zadovoljavanje specifičnih potreba turista). Povezano s razvojem i turističkom valorizacijom prirodnih bogatstva parkova prirode, došlo bi do povećanja ekološke svijesti i promicanja potreba očuvanja prirodnih resursa što je od presudne važnosti u ukupnom očuvanju ukupne biološke vrijednosti i raznolikosti Republike Hrvatske. Posljedično, došlo bi i do boljitka ukupne kvalitete života lokalne zajednice gdje bi povećanim prihodima utjecali na bolju kvalitetu infrastrukture, novih sadržaja te naposljetku i smještaja odnosno turističke suprastrukture. Promatrajući pozitivne učinke mogućeg daljnjeg razvoja turizma u parkovima prirode strateškim preusmjeravanjem, nezaobilazno se nameće zaključak da je turizam u parkovima prirode prilika za novi i snažniji specifični oblik razvoja turizma u zaštićenim područjima te može predstavljati golemi napredak u gospodarskom i turističkom razvoju Republike Hrvatske, posebno zaostalijskog dijela, poput Kontinentalne Hrvatske. U svrhu postizanja pozitivnih učinaka te bolje valorizacije potencijala za razvoj turizma u parkovima prirode, u nastavku se iznose prijedlozi unaprjeđenja razvoja turizma u njima.

6.1. Prijedlozi unaprjeđenja razvoja parkova prirode

Promišljajući o razvoju i unaprjeđenju razvoja parkova prirode, nužno je napomenuti prilike koje se javljaju za jačanje ekonomske održivosti parkova prirode. Spomenuti faktori neizbježno su vezani za same prednosti te se definiraju kao faktori koji bi mogli poboljšati posjećenost parkova prirode. Prvi spomenuti faktor bio bi jačanje infrastrukture i suprastrukture parkova prirode kao i povezivanje i unaprjeđenje cjelokupne ponude iz neposrednog okruženja u integrirani turistički proizvod. Nadalje, tu se neizbježno nadovezuje i faktor stvaranja održivih, pratećih sadržaja te organiziranje različitih održivih događaja tijekom i izvan sezone posjećivanja, kao i druge aktivnosti. U svrhu postizanja unaprjeđenja posjećenosti i razvoja turizma i parkovima prirode općenito, izneseni su glavni prijedlozi kojima bi takav potencijal bio ostvariv, a gdje je potrebno kontinuirano razvijati suradnju i partnerstvo sa javnim, privatnim i neprofitnim sektorom.

Prijedlozi unaprjeđenja razvoja parkova prirode

Prijedlog unaprjeđenja

Način realizacije/ostvarenja

1. Jačanje državne potpore privatnom sektoru (*poduzetnicima iz okruženja*) za uključivanje u turističku ponudu,
 - subvencije, porezne olakšice, meki zajmovi i slično/ bolja poduzetnička i investicijska klima
2. Osiguravanje dodatnih pratećih sadržaja u parkovima prirode
 - upotpunjavanje ponude, jačanje turističkog doživljaja i zadovoljstva posjetitelja, povećanje potrošnje itd.
3. Osiguravanje kapaciteta smještaja zbog nedostatka istih u parkovima prirode
 - dulji boravak, povećanje potrošnje, koristi za lokalno stanovništvo, mogućnost utjecaja turizma na šire okruženje – obilasci itd.
4. Povećanje posjećenosti kroz neprofitne udruge građana
 - organiziranje grupnih posjeta, promocija i sl.
5. Omogućiti sudjelovanje u prihodima od resursa koji se koriste u druge komercijalne svrhe na području parkova prirode itd.
 - veći prihodi, jačanje turističke ponude i brendiranje s novim turističkim proizvodima

Izvor: Izrada autora

6. ZAKLJUČAK

Turizam u zaštićenim područjima prirode u Republici Hrvatskoj čini jedan od najperspektivnijih oblika turizma, prije svega zbog samog bogatstva i očuvanosti ovih prirodnih resursa. Ovakav oblik turizma u Hrvatskoj je dosad bio najviše usmjeren na nacionalne parkove, međutim nužno je strateško preusmjeravanje na parkove prirode koji svojim iznimnim potencijalom može pridonijeti intenzivnijem razvoju turizma, pogotovo kontinentalnih regija Republike Hrvatske, koji u cjelini zaostaju u turističkom razvoju nasuprot ostalog djela Hrvatske. Prema tome, nužno je primarno povećati osviještenost i informiranost turističkih dionika, kao i sve ostale relevantne dionike na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini o važnosti razvoja turizma u parkovima prirode uz međusobnu suradnju i udruživanja u svrhu promicanja i ostvarenja željenih akcija na području parkova prirode. Sukladno iznesenim prijedlozima za unaprjeđenje turizma u parkovima prirode, prostora za razvoj sukladno postojećim inputima očigledno ima jako puno. Prema svemu navedenom za očekivati je da će, ukoliko se valoriziraju izdašni potencijali, parkovi prirode uistinu postati budućnost turizma kontinentalne Hrvatske, koji imaju snagu pomoći razvoju ostalih ruralnih područja u svome okruženju.

8. POPIS LITERATURE

1. Čížek, J. (1998.): Zaštita okoliša. Zagreb: Pučko otvoreno učilište
2. Geić, S. (2011.): Menadžment selektivnih oblika turizma. Sveučilište u Splitu, Split
3. Herceg, N. (2013.): Okoliš i održivi razvoj. Zagreb: Synopsis
4. Springer, O. P. i Springer, D. (2008.): Otrovani modrozeleni planet. Zagreb: Meridijani
5. Funduk, M., Tišma, S. (2009.): Eco-tourism in protected areas of Croatia. In: Tišma, S. i Maleković, S. (eds), Zaštita okoliša i regionalni razvoj - Iskustva i perspektive, Institut za međunarodne odnose. Zagreb: Kugler, d.o.o.
6. Ružić, V. (2011.): Marketing zaštićenog područja – studija slučaja: Nacionalni park Plitvička jezera. Gospić: Veleučilište u Gospiću
7. Službena stranica Agencije za zaštitu okoliša: Turizam u zaštićenim područjima prirode, dostupno na: <http://www.azo.hr/Default.aspx> (05.12.2016.)
8. Službena stranica Državnog zavoda za zaštitu prirode, dostupno na: <http://www.dzsp.hr/zasticena-podrucja/kategorije-zasticenih-podrucja/iucn-kategorije-zasticenih-podrucja-251.html> (16.1.2017.)
9. Službena stranica online turističke agencije Gradtur, dostupno na: http://www.hrvaska.net/hr/parki_hr.htm (18.1.2017.)

AROMATIČNE KULTURE KAO KULTURNO NASLIJEĐE I GOSPODARSKI POTENCIJAL

AROMATIC CULTURES AS CULTURAL HERITAGE AND ECONOMIC POTENTIAL

Škoro Ivna, bacc. kulture i turizma
Valić Vanja, bacc. kulture i turizma
Odjel za interdisciplinarnu, talijanske i kulturološke studije
Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

SAŽETAK – *Aromatične biljke su najstariji i najdraži prijatelj čovječanstva. Uzimajući u obzir da je život s prirodom imperativ budućnosti, nužno je osvijestiti komunikaciju s istom, radi poboljšanja kvalitete življenja ne samo pojedinaca već i cijele zajednice. Mediteran je stara kolijevka aromatičnog bilja. U radu se neposredno analizira važnost aromatičnog bilja kroz povijest te važnost očuvanja i njegovanja istog za budući razvoj Istre s kulturnog, turističkog i gospodarskog aspekta te daju prijedlozi kulturne, turističke i gospodarske valorizacije aromatičnih kultura. Temeljna ideja Istre kao mirisne destinacije je potaknuti promociju kulturnog krajolika kao djela nepokretnog kulturnog dobra koje sadržava povijesno karakteristične strukture što svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru, a predstavljaju zajedničko djelo čovjeka i prirode, ilustrirajući prošlost, sadašnjost i potencijalnu budućnost. Zbog postojećih specifičnosti čija se vrijednost može sagledati na međunarodnoj razini, Istra kao dio Mediterana može i ima preduvjete za kvalitetnu ponudu uz podršku prepoznatljivom brendu koji promovira baštinu kroz identitet krajobrazne arhitekture te aromatičnih i ljekovitih kultura na tom prostoru.*
Ključne riječi: Istarska županija, aromatične kulture, kulturno naslijeđe, aromatični kulturni proizvod, održivi turizam

SUMMARY - *Aromatic plants are mankind's oldest and dearest friend. Taking into account that life with nature is our future imperative, it is necessary to raise awareness of communication with it, in order to improve the quality of life of not only individuals but also entire communities. The Mediterranean is the cradle of ancient herbs. The paper analyzes the importance of aromatic plants through history and the importance of growing them for the future development of Istria with cultural, tourist and economic aspects. In this paper the author proposes cultural, tourist and economic valorization of aromatic crops. The basic idea of Istria as the fragrant destination is to encourage the promotion of cultural landscape as part of immovable cultural property which contains historically characteristic structures that bear witness to human presence in this land, and represent the joint work of man and nature, illustrating the past, present and potential future. Due to the existing specifics the value of which can be seen at the international level, Istria, as part of the Mediterranean, can and has the prerequisites for quality offer and support to the recognizable brand that promotes heritage through landscape architecture identity of aromatic and medicinal parks.*

Keywords: Istria, aromatic culture, cultural heritage, cultural aromatic product, sustainable tourism

1. UVOD

Uz aromatično bilje postavljala su se i postavljaju brojna istraživačka pitanja koja su od zajedničkog interesa za klimatologiju, botaniku i medicinu. Aromatične kulture postaju stil i filozofija suvremenog doba. U današnje vrijeme aromatične kulture i njihova eterična ulja su traženi proizvodi u farmaceutskoj industriji, industriji ljepote te kulinarstvu. Međutim, istraživanja aromatičnog bilja sa aspekta kulture, umjetnosti, turizma, ekologije i gospodarstva su rijetkost, posebice u Republici Hrvatskoj. Autorice rada su bile među prvima koje su istraživale tu temu. Ovaj rad predstavlja teorijski i primijenjeni doprinos u nastojanjima da se na području Istre implementiraju nove i vrijedne aromatične kulture. U radu se dokazuje hipoteza da Istarska županija nije prepoznala važnost aromatičnog bilja kao izvorište kulturnog,

društvenog, gospodarskog i turističkog razvoja. Nasadi aromatičnog bilja pronalaze mjesto u krajolicima Istre gdje se sustavno ne prati problem iskoristivosti aromatičnih kultura te obrada i mogućnost valorizacije ovih visokovrijednih kultura posebice u turističke svrhe. Uzgoj aromatičnih kultura i proizvodnja eteričnih ulja izvrsna su turistička motivacija današnjice. Specifično za proizvod ruralnog turizma je nastojanje da se posjetitelju osigura osobni kontakt, osjećaj za fizičko i ljudsko okruženje u ruralnom prostoru i koliko je to moguće da mu se pruži prigoda sudjelovanja u aktivnostima, tradiciji i stilu života lokalnog stanovništva (Kušen:2007). Ljekovite aromatične kulture mogu predstavljati Istru kroz tradiciju i stil života lokalnog stanovništva te s druge strane pomoći egzistenciji stanovništvu ruralnih područja Istre. Zbog prethodno navedenog potrebno je razviti scenarij njegovanja i ovih

kultura koji će biti u skladu sa strategijama razvoja Istarske županije i Republike Hrvatske, te će sukladno praksi u Europskoj uniji educirati lokalno stanovništvo o načinu uzgoja kao i koristima koje od takvih aktivnosti mogu imati. Aromatične, ljekovite i začinske kulture su dio naše baštine i tradicije koje predstavljaju moguću bazu razvoja ovog podoblika kulturnog i ruralnog turizma, pa i zdravstvenog turizma. Hrvatska i Istra kao njezin dio, pripadaju Mediteranu, kolijevci aromatičnih, ljekovitih i začinskih kultura koje mogu doprinijeti stvaranju novih turističkih brendova i proizvoda. Na ovaj način može se dati doprinos cjelovitoj ponudi turističke destinacije uz podizanje razine kvalitete kulturnih, smještajnih, ugostiteljskih i ostalih turističkih usluga te poticanju proizvodnje organske hrane, autohtonih proizvoda, očuvanju lokalnih identiteta i tradicije uključujući ih u suvremene brendove održivog turizma. Svi navedeni oblici i podoblici turizma razvijaju se rapidno jer igraju važnu ekonomsku, društvenu, kulturnu, obrazovnu i znanstvenu ulogu. Sve navedeno bit će predstavljeno i analizirano u ovom radu.¹ Današnji međunarodni turizam više ne predstavlja realizaciju masovnih turističkih aranžmana, već se promatra u razvoju

¹ Škoro Ivna, Aromatične kulture kao dio kulturnog nasliješa Istre, str. 17, Završni rad, Pula, 2012.

brojnih selektivnih i alternativnih turističkih oblika te kao intraregionalno i interregionalno kretanje. Novi turist pokazuje osjetljivost za lokalno, razvijene je svjesnosti za socijalnu pravednost, preferira fleksibilne i spontane itinerare i neovisnost, pažljivo uspoređuje turističke proizvode prije kupovine, u potrazi je za autentičnim i ispunjujućim, želi imati pozitivan utjecaj na destinaciju i obožava izazovna putovanja intenzivne mentalne i fizičke prirode. Kreiranjem novih turističkih proizvoda na bazi aromatičnih kultura kroz multidisciplinarni pristup jačala bi se tržišna pozicija Istre u odnosu na njenu konkurenciju. Odgovarajuće politike i strategije inovativnog turističkog razvoja na bazi uzgoja i prerade aromatičnih kultura vrlo su značajne jer bi se na taj način stvorili uvjeti jačeg obilježja vlastite autohtonosti. Gore navedenim osigurala bi se snažnija konkurentnost hrvatskog turizma te pomoglo održivosti turističkog razvoja i razumijevanju želja suvremenih turista.

2. ODRŽIVE PARADIGME RAZVOJA

Čovjek je svojim nemarom poremetio temelj sustava uzajamnosti života i prepoznatljivosti životnih uvjeta. Održivi turizam je dugoročni cilj razvoja destinacija i ulazi u sve selektivne oblike suvremenog turizma. U stvaranju dugoročnosti kvalitetnog održivog i konkurentnog turističkog proizvoda u skladu sa novim suvremenim svjetskim filozofijama potrebna su nova istinska načela i uvjerenja, a ne puki formalizam govori li se o dugoročnosti turističkog proizvoda. Krajolik je jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude te će se sanacijom postojećih i podizanjem novih nasada aromatičnih kultura podignuti razina estetske vrijednosti i doživljaja prirode. Ovo podrazumijeva ekološki uzgoj aromatičnih kultura i stvara uvjete da se različiti gospodarski subjekti uključe u proces ekološke proizvodnje i postanu izvor društvenog, ekonomskog i kulturnog razvoja. Održivi turizam obuhvaća sve forme turizma koje respektiraju sav prirodni, izgrađeni i kulturni okoliš zemlje domaćina i interese svih uključenih strana. Planiranje održivog turizma trebalo bi uvažiti prava i potrebe domaćeg stanovništva, njihovih resursa, životnog stila i kulture i njihovo pravo da utječu na sudbinu lokalnih resursa. Bitan element održivog razvoja je razina i način korištenja obnovljivih i neobnovljivih resursa, s posebnim naglaskom na one neobnovljive. Novi

obnovljivi resursi ne smiju se koristiti iznad njihova regenerativna kapaciteta. Pojam održivog razvoja, ne samo u turizmu nego i uopće, izazvao je brojne kontroverzne rasprave. Pristupi su različiti; od onih koji ga vide kao jedinu prihvatljivu koncepciju budućeg razvoja, do onih koji ga prihvaćaju kao teoretski zamišljenu koncepciju u filozofskom smislu. Svi pristupi održivom razvoju turizma zasnivaju se na tri glavna načela:

- ekološka održivost garantira kompatibilnost razvoja s očuvanjem i održanjem osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa

- socio-kulturološka održivost garantira kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe na trajno održavanje i isticanje identiteta lokalne zajednice

- ekonomska održivost jamči ekonomski efikasan razvoj i upravljanje resursima na način da će se njima moći koristiti i buduće generacije.²

Okoliš koji se posebno favorizira kroz krajobraznu arhitekturu mora se odnositi na sve eko sustave i njegove dijelove uključujući ljude kao i kulturne vrijednosti te karakteristike određene destinacije. Aromatične kulture kao i dio kulturnog naslijeđa kroz tradiciju i baštinu u svijetu postaju obvezni dio u provođenju održivog razvoja, što nažalost kod nas nije dovoljno prepoznato. Okoliš i baština su ključni dio naše slike, stoga što su njihove vrijednosti kvalitetna okosnica za zadovoljstvo posjetitelja. Nužno je produktivnije i trajnije partnerstvo između baštine i turizma. Prepoznavanjem dionika o značaju aromatičnih kultura kao potencijala razvoja inovativnog turističkog proizvoda uključili bi se u zelenu ili čistu ekonomiju 21. stoljeća gdje bi i urbani prostori koji imaju sve manje zelenila mogli biti atraktivni prostori malih botaničkih vrtova kreirani autohtonim biljem mijenjajući izgled krajolika, a ruralni prostori mjesta stvaranja čiste energije i tehnologije uključujući reciklažu, održivu poljoprivredu i energiju obnovljivih izvora, zahvaljujući i aromatičnim kulturama održive biomase. Zahtjevi UN-a (2008. godine) bazirani su upravo na gore navedenom, a aromatične kulture mogu zadovoljiti zadano.³

² Kušen, E.: Turistička atrakcijska osnova, Znanstvena edicija Instituta za turizam, Zagreb, 2002., str. 181-186.

³ Škoro Ivna: Turistička valorizacija aromatičnih kultura u suvremenom turizmu, diplomski rad, str.17, Pula, 2017.

3. AROMATIČNE KULTURE KAO DIO PONUDE

3.1. Aromatične kulture na svjetskom tržištu

U Europi su najveći proizvođači aromatičnog bilja Francuska, Italija, Bugarska, Španjolska, Mađarska, Ukrajina i Engleska, a na drugim kontinentima Kina, SAD, Alžir, Argentina, Australija i Tasmanija. Ukupno se u svijetu proizvede godišnje oko 1000 tona eteričnog ulja lavandina i oko 200 tona eteričnog ulja lavande te oko 150 do 200 tona eteričnog ulja drugih vrsta. Ukupno je u svijetu u eksploataciji oko 38 000 hektara različitih vrsti i sorti lavande i lavandina, od čega je mali postotak uključen u organsku proizvodnju, svega 3%. Francuska zauzima oko 90% svjetske proizvodnje lavandina, a 50% prave lavande. Osim u Francuskoj i Kini, proizvodnja je obično dispenzirana na brojna mala poljoprivredna gospodarstva. Sve ovo ukazuje kako je opravdano da se u Hrvatskoj u strogo kontroliranim ekološkim uvjetima planira podizanje puno većih nasada sa posebno odabranim vrstama, sortama i kultivarima lavande i lavandina. Procjenjuje se da je ukupni godišnji prihod u primarnoj proizvodnji lavande i lavande u svijetu oko 500.000 milijardi eura. Posredno kroz djelatnosti pčelarstva i agroturizma koji su u neposrednoj vezi oslonjeni na primarnu proizvodnju lavande, prihoduje se još dodatnih 1.500.000 milijardi eura. Ono što posebno pobuđuje interes i predstavlja poseban izazov za stvaranje novog aromatičnog turističkog proizvoda jest saznanje da se u SAD-u na 22 festivala organiziranih u poljima lavande na 800 hektara zemlje, godišnje ostvari oko 1 milijun posjetitelja i promet od 200 milijardi eura. Fascinantna je podatak da farma Tomita u Japanu, na samo 200 hektara zemlje godišnje ima preko 2 milijuna posjetitelja. Francuska kao kolijevka aromatičnih kultura ima puno različitih oblika ponude na bazi lavande, a poznato je da samo jedna agencija Aroma tours koja ima jedinstvenu priču, koja se bazira na priči o lavandi, ostvari godišnje promet preko 200 milijardi eura.

4. KULTURA I TURIZAM

4.1. Teorijsko poimanje kulture

Ovaj pojam nosi u sebi mnoštvo značenja. Termin „kultura“ vrlo je širok i objedinjuje

mnoštvo elemenata.⁴ Brojni istraživači kulture su se složili da je to „proces“ koji je dinamičan i kontinuirano se mijenja. Kada bi postojala zajednica potpuno odvojena od vanjskih utjecaja i u njoj bi se kultura kao tradicionalna vrijednost mogla zadržati. No, društvo nije statično, puno je dinamičnih procesa koji bitno utječu na kulturu. Kultura je fenomen koji se konstantno razvija, to je živući identitet, „dinamičan model, a pokuša li se uklopiti u statički oblik prestat će postojati kao izvor inspiracije.“⁵ Vrlo često se čuje da je riječ kultura najsloženija riječ u jeziku pa stoga ne čudi da većina studija koja se bavi kulturom izbjegava preciziranje samog pojma.⁶ Pod pojmom kulture ne podrazumijeva se samo narodna, tradicionalna kultura niti kultura shvaćana kao umjetnost i obrazovanje nego kompleksna cjelina vrijednosnih obrazaca i normi koji utječu na ponašanje kao i sve ono što je čovjekovim ponašanjem stvoreno.⁷ Tako je koncipirana kultura predmet etnologije odnosno kulturne antropologije.⁸ Takva koncepcija obuhvaća dva međusobno povezana i interaktivna područja: duhovno (vrijednosne orijentacije i norme) i materijalno (proizvod čovjekovog ponašanja i djelovanja).

4.2. Teorijsko poimanje turizma

Turizam mnogi nazivaju jednostavno sociokulturnom pojavom i rastućom industrijom novog doba za što je zaslužna ekonomska korist koju turizam donosi. Međutim on u sebi ne nosi samo ekonomsku vrijednost već i sociološku, kulturnu čak i psihološku vrijednost što naravno u potpunosti utječe na njegovo definiranje. Turizam se danas naziva industrijom gostoljubivosti. Isti se često smatra osnovnom sirovinom za mogući razvoj neke zajednice i kompleksna je kategorija te multidimenzionalna aktivnost koja uključuje čitav niz poslova, organizacija i lokaliteta koji su međusobno povezani. Turizam je orijentiran prema klijentu, a predvodi ga segment potražnje. Zato je vrlo

⁴ Jelinčić, D.A., Kulturna baština i turizam, Magistarski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, 2000. str.10

⁵ Schouten, 1996.str.54 u radu Jelinčić, D.A. navedeno djelo, str. 13

⁶ Jelinčić, D.A., navedeno djelo, str.13

⁷ Jelinčić, D.A., Kulturna baština i turizam, Magistarski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, 2000. str.10

⁸ ibidem

važno da ponuđači usluga razumiju različite motivacije turizma te različite potrebe i vrste turista. Turizam je aktivnost koja kako bi bila kompletna mora surađivati s privrednim, obrazovnim, znanstvenim, zdravstvenim sektorom te malim poduzetništvom, sportom, ekologijom, različitim proizvodnim djelatnostima te urbanističkim sektorom. Turizam su pokušava definirati iz brojnih perspektiva. Ako bismo ga promatrali iz same perspektive putnika, odnosno aktivnosti koje on obavlja, mogli bismo ga definirati kao iskustvo modernog društva koje predstavlja sustav društvenih znakovitih aktivnosti koje smještaju različite modalitete u kontrastne termine.⁹ Prema ovoj definiciji koja turizam sagledava sa semiološke perspektive on se temelji na seriji opozicija. Osnovna je opozicija „otići-vratiti se“ pri čemu je „otići“ način života koje sačinjava moderno iskustvo s navedenim opozicijama. Turizam se svodi na osnovnu razliku „običnog“ i „neobičnog“ ili još bolje između „svakodnevnog“ i „nesvakidašnjeg“.¹⁰ Današnji međunarodni turizam više ne predstavlja realizaciju masovnih turističkih aranžmana već se promatra u razvoju selektivnih i alternativnih turističkih oblika te kao intraregionalno i interregionalno kretanje. Novi turist pokazuje osjetljivost za lokalno, razvijene je svjesnosti za socijalnu pravednost, preferira fleksibilne i spontane itinerare i neovisnost, pažljivo uspoređuje turističke proizvode prije kupovine, u potrazi je za autentičnim. Zahvaljujući tome razvijaju se novi oblici turizma u koje spada i kulturni turizam. Svaka uporaba pojma kulturni turizam ima vrlo široko značenje, međutim isto tako u nerijetkim slučajevima, dolazi do površne interpretacije. Mnogi su kulturni stručnjaci termin „kulturni turizam“ prihvatili kao pojavu koja doprinosi rapidnom razvoju kulturnog tržišta, ali bez ozbiljnog shvaćanja što ustvari to tržište sadrži.

4.3. Interdisciplinarnost kulture i turizma

⁹Urry, prema Simonicca 1997:130, u: Jelinčić, D.A. Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia/Meandar, Zg. 2008., str. 36 – u seminarskom radu: Ivna Škoro Kulturni turizam kao strateška razvojna odrednica, str.8

¹⁰Simonicca, 1997:131, u: Jelinčić, D.A. Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia/Meandar, Zg. Kulturni turizam kao strateška razvojna odrednica, str.8

Kulturni turizam sa sobom nosi dozu multiplikativne problematike budući da se ipak radi o konceptu koji sadrži u sebi dva elementa: kulturu i turizam.¹¹ No, prije nego li se pristupi definiranju sastavnih pojmova kulture i turizma bitno je naglasiti njihovu snažnu povezanost i interdisciplinarnost. Za definiciju kulturnog turizma ne postoji jedinstvenost jer ga neki zovu kulturnim turizmom, neki turizmom baštine, a neki turizmom kulturne baštine. Interes za kulturnim turizmom je vrlo velik, ali su termini i područja koje ti termini pokrivaju vrlo izmiješani. Često se pod tim pojmom podrazumijeva vrsta turizma u kojemu su meta turistički posjeti muzejima, izložbama i koncertima ili se takva vrsta turizma veže za takozvanu izgrađenu baštinu (od velikih religija, spomenika i svjetovne kulture). U mnogim tradicijskim društvima diljem svijeta spomenički lokalitet je manje važan. To se osobito vidi kod lovačkih i sakupljačkih naroda gdje usmena tradicija ima puno veću snagu. Također u nekim tradicijskim društvima baštine su vezane za svojstvene priče, pjesme i plesove koje se prenose s generacije na generaciju. Kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovanu kulturnim atrakcijama s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.¹² Iz ove definicije vidi se da je motiv ljudskog kretanja kulturna atrakcija što međutim izostavlja onu vrstu turizma u kojoj kulturna motivacija može biti i sekundarna. Na taj način motiviranost turista za kulturnim putovanjem može razviti stupanj motivacije na primarni, usputni i slučajni. Novija Richardsova definicija (1999) inzistira na motivaciji kao osnovnom kriteriju.¹³ Prema njoj su akteri kulturnog turizma ljudi koji putuju zbog kulturnih motiva tj. motiva koje sami turisti definiraju kao kulturne. Kultura izravno utječe na turizam, a turizam sve više utječe na kulturu koja postaje važan motiv turističkih putovanja. U novije vrijeme neke turističke destinacije u Europi više su orijentirane na kulturni turizam jer se u tom turizmu radi o manjem tržišnom segmentu pa nema velikih dolazaka, turisti više troše i pristupaju destinaciji s više simpatije.¹⁴ Turisti nastoje uživati u upoznavanju s lokalnim stanovništvom i

¹¹Jelinčić, D.A. Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia/Meandar, Zg. 2008., str. 41

¹²Richards, G., 1999:17 u: Jelinčić, D.A. Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia/Meandar, Zg. 2008., str.41

¹³Ibid str. 43

njihovom kulturnom. Turizam može fiziološki izravno negativno utjecati na kulturno nasljeđe pa u nekim destinacijama turisti nisu posebno poželjni ponekad mogu vrlo osjetljiva područja otvoriti opasnom masovnom turizmu.¹⁵ Turisti u kulturnom turizmu u traženju autentičnih iskustva mogu naštetiti lokalnom stanovništvu tamo gdje je ono malobrojno posebice ako turista ima više. Jedno od mogućih rješenja za potencijalno ugrožavanje prostora lokaliteta i stanovništva je stvaranje specifičnih kulturnih oblika i manifestacija samo za turističku potrošnju i potražnju. Često se turistička ponuda stvara za turiste i zaboravlja se na lokalno stanovništvo čija kvaliteta života utječe na kvalitetu ponude i mora biti dio iste strategije. Jedno od ključnih pitanja u odnosu kulture i turizma je do koje mjere stanovništvo pojedinih mjesta ili područja održava kontrolu nad vlastitom kulturom i proizvoda koji iz nje proizlaze te čija se kultura prodaje i komu.¹⁶ Kulturni turizam se često razvija iz političkih i gospodarskih razloga koji nemaju puno veze s lokalnim stanovništvom i očuvanjem kulturnog nasljeđa.

Uzimajući u obzir dosad razmotreno, zaključimo kako se kultura u zavisnosti od pojma turizma odnosi na sljedeće: ukupnost spoznaja, normi, vrijednosti koje zajednica osjeća kao vlastiti jedinstveni način života i kojim se predstavlja drugoj zajednici s kojom dolazi u kontakt. Obuhvaća ponašanje članova zajednice te duhovne i materijalne proizvode koji su njihovim djelovanjem stvoreni. Ujedno je i proces zbog kojeg se mijenja u prilikama kada se različite grupe suočavaju, a onda i pokušavaju pomiriti vlastite standarde značenja i vrijednosti sa standardima druge grupe.¹⁷ Turizam sa svojim mnogostrukim prilikama za kontakt pruža mogućnosti za odigravanje kulturnih procesa te za invenciju novog oblika kulturnog izražaja.¹⁸ Može se istaknuti kako kultura u odnosu na turizam uključuje četiri razine:¹⁹

- duhovnu (spoznaje, norme, vrijednosti),

¹⁴Pančić Kombol, T., Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, br. 16 – 17, 2006., str. 211

¹⁵Ibid

¹⁶Ibid

¹⁷Jelinčić, D.A., Magistarski rad -Kulturna baština i turizam. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, 2000. str. 9

¹⁸Chambers 1997:3, u djelu: Jelinčić, D.A., Magistarski rad -Kulturna baština i turizam. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, 2000. str. 9

- materijalnu (proizvodi čovjekovog ponašanja i djelovanja),
- način života te
- proces (konstantno se mijenja, dinamična je).

Kulturni turizam može biti rješenje za produženje turističke sezone i ublažavanje sezonskih koncentracija. On može doprinositi zaštiti kulturnih tradicija i obogaćivanju kvalitete života u urbanim i ruralnim prostorima. Najveći se problem pokazuje u određivanju pozitivnih i negativnih utjecaja turizma na kulturu zbog nedostatka sveobuhvatnih istraživanja društvenih i gospodarskih promjena zbog čega kulturnjaci (zaštitari kulturnog nasljeđa) i povjesničari ne gledaju s optimizmom na razvoj kulturnog turizma.²⁰ Osim pesimizma zbog negativnog utjecaja turizma na kulturu postoji i pozitivno razumijevanje turizma kao potencijala za zaštitu i održavanje kulturnog nasljeđa i razvoja lokalne kulture. Prihodi od turizma često se koriste za zaštitu i obnavljanje kulturnog nasljeđa te kao podrška lokalnoj tradicionalnoj kulturi koja bi u manjim mjestima bez turizma vjerojatno nestala. U novijem razdoblju razumijevanje odnosa turizma i kulture doživjelo je određene promjene jer se promijenilo šire razumijevanje turističkog proizvoda i proizvodnje pa tako i samo razumijevanje kulture kao proizvoda. Usmjerenje prema lokalnim tradicijama i kulturama s razumijevanjem globalnih promjena u svijetu predstavljat će osnovu za razvoj održivog turizma i baštine. Suvremeni posjetitelj pokazuje interes za kulturom i kulturnom baštinom te je ista sve češći motiv putovanja.

5. AROMATIČNE BILJKE KAO DIO KULTURNOG NASLIJEĐA ISTRE

Istra je nakon Rima i doseljenja Hrvata stoljećima bila pod tuđinskom vlašću što je ostavilo posljedice u svim vidovima života ovog podneblja. Mijenjale su se vladavine Italije, Austrije, Francuske i Njemačke. Prisutnost tuđe vlasti odrazila se i na prirodnu medicinu i samo ljekarništvo. U prilogu se može vidjeti zanimljiva fotografija stalne postave na izložbi o

¹⁹ Jelinčić, D.A., Kulturna baština i turizam, Magistarski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, 2000, str. 9

²⁰ Pančić Kombol, T., Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, br. 16 – 17, 2006., str. 213

ljekarništvu Istre (prilog 7). Pučka ili narodna medicina u stalnoj je interakciji pučkog ljekarništva i liječenja profesionalne (konvencionalne) medicine i farmacije. Stoljetni složeni politički odnosi i sustavi su uvjetovali da su vlasnici i upravitelji ljekarni bili stranci ili izuzetno domaći pod uvjetom da su pripadali vladajućoj političkoj opciji. Hrvatska farmaceutska literatura na narodnom jeziku razmjerno se dosta kasno razvila. Narod je kod nas bio prisiljen do kraja 18.stoljeća služiti se jedino rukom pisanih ispisa u ljekarušama. Sredinom 19. stoljeća probudili su se hrvatski preporoditelji s izuzetnim zanimanjem za narodnu i kulturnu baštinu. Tako su ljekaruše kao osebujne isprave narodnog života privukle pozornost i počele se objavljivati prema starijim rukopisima. Osim povijesnog, medicinskog i etnografskog izazivale su zanimanje fitologa. Više od 60 hrvatskih ljekaruša odličan su izvor za proučavanje naše etnofarmacije. Pisane su u sva tri dijalekta (štokavskom, čakavskom i kajkavskom) i oba govora (jekavskom i ikavskom)²¹. Ljekaruše u narodu stvorene zbirke recepata tj. uputa o tome kako treba i kojim sredstvima valja liječiti. Često sadrže različite higijenske, dijetske i ostale praktične domaćinske savjete. Sastavljali su ih većinom redovnici, a prepisivali su se i za ugledne obitelji. Posebnu važnost narodna medicina je odigrala u vrijeme kuga koje su kroz povijest na ovim prostorima često harale. Upravo zahvaljujući mnogobrojnim biljnim pripravcima i običajima uspijevalo se i preživjeti. Ako se malo vratimo u povijest i pratimo našu tradiciju i baštinu možemo uočiti kako Hrvatska, a Istra kao njezin dio, ima odlične uvjete za revitalizaciju starih i stvaranju novih projekata vezanih za proizvodnju aromatičnog i ljekovitog bilja i kao takve ih valorizirati u različitim smjerovima gdje bi turizam sigurno zauzeo prvo mjesto. Prvi rasadnik ljekovitog bilja u Republici Hrvatskoj osnovan je na Meliti (Mljet). Napravili su ga Benediktinci (radi, uči i moli Boga), a prva biljna ljekarna u ovom dijelu Europe otvorena je u Trogiru 1271., potom u Zadru 1289. godine, dok je u Dubrovniku otvorena 1317. godine (Franjevci na Stradunu što je danas muzej).²² Za područje Istre za zdravstvenu kulturu u vrijeme

Mletačke uprave zanimljive su svakako i bolnice templarskog reda nanizane u liniji od Kopra uz cestu „prema Kristovu grobu“. Pavlini i Franjevci su se bavili ljekarništvom. Oni su u Istru došli 1395.g. i osnovali samostan Blažene Djevice Marije na Čepinskom jezeru u Sv. Petru u Šumi gdje je vrlo razgranata ljekarnička djelatnost. U vremenu od 16. do 19.st. u svakom većem mjestu Istre postoje javne ljekarne. Postoje i posebni zakoni kakav je onaj iz 1917.g. (*Ordinamento Dei Medici E Degli Speciali*), kojima je bila regulirana kontrola ljekarni što su morali obavljati gradski suci i gradski fizik.²³ Ako bismo zavirili u sadašnjost i pogledali u budućnost shvatili bismo da Istra ima snažne potencijale za razvoj proizvodnje aromatičnog, ljekovitog i medonosnog bilja. Bilo je pokušaja da se istraže autohtone biljke, ali samo za potrebe biologije, ali ne i za potrebe agronomije odnosno proizvodnju, doradu i preradu ljekovitog, aromatičnog i medonosnog bilja. Istraživanja koje je izvršio prof.dr. Ivan Kolak 2009. godine u tri regije Istarske županije dovelo je do sljedećih rezultata:

- Gorska Istra – dominiraju gospina trava, glog, uskolisni trputac, kokotac, matičnjak, borovnica, lipa, stolisnik, majčina dušica i timijan
- Središnja Istra – majčina dušica, crni sljez, maslačak
- Primorska Istra – salvija, ružmarin, koromač, šparoga, smrikva

Područje Istarske županije obiluje samoniklim, aromatičnim, ljekovitim i medonosnim biljem, a pučanstvo ima dugu tradiciju njihove uporabe u kulinarstvu i liječenju uglavnom na selu. Nažalost, u niti jednom području Istre nema tradicije proizvodnje komercijalnih autohtonih vrsta za potrebe poljodjelstva, farmacije i agroturizma već se u primorskom dijelu Istre uvode introducirane vrste primjerice lavanda kao glavni pokretač proizvodnje aromatičnog ljekovitog bilja ove regije.²⁴ Do sada je ova djelatnost u Istri zaboravljena i zapostavljena, no zahvaljujući dobrom primjeru dvije tvrtke Svijet biljaka i Bioaromatica ponovno se budi potreba za ovom tradicijom. Naime slijedeći suvremene trendove čovjekovog povratka

²¹Povijesni muzej Istre., Zbirke biljne droge. Pozicija na tlocrtu: E (vitrina 5)

²²Drugi znanstveno-stručni skup, Simpozij: Lavanda – kulturno nasljeđe i gospodarski razvitak Istarske regije, Pula, 2009. str 8

²³Dodaci iz zbirke Povijesnog muzeja Istre. Politička razdioba Istre s umecima iz farmacije i zdravstva

²⁴Bušelić, M. i dr.. Lavanda u Istri- jučer, danas, sutra. Drugi znanstveno-stručni skup, Simpozij: Lavanda – kulturno nasljeđe i gospodarski razvitak Istarske regije, Pula, 2009. str 10 - 11

prirodi, prirodnim vrelima i u ravnoteži života s biljkama odnosno proizvodima i produktima ove vrste vraćamo samoga sebe u vlastitu homeostazu.

5.1. Pojam i značenje ljekovitog i aromatičnog bilja na području Mediterana

U svijetu postoji oko 2000 eksploatiranih ljekovitih biljnih vrsta od toga u Hrvatskoj raste oko 600 vrsta u staništima koja posjeduju vrlo bogatu floru koja je u odnosu na ostale zemlje minimalno zagađena. Samo Istarska županija posjeduje floru preko 1500 biljnih vrsta od čega oko 200 ljekovitih koje je moguće eksploatirati. Neke su biljne vrste posebne i nalazimo ih samo u našem području (autohtonost), a nekim mediteranskim biljkama upravo područje Istre daje posebne odlike i kvalitete. Postoji stoljetna tradicija sakupljanja uzgoja i prerade aromatičnog ljekovitog bilja u Hrvatskoj i Istri koju treba valorizirati. Pripravci na biljnoj bazi odavno su poznati kao zdravstveno djelotvorne tvari što je kroz povijest znanstveno vrlo opsežno potkrijepljeno. Uporaba ljekovitog, aromatičnog bilja ima dugu tradiciju u svim civilizacijama, pa je tako i lavanda stara, aromatična, ljekovita i začinska biljka koja se uzgaja više od 2000 godina. Dobro ju poznaju narodi istočnog i srednjeg Mediterana. Ime lavande dolazi od latinske riječi *lavare*²⁵ što znači prati.

Mediteran je stara kolijevka aromatičnog bilja. Stari Egipat je kolijevka aromatičnog bilja gdje su postavljeni temelji parne destilacije kojom se aromatično bilje prerađivalo u aromatično ulje i vodicu. Rimljani i Grci koristili su lavandu u svojim vodicama za kupanje i termama, dok je u srednjem vijeku korištena za prikriivanje neugodnog zadaha ljudi i mirisa naselja. Povezanost lavande i drugog aromatičnog bilja s istarskim područjem prema analogiji događanja datira još iz vremena antike. Dario Alberi u svojoj knjizi *Istria - storia, arte, cultura* opisuje gradnju fulonika (kemijskih čistionica) u kojima se nalazila i aromatična voda. U pulskom zaljevu veliki rimski industrijalac Caio Giulio Grisogno, početkom 3. stoljeća gradio je fulonike. Jedna takva fulonika nalazi se u zaljevu Verige, na Velikom Brijunu.²⁶ Aromatična voda koristila se u

pulskom amfiteatru gdje su u tzv. četvrtastim kulama²⁷ bile cisterne s vodom. Voda iz cisterni pokretala je fontanu koja je štrcala mirišljavu vodu u arenu na visini od 30 metara i čistila je od prašine, infekcija i neutralizirala miris krvi. Pretpostavlja se da je u toj aromatičnoj vodi bila lavanda čije je antiseptičko djelovanje bilo poznato i tada. Pokret povratka prirodi kao snažno ekološko osvještavanje potrošača poručuje povećanje potrošnje proizvoda na biljnoj osnovi. Ova grupa biljaka dobila je naziv po aromi koju sadrže biljni dijelovi ili cijela biljka. Miris zapravo potječe od eteričnog ulja koji može biti smješten u korijenu, stablu, drvetu, kori, pupoljcima, lišću, cvjetovima, plodovima, usplođu i sjemenkama. Eterična ulja su kemijski složene tvari koje sadrže alkohole, fenole, estere, kiseline, okside, ketone, laktone, metoksifelone, aldehide, dušikove spojeve, sumporne spojeve, ugljikovodike. Pored eteričnog ulja biljke sadrže i fenolske kiseline, fenolskeketarozide, flavenoide, antocijamide, tanine, kinone, smole, sluzi, vitamine, enzime, minerale, proteine, ugljene hidrate, masna ulja. Eterična ulja nalaze se u različitim dijelovima biljke. Kod ruže eterično ulje nalazi se u laticama cvijeta, kod eukaliptusa u listovima, kod sandalovca u drvetu, kod kima u sjemenu, kod đumbira u podanku, kod gorke naranče u cvjetovima, listovima i plodovima, kod crnogoričnih biljaka u iglicama i smoli. Eterične biljke rastu kao jednogodišnje ili višegodišnje biljke. Kod višegodišnjih mogu živjeti sto i više godina. Po izgledu krošnje mogu biti grmaste, polugrmaste, stabljaste i povijuše. Po vegetaciji mogu biti listopadne i zimzelene biljke. Rastu na različitim staništima i različitim klimatskim uvjetima. Rastu kao samonikle i kultivirane biljke. Zastupljene su velikim brojem familija, rodova, vrsta, podvrsta i sastava. Aromatične biljke imaju široku uporabu. Koriste se u farmaceutskoj, kozmetičkoj, prehrambenoj industriji, u industriji alkoholnih i bezalkoholnih proizvoda, u industriji začina i industriji čajeva., u kulinarstvu, u biljnoj medicini (fitoterapiji) i u aromaterapiji (terapija eteričnim uljima).

²⁵Žepić, Milan, *Latinsko-hrvatski rječnik*, Školska knjiga, Zagreb, 2000, str, 145

²⁶Alberi, Dario, *Istria storia, arte, cultura*, LINT, Trieste, 1997., str.1795

²⁷Alberi, Dario, *Istria storia, arte, cultura*, LINT, Trieste, 1997., str.1879

5.2. Eko – etno i ruralne ture

Eko-etno i ruralne ture s novom tzv. aromatičnom ponudom dali bi novi imidž, privukle nove ciljane skupine turista. Kroz ovakvu inicijativu omogućilo bi se posjetitelju ruta veća prisnost sa određenom turističkom destinacijom što mu omogućava da se manje osjeća strancem. Turisti 21. stoljeća tragaju za emocijom i kvalitetno predstavljena turistička destinacija utječe na svijest turista te pridonosi pobuđivanju pozitivnih osjećaja, radosti i novih saznanja. Upravo ovakvi oblici turizma odnosno kreativno korištenje tradicijske baštine kod turista produžava sjećanje na destinaciju. Osjećaj čini intenzivnijim i upečatljivijim, a razumijevanje života lokalne zajednice lakšim. Ukoliko želimo poduzeti kvalitetan iskorak u razvoju i stvaranju novih turističkih brendova i proizvoda moramo razumjeti multidisciplinarnost proizvodnje, prerade i distribucije aromatičnih kultura i u Istri. Time će se podržati pokretanje novih projekata koji su pretpostavka za razvoj novih djelatnosti u poljoprivredi, industriji i turizmu čijom realizacijom se obogaćuje ponuda regije. Razvojem ovakvih projekata stvaraju se idealni preduvjeti za razvoj wellness turizma koji kod nas doživljava ekspanziju ali još uvijek bez kontrole do sada zadanih kriterija. Otvaraju se inicijative za brendiranje istarskog wellnessa koji bi mogao biti čimbenik podizanja konkurentnosti hrvatskog turizma. Istra bi mogla postati prepoznatljiva *wellness* destinacija i postati dio europskog kulturnog i turističkog itinerara. Turistički proizvod, turistička atraktivnost i autentičnost kao ključni pojmovi u turizmu razvojem različitih inicijativa vezanih za aromatične kulture otvaraju niz mogućnosti značajnih za širi društveno- gospodarski napredak. Kroz inovativnost kao jedan od ključnih pojmova u turizmu 21. stoljeća kroz kreiranje aromatičnih turističkih proizvoda kao djela kulturnog nasljeđa nužno je prepoznati njihov značaj i doprinos stvaranja novog imidža destinacije i dobre poslovne prilike. Nužno je pomaknuti granice od nepoznatog i razvijati proizvode za turistu budućnosti otvoreni prema novim iskustvima i znanjima. Potrebno je identificirati nositelje posebnih kompetencija te valorizirati najprihvatljivije sadržaje na zadanu temu. Svako iskustvo koje

je dobro dizajnirano, vođeno, organizirano, marketinški osmišljeno i na kraju uspješno prodano dobra je poslovna prilika. Kroz ovaj rad se uočavaju ogromni potencijali aromatičnih kultura ali i analizira još uvijek nedovoljna educiranost i neprepoznatljivost dionika o značaju i mogućnostima ovog resursa²⁸ Stvaranjem kulturne ponude na ovu temu pričom mirisnih aromatičnih staza poljoprivredni bi se proizvod pretvorio iz potencijalne u realnu turističku atrakciju. Na taj bi se način proširio sadržaj turističke ponude u destinaciji te ostvario novi pogled turizma u budućnosti. To je moguće:

- stvaranjem i prodavanjem „snova“
- stvaranjem i oživljavanjem mita i legendi ili priča
- povezivanjem prošlosti i sadašnjosti
- stvaranjem spektakla i fantazije
- ponudom opuštanja i kreiranjem doživljaja.

S obzirom na bogatu prirodnu i kulturnu raznolikost Republika Hrvatska ima dobre preduvjete za razvoj posebnih oblika turizma, a time i plasiranje bogate ponude za različite segmente potražnje na turističkom tržištu. Wellness turizam je novi izazov na hrvatskom tržištu uz koji se veže problematika nepostojanja odgovarajućih standarda i kvalitete koji bi omogućili i svrstali Hrvatsku u prepoznatljivu wellness destinaciju. Turist traga za emocionalnim iskustvima. Da bi turistički događaj bio autentičan, moguće je postaviti promidžbeni slogan ovog tipa: «Dođite u Istru, u emotivnu kupnju.» Uvođenjem standarda kvalitete, umrežavanjem odgovarajućih institucija te školovanim kadrom stvorila bi se povezanost koja bi omogućila konkurentsko pozicioniranje na globalnom turističkom tržištu. Istarske staze aromatičnih kultura potrebno je uključiti u europske kulturne rute radi podupiranja identiteta zajednica. Hrvatski bi i istarski turistički proizvod time stvorio prepoznatljivost kulturnih, prirodnih i humanih vrijednosti te potpun osjećaj zadovoljstva za klijenta. Gledano sa aspekta razvoja turizma Istre time će se postići stvaranje dodatne atrakcije u destinaciji, osvajanje novih kupaca kao i ekonomska održivost destinacija. Idejna koncepcija i strategija projekta bazira se na osmišljavanju mirisnih soba, kuća i kažuna Istre koje bi međusobno funkcionirale u turističke

²⁸Škoro Ivna: Turistička valorizacija aromatičnih kultura u suvremenom turizmu, diplomski rad, str.17, Pula, 2017.

svrhe povezivanjem u mirisni kulturni itinerer. Postavlja se pitanje kako to ostvariti? Ostvarenje projekta moguće je temeljem:

- Aktivnosti promocije (Prospekti za hotele, hostele, agroturizme, privatni smještaj, turističke info punktove)
- Kanala distribucije (suradnja sa turističkim agencijama, link na internetskim stranicama, opis, kontakt, informacija, mogućnost on line rezervacija, edukacijske brošure)
- Odnosa s javnošću (Festival lavande u poljima, Istarski festival lavande, regionalna, nacionalna i globalna razina, tuzemni i inozemni mediji)
- Investitora za gradnju kuća
- Edukacije (edukativni kampovi, radionice, virtualne prezentacije)
- Certifikati organskih proizvoda (EEC 2092/91)²⁹
- Stvaranja dodane vrijednosti (Novi brend autohtonog istarskog proizvoda od istarskog lavandina i lavandi, doprinos društvenom, ekonomskom i kulturnom razvoju, stvaranje novog sadržaja turističke ponude).
- Konzalting usluge (mreže trenera po klasterima: turističkim regijama)

5.3. Diverzificirana ponuda – čimbenik podizanja konkurentnosti

Među četiri glavna prioriteta za razvoj turizma Europe, koji su usklađeni s novim pravnim institucionalnim okvirom uređenim strategijom «Europa 2020» ulazi i konkurentnost europskog turističkog sektora koja se potiče razvojem inovacija od strane nositelja turističke ponude.³⁰ Nadalje, potiče se promicanje razvoja održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma, pri čemu se posebno ističe razvoj europskog *brenda* «*Qualite' Tourisme*». On se temelji na postojećim nacionalnim iskustvima, s ciljem jačanja sigurnosti potrošača i povjerenja u turističke proizvode te nagrađivanja znatnih napora turističkih profesionalaca koji teže

²⁹ Obveza operatora na poštivanje pravila i potvrda jedinica organske proizvodnje prema EU regulativi EEC, članak 5. te aktima o domaćoj hrani.

³⁰Europa 2020,

http://ec.europa.eu/europe2020/index_hr.htm, pristup: 16. 12.2013. Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa Istarsko gospodarstvo jučer i sutra, Gržinić, Škoro, Popić, Istarski wellness -čimbenik podizanja konkurentnosti hrvatskog turizma, str.390, 2013

postizanju kvalitete turističkih usluga radi osiguravanja zadovoljstva potrošača. Upravo aromatične kulture nude mogućnost kreiranja visokokvalitetnog turizma povezujući nekoliko selektivnih oblika turizma, a time cijelu destinaciju pretvaraju u wellness aromatičnu oazu pod sloganom "Živjeti uživajući život" kako kaže začetnik wellnesa doktor medicine Halbert Dunniz SAD. Ruralni krajobraz s nasadima aromatičnog ljekovitog bilja zasađenog na velikim površinama (u Istri još uvijek ima 48.000 neobrađenih poljoprivrednih površina) promijenio bih izgled krajolika što daje posebnu vrijednost krajobraznoj arhitekturi. Ona je bila bitan čimbenik još iz vremena antike, a važno je naglasiti da je krajobraz jedan od najvećih svjedočanstava o našoj kulturi i svakodnevnici.

Danas botanički vrtovi imaju veliku obrazovnu, kulturno-povijesnu i turističku vrijednost, te su nerijetko zaštićeni kao spomenici prirode i kulture (spomenici vrtne arhitekture). Smještaj novog Botaničkog vrta «Park svetog Franje» (San Francesco) predviđa se u neposrednoj blizini kapele sv. Franje u arealu San. Francesco u Vodnjanu, (Tvrta Svijet biljaka). U najnovije vrijeme, na tragu novih tendencija općeg povratka čovjeka prirodi, rastućih potreba u "odgovornim industrijama" za supstitucijom sintetskih aktivnih komponenti s prirodnim komponentama, te na temelju razvoja i postignuća u biotehnologiji, botanički vrtovi postaju pravi istraživački centri i instituti od primarnog razvojnog značaja te edukativni centri za podršku općeg gospodarskog razvoja. Urbani prostor može biti oplemenjen malim botaničkim vrtovima u obliku topiara (biljne skulpture) koji su obilježja mnogih poznatih svjetskih vrtova upotpunjeni novim tehnologijama vezanim za urbane prostore.

5.4. Aromatične kulture u selektivnim oblicima turizma

Nova paradigma kod tzv. turista sakupljača doživljava uvjetovala je kreiranje novih turističkih proizvoda i inovativnosti od 3S³¹ do 6E³² i konačno do DM3³³ koji u svojoj inovativnosti kreira novo sveukupno iskustvo koje zadovoljava očekivanje turista. Turizam specijalnih interesa

³¹sea, sun,sand(more,sunce,obala)

³²experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology

iskustvo,uzbuđenje,bijeg,,edukacija,zabava,ekologija)

³³mit,magic, mystery(mit,magičan,mistarija)

predstavlja specifične interese pojedinaca i grupa izraženo u različitosti iskustva.³⁴ To je oblik turizma niša koji se poduzima iz specifičnih razloga. Dickman (1997) turizam specijalnih interesa opisuje temeljem "10 vrijednosnih grupa".³⁵ Turizam specijalnih interesa provociran je i brojnim posebnim događajima. Dolazi do promjene tržišne percepcije na rast utjecaja turizma specijalnih interesa. Pitanja koja se tiču planiranja i provedbe razvoja, zahtijevaju inovacije te mogu biti osnova ekonomskoj, ekološkoj i kulturološkoj održivosti (Prideaux, 2005; Douglas, Derret, 2002).

U današnje se vrijeme trendovi potražnje manifestiraju u: sklonosti pojedinim destinacijama (tipologija ponude), promjenama u mobilnosti, promjenama u načinu rezervacije usluge, kraćim boravcima, posebice posjetima gradovima (*citybreaks*), raste srednja klasa, novo generiranje turizma (Kina, Indija, Rusija), novi kupci, nova očekivanja, nove prilagodbe, visokoj ekološkoj osviještenosti (veća obazrivost kupaca), želji za originalnim doživljajima³⁶ i sl. Naisbitt (2000) ističe da je turizam specijalnih interesa odgovor na masovni turistički pokret u 20. st. Prognozira se rast značaja i popularnosti u HSE značaju (*Health, security, safety, environment*) te etičkim pitanjima (ABTA).³⁷ Suvremeni putnici tragaju za emocijom i kvalitetno predstavljena turistička destinacija utječe na svijest turista te pridonosi pobuđivanju pozitivnih osjećaja, radosti i novih saznanja. Upravo ovakvi oblici turizma, odnosno kreativno korištenje tradicijske baštine produžava sjećanje na destinaciju. Osjećaj čini intenzivnijim i upečatljivijim, a razumijevanje života i život lokalnog stanovništva lakšim. Europske i svjetske destinacije razvijaju ture temeljene na specijaliziranim sadržajima, tj. na turizmu specijalnih interesa. Tako su u međunarodnoj ponudi prepoznate, aroma ture:

- *Blossoming Heart Retreat-a delightful wellness Aroma tours (Provence, Turkey, Tuscany, Bali and Australia)*

- *Well being, green space and lavenderfarms: Trip Wellness.com*

- *Lavender Toursprovence – provencetours - avignon.com*

³⁴Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa Istarsko gospodarstvo jučer i sutra, Gržinić, Škoro, Popić, Istarski wellness - čimbenik podizanja konkurentnosti hrvatskog turizma, str.390, 2013.

³⁵Ibidem, str.390, 2013.

³⁶. Ibidem, str.390, 2013.

³⁷ABTA - Vodeća asocijacija putovanja (Velika Britanija).

- *Lavender Tour - viator.com*

- Sicila - Green Sicilia.

Zadružni Savez "Legacoop" u Italiji osigurava posjetiteljima posjete vinarima, rasadnicima mediteranskog i aromatičnog bilja, uzgoje agruma i posjeta Institutu za mediteransku poljoprivredu u Valenzanu. *Nadalje, internetska stranica www.aroma-tours.com, predstavlja aromatične ture prvenstveno Europe, ali i šire, pod nazivom «Putovanja koja bude osjetila».*³⁸ *Talijanske turističke agencije nude ture lavande i maslinova ulja u trajanju od 2 tjedna, stavljajući lavandu u kontekst multikulturalnosti, povezivanjem francuske Provanse i talijanske Toskane.*³⁹

Znamo li da Hrvatska i dalje ima oko milijun hektara neobrađene površine, logično proizlazi da je potencijal uzgoja i izvoza veći.

6. ZAKLJUČAK

Budućnost uzgoja aromatičnih kultura u Istarskoj županiji temelji se na održivom razvoju poljoprivrede i turizma, te poticanju razvoja selektivnih oblika turizma. U sklopu Akcijskog plana razvoja zdravstvenog turizma (Institut za turizam RH:2014) u koji je svrstan medicinski i holistički wellness, aromatične kulture trebaju naći svoje mjesto kroz klinički pristup te doprinijeti kvalitetnoj i suvremenoj ponudi. Podizanjem dugogodišnjih nasada aromatičnih kultura oplemenit će se krajolik i stvoriti novi sadržaj turističke ponude, poljoprivredni proizvod pretvorit će se u turističku atrakciju. S obzirom na navedeno s gospodarskog gledišta i od nacionalne važnosti, nužno je zapuštene i neobrađene površine pretvoriti u obradive i tako doprinijeti ruralnom i turističkom napretku. No, još uvijek postoji izostanak :

- interesa nositelja razvojne politike s točno definiranim timovima ljudi koji će raditi na razvoju projekata vezanih za aromatične kulture kroz povezivanje javnog i privatnog partnerstva

- koncepta proširenja ponude u turizmu putem aromatičnih ljekovitih kultura i svjesnost o njegovu značaju.

³⁸Zbornik radova Međunarodnog znanstvenog skupa Istarsko gospodarstvo jučer i sutra, Gržinić, Škoro, Popić, Istarski wellness - čimbenik podizanja konkurentnosti hrvatskog turizma, str. 392, 2013.

³⁹Festival lavande u Toskani ima pedesetogodišnju tradiciju.

Nadalje, aromatične kulture mogu predstavljati Istru kroz tradiciju i stil života lokalnog stanovništva te s druge strane osigurati sigurniju egzistenciju stanovništvu ruralnih područja Istre. Isto tako u posljednjem desetljeću 20.stoljeća turistička aktivnost obilježena je intenzivnim rastom i disperzijom turizma na sve dijelove svijeta te njihovom diversifikacijom na različite oblike koje turistička teorija tretira posebnim, specifičnim, alternativnim ili selektivnim oblicima turizma. Oni se javljaju u segmentu želja i potreba sve zahtjevnije turističke potražnje, a djeluju u okviru turističke ponude sukladno raspoloživim prirodnim i antropogenim resursima te izgrađenoj turističkoj infrastrukturi i suprastrukturi.

7. LITERATURA

- Alfier, D., (1981.), Potreba novih orijentacija u dugoročnom razvoju našeg turizma, časopis Dubrovnik, Dubrovnik.
- Alfier, D., (1994.), Turizam, Masmmedia, Zagreb.
- Andrijašević, M., Bartoluci, M., (2004.), Uloga wellnesa u suvremenom turizmu, Actaturistica, vol. 16/2004.
- Blumenthal M, (2000), Goldberg A, Brinckmann J, eds., Herbal Medicine: Expanded Commission E Monographs. Austin, TX: American Botanical Council; Newton, MA: Integrative Medicine Communications.
- Bonacci, D. (2002), „Lavanda miris Mediterana“, Hrvatski zemljopis, 64, 48-49. Samobor.
- Bown D. (2001), The Herb Society of America New Encyclopedia of Herbs and Their Uses. London: Dorling Kindersley Ltd.
- Bušelić, M. i dr. (2009.), Lavanda u Istri- jučer, danas, sutra. Drugi znanstveno-stručni skup, Simpozij: Lavanda – kulturno nasljeđe i gospodarski razvitak Istarske regije, Pula,
- Jelinčić, D.A., (2008.), Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia/Meandar, Zagreb,
- Kobašić, A., Senečić, J., (1989), Marketing u turizmu, Školska knjiga, Zagreb,
- Jelinčić, D. A. (2000), Kulturna baština i turizam, Magistarski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski
- The Origins of Agriculture Production in the Area of Croatia, Agric. conspec. sci. 2002.

SAMONIKLO JESTIVO BILJE - MOGUĆNOSTI I IZAZOV U TURIZMU

WILD EDIBLE HERBS - OPPORTUNITY AND CHALLENGE IN TOURISM

Sani Sardelić, prof.
kustosica
Gradski muzej, Korčula

Kad ubereš, znaš što jedeš!
Paval Šain, otok Korčula

Sažetak:

Stanovnici jadranskih otoka i priobalja do danas su u svojoj svakodnevnoj prehrambenoj praksi sačuvali vještinu pobiranja i konzumiranja divljeg zelja, samoniklog jestivog bilja, koju najčešće nazivaju zbirnom imenicom parapač, mišanca, gruda, pazija i slično. Korištenje samoniklih biljaka u ljudskoj prehrani poznato je još od prapovijesti. Tijekom prošlosti odnos čovjeka prema samoniklim biljkama, kao i biljkama uopće, dinamično se mijenjao. Koje su moguće suvremene interpretacije, te koji je turistički i gastronomski potencijal ovih visokovrijednih namirnica, nastojat će se pokazati nizom primjera terenskog istraživanja s otoka Korčule i Mljeta. Izlaganjem rezultata istraživanja na 2. Kongresu ekološkog i održivog turizma nastojalo se potaknuti na prevrednovanje ovog ciljanog baštinskog sadržaja, u svrhu promišljanja i boljeg razumijevanja ukupnog značaja očuvanja prirodnih vrijednosti. Predložene aktivnosti u radu su prvenstveno namijenjene obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, vlasnicima turističkih agencija i ugostiteljskih objekata, kao i svim čimbenicima pozitivnih promjena u turizmu, s posebnim osvrtom na činjenicu da je 2013. mediteranska prehrana upisana na Reprezentativnu listu svjetske nematerijalne kulturne baštine - UNESCO.

Abstract:

Indigenous residents of the Adriatic islands and coastal areas have preserved the skills of foraging wild edible plants in their everyday nutrition practices. The use of wild edible plants in diet has been known since prehistoric times. The connection between human and wild plants, as well as plants at all, changed dynamically in the past. The question of possible contemporary interpretations and the tourist and gastronomic potential of these high-value foods will be shown through the results of a series of field research from the islands of Korčula and Mljet. The aim was to stimulate wider social community on understanding the overall importance of preserving natural values by presenting the results of the research at the 2nd Congress of Ecological and Sustainable Tourism. The proposed activities are primarily intended for family farms, owners of tourist agencies and restaurants, as well as all factors of positive changes in tourism, with reference to the fact that the 2013 Mediterranean diet is register in the Representative List of World Intangible Cultural Heritage - UNESCO.

Ključne riječi: Samoniklo bilje, ekologija, bioraznolikost, Mediteran, gastronomija

Key words: Wild edible herbs, ecology, biodiversity, the Mediterranean, gastronomy

Uvod – biljke i ljudi

Suživot biljaka i ljudi jedna je od odrednica kojom je obilježen razvoj čovječanstva. Značajne dinamične razlike unutar sustava ljudskih zajednica uočavaju se upravo na promjenama odnosa između čovjeka i bilja, a putem tih promjena može se pratiti povijesni i civilizacijski razvoj. Otoci Korčula i Mljet, u srcu Mediterana, naseljeni od prapovijesti, odabrana su mjesta polazišta znanstvenog i umjetničkog istraživanja. Topos kao sredstvo ukazivanja značaja biodiverziteta, ali i argumentirane kritike industrije hrane i kontrole uzgoja sjemena. Stanovništvo se stoljećima tradicijski koristilo značajnim otočnim prirodnim resursima, te su znanja, vještine i sustavi vrijednosti koji su naglašeno uključivali i procese dugog trajanja generacijski nasljeđivani. Svijest o važnosti očuvanja samoodrživih rezervata, primjerice šuma dalmatinskog hrasta crnike i dalmatinskog crnog bora, kao tog osebujnog obilježja otoka Korčule, utkana je i u Statut grada i otoka Korčule¹ iz 1214., taj najstariji zakonik dalmatinskih komuna. Samoniklo jestivo bilje – gorko zelje ili žutinica pripadaju korpusu jela najpoznatije večere zapadnog kulturnog kruga – Posljednje Kristove večere, pa i taj podatak ukazuje na njegovo simbolično i duhovno značenje.

Prikupljanje samoniklog bilja vrlo je star način prehrane, poznat još od prapovijesti, a u većem dijelu Dalmacije u praktičnom i široko rasprostranjenom korištenju bio je prisutan do 50-ih godina 20.st., s tendencijom pada u drugoj polovici 20. st., koji se u 21. st. pojačano nastavio. Iako samonikla, ova vrsta bilja, zbirnim nazivom poznata kao *mišanca*, *gruda*, *parapač*, *pazija* i slično raste samo u kultiviranim prostorima, uz rubove suhozidnih vinograda, vrtova, kućica i kamenih putova, što je još jedna od osobitih značajki kojom se potvrđuje važnost razumijevanja odnosa čovjeka i biljaka u ukupnom civilizacijskom razvoju. Poznavanje vještine korištenja samoniklog jestivog bilja upućuje nas na mnogo više od osim čiste gastronomske utilitarnosti – potiče nas razumjeti i poštivati održivi razvoj, posebice osjetljivih područja kao što su otoci, te na nužnu ekološku čistoću i biološku raznovrsnost, kao preduvjet zdravog i održivog života. Tako, u širem smislu, poznavanje ove vještine možemo promatrati i s aspekta zaštite krajobraza, krajobrazne arhitekture te ekološkog aspekta; s posebnim osvrtom na činjenicu da je 2013. mediteranska prehrana upisana na Reprezentativnu listu svjetske nematerijalne kulturne baštine - UNESCO².

Kupiti ili ubrati?

Protokom vremena, vještina prepoznavanja i prikupljanja samoniklog jestivog bilja pomalo se zaboravlja. Čini se – uz nestajanje potrebe, pa i uvjeta za prehranjivanjem i privređivanjem tradicijskog tipa usmjerenog na autarkičnu otočku poljoprivredu, dodatni razlog je i široka dostupnost konzumerističke potrošne robe kao i promjena gospodarskog ozračja. Sve to sustavno uzrokuje zaborav. Većina ljudi uglavnom se prisjeća kako ta vještina postoji ili je postojala kod naših ne tako dalekih predaka (poput *nona*, baka ili majki), ali nismo sasvim sigurni u vlastite sposobnosti i iskustva. Ipak, suvremena tendencija kontrole prirodnih resursa i proizvodnje hrane od strane neoliberalnih korporacija potiče nas na prevrednovanje vlastite nematerijalne baštine i zapostavljenih vještina kao mogućeg sistema

¹ Statut grada i otoka Korčule, preveo i priredio Antun Cvitanić (treće izdanje,) Korčula: Grad Korčula, 2002.

² 4. prosinca 2013. godine, na 8. sjednici UNESCO-ovog Međuvladinog odbora za nematerijalnu kulturnu baštinu, u glavnom gradu Azerbajdžana, Bakuu, potvrđena je multinacionalna kandidatura Španjolske, Cipra, Grčke, Italije, Maroka, Portugala i Hrvatske pod nazivom: Mediteranska prehrana (Mediterranean diet), te upisana na Reprezentativnu listu svjetske nematerijalne kulturne baštine. (Prema podacima dostupnima na web stranicama Ministarstva kulture - www.min-kulture.hr › UNESCO)

otpora sveopće prisutnom komercijalizmu, globalizaciji i otuđenosti od prirode, ali i na mogući pozitivni gospodarski aspekt ruralnih, još uvijek ekološki čistih područja.

Autorica teksta, potaknuta izložbom „Svijet hrane u Hrvatskoj“ koja se u organizaciji Etnografskog muzeja u Zagrebu i Instituta za etnologiju i folkloristiku održala 2006.-2007. u Etnografskom muzeju³ sudjelovala je na okruglom stolu „Vizualizacija hrane u muzejima“ priređenom tijekom trajanja spomenute izložbe. Predstavivši moguće značajke ove tradicijske vještine, zaključuje kako samoniklo jestivo bilje zaslužuje našu pažnju iz više razloga; u prošlosti, kao svima dostupno povrće, a posebno u ratnim i kriznim uvjetima relativno siguran izvor hrane. Danas, objektivno gledajući, ono je u svakodnevnoj prehrani delikatno i rijetko, ali zbog suvremenih zahtjeva za zdravijom prehranom, čini se kako postaje ekskluzivna hrana⁴. U toj okrenutoj percepciji krije se i razlog više zašto pažnju posvetiti divljem, samoniklom bilju te zašto je važno sačuvati i prenijeti znanje o prepoznavanju i sabiranju bilja te razviti svijest o važnosti očuvanja ekološke čistoće i biološke raznolikosti, uključujući na taj način i promicanje osobne i socijalne odgovornosti. Konzumerizam i komocija, nedostatak vremena i suvremeni stil života, čvrsta su podloga za sustavno zaboravljanje tradicijskih namirnica i načina prehrane, ali, s druge strane, briga za vlastito zdravlje potiče nas na njihovo prevrednovanje. Pa iako se čini kako se je pred krhko bilje, odnosno naše znanje o njemu, postavio zahtjevan i ambiciozan zadatak, hranu je moguće sagledati i kao medij kroz koji se promatraju i potiču brojne pojavnosti kulturnog i umjetničkog djelovanja te društvenog aktivizma. Nematerijalna baština⁵ vrlo je široko obuhvatna dimenzija ljudskog stvaralaštva, a vještine kojima je čovjek u prošlosti ovladao i koje su mu omogućile preživljavanje i samoodrživost, svakako su značajna kategorija.

Terensko umjetničko istraživanje – Izazov *bio arta*

Svrha terenskog umjetničkog istraživanja „Samoniklo jestivo bilje – mišanca, gruda, parapač“, koje se provodi od 2013., jest interdisciplinarnim postupkom proučiti kulturu prepoznavanja, prikupljanja, obrade i primjene samoniklog jestivog bilja na otoku Korčuli i okolnim ruralnim područjima i otocima, kao i utvrditi dostupnost bilja na tržnicama većih hrvatskih gradova. Autori istraživanja su Sani Sardelić i Darko Fritz, unutar Udruge siva zona, prostora suvremene i medijske umjetnosti, a samo istraživanje dio šire postavljene platforme pod nazivom Politike zelenih prostora, kojoj je, uz dokumentiranje i komuniciranje, svrha potaći dinamično kreiranje bio-art projekata.⁶ Udruga siva zona posebnu pažnju usmjerava na pozitivno redefiniranje pozicije kulturne periferije, prvenstveno otoka u cjelini,

³ Izložba autorica Mirjane Randić iz Etnografskog muzeja i Nives Rittig Beljak iz Instituta za etnologiju i folkloristiku u Etnografskom muzeju u Zagrebu „Svijet hrane u Hrvatskoj - između tradicije i globalizma“ pogodila je interese najširih društvenih skupina. Brojna stručna vodstva, okrugli stolovi, edukacije i prigodne publikacije, kao i zanimanje medija za sadržaj, doprinijeli su izuzetno velikom broju posjetitelja, ukazujući na opću zainteresiranost za hranu i njene najrazličitije pojavne oblike.

⁴ Sani Sardelić: *Samoniklo jestivo bilje – mišanca, gruda, parapač, Wild edible herbs*, izlaganje sa znanstvenog skupa (hrv./engl.) Etnološka istraživanja 12-13 (str. 387.- 396.) Etnografski muzej Zagreb, Zagreb

⁵ Pojam nematerijalna kulturna baština obuhvaća: prakse, predstave, izrazi, znanje, vještine, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostori koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i, u nekim slučajevima pojedinci, prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine. Nematerijalnu kulturnu baštinu, koja se prenosi iz generacije u generaciju, zajednice i skupine stalno iznova stvaraju kao reakciju na svoje okruženje, svoje uzajamno djelovanje s prirodom i svoju povijest. Ona im pruža osjećaj identiteta i kontinuiteta te tako promiče poštovanje za kulturnu raznolikost i ljudsku kreativnost. (www.min-kulture.hr › KULTURNA BAŠTINA › Nematerijalna kulturna baština)

⁶ www: sivazona.hr/pages/research

podrazumijevajući kulturu u širem značenju, uključujući i svakodnevne prakse, suvremenu kulturnu i umjetničku produkciju, vizualni jezik, medijsku kulturu i nove tehnologije sagledane u širem društvenom i političkom kontekstu, s naglaskom na Mediteran.

Otok Korčula prepoznaje se kao područje izuzetnog biodiverziteta na kojem su ljudi tradicionalno koristili vrlo veliki broj samoniklih biljnih vrsta. Ova pojavnost opisana je i u literaturi, a posebno se izdvajaju ponovljena i dopunjena izdanja *Enciklopedije samoniklog jestivog bilja* Ljubiše Grlića.⁷ U našim krajevima, prema recentnom istraživanju, vještina prepoznavanja i korištenja ovog bilja još je relativno dobro očuvana. Ipak, jestive biljke u prirodi uglavnom poznaju stariji ljudi, mlađi znatno rjeđe. Biljke koje kazivači najčešće nabrajaju su, navodeći ih u izvornom govoru - žutenica, kostrič ili čevčeg, divlji luk i poriluk, luk prdej, divlje salate, divlja mrkva, kozja brada, morač, slaška, tušanj, pleštiguzica, kostučel, lemrbrc, kostopeč, maslačci, koprive, mak, mladi izdanci kupine, pa čak i oslobada, ošjebada. Napominjemo kako nabrojane biljke ne pripadaju ugroženim vrstama, nego se najčešće tretiraju kao korov, pa se gule, kose i čupaju, a nažalost vrlo često i polijevaju otrovima, herbicidima. Ipak, važno je kod korištenja ne pobrati i ne izguliti sve biljke na jednom staništu. Otrovnih biljaka nema puno, vrlo su rijetke, ali i njih je važno naučiti prepoznati i ne dirati. Mnoge biljke su jestive, iako se u tradicijskoj *mišanici* najčešće nalazi petnaestak do dvadeset vrsta biljaka, u dobrom omjeru. Naime, neke su poput morača- komorača ili primjerice lembrca izuzetno aromatične i dominantne, pa ih je potrebno koristiti u vrlo malim količinama. Konzumacija ovakve hrane višestruko je korisna, ona čisti naš organizam nakon zimskog mirovanja, potiče probavu i nakon konzumacije smo lagani, bez težine u želucu, naglašavali su odreda svi kazivači. Već i samo navedeno različito nazivlje, bilo biljnih mješavina ili pojedinačne jestive biljke u relativno malom prostoru ukazuje na široku upotrebu i rasprostranjenost. Ovo istraživanje postavljeno je kao istraživanje otvorenog tipa. Druga faza projekta razvit će istraživanje samoniklog začinskog i ljekovitog bilja, čiji je početak planiran 2017. godine, ovisno o dostupnosti sredstava. Osim temeljnog prepoznavanja biljaka na terenu i njihovog dokumentiranja, projekt uključuje i interaktivnu arhivu audio i video zapisa kazivača, nositelja znanja i vještina istraživanih područja, prikupljenih terenskim istraživanjem⁸. Rezultati istraživanja i dokumentiranja pohranjeni su i u Etnografskoj zbirci Gradskog muzeja Korčula, kao sastavni dio zbirke.

Zaklada Kultura nova⁹ prepoznala je ovaj projekt Udruge siva zona - prostora suvremene i medijske umjetnosti, te ga značajno financijski poduprla. U prvoj fazi istraživanja sudjelovali su kazivači svih otočkih naselja, kao i grada Korčule. Kazivači od kojih smo dobili najveći broj podataka su uglavnom bili starije životne dobi, oba spola, s naglašenom mikro-lokalnom pripadnošću, dobro upoznati sa specifičnom temom istraživanja, samoniklim jestivim biljem. Iako različitih zanimanja, svi su se, u većoj ili manjoj mjeri bavili ili se još bave i tradicionalnom poljoprivredom. U razgovoru, naglašeni su njihovi slični životni vrijednosni sustavi, poput mišljenja kako je najbolja hrana za zdravlje ona čiji uzgoj možeš sam nadzirati, te kako je kupljena hrana u trgovačkim lancima manje prehrambene vrijednosti, a možda i štetna uslijed korištenja kemijskih sredstava, dugog transporta i stajanja na policama. Smatraju kako su se ljudi ranije, iako skromnije, hranili zdravije, te često iznose sjećanja iz djetinjstva. I danas nastoje konzumirati prehrambene namirnice u skladu s prehrambenim navikama usvojenima u najranijoj životnoj dobi, što uključuje i pobiranje samoniklog jestivog bilja sukladno njegovoj sezonskoj dostupnosti. Svjesni su

⁷ Ljubiša Grlić: *Enciklopedija samoniklog jestivog bilja*, 1986. Zagreb: August Cesarec; Ljubiša Grlić, *Enciklopedija samoniklog jestivog bilja*, 2005. Rijeka: Ex Libris

⁸ Arhiviranim materijalom planira se obogatiti budući postav Etnografske zbirke Gradskog muzeja Korčula.

⁹ Zaklada "Kultura nova" je nadopunjujuća mjera u sustavu financiranja kulture koja doprinosi stabilizaciji organizacija civilnog društva na području suvremene kulture i umjetnosti. (www: kulturanova.hr)

korjenitih promjena u društvu koje sve više postaje konzumerističko, te o tome imaju izražen kritički stav. Zabrinuti su zbog osjećaja kako je novijim gospodarskim aktivnostima i zapuštanjem poljoprivrednih površina ujedno narušena samoodrživost otoka. Svjesni su nezainteresiranosti mlađe populacije za tradicionalnim načinom života, koji uz ograničenu poljoprivredu i sezonski uvjetovane radove u prirodi, uključuje i vještine poput prikupljanja samoniklog jestivog bilja, ali i razumiju uzroke i okolnosti te činjenice. Svi nabrojani podaci dobiveni terenskim istraživanjem u skladu su s opisom i objašnjenjem značenja mediteranske prehrane na hrvatskom Jadranu, tj. obali i otocima te dalmatinskom zaleđu koji su navedeni u tekstu na web stranicama Ministarstva kulture u svrhu pojašnjenja razloga i značenja statusa mediteranske prehrane kao zaštićene nematerijalne baštine na listi UNESCO-a. Među ostalim, navodi se kako je takva prehrana uvjetovana „*ekološkim, klimatskim, povijesnim i kulturnim čimbenicima Mediterana. Ta vrsta prehrane, kao i u ostalim zemljama na području Mediterana, očituje se u Hrvatskoj u društvenoj, duhovnoj i materijalnoj sferi svakodnevnog života, te u običajima životnog i godišnjeg ciklusa.*“¹⁰ Mediteranska prehrana navodi se i kao temelj identiteta ljudi koji žive na tom prostoru i kao „*tekovina raznih kultura i utjecaja, koje se kontinuirano prenose s koljena na koljeno.*“¹¹ Ujedno je važna i zbog ukupnog oblikovanja kulturnog identiteta svojstvenog za hrvatski Jadran, njegove obale, otoka i dijela zaleđa, „*što se ponajviše očituje u običajima i obredima te govoru*“¹². Uočeno je, a terenskim istraživanjem dodatno potvrđeno kako se način prehrane naročito odrazio u oblikovanju prostora, koji je odavno prepoznat kao visokovrijedni kulturno – povijesni krajobraz¹³ od strane mnogih znanstvenih disciplina i s raznih očista i potreba, u širokom rasponu od antropoloških, socioloških, arheoloških, povijesnih, povijesno-umjetničkih, botaničarskih ili agronomskih viđenja, do najnovijih eksploatacija u turističko-gospodarskim brendiranjima proizvoda. Suhozidne kamene ograde, meje, kućice, putevi, košare i ostali arhitektonski krajobrazni elementi vjerojatno su najjači identifikacijski signifikant i najprepoznatljivija slika tradicijske Dalmacije. Materijalno i nematerijalno, prirodno i ljudskom rukom stvoreno, uzgojeno i samoniklo, netaknuto i oblikovano, malo gdje se isprepliću na tako velikom prostoru i u tolikim kreativnim organskim oblicima kao na prostoru jadranskih otoka, priobalja i zaleđa. Potaknuti obilježavanjem Međunarodnog dana muzeja koji se u organizaciji MDC-a, (Muzejskog dokumentacijskog centra) 2015. održavao na temu *Muzeji za održivo društvo*¹⁴, a 2016. *Muzeji i kulturni krajolici*, te edukativnim muzejskim akcijama

¹⁰ www.min-kulture.hr › UNESCO

¹¹ isto

¹² isto

¹³ *Gradnja u suho* upisana je na Listu nematerijalnih kulturnih dobara RH u prosincu 2016., neposredno nakon održavanja 2. Kongresa ekološkog i održivog turizma, a u pripremi je i zajednička predaja kandidature za upis na UNESCO-ovu Reprezentativnu listu zemalja Grčke, Cipra, Bugarske, Španjolske i Švicarske. Udruga *Dragodid*, nezaobilazni čimbenik prenošenja znanja i vještina gradnje na svojim stranicama ovako je objašnjava: „Umijeće gradnje suhozida široko je rasprostranjeno i sadrži mnogo dodirnih točaka, kao i bezbroj lokalnih razlika. Ono što je svima koji ga baštine zajedničko jest da su slaganjem kamena na kamen zajednice oblikovale svoje krajolike prilagođavajući ih svojim potrebama obitavanja i uzgoja biljaka i životinja. Suhozidom se čovjek kroz povijest borio ili se još uvijek bori protiv erozije, poplava, lavina, isušivanja, a usput su u suhozidu i oko njega svoj dom našle brojne sitne biljke i životinje povećavajući bioraznolikost i kompleksnost okoliša“ (www.dragodid.org)

¹⁴ Iz najave s web stranica Muzejskog dokumentacijskog centra: „Temom Muzeji za održivo društvo, kojom se obilježava Međunarodni dan muzeja 2015., muzeji preuzimaju aktivnu ulogu u posredovanju novih ideja i osvježavanju javnosti o potrebi usvajanja novog ponašanja prema okolišu i resursima. To podrazumijeva shvaćanje da je nužan razvoj novih sustava upravljanja i redefiniranje djelovanja na svim područjima života - u

Održivost (2015.) i *Klik na kulturni krajolik* (2016.) u organizaciji HMD-a, Hrvatskog muzejskog društva, u Gradskom muzeju Korčula¹⁵ priredili su se programi pod naslovom *Održivost na otoku - volim otok* (2015.) i *Kliknulo mi je u vrtu* (2016.). Njima se nastojalo ukazati na važnost promjene odnosa prema neposrednom okolišu te prevrednovanju naslijeđenih znanja i vještina, sa što većim uključivanjem najmlađih posjetitelja. Poseban naglasak bio je na prepoznavanju značenja samoodrživosti i očuvanja resursa.

Istraživanje tržnica u Zagrebu, Splitu i Dubrovniku, kao i u samom gradu Korčuli ukazalo je na zadovoljavajuću ponudu samoniklog jestivog bilja, ali i regionalno obilježenu potražnju – „To jedu Dalmatinci!“ Pomno prikupljanje i istraživanje ove nematerijalne kulturne baštine, odnosno vještine od samih izvornih kazivača, višestruko je značajno. Iako je istraživanje prvenstveno postavljeno kao umjetničko, smatramo da se rezultati u budućnosti, osim u razvijanju umjetničkih programa mogu primijeniti kao transferi znanja, vještina i vrijednosnih sustava i u kulturnim, kao i u gospodarskim aktivnostima, pri čemu se turizam, posebice ekološki turizam ukazuje kao najizglednija opcija. Time bi se otvorile nove mogućnosti promišljanja suživota biljaka i ljudi u svrhu opravka narušene ravnoteže otočke samoodrživosti, a kao jedna od potencijalnih smjernica za pomicanje izraženog pritiska turističke ljetne sezonalnosti ka balansirajućim rano proljetnim i kasno jesenjim programima i radionicama u prirodi. Samoniklo bilje može se prikupljati samo ako su zadovoljena dva uvjeta: biološka raznolikost i ekološka čistoća. S tim na umu, lakše je razumjeti potrebu očuvanja vještine prepoznavanja i prikupljanja samoniklog bilja.

Reinterpretacija rezultata istraživanja:

Od nositelja znanja i vještina prema novim korisnicima

Radionice i predavanja

Od početka istraživanja uočeno je kako smještanje bilja, bilo mogućega realnog ili virtualnog herbarija unutar zidova kulturnih i umjetničkih institucija, primjerice muzeja, ne može biti dostatno za cilj – prenošenje znanja i vještina, te komunikacija predmeta. Seoulska deklaracija ICOM-a (Međunarodnog vijeća za muzeje) o nematerijalnoj baštini¹⁶ posebnu pozornost pridaje upravo nositeljima tradicijskih znanja i vještina. Hrana svakako nije uobičajeni muzejski izložak, nemoguće ju je čuvati u muzejskim uvjetima i u izvornom obliku teško može biti u stalnom postavu. Stoga, što se samoniklog jestivog bilja tiče, za u svrhu prepoznavanja nužno treba „izaći iz muzeja“, u prirodu, u neposredan kontakt, a upravo radionice su se pokazale najprikladnijom metodom. Zbog toga se posebna pažnja usmjerila na organiziranje radionica u prirodi i traženje zainteresiranih partnera u provedbi projekta. Prva radionica „Samoniklo jestivo bilje“ održana je 2014. u Nacionalnom parku Mljet, u selu Goveđari, na poziv vlasnika Galerije *Stara skula* Tamare i Zorana Lukovića. Odmah je uočen znatan interes za ovim vidom aktivnosti, kako polaznika radionice, tako i medja. Uprava Nacionalnog parka Mljet prepoznala je vrijednost ovakvog načina prezentiranja prirodnog bogatstva i biološke raznolikosti, ekološki održivih sustava i očuvanja tradicijskih znanja i vještina, te financijski poduprla provedbu te radionice, kao i onih koje su slijedile 2015. i

gospodarstvu, socijalnoj politici i kulturi.“ (www.mdc.hr)

¹⁵ „Kulturni krajobrazi otoka Korčule – jesmo li to mi?“ naslov je predavanja i sastavni dio programa kojim se Gradski muzej Korčula priključio obilježavanju Međunarodnog dana muzeja 18. 5. 2016.

¹⁶ Seoulska deklaracija ICOM-a o nematerijalnoj baštini, u članku *Muzeji i nematerijalna baština*, 20. *Generalna konferencija i 21. Generalna skupština ICOM-a, Seoul, Koreja, 2004.* Kloveshi, Željka: *Informatica museologica* 35 (3-4) MDC, Zagreb 2004.(str. 662.- 66.)

2016. Nakon radionica na Mljetu, održana je i radionica na Orjenu, u Crnoj Gori, tijekom listopada 2016., na poziv Centra za zaštitu i proučavanje ptica, Ekološkog društva Boke kotorske i Općine Tivat u suradnji s partnerskim organizacijama Općinom Baška voda, Hrvatskim institutom za održivi razvoj i udruženjem BIOM, u okviru IPA prekograničnog projekta „Promatranje ptica i ekoturizam na južnom Jadranu“ (BETSA). Program je financiran od strane Europske unije u okviru prekograničnog programa Hrvatska - Crna Gora. Trodnevnu radionicu organizator je u dogovoru s autoricom oblikovao pod nazivom „Uvod u branje samoniklog jestivog bilja-integracija samoniklog jestivog bilja u turističku kulinarsku ponudu južnog Jadrana“, a s jasno izraženim očekivanjem upoznavanja samoniklog bilja na području Orjena, načinima njegovog sakupljanja i upotrebe u kulinarstvu radi unaprijeđena turističke kulinarske ponude područja Boke. Kako je navedeno u pozivu, od polaznika se očekivalo da savladaju osnovne vještine prepoznavanja i sabiranja bilja u prirodi, te da ga primjene u kulinarstvu. Trening je bio namijenjen vlasnicima turističkih agencija i ugostiteljskih objekata sa područja Boke, kao i svim zainteresiranim polaznicima. Cilj, kako nadalje navodi organizator, unapređenje je turističke ponude regije Boke kotorske i Dubrovačko-neretvanske županije zasnovane na promatranju prirode, odnosno ptica. Već prema pozivu, vidljivo je kako je riječ o oblikovanju novog turističkog proizvoda, financiranog sredstvima Europskih fondova.

U neposrednom kontaktu s polaznicima navedenih radionica, uočeno je kako im veliko zadovoljstvo predstavlja mogućnost iskusiti ovaj vid aktivnosti unutar zaštićenog područja nacionalnog parka ili ekološki čistih planinskih uvjeta Orjena, a izuzetan izazov sami sebi pronaći hranu, ekološki čistu i iznimno zdravu, ovladati ili prisjetiti se davno zaboravljene vještine. Radionice imaju veliki potencijal *turizma doživljaja* – kreativnog održivog turizma i doživljaja destinacije. Prema riječima jedne od sudionica radionica, inače profesionalne poznavateljice i prodavačice zdrave hrane u jednom od vodećih ekoloških trgovačkih lanaca u Hrvatskoj, motivaciju je našla u potrebi da nauči samostalno prepoznavati jestive biljke, koje inače za konzumaciju kupuje na tržnici. Kako ona kaže, miris svježe ubrane biljke u prirodi je nemjerljiv doživljaj, u odnosu na kupljenu. Isto tako smatra kako je bitno sačuvati znanja i vještine preživljavanja u prirodi. Sudeći prema iskustvima s radionica, polaznici su vrlo senzibilizirani prema ekološki čistoj prirodi i može se reći kako su vrlo zadovoljni radionicama, te ovisno o motivaciji i interesu, nauče sa sigurnošću prepoznati pet do sedam vrsta, ponekad i više, a svoje novostečeno znanje nastoje čim prije samostalno iskušati. Nadalje, polaznici nakon branja u poljima i ekološki održavanim vinogradima i maslinicima, sortiraju i čiste biljke kako bi ih pripremili za završnu fazu – kuhanje i konzumaciju. Najpoznatije je klasično spravljanje *na lešo*, kratko kuhanje u posoljenoj vodi i začinjeno maslinovim uljem, no od samoniklog jestivog bilja spravlja se vrlo fini rižoti i orzoti, zelena tjestenina, punjena tjestenina, juhe, namazi i fritaje, kao i slatke kombinacije, te se mnoge biljke tijekom radionice pripreme u osuvremenjenim i vrlo privlačnim neočekivanim kombinacijama. Polaznici uz stručno vodstvo i sami sudjeluju u pripravljanju hrane, odnoseći s radionice, osim prokušanog recepta i dobar osjećaj pripadanja, zajedništva, te pojačane osviještenosti o važnosti očuvanja okoliša i bioraznolikosti. Potencijal ovako oblikovanih radionica je velik, može ih se modulirati prema zadanim uvjetima, ovisno o prostoru, dobu godine, očekivanom trajanju radionice, potrebama i senzibilitetu polaznika, te njihovom broju, a predstavljaju osmišljeni turistički proizvod, koji, pažljivim vođenjem, može pozitivno utjecati na predsezonske i posezonske ekonomske rezultate, ali i na prevrednovanje ekološki očuvanih ruralnih prostora u cjelini. U zbirci eseja i izlaganja na međunarodnim skupovima, u svijetu priznatoga hrvatskog muzeologa Iva Maroevića „Baštinom u svijet“, u tekstu iz 1984. godine „Od muzeja na otvorenom do eko- muzeja“ autor naglašava značaj razvoja održivog turizma, pred više od trideset godina anticipirajući i u Hrvatskoj danas vrlo aktualnu temu. Muzeološka razmišljanja zabilježena u njoj možemo prihvatiti kao paradigmu budućeg razvoja:

Resursi primorskih i dalmatinskih otoka gotovo su neograničeni, kad bi se uspjelo razviti otoka usmjeriti prema održivom razvoju u kojemu bi prirodni resursi kulturnog i kultiviranog krajolika, povezani s ljudskim nastambama i njihovim grupacijama od zaselaka do sela, omogućili doživljaj i interpretaciju života u krajoliku, a time i turističku eksploataciju vrlo usmjerenog i ograničenog tipa, ali vrhunskog doživljaja. (Maroević:2004)

„Gastronomski potencijal otoka Korčule u turizmu - Interaktivno predavanje o samoniklom jestivom bilju“ na poziv u Turističke zajednice Grada Korčule održano je u travnju 2016. u *Hotelu Korčula de la ville*. Predavanje je prvenstveno bilo namijenjeno obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, vlasnicima turističkih agencija i ugostiteljskih objekata, kao i svima zainteresiranima za kvalitetniji i produktivniji odnos prema ekološkim i biološkim potencijalima čiste prirode. U nastojanju da se što slojevitije prezentira koje su moguće suvremene interpretacije, te turistički i gastronomski potencijal ove visokovrijedne namirnice, prikazali su se rezultati terenskog istraživanja te iskustva sa spomenutih radionica. Posjetitelje je posebno zainteresirala činjenica da je 2013. mediteranska prehrana upisana na Reprezentativnu listu svjetske nematerijalne kulturne baštine – UNESCO, uz veliki turistički potencijal tradicionalne dalmatinske kuhinje, sastavne dionice mediteranske prehrane. Ciljevi interaktivnog izlaganja bili su poticanje bolje komunikacije baštinskih i gospodarsko – turističkih dionika na otoku Korčuli, u nastojanju prepoznavanja i redefiniranja uloge muzeja i proučavatelja te interpretatora baštine kao aktivnih sudionika razvoja gospodarskih potencijala.

Zaključak: Priroda je ljekovita

Gospodarski oporavak ruralnih područja moguć je ponajprije ako se uzmu u obzir prirodni i baštinski potencijali tog prostora. Na primjeru dva otoka – Korčule i Mljeta, nastojali smo ukazati na značaj ekoloških potencijala i biodiverziteta. Mogućnosti su velike – kreativni održivi turizam i doživljaj destinacije sve više se prepoznaje, kako od korisnika, tako i od ponuditelja sadržaja. Područje djelovanja je široko, turistički proizvodi i radionice različitih sadržaja, od ekološke, gastronomske, botaničarske, krajobrazne, pa sve do umjetničkih, mogu biti privlačne i zanimljive velikom broju ljudi najrazličitijih interesa sa svih kontinenata. Vidljivi ekonomski rezultati ovakvog pristupa naslijeđenom prostoru potakli bi daljnji razvoj ekološke poljoprivrede i obnavljanja zapuštenih površina na održiv način. Baštinske institucije u čijim je *Izjavama o poslanju* sadržana temeljna zadaća – istražiti, prepoznati, prikupiti, dokumentirati i komunicirati, mogu biti pokretači i ravnopravni sudionici pozitivnih gospodarskih promjena. Promišljenim očuvanjem i korištenjem kulturnih krajobraza te nematerijalnog nasljeđa, vještina, navika, običaja i znanja povezanih u cjelovitost života, ukazalo se kako je povijesno nasljeđe samoodrživosti otoka, naročito načina života, prehrane i svakodnevice, uključivanjem svih društvenih čimbenika, iako donekle u izmijenjenom i prilagođenom ruhu, moguće i danas.

Uz zaključak, prilažem SWOT¹⁷ analizu (Prilog 1). Premda subjektivna, pa i podložna brzim promjenama, ova analitička metoda prikazuje terenskim istraživanjem prepoznate

¹⁷

S - STRENGTHS → SNAGA

W - WEAKNESSES → SLABOSTI

O - OPPORTUNITIES → PRILIKE

T - THREATS → PRIJETNJE

snage, slabosti, prilike i prijetnje tradicijskim prehrabnim navikama i njihovom gospodarskom oživljavanju. Izrađena je u svrhu doprinosa poboljšanju komunikacije baštinskih i turističkih djelatnika i kreiranju ukupne otočke gospodarsko-turističke strategije. Prilog 1.

SWOT analiza prehrabnih navika i njihova oživljavanja u Dalmaciji

Snage	Slabosti
Bogato i raznoliko tradicijsko naslijeđe Očuvani prirodni resursi Očuvana krajobrazna ruralna arhitektura Postojeća turistička infrastruktura Mogućnost cjelogodišnjeg boravka u prirodi – blagost mediteranske klime Postojeće turističko-gastronomске manifestacije Ljudski potencijal-zainteresiranost i motiviranost domicilnog stanovništva za sadržaj	Nedostatna komunikacija baštinskih i gospodarskih struka Nedovoljno korištenje, ali i čuvanje prirodnih resursa Rascjepkanost i slaba iskorištenost ekološkog načina proizvodnje Nepostojanje strategije prepoznavanja, čuvanja i prezentacije tradicijskog potencijala Ljudski potencijal – nepostojanje sustavne i organizirane ciljane edukacije
Prilike	Prijetnje
Oživljavanje tradicijskog naslijeđa Osvještavanje o važnosti zaštite bioraznolikosti ukupnog otočkog eko-sustava Mogućnost razvoja eko-proizvodnje i izravnog plasmana proizvoda Podizanje razine kvalitete ukupne turističke ponude Ljudski potencijal – prisutnost velikog broja mlađih, visokoobrazovanih stanovnika	Pritisak uslijed nerazmjera između mogućnosti tradicijske proizvodnje i turističke potražnje Nedovoljna istraženost tradicijskih gospodarskih potencijala otoka Nesustavna i slabo brendirana ekološka proizvodnja Urušavanje kvalitete pod pritiskom kvantitete ukupnih sadržaja Ljudski potencijal – ograničen broj radnih mjesta, slabi vanjski poticaji

Izvor: Analiza autorice, Sani Sardelić, prof.

LITERATURA:

1. Grlić, Ljubiša. 1986. Enciklopedija samoniklog jestivog bilja. Zagreb: August Cesarec
2. Lysaght, Patricia, ur. 2006. Mediterranean Food, Concepts and Trends. Zagreb: Institut za etnologiju i folklor i Etnografski muzej Zagreb
3. Sani Sardelić: Samoniklo jestivo bilje – mišanca, gruda, parapač, Wild edible herbs, izlaganje sa znanstvenog skupa (hrv./engl.) Etnološka istraživanja 12-13 Etnografski muzej Zagreb, Zagreb (str. 387.- 396.)
4. Sardelić, S., Prem, M., Pungetti, G.,. 2016. Landscape identity and the island of Korčula G., ur. Island Landscapes: An Expression of European Culture, G. Pungetti izdavač Routledge, 2016.
5. Statut grada i otoka Korčule, preveo i priredio Antun Cvitanić, Grad Korčula, Korčula 2002.
6. Maroević, Ivo. Baštinom u svijet. Od muzeja na otvorenom do eko-muzeja. Ogranak Matice hrvatske Petrinja, 2004. (str.63.-65.)
7. Seoulska deklaracija ICOM-a o nematerijalnoj baštini, 2004. / u članku Muzeji i nematerijalna baština, 20. Generalna konferencija i 21. Generalna skupština ICOM-a, Seoul, Koreja, 2004. Kloveshi, Željka: Informatica museologica 35 (3-4) MDC, Zagreb 2004.(str. 662.- 66.)

Web stranice:

Muzejski dokumentacijski centar, www.mdc.hr > Međunarodni dan muzeja 2015.

(pristupljeno 24. 4. 2015.)

Republika Hrvatska, Ministarstvo kulture, 2016. www.min-kulture.hr > UNESCO (pristupljeno 20. 12. 2016.)

Republika Hrvatska, Ministarstvo kulture, 2017. www.min-kulture.hr > KULTURNA BAŠTINA > Nematerijalna kulturna baština (pristupljeno 22. 2. 2017.)

Udruga Dragodid, 2017. www.dragodid.org/ naslovnica, (pristupljeno 20. 12. 2016.)

Udruga siva) (zona, 2016. [www: sivazona.hr/pages/research](http://www.sivazona.hr/pages/research), Politike zelenih prostora (pristupljeno 20. 12. 2016.)

Zaklada Kulturanova, 2017. [www: kulturanova.hr/naslovnica](http://www.kulturanova.hr/naslovnica), (pristupljeno 20. 12. 2016.)

PET MITOVA O SUHOZIDIMA: TURISTIČKI SUHOZID

FIVE MYTHS ABOUT DRY-STONE WALLING: TOURISM STONE WALLS

Doc. dr. sc. Jadran Kale
Odjel za etnologiju i antropologiju
Sveučilište u Zadru

Sažetak: Turizam je novi gospodarski okvir turističke valorizacije suhozida kao znamenitosti u kreativnoj industriji doživljaja. Takav novi ekonomski okvir za jednu krajobraznu pojavu na razmeđu mnogih društvenih i upravnih domena donosi brojne izazove. Turističku problematiku ove perceptivne i gospodarske preobrazbe suhozida ovdje smo predstavili saževši pet tipičnih tvrdnji kakve karakteriziraju njihov kulturni status na razmeđu ekonomskih epoha: o njihovoj starini, prirodnom skladu, autentičnosti, ugrozi globalizacije i anihilirajućem turizmu sa širim tržišnim silama. Takav je pregled zaključen perspektivama i preporukama.

Summary: Drystone-walling structures represent an amenity in creative industry of experiences, migrating from previous agricultural background as a staple good in tourism. Such a new position for a landscape phenomena situated at intersections of numerous societal and managerial domains pose a challenge for new solutions of conservation and consumption. Issues in tourism associated with landscapes structured with drystone walls are presented here according to five typical statements: about their antiquity, achieved harmony with natural environment, authenticity, dangerous globalization and mortal threat from tourism and wider market forces. Article is concluded with a review of perspectives and recommendations.

Ključne riječi: suhozid, kulturni krajolik, tradicija, kreativna industrija.
Keywords: drystone-walling, cultural landscape, tradition, creative industry.

UVOD

Suhozid je vid krajobrazne strukturiranosti kakav je u naše doba dosegao status javnog čuvenja i kulturnog dobra. Za razliku od drugih načina ljudskog oblikovanja širokih obuhvata otvorenog prostora, poput kondicioniranja ispašom, oivčavanja živicom ili poljoprivrednih artikulacija uopće, solidno posložene kamene ograde i nasipi mogu trajati stoljećima i ostaviti tragove u krajoliku tisućljećima, poput Grčkog zida kod Jablanca ili tumula i gradina. Jedini hrvatski suhozidni kulturni krajolik zakonski zaštićen izrijekom kao takvo kulturno dobro seže u ovo doba. To je Starogradsko polje, hora, čija se zaštita poziva na kategoriju iz međunarodnih propisa kao dio UNESCO-ve spomeničke baštine jer u domaćem konzervatorskom zakonu niti nakon dopuna nemamo izričitu kategoriju "kulturnog krajolika". Razna snalaženja u konkretnim situacijama polučila su izuzetno razvučen obuhvat s mjerama zaštite kakve zakonski dijele s

konzervacijom lokaliteta. To je tim važnije zna li se da su suhozidni krajolici među registrirana kulturna dobra kulturne krajolike uveli skupa s pionirskim promišljanjima njihove kultivacije kao povezanog dobra za zaštitu prije no što je pojam nematerijalne kulturne baštine uopće ušao u međunarodni stručni vokabular. Tome još treba dodati i nesklonost zavođenja suhozidnih građevina takvih krajolika u Registar kulturnih dobara, s više preventivnih registracija koje su po naravi zapravo bile trajne registracije ali do tog statusa nisu došle, kao i konzervacijsku praksu nad ovim građevinama dvojbenih rezultata.

Suhozidi označavaju tehniku ponajprije gospodarskih krajolika, jer sve do memorijalnih križeva na Kornatu kod nas nije bilo takvih struktura od svojeg početka projektiranih estetskim percepcijama. Stoga njihovo poticanje pripada upravnom resoru poljoprivrede, gdje se u popisivanju teško obradivih

zemljišta suhozidne terase nisu uspjele uključiti sve do europske direktive nacionalnih artikulacija agrookolišnih poticaja. Kako je razvidno iz uvoda, ni u zaštiti kulturnih dobara suhozidi se još nisu otresli pridošličkih repova kakvi svojim nesigurnostima i dezorijentiranostima prate i druge nove kategorije kulturnog naslijeđa, poput industrijske baštine. Pri svemu tome suhozidi ulaze u putanju opazajne sirovine turističke industrije doživljaja. Razvučeni u preklapanjima raznih domena i prerogativa ne smiješi im se lagodna sudbina, o čemu svjedoče njihova skončanja u betonizacijama obalnih pojaseva. No, i pored svega – ili upravo radi toga – zaštita hore i memorijalni križevi na Kornatu svjedoče o kolektivnoj imaginaciji kakva u prijašnjim generacijama nije postojala. Iz tih razloga ćemo povodom ovog skupa delikatnosti i perspektive suhozida u iskustvenoj industriji turizma sažeti u pet tvrdnji kakve ih najviše opterećuju, ali i nude najprobitačnije izgleda za dugoročnu održivost javnog fenomena.

1. "SUHOZIDI SU VRIJEDNI ZBOG NJIHOVE STARINE"

Ovakva tvrdnja izvire iz općenitog mitologema starosti, po čemu nešto uopće može biti vrijedno jer je starodrevno i od pamtivijeka. U njejoj osnovi je romantičarska ideologija koja je kulturni legitimitet nacionalnih država stasalih na industrijskom napretku gradila na izmišljenim kontinuitetima do antike, kronološke kotve kojom su vrijednosti mjerile predindustrijske elite. Romanticizam je izmislio folklor i kao pojam i kao sadržaj kakav u stvarnosti nikada nije postojao, već je takvim pozivom na jedinstvo namaknuo sedativ pred vrenjima vlastitog vremena. Pučke ruke se nisu mogle položiti na svileni konac gustih dekorativnih vezova sve dok u industrijskoj epohi za takav trošak nisu namaknule novac omogućen agrarnim reformama, po prvi put izravno pristupivši tržištu. Kod nas je i samo domorodno svilarstvo bilo plodom međuigre krupnih

sila koje su resurse teritorija izgubljenih u recentnim ratovima nadomještale takvim poticajima u drugim stečevinama. Stoga govor o drevnim originalnostima naliči dilemi kuhara kakav ima propisati povijesno izvorni jelovnik i krzma se povući crtu iznad jedne rajčice ili krumpira. Kaštradina nije priča o autentičnim pučkim drevnostima već o težačkim obvezama isporučivanja mesa ovnujskih kastrata. Niti pučkog pjevanja u oblicima kakvi su nam familijarni ne bi bilo bez prosijavanja populacijskih interakcija u zavojačenostima ratova velikih carevina.

Sl. 1: Zavjetna kapelica u uvali Kremik odaje kako je odsustvo sličnih, inače ovdje mnogobrojnih građevina na vidljivim vinogradima Velikog Bucavca znak njegovog nastanka u godinama militantnog komunizma



Izvor: Muzej Grada Šibenika.

Iz pripadnih mitologiziranja starosti jasno zašto se na jednom Velikom Bucavcu, mjestu nepobitne estetske privlačnosti, čuvenje i vrijednost obično racionalizira kroz starosne pojmove iako je krajolik posve recentan – podrazumijeva se kako bi konzument estetske naslade svoj potrošački interes izgubio ako bi narativ krenuo od 1947. godine. S druge strane, naši najstariji suhozidni spomenici u krajoliku faktički dokumentiraju nasilne okupacijske hegemonije: Grčki zid je u život lokalnih populacija smješten ukazom rimskog namjesnika, dok je hora prostorna uspomena etničkog čišćenja jer kolonisti nisu ulazili u kohabitacije.

Tvrdnja o prastarosti onoga što nazivamo suhozidima šuplje odzvanja napose zbog samog jezika. Riječi "suhozid" u starijoj

jezičnoj uporabi nije bilo, u međašnim razvodima i teritorijalnim demarkacijama takvi su orijentiri bile "gromače", "gomile", "mocire" itd. no nikada "suhozidi". U običnom narodnom govoru po poljima i kršu bile su "ograde", "međe" i zidovi, izrečeni u kratkoj množini kao "zidi", dok je "suhi" prefiks odavao knjiškog govornika – na selu se redovito radilo o zidu građenom "u suvo", nikada "u suho" (radi se o glasovima drugačije geneze, gdje je "h" standardizacijski umjetno dolazio i na mjesta gdje etimologijski nije pripadao, poput "hrvanja"). "Suhozid" je akademski uvedena riječ izvorno strana narodnom govoru. U tom je smislu, zapravo, zakonomjerna jer je niz drugih riječi iz razdoblja izuma folkloru uvođenje duguje gradskim elitama iz projekata izgradnje nacionalnih zajednica, poput neologizma "nošnja" ili slavenske usvojenice "zadruga". Studije ovakvih izuma tradicija u posljednje dvije generacije teku od rodonačelničke analize modernog postanja škotskog kilita. Odras ovih jezičnih nazora u krajoliku se može asociirati kod onih fenomena ili dobara čiji je nastanak poznat kao plod modernog vremena, pa su im i njihove strukture pravi suvremenički "suhozidi".

2. "SUHOZIDI ODRAŽAVAJU IZGUBLJENI SKLAD S PRIRODOM"

U svojem najvećem obuhvatu hrvatski suhozidi su krajobrazno dobro industrijskog doba. Jednostavne dosjetke u oblikovanju poljskih zidova i nasipa namijenjene sušenju plodova ili zaklonicama voćaka mogu se pratiti i u rustikalnim inačicama modificiranim za ponudu nekima među prvim obalnim industrijskim pogonima kakve su bile destilerije, plod civilnog pokreta za unaprjeđenje vinarskih praksi. U ključnom dijelu ovog stereotipa suhozidi se poistovjećuju s prirodom jer ih se poima kao krajobraznu pojavu udaljenu od naselja, no, ne samo da ih ima i u samim gradovima već su se prilagođavali naprednim tehnologijama koliko god je to industrijski postalo moguće. Kad je

poljoprivreda postala industrijska monokultura prakticirana u društvima razgranate društvene kontrole, nadzor društvenih resursa je pojednostavljen potrošačkim unifikacijama pa je umjesto režima vlage kakve u svojim mikroklimatskim ambijentima osigurava suhozid privlačnim postalo strojeve iskoristiti za malčiranje padina bez preostalih terasa, s vodom dovođenom nakapnim cijevima. Takva unifikacija uzgoja polučuje i brisanje ambijentalnih specifičnosti, dok plantažne monokulture reduciraju agrodiverzitet i smanjuju genetske resurse otpornosti na monokulturne ugroze.

Sl. 2: Klikin vinograd na lokalitetu Pod brak, otok Kakanj.



Izvor: Muzej Grada Šibenika.

Kako to zorno pokazuju terasasti suhozidi, kontinuirano u potrebi generacijskog održavanja, borba za plodine predstavlja trajno suprotstavljanje prirodi. Prepuštanje zemljišta prirodnim silama vegetacije tek dovodi do eufemizma "netaknute prirode", kakvim se prešućuje prethodnu kultiviranost. Prosvijećena senzibilizacija javnog mnijenja takav izraz ima razloga rezervirati za kulturne krajolike asocijativnih značenja, poput onih čija je sama netaknutost razlog kulturne vrijednosti. Zapravo je takvih u našoj okolini malo, jer su čak i planinska prostranstva kondicionirana dugotrajnim prakticiranjem stočarskih varijanti samodostatnih kućnih gospodarstava ili kolektivnih seoskih poduzimanja.

3. "SUHOZIDI SU VRIJEDNI JER SU SPECIFIČNO HRVATSKI"

Esencijaliziranje suhozida kao nacionalne znamenitosti zapravo je često nativistički politički program, a ne kulturni program tj. krajobrazna pobudnica predizbornih deklaracija. Hrvatski suhozidi su nastali kao europski suhozidi izgrađeni hrvatskim rukama. Starije epohe kultiviranja primorskih krajolika bile su vezane za krška polja, kojima su feudalni gospodari po ovlastima vladara kultivatore u naselja okupljali tek oko najboljih poljoprivrednih resursa. Znatnija udaljavanja od naselja i polja dogodila su se tek u industrijsko doba, kad su agrarnom reformom motivirani novi vlasnici zemljišta – bivši obrađivači gospodarevih zemalja – osvanulom europskom vinarskom potražnjom zbog dolaska filoksere u zapadnija mediteranska vinogorja podstaknuti krčenja širiti na prostranstva otprije doticana tek ispašom. Da se u tolikoj mjeri nije razjapilo europsko tržište, ne bi u ovolikim prostranstvima niti bilo najvećeg dijela naših suhozidnih kulturnih krajolika.

Sl. 3: Jedan od 12 usuh sagrađenih sedrenih lukova Kudinog mosta, uzorno obnovljenog registriranog kulturnog dobra na Krupi, pritoci Zrmanje. Izravnu korist lokalnoj zajednici koja o njemu skrbi predstavlja interes ribiča ili kupaca kozjeg sira.



Izvor: fotografija autora.

Antinativistička geneza krajolika istovrsni nastavak dobija upravo u naše dane. Nakon što su industrijalizacija i urbanizacija demografski opustošili vangradska područja a krajolik ostao prepušten vegetacijskim hirovima, nacionalnu mjeru nošenja s izazovima gospodarenja krajolika sami nismo iznašli

sve do uključivanja u Zajedničku poljoprivednu politiku koja uključuje i agrookolišne poticaje, među njima i one za obnovu i izgradnju suhozida. U tome Hrvati nisu izuzetak, jer su povijesne europske interakcije u svojim osobitim oblicima djelovale i na druge zemlje. Utjecaj supranacionalnog tržišta na primorski krajolik očit je i iz godina početka urbanističkih zoniranja obale, u suradnji s UNDP otvorenih kao dio turističkog otvaranja zemlje 1960-tih, a potom i nastanka masovno prakticiranog turizma. Angažirani projektanti su došli iz Velike Britanije, u kojoj se nakon stoljetnog strukovnog, administracijskog i civilnog stasavanja pionirski formalizirala nova disciplina krajobrazne arhitekture. Rezultati te interakcije jasni su iz krajobraznih projekata u kojima su se turistički kapaciteti nadovezivali na krajobrazne strukture, dok je nenadzirana betonizacija tolerirana kao sredstvo socijalne politike i oduška političkih nesloboda zaživjela tek u godinama relativnog ekonomskog prosperiteta 1970-tih godina. Iz tog razdoblja graditeljskih intervencija po krajoliku raspršenih šire od samih hotela datiraju i najbrojnija rušenja suhozidne baštine, s takvim strukturama i građevinama korištenima kao priručnim kamenolomima. Rigidni politički sustav, nenametnut izvana, za socijalni se mir prešutno pogodio nizom permisivnih administracijskih praksi među kakvima je bilo i upravljanje prostorom. Za zbivanja sa suhozidima je zanimljivo kako su prve zaštite kulturnih krajolika u prijašnjoj državi iznjedrene kao konzervatorska reakcija na te događaje u obalnom prostoru, jer se radilo isključivo o etnološkoj praksi riječkog konzervatorskog odjela u prvoj polovici 1970-tih godina: naš prvi zaštićeni kulturni krajolik su terasasti vinogradi Takala odakle je još prije agrarne reforme potekla bakarska vodica, artikulirani kao vrijedni zaštite zbog ugroze trasom Jadranske turističke ceste i šumarskih intervencija na rubu industrijske zone.

4. "SUHOZIDE UNIŠTAVA GLOBALIZACIJA"

Ova se tvrdnja glatko može uopćiti u javnu mudrost kako globalizacija zatire tradicije, kakvu možemo konstatirati izricanu od čobana do akademika. Stilski bi se dala usporediti s konstatacijom kako se ne valja petljati s vatrom jer je opasna, što je činjenično točno ali bi bez nijansiranja takve tvrdnje ostali sirovih obroka. Globalizacija se hrani različitostima i ne prosperira s navlas identičnim sudionicima. Onaj koji je apsolutno rezerviran od interakcija je pustinja, no takav ni nema potrebu za razmjenom, niti postoji njihova narodna nošnja i tradicijska kultura – takve su nastale upravo zbog interakcija, tim življe ako su im blizu bili poštovatelji i potrošači iz velikih gradova, a ne kao reliktni izolati iz romantičarskih fantazija. Proizvođači dobara trpe ako se u razmjenama, čak i tako proširenih domašaja, nema što specifičnog ponuditi. Duga ruka globalizacije doista je čvrstim stiskom mnoge neravnine ispeglala sve do razmjera uništavanja čitavih naroda, ali je takvim produženim dohvatom do seljačke ruke prenijela i kulturu toliko spasonosnu poput krumpira (i stotine drugih kultivara za buduće industrijske monokulture), ili pak do ruku današnjeg potrošača napravu poput mobitela u kakvu su utkani domišljaji sa svih strana svijeta. Površni žeteoc današnjih globalizacijskih polja zdvaja nad uniformnostima pametnog mobitela, dok će onaj spretan takvu novu mogućnost iskoristiti za ugovaranje novih potrošnji svojih proizvoda. U tome je posve sličan svojem pretku koji je stariju povijesnu tržišnu mogućnost iskoristio za umnažanje poljoprivrednih kultivacija. Da nije bilo vinarske globalizacije, ne bi bilo ni devet desetina hrvatskih suhozida. Takva je konstatacija očita sa suhozidnim građevinama: teško ih je pouzdano datirati, ali gdje im nad ulazima postoje natpisi godina uvijek su vezani za period vinarske konjunktura, a istom povijesnom razdoblju pripadaju i sve pojedinačne višeprostrorne poljske građevine nastale primjenom tehnike lažnog svodenja.

Suhozidi kao gospodarski krajolik ovise o tržišnoj sudbini svojih proizvoda, koje zaštićuju. Globalizacija može satrti tržišno defavorizirani proizvod, no i sam ekološki certifikat njegovog probitka je globalizacijska stečevina. Govor o globalizaciji u kratkoj i jednoznačnoj rečenici nije moguć, na koncu i ove rečenice ispisujem na napravi proizvedenoj na drugoj strani svijeta – no standardizirano prilagođenoj i mojem pisanju na zasebnom jeziku, ako za to imam poticaja i vremena skupa i s rjeđim dijakritičkim oznakama lokalnih naglasaka. Postavljen u novoj inačici vlastite aplikacije, Facebook zauzima sve komunikacijske kanale pametnog mobitela, ali u efektivnoj razini njegovi korisnici u grupama poput "Nisi iz mjesta N. ako ne znaš što je..." pišu lokalnim idiomima a ne književnim standardom, premišljajući se koju staru riječ upotrijebiti pa i modificirati neki njihov novi oblik. Upravo usuprot javnoj mudrosti, globalizacija raspiruje posebnosti. Takva se Facebook-refleksija u kulturnim krajolicima može pratiti u onoj mjeri u kojoj su oni uopće ekonomski vitalni, no ta ekonomika nije ograničena samo na plative usluge već seže duboko u industriju doživljaja (kod Facebooka to su selfie-fotografiranja). S tom točkom dolazimo do ključnog aspekta današnjeg života i perspektive suhozidne baštine, što ćemo problematizirati idućom često izgovaranom tvrdnjom.

Sl. 4: Otočić Baljenac kod Kaprija zoran je primjer pučkog zoniranja, jer u vinograde nije dovođena stoka pa su zidovi u debljini nasipa korišteni kao staze i običnih ograda dalje od mora niti nema. Stoga je pogled iz zraka neobično atraktivan.



Izvor: Muzej Grada Šibenika.

5. "TRŽIŠTE I TURIZAM PREDSTAVLJAJU SMRT SUHOZIDA"

Među najvećim ironijama krajobraznih praksi u Hrvatskoj je naša prva sadržajna zaštita nematerijalne kulturne baštine, koja se usuprot svim povicima na globalizaciju, tržište i gubitak tradicija zbila na tržištu, radi tržišta i u bijelome svijetu. U agronomskom elaboratu kojeg je PZ Potomje naručila zbog zaštite intelektualnog vlasništva tj. etikete u švicarskom sjedištu odgovarajuće međunarodne organizacije 1962. godine je i opis što čini dobro koje je označeno etiketom. Definirajući iz takve potrebe vino dingač opisano je i "pretresanje međa". Dingačke terase svoju krajobraznu djelotvornost zahvaljuju takvom periodičnom obnavljanju krajolika, kada se suhozidi razgrađuju i ponovno slažu radi uklanjanja nepoželjnog raslinja. Tek su pola stoljeća kasnije donesena prva hrvatska rješenja o registracijama nematerijalnih kulturnih dobara, a i ta su, nasuprot ideološkim fantazijama o seoskim izvornostima, donesena iz tržišnih potreba gradskih obrtnika. Dingačka ironija se sastoji u tome što taj kulturni krajolik nikada nije zaštićen, s vinogradarima zabrinutima koliko će im se slobode ostaviti u gospodarskim intervencijama (bi li prije probijanja konzervatorski bio dozvoljen i sami tunel, kakav je preporodio vinograde?), dok je njihova prijava

specifičnog načina obrađivanja vinograda kao nematerijalnog kulturnog dobra iz Uprave za zaštitu kulturne baštine Ministarstva kulture odbijena zbog integralnog upisa svih hrvatskih umijeća suhozidnih gradnji kao jednog nematerijalnog kulturnog dobra prakticiranog od jedne zajednice. Time se zapravo sama eliminirala iz budućih životnih regulacija ovog i sličnih prostora krajobraznih raznolikosti. Kao mrkva na takvom štapu konzervatorske prakse kočila se multilateralna prijava suhozidnih gradnji za Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, kakav se često apstrahira kao "UNESCO-va lista" i takvom pripadnošću podvlači skupa s Popisom svjetske baštine kao najpoznatijom oznakom izvrsnosti na globalnom tržištu atrakcija.

Kakva je turistička budućnost namaknuta, primjerice, Dingaču, takvom uključenošću u Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva? Ona kulturna praksa kakva bi jamčila održivu budućnost ovog krajolika i njegovog proizvoda opisana je u agronomskom elaboratu za zaštitu etikete iz 1962. godine. Nasuprot nakapno navodnjavanim dijelovima Dingača gdje se vinova loza uzgaja na malčiranim padinama bez terasa, davajući slabije vino, nad očuvanjem kulturnog krajolika i njegovog realnog nematerijalnog kulturnog dobra brinu nepci zahtjevnijih vinopija. U takvoj zadaći je uvrštavanje u UNESCO-v popis bezvrijedno, također i neiskoristivo za izgradnju turističke atrakcije. Dugačak rep mitologizacije izvornosti time se ugrizao za vlastiti rep, jer je administriranje očuvanja kulturnog dobra postalo svrhom nacionalnog čuvenja a ne boljitka zajednice koja to dobro stvara.

Nenadahnute developerske razrade "izvornih atrakcija", uvijek spremne za građevinska popravljivanja novim upošljavanjima mehanizacije i raznih vanlokalnih opsluživanja projekata, nemaju daha ambijente svojih "izvornih dalmatinskih sela" opskrbljivati seoskim

izvornostima pobrinuvši se unaprijed za partnersko motiviranje obližnjih OPG-ova posvećenih ekonomiji lokalnih pasmina i sorti. Na takvim razdjelnicama se ocrtavaju razlike spekulativnih ulaganja i održivog turizma. Tržište predstavlja smrt suhozida onda kad se radi o investicijama spremnima za selidbu čim osvane neka druga viša stopa povrata kapitala. Njima su analogne lokalne prakse okrenute usiljenim i predimenzioniranim trženjima agronomskim poticajima, što na istom zemljištu može dovesti do maksimalističkih obuhvata malčiranjem zbog namicanja kako poticaja za sadnju, tako i za uklanjanje loza. Na koncesioniranim javnim zemljištima za zaliječivanje krajobraznih rana ogoljenih za razaranje prirodnim elementima potom preostaje samo skrb iz džepa poreznog obveznika.

Kratkoročno shvaćeno turističko tržište na krajobrazna dobra vreba i aplikacijskom praksom nositelja društvenog razvitka koji za baštinom posežu kao za jednoslojnim resursom, kakav će atrakcijski biti potentan tek dok ga ne nadmaši tehnološki novija prezentacija. Ako snaga privlačnosti kulturnih krajolika uopće leži u potrošnji njihovih proizvoda, tad je najperspektivniji put održivog i dugotrajnog upravljanja krajobraznih resursa ojačavanje lokalnih kultivatora. Izazovnosti ovakvih projekata najčešće se razbijaju o multisektorske hridi.

Sl. 5: Izložba "Bunje u bunji" Boška Fržopa u prostoriji registriranog kulturnog dobra Čačina gomila na Srimi kod Šibenika 2016. godine. Novi oblici prezentacija u redefiniranom javnom dobru suhozida su neminovni i dobrodošli.



Izvor: fotografija autora.

Suhozidi su gospodarski krajolici ostavljeni na cjedilu industrijskih monokultura, što se mijenja tek današnjim uvođenjem zasebnog agrookolišnog poticaja. Ne predstavljaju neiscrpno krajobrazno dobro, i u područjima najgušće zastupljenosti ograničeni su uskim obalnim pojasevima klimatski pogodnima za uzgoj sredozemnih kultura. Iz razloga ovakve ugroženosti u naše su vrijeme počeli poprimati čuvenje kulturne baštine, što im kao gospodarskim strukturama nije bio prvotni cilj. Pri takvom je razvoju osjetljiva njihova preobrazba iz ambijentalne strukture gospodarskog krajolika u sirovinu turističke industrije, jer u takvoj promjeni mijenjaju svoju privrednu svrhovitost. Budući da su korisni zbog polučenog proizvoda, sada promijenjena narav tog proizvoda i njegove industrije redefinira čitav uključeni krajobrazni fenomen.

Sadašnja turistička regulacija krajobraznih atrakcija poput suhozida njihov fenomen ne tretira na odgovarajući način. Taksativno navođenje znamenitosti čija je prezentacija dozvoljena samo licenciranim turističkim vodičima podsjeća na sličnu zastarjelost konzervatorskih podzakonskih propisa koji registrirana kulturna dobra dozvoljavaju popravljati samo licenciranim stručnjacima. Antropološko formuliranje nove konzervatorske kategorije nematerijalne kulturne baštine kao kolektivnog stvaratelja fenomena za konzumaciju u kreativnim industrijama uveo je lokalnu zajednicu, grupe i pojedince bitne kao prakticirajuće stvaratelje kulture, a ne više kao reproducirajuće nositelje tradicijske baštine kakva se ima samo prenositi. Ulaženje u partnerski odnos sa stvaralačkim zajednicama, uključivo i tamo gdje se ne radi o novim velikim gradnjama već o održavanjima i odmjeravanjima modifikacija u promijenjenim društvenim i ekonomskim okolnostima, turizmu jamči vitalnu sirovinsku osnovu privrjeđivanja na kakvoj se prezentiranje atrakcija može održivo planirati na dugi rok.

LITERATURA

Bodrožić, S. et al. 2012. *Gradimo u kamenu: priručnik o suhozidnoj baštini i vještini gradnje*. Split: Slobodna Dalmacija.

Ginsburgh, V. A., Throsby, D. eds. 2006. *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam: Elsevier.

Juvanec, B. 2005. *Kamen na kamen*. Ljubljana: I2.

Kale, J. 2016. Kako dematerijalizirati kamen: vodnjanski poučak. *Histria*, 6 (u tisku). Pula: Istarsko povijesno društvo.

IZVODI IZ RECENZIJA

Zbornik radova 2. Kongresa eko i održivog turizma uz uvod predgovor i program kongresa, sadrži izbor od 9 znanstvenih i stručnih radova od ukupno 18 prezentiranih na kongresu. Temeljem obavljenog recenzentskog postupka 3 rada kategorizirana su kao prethodno priopćenje, a 6 kao pregledni članci. U prvu kategoriju uvršteni su radovi: *Mogućnosti razvoja eko turizma u Križevačko koprivničkoj županiji*, *Očuvanje i unapređenje prirodne baštine u općini Jajce putem razvoja eko turizma (BiH)*, *Potencijali razvoja turizma na hrvatskim rijekama*. Drugu kategoriju čine radovi: *Turistička ponuda solane NIN - primjer eko turizma*, *Proizvodnja zdrave hrane u funkciji održivog razvitka ruralnog turizma Osječko baranjske županije*, *Parkovi prirode, okosnica razvoja turizma kontinentalne Hrvatske*, *Aromatične kulture kao kulturno naslijeđe i gospodarski potencijal*, *Samoniklo jestivo bilje-mogućnost i izazov u turizmu*, te *Pet mitova o suhozidima*.

Radovi u sadržajnom smislu pružaju rezultate znanstvenog ili stručnog istraživanja u okviru održivog razvitka selektivnih oblika eko turizma, kulturnog turizma te ruralnog turizma, baziranih na prirodnim i kulturnim vrijednostima odabranih lokaliteta u kontinentalnim i priobalnim turističkim destinacijama.

Analizirajući rezultate istraživanja može se konstatirati da su potencijali razvitka selektivnih oblika turizma na tretiranim lokalitetima iznimno veliki, te da mogu značajno doprinijeti diversifikaciji tradicionalnih oblika gospodarstva i omogućiti ubrzanje gospodarskog razvitka te spriječiti pogubne procese depopulacije, a u priobalnim regijama uz te komponente, pomoći u promijeni aktualnih trendove masovnog hard turizma obogaćivanjem turističke ponude novim selektivnim soft sadržajima.

Autori rada „*Mogućnosti razvoja eko turizma u Koprivničko križevačkoj županiji*” s Visokog gospodarskog učilišta u Križevcima (Kantar, Svržnjak, Jerčinović, Gajdić), konstatiraju da unatoč brojnim zaštićenim prirodnim atrakcijama kao vrijednoj resursnoj osnovi za razvoj eko turizma, isti još uvijek nije dovoljno razvijen kao što je slučaj i na drugim prostorima Hrvatske. Anketirani ispitanici ovdašnji turizam percipiraju kroz turizam ruralnih prostora, a za razvoj eko turizma ističu nužnost koordinacije i široke edukacije svih koji u njemu participiraju ili su po prirodi stvari odgovorni za njegov razvitak stvaranjem institucionalnih i infrastrukturnih preduvjeta te odgovarajućom marketinškom potporom. Tek na taj način ovaj selektivni oblik turizma mogao bi biti jedan od pokretača pozitivnih gospodarskih i društvenih te ekoloških procesa na prostoru Županije. Rad je rezultat istraživanja 4 autora, obima 8 stranice teksta, uključujući 7 tabela, slika i grafičkih prikaza uz 10 referenci literarnih izvora, a kategorizira se kao prethodno priopćenje.

Prilog suradnika Odjela za geografiju Prirodno matematičkog fakulteta Univerziteta u Sarajevu, te JU za prirodu i kulturnu baštinu grada Jajca (Temimović, Glavaš) na temu „*Očuvanje i unaprjeđenje prirodne baštine općine Jajce razvojem eko turizma*”, apostrofira iznimne vrednote kulturne i prirodne baštine BiH, koja pod režimom zaštite ima samo 3% svog teritorija u okviru 17 zaštićenih prirodnih područja s nacionalnom institucionalnom zaštitom. To je znatno ispod 10% koliko je preporuka Međunarodne unije za zaštitu prirode kao minimum za sve države svijeta, što nažalost ni Hrvatska sa svojih 8,5%, još nije dostigla. Paradoks je tim veći jer je kao svoj cilj BiH proklamirala čak 19% teritorija pod režimom zaštite, a općina Jajce kao predvodnik u turizmu BiH, u svojim planovima 20% (Plivska jezera, korito i kanjon rijeke Vrbas, planinski sustav Ranče), od čega je u praksi realiziran tek

deseti dio (2%). O tom prostoru skrbi JU za zaštitu prirodne i kulturne baštine, kao specijalizirana destinacijska menadžment agencija. Turističku valorizaciju uz različite forme izletničkog (200 000 posjetitelja) te sportskog, kulturnog, eko i ruralnog turizma, uz ostale organizirane subjekte moglo bi ostvarivati još čak 1446 registriranih OPG koji međutim nemaju ovlasti iz domena Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti, što je veliki propust nadležnih struktura. Značajan nedostatak je i izostanak plana upravljanja razvojem turizma, integriran s planovima upravljanja zaštićenih područja, što bi omogućilo sustavnu zaštitu i primjerenu održivu turističku valorizaciju ove turističke destinacije velikih potencijala posebice u segmentu eko i ruralnog turizma. Rad su autori koncipirali na 9 stranica teksta, uključujući 4 tabelarna, slikovna i grafička priloga te 17 referenci literature, a isti je kategoriziran kao prethodno priopćenje.

Autorski uradak „*Potencijali razvoja ekoturizma na hrvatskim rijekama*“ grupe autora s Odjela za turizam Visoke škole Virovitica (Golub, Jaković, Tubić), analiziraju iznimne potencijale eko i njemu komplementarnih oblika selektivnog održivog turizma na hrvatskim priobalnim i kontinentalnim rijekama te njihovom porječju. Uz konstataciju neiskorištenih mogućnosti razvoja eko turizma u RH zbog pretjerane orijentacije na oblike masovnog kupališnog turizma, autori plediraju za veću institucionalnu podršku diversifikaciji turizma između ostalog i prema eko turizmu na rijekama koje sa svojim pritocima, te atraktivnom florom i faunom u tokovima i neposrednom okruženju, mogu predstavljati zanimljive turističke destinacije. Današnje segmente ponude (kanuing, kajaking, rafting, ribolov i sl.) potrebno je po njima proširiti dodatnim selektivnim oblicima i vidovima turističke valorizacije šireg prostora (biciklizam, jahanje, planinarenja i drugi oblici rekreacije), te posebice formama eko i ruralnog turizma. Pretpostavka za uspješan održiv turistički razvoj po njima je odgovarajuća razina svijesti o okolišu domaćina i turista, uz dodatnu edukaciju o vrednotama kulturnih i prirodnih potencijala šireg okruženja. Danas se u Hrvatskoj na rijekama odvijaju pretežno pustolovni vidovi turizma, ali su uz neke rijeke prisutni i ostali selektivni oblici vezani za odmor i rekreaciju pri čemu autori apostrofiraju primjer turizma na Krki i nacionalnog parka vezanog za tok te rijeke, koji su intenzivnom turističkom valorizacijom već na granici prihvatnog kapaciteta. To iziskuje uvođenje dodatnih mjera zaštite okoliša u cijelom arealu parka što je slučaj i na brojnim drugim svjetski poznatim nacionalnim parkovima koji razvojem eko turizma i komplementarnih mu oblika, osiguravaju učinkovitu zaštitu te odgovarajuće gospodarske efekte za lokalno pučanstvo. Dakako vezano za koncept održivog turizma autori posebno podvlače nužnost sprječavanja negativnih učinaka turizma na okoliš. Teorijski dio rada o eko turizmu autori potkrepljuju zanimljivom SWOT analizom turizma na rijekama, te primjerom dobre prakse eko turizma na rijeci Mrežnici, uz tamošnje ekoturističko gospodarstvo vezano za njene turističke potencijale. U zaključku rada autori daju preporuke za učinkovitiji razvoj turizma na hrvatskom rijekama kroz odgovarajuće brendiranje svih oblika turizma, obogaćivanje ponude potrebnim elementima infra i suprastrukture te novim atraktivnim sadržajima, što je vezano uz obrazovanje kadrova svih nužnih profila za ovu vrlo diversificiranu ponudu. Rad izložen na 6 stranica prati i popis od 17 literaturnih izvora, što je u ukupnosti bio temelj za njegovu kategorizaciju kao prethodno priopćenje.

Zaposlenici Solane Nin i Turističke zajednice grada Nina (Dejanović, Gulan, Skočić) prezentirali su zanimljiv rad "*Turistička ponuda Solane Nin, primjer ekoturizma i održivog razvoja*" kao rezultat istraživanja modaliteta uključenja solane u turističku ponudu kroz razvoj specifičnog eko (turističkog) proizvoda preko doživljaja upoznavanja s tisućljetnom tradicijom procesa ekološke proizvodnje soli. Turističku ponudu čine programi razgledavanja Parka solane, polja soli i ornitološkog područja u okruženju, muzeja soli sa suvenirskom

ponudom te kuće soli, uz više pratećih manifestacija. Autori su analizirali povijest solane i procesa proizvodnje, njenu turističku valorizaciju, suradnju solane i Turističke zajednice u marketinškim programima i brendiranju ovog fenomena koji godišnje posjeti preko 70 000 posjetitelja uz posjete popratnim manifestacijama koje su značajne za cjelokupnu turističku prezentaciju Nina kao „grada soli“. Rad je koncipiran na 15 stranica teksta kroz 7 poglavlja, uključujući 7 slikovnih i tabelarnih priloga te popis od 21 literaturne reference, a kategoriziran je kao pregledni članak.

Roberta Klijenak predstavila se radom „*Proizvodnja zdrave hrane u funkciji održivog razvoja Osječko baranjske županije*“. U radu je postavljena i kroz obradu provedenog anketnog istraživanja obranjena hipoteza, da su obiteljska poljoprivredna gospodarstva Županije prepoznala potencijale ekološki održive poljoprivredne proizvodnje i stavljanja iste u funkciju održivog turističkog razvoja ruralnih područja. U zaključku autorica konstatira kako slijedom činjenice da održivi turizam pretpostavlja zadovoljstvo gostiju i lokalne zajednice uz dugoročno očuvanje okoline, njega ne treba marketinški veličati nego živjeti kao datost i stil života u koji smo svi uključeni kroz višestruke interese sadašnje i budućih generacija. Rad je izložen na 9 stranica teksta kroz 4 poglavlja uz 8 tabela i grafičkih prikaza, uz 3 literarna izvora, te kategoriziran kao pregledni članak.

Rad „*Parkovi prirode kao okosnica razvoja turizma kontinentalne Hrvatske*“ grupe autora (Zagoršek, Jaković, Tubić) s Odjela za turizam Visoke škole Virovitica, tretira prostor 11 parkova prirode na 4,56% površine RH koji zauzima najveći udio ukupno zaštićenih prostora u RH (8,56%). Oni zbog svoje atraktivnosti te liberalniji tretman zaštite od NP, čini vrlo perspektivni potencijal turističkog razvoja posebice destinacija kontinentalne Hrvatske. Za bržu turistifikaciju ovih prostora potrebna je po mišljenju autora veća institucionalna podrška, od lokalne do nacionalne razine posebice u infrastrukturi i suprastrukturi što bi osiguralo uz veći stupanj zaštite i značajnije ekonomskih učinke. To iziskuje i viši stupanj suradnje te partnerstva javnog i privatnog, te profitnog i neprofitnog sektora u neposrednom okruženju, posebice kroz razvoj selektivnih oblika održivog turizma. Prilog na 9 stranica teksta uz 6 tablica i grafova kroz 6 poglavlja, temeljem vlastitih istraživanja i konzultiranja 9 literaturnih izvora daje prijedloge i preporuke koji bi parkove prirode kontinentalne Hrvatske mogli dovesti do faze nositelja razvoja turizma svojih destinacija, što je već slučaj s nacionalnim parkovima na priobalju i kontinentu, a kategorizira se kao pregledni članak.

Uradak „*Aromatične kulture kulturno naslijeđe i gospodarski potencijal*“ autorica (Škoro, Valić) s odjela za interdisciplinarnu, talijanske i kulturološke studije Sveučilišta u Puli, donosi rezultate istraživanja odnosa prema aromatičnom samoniklom bilju kroz povijest, te u današnje vrijeme posebice u kontekstu njegove uloge u ponudi selektivnih oblika turizma u eko, etno i ruralnom te zdravstveno rekreativnom turizmu ali i ukupnosti kultivacije ruralnog krajolika te mogućnosti gospodarskog korištenja u poljoprivredi. Istraživanje je provedeno na prostoru Istarske županije gdje je tradicija sakupljanja i prerade samoniklog ljekovitog i aromatičnog bilja u medicinske i druge gospodarske svrhe vjekovima stara, a temelji se na iznimnom bogatstvu autohtonih vrsta uz nove trendove introduciranih kultura za komercijalne svrhe. U tom kontekstu, a temeljem terenskog istraživanja te analize praktičnih primjera gospodarenja aromatičnim biljem u Istri, donose se preporuke i prijedlozi nositeljima poljoprivredne i turističke politike korisni za cijeli prostor mediteranske Hrvatske, posebice u kontekstu novih sadržaja i mogućnosti razvoja selektivnih oblika turizma baziranih na ovom autohtonom prirodnom fenomenu. Prilog kategoriziran kao pregledni članak prezentiran je na 11 stranica teksta, kroz 6 poglavlja temeljem terenskog istraživanja i konzultiranja 16 literaturnih izvora.

Prilog „*Samoniklo jestivo bilje kao mogućnost i izazov u turizmu*“ autorski je uradak Sani Sardelić, kustosice gradskog muzeja u Korčuli. Ona na bazi tradicijskih samoniklih gastro delicija nastoji osmisliti suvremeni turističko ugostiteljski proizvod u okviru ekološki čiste i zdrave prirodne hrane naših predaka, uz dodatne efekte revitalizacije ruralnog krajobraza pa i poljoprivredne proizvodnje na ruralnim prostorima dalmatinskih otoka. Terensko istraživanje autorica provodi na Mljetu i Korčuli gdje tradicija gastronomskog korištenja samoniklog bilja kao dijela autohtonog krajobraza i kulturnog naslijeđa stara vjekovima, te očuvana do današnjih dana kada je ovaj gastro proizvod prepoznat kao integralni dio mediteranske prehrane te upisan u registar nematerijalne baštine organizacije UNESCO. Rad je koncipiran na 13 stranica teksta kroz 4 poglavlja i 21 literaturni izvor, te kategoriziran kao pregledni članak.

Uradađ „*Pet mitova o suhozidima*“ (*Turistički suhozidi*) autora Jadrana Kale s Odjela za etnologiju i antropologiju Sveučilišta u Zadru, donosi rezultate istraživanja o suhozidima kao relativno novom segmentu turističkog krajobraznog kulturnog dobra koji sve više predstavlja element estetske materijalne i duhovne ali i gospodarsko turističke valorizacije u industriji turističkih doživljaja. Autor analizira vrednote ovog kulturno turističkog proizvoda prema njegovoj starini, usklađenosti s prirodnom i kulturnom habitusu te oblicima njegove turistifikacije. Obzirom na dugo zanemarivanje ove tradicijske baštine te pretjerane urbanizacije priobalja uz zapuštanje poljoprivrede, suhozidi ostaju na milost (nemilost) turizmu kao vizualna atrakcija ili eventualno lokacija turističko ugostiteljskih sadržaja koji će ih (uspješno?) sanirati i valorizirati. O njihovoj rehabilitaciji govore i najnovije najčešće neučinkovite (komplicirane) državne potpore, te edukativne radionice za mlađe naraštaje koje će za nadati se bolje skrbiti o ovom tradicijskom kulturnom dobru prije njegovog definitivnog nestanka iz naše krajobrazne kulture. Rad je strukturiran u 5 poglavlja, uz 5 slikovnih priloga i 4 literaturna izvora, a svrstan je u kategoriju preglednog članka.

Recenzenti:

Prof. dr. sc. Stanko Geić, red. prof., nositelj kolegija: Opća ekonomija, Turizam i trgovina, Kultura i turizam, Marketing i menadžment u turizmu, Ekonomika turizma, Posredništvo u turizmu, Sveučilišta u Splitu i Zadru, te Visoka škola Aspira u Splitu

Mr. sc. oec. Jakša Geić, prof., nositelj kolegija: Ekonomska geografija, Turistička geografija, Ekologija i održivi razvoj, Sveučilište u Splitu. te Visoka škola Aspira u Splitu

