

Funkcionalna hrana kao novi trend u turizmu

Škugor, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Šibenik University of Applied Sciences / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:682376>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL STUDIJA MENADŽMENTA I TURIZMA
PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TURISTIČKI
MENADŽMET

Lucija Škugor

FUNKCIONALNA HRANA KAO NOVI TREND U
TURIZMU

Završni rad

Šibenik, 2024.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL STUDIJA MENADŽMENTA I TURIZMA
PRIJEDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ TURISTIČKI
MENADŽMET

FUNKCIONALNA HRANA KAO NOVI TREND U
TURIZMU

Završni rad

Kolegij: Prehrana u turizmu

Mentorica: dr. sc. Nikolina Gaćina, v. pred

Studentica: Lucija Škugor

Matični broj studentice: 1219062065

Šibenik, lipanj 2024.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Lucija Škugor, student/ica Veleučilišta u Šibeniku, JMBAG 1219062065 izjavljujem pod materijalnom i kaznenom odgovornošću i svojim potpisom potvrđujem da je moj završni rad na preddiplomskom/specijalističkom diplomskom stručnom studiju turistički menadžment pod naslovom: “Funkcionalna hrana kao novi trend u turizmu” isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Šibeniku, 16.06.2024.

Student/ica:

Lucija Škugor

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem mojoj mentorici Nikolini Gaćini, na pruženoj podršci, susretljivosti, savjetima i prenesenom znanju. Hvala mojoj obitelji i prijateljima na bezuvjetnoj ljubavi i podršci kroz sve moje uspone i padove. Posebno hvala mojoj mami i tati što su me neprestano ohrabivali onda kad mi je to bilo najpotrebnije. Zahvaljujem se i svim profesorima VUŠ-a, a posebno profesorici Jeleni Šišari zbog koje sam zavoljela marketing i pokrenula vlastiti posao.

Studentski period je bio vrlo izazovan za mene, u svakom smislu, stoga se zahvaljujem svakoj osobi koja je na neki način sudjelovala u mom obrazovanju i osobnom razvoju.

U Šibeniku, 04.06.2024.

Potpis: _____

FUNKCIONALNA HRANA KAO NOVI TREND U TURIZMU

Lucija Škugor

Stjepana Radića 54a, 22000 Šibenik

lskugor1@vus.hr

Sažetak rada: Turizam i funkcionalna hrana su sve više povezani zbog rastuće svijesti turista o važnosti zdrave prehrane i njenom utjecaju na cjelokupno blagostanje. Integracija funkcionalnih sastojaka u turističku ponudu, posebno u gastronomskom turizmu, pruža turistima autentična iskustva koja ne samo da zadovoljavaju njihove gastronomske preferencije, već i promiču zdravlje. Ova povezanost potiče razvoj održivih turističkih destinacija te jača suradnju između turističkog sektora i lokalnih proizvođača hrane. Funkcionalna hrana postaje ključni faktor u oblikovanju turističkog iskustva i privlačenju putnika koji sve više cijene zdravu prehranu tijekom svojih putovanja. Funkcionalna hrana postaje sve značajniji trend u turizmu, posebno u gastronomskom turizmu, zbog svoje sposobnosti da kombinira zadovoljstvo okusa s pozitivnim utjecajem na zdravlje.

(35 stranica / 7 slika / 27 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u digitalnom repozitoriju Knjižnice Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: turizam, funkcionalna hrana, gastronomski turizam

Mentor: dr. sc. Nikolina Gaćina, v. pred

Rad je prihvaćen za obranu dana:

BASIC DOCUMENTATION CARD

Šibenik University of Applied Sciences

Batchelor Thesis

Department of Management and Tourism Studies

Professional Undergraduate Studies of Tourism Management

FUNCTIONAL FOOD AS A NEW TREND IN TOURISM

Lucija Škugor

Stjepana Radića 54a, 22000 Šibenik

lskugor1@vus.hr

Abstract: Tourism and functional food are increasingly intertwined due to the growing awareness among tourists about the importance of healthy eating and its impact on overall well-being. The integration of functional ingredients into the tourism offer, especially in gastronomic tourism, provides tourists with authentic experiences that satisfy their gastronomic preferences and promote health. This connection encourages the development of sustainable tourist destinations and strengthens cooperation between the tourism sector and local food producers. Functional food is becoming a key factor in shaping the tourist experience and attracting travelers who value healthy nutrition more and more during their travels. Functional food is becoming an increasingly significant trend in tourism, especially gastronomic tourism, due to its ability to combine taste satisfaction with a positive impact on health.

(35 pages / 7 figures / 27 references / original in Croatian language)

Thesis deposited in Šibenik University of Applied Sciences Library digital repository

Keywords: *tourism, functional food, gastronomic tourism*

Supervisor: Ph.D. Nikolina Gaćina, S. Lec.

Paper accepted:

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. TURIZAM - NAJVAŽNIJA GOSPODARSKA DJELATNOST	3
2.1. Pojmovno određenje turizma	3
2.2. Razvoj turizma	5
2.3. Temeljne karakteristike turizma.....	6
2.4. Turistička destinacija	8
2.5. Trendovi u turizmu.....	10
2.6. Selektivni oblici turizma	11
3. FUNKCIONALNA HRANA.....	13
3.1. Definiranje pojma funkcionalne hrane.....	13
3.2. Raznolikost funkcionalne hrane.....	16
3.3. Zdravstvene koristi funkcionalne hrane.....	17
3.4. Osnovna podjela funkcionalne hrane.....	19
3.5. Alergije i funkcionalna hrana.....	20
4. FUNKCIONALNA HRANA – TREND U TURIZMU.....	21
4.1. Primjena funkcionalne hrane u turizmu	21
4.2. Zdrava hrana u turističkoj ponudi	22
4.3. Funkcionalna hrana u gastronomskom turizmu	23
4.2. Sajmovi funkcionalne hrane u Europi i Hrvatskoj.....	24
4.2.1. Expo Barcelona	25
4.2.2. Sajam <i>NutraFood</i> u Poljskoj.....	26
4.2.3. Mediteranski sajam zdrave prehrane, ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva u Hrvatskoj	27
5. ZAKLJUČAK	30
LITERTURA.....	31
POPIS ILUSTRACIJA.....	34

1. UVOD

U proteklom desetljeću, bilježi se sve veći interes za zdravim načinom života, osobito za prehranom koja potiče dobrobit tijela i uma. U tom kontekstu, koncept funkcionalne hrane postaje sve značajniji i prisutniji, ne samo u svakodnevnoj prehrani već i u turizmu. Funkcionalna hrana, koja u osnovi obuhvaća hranu koja ne samo da zadovoljava osnovne nutritivne potrebe, već i pozitivno utječe na zdravlje i dobrobit pojedinca, postaje ključni element u turističkoj industriji koja sve više naglašava *wellness* i zdravstveni turizam kao segment od posebnog interesa.

U Hrvatskoj, zemlji s bogatom gastronomskom tradicijom i prekrasnom prirodom, ovaj globalni trend također dobiva na značaju. Sve više hotela, restorana, turističkih agencija i destinacija prepoznaje važnost uključivanja funkcionalne hrane u svoju ponudu kako bi privukli sve zahtjevniju klijentelu koja sve više vodi računa o svom zdravlju i dobrobiti. Također, hrvatska kuhinja, poznata po svježim sastojcima, obilju mediteranskih začina i raznolikosti okusa, idealna je platforma za promicanje funkcionalne hrane i njenih blagodati.

U kontekstu hrvatskog turizma, ovo se manifestira kroz raznolike inicijative, poput ponude zdravih i funkcionalnih jela u restoranima, *wellness* paketa u hotelima koji uključuju specifične dijetetske programe te organizirane ture koje promiču zdravu prehranu i lokalne proizvode. S obzirom na veliku pažnju koju turisti posvećuju svom zdravlju i prehranbenim navikama tijekom putovanja, ovi su elementi postali ključni za privlačenje posjetitelja i izgradnju reputacije destinacije kao *wellness* i zdravstvenog centra.

Kroz raznolike gastronomske festivale, kulturne manifestacije i promociju tradicionalnih jela obogaćenih funkcionalnim sastojcima, Hrvatska nastoji ojačati svoj identitet kao destinacija koja nudi ne samo prekrasne pejzaže i bogatu povijest, već i zdravstvene i *wellness* programe koji promiču cjeloviti doživljaj putovanja. Sve ovo čini funkcionalnu hranu ne samo trendom u turizmu, već i ključnim elementom u oblikovanju budućnosti turističke industrije u Hrvatskoj.

Uz rastući trend zdravog načina života, sve veći broj turista traži destinacije koje im omogućuju održavanje njihovih prehranbenih navika i prioriteta za zdravim stilom života, čak i dok su na

odmoru. Kako bi zadovoljile ovu potražnju, brojne turističke destinacije u Hrvatskoj su se okrenule uvođenju inovativnih i zdravih opcija hrane u svoje ponude.

Na primjer, mnogi hoteli nude posebne *wellness* pakete koji uključuju program prehrane baziran na funkcionalnoj hrani, zajedno s aktivnostima poput joge, meditacije i teretane. Ovi paketi nisu samo usmjereni na tjelesno zdravlje, već i na mentalnu dobrobit gostiju, što odgovara sve većem interesu za holistički pristup zdravlju i *wellnessu*. Osim toga, restorani diljem Hrvatske sve više uključuju funkcionalne namirnice u svoje menije, nudeći gostima mogućnost da uživaju u ukusnim, ali i zdravim obrocima tijekom svojih putovanja. Lokalni proizvodi poput svježeg voća, povrća, maslinovog ulja i ribe, koji su ključni sastojci mediteranske prehrane, često se koriste u pripremi ovih jela, što dodatno naglašava autentičnost i kvalitetu gastronomske ponude Hrvatske.

Kroz ove inovativne pristupe prehrani i promociju zdravih stilova života, Hrvatska se pozicionira kao destinacija koja ne samo da nudi prekrasne krajolike i kulturne atrakcije, već i potiče goste da brinu o svom zdravlju i dobrobiti tijekom svog boravka. Ovaj sveobuhvatan pristup funkcionalnoj hrani u turizmu poboljšava iskustvo posjetitelja i doprinosi održivosti turističke industrije i promicanju lokalnih proizvoda i tradicija.

2. TURIZAM - NAJVAŽNIJA GOSPODARSKA DJELATNOST

Turizam često se smatra jedan od najvažnijih djelatnosti u mnogim zemljama širom svijeta, uključujući i Hrvatsku. Ovaj dinamični sektor obuhvaća putovanja i boravak ljudi izvan njihovih uobičajenih mjesta stanovanja ili rada, pružajući široki spektar usluga poput smještaja, prehrane, prijevoza, raznih aktivnosti i zabave. Svojom raznolikošću, turizam igra ključnu ulogu u gospodarstvima mnogih zemalja, potičući rast BDP-a, stvarajući radna mjesta i potičući razvoj lokalnih zajednica.

Hrvatska, poznata po svojoj obali s prekrasnim plažama, ocharavajućim otočnim krajolicima, bogatom kulturnom baštinom i prirodnim ljepotama, postala je jedna od vodećih turističkih destinacija u Europi. Godišnje privlači milijune posjetitelja iz cijelog svijeta, nudeći im širok spektar turističkih doživljaja, uključujući opuštajuće dane na plaži, kulturne obilaske, aktivnosti na otvorenom i uživanje u lokalnoj gastronomiji. Turizam u Hrvatskoj nije samo važan zbog svog gospodarskog doprinosa, već i zbog svog utjecaja na očuvanje kulturnog identiteta, prirodne ljepote i tradicionalnih vrijednosti zemlje. Kroz promociju kulturne baštine, lokalne kuhinje, folkloru i običaja, turizam igra ključnu ulogu u očuvanju i promicanju bogate kulturne i prirodne baštine Hrvatske. Ovaj sektor ne samo da potiče ekonomski razvoj, već i pridonosi održivom turizmu te ravnoteži između turističke aktivnosti i zaštite okoliša.

2.1. Pojmovno određenje turizma

Turizam, definira se kao ukupnost odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja na određenom mjestu, predstavlja ključnu gospodarsku djelatnost koja obuhvaća različita turistička kretanja i sve aspekte povezane s takvim putovanjima. (Hrvatska enciklopedija, 2024). Ovaj koncept, koji se može promatrati kao fenomen suvremenog doba, nastaje kao rezultat sve veće potrebe ljudi za odmorom, uživanjem i promjenom okoline, te razvijenim osjećajem za ljepotu prirodnog okruženja. Danas, turizam se široko prihvaća kao sveobuhvatan pojam koji obuhvaća različite aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka ljudi izvan njihovih uobičajenih okruženja, ne duže od jedne godine, radi odmora, poslovnih putovanja ili drugih razloga koji nisu povezani s aktivnostima za koje bi primili naknadu u mjestu koje posjećuju. Ovaj pojam, definiran

prema standardima Svjetske turističke organizacije (engl. *World Tourism Organisation – WTO*), obuhvaća sve vrste turističkih iskustava, od opuštajućeg odmora na plaži do poslovnih putovanja i avanturističkih ekspedicija (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Turizam nije samo gospodarska djelatnost, već i kompleksan sustav koji utječe na društvo, kulturu, okoliš i ekonomiju destinacija koje posjećuje. Kroz promociju kulturne baštine, prirodnih ljepota i različitih turističkih doživljaja, turizam doprinosi očuvanju identiteta i razvoju lokalnih zajednica. S obzirom na svoju raznolikost i utjecaj, turizam ostaje ključni čimbenik u globalnoj interakciji i razumijevanju među narodima i kulturama.

Turizam, putovanje u svrhu opuštanja, uživanja ili obavljanja poslovnih aktivnosti, često je ograničenog trajanja i obično se povezuje s odlaskom izvan domovine. Međutim, može se odnositi i na putovanje unutar zemlje, na udaljene ili lokalne destinacije. Turisti se definiraju kao pojedinci koji putuju i borave izvan svog uobičajenog boravišta tijekom razdoblja ne dužeg od jedne godine, bilo radi zabave, posla ili drugih razloga (Prenekaj, 2018). Turizam je danas popularna aktivnost među ljudima diljem svijeta, bilo da se radi o putovanju unutar zemlje ili prelasku granica. Međunarodni turizam, osim što pruža zadovoljstvo posjetiteljima, ima i značajan ekonomski utjecaj na polazišne i odredišne zemlje. U mnogim državama, turizam je postao ključni izvor prihoda, dok je u nekim odredištima čak i najvažnija gospodarska djelatnost. Turizam, osim što pruža mogućnosti za istraživanje novih kultura i destinacija, također igra važnu ulogu u razvoju lokalnih zajednica, promicanju kulturne raznolikosti i očuvanju prirodnih ljepota. Stoga se može smatrati ne samo ekonomskom djelatnošću, već i sredstvom za promicanje međunarodne suradnje i razumijevanja.

Turizam se definira kao društveno-ekonomska pojava koja proizlazi iz ljudske potrebe za privremenom promjenom prebivališta radi odmora, te mogućnost zadovoljenja te potrebe. Obuhvaća širok spektar aktivnosti, kako gospodarskih, tako i onih koje prelaze granice ekonomije, a sve zajedno doprinose funkcioniranju turističkog tržišta. Osim toga, turizam uključuje kompleksne odnose i pojave koje se javljaju tijekom putovanja i boravka turista na određenoj turističkoj destinaciji (Miljak i sur, 2012).

Ovaj koncept, ističe važnost razumijevanja turizma kao fenomena koji ima dublje društvene i ekonomske implikacije. Turizam nije samo puko putovanje i boravak na nekom mjestu radi odmora, već kompleksan sustav aktivnosti koji oblikuje ekonomiju, kulturu i društvene interakcije na destinacijama koje posjećuju turisti.

2.2. Razvoj turizma

Razvoj turizma predstavlja proces koji obuhvaća širok spektar aktivnosti i napora usmjerenih na unapređenje turističke industrije u određenoj regiji ili destinaciji. Ovo uključuje poboljšanje turističke infrastrukture, promicanje turističkih atrakcija, stvaranje povoljnog poslovnog okruženja za turizam, edukaciju i osposobljavanje ljudi u turističkom sektoru te promociju destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu.

U svojoj biti, razvoj turizma može imati mnoge pozitivne učinke. To uključuje povećanje prihoda, stvaranje novih radnih mjesta, očuvanje kulturne baštine, poticanje održivog razvoja te poboljšanje životnog standarda lokalnog stanovništva. Međutim, važno je voditi računa o održivosti turizma kako bi se izbjegle negativne posljedice poput prekomjernog turističkog pritiska, degradacije okoliša i gubitka autentičnosti destinacije. Kroz sve napore usmjerene prema razvoju turizma, cilj je postići ravnotežu između ekonomskih, socijalnih i ekoloških aspekata, kako bi turizam bio dugoročno održiv i koristan za sve dionike, uključujući turiste, lokalnu zajednicu i okoliš.

Kroz povijest, razvoj turizma prolazio je kroz različite faze, koje su oblikovale putovanja i turističke aktivnosti onako kako ih danas poznajemo. Prema Gržiniću (2019), turizam se može podijeliti na sljedeće faze:

- U rano doba, koje obuhvaća prve civilizacije poput Grčke, Rima i Azije, putovanja su bila ograničena i često su imala religijske ili trgovačke svrhe.
- Srednje doba, od 5. do 14. stoljeća, karakteriziraju različita vjerska putovanja, poput hodočašća, te istraživačka putovanja koja su bila usmjerena prema daljnjim otkrićima i širenju znanja.

- Doba renesanse, od 14. do 16. stoljeća, donosi razvoj edukativnih putovanja, koji su omogućavali obrazovanje i kulturno obogaćivanje putnika kroz posjete raznim umjetničkim i povijesnim lokalitetima.
- Industrijska revolucija, od sredine 18. stoljeća do sredine 19. stoljeća, obilježena je brzom urbanizacijom, tehnološkim napretkom poput parnog stroja te promjenama u transportu i komunikacijama.
- Moderni turizam, koji obuhvaća turizam današnjice, karakteriziran je razvojem prometne infrastrukture, masovnim turizmom i pojavom raznih selektivnih oblika turizma, poput ekoturizma, kulturnog turizma i pustolovnog turizma.

Kroz ove faze razvoja, turizam se transformirao i prilagođavao društvenim, ekonomskim i tehnološkim promjenama, oblikujući tako suvremeni turistički pejzaž koji postoje danas.

2.3. Temeljne karakteristike turizma

“Turizam je značajan, za neke države i najvažniji izvor prihoda”(Croatialink.com, 2024). Učinci turizma na lokalne ekonomije su značajni. Turistički potrošači doprinose otprilike 30% ukupne svjetske potrošnje usluga i oko 6% ukupnog izvoza roba i usluga (Croatialink.com, 2024). Osim toga, turizam otvara nova radna mjesta, posebno u uslužnom sektoru koji se oslanja na turizam (Croatialink.com, 2024). Uslužne djelatnosti koje su povezane s turizmom obuhvaćaju različite sektore, uključujući prijevoz (zrakoplovni i brodski prijevoz, taxi usluge), smještaj (hoteli, kampovi, apartmani, turistička naselja) te zabavne i tematske lokacije (zabavni parkovi, kockarnice, trgovački centri, koncertne dvorane, kazališta, muzeji, nacionalni parkovi i rezervati prirode). Također, ne smije se zaboraviti ni širok spektar proizvoda koje turisti kupuju, uključujući suvenire, odjeću, poklone i osnovne potrepštine (Croatialink.com, 2024).

Temeljne karakteristike turizma su (Tourism notes, 2024):

1. Neopipljivost - mnogi proizvodi u turističkoj industriji su neopipljivi. Usluge vezane uz turizam ne mogu se vidjeti, dodirnuti ili osjetiti. Putnici mogu doživjeti ture ili povezane usluge, ali ne dobivaju nikakav opipljiv proizvod u ruke.

2. Oskudnost - turistički proizvodi su oskudni jer imaju određeni rok trajanja nakon kojeg postaju nedostupni za prodaju. Sve turističke usluge su oskudne, poput kapaciteta hotela ili ulaznica za turistička mjesta.
3. Inventar - usluge u turizmu ne mogu se pohraniti kao inventar ili sačuvati za buduću potrošnju. Primjerice, aviokompanija ima karte koje treba prodati za svaki let, a hoteli imaju sobe koje treba iznajmiti za svaku noć.
4. Heterogenost - proizvodi ponuđeni u turizmu nisu homogeni. Usluge u sektoru nisu standardizirane i često variraju zbog ljudskog faktora i različitih očekivanja potrošača.
5. Orijentiranost na ljude - turizam je ovisan o interakciji ljudi od rezervacije do smještaja. Mnogi pružatelji usluga imaju visok stupanj kontakta s potrošačima, što čini turističku industriju orijentiranom prema ljudima.
6. Nerazdvojnost - većina turističkih proizvoda nastaje i konzumira istodobno na istom mjestu.
7. Fluktuacije potražnje - turizam se suočava s fluktuacijama potražnje, uključujući sezonske fluktuacije te utjecaje prirodnih ili umjetnih događaja koji mogu utjecati na potražnju.
8. Industrija malih poduzeća - većina poduzeća u turističkom sektoru zapošljava manje od deset radnika, čineći turizam klasičnom industrijom malih poduzeća.
9. Pogon privatnog sektora - turizam je uglavnom pokretan privatnim sektorom, koji samostalno razvija turističke pakete i organizira ture.
10. Decentralizirana industrija - turistička industrija je decentralizirana s sudionicima azličitih veličina i različitim uslugama na različitim lokacijama.

Turizam se ističe kao jedna od najmoćnijih, najdinamičnijih i najkompleksnijih društveno-ekonomskih pojava u današnjem svijetu. On ne samo da predstavlja brzo rastuću granu globalne ekonomije, već obuhvaća raznolik spektar iskustava i interakcija koje se događaju tijekom putovanja. Turizam nije samo pitanje ekonomije on duboko prodire u ekološke, socijalne i kulturne aspekte našeg života. Četiri su ključna faktora (Grgić, 2013):

- turisti (izletnici)
- različita poduzeća i poslovni subjekti,
- država domaćin,
- lokalna zajednica.

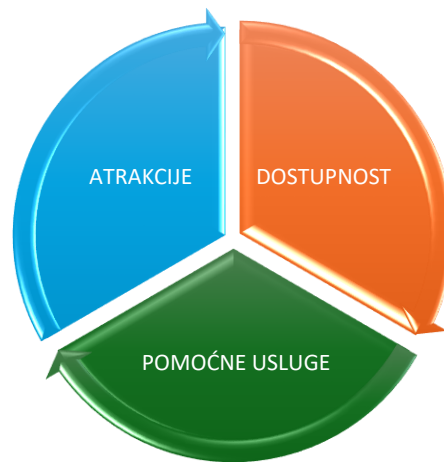
2.4. Turistička destinacija

Riječ "destinacija" potječe iz latinske riječi "destinatio", što znači odredište, a danas je široko prihvaćena u romanskim jezicima te često korištena i u anglosaksonskom govoru. Iako u osnovnom značenju predstavlja sinonim za odredište, u kontekstu turizma se koristi kao sinonim za mjesto koje privlači turiste. U ranoj fazi sedamdesetih godina, pojam "destinacija" počeo se koristiti u raspravama o istraživanju emitivnih i receptivnih područja. Tada je riječ "destinacija" počela označavati turističku regiju, zemlju, lokalitet i slično (Magaš,1997).

Posljednjih godina, trendovi na turističkom tržištu mijenjaju se vrlo dinamično. Rast turističke potražnje potiče povećanje turističke ponude, dok ravnomjernija distribucija međunarodnog turizma diljem svijeta rezultira nastankom novih destinacija i pojačanom konkurencijom. Globalizacija također dovodi do homogenizacije tržišta jer turisti postaju sve iskusniji i zahtjevniji, te je potrebno brzo prilagođavanje i personalizirani pristup. Demografske promjene, poput starenja stanovništva, mijenjaju odnose među dobima potrošača, što dalje utječe na turističku potražnju. U takvom okruženju, pružatelji turističkih usluga moraju pratiti trendove i uključiti nove tehnologije u svoje poslovanje. Klijenti sve više koriste tehnološke kanale za informiranje o ponudi i rezervacije putovanja. Stoga je ključno da se turistička industrija prilagodi, specijalizira i kreira prepoznatljive brendove koji odgovaraju promjenjivim potrebama potrošača. Turistički djelatnici trebaju fokusirati svoje napore na stvaranje jedinstvenih iskustava koristeći kreativne alate i metode dostupne u digitalnom dobu (World skills Croatia, 2024).

Destinacije su jasno određene geografski i percipirane od strane turista kao jedinstvene entitete, a ističu se nekoliko osnovnih karakteristika. To uključuje dostupnost, atrakcije, paketne aktivnosti i pomoćne usluge. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije, destinacija je specifično mjesto gdje posjetitelj provede najmanje jednu noć, nudeći turističke proizvode kao što su atrakcije, pomoćne usluge i turistički resursi, uz definirane upravljačke, fizičke i administrativne granice, te prepoznatljivu sliku. Procjenjuje se da 70% turista posjećuje deset glavnih turističkih destinacija dok 30% posjećuje ostale destinacije, što ukazuje na intenzitet konkurencije za manje poznate destinacije. Svjetska turistička organizacija razlikuje turističke destinacije u nekoliko svjetskih

blokova: Amerike, Europu, Pacifik, Istočnu Aziju, Bliski Istok, Afriku i Južnu Aziju (Mutuku, 2013).



Slika 1. Karakteristike turističke destinacije

Prema: Mutuku C., (2013), *Tourism Destinations. Definitions, Changes and Trends*, Grin,
(<https://www.grin.com/document/381273>)

Glavne tri karakteristike turističke destinacije obuhvaćaju:

1. **Atraktivnost** - ovo su jedinstveni elementi ili resursi destinacije koji privlače turiste, kao što su prirodne ljepote poput plaža, planina ili nacionalnih parkova, kulturni spomenici, povijesni lokaliteti, različite aktivnosti poput sportova na otvorenom ili festivala, kao i gastronomska ponuda.
2. **Dostupnost** - dostupnost destinacije igra ključnu ulogu u privlačenju turista, obuhvaća pristup putem zračnih, kopnenih ili vodenih prometnih veza, kao i infrastrukturu koja olakšava putovanje i boravak, poput hotela, restorana, javnog prijevoza i slično.
3. **Pomoćne usluge** - ove usluge obuhvaćaju sve dodatne sadržaje i usluge potrebne turistima tijekom njihovog boravka, uključujući smještaj, prehranu, prijevoz, turističke vodiče, zabavne aktivnosti, medicinske usluge, sigurnost i druge usluge koje osiguravaju udobnost i sigurnost turistima.

2.5. Trendovi u turizmu

Turizam je kompleksna industrija koja se neprestano mijenja pod utjecajem raznih čimbenika. Svakim godišnjim dobom, svjedočimo evoluciji turističkih preferencija, što uključuje promjene u preferiranju destinacija, aktivnosti i doživljaja putovanja. Istovremeno, tehnološke inovacije neprestano mijenjaju način na koji se planiraju i doživljavaju putovanja, pružajući nove mogućnosti za interakciju s destinacijama i uslugama. Promjene u društvenim i ekonomskim uvjetima također imaju značajan utjecaj na turizam. Demografske promjene, kao što su starenje stanovništva ili promjene u obiteljskim strukturama, mogu utjecati na turističke preferencije i potrebe. Razumijevanje trenutnih trendova u turizmu je ključno za turističke profesionalce i destinacijske menadžere. To im omogućuje da pravovremeno prepoznaju promjene na tržištu i prilagode svoje strategije kako bi zadovoljili potrebe modernih putnika. Osim toga, razumijevanje trendova omogućuje razvoj održivih turističkih strategija koje uzimaju u obzir potrebe lokalne zajednice, zaštitu okoliša i kulturnog identiteta destinacija. Kroz analizu i praćenje trenutnih trendova, turizam može nastaviti biti ključni pokretač gospodarskog rasta i razvoja, pružajući istovremeno autentična i obogaćujuća iskustva turistima širom svijeta.

Trend u kontekstu turizma predstavlja ključnu komponentu vremenske pojave koja nam omogućuje uvid u temeljne tendencije njenog razvoja. Da bi se bolje razumjela raznolikost i složenost turističkih trendova, postoji nekoliko ključnih kriterija za njihovu klasifikaciju (Tubić, 2019). Prvo, trendova se mogu klasificirati prema mjestu njihova nastanka. To znači da se trendovi mogu odnositi ili na turističku potražnju, što uključuje preferencije i ponašanje turista, ili na turističku ponudu, što se odnosi na resurse, atrakcije i usluge koje destinacija pruža. Razumijevanje ovih trendova omogućuje destinacijama i turističkim poslovnim subjektima da bolje prilagode svoje proizvode i usluge potrebama turista. Važno je i razlikovanje trendova prema vrsti turističkog tržišta. To podrazumijeva analizu trendova na emitivnim tržištima, tj. tržištima s kojih turisti dolaze, i trendova na receptivnim tržištima, gdje turisti putuju. Razumijevanje preferencija i ponašanja različitih tržišta omogućuje prilagodbu marketinških strategija i usluga kako bi se privuklo i zadovoljilo raznoliko globalno tržište. Trendovi se mogu analizirati prema njihovom sadržaju. To podrazumijeva razlikovanje kvantitativnih trendova, koji se temelje na analizi brojeva i podataka, i kvalitativnih trendova, koji se temelje na analizi obilježja, stavova i preferencija.

Kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih analiza omogućuje cjelovitije razumijevanje dinamike turističkog tržišta. Trendovi se mogu manifestirati na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj ili globalnoj razini, što zahtijeva diferencirane pristupe u planiranju i upravljanju destinacijama i turističkim proizvodima (Tubić, 2019).

Budući smjerovi razvoja turizma u Hrvatskoj usko su povezani s globalnim trendovima koji oblikuju industriju putovanja. Među mnogim kratkoročnim i dugoročnim trendovima, ističu se oni koji promiču održivost i pristupačnost turizma, digitalizaciju poslovanja te demografske promjene. Suvremeni potrošači žele brz pristup informacijama iz pouzdanih izvora, preferiraju personalizirana iskustva, ali istovremeno imaju zabrinutost oko gubitka privatnosti. Sigurnost i dobrobit, kako mentalna tako i fizička, postaju sve važniji aspekti, a proizvodi koji pružaju olakšanje od stresa i anksioznosti su sve traženiji. Raste svijest o potrebi očuvanja okoliša, te se sve više naglašava važnost održivih izbora u turističkoj potrošnji. Klimatske promjene također imaju značajan utjecaj na turizam, gdje je važno očuvanje okoliša postalo ključno pitanje za dugoročan razvoj industrije (InSolve, 2022). Povećan broj turista u određenim destinacijama dovodi do pojave masovnog turizma, što postaje izazov u upravljanju turističkim destinacijama. Rastuća urbanizacija, gospodarski razvoj i olakšane mogućnosti putovanja sve su češći uzroci ovog problema. Turizam koji je dostupan svima postaje sve važniji koncept, potičući inkluziju svih skupina u turističkim iskustvima, uključujući osobe s invaliditetom. Digitalizacija poslovanja sve više oblikuje turizam, gdje tehnološka rješenja poput umjetne inteligencije, Internet of Things, brze 5G mreže postaju ključne komponente industrije. Ove promjene nagovještavaju novi smjer razvoja turizma u Hrvatskoj, gdje će održivost, inkluzivnost i tehnološki napredak biti ključne odrednice turističke politike i prakse u budućnosti (InSolve, 2022).

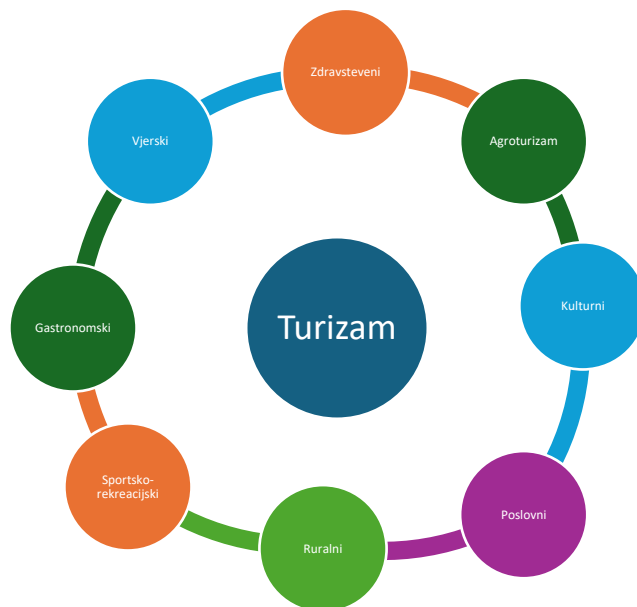
2.6. Selektivni oblici turizma

Kvalitetno pripremljeni inovativni programi i paket aranžmani koje kreiraju destinacijske management kompanije postaju ključni faktor u privlačenju turista, posebice u pred i posezoni. Za održavanje konkurentnosti i korak s trendovima, neophodno je stvarati nove motive dolaska i turističke proizvode koji će zadovoljiti različite potrošačke segmente i tržišta posebnih interesa. Inovativni pristup turizmu kroz destinacijski management pruža izvanrednu priliku za produljenje

turističke sezone. Fokus je na razvoju proizvoda koji nisu ovisni o vremenskim uvjetima te koje gosti mogu koristiti tijekom cijele godine. Destinacije rade na stvaranju takvih proizvoda i potencijala, posebno istražujući mogućnosti kontinentalnih destinacija. Ovaj pristup otvara prostor za korištenje raznovrsnih resursa i atrakcija koje kontinentalne destinacije nude, omogućavajući im da postanu atraktivne tijekom cijele godine (Glojanić, 2024).

“U neke od poznatijih i traženijih oblika selektivnog turizma ubrajaju se (InSolve, 2024.):

- sportsko – rekreacijski turizam,
- zdravstveni turizam,
- ruralni turizam,
- agroturizam,
- kulturni turizam,
- poslovni turizam,
- gastronomski turizam,
- vjerski turizam.”



Slika 2. Vrste turizma

Izvor: Izrada autorice

3. FUNKCIONALNA HRANA

U današnjem ubrzanom svijetu, naglasak na zdravlje i dobrobit postao je ključna karakteristika suvremenog društva. U ovom kontekstu, funkcionalna hrana, obogaćena specifičnim hranjivim sastojcima ili dodacima, sve više privlači pažnju kao ključni element podrške aktivnom načinu života i očuvanja zdravlja. U turizmu, gdje posjetitelji sve više teže zdravom načinu života i traže iskustva koja promoviraju dobrobit tijela i uma, funkcionalna hrana postaje ključni faktor u oblikovanju destinacijskih preferencija.

Ovaj trend nije samo rezultat promjena u prehranbenim navikama, već i odgovor na zahtjeve modernog društva. U ubrzanom svijetu u kojem se često brzina stavlja ispred kvalitete, ljudi postaju sve svjesniji važnosti pravilne prehrane kao temelja zdravog i izbalansiranog života. Stoga, funkcionalna hrana postaje sve privlačnija kao način zadovoljavanja nutritivnih potreba bez žrtvovanja praktičnosti i brzine koja karakterizira suvremeni način života.

3.1. Definiranje pojma funkcionalne hrane

U današnjem svijetu, tehnologija je preuzela vodeću ulogu u proizvodnji hrane, stvarajući nebrojene prehrambene proizvode. Unatoč tom napretku, naglasak na zdravlju i dobrobit postao je ključna karakteristika suvremenog društva. U tom kontekstu, koncept "funkcionalne hrane", koja ima pozitivan utjecaj na zdravlje uz odgovarajuće nutritivno djelovanje, postaje temelj razvoja moderne prehrambene industrije diljem svijeta (Bender Vranešić, 2007). Iako se smatra da je moderni koncept funkcionalne hrane započeo u Japanu prije 25 godina, filozofija hrane kao lijeka nije ništa novo. Čak je i otac medicine, Hipokrat, prije 2500 godina isticao važnost hrane za zdravlje. Ipak, tijekom 19. stoljeća, koncept hrane kao lijeka bio je zanemaren zbog procvata moderne terapije lijekovima. No, početkom 20. stoljeća, važnost prehrane u prevenciji bolesti ponovno je došla u prvi plan, potaknuta revolucionarnim otkrićima poput vitamina i bolesti uzrokovanih nedostatkom određenih nutrijenata. Dodavanjem ključnih nutrijenata u osnovnu hranu, kao što je obogaćivanje hrane vitaminima, uspješno su iskorijenjene bolesti poput gušavosti, rahitisa, beri-beri-a i pelagre početkom 20. stoljeća (Bender Vranešić, 2007). Međutim, sedamdesetih godina prošlog stoljeća, fokus je preusmjeren s deficita nutrijenata na problem prekomjerne tjelesne mase, što je dovelo do globalne epidemije pretilosti. Tijekom sedamdesetih

i osamdesetih godina, istraživanje je identificiralo brojne tvari iz biljaka i životinja s potencijalno povoljnim djelovanjem na prevenciju i terapiju kroničnih bolesti. Danas, u 21. stoljeću, suočeni smo s različitim izazovima kao što su povećanje cijena medicinskih usluga, produženi životni vijek i napredak u znanosti i tehnologiji, što sve rezultira promjenom načina života. (Bender Vranešić, 2007)

Funkcionalna hrana je novi i zanimljiv koncept temeljen na znanosti. Razvoj funkcionalne hrane pokazuje promjene u industriji i društvu, te vodi nutricionizam 21. stoljeća prema pružanju najbolje prehrane za suvremeni način života i individualne potrebe.

Jednostavna definicija funkcionalne hrane naglašava da hrana postaje "funkcionalna" kada, osim osnovne nutritivne vrijednosti koju pruža, pozitivno utječe na jednu ili više ciljanih funkcija tijela, čime smanjuje rizike od razvoja određenih bolesti (Čalić i sur., 2011) Funkcionalna hrana može poboljšati opće stanje organizma, smanjiti rizik od raznih bolesti te čak biti korisna kao dio liječenja nekih bolesnih stanja. Ovo znači da funkcionalna hrana nije samo izvor energije i hranjivih tvari, već ima dodatnu vrijednost jer pruža specifične koristi za zdravlje. Na primjer, neki proizvodi mogu sadržavati antioksidanse koji pomažu u borbi protiv oksidativnog stresa i smanjenju rizika od bolesti srca ili raka. Drugi proizvodi mogu biti obogaćeni omega-3 masnim kiselinama, koje su korisne za zdravlje mozga i srca. (Čalić i sur., 2011)

Važno je napomenuti da funkcionalna hrana ne zamjenjuje lijekove ili medicinske tretmane, ali može biti korisna kao dio uravnotežene prehrane i zdravog načina života. Također, treba biti oprezan u vezi s tvrdnjama o zdravstvenim koristima funkcionalne hrane i provjeriti znanstvenu podlogu iza takvih tvrdnji. Ukratko, funkcionalna hrana predstavlja novi pristup prehrani koji naglašava koristi za zdravlje osim osnovne prehrambene vrijednosti, te može biti korisna kao dio preventivne strategije.

U kontekstu prehrambene i zdravstvene dobrobiti, funkcionalna hrana definira se kao hrana koja, osim osnovnih nutrijenata potrebnih za rast i razvoj organizma, također sadrži bioaktivne sastojke koji su prepoznati kao povoljni za jednu ili više funkcija u organizmu. Takva hrana ima za cilj ili poboljšati opće zdravlje i dobrobit organizma ili smanjiti rizik od razvoja bolesti, a konzumira se kao dio redovne, svakodnevne prehrane. Funkcionalnost hrane ostvaruje se kroz njezin sastav,

odnosno kroz udio bioaktivnih komponenti, koje mogu imati biljnog, životinjskog ili bakterijskog podrijetla. Djelovanje ovih komponenti može biti različito, uključujući antioksidacijsko, antibakterijsko, fizičko, te mogu utjecati na regulaciju i stimulaciju enzima, kao i na pojedine organe ili sustave organa (Turk, 2023).



Slika 3. Prirodna funkcionalna hrana

Izvor: <https://draxe.com/nutrition/functional-foods-benefits/>

Na tržištu se već pojavio velik broj funkcionalnih proizvoda u različitim oblicima. Mnogi od njih sadrže karakteristične funkcionalne sastojke poput dijetalnih vlakana, peptida i proteina, prebiotika i probiotika, bioaktivnih sastojaka i antioksidansa, polinezasićenih masnih kiselina, vitamina, minerala, kalcija i željeza (Turk, 2023). Funkcionalna hrana obiluje aktivnim sastojcima koji su temeljito istraženi i čija je učinkovitost i sigurnost dokazana. Oni su nositelji zdravstvenih tvrdnji odobrenih od strane relevantnih tijela. Primjeri pozitivnih funkcionalnih proizvoda na tržištu uključuju fermentirane mliječne napitke s dodatkom probiotičkih bakterija i neprobavljivih vlakana (prebiotika), napitke obogaćene antioksidansima i folnom kiselinom, te sok od naranče s dodatkom kalcija za jače kosti ili biljnih sterola koji povoljno djeluju na razinu kolesterola (Turk, 2023). Ovi proizvodi proizlaze iz temeljnih znanstvenih istraživanja, koja su pokazala njihovu korisnost za zdravlje putem niza znanstvenih studija.

3.2. Raznolikost funkcionalne hrane

S rastućim interesom za hranom koja pruža više od osnovnih nutritivnih vrijednosti, funkcionalna hrana postaje sve popularnija. Ljudi sve više prepoznaju vrijednost hrane koja ne samo da zadovoljava osnovne prehrambene potrebe, već ima i dodatne koristi za zdravlje i dobrobit organizma. Ovaj trend potiče potragu za namirnicama koje imaju specifične sastojke ili komponente s dokazanim zdravstvenim koristima. Prepoznavanje funkcionalne hrane postaje ključno kako bi se preusmjerile prehrambene navike prema održavanju zdravog načina života. Kroz razumijevanje koje namirnice imaju dodatne zdravstvene prednosti, potrošači mogu donositi informirane odluke o svojoj prehrani. Identificiranje funkcionalne hrane omogućava im da odaberu proizvode koji ne samo da zadovoljavaju njihove prehrambene potrebe, već i doprinose poboljšanju općeg zdravlja.

“Većina osnovne funkcionalne hrane jest ona bez dodanih sastojaka kao što su mrkva, koja sadrži antioksidanse, mekinje zobi koje sadrže vlakna beta glukana, zeleni čaj bogat fitokemikalijama poznatima kao katehini. Međutim, funkcionalna hrana također može biti i procesirana hrana u koju su dodane biološki aktivne tvari. Napitci mogu biti obogaćeni vitaminima i mineralima, ulje – omega-3-masnim kiselinama, a u jogurt i ostale fermentirane proizvode dodani su probiotici i prebiotici” (Becker, 2024).

Ovaj trend prepoznavanja funkcionalne hrane odražava sve veću svijest potrošača o važnosti prehrane za održavanje zdravlja. Kroz pravilno obrazovanje i informiranje potrošača o potencijalnim zdravstvenim koristima različitih namirnica, može se promicati zdraviji način prehrane i potaknuti promjene u prehrambenim navikama. Osim toga, naglasak na prepoznavanju funkcionalne hrane potiče proizvođače da razvijaju inovativne proizvode koji imaju dodatnu vrijednost za zdravlje, čime se pridonosi općem poboljšanju prehrambene ponude na tržištu.

Prepoznavanje funkcionalne hrane među mnogobrojnim proizvodima na policama može predstavljati izazov. Prvi korak u prepoznavanju funkcionalne hrane jest razumijevanje da ona nije samo obična hrana koja zadovoljava osnovne prehrambene potrebe. Umjesto toga, funkcionalna hrana sadrži specifične sastojke koji mogu pozitivno utjecati na zdravlje osim osnovnih nutritivnih vrijednosti. To su namirnice koje imaju dodatne koristi za tijelo, poput podrške imunološkom sustavu ili smanjenja rizika od bolesti. Prepoznavanje funkcionalne hrane zahtijeva pažljivo čitanje

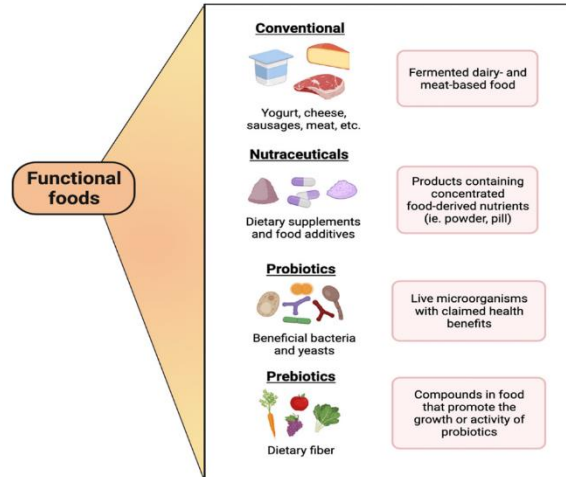
etiketa proizvoda i informiranje o sastojcima. Potrošači trebaju tražiti namirnice koje sadrže specifične sastojke poznate po svojim zdravstvenim koristima, poput antioksidansa, probiotika, prebiotika ili drugih bioaktivnih tvari. Osim toga, educiranje o znanstvenim dokazima koji podupiru zdravstvene tvrdnje proizvoda može pomoći u prepoznavanju funkcionalne hrane među mnogobrojnim opcijama na tržište (Juicefast, 2024).

3.3. Zdravstvene koristi funkcionalne hrane

Zdravstvene koristi funkcionalne hrane su raznolike i važne za održavanje općeg zdravlja. Funkcionalna hrana, za razliku od obične hrane, sadrži posebne sastojke ili komponente koje imaju dokazano povoljan utjecaj na različite funkcije tijela.

Koristi funkcionalne hrane uključuju (Levy, 2019):

- Bogati su izvor antioksidansa (kao što su karotenoidi, flavonoidi, likopen, antocijanin i polifenoli) koji se bore protiv oštećenja slobodnim radikalima.
- Smanjenje upale.
- Pomoć u prevenciji bolesti, kao što je smanjenje rizika od kardiovaskularnih bolesti, neuroloških stanja, depresije ili raka.
- Podrška zdravlju crijeva i time jačanje imunološkog sustava.
- Dostava aktivnih mikrobioloških kultura, poznatih i kao probiotici.
- Osiguravanje prebiotičnih supstanci koje potiču rast i aktivnost probiotika.
- Smanjenje patogenih bakterija i mikroba.



Slika 4. Zdravstvene koristi funkcionalne hrane

Izvor: <https://www.mdpi.com/2076-2607/10/5/1065>

Funkcionalna hrana može igrati ključnu ulogu u borbi protiv bolesti jer svaka namirnica ima jedinstveno djelovanje, ovisno o specifičnim spojevima koje sadrži. Neki od načina na koje funkcionalna hrana pruža zaštitu od bolesti uključuju (Levy, 2019):

- Neutraliziranje negativnih učinaka stresa - funkcionalna hrana osigurava vitamine B, magnezij i omega-3 masne kiseline koje pomažu u smanjenju negativnih učinaka stresa na tijelo.
- Zaštita mozga od oštećenja uzrokovanih slobodnim radikalima - antioksidansi prisutni u funkcionalnoj hrani mogu zaštititi mozak od oštećenja uzrokovanih slobodnim radikalima te podržati kognitivno i mentalno zdravlje.
- Podrška detoksikaciji i zdravlju probavnog sustava - određeni sastojci u funkcionalnoj hrani mogu potaknuti detoksikaciju tijela i podržati zdravlje probavnog sustava, što može pomoći u održavanju općeg zdravlja.
- Ravnoteža razine kolesterola i krvnog tlaka - funkcionalna hrana može sadržavati sastojke koji pomažu u ravnoteži razine kolesterola i krvnog tlaka te regulaciji otkucaja srca, što doprinosi zdravlju kardiovaskularnog sustava.
- Pomoć u apsorpciji hranjivih tvari - određene namirnice mogu poboljšati apsorpciju hranjivih tvari iz hrane, što osigurava da tijelo dobije potrebne nutrijente za održavanje funkcija.

- Pomoć u izgradnji i održavanju koštane mase - funkcionalna hrana može sadržavati sastojke koji podržavaju izgradnju i održavanje koštane mase, poput smanjenja kiselosti i poticanja alkalizacije tijela.
- Upravljanje razinom šećera u krvi - neki spojevi u funkcionalnoj hrani mogu pomoći u regulaciji razine šećera u krvi, što je ključno za prevenciju dijabetesa i održavanje stabilne razine energije.
- Pomoć u upravljanju težinom i prevenciji pretilosti - funkcionalna hrana može sadržavati sastojke koji podržavaju kontrolu težine, poput vlakana i protuupalnih spojeva, što može doprinijeti prevenciji pretilosti i održavanju zdravog tjelesnog sastava.

3.4. Osnovna podjela funkcionalne hrane

Razvoj funkcionalne hrane ograničen je samo maštom, prepoznatim zdravstvenim utjecajem i spremnošću potrošača na kupnju i konzumaciju takvih proizvoda. Funkcionalna hrana može se jednostavno i praktično podijeliti u pet skupina. Na tržištu postoje primjeri za svaku od ovih skupina hrane. Dok je za neke proizvode očito da su funkcionalna hrana, drugi nisu toliko jasno prepoznatljivi (Čalić i sur., 2011).

Funkcionalna hrana može se podijeliti u nekoliko kategorija (Čalić i sur., 2011):

1. **Nemodificirana i neprerađena hrana** - najjednostavniji oblik funkcionalne hrane, hrana u svom prirodnom obliku.
2. **Obogaćeni proizvodi** - hrana s povećanom količinom postojećih nutrijenata.
3. **Obogaćeni proizvodi** - hrana kojoj su dodani novi nutrijenti ili komponente koje inače nisu prisutne.
4. **Izmijenjeni proizvodi** - hrana kod koje su zamijenjene postojeće komponente i/ili antinutrijenti s nutrijentima koji imaju povoljan učinak.
5. **Poboljšani proizvodi** - hrana kod koje su jedna ili više komponenta prirodno obogaćene kroz specijalne uvjete uzgoja biljaka, nove formule stočne hrane za životinje, genetske manipulacije, i slično.

Funkcionalna hrana sve više postaje popularna na tržištu kako bi zadovoljila potrebe potrošača za unapređenjem zdravlja i blagostanja. Kroz različite kategorije, proizvođači nude širok spektar opcija prilagođenih različitim preferencijama i potrebama potrošača. Ova raznolikost omogućuje potrošačima da pronađu proizvode koji najbolje odgovaraju njihovim specifičnim zahtjevima i načinu života.

3.5. Alergije i funkcionalna hrana

Alergijske reakcije na hranu su češće kod djece, s prosječnom učestalošću od 8 do 28%, dok su kod odraslih mnogo rjeđe, s učestalošću od 1,4 do 1,8% (Poliklinika Analiza, 2024). One se često pojavljuju kod djece koja već imaju druge alergijske bolesti poput atopijskog dermatitisa ili ako su takve bolesti prisutne u obitelji. Kod većine djece, alergije na hranu obično prolaze unutar nekoliko godina od dijagnoze, iako serumski IgE antitijela na alergensku hranu mogu ostati prisutna. Brzina s kojom dijete počinje tolerirati hranu na koju je alergično ovisi o težini početne reakcije. Najčešći alergeni u hrani su spojevi koji sadrže šećere i proteine (gliko-proteini). Kravlje mlijeko, jaja, riba, rakovi, školjke, žitarice, soja, kikiriki, orašasti plodovi, jagode i drugo voće su česti izvori alergija. Kod odraslih, većina alergija na hranu uzrokovana je kikirikijem, orašastim plodovima, ribom i školjkama, dok su kod djece češći uzročnici alergija jaja, mlijeko, soja i pšenično brašno (Poliklinika Analiza, 2024.)

Funkcionalna hrana može pomoći kod alergija na više načina. Sastojci poput omega-3 masnih kiselina, kurkume i flavonoida imaju protuupalna svojstva te smanjuju upalu povezanu s alergijskim reakcijama. Također, funkcionalne namirnice poput probiotika i antioksidansa podržavaju zdravlje crijeva i jačaju imunološki sustav, što može regulirati imunološki odgovor i smanjiti alergijske simptome. Imunomodulatorni sastojci funkcionalne hrane mogu dodatno regulirati prekomjerne imunološke reakcije. Redovita konzumacija ovih namirnica može također smanjiti osjetljivost na alergene. Ipak, važno je individualno prilagoditi prehranu te se uvijek savjetovati s kvalificiranim zdravstvenim stručnjakom, posebno kod osoba s alergijama.

4. FUNKCIONALNA HRANA – TREND U TURIZMU

Uzimajući u obzir ove faktore, funkcionalna hrana ne samo da postaje sastavni dio svakodnevne prehrane, već i ključni element turističke ponude. Destinacije koje nude inovativne koncepte funkcionalne hrane privlače putnike koji žele spojiti ugodno s korisnim, istražujući nove okuse i nutritivne beneficije dok istovremeno uživaju u putovanju. Stoga, funkcionalna hrana nije samo gastronomski trend, već i pokretač razvoja turističke industrije, pružajući putnicima iskustva koja nadmašuju tradicionalni koncept prehrane na putovanjima.

4.1. Primjena funkcionalne hrane u turizmu

Funkcionalna hrana ne samo da zadovoljava osnovne nutritivne potrebe, već i ima pozitivan učinak na različite funkcije u tijelu, što doprinosi poboljšanju zdravlja ili smanjenju rizika od bolesti. Ekološka hrana, s druge strane, pojavljuje se kao alternativa konvencionalnoj, klasičnoj hrani, navodi se dalje. Prema definiciji *Međunarodne federacije za organsku poljoprivredu*, organska poljoprivreda predstavlja sustav proizvodnje koji se brine o tlu, ekosustavu i ljudskom zdravlju. Ovaj sustav kombinira tradicionalne pristupe s inovacijama i znanstvenim spoznajama kako bi očuvao okoliš i poboljšao kvalitetu života svih sudionika (Skryl i sur., 2018).

U posljednje vrijeme, funkcionalna hrana postaje sve važniji dio turističke industrije, potičući interes putnika diljem svijeta. Sajmovi, manifestacije i slični događaji posvećeni funkcionalnoj hrani postaju popularni turistički fenomeni, privlačeći posjetitelje koji su zainteresirani za zdrav način života i inovativne prehrambene trendove.

Na ovim događajima, posjetitelji imaju priliku istražiti raznolik asortiman funkcionalnih proizvoda te naučiti o njihovim potencijalnim zdravstvenim prednostima. Na sajmovima funkcionalne hrane, posjetitelji mogu kušati različite proizvode, sudjelovati u radionicama i predavanjima te dobiti informacije iz prve ruke od proizvođača i stručnjaka. Osim toga, manifestacije posvećene funkcionalnoj hrani često nude razne aktivnosti i programe, poput kuhanja demonstracija, degustacija, *fitness* radionica, *wellness* tretmana i drugih aktivnosti koje promiču zdrav način

života. Ovo stvara jedinstveno iskustvo za posjetitelje, spajajući zabavu, edukaciju i promicanje zdravlja.

Ovi turistički događaji također pružaju priliku lokalnim proizvođačima funkcionalne hrane da promoviraju svoje proizvode i brendove te da se povežu s potencijalnim kupcima i distributerima. Na taj način se podržava lokalna ekonomija i potiče održiva proizvodnja hrane. Sajmovi, manifestacije i slični događaji posvećeni funkcionalnoj hrani postaju važan dio turističke ponude, privlačeći posjetitelje kombinacijom edukacije, zabave i mogućnosti istraživanja novih prehrambenih trendova. Ovi događaji pružaju jedinstveno iskustvo putnicima zainteresiranima za očuvanje zdravlja i *wellness* tijekom putovanja.

4.2. Zdrava hrana u turističkoj ponudi

Funkcionalna hrana postaje sveprisutni element u turističkoj industriji, reflektirajući sve veću svijest turista o važnosti zdrave prehrane i njezinom utjecaju na cjelokupno blagostanje. U skladu s tim, turistička ponuda sve više uključuje restorane, *spa* centre i edukativne programe koji promoviraju i nudu funkcionalnu hranu.

U suvremenom svijetu, prehrambene navike postaju sve više usmjerene prema održivom razvoju, što rezultira promjenama u načinu biranja, pripremanja i konzumiranja hrane. Održiva prehrana obuhvaća širok spektar elemenata koji teže postizanju ravnoteže između zdravlja ljudi, zaštite okoliša i socijalne pravednosti.

Ključni aspekt održive prehrane je naglašavanje prelaska prema pretežno biljnoj prehrani. To podrazumijeva veći fokus na konzumaciju voća, povrća, žitarica, mahunarki i orašastih plodova, uz smanjenje unosa mesa. Paralelno s tim, naglasak je na minimalnoj obradi hrane te korištenju regionalnih i lokalnih proizvoda koji su sezonskog karaktera. Ovaj pristup ne samo da potiče očuvanje okoliša, već i potiče lokalnu ekonomiju te raznolikost prehrambenih proizvoda (Krešić, 2012).

Rastuća važnost ekološke proizvodnje hrane vidljiva je kroz smanjenje upotrebe štetnih pesticida i kemikalija te promicanje očuvanja biodiverziteta. Također, sve veći zahtjev potrošača je ekološki

prihvatljivo pakiranje hrane kako bi se smanjio negativan utjecaj plastike i drugih neodrživih materijala na okoliš. Sigurnost hrane ima ključnu ulogu u održivoj prehrani, posebice u prevenciji bolesti koje mogu ugroziti zdravlje potrošača. Smanjenje unosa soli postaje važan cilj unatoč izazovima prilagodbe okusa hrane potrošačima. Ovaj trend prema održivoj prehrani potiču i proizvođači hrane i javno zdravstvo, dok potrošači koji slijede ovaj trend često ističu svoju ulogu u doprinosu ne samo vlastitom zdravlju, već i dobrobiti okoliša i društva u cjelini (Krešić, 2012).

4.3. Funkcionalna hrana u gastronomskom turizmu

Funkcionalna hrana predstavlja suvremeni koncept u ljudskoj prehrani, istaknut upravo zbog svoje sposobnosti da sadrži sastojke koji pozitivno utječu na različite funkcije u organizmu, doprinoseći općem zdravlju i smanjenju rizika od pojave određenih bolesti. Potrošači sve više traže od hrane da ne samo da zadovoljava njihove osjetilne preferencije, poput okusa, već da istovremeno bude korisna za njihovo zdravlje. Funkcionalna hrana može imati različite oblike; može biti konvencionalna hrana obogaćena bioaktivnim komponentama ili može biti posebno formulirana kako bi smanjila rizik od određenih bolesti za određene skupine ljudi. Ova vrsta hrane može poboljšati funkciju probavnog sustava, ali isto tako može unaprijediti kvalitetu života kroz poboljšanje kognitivnih funkcija poput učenja ili smanjenjem rizika od visokog krvnog tlaka ili kolesterola (Miličević, 2012). Jedinstvenost funkcionalne hrane leži u njezinom sposobnosti da proaktivno djeluje na zdravlje, i to na različite načine, prilagođene potrebama različitih skupina ljudi. Kroz integraciju ove hrane u prehranu, pojedinci mogu održavati ili poboljšavati svoje zdravlje, istovremeno uživajući u zadovoljavajućim okusima i teksturama koje hrana pruža. Funkcionalna hrana tako postaje ključni element u postizanju uravnotežene i zdrave prehrane u današnjem svijetu (Miličević, 2012).

Restorani i drugi ugostiteljski objekti koji pružaju usluge prehrane mogu postati važni promotori funkcionalne hrane zbog čestog konzumiranja hrane u njima te mogućnosti da se ponude jela obogaćena funkcionalnim sastojcima poput vlakana, vitamina, biljnih začina i probiotika. Ovi sastojci se mogu dodati u trenutku pripreme obroka, što omogućuje pružanje dodatne vrijednosti usluge prehrane. Postoji širok izbor funkcionalnih sastojaka koji se mogu integrirati u jelovnike restorana, uključujući biljne bioaktivne tvari, antioksidante, dijetalna vlakna, probiotike,

prebiotike, funkcionalne škrobove i lipide, vitamine, minerale te druge dijetetske suplemente. Uz dovoljno inovativnog menadžmenta, sve ovo može imati izravan utjecaj na ponudu restorana. Formiranje funkcionalnih menija sve više postaje potencijalni smjer razvoja u cilju pružanja cjelovitije usluge i stvaranja pozitivnog imidža ugostiteljskog objekta. Integracija funkcionalnih sastojaka u jelovnike može privući nove goste, zadovoljiti zahtjeve sve zahtjevnijih potrošača te doprinijeti reputaciji restorana kao mjesta koje brine o zdravlju i dobrobiti svojih gostiju (Miličević, 2012).

4.2. Sajmovi funkcionalne hrane u Europi i Hrvatskoj

Sajmovi i manifestacije posvećene funkcionalnoj hrani imaju sve veći utjecaj na turiste, oblikujući ne samo njihove prehrambene navike, već i njihovu percepciju zdravlja i dobrobiti. Ovi događaji postaju ključni elementi turističke ponude, privlačeći posjetitelje iz različitih dijelova svijeta koji su zainteresirani za zdravu prehranu i inovativne prehrambene trendove. Edukativni programi na sajmovima i manifestacijama pružaju turistima priliku da nauče više o koristima funkcionalne hrane, kao i kako je integrirati u svoju svakodnevnu prehranu. Kroz predavanja, radionice i demonstracije, posjetitelji stječu dublje razumijevanje o zdravstvenim prednostima različitih funkcionalnih proizvoda, što ih potiče da razmotre i primijene te spoznaje u vlastitoj prehrani. Iskustvo degustacije na sajmovima omogućuje turistima da neposredno ocijene okus, teksturu i kvalitetu funkcionalnih proizvoda. Ova interaktivna iskustva potiču turiste na eksperimentiranje s novim namirnicama i receptima, kako bi poboljšali svoj zdravstveni stil prehrane i otkrili nove gastronomske užitke. Osim toga, posjetitelji imaju priliku upoznati se s lokalnim proizvođačima funkcionalne hrane i brendovima te čuti priče o njihovom nastanku i proizvodnom procesu. Ova povezanost s lokalnim zajednicama pruža turistima dublji uvid u kulturu, tradiciju i održivost proizvodnje hrane u određenoj regiji. Kroz podršku lokalnoj i održivoj proizvodnji hrane, sajmovi i manifestacije doprinose ekonomskom razvoju zajednica te smanjenju ekološkog otiska povezanog s prijevozom i distribucijom hrane. Tako ovi događaji ne samo da promiču zdrav način života, već i podržavaju lokalnu zajednicu i očuvanje okoliša.

4.2.1. Expo Barcelona

Izložba *Free From Functional Food Expo* predstavlja značajnu manifestaciju unutar prehrambene industrije koja naglašava sve veći interes za funkcionalnu hranu i proizvode koji odgovaraju različitim prehrambenim preferencijama i zahtjevima potrošača. Ovaj sajam pruža platformu za promociju raznovrsnih funkcionalnih prehrambenih proizvoda, uključujući hranu i piće obogaćene proteinima, vitaminima, te dodatke prehrani i sportsku prehranu. Također, ističe se i ponuda hrane bez dodataka, kao što su bez laktoze, bez glutena, bez šećera, bez jaja, te veganske i košer prehrane. Raznolikost proizvoda i usluga predstavljena je kroz dva ključna segmenta izložbe, *Free From Food Expo* i *Functional Food Expo*. Prvi segment fokusira se na proizvode koji su oslobođeni određenih sastojaka ili alergena, dok se drugi segment usredotočuje na funkcionalne prehrambene proizvode koji imaju posebne zdravstvene ili nutritivne beneficije. Osim prezentacije proizvoda, izložba nudi i bogat program konferencija gdje posjetitelji imaju priliku dobiti specifične uvide, iskustva i analize tržišta o ključnim temama u industriji funkcionalne hrane. Ove konferencije pružaju platformu za razmjenu znanja, networking te uspostavljanje poslovnih kontakata među sudionicima. (TradeFairDates, 2024)



Slika 5. Sajam funkcionalne hrane u Barceloni

Izvor: <https://www.infohoreca.com/noticias/20230228/free-from-food-barcelona-2023>

Izložba *Free From Functional Food Expo* nije samo značajna zbog svoje uloge u promociji i predstavljanju funkcionalnih prehrambenih proizvoda, već i zbog svog privlačnog potencijala za turiste. Ova vrsta manifestacije privlači različite profile turista iz raznih dijelova svijeta iz nekoliko

razloga. Prvo, turisti koji su zainteresirani za zdrav način života i prehrambene trendove vjerojatno će biti privučeni izložbom koja nudi širok spektar funkcionalnih prehrambenih proizvoda. Posjetitelji imaju priliku ne samo upoznati se s novim proizvodima, već i naučiti više o njihovim zdravstvenim koristima i načinima integracije u svakodnevnu prehranu. Drugo, manifestacija može privući turiste koji su alergični na određene sastojke ili imaju posebne prehrambene zahtjeve. Sajam nudi mnoge proizvode koji su oslobođeni alergena poput glutena, laktoze ili šećera, što može biti privlačno za turiste s takvim prehrambenim ograničenjima.

Osim toga, izložba može biti atraktivna i za turiste koji su zainteresirani za lokalnu i održivu proizvodnju hrane. Sudjelovanje lokalnih proizvođača hrane, nacionalnih paviljona i prezentacija tradicionalnih jela s dodatnim zdravstvenim koristima može privući turiste koji žele istražiti lokalnu kulturu i gastronomiju.

4.2.2. Sajam *NutraFood* u Poljskoj

NutraFood Poljska predstavlja prvu i jedinu poslovnu manifestaciju u Poljskoj koja je potpuno posvećena nutraceutičkom sektoru. Na sajmu se prikazuju sirovine i dodaci hrani, kao i gotovi proizvodi poput hrane, funkcionalnih pića, dodataka prehrani i ostalih proizvoda koji potiču zdravlje. S porastom svijesti potrošača o važnosti zdrave prehrane, interes za dodacima prehrani je u stalnom porastu. Potrošači traže proizvode koji su ekološki, s čistim sastavima i certificirani. *NutraFood* Poljska je integrirani dio najvećeg poslovnog sajma hrane u Poljskoj - *WorldFood* Poljska. Za proizvođače, ova manifestacija pruža izvanrednu priliku za pronalazak novih ili alternativnih dobavljača sirovina, dodataka hrani i prehrambenih dodataka. Sajam obuhvaća širok spektar proizvoda, uključujući dodatke prehrani, nutraceutike, farmaceutske proizvode, funkcionalnu hranu i pića, sirovine za proizvodnju, prirodne dodatke, okuse hrane, jestiva ulja, vitaminske slatkiše, proizvode od konoplje, boje, energetske pločice i prebiotike. (Darmell, 2024)



Slika 6. NutraFOOD – Poljska

Izvor: <https://nutrafood.pl/en/>

NutraFood Poljska & *WorldFood* Poljska izdanje za 2023. godinu okupilo je 300 izlagača iz 30 zemalja, među kojima su bilo 30 stranih tvrtki. Sajam je bio mjesto susreta predstavnika iz 41 zemlje, koji su sudjelovali u 41 raspravi i predavanju.

NutraFood Poland & *WorldFood* Poljska privlači raznolike posjetitelje iz mnogih zemalja zbog svoje sveobuhvatnosti i specijaliziranosti. S obzirom na to da je to jedinstvena poslovna manifestacija u Poljskoj posvećena nutraceutičkom sektoru, privlači pažnju kako domaćih tako i stranih poslovnih subjekata, stručnjaka, kupaca, distributera i zainteresirane javnosti. Osim toga, sajam nudi priliku za umrežavanje, razmjenu znanja i iskustava te pronalazak novih poslovnih prilika, što dodatno potiče dolazak posjetitelja iz mnogih zemalja.

4.2.3. Mediteranski sajam zdrave prehrane, ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva u Hrvatskoj

Mediteranski sajam zdrave prehrane, ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva u Hrvatskoj ističe se kao prva takva manifestacija koja spaja kontinentalni i mediteranski položaj kako bi promovirala vrhunsko ljekovito bilje i prirodnu hranu. Od svog osnutka 2004. godine, ovaj sajam okuplja proizvođače iz cijele Hrvatske i susjednih zemalja, potičući suradnju i razmjenu ideja. Očekuje se aktivno sudjelovanje vodećih institucija poput *Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva*, *Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja*, te drugih relevantnih tijela poput

turističkih zajednica i gospodarskih komora. Na sajmu sudjeluju priznati znanstvenici te renomirani proizvođači zdrave hrane i ljekovitog bilja. Fokus sajma je na promicanju zdrave prehrane, ekoloških standarda i održivog razvoja kroz obrazovanje putem predavanja, radionica i okruglih stolova. Također se nagrađuju i za najbolji nastup, najbolji proizvod, najbolji biljni proizvod te doprinos promociji ekološkog gospodarstva u Republici Hrvatskoj. S naglaskom na promicanje održivog razvoja i zdravog načina života putem ekološki prihvatljivih proizvoda, *Mediterranski sajam* teži afirmiranju Grada Dubrovnika i Dubrovačko-neretvanske županije kao predvodnika u tom području. (Mediterranski sajam, 2024)



Slika 7. Mediteranski sajam

Izvor: <https://www.mediterranski-sajam.com/>

Jedan od ključnih ciljeva *Mediterranskog sajma zdrave prehrane, ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva* je povezivanje turista s bogatom ponudom zdrave hrane u Hrvatskoj. Kroz prezentaciju raznovrsnih ekološki prihvatljivih proizvoda i promociju održivog načina života, sajam teži privlačenju pažnje turista na zdrave prehrambene opcije dostupne u regiji. Organizatori sajma informiraju turiste i posjetioce o lokalno proizvedenoj hrani, ljekovitom bilju te o ekološkim proizvodima koji su karakteristični za područje Dubrovačko-neretvanske županije i šire. Kroz aktivnosti poput predavanja, degustacija i prezentacija proizvoda, turistima se pruža prilika da dublje upoznaju tradicionalne prehrambene običaje i lokalne proizvođače.

Osim toga, sajam djeluje kao platforma koja potiče interakciju između turista i lokalnih proizvođača, omogućujući turistima da direktno komuniciraju s proizvođačima i saznaju više o proizvodima koje konzumiraju. Na taj način, turisti imaju priliku doživjeti autentično iskustvo lokalne kulture i gastronomije te podržati održivu poljoprivredu i ekonomiju.

5. ZAKLJUČAK

Funkcionalna hrana nije samo prolazni trend u turizmu, već postaje ključan segment u njegovom razvoju, posebno u kontekstu gastronomskog turizma. Kroz integraciju funkcionalnih sastojaka u turističku ponudu, destinacije dobivaju priliku ne samo zadovoljiti rastuće zahtjeve turista za zdravom hranom, već i pružiti autentična, obogaćena iskustva koja promiču zdravlje i blagostanje.

Gastronomski turizam, koji sve više dobiva na popularnosti, postaje platforma na kojoj funkcionalna hrana igra ključnu ulogu. Restorani, kulinarski tečajevi, gastronomske ture i manifestacije postaju mjesta na kojima se promovira funkcionalna hrana i njeni beneficiji. Kroz ova iskustva, turisti imaju priliku ne samo uživati u vrhunskoj kuhinji, već i naučiti o prednostima funkcionalne prehrane, istovremeno ističući lokalnu kulturu i tradiciju.

Investiranje u raznoliku i inovativnu gastronomsku ponudu obogaćenu funkcionalnim sastojcima omogućuje destinacijama da ostvare konkurentsku prednost na tržištu. Ovo privlači širi spektar turista, uključujući one koji su zainteresirani za zdravu prehranu i blagostanje. Ovaj trend potiče suradnju između turističkog sektora, lokalnih proizvođača hrane i kulturnih institucija, stvarajući sinergiju koja donosi koristi svim dionicima.

Funkcionalna hrana nije samo odgovor na promjene u potražnji turista, već predstavlja priliku za stvaranje održivijih i autentičnijih turističkih destinacija. Integracija funkcionalne hrane u gastronomski turizam ne samo da obogaćuje iskustvo putovanja, već i podržava globalni trend prema zdravijem i održivijem načinu života. Ova sinergija između prehrambenog iskustva i turističkih doživljaja stvara nezaboravna putovanja koja istovremeno čuvaju i promoviraju zdravlje, kulturu i gastronomsku raznolikost.

LITERTURA

Atma (2023); Sajmovi hrane i zdravog življenja;

(Dostupno na: <https://atma.hr/sajmovi-hrane-i-zdravog-zivljenja/>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Becker, H. (2024); Zdrava prehrana;

(Dostupno na: <https://zdravaprehrana.info/funkcionalna-hrana-2/>) (Preuzeto: 17.05.2024.)

Bender Vranešić D., (2007); Funkcionalna hrana - činjenice, trendovi i budućnosti;

(Dostupno na: <https://vitamini.hr/blog/vitaminoteka/funkcionalna-hrana-cinjenice-trendovi-i-buducnost-1865/>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Croatialink.com, (2024); Turizam: definicija, nastanak, razvoj i podjela;

(Dostupno na:

https://croatialink.com/wiki/turizam:_definicija,_nastanak,_razvoj_i_podjela)

(Preuzeto: 18.03.2024.)

Čalić S., Friganović E., Maleš V., Mustapići A., (2011); Funkcionalna hrana i potrošači; Praktični menadžment; Vol. II, br. 2, str. 51-57; Veleučilište „Marko Marulić“ u Kninu; Knin;

(Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/107055>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Darmell, (2024); NutraFood Poland – the Only Fair in Poland Dedicated to Dietary Supplements and Functional Food;

(Dostupno na: <https://nmc-magazine.com/nutrafood-poland-the-only-fair-in-poland-dedicated-to-dietary-supplements-and-functional-food/>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Grgić I., (2013); TURIZAM KAO DJELATNOST;

(Dostupno na:

<https://vguk.hr/multimedia/416bcc7a2f066bf781ed17adc15dca9f25736608c1c23dfb1fab488fcc6a78a18949f3391551171498.pdf>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

Gržinić J., (2019); Uvod u turizam; Sveučilište Jurja Dobrile u Puli; Pula.

Glojanić V., (2024.); Turiste sve više privlače posebni oblici turizma, Mirakul;

(Dostupno na:

<https://www.mirakul.hr teme/turizam/turiste-sve-vise-privlace-posebni-oblici-turizma/>)

(Preuzeto: 18.03.2024.)

Hrvatska enciklopedija, (2024); Turizam;

(Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/turizam>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

InSolve, (2022); Selektivni oblici turizma u RH i razvoj kontinentalnog turizma;
(Dostupno na: <https://www.insolve.hr/literatura/2/52761>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

Juicefast, (2024); Funkcionalna hrana: Vodič kroz svijet funkcionalne hrane;
(Dostupno: <https://juicefast.hr/funkcionalna-hrana/>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Krešić, G. (2012); Trendovi u prehrani, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu;
Opatija;
(Dostupno na: <https://juicefast.hr/funkcionalna-hrana/>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Levy J., (2019); Functional Foods Benefits & How to Add Them to Your Diet;
Dr. Axe- Ancient Nutrition; (Dostupno na: <https://draxe.com/nutrition/functional-foods-benefits/>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Magaš, D. (1997); Turistička destinacija; Tipograf; Opatija;

Mediteranski sajam, (2024); Mediteranski Sajam - zdrave prehrane,
ljekovitog bilja i zelenog poduzetništva; (Dostupno na: <https://www.mediteranski-sajam.com/?sajam=mediteranskakonferencija&lan=hr>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Miljak T., Bačić L., Kitić M., (2012); Ekoturizam kao poticaj razvoja poduzetništva u turizmu na primjeru Republike Hrvatske; Sveučilište u Splitu; Split;
(Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/192471>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

Miličević M., (2012); Gastronomske inovacije: Molekularna gastronomija i njena primjena;
(Dostupno na: <https://possector.hr/ugostitelji-pisu/gastronomske-inovacije-molekularna-gastronomija/>) (Preuzeto: 17.05.2024.)

Mutuku C., (2013); Tourism Destinations. Definitions, Changes and Trends; Grin,
(Dostupno na: <https://www.grin.com/document/381273>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

Prenkaj D. (2018.); Iskustvo u turizmu; Završni rad;
Sveučilište Jurja Dobrile u Puli; Pula; (Dostupno na:
<https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2892/datastream/PDF/view>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

Poliklinika Analiza, (2024); Alergijske reakcije na hranu;
(Dostupno na: <https://poliklinika-analiza.hr/alergijske-reakcije-na-hranu/>)
(Preuzeto: 17.05.2024.)

Skryl T., Gregoric M., Dugi V., (2018); Culinary Trends in the Republic of Croatia as Part of Gastro Tourism Development; European Research Studies Journal Volume XXI,

Issue 3; (Dostupno na: https://www.ersj.eu/dmdocuments/2018_XXI_3_37.pdf)
(Preuzeto:25.03.2024.)

Tourism notes, (2024); Characteristics of the Tourism Industry;

(Dostupno na: <https://tourismnotes.com/characteristics-of-the-tourism-industry/>)
(Preuzeto: 18.03.2024.)

TradeFairDates, (2024); Free From Functional Food Expo Barcelona;

(Dostupno na: <https://www.tradefairdates.com/Free+From+Functional+Food+Expo-M6465/Barcelona.html>) (Preuzeto: 25.03.2024.)

Tubić D.,(2019); RURALNI TURIZAM: od teorije do imperije;

Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici; Virovitica;

Turk T., (2023); Funkcionalna hrana;

(Dostupno na: <https://www.bioinstitut.hr/blog/mikrobiologija/funkcionalna-hrana-118/>)
(Preuzeto: 25.03.2024.)

World skills Croatia, (2024); Turistička destinacija;

(Dostupno na: <https://worldskillscroatia.hr/turisticka-destinacija/>) (Preuzeto: 18.03.2024.)

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS SLIKA

Slika 1. Karakteristike turističke destinacije.....	9
Slika 2. Vrste turizma.....	12
Slika 3. Prirodna funkcionalna hrana.....	15
Slika 4. Zdravstvene koristi funkcionalne hrane.....	18
Slika 5. Sajam funkcionalne hrane u Barceloni	25
Slika 6. NutraFOOD – Poljska.....	27
Slika 7. Mediteranski sajam.....	28