

Istraživanje tržišta u turizmu javne ustanove Nacionalni park Plitvička jezera

Sertić, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic Nikola Tesla in Gospić / Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:107:008591>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-13**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic Nikola Tesla in Gospić - Undergraduate thesis repository](#)



VELEUČILIŠTE "NIKOLA TESLA" U GOSPIĆU

Tomislav Sertić

**ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA U TURIZMU JAVNE USTANOVE NACIONALNI
PARK „PLITVIČKA JEZERA“**

**RESEARCHING OF MARKET IN TOURISM OF THE PUBLIC INSTITUTE
OF NATIONAL PARK "PLITVICE LAKES"**

Završni rad

Gospić, 2017.

VELEUČILIŠTE "NIKOLA TESLA" U GOSPIĆU

Poslovni odjel

Stručni studij Ekonomika poduzetništva

**ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA U TURIZMU JAVNE USTANOVE NACIONALNI
PARK „PLITVIČKA JEZERA“**

**RESEARCHING OF MARKET IN TOURISM OF THE PUBLIC INSTITUTE
OF NATIONAL PARK "PLITVICE LAKES"**

Završni rad

MENTOR

Ivana Bušljeta Banks, dr.sc., viši predavač

STUDENT

Tomislav Sertić

MBS 0296014845/14

Gospić, rujan 2017.

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

poslovni odjel

Gospić, 18. 07. 2017.

ZADATAK

za završni rad

Pristupniku Tomislav Sertić MBS: 0296014845/14

Studentu stručnog studija Ekonomika poduzetništva izdaje se tema završnog rada pod nazivom
Istraživanje tržišta u turizmu javne ustanove
Nacionalni park Plitvička jezera

Sadržaj zadatka :
- detaljno istražiti i opisati javnu ustanovu
NP Plitvička jezera, ugostiteljske i smještajne kapacitete
- proučiti eventualne probleme s kojima se
NP susreće, te sugerirati rješenja

Završni rad izraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću.

Mentor: dr. sc. Ivana Bisićeta Banks zadano: 18. 07. 2017., [potpis]
(ime i prezime) (nadnevak) (potpis)

Pročelnik odjela: MILB VIČIĆ, pred. predati do: 18. 07. 2017., [potpis]
(ime i prezime) (nadnevak) (potpis)

Student: TOMISLAV SERTIĆ primio zadatak: 18. 07. 2017., Tomislav Sertić
(ime i prezime) (nadnevak) (potpis)

Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA U TURIZMU JAVNE USTANOVE NACIONALNI PARK „PLITVIČKA JEZERA „ izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr. sc. Ivana Bušljeta Banks, viši predavač.

Tomislav Sertić



(potpis studenta)

SAŽETAK

Pojam masovnog turizma veže se uobičajeno za velik broj unaprijed isplaniranih i unificiranih paket-putovanja u organizaciji turističkih agencija. Većinom se putuje na glavni godišnji odmor i to ljeti, a na Mukinjama je popularan i skijaški zimski odmor, kao protuteža ljetnom odmoru s razgledanjem ljepota ličkog krajolika. Za prihvata turista na Plitvicama izgrađeni su veliki hoteli i kampovi, kao i privatni apartmani koji kvalitetom usluge i visokostručnim osobljem zadovoljavaju očekivanja inozemnih turista. Masovni turizam u Nacionalnom parku "Plitvička jezera" potaknuo je razvoj u nerazvijenoj Lici, koja osim prirodnih ljepota nema drugih razvojnih mogućnosti, te je podigao standard nudeći domicilnom stanovništvu kojima je to jedini put i mogućnost za zapošljavanje. Masovni turizam uzrokuje, osim povoljnih i nepovoljne učinke koji se prepoznaju u narušavanju izvorne ljepote mjesta, zagađivanju okoliša zbog prekomjerne izgradnje i posjećenosti te mnogim drugim učincima. Iz tih razloga, postoji mogućnost da se odredi maksimalna kvota posjetitelja na Plitvicama, kako bi se spriječilo narušavanje ekološkog sklada, bez obzira na smanjeni ekonomski priljev. Turistička ponuda Javne ustanove Nacionalni park „Plitvička jezera“ nastoji predvidjeti moguće promjene u turističkoj potražnji i u skladu s njima prilagođavati svoj proizvod i usluge kako bi uspješno konkurirala na turističkom tržištu. Turistima koji sve više uživaju u aktivnom odmoru nastoji se osigurati što više različitih sadržaja koji su oblikovani prema njihovim zahtjevima, a pri tome lička destinacija nastoji sačuvati svoj izvorni kolorit kako bi se razlikovala od drugih. Turist se u svoju domovinu ne želi vratiti samo odmoren, nego i duhovno obogaćen. Znatno informiraniji, nego u prethodnim razdobljima, današnji turist ispituje različite mogućnosti te odabire onu koja mu pruža zadovoljavajući odnos pružene vrijednosti i izdanog novca.

Ključne riječi: masovni turizam, turisti, turističke agencije, proizvod, usluge, turističko tržište

SUMMARY

The concept of massive tourism is commonly associated with a large number of pre-planned and unified package travels organized by tourist agencies. People mostly travels to the main vacation in the summer, and on Mukinjama is popular winter skiing holiday, as opposed to summer vacation with a glimpse of the beauty of the Lika Landscape. To accommodate tourists in Plitvice, large hotels and camps, as well as private apartments have been built which provides quality services and high-quality staff who pleased the expectations of foreign tourists. Massive tourism in the Plitvice Lakes National Park encouraged the development of the underdeveloped Lika, which, in addition to natural beauty, has no other developmental potential, and has raised the standard by offering the domicile population with the only opportunity and opportunity to recruit. Massive tourism causes, in addition to the adverse and adverse effects that are recognized in the disruption of the original beauty of the site, pollution of the environment due to excessive construction and accessibility and many other effects. For these reasons, there is a possibility to determine the maximum quota of visitors to Plitvice to prevent disturbance of the ecological harm, regardless of the reduced economic inflow. Tourist offer of public institutions The Plitvice Lakes National Park strives to anticipate possible changes in tourist demand and accordingly adjust their product and services to successfully compete in the tourist market. Tourists who are increasingly enjoying active holidays are striving to provide as many different content as they are designed to meet their requirements, and the Lika destination seeks to preserve its original color in order to distinguish it from others. The tourist does not want to return to his homeland only restored but spiritual enrichment. Much more informative than in previous periods, today's tourist examines various options and chooses the one that provides him with a satisfactory relationship between the value of the money and the money he has released.

Key words: mass tourism, tourists, travel agencies, products, services, tourism market

Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. Problem i predmet završnog rada | 1 |
| 1.2. Svrha i cilj završnog rada | 1 |
| 1.3. Struktura završnog rada | 2 |
| 2. NACIONALNI PARK PLITVIČKA JEZERA | 3 |
| 2.1. Legenda o Nacionalnom parku Plitvička jezera | 4 |
| 3. POČECI ORGANIZIRANOG TURIZMA U LICI I SVIJETU..... | 6 |
| 3.1. Počeci suvremenog turizma..... | 6 |
| 4. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA..... | 9 |
| 4.1. Definiranje problema i postavljanje ciljeva istraživanja | 9 |
| 4.2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja..... | 10 |
| 4.3. Metode prikupljanja podataka | 11 |
| 4.4. Analiza podataka i interpretacija podataka..... | 11 |
| 4.5. Sastavljanje izvještaja..... | 12 |
| 5. PROBLEMI MASOVNOG TURIZMA U NACIONALNOM PARKU PLITVIČKA JEZERA..... | 13 |
| 5.1. Tradicija i kultura u odnosu na turizam..... | 13 |
| 5.2. Problem rasta cijena | 14 |
| 5.3. Problem autentičnosti | 14 |
| 6. POTICAJI I OGRANIČENJA TURISTIČKE POTRAŽNJE..... | 15 |
| 6.1. Ekonomski činitelji..... | 15 |
| 6.2. Demografski činitelji | 16 |
| 6.3. Sociopolitički činitelji | 17 |
| 6.4. Sociokulturni i psihološki činitelji..... | 17 |
| 6.5. Zemljopisni činitelji..... | 17 |
| 7. TURISTIČKE POTREBE I PROCES DONOŠENJA ODLUKA O TURISTIČKOM PUTOVANJU U NACIONALNI PARK PLITVIČKA JEZERA | 18 |
| 8. TURISTIČKI MOTIVI, AKTIVNOSTI I OBLICI TURIZMA..... | 20 |
| 9. KOJI SU ČINITELJI NUŽNI ZA RAZVOJ TURIZMA NA PLITVICAMA?..... | 21 |
| 10. TURISTIČKA ATRAKCIJA PLITVIČKA JEZERA..... | 22 |
| 10.1. Smještajni i ugostiteljski kapaciteti Plitvica | 22 |
| 10.2. Sportska ponuda na Plitvicama..... | 26 |
| 10.3. Prirodne ljepote Plitvica | 27 |

| | |
|--------------------|----|
| 11. ZAKLJUČAK..... | 33 |
| LITERATURA | 34 |
| POPIS SHEMA | 35 |
| POPIS SLIKA | 36 |

1. UVOD

U ovom završnom radu obradit ćemo specifičnosti istraživanja turizma u najstarijem i najatraktivnijem Nacionalnom parku u Republici Hrvatskoj. Posjeti turista na Plitvicama su najbrojniji te sama Javna ustanova Nacionalni park „Plitvička jezera“ mora ograničiti broj posjetitelja zbog očuvanja prirodnog ekosustava.

1.1. Problem i predmet završnog rada

Masovni turizam je u Lici, odnosno Plitvicama potaknuo gospodarski razvoj, jer Lika kao nerazvijena sredina, osim prirodnih ljepota nije imala drugih razvojnih mogućnosti te je umnogome podigao standard nudeći domicilnom stanovništvu koji put i jedinu mogućnost za zapošljavanje. Problem je što masovni turizam uzrokuje, osim povoljnih i nepovoljne učinke koji se prepoznaju u narušavanju izvorne ljepote, zagađivanju okoliša zbog prekomjerne izgradnje te mnogim drugim učincima.

1.2. Svrha i cilj završnog rada

Kao odgovor na negativne učinke masovnog turizma i opadanja kvalitete turističke ponude Plitvičkih jezera, razvoj turizma se mora uskladiti s prihvatnim kapacitetom ekosustava pa se govori o održivom razvoju turizma. Turizam karakteriziraju brze promjene ukusa turističke potražnje kao i njezino fragmentiranje, koje nastoji pratiti i turistička ponuda odgovarajućim promjenama svoje usluge. Stalan, ali znatno usporeniji označit će budućnost plitvičkog turizma. Turizam se mora prilagoditi zahtjevima posebnih grupa turističkih potrošača kao što su poslovni ljudi (za koje je predviđen kongresni turizam), obitelji s djecom, stariji, hendikepirani i sl. Turisti znatno više vremena posvećuju stjecanju informacija o destinaciji za koju su se odlučili, te znatno veću pozornost pridaju čistom i očuvanom okolišu.

1.3. Struktura završnog rada

U uvodnom dijelu rada upoznajemo čitatelja s problemom i predmetom rada, svrhom i ciljem i strukturom samog završnog rada.

U drugom dijelu upoznajemo čitatelja sa Nacionalnim parkom Plitvička jezera.

U trećem dijelu opisujemo početke organiziranog turizma u Lici i svijetu.

U četvrtom dijelu opisujemo istraživanje tržišta.

U petom djelu opisujemo problem masovnog turizma u NP Plitvička jezera.

U šestom dijelu rada navodimo poticaje i ograničenja turističke potražnje (ekonomske činitelje, demografske činitelje, sociopolitičke činitelje, sociokulturne i psihološke činitelje, te zemljopisne činitelje).

U sedmom dijelu rada opisujemo turističke potrebe i proces donošenja odluka o turističkom putovanju u Nacionalni park „Plitvička jezera“.

U osmom dijelu rada navodimo turističke motive, aktivnosti i oblike turizma.

U devetom dijelu rada upoznajemo čitatelja s činiteljima nužnim za razvoj turizma na Plitvicama.

U desetom dijelu opisujemo samu turističku atrakciju „Plitvička jezera“ s obradom svih smještajnih kapaciteta, staza, jezera i s ostalom širokom turističkom ponudom Nacionalnog parka.

U jedanaestom dijelu rezimiramo najbitnije spoznaje završnog rada.

Slijede literatura te popisi shema i slika.

2. NACIONALNI PARK PLITVIČKA JEZERA

Nacionalni park Plitvička jezera osobita je geološka i hidrogeološka krška pojava čiji je kompleks 8. travnja 1949. godine proglašen nacionalnim parkom. To je najveći, najstariji i najposjećeniji nacionalni park u Hrvatskoj koji predstavlja šumovit planinski kraj u kojem se nalazi 16 jezera različite veličine. Jezera su ispunjena kristalnom modrozelenom vodom koju dobivaju od brojnih rječica i potoka, a međusobno su spojena kaskadama i slapovima.

Jedne od temeljnih osobitosti Plitvica su sedrene barijere, koje su nastale u razdoblju od desetak tisuća godina. Poseban zemljopisni položaj i specifične klimatske značajke su pridonijeli nastanku mnogih prirodnih fenomena. Sedreni sedimenti oblikovani su od pleistocena do danas u vrtačama i depresijama između okolnih planina.

Prostrani šumski kompleksi, posebne prirodne ljepote jezera i slapova, bogatstvo flore i faune, planinski zrak, kontrasti jesenjih boja, šumske staze i drveni mostići i još mnogo toga dio su neponovljive cjeline koju je i UNESCO proglasio svjetskom prirodnom baštinom, 1979. godine, među prvima u svijetu, a park je podijeljen na užu i širu zonu prema stupnju zaštite. 91% parka se nalazi u Ličko-senjskoj županiji, a 9% u Karlovačkoj županiji.

Na Plitvičkim jezerima se nalazi i izvor rijeke Korane, koja se napaja vodom iz jezera. U samom nacionalnom parku, klima je pretežno planinska.

Nacionalni park se sastoji od 16 jezera, koja se stepenasto prelijevaju i silaze jedno u drugo u nizu od 5460 m zračne linije. Jezera se dijele na Gornja i Donja jezera. Gornja jezera su: Prošćansko jezero, Ciginovac, Okrugljak, Batinovac, Veliko jezero, Malo jezero, Vir, Galovac, Milino jezero, Gradinsko jezero, Veliki Burget i Kozjak. Donja jezera su: Milanovac, Gavanovac, Kaluđerovac i Novakovića Brod (www.np-plitvicka-jezera.hr, pristupljeno 17.09.2017.).

Najveće jezero je Kozjak s 81, 5 hektara površine, ujedno i najdublje s 47 m. Prošćansko jezero je drugo po veličini i proteže se od juga prema sjeveru u duljini 2,5 km.

Na Gornjim jezerima uglavnom je dolomitna geološka građa, a na Donjima od vapnenca. Ima oko 30 spilja. Sedrene barijere, koje dijele jedno jezero od drugoga su od vapnenca istaloženog od vode. Građa sedrenih barijera je vrlo osjetljiva i krhka pa zahtijeva visok stupanj zaštite. Tri

glavna elementa su: obilje vode, sedrotvorci i sedra (www.np-plitvicka-jezera.hr , pristupljeno 17.09.2017.)



PLITVIČKA JEZERA

Nacionalni park • National park

Slika 1 logotip Nacionalnog parka Plitvička jezera

Izvor: http://diatoma.biol.pmf.hr/wp-content/uploads/2013/04/NP_plitvicka_jezera-logo.png

Pristupljeno: 17.09.2017.godine

2.1. Legenda o Nacionalnom parku Plitvička jezera

Prema legendi, nakon velike suše koja je pogodila taj kraj, ljudi, životinje i biljke čeznuli su za kapljicom vode. Čak je i Crna rijeka, koja je vodom napajala čitav kraj, presušila. Narod se uporno molio, sve dok se jednog dana, iz svojih vilinskih dvora u vrletima Velebita, u dolinu nije spustila Crna kraljica sa svojom veličanstvenom pratnjom. Čuvši molitve seljaka, Kraljica se smilovala i obećala dati im vode u obilju. Uz siloviti vjetar i jaku grmljavinu na zemlju se sručila kiša, koja je padala toliko jako i toliko dugo da su se od nje, u koritu Crne rijeke, stvorila jezera. Prvo je po 'prošnji' naroda za vodu nazvano Prošćansko.

Narod je bio sretan i zadovoljan, a kraljica je bdjela nad njim. Nakon nekog vremena kraljica se povukla u podzemne dvore kod Galovca i Okrugljaka. U jednom trenutku podigla se voda iz Galovačkog jezera te se počela prelijevati preko pećine tolikom silinom da je nosila drvlje i kamenje pred sobom. U strahu od poplave narod opet pozove u pomoć svoju Kraljicu. Zrakom se prolomi munja, vjetar i kiša počnu se stišavati, a na vodopadu Galovica (najvećem na Plitvičkim

jezerima) pojavi se čarobno svijetlo i s njime obožavana kraljica te reče umiljatim glasom: "Vi ste vrijedni i dobri ljudi. Čuvajte svoje hladovite gajeve, plodne doline i ova lijepa jezera s umilnim i srebrenim potocima što teku unaokolo. Mnogo će vojni proći ovim krajem i mnogo ćete krvi i suza proliti, ali ja ću doći opet i mojim dolaskom sinut će vam sunce ljepše budućnosti. Onda neće biti zapušteni tvoji hladoviti gajevi i lijepe doline; onda će k tvojim divnim Plitvičkim Jezerima u pohode dolaziti gospoda iz svega svijeta." (<http://www.fantasiatravel.hr/plitvicka-jezera-legenda-o-crnoj-kraljici.aspx>, pristupljeno 17.09.2017.)

3. POČECI ORGANIZIRANOG TURIZMA U LICI I SVIJETU

Nagli gospodarski napredak u Europi kojemu su temelj nova tehnička dostignuća, posebno na području industrije i prometa, uzrokovao je i veće promjene u organizaciji i provođenju putovanja te se od sredine 19. stoljeća može govoriti o počecima organiziranog turizma u svijetu, pa tako i u Lici.

Tada su se stvorili tehnički i organizacijski preduvjeti za masovnija putovanja, a u francuski jezik u uporabu ulazi riječ „turist“ (Weber, 2004.). Ta se riječ prvenstveno odnosila na putovanje u inozemstvo, a s vremenom je dobila šire značenje i primjenjuje se na sve turiste bez obzira borave li u inozemstvu ili posjećuju mjesta u svojoj domovini.

Tako je turizam postao izvor prihoda lokalnog stanovništva i dao poticaj za gospodarski razvoj, pa se u Javnoj ustanovi Nacionalni park „Plitvička jezera“ utemeljuju različita društva za uređenje i poljepšanje mjesta, izgradnju kupališta na Korani, promet stranaca i sl.

3.1. Počeci suvremenog turizma

S industrijskim razvojem društva, tehnološkim napretkom i usavršavanjem proizvodnje u 20. stoljeću se smanjuje radno vrijeme, što često za posljedicu ima povećanje slobodnog vremena, ili dokolice. Zbog masovnosti i učestalosti putovanja te snažnog utjecaja turizma na gospodarski razvoj, 20. stoljeće se nazvalo „stoljećem turizma“. Pojavljivanje automobila obilježio je razvoj turizma iako je prvi svjetski rat zaustavio započeti turistički razvoj.

Budući da se turizam profilirao kao važan izvor prihoda stanovništva turističkog područja Nacionalnog parka „Plitvička jezera“, pojavio se interes države da intervenira u ovo gospodarsko područje.

U međuratnom razdoblju sve veći broj ljudi je počeo putovati zbog potrebe za odmorom od rada i bijegom od jednolične svakidašnjice, te se uredila cestovna mreža i uspostavile brze putničke linije.

Zahvaljujući tehničkom napretku putovanja postaju sve brža i češća, sa sve većim brojem sudionika različitih društvenih skupina (Weber, 2004.). Više ne putuju samo privilegirani, turistička putovanja postaju pristupačna širem sloju građanstva, iako još uvijek velik dio stanovništva nije uključen u kretanja. Osnovni su turistički tokovi usmjereni iz industrijskih i urbaniziranih područja zapadne i središnje Europe prema jugu. Turizam svako godišnje doba.

Aktivnije uključivanje Hrvatske u međunarodni turistički promet počinje u prvoj polovici 20. stoljeća.

U većini industrijskih zemalja rad je sveden na sedam sati dnevno, a radni tjedan je skraćen na pet dana. Također se povećao i broj dana godišnjeg odmora te blagdana, uz istovremeno skraćivanje životnog radnog vijeka. Turisti vrijeme dokolice koriste na različite načine (hobije, šport, turistička putovanja, izobrazbu i druge aktivnosti). Putovanja zbog odmora i razonode postaju jedan od najmasovnijih oblika provođenja slobodnoga vremena te stoga izdaci za putovanja nadmašuju izdatke za druge vrste dokolice (Weber, 2004.).

Pojam masovnog turizma veže se uobičajeno za velik broj unaprijed isplaniranih i unificiranih paket-putovanja u organizaciji turističkih agencija. Većinom se putuje na glavni godišnji odmor i to ljeti, a na Mukinjama je popularan i skijaški zimski odmor, kao protuteža ljetnom odmoru s razgledanjem ljepota ličkog krajolika. Za prihvata turista na Plitvicama izgrađeni su veliki hoteli i kampovi, kao i privatni apartmani koji kvalitetom usluge i visokostručnim osobljem zadovoljavaju očekivanja inozemnih turista.

Masovni turizam u Nacionalnom parku "Plitvička jezera" potaknuo je razvoj u nerazvijenoj Lici, koja osim prirodnih ljepota nema drugih razvojnih mogućnosti, te je podigao standard nudeći domicilnom stanovništvu kojima je to jedini put i mogućnost za zapošljavanje. Masovni turizam uzrokuje, osim povoljnih i nepovoljne učinke koji se prepoznaju u narušavanju izvorne ljepote mjesta, zagađivanju okoliša zbog prekomjerne izgradnje i posjećenosti te mnogim drugim učincima. Iz tih razloga, postoji mogućnost da se odredi maksimalna kvota posjetitelja na Plitvicama, kako bi se spriječilo narušavanje ekološkog sklada, bez obzira na smanjeni ekonomski priljev.

Turistička ponuda Javne ustanove Nacionalni park „Plitvička jezera“ nastoji predvidjeti moguće promjene u turističkoj potražnji i u skladu s njima prilagođavati svoj proizvod i usluge kako bi uspješno konkurirala na turističkom tržištu. Turistima koji sve više uživaju u aktivnom odmoru nastoji se osigurati što više različitih sadržaja koji su oblikovani prema njihovim

zahtjevima, a pri tome lička destinacija nastoji sačuvati svoj izvorni kolorit kako bi se razlikovala od drugih. Turist se u svoju domovinu ne želi vratiti samo odmoren, nego i duhovno obogaćen. Znatno informiraniji, nego u prethodnim razdobljima, današnji turist ispituje različite mogućnosti te odabire onu koja mu pruža zadovoljavajući odnos pružene vrijednosti i izdanog novca (Weber, 2004.). Zbog puno složenije motivacijske strukture i korištenja više odmora tijekom godine, posljednje razdoblje prate posjetitelji koji odabiru veći broj destinacija. Koncentracija na Plitvicama nije više tako snažna, što dopušta očuvanje prirodnog i društvenog okruženja, omogućava prisniji kontakt s prirodom, ljudima i kulturom ličke destinacije, a to ujedno i znači i višu kvalitetu turističkog doživljaja.

Zbog povećanja smještajnih i drugih kapaciteta na Plitvicama, borba za turističkog potrošača postaje sve jača. Tako se i sama turistička ponuda Nacionalnog parka „Plitvička jezera internacionalizira i bitno kvalitativno unapređuje prema zahtjevima potrošača. Odlučujući činitelj uspješnosti je dostupnost tržištu. Hoteli unutar Javne ustanove Nacionalni park „Plitvička jezera“ su uključeni u informacijsko-rezervacijske sustave što je postalo važan element poslovanja koje je sada znatno usmjereno prema zadovoljavanju potreba potrošača, i na nacionalnoj razini i na razini Javne ustanove kao poslovnog entiteta.

Kako se većinu smještajnih objekata u Hrvatskoj dvadesetak godina od njihove izgradnje nije održavalo i adaptiralo shodno promjenama interesa i potreba zapadnoeuropske klijentele, kvaliteta cjelokupnog turističkog proizvoda počinje padati, pa kao rezultat toga dolazi do pada turističkog prometa nakon 1986. godine (Weber, 2004.). Zbog neprilagođenosti turističkoj potražnji, hrvatski je turizam djelomično izgubio na konkurentnosti i prije ratne agresije na Hrvatsku, čije se posljedice i danas saniraju, te će se još dugo osjećati.

4. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Istraživanje tržišta je standardizirani postupak, zasnovan na načelima znanstvene metode, kojim se prikupljaju, analiziraju i interpretiraju podaci sa svrhom da se dobiju informacije potrebne u odlučivanju i rješavanju problema na području tržišnog poslovanja (marketinga) (Marušić, Vranešević, 2001, str.7).

Definicija istraživanja tržišta polazi od primjene znanstvene metode. Znanstvena metoda znači primjenu sustavnih postupaka kojima se dobivaju pouzdana i valjana saznanja odnosno informacije (Vranešević, 2014., str.5). Neke od karakteristika znanstvene metode su sljedeće (Marušić, 1989., str.9)

Cilj je istraživanja tržišta smanjenje tržišnog rizika i povećanje vjerojatnosti uspjeha i valjanosti marketinških odluka na temelju dobivenih informacija te jačanje konkurentnosti na tržištu. Ciljevi istraživanja trebaju biti jasno i precizno definirani te sadržavati: što se želi istražiti, koji su sve činitelji problema, može li se na njih utjecati, kolike se posljedice problema i dr. Svrha istraživanja tržišta jest dobivanje informacija na temelju kojih se odlučuje u poslovanju te smanjenje nesigurnosti i neizvjesnosti u odlučivanju (Marušić, Vranešević, 2001, str.8).

Proces istraživanja tržišta sastoji se od niza manjih i većih zadataka koje treba obaviti da bi se došlo do potrebne informacije. Te zadatke i poslove se obavljaju određenim redoslijedom. Zbog standardiziranog postupka i uspješnijeg planiranja provedbe, prikladno je svrstati sve aktivnosti i zadatke u nekoliko skupina koje se mogu promatrati kao određeni postupci u provođenju tržišnih istraživanja (Vranešević, 2014., str. 101)

4.1. Definiranje problema i postavljanje ciljeva istraživanja

Definiranje problema i postavljanje ciljeva istraživanja temeljna su zadataka istraživačkog procesa. Definiranje problema je srž, temelj samog istraživanja. Ono se sastoji u navođenju specifičnoga područja odlučivanja u marketingu koje će istraživanjem (tj. dobivanjem odgovora na postavljena pitanja) biti bolje objašnjeno. Istraživanje može dati dobru informaciju samo ako je problem jasan i ako se zadaju razlozi istraživanja (Marušić, 1989., str.14).

U početnoj fazi istraživanja tržišta važno je razmotriti ocjenu korisnosti i potrebne informacije s obzirom na sredstva koja će biti utrošena za istraživanje. Također je važno razlučiti one probleme kojima će se istraživanjem pomoći u rješavanju nastale situacije i troškovno se isplatiti. Nakon što je uočeno da postoji problem polazi se njegovom definiranju. Zadaća je istraživača tržišta da postavi hipoteze istraživanja tj. moguće razloge koji su izazvali problem, a zatim činitelje koji na njega djeluju. Hipoteza istraživanja je nedokazana tvrdnja koja objašnjava neke činjenice ili pojave. To je pretpostavka koja se empirijski može provjeriti (Marušić, Vranešević, 2001, str.80). Nakon postavljanja hipoteze, ciljevi istraživanja mogu se jasnije postaviti. Situacija odlučivanja u kojoj postoji problem (poslovni izazov) može se opisati na sljedeći način (Vranešević, 2014., str.119)

Istraživanje tržišta u slučaju Nacionalnog parka Plitvička jezera možemo bazirati na ispitivanju vrste gostiju koja posjećuje park. prema dobivenim podacima o tome iz kojih zemalja dolazi najviše gostiju, koliko su gosti spremni potrošiti za određene usluge, koliko planiraju ostati te koji su njihovi posebni zahtjevi možemo prilagoditi ponudu te na taj način učiniti posjetitelje sretnijima. Zadovoljan turist se u većini slučajeva ponovo vrati na turističku destinaciju što je pozitivno za samu destinaciju.

4.2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja

Prema vrsti podataka za istraživanje tržišta razlikujemo primarne i sekundarne podatke.

Primarni su podaci oni koje poduzeće samo prikuplja u istraživanju. To su podaci koji su prikupljeni neposredno od ispitanika, na terenu, pomoću metoda promatranja i ispitivanja za potrebe studije o kojoj je riječ. Primarni se podaci odnose na: - Podatke koji opisuju činjenice, stanje ili situaciju, - Podatke koji opisuju mišljenja, stavove, osjećaje i druge psihološke varijable.

Primarne podatke Nacionalni park Plitvička jezera mogu prikupiti raznim anketama i upitnicima koje gosti mogu ispuniti u samom parku. Ankete i upitnici im se mogu ponuditi prilikom odlaska kako bi ocijenili uslugu na destinaciji. Tako mogu biti upitani o zadovoljstvu smještajem, osobljem, gastronomskom ponudom i slično.

Sekundarni podaci Sekundarni su podaci rezultat prethodnog prikupljanja primarnih podataka, prikupljeni su prije, za neku drugu svrhu, a istraživač ih nalazi kao gotove informacije, analizirane i objavljene. Sadašnji sekundarni podaci nekada su prikupljeni kao primarni podaci te se često nazivaju i povijesnim podacima. Dvije osnovne skupine sekundarnih podataka jesu: - Podaci prikupljeni u vlastitom poduzeću (interni sekundarni podaci), - Podaci prikupljeni izvan poduzeća (eksterni sekundarni podaci).

4.3. Metode prikupljanja podataka

Često se za rješavanje problema potrebne informacije mogu pronaći u već objavljenim ili drugim postojećim podacima, bilo u samoj organizaciji ili izvan nje. Prikupljanje sekundarnih podataka osnovni je korak u svakom istraživanju, te je poželjno najprije iscrpiti raspoložive podatke te nakon toga krenuti u prikupljanje primarnih podataka koji se prikupljaju upravo za rješavanje određenog problema poduzeća.

Dvije se metode koriste za prikupljanje primarnih podataka: - Ispitivanje i - Promatranje.

Metoda ispitivanja sastoji se u postavljanju pitanja osobama od kojih prikupljamo podatke i njihove odgovore u usmenom ili pismenom obliku (Marušić, Vranešević, 2001., str. 201).

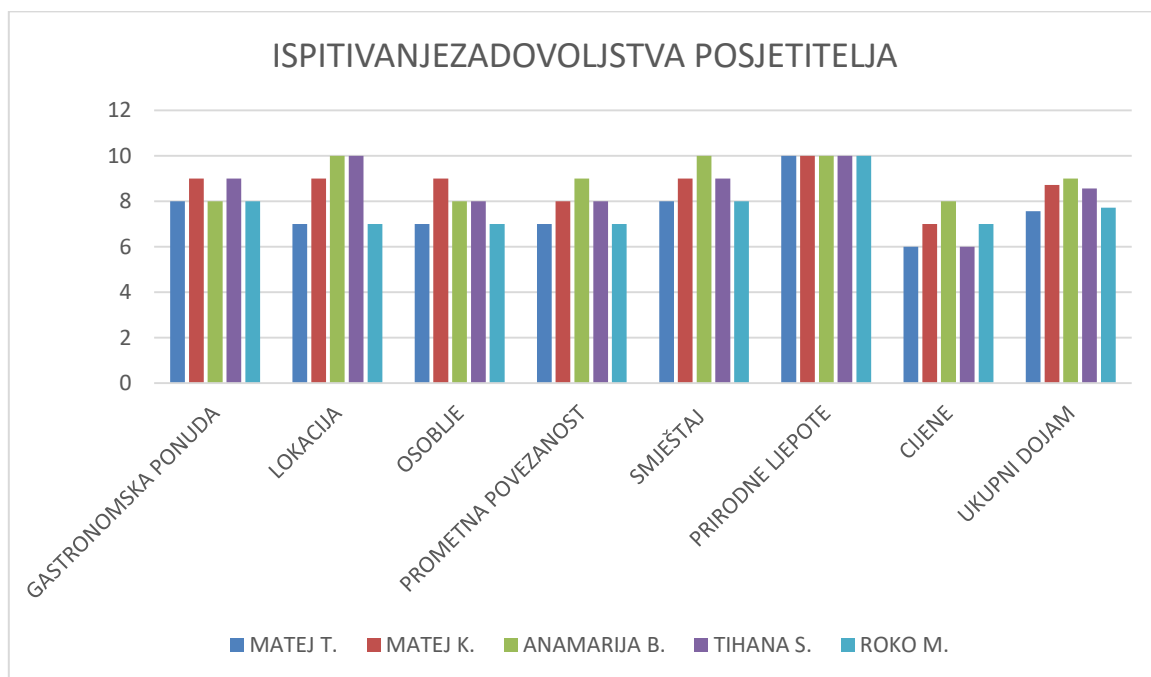
Metoda ispitivanja najraširenija je metoda za prikupljanje primarnih podataka, razlog tome je svestranost njezine primjene velikim mogućnostima koje ona daje. Prednosti metode ispitivanja u odnosu na metodu promatranja jesu: - Svestrana mogućnost primjene metode ispitivanja, - Relativna brzina prikupljanja podataka ispitivanjem, - Relativno niski troškovi u usporedbi s metodom promatranja.

4.4. Analiza podataka i interpretacija podataka

Interpretacija rezultata je postupak u kojem se dobiveni podaci pretvaraju u informacije. Te informacije mogu sadržavati prednosti ili slabosti dosadašnjeg smjera djelovanja, preporuke za vođenje poslovne politike i sl. Dobivene informacije moraju biti prikazane menadžeru ili naručitelju na transparentan i razumljiv način.

4.5.Sastavljanje izvještaja

Posljednja faza procesa istraživanja tržišta je sastavljanje izvještaja. Sastavljanje izvještaja je najčešće pisana prezentacija rezultata tiskana na papiru i/ili pohranjena na nekom mediju (CD-u). Temeljna je svrha izvještaja da precizno prikaže glavne rezultate do kojih se istraživanjem došlo te da obrazloži preporuke koje predlaže. Svaki izvještaj mora biti sastavljen u preglednoj pisanoj formi i mora zadovoljiti najmanje šest osnovnih kriterija (Gutić i sur., 2011., str. 65)



Slika 2 Ispitivanje zadovoljstva posjetitelja

5. PROBLEMI MASOVNOG TURIZMA U NACIONALNOM PARKU PLITVIČKA JEZERA

Masovni turizam danas stvara razne probleme kako u Republici Hrvatskoj tako i u samom Nacionalnom parku Plitvička jezera. Problemi se pojavljuju u pogledu očuvanja okoliša, ali mijenjanju kulture lokalnog stanovništva, rastu cijena i slično. Iz godine u godinu Hrvatska pa tako i park Plitvička jezera bilježe porast broja posjetitelja kako onih koji posjećuju park samo na jedan dan tako i onih koji ostaju nekoliko dana. Iako je ovaj trend pozitivan za naš turizam te državni proračun, s druge je strane vrlo poguban za lokalitete koji su prirodna ili kulturna baština te su kao takvi zaštićeni i prepoznatljivi u svijetu jer se na taj način šteti okolišu.

5.1. Tradicija i kultura u odnosu na turizam

Tradicija, je pojam koji "opisuje" način života, nešto što su ljudi naslijedili, bilo to vještina, govor ili pak običaj. Tradicije nisu nastale u prošlosti niti se stvaraju u sadašnjosti, one su rezultat različitih interakcija dvaju zajednica koje su utjecale na kulturu i način življenja na određenom prostoru. Kulturi jednog naroda pripada sve ono što je u nju došlo, što je preostalo i sačuvalo se na teritoriju na kome on živi, a ona ne poznaje granice jer kulturni identitet može biti znatno širi od granica jedne sredine. Proučavanjem odnosa tradicije i kulture sa turizmom vidljivo je kako turizam mijenja pogled na njih. Budući da je turizam poznat kao fenomen kojega odlikuje konstantna dinamičnost i promjenjivost on utječe na samu tradiciju i kulturu. U nekim se zajednicama tradicija čak i mijenja upravo radi turizma. ona se izmišlja ili stvara. Moderno društvo prisiljava ljude na stvaranje vlastitih tradicija, a jedna od najsnažnijih modernih tradicija upravo i jest turizam. (Par. Daniela Angelina Jelinčić, Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija str. 167-168)

Tradicija i kultura su ugroženi od strane turizma svugdje gdje se on pojavljuje u masovnom obliku pa tako i u Nacionalnom parku Plitvička jezera. Lokalno stanovništvo već godinama pa i desetljećima mijenja svoje navike, način života i kulturu kako bi bila u stanju pratiti zahtjeve modernog turizma. Tako se primjerice mijenja autohtoni način gradnje specifičan ruralnim dijelovima kao što su Plitvička jezera te se prilagođava potrebama turizma. Grade se apartmani, često i bespravno, rade se prilazi kućama, uvode klima uređaji i slično. Također se i mijenja gastronomska ponuda koja se prilagođava stranim turistima. Sve to prati i konstantan porast cijena

kako smještaja tako i hrane te prijevoza. Taj porast cijena domaće stanovništvo teško prati zbog nižeg životnog standarda.

5.2. Problem rasta cijena

Rast cijena se u većini slučajeva događa upravo iz razloga što domaće stanovništvo pokušava što više zaraditi u toku turističke sezone. Tako cijene noćenja tijekom sezone rastu u odnosu na post sezonu što donekle onemogućava domaće turiste da si priušte tako nešto. Također problem je i u rastu cijena prijevoza što može negativno utjecati na svakodnevni život domaćeg stanovništva. Razlika u platežnoj moći zbog nacionalnog standarda između domaćeg stanovništva i stranih turista je velika. To znači da su domaći stanovnici ili turisti vrlo ograničeni u onome što mogu posjetiti ili si priuštiti.

Jedan od problema je i zapošljavanje u turističkim destinacijama. Trenutno u Hrvatskoj vlada velika nezaposlenost. Tako se domaće stanovništvo oslanja na sezonske poslove kojima si pokušavaju pronaći poslove te ostvariti određene prihode tijekom sezone. Tu situaciju uvelike koriste poslodavci. Višak radne snage dovodi do relativno niskih cijena rada jer su zaposlenici primorani pristati na te uvijete rada zbog toga što su vrlo lako zamjenjivi.

5.3. Problem autentičnosti

Jedan od problema koji su vezani sa autentičnosti je njena granica tj. mjesto gdje se potpuno gubi autentičnost i tradicijske vrijednosti u svrhu prilagodbe turistima. Logično je samu zajednicu smatrati odgovornom za "količinu" autentičnosti koju žele pružiti gostima, ako su članovi zajednice i odgovorni ljudi u turizmu prihvatili i odlučili se za (ne)autentičnost onda je bespotrebno inzistirati na bilo kakvim promjenama. Problem autentičnosti, prema tome, dobiva novo lice: autentičnost postaje kompleksan proces posredništva i pregovaranja između različitih očekivanja turista, ponude lokaliteta, turističkog osoblja, razine i veličine participacije posjetitelja u turističkoj destinaciji, a također i kulturne politike lokalnih zajednica. Lokalni događaji pozicioniraju i definiraju zajednicu te je predstavljaju turistu i vanjskom svijetu. No, ukoliko se gotovo svaki aspekt društva pretvori u turističku atrakciju, lokalno stanovništvo postaje podređeno i ovisno o tim zbivanjima te im ona utječe na svakodnevni život što u krajnjem slučaju može dovesti do konflikta između turizma i zajednice.

6. POTICAJI I OGRANIČENJA TURISTIČKE POTRAŽNJE

6.1. Ekonomski činitelji

Budući da se na neki način odmor „kupuje“ pretežno od ostvarenih prihoda, veličina prihoda nekog kućanstva je vrlo važan činitelj transformiranja turističkih potreba u potražnju. Mnoga istraživanja su pokazala da, uobičajeno, kada se osobni prihod poveća za 1%, rashodi za turizam povećavaju se za 1,5%. Stoga se može zaključiti da zemlje koje bilježe brz gospodarski rast istovremeno intenziviraju turistička kretanja svojega stanovništva. U 90.-im godinama $\frac{3}{4}$ turističkih dolazaka na Plitvicama, ostvarilo je dvadesetak zemalja s najvećim dohotkom po stanovniku i s brzim gospodarskim razvojem (npr. Njemačka).

Razvijenija gospodarstva omogućavaju brojnija putovanja radi različitih poslovnih razloga kao što su: poslovni sastanci, nazočnost konferencijama i seminarima, sajmovima i izložbama. Utjecaj ekonomskih pokazatelja još je vidljiviji kad je riječ o turističkim kretanjima s motivom odmora i rekreacije (Weber, 2004.). Tako je u mnogim razvijenim zemljama prosječni dohodak po osobi, koji je ostao na raspolaganju nakon podmirenja egzistencijalnih potreba, omogućio u posljednja dva desetljeća da oko $\frac{2}{3}$ ili čak i veći udio pučanstva tijekom godine odlazi provesti praznike izvan mjesta stalnog boravka (Weber, 2004.).

Trošak dolaska u posjet Nacionalnom parku je ograničavajući činitelj za državljane naše zemlje upravo zbog nižeg dohotka po stanovniku, pa tako stanovnici često i u slučaju podmirenja osnovnih životnih potreba, umjesto posjeta, odabiru kupnju nekog trajnog potrošnog dobra (kućanskog aparata) ili provode vrijeme na neki drugi način. Tako Hrvati turistički boravak zamjenjuju drugim oblicima slobodnog vremena kao što su: učenje, čitanje ili šetnje u mjestu boravka.

Razina cijena je također jedan od ekonomskih činitelja koji mogu potaknuti pojedinca na putovanje ili djelovati kao barijera. Za turista je cijena vrijednost koja ovisi o njegovoj platežnoj moći, a pojačava već spomenute ekonomske činitelje. U međunarodnom turizmu se uz razinu cijena pojavljuju i drugi činitelji koji utječu na povećavanje ili smanjivanje ukupne cijene turističkih usluga koje mora platiti turist u posjetu nekoj zemlji (Weber, 2004.). Često je na prvom mjestu međuvalutni tečaj između valuta zemlje podrijetla turista i odredišne zemlje.

Na usporedbu cijena potencijalnog posjetitelja kod odluke o destinaciji može utjecati ne samo stvarna razina cijena, nego i njegovo preduvjerenje da su neke destinacije „skupe“, a neke „jeftinije“, što ne mora odgovarati stvarnom stanju (Weber, 2004.).

Osobna mobilnost koju omogućuje posjedovanje osobnog vozila je postala važnim činiteljem opsega i prirode turističkih kretanja u domaćem, ali i u međunarodnom turizmu. Među stanovnicima europskih zemalja koje dijele granicu ili pri putovanjima u destinacije koje se nalaze u krugu udaljenosti od oko 1000 km, čest izbor prijevoznog sredstva turista je osobni automobil (Weber, 2004.).

6.2. Demografski činitelji

Pod pojmom demografskih činitelja se podrazumijevaju osnovna obilježja populacije koja djeluju poticajno ili ograničavajuće na interes za turističkim putovanjima (Weber, 2004.). Tako na turistička putovanja djeluju dob, veličina obitelji i njena struktura, zanimanje i stupanj naobrazbe, spol te ostali manje važni činitelji.

Dob ima veliki utjecaj na učestalost odlaska na putovanja i s tim povezan izbor aktivnosti (Weber, 2004.). Iako su pripadnici srednje generacije radno aktivni i oni koji najčešće putuju, mladi su često zainteresirani za upoznavanje novih krajeva, doživljavanje novih iskustava, povezano s prihodom koji im je na raspolaganju, biraju način i duljinu putovanja (Weber, 2004.).

Starenje populacije u mnogim je zemljama vitalna demografska tendencija koja ima i sve veću važnost u turizmu. Ipak, starija generacija je u posljednjem desetljeću puno aktivnija, u boljoj fizičkoj kondiciji, pokretljivija i zainteresiranija za putovanja, što je vidljivo na Plitvicama.

Obiteljski status, djeca i njihova dob dosta utječu na odluke roditelja, kao i na mogućnost izbora, kao i naobrazba i s njom vezano zanimanje.

6.3. Sociopolitički činitelji

Pravo na odmor i sloboda kretanja, uz pravo na rad su osnovna ljudska prava koja su prihvatili Ujedinjeni narodi u Općoj deklaraciji o ljudskim pravima i zakonodavstva većine zemalja svijeta (Weber, 2004.). Iz toga proizlazi i obveza društva da svojim građanima osigura slobodno vrijeme i pravo na odmor. Tako je primjerice, hrvatsko zakonodavstvo odredilo donju granicu (18 radnih dana) i gornju granicu (30 radnih dana) trajanja godišnjeg odmora.

6.4. Sociokulturni i psihološki činitelji

Svako društvo ima svoje norme ponašanja koje utječu i na ponašanje i motivaciju svakoga pojedinca (Weber, 2004.). To su opće prihvaćena vjerovanja i vrijednosti u kojima smo odgojeni i nesvjesno ih u sebi nosimo i postupamo u skladu s njima.

Kao sociokulturni i psihološki činitelj je zapažena i uloga mode na kretanje turističke potražnje i stvaranje turističke ponude. U posljednje vrijeme, odlazak na putovanje postaje važnijim od posjedovanja materijalnih dobara

Psihološke značajke čovjeka uvelike utječu na stvaranje određenih turističkih navika, pa posjetitelji često poduzimaju određene aktivnosti na koje su navikli, zbog potrebe za sigurnošću i smanjivanjem rizika.

6.5. Zemljopisni činitelji

Klimatski uvjeti u destinaciji su jedan od važnih činitelja njezina odabira, kao i veličina i stupanj urbaniziranosti sredine u kojoj se živi Tako je za velika urbana područja karakteristična veća koncentracija stanovništva s većim prihodom, kao i stupnjem naobrazbe, pa tako i više turističkih putovanja po stanovniku od malih mjesta.

7. TURISTIČKE POTREBE I PROCES DONOŠENJA ODLUKA O TURISTIČKOM PUTOVANJU U NACIONALNI PARK PLITVIČKA JEZERA

Razvoj turizma na Plitvicama je određen ponajviše gospodarskim i socijalnim činiteljima, koji mogu djelovati poticajno na kretanje turističke potražnje i razvojem turističke ponude. Za ostvarenje turističkog putovanja i svih odnosa koji nastaju između turističke ponude i potražnje nužno je da pojedinac, osim vremena namijenjenog dokolici i potrebnih sredstava, donese odluku o posjeti Plitvičkih jezera. Kako bi donio odluku, nužno je da osjeti potrebu i da bude motiviran zadovoljiti tu svoju potrebu. Iznimka su poslovna putovanja jer su potrebe i motivi izvan samoga pojedinca jer on, iako je sudionik turističkih kretanja, ne donosi odluku samostalno, već o putovanju odlučuju potrebe i mogućnosti organizacije u kojoj je zaposlen.

Za razliku od poslovnih, putovanja radi zadovoljstva su potaknuta turističkim potrebama koje imaju određeno mjesto u hijerarhiji ljudskih potreba. Abraham Maslow je poznati teoretičar koji je kategorizirao različite ljudske potrebe i načinio hijerarhijsku strukturu koja započinje od najvažnijih ljudskih potreba do onih čije zadovoljavanje nastupa kada se zadovolje osnovne potrebe (Weber, 2004.).

Hijerarhija potreba djeluje tako da osoba uvijek pokušava zadovoljiti najvažnije potrebe, a kada u tome uspije, te potrebe prestaju biti pokretačem- motivatorom i osoba će pokušati zadovoljiti potrebe slijedeće po važnosti. Tako su na prvom mjestu fiziološke potrebe, zatim slijede potrebe za sigurnošću, društvene potrebe, potrebe ličnosti i potrebe za samopotvrđivanjem.

Stresne situacije i monotonost svakidašnjeg rada i života kojima je čovjek izložen, često su povezane sa željom za bijeg u netaknutu prirodu i raskoš Plitvičkih jezera. Mnogim ljudima je nužan odmor od mentalnog i fizičkog zamora kojima su izloženi na poslu. Društvena potreba za druženjem i pripadanjem se može ispuniti provođenjem organiziranog odmora u grupi te mnogi turisti takav odmor drže pogodnim za stjecanje novih prijateljstava. Na Plitvicama je također razvijen i vjerski turizam, te razne grupe iz Austrije i Njemačke dolaze duhovno se obnoviti u ljepotama ličke prirode.

Sve osnovne potrebe, od fizioloških, pa do spoznajnih, svoje podmirenje mogu temeljiti na turizmu, pa se mogu smatrati turističkim potrebama.

Potrebe utječu na odlučivanje pojedinca i njegov izbor, odnosno na njegovu motivaciju za dolazak na Plitvice. Motivacija znači korak dalje od općeg interesa, ona obuhvaća i namjeru da se provede neka akcija, ali ne objašnjava način donošenja odluke o posjeti Plitvičkih jezera. Kupac se odlučuje za posjet Plitvicama kada smatra da najbolje pogoduje zadovoljavanju njegovih potreba i njegovim platnim mogućnostima. Mnogo različitih činitelja utječe na donošenje odluke o izboru turističkog odredišta: pripadnost određenoj društvenoj sredini, osobine ličnosti, kultura, novac i vrijeme koje se potroši na sam obilazak Plitvičkih jezera i trajanje turističkog putovanja ukupno. Nakon prepoznavanja potreba i motiva koji su potaknuli pojedinca, on počinje tragati za informacijama kako bi se mogao odlučiti za najpovoljniju mogućnost (Weber, 2004.). Informacije se djelomično stječu iskustvom s istim ili sličnim putovanjima, a djelomično se one posebno traže. Izvori informacija su najčešće komercijalne poruke ili društvena sredina u kojoj potrošač živi i radi. Nakon dobivenih informacija pojedinac procjenjuje alternative da bi se odlučio za najpovoljniju, nakon čega donosi konačnu odluku o dolasku na Plitvice. Ako je akcija rezultirala zadovoljenjem potreba, uočena je težnja da se iskustvo ponavlja, a to vodi razvoju navika i lojalnosti potrošača određenoj aktivnosti ili izboru istog smještajnog objekta.

Shema 1. Hijerarhija ljudskih potreba



Slika 3 hierarhija ljudskih potreba

Izvor: <https://www.google.hr/search?q=hijerarhija+ljudskih+potreba+maslow&rlz>

8. TURISTIČKI MOTIVI, AKTIVNOSTI I OBLICI TURIZMA

Do 20.-og stoljeća mali je broj ljudi putovao radi zadovoljstva, odnosno većina je putovanja bila potaknuta trgovinom, odlaskom na hodočašća i drugim religijskim motivima ili edukacijom. Turistička motivacija je u današnje vrijeme složenija i najčešće obuhvaća više razloga za putovanje.

Razlozi za turistički obilazak Plitvičkih jezera mogu biti:

- odmor i rekreacija,
- razgledavanje,
- nazočnost seminaru, konferenciji, izložbi,
- poslovni razlozi,
- posjet prijateljima i rođacima,
- religija,
- zdravlje,
- posjet kulturnim priredbama i manifestacijama,
- šport i slične aktivnosti,
- učenje i
- drugi razlozi (Weber, 2004.).

Osnovni motivi dolaska na Plitvice su prirodne ljepote, odmor i relaksacija, zabava, dok su ostali motivi manje zastupljeni. Proces motivacije ne obuhvaća samo spoznaju o potrebi i saznanje o turističkoj ponudi koja može zadovoljiti tu potrebu, već i uvjerenje o tome kakav oblik odmora ili aktivnosti može zadovoljiti prepoznatu potrebu i mišljenje o turističkom mjestu u kojem se takve aktivnosti događaju, dakle ono mjesto koje može zadovoljiti potrebu. Kada se sve to podudara, dolazi do motivacije za posjet Plitvicama.

Drugim riječima, motivacija je u isto vrijeme opća i specifična (Weber, 2004.). Uz općenitu želju za bijegom od svakidašnje okoline, obveza i posla, osjećamo i motivaciju za posjet Plitvicama kao i motivaciju za poduzimanje specifičnih aktivnosti dok boravimo na odmoru.

9. KOJI SU ČINITELJI NUŽNI ZA RAZVOJ TURIZMA NA PLITVICAMA?

Pojedina mjesta, regije ili zemlje neće privući znatniji broj posjetitelja i dostići željeni stupanj razvoja ako ne posjeduju dovoljno jake privlačne činitelje, te zadovoljavajući broj i kvalitetu prihvatnih kapaciteta. Da bi oni ostvarili svoju funkciju, turistička destinacija Plitvička jezera mora biti dostupna. Time su određeni i najvažniji činitelji nužni za razvoj turizma, i to:

- prijevoz,
- turističke atrakcije,
- smještaj i prehrana,
- turističko posredovanje i
- ostale usluge namijenjene turistima (Weber, 2004.).

Povezanost turističkog razvoja i prometa pokazuje činjenica da su sve važnije prekretnice u razvoju turizma, kao i njegovo omasovljenje, vezani za prometna tehnička otkrića i njihovu komercijalizaciju (Weber, 2004.).

Turizam na Plitvicama se razvio zahvaljujući određenim pozitivnim i poželjnim svojstvima koje ga izdvajaju iz svog okoliša, pa stoga u većoj mjeri privlače na posjet i razgledavanje.

Ako je turističko putovanje na Plitvice povezano s potrebama i željama pojedinca, privlačnost i atrakcija Nacionalnog parka bit će važan činitelj njenog odabira. Razvojem turizma javlja se i potreba za posebnom turističkom ponudom, koja pruža usluge smještaja, prehrane, ali i druge usluge koje gostima omogućavaju ugodniji boravak (Internet, informacije, rezervacije, bankarske usluge i sl.).

Zbog različitog mjesta na kojem se javljaju, potrošači nisu uvijek u mogućnosti komunicirati sa svim ponuđačima turističkih usluga kako bi organizirali svoje putovanje, kao što ni ponuđači nisu u mogućnosti samostalno okupiti veći broj turističkih potrošača (Weber, 2004.). Na taj način turistički posrednici, tj. turističke agencije, zastupaju interese i dovode u poslovni odnos obje strane turističkog tržišta te djeluju poticajno na turističke tokove (Weber, 2004.).

10. TURISTIČKA ATRAKCIJA PLITVIČKA JEZERA

Turisti odabiru mjesto provođenja odmora zbog nekih specifičnih obilježja destinacije ili kombinacije obilježja, a Plitvička jezera obiluju unikatnim ljepotama koje se ne mogu vidjeti nigdje drugdje. Raznovrsnost resursa i stupanj njihove privlačnosti utječu na turističko, a time i gospodarsko vrednovanje ličkog prostora.

Turistički resursi su one vrijednosti koje uzrokuju veću posjećenost nekog prostora i doprinose njegovu znatnijem turističkom razvoju (Weber, 2004.).

Doprinos turizma nekom području bit će veći što su privlačniji i raznovrsniji njegovi atraktivni činitelji (Weber, 2004.). Pod turističkim atrakcijama mogu se smatrati ona osobito privlačna obilježja destinacije, tj. oni resursi koji su u određenoj mjeri prilagođeni i dostupni za turističko razgledavanje te ne zahtijevaju poseban napor da se otkriju i da se u njima uživa (Weber, 2004.). Po ovoj definiciji, Plitvička jezera svakako možemo ubrojiti u turističke atrakcije. Atrakcije, između ostaloga, moraju biti informativno i prometno dostupne posjetiteljima, a destinacija za koju su vezane mora imati odgovarajuće prihvatne kapacitete. Tako Javna ustanova Nacionalni park „Plitvička jezera“ ima slijedeće smještajne kapacitete: hotel „Jezero“, hotel „Plitvice“, hotel „Bellevue“, hotel „Grabovac“, autokamp „Korana“ i autokamp „Borje“ (www.np-plitvicka-jezera.hr, pristupljeno 31.07.2017.).

10.1. Smještajni i ugostiteljski kapaciteti Plitvica

Hotel „Jezero“ nudi sadržaje za opuštajući i aktivan odmor u predivnom prirodnom okruženju. Interijer samog hotela je uređen u modernom stilu, a njegove vanjske konture skladno se uklapaju u okoliš. Smješten je u centralnoj zoni Nacionalnog parka, oko 300 m od najvećeg plitvičkog jezera Kozjak. Hotel ima vlastiti parking, suvenirnicu i bankomat, a hotelske pogodnosti uključuju: uslugu nošenja prtljage, uslugu recepcije 0-24 sata, mjenjačnicu, sef za pohranu dragocjenosti, dizalo, uslugu pranja rublja, room service i korištenje interneta.

Hotel raspolaže s 229 smještajnih jedinica, od toga 210 soba, 8 apartmana na jezerskoj strani hotela, 9 apartmana na šumskoj strani hotela, te dva apartmana za osobe s posebnim potrebama.

Sobe na jezerskoj strani hotela imaju kupaonicu s kadom, a sobe na šumskoj strani hotela kupaonicu s tuš kabinom. Dio soba ima mogućnost spajanja. Sve sobe opremljene su televizorom s priključkom na satelitske programe, telefon s direktnom linijom i mogućnošću modemskeg korištenja interneta. Jedan dio soba opremljen je i mini barom.

Hotelski restoran s ljetnom terasom, kapaciteta 400 sjedećih mjesta, odlikuje se bogatom gastronomskom ponudom, a u sastavu hotela je i Loobi-bar-kavana. Hotelski sadržaji uključuju: whirlpool- masažni bazen (kapaciteta 15 osoba), čije je korištenje uključeno u cijenu boravka, dvije finske saune i tursku parnu kupelj, koji se dodatno naplaćuju i teretanu. U sklopu hotelskoga kompleksa nalaze se i sportsko-rekreacijski sadržaji: četverostazna kuglana, jedan teniski teren, tenis-zid i dva stola za stolni tenis na otvorenom.

Hotel ima kongresnu dvoranu, kapaciteta do 250 mjesta, i četiri dvorane za sastanke: „Flora“ (do 80 mjesta), „Sedra“ (do 25 mjesta), „Degenija“ (do 15 mjesta), „Runolist“ (do 15 mjesta), kao i odgovarajuće prostore za pomoćne službe kongresa, te prostor za sponzore i izložbe, što ga ujedno čini i idealnim kongresnim odredištem.

Hotel „Plitvice“ sagrađen je u razdoblju od 1954. do 1957. godine prema projektu renomiranog hrvatskog arhitekta Marijana Haberlea. U vrijeme kada je sagrađen bio je prvi hotel A kategorije u Hrvatskoj, a i šire, spadao je u red najboljih arhitektonskih ostvarenjima među građevinama javne namjene izgrađenih u poslijeratnom razdoblju hrvatske arhitekture. Hotel je smješten na prostoru Velike poljane s pogledom na zonu gornjih jezera. Ima 51 smještajnu jedinicu tipa superior, standard i economy te restoran kapaciteta 160 sjedećih mjesta, vanjsku terasu i tv salon koji pruža mogućnost održavanja manjih skupova i seminara (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Hotel „Bellevue“ nalazi se u neposrednoj blizini hotela „Plitvice“ u samom centru jezerske zone parka. Hotel posluje kao garni hotel, odnosno nudi samo uslugu noćenja s doručkom, a pansionski gosti obroke konzumiraju u hotelu „Plitvice“. Kao takav, hotel je posebno pogodan za smještaj organiziranih grupa gostiju. Ima 96 smještajnih jedinica. Osim svoje funkcionalnosti, hotel je po vanjskom i unutarnjem izgledu, kojim dominira drvo, vrlo zanimljiva i posebna građevina. Hotel ima vlastiti parking, a u sastavu hotela nalazi se i banka (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Hotel „Grabovac“ nalazi se na sjevernom prilazu Nacionalnom parku, oko 10 km od centra turističke zone Plitvičkih jezera. To je manji hotel s bogato hortikulturnom uređenim okolišem koji u svojoj ponudi pruža kvalitetan smještaj i prehranu. Hotel raspolaže s 31 smještajnom jedinicom. Ugostiteljska ponuda hotela uključuju a la carte restoran, kapaciteta 55 sjedećih mjesta, restoran sa samoposluživanjem i ljetnom terasom, kapaciteta 75 sjedećih mjesta, te caffe –bar s ljetnom terasom i tv-om. Hotel ima vlastiti parking a u sastavu hotela nalazi se i trgovina (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Autokamp „Borje“ izgrađen je 2007. godine na samo 15 km udaljenosti od južnog ulaza u Nacionalni park Plitvička jezera. U prirodnom okruženju planine Ličke Plješevice i šumovitoga brda Mrsinj, autokamp zauzima površinu od 6,5 ha. Može primiti oko 350 kampista koji odabiru željeno mjesto za kampiranje. Gosti autokampa koriste se zajedničkim sanitarnim čvorom (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Autokamp „Korana“ jedan je od najljepših autokampova kontinentalne Hrvatske, smješten 6 km od ulaza u Nacionalni park Plitvička jezera. Prostire se na površini od 35 ha i može primiti oko 2500 kampista koji odabiru željenu lokaciju za smještaj kampera, kamp prikolicu ili šator. Autokamp „Korana“ svojim gostima nudi mogućnost smještaja u 47 ugodno opremljenih bungalova s odvojenim krevetima s posteljinom, stolom i stolicama. svi gosti autokampa koriste se zajedničkim sanitarnim čvorom.

Nacionalni restoran „Lička kuća“ sagrađen je 1972. godine kao jedinstveni prostor s ambijentom tradicionalne ličke kuće u kojemu se gostima pripremaju i prezentiraju autohtona jela. Restoran je 2015. godine u cijelosti restauriran i uklopljen u izvorni lički rustikalni stil. Lička kuća izgrađena je na dvije etaže s ukupnim kapacitetom od 270 sjedećih mjesta. Restoran je smješten uz županijsku cestu 5201, nasuprot sjevernom ulazu u Park. Na sredini restorana nalazi se otvoreno ognjište s vatrom gdje se peče janjetina na ražnju i pripremaju lički specijaliteti ispod peke. U restoranu posjetitelji mogu vidjeti i niz uporabnih predmeta karakterističnih za nekadašnji život ličkih obitelji.

Restoran „Poljana“ nalazi se na lokaciji Velika poljana, pored staze koja s južnog ulaza u Park vodi prema jezerima. u sastavu restorana nalaze se: bar, restoran sa samoposluživanjem, koji ima ukupni kapacitet od 120 sjedećih mjesta, i nacionalni restoran s otvorenim ognjištem,

kapaciteta 100 sjedećih mjesta. restoran ima i terasu s predivnim pogledom na područje gornjih jezera i hortikulturno uređen okoliš.

Restoran „Borje“ nalazi se uz magistralnu cestu D1, točnije na križanju cestovnih pravaca za sjeverni i srednji Jadran na 15 km udaljenosti od Plitvičkih jezera. Obnovljen je ambijent restorana, te prepoznatljivost i kvaliteta njegove gastronomske ponude, zadovoljiit će sve putnike. Restoran ima dio sa samoposluživanjem, kapaciteta 120 sjedećih mjesta, kao i a la carte restoran kapaciteta 100 sjedećih mjesta te ljetnom terasom. U sastavu restorana je i trgovina. U neposrednoj blizini restorana Borje nalazi se i kamp Borje.

Bistro „Kozjačka draga“ nalazi se na otvorenoj i prostranoj piknik dvorani koja zbog specifičnog smještaja uz samu obalu jezera Kozjak i prirodnog okruženja hladovine šumom pruža idealno mjesto za predah i odmor tijekom razgledavanja Parka. Smjestite li se na natkrivenu terasu bistroa „Kozjačka draga“ ili na livadu, na kojoj se također nalaze drveni stolovi s klupama, uz ukusan obrok na svježem zraku možete uživati u pogledu na najveće plitvičko jezero i elektrobrodove koji pristaju uz njegovu obalu.

Bistro „Hladovina“ nalazi se na južnom ulazu u Park. Na ovom živahnom mjestu, u hladovini visokih stabala bukve, možete se odmoriti i okrijepiti jednostavnim hladnim i toplim jelima, pićima i napitcima. U sastavu ovog bistroa nalazi se i grill koji ima ponudu jela s žara (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Buffet „Labudovac“ nalazi se u neposrednoj blizini Prošćanskoga jezera i stanice St3 panoramskog vlaka. Prije nego se s ove točke uputite u obilazak Parka, ili ako ste stigli do Labudovca kao krajnje točke svoga obilaska, svakako navratite u buffet „Labudovac“ gdje vas očekuje raznovrsna ponuda hladnih i toplih jela, pića i napitaka, koje možete konzumirati u ugodnoj atmosferi na terasi buffeta (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Bistro „Vučnica“ nalazi se u stambenom naselju Mukinje, 2 km od ulaza 2 u Nacionalni park Plitvička jezera. bistro, koji je u sklopu skijaškoga centra, ima 40 sjedećih mjesta u zatvorenom dijelu i isto toliko mjesta na otvorenoj terasi. Idealan je za obiteljske ručkove i ručkove za grupe gostiju.

Buffet „Kupalište“ nalazi se na obali jezera Kozjak u blizini pristaništa elektrobrodova. Priprema i poslužuje napitke i hladna jela te jednostavna topla jela. Buffet „Slap“ nalazi se u

sastavu sjevernog ulaza u Nacionalni park Plitvička jezera. Priprema i poslužuje napitke, hladna jela, te jednostavna topla jela. Caffe-bar „Rapajinka“ nalazi se na stanici St1 panoramskoga vlaka, povrh kanjona donjih jezera. Poslužuju kavu i ostale napitke, te pića, sendviče i slastice. Caffe-bar „Flora“ nalazi se na stanici St2 panoramskog vlaka, u podnožju hotela Jezero. poslužuje kavu i ostale napitke, te pića, sendviče i slastice.

10.2. Sportska ponuda na Plitvicama

Biciklizam na Plitvicama je također razvijen. Biciklistima se nude iznimne mogućnosti istraživanja područja Parka i okolice. Njenim južnim krajem dominiraju visoke planine, Plješevica i Mrsinj, krška polja s bistrim rijekama, stadima ovaca i brojnim zaboravljenim selima i zaseocima, dok je sjeverni kraj bogat pitomim zelenim dolinama, divnim krškim rijekama poput Korane uz čiji se tok nalaze slikovita sela i stari Drežnik Grad i Baraćeve špilje (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Staza oko Mrsinja se nalazi u okolnom prstenu i djelomice ulazi u Nacionalni park Plitvička jezera (definirana u suradnji s TZO Plitvička jezera). Dužina staze je 36 km. Staza na obroncima Plješevice se nalazi u okolnom prstenu i djelomice ulazi u Nacionalni park Plitvička jezera (definirana također u suradnji s TZO Plitvička jezera). Dužina staze je 36,5 km. Imamo još tri staze. To su Gola Plješevica, staza Popolju i staza The trial. Sve se nalaze u okolnom prstenu i djelomice ulaze u NP Plitvička jezera. Dužina staze Gola Plješevica je 44,4 km. Dužina staze Popolju je 16,8 km. Dužina staze The trial je 20,9 km (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Alpinizam je također razvijen na Plitvicama. Dva ulazna otvora Gajine pećine dojmjljiva su svakom posjetitelju. Nalaze se na okomitoj klisuri koja se nadvija nad Koranom. O korištenju ove pećine u prošlosti nema podataka, a analiza ostataka bedema pokazuje da pripadaju vremenu turskih ratova. Ova pećina svojim otvorima, dvoranom i dimnjakom budi maštu i vodi posjetitelje u neko prohujalo vrijeme (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Poučne staze uz šumski ekosustav, najveći su dio površine nacionalnog parka Plitvička jezera, što nerijetko ostaje u drugom planu uz primamljivost jezera i ljepote slapova.

Tri poučne staze- Čorkova Uvala, Plitvice i Medvjeđak- sigurno su iskustvo prolaska šumovitim gorskim kosama i livadama s vidikovcima. Panoramski pogled oštrog Medvjeđaka otkrit će manje poznato lice Plitvičkih jezera i približiti nam zašto se nekoć ovaj kraj zvao Vražjim vrtom (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

10.3. Prirodne ljepote Plitvica

U Čorkovoj Uvali može se osjetiti potpuni doživljaj Nacionalnog parka Plitvička jezera koji nije moguć bez upoznavanja šumskih ekosustava koji prekrivaju više od $\frac{3}{4}$ njegove površine. poučne staze imaju za cilj približiti šumski ekosustav posjetiteljima. Staze vode kroz velike šumske komplekse i gorske livade s prekrasnim vidikovcima. Duž staza postavljeni su poučni panoji čija je osnovna zadaća upoznati posjetitelje sa šumskim ekosustavima te drugim prirodnim i kulturnim znamenitostima. Početak staze je na Labudovcu, (stanica panoramskog vozila) do sela Čorkova Uvala i natrag preko planine Preka kosa, gdje se spaja sa stazom Plitvica i dalje do pristaništa za brodove u Kozjačkoj dragi.

Dužina staze je 21 km, trajanje obilaska je sedam sati i visinska razlika je 410 m. Preporučeni period godine za posjet je od lipnja do listopada. Preporučavaju se individualni i grupni posjeti. Aktivnost nije prilagođena za invalide. Vrsta staze je šumski put. Broj interpretativnih ploča na stazi je 12 (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Početak staze Plitvica je na Labudovca (zadnja stanica panoramskog vozila). Prati stazu Čorkova Uvala do točke gdje se odvajaju dalje, te nastavlja nizvodno uz potok Plitvica do Velikog slapa i pristaništa za brodove u Kozjačkoj dragi. Dužina staze je 9 km. Trajanje obilaska je 3 sata i 20 minuta. Visinska razlika je 130 m. preporučeni period godine za posjet je od svibnja do listopada. Također se preporučuju individualni i grupni posjeti. Aktivnost nije prilagođena za invalide. Vrsta staze je šumski put. Ima 6 interpretativnih ploča.

Medvjeđak je šumovita gorska kosa duga 8 km koja se pruža kao sjeverozapadni nastavak Plješevice i danas je jedno od najatraktivnijih mjesta s kojeg se pruža svim zaljubljenicima u prirodu panoramski pogled na dio Plitvičkih jezera i čitavo područje između Male Kapele i Ličke

Plješevice. Na njenom hrptu uzdižu se tri vrha: Oštri Medvjeđak 889m, Tupi Medvjeđak 868m i Turčić 801m. Posebnost staze koja povezuje vrhove Medvjeđaka su stare bukove šume prepuštene prirodnom razvoju. Upravo je to jedan od uvjeta bogatstva i raznolikosti ovog područja biljnim i životinjskim svijetom, posebno vrstama koje su zbog sve manjeg broja takvih staništa u svijetu rijetke i ugrožene. Dužina staze je 10,1 km. Trajanje obilaska staze je 4 h. Visinska razlika je 230 m. preporučeni period godine za posjet je također od svibnja do listopada. Isto tako se preporučuju individualni i grupni posjeti. aktivnost nije prilagođena za invalide. Vrsta staze je šumski put. Broj interpretativnih ploča je 6 (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Najveća atrakcija ovog područja su zapravo jezera. Gornja jezera čini sustav od 12 jezera međusobno odijeljenih sedrenim barijerama: Prošćansko jezero, Ciginovac, Okrugljak, Batinovac, Veliko jezero, Malo jezero, Vir, Galovac, Milino jezero, Gradinsko jezero, Veliki burget i jezero Kozjak. Jezera su smještena na vodonepropusnoj dolomitnoj podlozi gornje trijasko starosti. Razlika u nadmorskoj visini između Prošćanskoga jezera i Kozjaka iznosi 100 metara. Ova dva jezera su ujedno i najveća jezera cijelog sustava.

U Prošćansko jezero utječe rijeka Matica, koja nastaje spajanjem Crne i Bijele rijeke u naselju Plitvički Ljeskovac. Jezero se nalazi na 636 metara nadmorske visine i drugo je po veličini u sustavu Gornjih jezera s dubinom od 37 metara. Lijeva obala nalazi se u zoni najstrože zaštite, pa tako pristup posjetiteljima nije dozvoljen. Jezero završava sa zaravni Labudovac i Labudovačkom barijerom (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Dalje se nastavljaju jezera Ciginovac i Okrugljak. Na sjeverozapadnoj strani, u Okrugljak se ulijeva voda iz Ciginovca, dok više od 20 metara visok Labudovački slap ukrašava dio preko 100 m široke presušene sedrene barijere ispod koje se nalaze brojne šupljine, polušpilje i špilje, nazvane zajedničkim imenom nazvane zajedničkim imenom špiljski vrt. Nekada se urezanim kamenim stepenicama moglo prolaziti između njih. Ispod samog Labudovačkog slapa bio je ulaz u Janečekovu pećinu, dugu više od 50 metara. Danas dio slapišta pada na sam otvor, pa tako da ulaz u pećinu više nije moguć.

Slijede jezera Batinovac, Veliko jezero, Malo jezero, Vir i Galovac. Čitava istočna strana jezera, dužine oko 200 m značajna je po brojnim slapovima zvanima Prštavci. Nakon Galovca, slijede Milino jezero, Gradinsko jezero i Burgeti. Uz rub Burgeta u šumi je ostatak malog kamenoga zdanja u kojemu se nekada nalazio pokušaj iskorištavanja toka plitvičkih voda za

proizvodnju električne energije. Iz Burgeta se voda ulijeva u jezero Kozjak. Jezero Kozjak posljednje je u nizu Gornjih jezera na nadmorskoj visini od 534 m. Najveća mu je dubina 46 m. Osim voda slapova Burgeta, u Kozjak se ulijeva stalni potok Rječica. Istočna strana Kozjaka izgrađena je od okršenih rudistnih vapnenaca kredne starosti.

Prije otprilike 400 godina jezero Kozjak bilo je podijeljeno u dva jezera koja su bila odvojena slapom visine od 40 metara. Međutim, sedrena barijera na kraju jezera Kozjak rasla je mnogo brže nego barijera koja ga je razdvajala. Tako se podizala razina vode i jezera i postupno prekrivala slap. kada je barijera bila potopljena, jezera su se spojila u jedno jezero koje postoji i danas (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina Proščanskog jezera nalazi se na nadmorskoj visini od 636,6 m. Najveća izmjerena dubina iznosi 37,4 m. Površina Proščanskoga jezera je 68,2 ha, te je ono drugo po veličini nakon jezera Kozjak. U jezero utječe vodotok Matica koji nastaje spajanjem Crne i Bijele rijeke (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Lijeva obala Proščanskoga jezera se nalazi u zoni najstrože zaštite, pa pristup posjetiteljima nije dozvoljen. Nazvano je prema prošću ili kolcima kojima su ljudi nekad podupirali nasipe od kamenja i ilovače, kako bi od poplava obranile košanice uz jezero, ili prema prošnjama tj. molitvama Crnoj kraljici koja je prema legendi stvorila Plitvička jezera.

Razina jezera Ciginovac ili kako ga još narod zove Cigina jezera, nalazi se na nadmorskoj visini od 625,6 m, a najveća visina iznosi 11,1 m kod srednjeg vodostaja. Dio vode dobiva podzemnim putem kroz raspucane naslage sedre i vapnenačku podlogu, a dio u prošlosti iskopanim kanalom iz Proščanskoga jezera. Jezero je dobilo ime prema legendi o nekom Cigi koji se u njemu utopio dok je lovio ribu (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina jezera Okrugljak se nalazi na nadmorskoj visini od 613,6 m, a dubina mu je 15,3 m. Osim imenom Okrugljak, narod je ovo jezero nekoć zvao Okruglič, Okrugljaj ili Kruginovac. Najljepši pogled na oko 20 m visoki Labudovački slap što padau ovo jezero je sa staze na sjevernoj strani jezera, stotinu metara nizvodno od manjeg slapa kojim vode Ciginovca padaju u jezero Okrugljak (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina jezera Batinovac se nalazi na nadmorskoj visini od 610,1 m, a najveća mu dubina iznosi 5,5 m. Ovo jezero dobiva vodu iz jezera Okrugljak te jednim u prošlosti iskopanim kanalom

iz Prošćanskog jezera. Narod je ovo jezero nazivao još Batin, Batić ili Batinić (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina Velikog jezera se nalazi na nadmorskoj visini od 607,5 m, a dubina mu je 8,1 m. Narod je ovo jezero nazivao Jovinovac Veliki.

Razina Malog jezera nalazi se na nadmorskoj visini od 605,6 m, a dubina mu je 9 m. Narod ga je još nazivao Veliko jezerce ili Jovinovac Mali. Dragutin Franić u svojoj monografiji Plitvička jezera i njihova okolica iz 1910. godine piše: „Jovinovac Veliki i Jovinovac Mali bili su negda, kao što smo ovaj čas istaknuli, jedno jezero, jer ih dijeli samo niska sedrena stijena. Veliko i malo jezero imali su nekada po svoj prilici jedno ime: Crno jezero, dok se to jezero vremenom nije razlučilo na dvoje niskom sedrenom stijenom“, iz čeg ase zapravo može vidjeti dinamika nastanka sedre i procesa osedranja (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina jezera Vir nalazi na nadmorskoj visini od 598,7 m, a dubina mu je 5 m. Vir dobiva vodu iz Velikog i manjim dijelom iz Manjeg jezera, a voda ovog jezera odlazi Slapovima u Galovac (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina jezera Galovac nalazi se na nadmorskoj visini od 58,2 m, a njegova dubina je 24,4 m. svojom površinom od 12,5 ha, treće je po veličini među plitvičkim jezerima nakon Kozjaka i Prošćanskog jezera. Sa sjeverne strane omeđuju ga vertikalne dolomitne stijene Stubice obrasle niskim bjelogoričnim raslinjem, a na južnoj strani gusto pošumljene padine crnog vrha, čijim podnožjem vozi panoramski vlak. Posebno je zanimljiva markantna galovačka barijera na istočnoj strani koja se proteže na dužini od oko 200 m. s južne strane uvučena je omanja uvala s nizom zanimljivih slapova, a uz nju se nalazi i 20 m visok Galovački buk. Na sjevernoj strani ove barijere nalaze se atraktivni slapovi Prštavci s impozantnom visinom od približno 20 m. U blizini Galovačkog buka na stijeni je postavljena mjedena reljefna ploča s likom profesora Ive Pevaleka, jednog od najzaslužnijih znanstvenika za objašnjenje postanka sedrenog fenomena Plitvičkih jezera, te pobornika njegove zaštite i očuvanja. Prema narodnom kazivanju, Galovac je dobio ime po kapetanu Galu koji je pokraj njuega „Turke potukao“ ili po hajdučkom harambaši Galoviću koji je pokraj ovog jezera ubijen (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina Milinog jezera nalazi se na nadmorskoj visini 564 m, a dubina mu je svega jedan metar. Milino jezero nalazi se između Galovca i Gradinskog jezera. Prema jednoj od narodnoj priča

dobilo je ime po Mili Miriću koji je tamo lovio ribu gdje nitko drugi nije hvatao i utopio se u ovom jezeru (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Razina Gradinskog jezera nalazi se na nadmorskoj visini od 556 m, a najveća dubina ovog jezera je 8,1 m u najistočnijem dijelu jezera gdje se nalaze tri potopljene sedrene barijere. Obilazak jezera moguć je sa sjeverne i s južne strane. Nazvano je prema „Gradini“- ostacima srednjovjekovnog grada, što su potvrdila i nedavna arheološka iskapanja.

Burgeti su niz manjih jezera smještenih između Gradinskog jezera i Kozjaka, njihova se razina nalazi na nadmorskoj visini od 553 m, a dubina im se kreće do 7 m. Narod je Burgete još nazivao Burgete Burg i Jezerce (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).

Jezero Kozjak površinom od 82 ha najveće je plitvičko jezero. razina je Kozjaka na nadmorskoj visini od 534 m, a najveća dubina mu iznosi čak 46 m. Dugačko je više od 2,3 km i proteže se uglavnom u smjeru sjever-jug s manjim skretanjem prema zapadu u svom središnjem dijelu. Na mjestu prelaska elektrobrodova širina jezera iznosi svega 135 m, au najsjevernijem dijelu široko je 6,7 m. Kao i Prošćansko jezero, i Kozjak ima u svom južnom dijelu bočni odvojak Glibovitu dragu u kojoj se u Kozjak ulijeva Rječica- njegov najveći prtok (www.parkovihrvatske.hr, pristupljeno 31. srpnja 2017.).



Slika 4 Plitvička jezera

Izvor: www.apartmani-aurora.com/galerija-plitvice.html

11. ZAKLJUČAK

Jedne od temeljnih osobitosti Plitvica su sedrene barijere, koje su nastale u razdoblju od desetak tisuća godina. Poseban zemljopisni položaj i specifične klimatske značajke su pridonijeli nastanku mnogih prirodnih fenomena. Sedreni sedimenti oblikovani su od pleistocena do danas u vrtačama i depresijama između okolnih planina.

Pojam masovnog turizma veže se uobičajeno za velik broj unaprijed isplaniranih i unificiranih paket-putovanja u organizaciji turističkih agencija. Većinom se putuje na glavni godišnji odmor i to ljeti, a na Mukinjama je popularan i skijaški zimski odmor, kao protuteža ljetnom odmoru s razgledanjem ljepota ličkog krajolika. Za prihvata turista na Plitvicama izgrađeni su veliki hoteli i kampovi, kao i privatni apartmani koji kvalitetom usluge i visokostručnim osobljem zadovoljavaju očekivanja inozemnih turista.

Osnovni motivi dolaska na Plitvice su prirodne ljepote, odmor i relaksacija, zabava, dok su ostali motivi manje zastupljeni. Proces motivacije ne obuhvaća samo spoznaju o potrebi i saznanje o turističkoj ponudi koja može zadovoljiti tu potrebu, već i uvjerenje o tome kakav oblik odmora ili aktivnosti može zadovoljiti prepoznatu potrebu i mišljenje o turističkom mjestu u kojem se takve aktivnosti događaju, dakle ono mjesto koje može zadovoljiti potrebu. Kada se sve to podudara, dolazi do motivacije za posjet Plitvicama.

Kupac se odlučuje za posjet Plitvicama kada smatra da najbolje pogoduje zadovoljavanju njegovih potreba i njegovim platnim mogućnostima. Mnogo različitih činitelja utječe na donošenje odluke o izboru turističkog odredišta: pripadnost određenoj društvenoj sredini, osobine ličnosti, kultura, novac i vrijeme koje se potroši na sam obilazak Plitvičkih jezera i trajanje turističkog putovanja ukupno. Nakon prepoznavanja potreba i motiva koji su potaknuli pojedinca, on počinje tragati za informacijama kako bi se mogao odlučiti za najpovoljniju mogućnost. Iz tog razloga Javna ustanova Nacionalni park „Plitvička jezera“ priprema promidžbene materijale na svim jezicima, kako bi pružila što više informacija turistima i potaknula ih na dolazak u neponovljivu ljepotu ličkog prirodnog fenomena.

Tomislav Sertić



(potpis studenta)

LITERATURA

Knjige:

- Weber S.: Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 2004.
- Weber S.: Marketing u turizmu, Vadea, Zagreb, 2004.
- Renko N.: Marketing, Ljevak, Zagreb, 2006.
- Daniela Angelina Jelinčić, Turizam vs. identitet Globalizacija i tradicija, 2006.
- Gutić i suradnici, Istraživanje tržišta, 2011.
- Marušić, Vranešević, Istraživanje tržišta, 1997.

Internet:

- www.np-plitvička-jezera.hr
- www.wikipedia.org
- www.parkovihrvatske.hr
- www.apartmani-aurora.com

POPIS SHEMA

Shema 1. Hijerarhija ljudskih potreba

POPIS SLIKA

| | |
|--|----|
| Slika 1 logotip Nacionalnog parka Plitvička jezera | 4 |
| Slika 2 Ispitivanje zadovoljstva posjetitelja | 12 |
| Slika 3 hierarhija ljudskih potreba | 19 |
| Slika 4 Plitvička jezera..... | 32 |