

MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO U TURIZMU GRADA GOSPIĆA

Brozičević, Josip

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:143:094095>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2022-07-06**

Repository / Repozitorij:

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



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT

JOSIP BROZIČEVIĆ
MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO U TURIZMU GRADA GOSPIĆA
Završni rad

Šibenik, 2016.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT

MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO U TURIZMU GRADA GOSPIĆA

Završni rad

Kolegij: Završni rad

Mentor: Dr. sc. Mili Razović

Student: Josip Brozičević

Matični broj studenta: 2423001679

Šibenik, lipanj 2016.

SADRŽAJ

Stranica

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

BASIC DOCUMENTATION CARD

1. UVOD	1
2. POJMOVNO ODREĐENJE MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA	3
2.1. Stanje sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj	3
2.1.1. Kriteriji za definiranje malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj	4
2.1.2. Dinamika razvoja sektora malih i srednjih poduzeća	5
2.2. Malo i srednje poduzetništvo u turizmu	6
2.2.1. Globalizacija i turističko poduzetništvo	7
2.2.2. Marketing i ekoturizam u malom i srednjem poduzetništvu	8
2.2.3. Institucionalni okvir djelovanja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu	10
2.2.4. SWOT analiza malog i srednjeg poduzetništva u turizmu	11
3. RAZVOJ MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA NA PODRUČJU GRADA GOSPIĆA	14
3.1. Razvoj poduzetništva na području Grada Gospića	14
3.1.1. Poduzetnička infrastruktura	17
3.1.2. Poduzetnici i obrtnici na području grada Gospića i njihovi rezultati poslovanja	18
3.1.2.1. Obrti i zadruge	22
3.1.2.2. Turizam kao ključni gospodarski sektor	23
3.1.2.3. SWOT analiza malog gospodarstva grada Gospića	24
3.2. Razvoj turizma na području Grada Gospića	27
3.2.1. Pojmovno određenje turizma	29
3.2.2. Grad Gospić kao turistička destinacija	32
3.2.3. Turističko tržište	35
3.2.4. Turistička ponuda Grada Gospića	37
3.2.5. Turistička potražnja	38
4. PROVEDBENE MJERE GRADA GOSPIĆA ZA RAZVOJ TURISTIČKOG PODUZETNIŠTVA	42
4.1. Programi kreditiranja poduzetništva u turizmu	42
4.1.1. Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva Ličko – senjske županije	44
4.1.2. Program „Kreditom do uspjeha 2014“	45

4.1.3. Kreditiranje poduzetništva uz subvenciju kamata	46
4.1.4. Razvoj klastera i drugih oblika povezivanja poduzetnika u malom gospodarstvu	47
4.1.5. Potpore marketinškim aktivnostima i promidžba poduzetništva	47
5. INOVATIVNO – RAZVOJNI PROJEKTI TURIZMA I PODUZETNIŠTVA GRADA GOSPIĆA	49
5.1. Inovativno – razvojni projekti turističkog gospodarstva	49
5.2. Poduzetnički projekti turizma Grada Gospića	50
5.3. Inovativni projekti turizma Grada Gospića	60
5.3.1. Adrenalinski park Rizvan City	61
5.3.2. Ranč Linden treat	62
6. ZAKLJUČAK	64
LITERATURA	66

MALO I SREDNJE PODUZETNIŠTVO U TURIZMU GRADA GOSPIĆA

JOSIP BROZIČEVIĆ

Kaniška 60, Gospić, josipgs@gmail.com

Turizam kao društveno - ekonomska djelatnost predstavlja skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja u nekom mjestu, pri čemu se ne zasniva stalno prebivalište, a ima značajan utjecaj na ukupna društvena i gospodarska kretanja određenog područja. Prema Pravilniku o proglašavanju turističkih općina i gradova i razvrstavanju naselja u turističke razrede (NN, 122/09) te pripadajućim izmjenama i dopunama Pravilnika, grad Gospić pripada kategoriji D, dok je naselju Gospić dodijeljena kategorija B. Danas, turizam ima još relativno malu ulogu u razvoju gospodarstva grada Gospića, ali analizom dosadašnjeg stanja „pravo“ vrijeme tek dolazi. Uz odgovarajuću politiku lokalne samouprave turizam na ovom području može i mora postati jedna od osnovnih grana gospodarstva jer za to postoje izuzetne mogućnosti.

(74 stranice / 7 tablica / 4 grafikona / 2 sheme/ 40 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u: Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: poduzetništvo u turizmu, poduzetnički projekti u turizmu

Mentor: Dr. sc. Mili Razović

Rad je prihvaćen za obranu: 27.06.2016.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Polytechnic of Sibenik

Final paper

Department of Management

Specialist professional graduate studies in Management

SMALL AND MEDIUM - SIZED ENTERPRISES IN TOURISM TOWN OF GOSPIC

JOSIP BROZICEVIC

Kaniska 60, Gospic, josipgs@gmail.com

Tourism as socio - economic activity is a set of relationships and phenomena arising from travel and stay in a place, where it is not based permanent residence, and has a significant impact on the overall social and economic trends in a particular area. According to the Ordinance on the proclamation of tourist municipalities and cities and classification of settlements in tourist classes (NN, 122/09) and amendments to the rule book, city Gospic belongs to the category D, while the village of Gospic assigned to category B. Today, tourism has a relatively small role in the economic development of the city of Gospic, or analysis of the current situation "right" time is yet to come. With appropriate policies of local government tourism in this area can and must become one of the main branches of the economy since there are exceptional opportunities.

(74 pages / 7 tables / 4 chart / 2 scheme/ 40 references / original in: Croatian language)

Paper deposited in: Library of Polytechnic in Sibenik

Keywords: entrepreneurship in tourism, entrepreneurial projects in tourism

Supervisor: Dr. sc. Mili Razovic

Paper accepted: June 27, 2016.

1. UVOD

Turizam nadilazi opseg gospodarske grane, a i cijelog tercijarnog sektora pa se stoga i proces poduzetništva odvija u svim gospodarskim djelatnostima unutar sustava turizma. Stoga je proces poduzetništva u turizmu vrlo specifičan u pojedinim turističkim aktivnostima. Poduzetništvo u turizmu pojavljuje se u malim, srednjim i velikim poduzećima, u privatnom, ali i u javnom sektoru. Grad Gospić, radi svojih kulturno - povijesnih i tradicijskih osobitosti, ima velik potencijal za razvoj, prvenstveno selektivnih oblika turizma zasnovanih na održivom korištenju kulturne i prirodne osnove. Prednosti gospićkog kraja važne za razvoj turizma uključuju smještaj na zapadnom rubu jednog od najvećih kraških polja u Hrvatskoj, Ličkog polja, podno najveće i najljepše hrvatske planine, Velebita, na raskrižju puteva od sjevera prema jugu i na obalama triju rijeka - Like, Novčice i Bogdanice, uz iznimno bogatu i raznoliku tradicijsku kulturu te očuvanost bogatstva flore i faune ovoga kraja. Stvaranje uvjeta za razvoj malog i srednjeg poduzetništva zahtijeva usklađenu državnu politiku kojom se obuhvaćaju aktivnosti različitih područja – od obrazovanja i znanosti, do jačanja potpornih institucija poduzetništva i poslovne infrastrukture te regionalnog razvoja. Grad Gospić se aktivno uključuje u gospodarske aktivnosti stvarajući pozitivnu poslovnu klimu za njihov razvoj kroz donošenje prostorno planske dokumentacije i ulaganjem u projekte '*poslovnog uzleta*'.

Problem istraživanja rada čine velike razvojne mogućnosti turizma na području Grada Gospića, temeljene na raspoloživim prirodnim resursima, koje su još uvijek nedovoljno iskorištene, kao i nedostatak povezivanja turističkog i poljoprivrednog sektora koji se najviše uočava kroz kratak boravak turista i u nedostatku autohtone gastronomske ponude kraja. Predmet istraživanja je valoriziranje prirodne baštine u turističke svrhe te razvoj turističke infrastrukture kao strateške gospodarske djelatnosti u malom i srednjem poduzetništvu ovog područja kroz razvoj ponude, daljnjih investicija, projekta i dodatnih edukacija djelatnika u turističkom sektoru. Svrha ovog rada je isticanje važnosti značaja malih i srednjih poduzeća, kao najčešćih oblika poduzetništva u turizmu.

Rad je podijeljen u tri glavne cjeline; uvod, razrada teme i zaključak. U uvodu se opisuje problem i predmet rada te svrha istraživanja rada. Cilj uvodnog dijela je zainteresirati čitatelje za zadanu temu, objasniti važnost razumijevanja ove tematike te identificirati temeljne elemente koji će se obrađivati u razradi.

Naslov drugog dijela rada je „*Pojmovno određenje malog i srednjeg poduzetništva*“. U tom dijelu opisuje se stanje, kriteriji i dinamika sektora malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. Definirano je malo i srednje poduzetništvo u turizmu kroz globalizaciju i turističko poduzetništvo, marketing i eko turizam u malom i srednjem poduzetništvu, institucionalni okvir i SWOT analiza malog i srednjeg poduzetništva u turizmu.

U trećem dijelu rada pod nazivom „*Razvoj malog i srednjeg poduzetništva na području Grada Gospića*“ opisan je razvoj poduzetništva na području Grada kroz infrastrukturu, praćenje rezultata poslovanja poduzetnika u obrtima i zadrugama te naglašavanje važnosti turizma kao ključnog gospodarskog sektora, što je predočeno i u SWOT analizi malog gospodarstva ovog područja. Također, u ovom dijelu obrađeno je i pojmovno određenje turizma, Grad Gospić kao turistička destinacija te njegovo turističko tržište, ponuda i potražnja.

„*Provedbene mjere Grada Gospića za razvoj turističkog poduzetništva*“ je naslov četvrtog dijela u kojemu su navedeni programi kreditiranja malog i srednjeg poduzetništva na području Grada, razvoj klastera i drugih oblika povezivanja poduzetnika u malom gospodarstvu te potpore marketinškim aktivnostima i promidžba poduzetništva.

„*Inovativno – razvojni projekti turizma i poduzetništva Grada Gospića*“ naslov je petog dijela rada u kojem su obrađeni inovativno – razvojni projekti turističkog gospodarstva te poduzetnički i inovativni projekti turizma Grada Gospića.

U šestom dijelu rada daje se *zaključak* u kojem se daje mišljenje cijelog rada.

2. POJMOVNO ODREĐENJE MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA

Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Ono uključuje sve djelatnosti poduzetnika usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih inputa, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a naglašeno je vezano za prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini. Mala i srednja poduzeća su samostalne gospodarske jedinice koja ostvaruju mnoga i različita radna mjesta te potiču samoodgovorno djelovanje i samorazvoj ljudi više od velikih poduzeća. Motivacija i zadovoljstvo u radu je u malom poduzetništvu viša zbog samoodgovornosti i zbog neposrednih osobnih kontakata tako da mala i srednja poduzeća potiču kvalitetu života, i to ne samo u zaposlenih, već i u potrošača. Također, osiguravaju konkurenciju i djeluju protiv tendencija monopolizacije, povećavaju bogatstvo i diferenciranost ponude, osiguravaju slobodu izbora potrošača te se brže prilagođavaju promjenama potražnje. Općenito, mala i srednja poduzeća prihvatljivija su za okoliš jer upotrebljavaju manje energije i njihova tehnologija je ekološki prihvatljiva. Udjel malog poduzetništva u izvozu u pravilu je nizak, no zbog visokospecijalizirane proizvodnje imaju znatan izvozni potencijal.

2.1. Stanje sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj

Mala i srednja poduzeća najznačajniji su pokretač gospodarstva, a važna uloga ovog sektora posebno je vidljiva kroz njihov udio u zaposlenosti, u ukupno ostvarenom prihodu i izvozu. Uspješna performansa sektora malih i srednjih poduzeća važnija je nego ikada. Rastuća mala i srednja poduzeća predstavljaju ključan dio rješenja problema dugotrajne visoke stope nezaposlenosti u Hrvatskoj. Opstanak i razvoj hrvatskih malih i srednjih poduzeća na jedinstvenom tržištu Europske unije ovisi o njihovoj sposobnosti uspješnog konkuriranja i prilagodbi zahtjevnom tržištu i oštroj konkurenciji. Mala i srednja poduzeća najznačajniji su pokretač gospodarstva, a važna uloga ovog sektora posebno je vidljiva kroz njihov udio u zaposlenosti, u ukupno ostvarenom prihodu i izvozu.¹

¹ Škrtić, M., (2006), *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb, str. 1.

2.1.1. Kriteriji za definiranje malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj

Kriteriji za razvrstavanje subjekata u sektoru malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj definirani su Zakonom o računovodstvu i Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva. Poduzetnici (poduzeća) se u smislu Zakona o računovodstvu razvrstavaju na male, srednje i velike ovisno o iznosu ukupne aktive, iznosu prihoda te prosječnom broju radnika tijekom poslovne godine:²

- Mali poduzetnici su oni koji ne prelaze dva od sljedećih uvjeta:
 - ukupna aktiva 32.500.000,00 kuna
 - prihod 65.000.000,00 kuna
 - prosječan broj radnika tijekom poslovne godine: 50.
- Srednji poduzetnici su oni koji prelaze barem dva od tri uvjeta za male poduzetnike, ali ne prelaze dva od sljedećih uvjeta:
 - ukupna aktiva 130.000.000,00 kuna
 - prihod 260.000.000,00 kuna
 - prosječan broj radnika tijekom poslovne godine: 250.
- Veliki poduzetnici su oni koji prelaze dva uvjeta iz definicije srednjih poduzetnika.

Prema Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva republike Hrvatske (NN 29/02., 63/07., 53/12., 56/13.) malo gospodarstvo obuhvaća obrte, zadruge, mala i srednja trgovačka društva te druge oblike privatne poduzetničke aktivnosti koji u ukupnosti svojih različitosti dijele velik broj zajedničkih obilježja po kojima se razlikuju od ostalih gospodarskih subjekata. Subjekti malog gospodarstva su pravne i fizičke osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti radi ostvarivanja dobiti, odnosno dohotka na tržištu, a možemo ih podijeliti na:³

- mikrosubjekte (pravne i fizičke osobe koje prosječno na godini imaju manje od 10 zaposlenih),
- male subjekte (pravne i fizičke osobe koje prosječno na godini imaju manje od 50 zaposlenih, u poslovanju su neovisne te ostvaruju ukupni godišnji promet od 16 milijuna kuna ili imaju zbroj bilance, ako su obveznici poreza na dobit, odnosno

² Alpeza, M. et al., (2015), *Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2014.*, CEPOR, Zagreb, str. 12.

³ Ibidem, str. 12.

imaju dugotrajnu imovinu ako su obveznici poreza na dohodak, u vrijednosti do 8 milijuna kuna;

- srednje subjekte (pravne i fizičke osobe koje zapošljavaju prosječno na godinu manje od 250 djelatnika, u poslovanju su neovisne te ostvaruju ukupni promet do 60 milijuna kuna ili imaju zbroj bilance, ako su obveznici poreza na dobit, odnosno imaju dugotrajnu imovinu ako su obveznici poreza na dohodak u vrijednosti do 30 milijuna kuna.

Mikro - poduzeća, mala i srednja poduzeća su kvantitativne oznake koje mogu biti jednodimenzionalne ili višedimenzionalne. Broj zaposlenih, ukupan prihod ili imovina poduzeća mogu biti pojedinačni kriteriji razlikovanja, no često se kombiniraju čime se poboljšava uvid.

2.1.2. Dinamika razvoja sektora malih i srednjih poduzeća

Dinamika sektora malih i srednjih poduzeća prati se na temelju podataka o osnivanju novih i zatvaranju postojećih poduzeća, a čiji je razlog zatvaranja dobrovoljna odluka (prodaja, mirovina) ili prisilna odluka izazvana stečajnim postupkom ili sudskom odlukom. Analiza dinamike sektora malih i srednjih poduzeća osigurava korisne informacije o promjenama koje se događaju u sektoru, a poseban značaj imaju informacije o zatvaranju poduzeća jer ukazuju na nemogućnost pronalaska adekvatnog odgovora na pritiske iz okruženja.⁴

Prema statističkim podacima zastupljenosti malog i srednjeg poduzetništva, koje je u Hrvatskoj zastupljeno više od 99% te njihov udio u zapošljavanju iznosi 66% i sačinjava 44% ukupnog BDP, ima značajan utjecaj na razvoj gospodarstva. Prema podacima iz 2013. godine ukupan prihod prema veličini malih i srednjih poduzeća iznosio je 52.1%, dok je za velika poduzeća taj udio iznosio 47%. Također udio zaposlenih u malim i srednjim poduzećima iznosio je 68% naspram velikih poduzeća čiji udio iznosi 32%. Jedino u izvozu velika poduzeća prednjače sa 51,8%.

⁴ op.cit., str. 24.

2.2. Malo i srednje poduzetništvo u turizmu

Poduzetništvo u turizmu definira se kao ukupnost poduzetnikovih znanja, vještina i sposobnosti za uspješno vođenje poslova, kao i implementaciju navedenog u području turističkih djelatnosti. Za potpunije objašnjenje pojma poduzetništva u turizmu, kao podsustava i specifičnih turističkih vrijednosti koji je u interakciji s njezinim činjenicama, sustav poduzetništva u turizmu čine:⁵

- Turisti – osobe koje traže različite doživljaje i inspiracije. To ovisi o izboru destinacije i aktivnosti, što proizlazi iz njihova društvenog statusa, edukacijske razine.
- Poduzetnici – osobe koje splet turističkih djelatnosti vide kao vrelo mogućnosti implementacije svojih poduzetničkih ideja te dobre zarade na temelju plasmana svojih roba i usluga.
- Vlada – turizam mora sagledavati kao važan čimbenik gospodarstva, generator zapošljavanja i jedno od područja za ostvarivanje devizne zarade.
- Lokalna zajednica – turizam doživljava kao pojavu koja pridonosi zapošljavanju, kulturnoj i socijalnoj edukaciji lokalnog stanovništva, ali ponekad i kao izvor kriminala, prostitucije i devijantna ponašanja.

Većina teorija apliciranih u turističkoj praksi što su se temeljile na masovnom turizmu i velikim kompleksima kao nositeljima rasta i razvoja, postepeno se napuštaju, jer su tržišne promjene postale toliko dinamične da na njih može uspješno odgovoriti jedno malo ili srednje poduzetništvo u turizmu. Upravo iz tih razloga poduzetništvo i inovacije u turizmu danas su u središtu zanimanja jer se budući gospodarski rast i smanjenje nezaposlenosti može temeljiti samo na poduzetničkom društvu. Poduzetničko društvo, s naglaskom na turistički razvoj, karakterizira poduzetnička ekonomija s poduzetnicima u turizmu u kojem postoji velik broj novih niša za kreiranje turističkog proizvoda.

Poduzetnik koji pokreće pothvat u turističkoj djelatnosti svoj poslovni plan mora uklopiti u okviru turističke destinacije i ne smije pružati otpor globalnim promjenama, već se mora modificirati i na najbolji način prilagođavati i uvažavati brze promjene svjetskih turističkih trendova, što će ga učiniti prepoznatljivim na turističkom tržištu. Novi poduzetnik u turizmu osoba je koja spremno preuzima rizike pokretanja pothvata i zapućuje nove oblike turističkog poduzetništva, pretpostavljajući velike potencijale u razvojnim promjenama koje se događaju

⁵ Ćesić, Z. et al., (2006), *Primijenjeno poduzetništvo*, Beretin d.o.o., Split – Zagreb, str. 152.

u turističkom poduzetništvu. Budući turistički poduzetnici biti će pravi lideri i sasvim drukčiji od onih iz prošlosti. Glavno obilježje koje će karakterizirati karizmatičnog i transformiranog malog poduzetnika u globalnom kontekstu turističkog razvoja biti će *self management*. Poduzetnik – lider spreman je dostizati vlastite standarde i nagrade bez poticanja sa strane, uvažavajući digitalno doba i sve veću ulogu Interneta u kreiranju turističkih sadržaja. Takvo poduzetništvo predstavlja stalni proces istraživanja turističkog tržišta, raščlambu informacija i podataka, pravodobno donošenje odluka, preuzimanje rizika i ostvarivanje poduzetničke dobiti. Dinamičnu razvoju poduzetništva u turizmu najviše pridonose inovacije i kreativnost povezana s modernom informatičkom tehnologijom. Promjena u informacijskoj tehnologiji, osobito široka primjena Interneta i World Wide Weba u svakodnevnom životu, uzrokovane su promjenama u organizaciji socijalnog, kulturnog, političkog i ekonomskog života. Jedna od najznačajnijih prednosti zasigurno je mogućnost lakšeg komuniciranja između turističkih destinacija i/ili kompanija i turista, što omogućava lakši i interaktivniji marketing. Informacije, njihovo procesuiranje i dostupnost jednostavno postaje sastavna molekula i krvožilni sustav turističke industrije.⁶

2.2.1. Globalizacija i turističko poduzetništvo

U organizaciji svih ljudskih djelatnosti, posebice u organizaciji tvrtke koja se bavi poduzetništvom u turizmu, primjenjuje se opće načelo: poduzetnička inicijativa ima jasno utvrđene odgovornosti i odgovarajuća ovlaštenja te saznanja dostatna za ispunjenje tih odgovornosti. Propusti i pogreške u turizmu kao uslužnoj djelatnosti nastaju kad se inicijativa za implementaciju poduzetničkog projekta ostvaruje bez dostatna znanja sukladna pretpostavljenoj odgovornosti. Strategijske smjernice činitelji su poduzetnikove odgovornosti, vizionarskog duha, odnosno sposobnosti predviđanja budućih procesa. Poduzetnik u turizmu predstavlja osobu koja ima pripravnu razvojnu strategiju s jasno definiranim ciljevima turističke usluge, kao i oblicima njezine implementacije s čime raste i njegova ili njezina odgovornost u pripremi turističkog sadržaja za buduće razdoblje. Strategijskim pristupom turističkom poduhvatu poduzetnik stvara pozitivnu klimu i bira dobar smjer u turbulentnoj okolini te organizacijske i poslovne potrebe pretvara u praktične programe na mikro razini. Fleksibilnost, poduzetnost, spremnost na promjene, neposrednost poduzetnika u turističkoj djelatnosti čine ga otvorenim i bržim za pravodobno reagiranje na sve podražaje s osjetljiva

⁶ Ćesić, Z. et al., op. cit., str. 153.

turističkog tržišta. Za postizanje dobrih rezultata značajna je i aktivna uloga turističkog sustava i okruženja, posebice kroz stimulanse autonomnosti, prioriteta, povjerenja i slobode komuniciranja.⁷

Globalno tržište ističe uvjete slobodne trgovine u slobodnom protoku radne snage, robe i kapitala, dok otvoreno društvo promiče opća demokratska načela. S druge strane, raste i konfliktnost povezana s tim konceptijskim okvirima, budući stupanj otvorenosti tržišta ne odgovara stupnju razvoja i spoznaje društva, što je najviše izraženo u suprotnosti različitih svjetova i njihovih kulturnih, vjerskih i civilizacijskih tečevina. Koliko je globalizacija reverzibilna i koje promjene donosi, ostati će na prosudbu budućim generacijama, a koliki je njezin utjecaj na poduzetništvo u turizmu i na održiv turistički razvoj, biti će vidljivo u narednim godinama. Globalizacija svjetske ekonomije i sve veća standardizacija usluga, pred malo i srednje poduzetništvo u turističkoj djelatnosti stavlja izazove odgovora na perturbacije novog svjetskog poretka i nužnost da u koheziji s prirodnim i antropogenim resursima pronađe formu održiva razvitka.⁸

2.2.2. Marketing i ekoturizam u malom i srednjem poduzetništvu

Za determiniranje pojma marketinga u malom i srednjem turističkom poduzetništvu, nužno je objasniti pojam ekoturizma i njegovu ulogu u stvaranju prepoznatljive i zanimljive turističke ponude. Ekoturizam, kao koncept i svojevrsna ponuda za održivi razvoj, spaja ekonomski razvoj s očuvanjem biološke različitosti i idejama prirodnog turizma koji uključuje socijalne i prirodne beneficije. Pojam ekoturizma aktualiziran je kasnih osamdesetih, a postao je fenomen 90-tih godina dvadesetog stoljeća. U mnogim zemljama i njihovim turističkim razvojnim politikama temeljenim na razvoj maloga i srednjeg poduzetništva, ekoturizam zauzima krucijalno mjesto u javnim debatama, pokazujući nove smjerove i mijenjajući samu politiku razvoja. Pojmu ekoturizma ili turizma na očuvanim prirodnim i antropogenim resursima koji u sebi sadržava elemente društvenog razvoja i ekološke održivosti, daju se različiti pojmovni oblici:⁹

- posebne vrste turizma (ekoturizam, etnički turizam, prihvatljivi turizam, alternativni turizam i sekundarni turizam);

⁷ Hajdaš, S., (2006), *Primijenjeno poduzetništvo - Turističko poduzetništvo*, Beretin d.o.o., Split – Zagreb, str. 150.

⁸ Hajdaš, S., op.cit., str. 154.

⁹ Ibidem, str. 154.

- prirodni turizam (turizam koji je radno aktivan, utemeljen na uživanju u prirodnim krajobrazima i područjima);
- turizam prirodnih resursa (prirodni turizam koji kombinira edukaciju, rekreaciju, a često i avanturu. Više je oblika turizma prirodnih resursa, a svi oni nužno ne uključuju ekoturizam, ali se uvijek temelje na prirodnim resursima te uključuju aktivnosti i doživljaje koji izravno ovise o prirodi);
- turizam u divljini,
- turizam s malim utjecajem na okoliš,
- održivi turizam,
- zeleni turizam,
- ekoturizam (uključuje sva putovanja na relativno neotkrivena i neoštećena mjesta sa specijalnim objektom promatranja – divlje životinje, biljke, posebne kulturne manifestacije i slično);
- nježni turizam;
- pažljivi turizam;
- alternativni turizam.

Temelj planiranja budućeg uspješnog turističkog projekta u malom i srednjem poduzetništvu čini marketinška strategija involvirana u tečevine održiva razvoja, što znači prekid s dosadašnjim poimanjem marketinške filozofije. Marketingu u malom i srednjem poduzetništvu nije jedini cilj stvaranje profita jer do izražaja dolazi zaštita prostora i potpuno zadovoljstvo posjetitelja. Za dostizanje razvijenih oblika marketinga, koji uključuje i socijalnu komponentu, važan je rad s lokalnom zajednicom, budući nije upitna njegova želja za dugoročnom zaštitom pojedinog područja. Za marketing u malom i srednjem poduzetništvu ključno je pitanje marketinškog proizvoda. Održivost se pojavljuje kao kritičan činitelj svim aspektima planiranja turističkih učinaka. Stoga, pod pojmom marketinga u turističkom poduzetništvu valja razumijevati razvoj održivih turističkih proizvoda, njihove cijene, promociju i distribuciju, sve osmišljeno na način koji istodobno donosi i profit, razmjerno sudjelovanju svih sudionika (uključujući i lokalnu zajednicu).¹⁰

¹⁰ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2013), *Nacionalni program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu*, Zagreb, str. 12.

2.2.3. Institucionalni okvir djelovanja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu

Ministarstvo poduzetništva i obrta odgovorno je za uspostavu odgovarajućeg zakonodavnog okvira koji potiče rast i razvoj malog i srednjeg poduzetništva te oblikuje politike u funkciji njegove tržišne održivosti. U nadležnosti navedenog ministarstva djeluje i HAMAG INVEST, agencija odgovorna za provedbu politika te investicije u malo gospodarstvo. Uz Ministarstvo poduzetništva i obrta, mnogo je zakona i pravilnika u ingerenciji drugih ministarstava i/ili potpornih institucija čije aktivnosti izravno i/ili neizravno utječu na poslovanje subjekata maloga gospodarstva. Uz Ministarstvo poduzetništva i obrta, mnogo je zakona i pravilnika u ingerenciji drugih ministarstava i/ili potpornih institucija čije aktivnosti izravno i/ili neizravno utječu na poslovanje subjekata maloga gospodarstva. Posebno, pritom, izdvajaju se Ministarstvo gospodarstva (industrijska politika i sektorska potpora), Ministarstvo turizma (mali i srednji poduzetnici u turizmu) i BICRO (potpora inovacijama). Unatoč tome, procjenjuje se da su za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu ključne odredbe Zakona o pružanju usluga u turizmu i povezanih pravilnika, Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti s provedbenom regulativnom (pravilnici) kao i Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva s provedbenim dokumentima. Nadalje, iako nemaju karakter zakonskih propisa, za razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu u sljedećih će nekoliko godina od osobitog su interesa i tri strateška dokumenta:¹¹

- Strategija razvoja poduzetništva u Republici Hrvatskoj 2013. - 2020.,
- Strategija razvoja klastera u Republici Hrvatskoj,
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Tijela i pravne osobe s javnim ovlastima, kao što su Hrvatska gospodarska komora, Hrvatska obrtnička komora te druge institucije, poput Hrvatske udruge poslodavaca, Hrvatskog saveza zadruga te Hrvatske banke za obnovu i razvitak, također pružaju potporu razvoju malog i srednjeg poduzetništva. Njima valja dodati i regionalne potporne institucije kao što su, primjerice, regionalne razvojne agencije, poduzetnički centri, poduzetnički inkubatori i/ili tehnološki parkovi.

Iako su poduzetničke potporne institucije zadužene za pružanje potpore poduzetnicima na različitim područjima, objektivna analiza njihovog djelovanja ukazuje na sljedeće:¹²

¹¹ Hajdaš, S., op.cit., str. 156.

¹² Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, ibid., str. 12.

- postoji potreba za razvijanjem te osiguravanjem odgovarajućih proizvoda i usluga poduzećima ovisno o njihovom položaju u fazi rasta;
- institucijama je teško zadovoljiti potražnju poduzetnika za određenim uslugama kao što su upravljanje kvalitetom, marketinški planovi, procjena investicija i projekata, prava na intelektualno vlasništvo, potpora razvoju klastera i proizvoda.

Na temelju zadnjih raspoloživih podataka, u Hrvatskoj je tijekom 2010. godine djelovalo čak 88 poduzetničkih potpornih institucija i to: 21 regionalna razvojna agencija, 10 lokalnih razvojnih agencija, 16 poduzetničkih inkubatora, šest tehnoloških parkova, kao i 35 poduzetničkih centara. U tim je institucijama bilo zaposleno oko 700 ljudi (35% u razvojnim agencijama, 31% u poduzetničkim centrima, 22% u poduzetničkim inkubatorima i 12% u tehnološkim parkovima).

2.2.4. SWOT analiza malog i srednjeg poduzetništva u turizmu

Poslovanje malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, ponajviše zbog broja registriranih pravnih osoba kao i u njima zaposlenih osoba, ali i zbog novih mogućnosti samozapošljavanja (osobito u priobalju), predstavlja izuzetno važan, a još uvijek nedovoljno razvijen segment integralne turističke ponude Hrvatske. Nadalje, riječ je o poduzetničkoj aktivnosti koja ne mora biti povezana s velikim kapitalnim ulaganjima, a koja omogućava individualizirani pristup gostu u kojem on/ona ne predstavlja samo broj, već ima svoje ime i osobnost, svoje navike i potrebe koje valja zadovoljiti. Radi se o poduzetničkoj aktivnosti bez koje nije moguće zamisliti uspostavu cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti, kao ni značajniju turističku aktivnost u izvan - sezonskom razdoblju, a što sve negativno utječe na konkurentsku sposobnost hrvatskog turizma i njegovu percepciju na međunarodnom planu.¹³

Neovisno o važnosti malog i srednjeg poduzetništva za hrvatski turizam, ono je još uvijek suočeno s relativno velikim brojem izazova koje valja ukloniti ili barem umanjiti kako bi se njegov razvojni potencijal maksimalno iskoristio ne samo u cilju podizanja kvalitete života i standarda lokalne populacije, već i u kontekstu podizanja tržišne prepoznatljivosti i jačanja zadovoljstva turističkim boravkom u šire ili uže shvaćenoj turističkoj destinaciji. Polazeći od prethodnih konstatacija, a u cilju da se postojeće stanje u sferi malog i srednjeg poduzetništva u turizmu do 2020. godine značajnije unaprijedi mjerama proaktivne turističke i/ili

¹³ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, op. cit., str. 23.

gospodarske politike, provedena je analiza njegovih jakosti, slabosti, prilika i opasnosti (SWOT), prikaz u tablici 1.

Tablica 1. SWOT analiza malog i srednjeg poduzetništva u turizmu Republike Hrvatske

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Rast obujma ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu • Rast kvalitete ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu • Povećana raznolikost ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu • Udruživanje ponuđača usluga kroz sustav HGK • Dobra vrijednost za novac 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak koncepta razvoja SME u turizmu • Nedostatak vertikalne i horizontalne suradnje pružatelja usluga • Izražena sezonalnost poslovanja • Zakonska (pre/ne)normiranost /institucionalni okvir • Međuresorna suradnja i koordinacija • Nedostatan sustav financijskog poticanja • Kreditne institucije nedovoljno prate razvoj SME u turizmu • Nepovoljno investicijsko ozračje • Manjak stručno osposobljenog kadra • Neadekvatna promocija • Nedostatak prepoznatljivih brendova/ proizvoda
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • Dugoročno povoljna kretanja potražnje • Sve izrazitija segmentacija potražnje • Razvoj turizma u ruralnom okružju • Razvoj cikloturizma • Razvoj 'soft adventure' turizma • Rastući interes za proizvodima 'kulture života i rada' • Razvoj eko - turizma • Raspoloživost EU fondova/programa za razvoj SME 	<ul style="list-style-type: none"> • Netransparentno poslovno okružje • Izostanak zakonske deregulacije i/ili liberalizacije • Nedostatak poduzetničkog optimizma • Imidž jeftine ljetne 'sunce i more' turističke destinacije

<ul style="list-style-type: none">• E-marketing• Privatno - privatna i javno - privatna suradnja• Razvijena svijest o ekonomskom potencijalu• SME u turizmu• Rastući interes lokalnog stanovništva za samozapošljavanjem• Paketiranje složenih turističkih proizvoda kroz DMK	
--	--

Izvor: Institut za turizam, 2016., Zagreb

3. RAZVOJ MALOG I SREDNJEG PODUZETNIŠTVA NA PODRUČJU GRADA GOSPIĆA

Grad Gospić je upravno, kulturno, gospodarsko i obrazovno središte Ličko - senjske županije i Gospićko - senjske biskupije. Ima površinu od 966,64 km² i 12.980 stanovnika. U Gradu posluje 145 trgovačkih društava i 250 obrtnika, a u gradu je zaposleno ukupno 4.500 zaposlenih. Grad Gospić posebnu pozornost poklanja poticanju malog i srednjeg poduzetništva, odnosno proizvodnih djelatnosti i to poljoprivredne proizvodnje i prerade, kroz razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava.

S turističkog gledišta, Grad Gospić nalazi se usred Ličkog polja, jednog od najvećih kraških polja u Hrvatskoj, oko 600 m nad morem, na raskrsnici puteva i na obalama triju rijeka - Like, Novčice i Bogdanice, grad čiji su začetci otkriveni još davne 1263. godine. Gospić, upravno središte Ličko - senjske županije danas polako uspostavlja pravu turističku funkciju iznoseći na vidjelo svoje autohtone turističke proizvode. Prije više od stotinu godina grad je imao konačišta, svratišta, hotele, teniska igrališta, lovne i ribolovne udruge, planinare, parkove, kupališta i drugo, vrlo bogatu i razvijenu ponudu, posebno izletničkog i aktivnog turizma.

3.1. Razvoj poduzetništva na području Grada Gospića

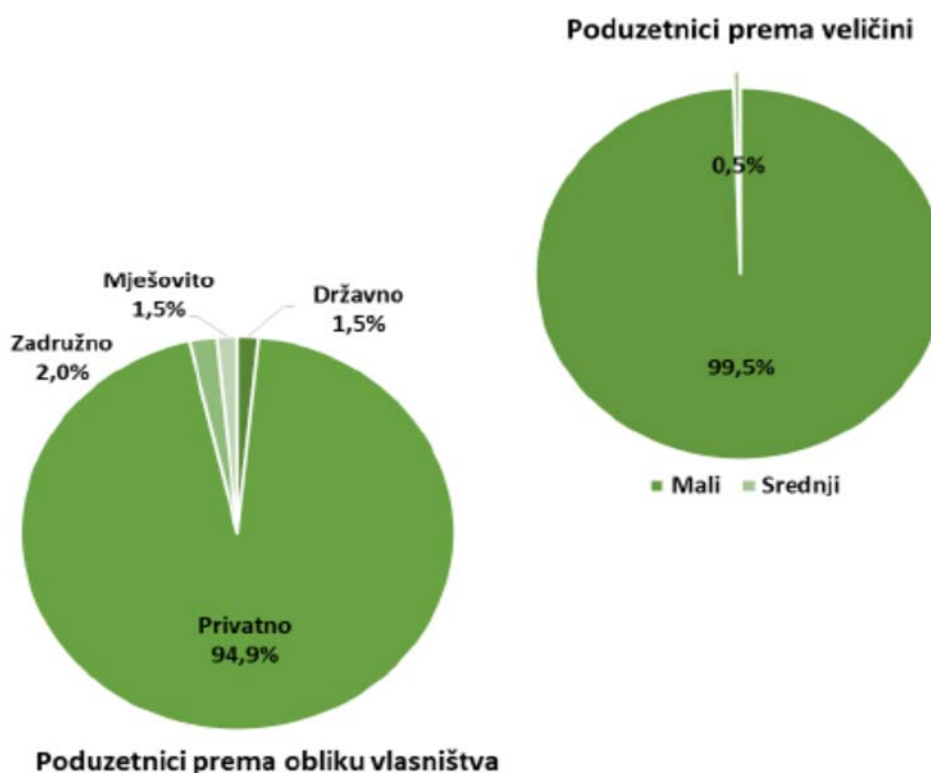
Područje Grada Gospića predstavlja izrazito vrijedan ekološki prostor, koji u razvojnom kontekstu određenog područja danas ima izniman značaj. Čistoća prirodnih dobara - vode, tla, šume i vegetacije, faune, zraka, krajolika, predstavlja već dugo skriveni potencijal. Prirodni resursi i koncepcija održivog ekološkog razvoja danas podrazumijevaju i donose sve veću gospodarsku produktivnost, jer u današnjem sustavu ponude i potražnje prirodni sustavi postaju sve rjeđi, a time i traženiji; uz uvjet korištenja tih resursa do razine koja osigurava njihovu obnovljivost, a ne trošenje.¹⁴

Prilikom utvrđivanja temeljnih odrednica razvoja gospodarstva, Grad Gospić posebnu pozornost poklanja poticanju malog i srednjeg poduzetništva, odnosno proizvodnih djelatnosti i to poljoprivredne proizvodnje i prerade, kroz razvoj obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, poljoprivrednu proizvodnju autohtonih proizvoda i pružanja usluga seoskog

¹⁴ Grad Gospić, http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=4 (30.04.2016.)

turizma. Posebna vrijednost ovog prostora je što raspolaže sa neonečišćenim tlom, koje pruža mogućnosti proizvodnje ekološki zdrave hrane i ekološki čistog sjemenskog materijala. Ovo područje je tradicionalno stočarski kraj, a poljoprivredna gospodarstva imaju karakteristiku mješovitog tipa stočarstva i ratarstva. Prema podacima FINA-e u 2014. godini na području Grada Gospića djelovalo je 196 poduzetnika koji su zapošljavali 1.171 radnika. Udio poduzetnika Grada Gospića analizirane godine u broju poduzetnika Ličko - senjske županije iznosio je 27,8%, a u odnosu na ukupan broj poduzetnika u Republici Hrvatskoj 0,2%.

Grafikon 1. Poduzetnici na području grada Gospića prema obliku vlasništva i veličini



Izvor: FINA, Analiza financijskih rezultata poslovanja poduzetnika grada Gospića u 2014.

Intenziviranje poljoprivredne proizvodnje otvoreno je važno mjesto bavljenju seoskim turizmom. Naselja Brušane, Trnovac i Smiljan, posjeduju sve važne pretpostavke za njegov razvoj, prvenstveno ekološka poljoprivredna proizvodnja te obilje najrazličitijih prirodnih uvjeta za razvoj lovnog, športsko - rekreativnog, izletničkog i drugih oblika seoskog turizma. Osim toga, blizina već afirmiranih turističkih destinacija poput Karlobaga, Paga, Novalje, i Plitvica, otvara dovoljno mogućnosti za plasman poljoprivrednih proizvoda te spajanje

modrog i zelenog u integralnu turističku ponudu.¹⁵ Odustajanjem od velikih industrijskih zona učinjen je odlučujući korak u provođenju spomenute strategije i prihvaćanju malog i srednjeg poduzetništva kao jedine zdrave varijante oživljavanja gospodarstva. Naglasak je na tehnologijama i programima koji ne onečišćuju okoliš i koji su vezani za postojeće resurse i na određeni način ih promoviraju.

Mjere kojima Grad Gospić sudjeluje u poticanju malog i srednjeg poduzetništva su:¹⁶

- Zona poslovnih namjena Smiljansko polje - ovim projektom osiguran je planski razvoj male privrede na kompletno opremljenom i urbaniziranom zemljištu. Time je osigurano umanjeње troškova investitorima u dijelu opremanja zemljišta infrastrukturom, a ostavljene su mogućnosti za veća ulaganja u opremu i know - how tehnologiju. Veličina zone je 24 ha, gdje se uz prosječnu veličinu parcele (0.5 - 1.4 ha), može locirati 25 - 50 poslovnih jedinica. U zoni je predviđena izgradnja pogona pretežito male i srednje veličine, ekološki prihvatljivih.
- Gradskim proračunom svake godine osiguravaju se sredstva za kreditiranje vrijednijih poduzetničkih projekata sa najpovoljnijim kreditnim uvjetima na hrvatskom tržištu novca. Ovaj projekat realizira se u suradnji sa Ministarstvom obrta, malog i srednjeg poduzetništva, Ministarstvom poljoprivrede i šumarstva, Ličko - senjskom županijom i Privrednom bankom Zagreb. U 2016. godini osigurano je 3 milijuna kuna, što će biti značajna financijska podrška vrijednim poduzetničkim projektima.

U namjeri stvaranja što povoljnijeg poduzetničkog okruženja utvrđene su olakšice kroz komunalnu naknadu, komunalni doprinos i gradske poreze. Stupanj razvoja turizma, kao gospodarske djelatnosti nekog područja, karakteriziraju osobine svih dijelova turističkog sustava kojeg čine turistička odredišta, turistički proizvod, turističko tržište, turistička ponuda i kadrovska struktura djelatnika u turizmu.

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Ibid.

3.1.1. Poduzetnička infrastruktura

Ograničenost poduzetnika kao osobe u svojoj djelatnosti veća je u okviru velikih poduzeća u odnosu na mala poduzeća. Smatra se kako je potrebno, društvenom klimom koja pozitivno vrednuje privatnu inicijativu, pojedince ohrabrivati na ulazak u poduzetništvo. Uz kapital glavni resursi neophodni za podizanje poduzeća su tržište i infrastruktura. Pod poduzetničkom infrastrukturom podrazumijeva se skup zakonodavnih, institucijskih, tržišnih, komunikacijskih, prometnih, energetske, financijskih, obrazovno - savjetodavnih i drugih sustava kojima se osigurava učinkovitije odvijanje cjelokupne poduzetničke aktivnosti neke zemlje. Poduzetničku infrastrukturu moguće je opisati i kao skup grana i djelatnosti s pripadajućim objektima i opremom koje omogućuju nesmetan razvoj primarnog, sekundarnog, tercijarnog i kvartalnog sektora, te aktivnosti od općeg društvenog interesa odnosno javnih poslova. Infrastruktura pomaže poduzetniku ostvariti njegove primarne (temeljna zadaća poslovanja, postavljanje vizije razvoja poduzetnika, planiranje poslovnih ciljeva, odabir strategije) i sekundarne ciljeve (zadovoljavanje osobnih potreba i potreba okoline, te komunikacija s okolinom). Poduzetnička se infrastruktura na teorijskoj razini dijeli na sljedeće četiri vrste: zakonodavnu, fizičku, financijsku, te obrazovno – savjetodavnu. Navedene vrste infrastrukture sastoje se od različitih institucija čija je primarna funkcija pomoć i podrška razvoju poduzetništva, a one uključuju:¹⁷

- institucije za podršku poduzetništvu koje osniva država ili njena tijela, pa stoga one imaju karakter državnih ili javnih službi, te
- institucije za podršku poduzetništva koje osnivaju pojedinci ili grupe, pa su stoga one karaktera privatnih profitnih ili neprofitnih institucija.

Poduzetništvo i poduzetnička infrastruktura, i jedne i druge vrste institucija, od iznimnog su značaja za poticanje poduzetništva, a mogu djelovati, odnosno, biti organizirane bilo na nacionalnoj, regionalnoj i/ili lokalnoj razini. U okviru tih institucija zadovoljavaju se potrebe poduzetnika za savjetodavnim uslugama, informacijama, poslovnim i infrastrukturnim prostorom te nizom drugih usluga. Važnost poduzetničke infrastrukture prvenstveno se ogleda u kontinuiranom oslanjanju poduzetnika, od samog osnivanja poduzeća kao i tijekom njegova poslovanja na različite dijelove poduzetničke infrastrukture. Razlog tome je da svaka vrsta poduzetničke infrastrukture na svoj način pomaže postizanju ciljeva poduzeća. Što je

¹⁷ Buble, M., Kružić, D., (2006), *Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RriF, Zagreb, str. 196.

poduzetnička infrastruktura dostupnija i raznolikija, to je veća mogućnost za uspjeh poduzeća zbog čega ona lakše ostvaruju svoj rast i razvoj, a što u konačnici pozitivno utječe i na cjelokupno gospodarsko stanje neke zemlje kao i njegov razvoj.

Projektom poslovne zone „Smiljansko polje“ osiguran je planski razvoj male privrede na kompletno opremljenom i urbaniziranom zemljištu. Time je osigurano umanjeње troškova investitorima u dijelu opremanja zemljišta infrastrukturom, a ostavljene su mogućnosti za veća ulaganja u opremu i *know - how* tehnologiju. Zona je smještena na udaljenosti od 1,5 km od središta grada, na površini od 24 ha, s prosječnom građevinskom parcelom od 1500 m², uz predviđenu mogućnost spajanja većeg broja parcela u jedinstvenu, a za realizaciju većeg programa izgradnje proizvodnog pogona. Parcele su namijenjene za poslovnu djelatnost industrijsko - proizvodnog sadržaja, zatim obrtničko - proizvodnih, uslužno - servisnih, skladišno - distribucijskih i trgovačko - poslovnih sadržaja.¹⁸

3.1.2. Poduzetnici i obrtnici na području Grada Gospića i njihovi rezultati poslovanja

Raspoređenost poduzetnika po županijama u Republici Hrvatskoj je neravnomjerna i karakterizira je velika disperziranost malog broja poduzetnika po županijama i gradovima s jedne strane te velika koncentracija broja poduzetnika na samo nekoliko županija i gradova s druge strane. Prema podacima FINA-e, u Ličko-senjskoj županiji nalazi se svega 0,67% ukupnog broja poduzetnika u državi, čime je Županija smještena na predzadnje mjesto po broju poduzetnika u državi.¹⁹

Prema podacima FINA- e, koji se temelje na analizi godišnjih financijskih izvještaja (GFI), na rang listi gradova i općina Ličko - senjske županije poduzetnici Grada Gospića u 2014. godini zauzimaju prvo mjesto po broju poduzetnika, po broju zaposlenih, po ukupnom prihodu, po dobiti razdoblja, po gubitku razdoblja i po neto gubitku.

¹⁸ Grad Gospić, (2016), *Strategija razvoja grada Gospića za razdoblje 2016.-2020.*, *Nacrt - Osnovna analiza*, Gospić, str. 54.

¹⁹ op.cit., str. 48.

Tablica 2. **Osnovni financijski podaci poslovanja gradova/općina Ličko - senjske županije u 2014. godini**

Naziv županije grada/općine	Broj poduzetnika		Broj zaposlenih		Ukupni prihod		Dobit razdoblja		Gubitak razdoblja		Neto dobit/gubitak	
	Br.	Rang	Br.	Rang	Iznos	Rang	Iznos	Rang	Iznos	Rang	Iznos	Rang
Ličko-senjska	704	20	3.986	21	1.668.648	21	77.339	21	53.594	21	23.745	15
Brinje	23	334	150	310	77.876	293	4.461	263	1.187	317	3.274	190
Donji Lapac	10	479	30	504	7.308	525	205	519	140	483	65	378
Gospić	196	66	1.171	82	462.668	98	16.073	139	20.356	89	-4.284	486
Karlobag	14	431	85	397	22.042	453	69	540	2.995	231	-2.926	474
Lovinac	13	444	42	479	11.184	510	27	548	2.860	238	-2.833	473
Novalja	136	89	551	147	255.412	159	12.439	157	8.436	141	4.003	175
Otočac	123	98	811	111	299.926	137	9.830	176	5.608	173	4.222	170
Perušić	18	389	60	447	22.380	450	497	476	2.176	261	-1.679	460
Plitvička Jezera	38	255	408	176	141.189	214	10.470	170	837	345	9.632	114
Senj	102	113	490	157	257.887	157	15.475	143	2.652	247	12.823	98
Udbina	18	389	107	362	89.239	277	7.597	196	4.275	197	3.321	187
Vrhovine	13	444	81	407	21.536	458	197	521	2.070	266	-1.873	464

Izvor: FINA, Registar godišnjih financijskih izvještaja 2014.

U Gradu Gospiću posluje ukupno 196 poduzetnika koji zapošljavaju 1.171 radnika, podatak vidljiv iz tablice 2. Udjel poduzetnika Grada Gospića u broju poduzetnika Ličko - senjske županije iznosi 27,8%, a u odnosu na ukupan broj poduzetnika u Republici Hrvatskoj 0,2%. Udjel broja zaposlenih kod poduzetnika u Gradu Gospiću u odnosu na Ličko - senjsku županiju iznosi visokih 29,4%, prikazano u tablici 3. Obzirom na veličinu poduzetnika, na području Grada Gospića s 99,5% prevladavaju mali poduzetnici, dok je svega 0,5% srednjih poduzetnika. Nadalje, podaci FINA-e pokazuju kako u 2014. godini na području Grada nije bilo velikih poduzetnika. U pogledu oblika vlasništva, prevladavaju poduzetnici u privatnom vlasništvu (95%), a slijede poduzetnici u zadružnom vlasništvu (2%) te državnom (1,5) i mješovitom vlasništvu (1,5%).²⁰

²⁰ Ibidem, str. 48.

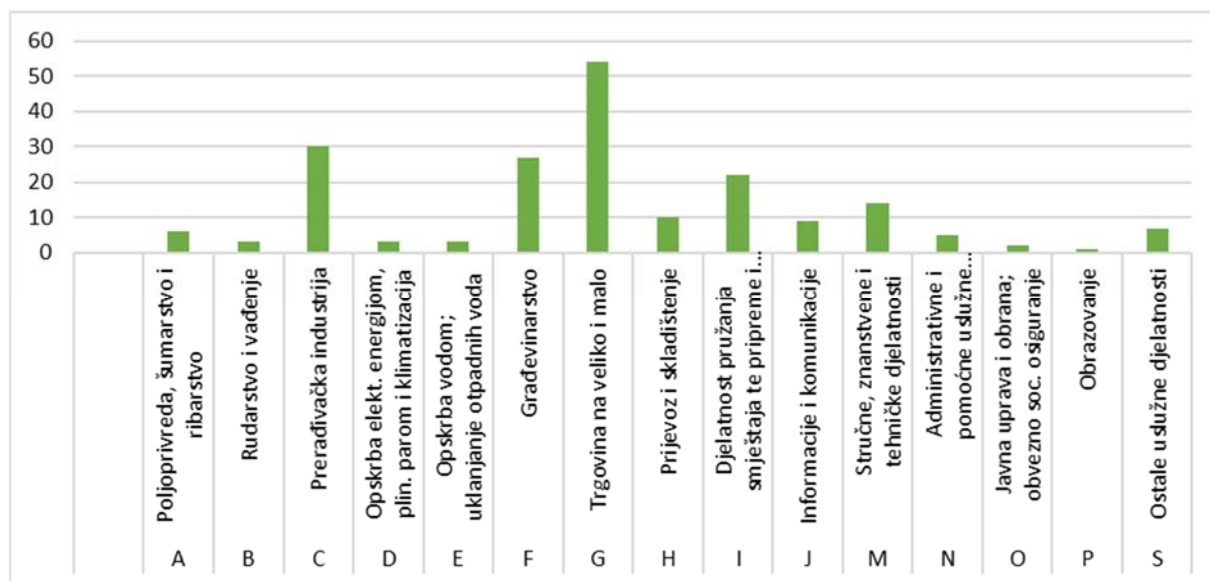
Tablica 3. **Osnovni financijski rezultati poduzetnika grada Gospića u 2014. godini**

Opis	2013.	2014.	Indeks	Udjel grada u županiji (%)	Udjel grada u RH (%)
Broj poduzetnika		196	-	27,8	0,2
Broj zaposlenih	1.191	1.171	98,3	29,4	0,1
Ukupni prihodi	432.404	462.668	107,0	27,7	0,1
Ukupni rashodi	427.649	463.064	108,3	28,4	0,1
Dobit prije oporezivanja	19.080	19.946	104,5	22,1	0,1
Gubitak prije oporezivanja	14.325	20.341	142,0	38,0	0,1
Porez na dobit	2.905	3.888	133,8	30,5	0,1
Dobit razdoblja	16.193	16.073	99,3	20,8	0,0
Gubitak razdoblja	14.343	20.356	141,9	38,0	0,1
Dobit razdoblja (+) ili gubitak razdoblja (-)	1.850	-4.284	-	-18,0	0,0
Izvoz	51.783	75.022	144,9	25,8	0,1
Uvoz	43.205	20.797	48,1	41,6	0,0
Trgovinski saldo (izvoz minus uvoz)	8.578	54.225	632,1	22,5	0,7
Investicije u dugotrajnu imovinu	148.726	18.365	12,3	18,7	0,1
Prosječna mjesečna neto plaća (u kunama)	3.447	3.672	106,5	101,0	75,3

Izvor: FINA, Registar godišnjih financijskih izvještaja 2014.

Najveći broj poduzetnika Grada Gospića zastupljen je u djelatnosti trgovine na veliko i na malo (27,5%), nakon čega slijede djelatnosti prerađivačke industrije (15,3%) i građevinarstva (13,7%), vidljivo iz grafikona 2.

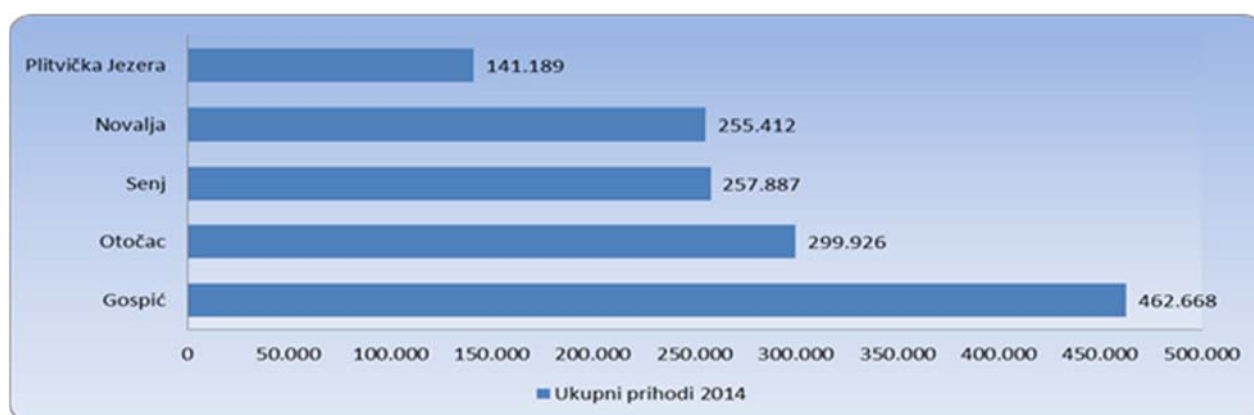
Grafikon 2. Broj poduzetnika po djelatnostima



Izvor: Ministarstvo poduzetništva i obrta, stanje na dan 31.12.2015.

Poduzetnici Grada Gospića ostvarili su 462,6 milijuna kuna prihoda u 2014. godini, te su time sudjelovali sa 27,7% u ukupnim prihodima Ličko - senjske županije (1,6 milijardi kuna), prikaz u grafikonu 3. (iznosi u tisućama kuna).

Grafikon 3. Ukupni prihodi poduzetnika Ličko - senjske županije u 2014. godini



Izvor: FINA, Registar godišnjih financijskih izvještaja, obrada GFI- a za 2014. godinu

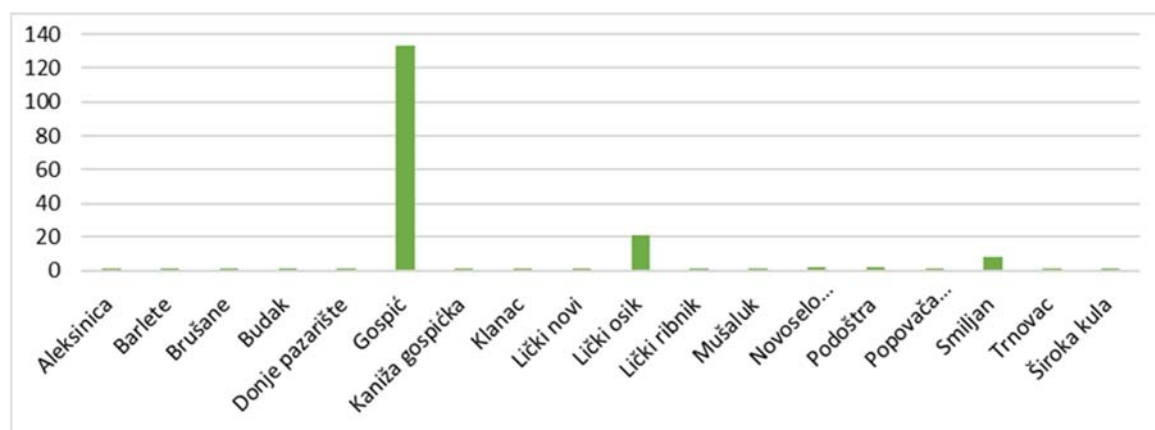
U 2014. godini poduzetnici Ličko - senjske županije iskazali su pozitivan financijski rezultat, unatoč smanjenju neto dobiti za 4,0% u odnosu na prethodno razdoblje, te je od ukupnog broja poduzetnika županije s dobitkom poslovalo njih 62,9%.

3.1.2.1. Obrti i zadruge

Na području Grada Gospića, prema podacima MINPO- a, djeluje 179 obrta, od čega je najveći broj smješten u naselju Gospić, vidljivo iz grafikona 3. Podaci o broju obrta tokom godina pokazuju kako na području Grada dolazi do smanjenja broja obrtnika, no navedeni je trend mnogo blaži no što je to slučaj na nacionalnoj razini.²¹

Dobro razvijena grana gospodarstva su uslužne djelatnosti. To su prvenstveno ugostiteljski obrti različitog tipa: restorani, kafići, i slično. Drugi tip uslužnih djelatnosti su razni obrti koji se bave poljoprivredom, pružanjem knjigovodstveno – računovodstvenih i savjetodavnih usluga, servisnih usluga i drugo.

Grafikon 4. Broj aktivnih obrta u gradu Gospiću



Izvor: Ministarstvo poduzetništva i obrta, stanje na dan 31.12.2015.

Prema podacima Hrvatskog centra za zadružno poduzetništvo, na području Grada Gospića djeluju ukupno tri zadruge, prikazano u tablici 4., što je u skladu s trendovima na državnoj

²¹ op.cit., str. 50.

razini prema kojima je zadrugarstvo u Hrvatskoj još uvijek slabo zastupljen model udruživanja i poticanja proizvodnje i poduzetništva.²²

Tablica 4. **Zadruge na području Grada Gospića**

	2013.	2014.	2015.
Broj zadruga	3	3	3

Izvor: Hrvatski centar za zadružno poduzetništvo, 2016.

Imajući u vidu kako su zadruge društva osoba, a ne kapitala te kako se u zadrugama nalazi gospodarski subjekt koji direktno pomaže razvoju lokalne zajednice, u posljednjem je razdoblju područje zadrugarstva doživjelo procvat u svijetu te sve veći dio svjetske populacije živi od zadružnog udruživanja i rada. Niska razina zastupljenosti zadruga u Hrvatskoj zbog negativnih povijesnih konotacija vezanih uz nekadašnje zadruge polako počinje gubiti na intenzitetu te se upravo zadruge pojavljuju kao potencijal za poslovanje koje pridonosi održivom razvoju okruženja i lokalne zajednice.

3.1.2.2. Turizam kao ključni gospodarski sektor

Grad Gospić svoje gospodarstvo temelji prvenstveno na prirodnim resursima, a okosnicu gospodarstva predstavljaju sektori prerađivačke industrije i poljoprivrede. Ovisnost o jednoj grani stvara nužnost za djelovanje i pronalazak specifične, prepoznatljive niše, koja će svojim razvojem pozitivno utjecati na turizam, kao važan razvojni potencijal područja.²³

Postojanje osnovnog institucionalnog okvira koji usmjerava i upravlja procesom turističkog razvitka, kao i službeno izražen politički interes za razvojem turizma na ovom području identificirani su kao najveće snage. Zajedno s unapređenjem i aktivnijom ulogom turističkih zajednica, odnosno poboljšavanjem postojećeg sustava financijske pomoći malom i srednjem poduzetništvu od strane Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka te Ministarstvu

²² Ibidem, str. 50.

²³ op.cit., str. 51.

gospodarstva, rada i poduzetništva, svi potrebni formalni institucionalni preduvjeti za budući razvoj turizma na ovim prostorima biti će ispunjeni.

S druge strane, međutim, u cilju stvaranja doista stimulativnog okruženja za razvoj turizma, valja naglasiti i postojanje dosta dugog popisa još uvijek prisutnih nedostataka. Tu bi ponajviše valjalo naglasiti nedostatak dobro artikulirane vizije razvoja turizma prihvaćene od strane svih interesnih grupa i pojedinaca, kao i nedostatak bilo kakvog sustava upravljanja kvalitetom koji bi objedinjavao različite aktivnosti/usluge/objekte u sferi turizma. Isto tako, potrebno je spomenuti i trenutno izraženu prevladavajuću zastupljenost interesa javnog sektora u aktivnostima turističkih zajednica. Kao rezultat takve situacije, trenutno praktički i nema nikakvih razvojnih koncepata i programa koji bi otvarali prostor za različita ulaganja privatnog sektora, osobito onih na osnovi javno - privatnog partnerstva.

3.1.2.3. SWOT analiza malog gospodarstva Grada Gospića

Na području Ličko – senjske županije kao poduzetnička potporna institucija djeluje samo Razvojna agencija Ličko - senjske županije – LIRA sa sjedištem u Gradu Gospiću. Osim toga, na razini Županije ne postoji potporna mreža institucija kroz koju se podupire samozapošljavanje i vođenje gospodarskog subjekta u prvim godinama poslovanja te nije moguće postići sinergijske učinke postojećih institucija u svrhu stvaranja uvjeta za poticanje samozapošljavanja.

Prema podacima analize u 2010. godini („Izgradnja kapaciteta stručnjaka za područje obavljanja poslovnih usluga i ustanova zaduženih za pružanje potpore u poslovanju“, projekt EU 2012. godine), ocjenjivanjem poduzetničkih potpornih institucija u Republici Hrvatskoj koje je obuhvatilo i potporne institucije na području Ličko-senjske županije (Razvojnu agenciju Ličko - senjske županije – LIRA- u i Ustanovu za razvoj Grada Senja) utvrđeno je sljedeće:²⁴

- postoji potreba za razvijanjem i osiguravanjem odgovarajućih proizvoda i usluga poduzetnicima ovisno o njihovu položaju u fazi rasta;
- institucijama je teško zadovoljiti potražnju poduzetnika i njihove uprave za određenim uslugama kao što su upravljanje kvalitetom, marketinški planovi,

²⁴ Županijska skupština LSŽ, (2014), *Program poticanja razvoja malog gospodarstva Ličko - senjske županije 2014.-2020.*, Gospić, str. 11.

procjena investicija i projekata, prava na intelektualno vlasništvo, potpora razvoju klastera i proizvoda;

- potrebno je razviti njihove kapacitete vezano za pružanje potpora poduzetnicima kako bi unaprijedili upravljačke sposobnosti vezane za strateško planiranje i inovacije;
- institucije će morati razviti kapacitete svojih zaposlenika/zaposliti više ljudi kako bi mogli zadovoljiti potrebe malog gospodarstva u njihovu području djelovanja.

Poduzetničkom zonom na području Grada Gospića upravlja jedinica lokalne samouprave putem upravnih odjela, što se dosada nije pokazalo dovoljno učinkovitim s obzirom na zahtjeve kvalitetnog upravljanja zonama kao što je planiranje/razvoj/građenje, marketing, upravljanje imovinom, organizacija usluga u zoni (sigurnost, održavanje, zbrinjavanje otpada), ujednačena potpora investorima i slično. Evidentno je da na području Grada Gospića ne postoji jedinstveno mjesto za upravljanje postojećim resursima na području izgrađene poduzetničke zone, što bi olakšalo i unaprijedilo proces privlačenja investitora. Ličko - senjska županija certificirana je i spremna za privlačenje investitora i zadovoljavanje njihovih potreba te joj je dozvoljeno korištenje znaka CIFR - „Croatian Investor Friendly Region“ (eng. Hrvatska regija spremna za prihvata investitora) na brošurama i internetskim stranicama. Jedinice lokalne samouprave na području Županije nemaju takav znak te je time i njihova spremnost za zadovoljavanje potreba investitora na nižoj razini. Budući na odluku o pokretanju poslovanja utječu svi čimbenici okruženja, potrebno je unaprijediti okruženje u kojem se nalazi malo gospodarstvo, u kojem važnu ulogu imaju poduzetničke potporne institucije.

Iz svih navedenih pokazatelja moguće je izraditi sljedeću SWOT analizu malog gospodarstva na području grada Gospića, prikazano u tablici 5.

Tablica 5. SWOT analiza malog gospodarstva grada Gospića

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • prosječna neto plaća ispod prosjeka Republike Hrvatske, • kontinuiran porast vrijednosti izvoza, • jačanje sklonosti samozapošljavanju, osobito kroz obrtništvo, • dominacija malih poduzetnika u strukturi gospodarstva što omogućuje tržišnu fleksibilnost i prilagodljivost, • trend porasta broja aktivnih trgovačkih društava, • jačanje svijesti poduzetnika o potrebi poslovnog povezivanja, • postojanje izgrađenih poduzetničkih zona, • izvršeno ulaganje stranog ulagača u izgradnju jednog od najvećih logističkih centara u regiji, • rastuća svijest o važnosti istraživanja i razvoja proizvoda, • postojanje mogućnosti za dodatno obrazovanje odraslih, • relativna brojnost mladog radno sposobnog stanovništva, • postojanje većeg broja izgrađenih poslovnih zona, • postojanje poduzetničkih potpornih institucija, • certificiranost Županije za privlačenje investitora. 	<ul style="list-style-type: none"> • malen i nerazvijen gospodarski sektor, • nepovoljna granska struktura gospodarstva, • nedovoljna ulaganja u istraživanje, razvoj i inovacije, • relativno visoka nezaposlenost, • samo jedan veliki poduzetnik – neiskorištene mogućnosti kooperacije, • nedostatnost kapitala (zbog velikih rizika i neizvjesnosti vezanih uz malo poduzetništvo, mali poduzetnici imaju otežan pristup kapitalu i kvalitetnim izvorima financiranja) i ograničenost investicija, • nezadovoljavajuća razvijenost poslovnih mreža i povezanosti, • nedovoljan broj realiziranih inozemnih investicija na području Županije u prethodnom razdoblju, • nedovoljna ulaganja u istraživanje, razvoj i inovacije, • relativno niska razina obrazovanosti nezaposlene radne snage, • nedovoljna prepoznatost potrebe cjeloživotnog učenja, • nedovoljna razvijenost usluga poduzetničkih potpornih institucija, • neujednačena dostupnost informacija poduzetnicima i investitorima, • investitori ne mogu dobiti sve potrebne informacije na jednom mjestu (neumreženost institucija).

PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • jedinstveno tržište Europske unije sa slobodom kretanja roba, usluga i kapitala • primjena novih tehnologija i transfer znanja • plinifikacija svih većih naselja u Županiji kao osnova za podizanje kvalitete života i razvoj novih djelatnosti. • potencijal izgradnje autoceste Rijeka-Žuta Lokva, pomorskih i zračnih luka. • razvoj turističkih potencijala na području Županije • trendovi „zdravog života, zdrave prehrane“ s obzirom da je prostor Županije tzv. ekološka jezgra Hrvatske • konkurentnost sektora maloga gospodarstva povećana vezama s velikim gospodarskim subjektima (klasteri, turistički kapaciteti i sl.) • korištenje obuhvatnijih paketa fondova EU. 	<ul style="list-style-type: none"> • jaka međunarodna konkurencija, • postojanje sivog tržišta robe i radne snage, • nepovoljna demografska slika i demografska kretanja, • učestalo mijenjanje zakonskih propisa koji se odnose na povlastice za potpomognuta područja, • nedovoljan institucionalni odgovor na zakašnjela plaćanja, neplaćanja, prisilne provedbe ugovora i ostale administrativne probleme • zagađenje i onečišćenje okoliša. • proces razminiranja nije završen te se još uvijek oko dio teritorija Ličko-senjske županije nalazi u minski sumnjivom području. • Depopulacija ruralnih prostora slabi sektor maloga gospodarstva i opći razvoj dijelova Hrvatske.

Izvor: ŽLS, Program poticanja razvoja malog gospodarstva Ličko-senjske županije 2014.-2020. godine, Gospić, 2014.

3.2. Razvoj turizma na području Grada Gospića

Ono što razlikuje područje Grada Gospića od ostalih u najvećoj mjeri proizlazi iz strateškog položaja. Naime, svi prometni pravci koji povezuju Srednju Europu s Jadranom prolaze kroz ovo područje ili u njegovoj blizini. Dobrim dijelom uslijed relativno niske gustoće naseljenosti, a u kontrastu s izrazito povoljnom resursnom osnovom, danas je evidentan premalen broj turističkih sadržaja/infrastrukture u projektnom području. Neovisno o tome, potrebno je istaknuti postojanje nekoliko hotelskih objekata i restorana pri čemu, osobito oni izgrađeni u novije vrijeme, zadovoljavaju međunarodne standarde kvalitete.

Postojeća struktura smještajnih kapaciteta, u kojoj hotelski smještaj sudjeluje sa 18%, negativno se odražava na trajanje sezone. Struktura smještaja u kojoj s udjelom od 24% prevladava obiteljski smještaj (kućanstva) komplicira upravljanje destinacijama zbog kompleksne dioničke strukture (velik broj malih dionika), a dodatni problem je što za tako veliku količinu smještaja ne postoji strategija upravljanja, jasna regulacija niti tržišno prepoznatljive oznake kvalitete kojim bi se poticala i nagrađivala kvaliteta. Takva struktura smještaja, dijelom i zbog sezonskog karaktera poslovanja, uvjetuje brojne neracionalnosti u planiranju i/ili kapacitiranju različitih infrastrukturnih sustava što poskupljuje ne samo izgradnju ovih sustava, već i povećava godišnje operativne troškove korištenja i održavanja javne i komunalne infrastrukture. Općenito gledano, ekonomsko i poslovno okruženje može igrati bitnu ulogu ne samo u kontekstu ukupnih razvojnih perspektiva nekog područja, već i u kontekstu razvoja određenih gospodarskih sektora. Turizam ne predstavlja iznimku. U tom smislu, slabosti povezane s ekonomskim i poslovnim okruženjem, trenutno, osjetno pretežu snage.²⁵

Vjerojatno najveći nedostatak u postojećem ekonomskom i poslovnom okruženju projektnog područja predstavlja nedostatak privatnih poduzetnika u turističkom sektoru, kao i njihov nedostatak pouzdanja kad je u pitanju investiranje u turističke poduzetničke projekte. Kao rezultat navedenog, jako je malo inicijativa povezanih s privatnim ulagačima koje mogu pridonijeti novoj dinamici turističkog sektora na cijelom promatranom području. Situacija bi mogla biti nešto povoljnija kad bi financijsko tržište bilo manje kruto.

Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitete resursno atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih proizvoda, za razvoj turizma u Gradu Gospiću posebno su važne sljedeće grupe proizvoda: cikloturizam (biking), etno i gastroturizam, ruralni i planinski turizam te pustolovni i sportski turizam. Uz te grupe proizvoda, Grad Gospić svoju priliku vidi i u razvoju nekoliko specifičnih grupa proizvoda, pri čemu ponajviše ekoturizma, omladinskog te socijalnog turizma. Stoga aktivnosti treba usmjeriti na:²⁶

- osiguravanje bržeg razvoja glavnih i 'kapilarnih' mreža biciklističkih ruta, posebice osposobljavanjem manje prometnih lokalnih cesta, seoskih putova, riječnih nasipa i napuštenih pruga te njihovim eventualnim tematiziranjem (npr. gastronomske, edukacijske);

²⁵ Brozičević, J. et al, (2015), *Razvoj turizma na području Grada Gospića – seminarski rad*, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik, str. 7 – 25.

²⁶ op.cit., str. 7 – 25.

- poticanje razvoja gastro - enoloških tematskih cesta i putova;
- smanjivanje zaostatka konkurentnosti u ostalim (novostvorenim) sadržajima destinacijske turističke ponude obogaćivanjem ponude usluga (zabave, kulture, rekreacije i trgovačkih sadržaja) sukladno veličini, prostornim mogućnostima i željenom tržišnom pozicioniranju pojedinih turističkih destinacija;
- daljnji razvoj natjecanja i manifestacija, uključujući i onih međunarodnog karaktera.

3.2.1. Pojmovno određenje turizma

Turizam se u najširem smislu riječi može razumjeti kao skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba. Godine 1994. Svjetska turistička organizacija (WTO) i Udruženje turističkih eksperata (AIEST) definirali su pojam turizma kao sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga. Ova definicija sadržava bitna obilježja turizma:²⁷

- putovanje osoba i njihov boravak u različitim destinacijama,
- osim putovanja, uključuje i boravak i sve aktivnosti u destinaciji,
- turizam u destinaciji i mjestima kroz koje turisti prolaze potiče one aktivnosti koje su različite od uobičajenih aktivnosti rezidentnog stanovništva,
- putovanje ima privremen i kratkoročan karakter.

Posjetitelj je osoba koja putuje u mjesto izvan uobičajenog okruženja u trajanju od najviše 12 mjeseci (6 mjeseci ukoliko je riječ o domaćem posjetitelju), a glavni razlog putovanja ne smije biti obavljanje plaćene djelatnosti u mjestu koje se posjećuje. Odnosno, pod pojmom posjetitelja obuhvaćen je i pojam turista (koji ostvaruju noćenje) i dnevnih posjetitelja (koji borave u mjestu do 24 sata). Definicije turizma na temelju statističkog kriterija pomažu formiranju i sređivanju građe za istraživanje pojave i njenih prirodnih, društvenih ekoloških, socioloških i ekonomskih aspekata. Ove definicije preciziraju pojavne oblike turizma s obzirom na mjesto (domaći, inozemni turizam) putovanja i boravka ili motive putovanja

²⁷ Petrić, L., (2003), *Osnove turizma*, Sveučilište u Splitu – Ekonomski fakultet, Split, str.19.

(zdravlje, rekreacija, kultura i itd.) ali ne daju informacije o samoj suštini pojave.²⁸ Da bi se razumjela suština nekog pojavnog oblika turizma najprije je potrebno definirati sve sudionike/subjekte tog oblika turizma, a onda istražiti sve veze i odnose koji se formiraju među njima (razlike će biti više nego evidentne kod analize, primjerice, nautičkog turizma i seoskog turizma, odnosno neke od njegovih varijanti). Upravo prema statističkom kriteriju izvršena je klasifikacija pojava oblika (vrsta) turizma i to ovisno o porijeklu turista (posjetitelja) i zemlji koju se posjećuje. Prema tim kriterijima razlikujemo:²⁹

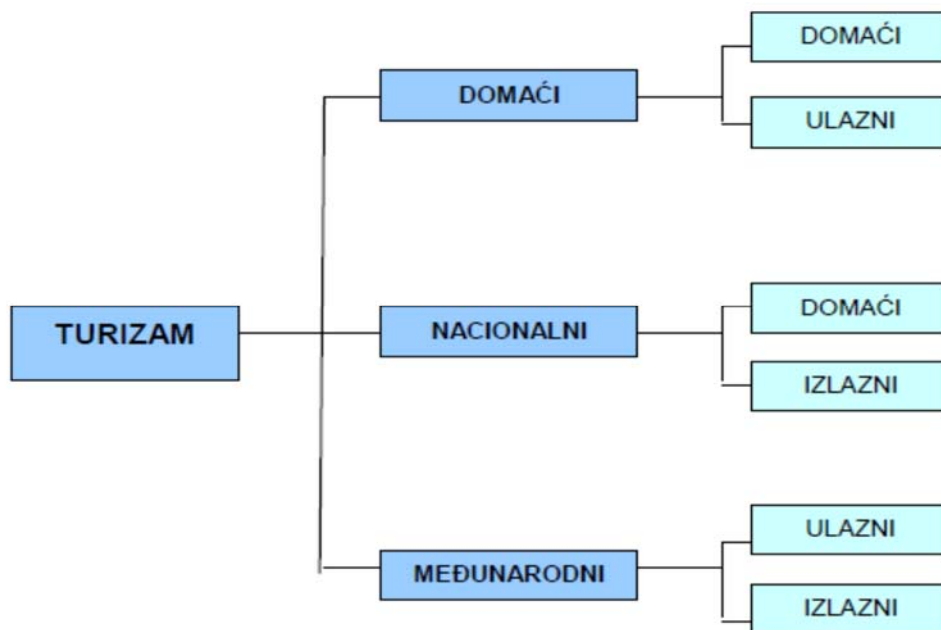
- domaći turizam - stanovnici zemlje A putuju po zemlji A (npr. stanovnici Hrvatske putuju i borave unutar Hrvatske),
- ulazni turizam (inbound) - stanovnici zemlje B putuju po zemlji A (npr. stanovnici Njemačke borave u Hrvatskoj),
- izlazni turizam (outbound) - stanovnici zemlje A putuju po zemlji B (npr. Hrvati odlaze na odmor u neku drugu zemlju).

Moguće je, osim toga govoriti o turizmu s aspekta tokova kretanja turista. Turizam u granicama neke zemlje čini njezin unutarnji turizam, a ukoliko kao primjer uzmemo Hrvatsku, obuhvaća putovanja Hrvata i stranaca unutar zemlje. Nacionalni turizam obuhvaća turistička kretanja stanovnika pojedine nacije, unutar zemlje ili izvan nje, dakle domaći i izlazni turizam. Međunarodni turizam odvija se među pojedinim zemljama, što znači da obuhvaća i ulazni i izlazni turizam (stanovnici zemlje A u zemlju B, i obratno).

²⁸ Dulčić, A., (1991), *Turizam, načela razvoja i praksa*, Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Split, Zagreb, str.46.

²⁹ Petrić, L., op.cit. str.26.

Shema 1. Vrste turizma



Izvor: Weber, S., Mikačić, V., (1999), *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb, str. 17.

Ova podjela prikazana na shemi 1. statističke je naravi i omogućava lakšu evidenciju i bilježenje doprinosa turizma nacionalnom ili svjetskom gospodarstvu. Važno je napomenuti da se u međunarodnoj turističkoj statistici ne bilježe osobe nego dolasci ili odlasci pa iz te činjenice proizlazi teškoća u evidentiranju turističkog prometa na određenom području jer se iste osobe mogu tijekom putovanja više puta prijaviti u različitim mjestima ili smještajnim objektima, pa se registrira više dolazaka. Stoga se kao nešto pouzdaniji podatak rabi i pokazatelj broja noćenja.³⁰

Podjela na posebne (pojavne) oblike turizma omogućuje daljnja saznanja kao što su saznanja o turističkim potencijalima ili prevladavajućim obilježjima ponude u nekoj destinaciji, ili pak određuje turističko putovanje prema nekom obilježju (kriteriju). Najčešće korišteni kriteriji za razvrstavanje posebnih oblika turizma su prema:³¹

- mobilnosti (boravišni - stacionarni, tranzitni, kružna putovanja) obilježjima turističkog prostora (primorski, otočki, planinski, jezerski, gradski, seoski);
- načinu organizacije putovanja (individualni, grupni);

³⁰ op.cit., str.27.

³¹ Weber, S., Mikačić, V., (1999), *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb, str. 28.

- sadržaju boravka (zdravstveni, lovni, ribolovni, športski, kongresni, kulturni, naturizam, incentive - poticajna, nautički, vjerski);
- dobi i obiteljskom statusu (dječji, turizam za mladež, obiteljski, turizam treće dobi);
- duljini boravka (glavni odmor, 2. ili 3. odmor u godini, izletnički - vikend).

Klasifikaciju posebnih oblika turizma moguće je načiniti prema više kriterija, a mnogi se mogu koristiti istovremeno budući da turist koji je primjerice na individualnom putovanju putuje radi sudjelovanja na kongresu, pa se može govoriti o individualnom turizmu s obzirom na organizaciju putovanja, a prema sadržaju boravka radi se o kongresnom turizmu. Prema mobilnosti, riječ je o stacionarnom turizmu.³²

3.2.2. Grad Gospić kao turistička destinacija

Poduzetništvo kao aktivni proces primjene novih znanja, vještina i prakse u hrvatskom turizmu za njegov dinamični razvoj uključuje i resorna ministarstva te lokalnu zajednicu u kreiranju turističkog poduzetništva koje se temelji na razvoju turističke destinacije. Pojam turističke destinacije poprima šire značenje te se turistička destinacija može promatrati kao zemlja, regija, grad ili selo što posjećuju turisti, ali istodobno to su područja koja tijekom cijele godine koriste njihovi rezidenti i radna populacija. Turistička praksa, odnosno samo turističko tržište, turističku destinaciju uzima kao način boljeg razlikovanja pojedinih odredišta turističkih putovanja, određujući time mogući ili pretpostavljeni sadržaj turističkog boravka, što je osobito značajno potencijalnom turističkom korisniku. Pojedini prostori, odnosno destinacije postaju turistički prepoznatljive, stvarajući i profilirajući *brand name*, uključujući posebne sadržaje koji privlače turiste. Sukladno tome, i legislativa pojedinih zemalja definira ih kao primorska, planinska, jezerska, kulturno – povijesna i slična mjesta, odnosno destinacije, ovisno o uvjetima pojedine zemlje. Jednostavnih i jednoobraznih rješenja razvoja turističke destinacije, ukomponiranih u privatne inicijative razvoja malog i srednjeg poduzetništva, nema, ali je neprijeporno da se ona moraju temeljiti na usmjerenosti prema potencijalnim turistima, njihovim željama i potrebama te na raščlambi svih promjena na mikro i makro razinama, što pridonosi većem stupnju koherencije između susjednih regija i zemalja. Istodobno, razvidna uloga i značenje malog i srednjeg poduzetništva u turizmu koje,

³² Weber, S., Mikačić, V, op.cit., str. 70.

zbog svoje fleksibilnosti i spremnosti na pravodobno reagiranje, postaje pokretač turističkog razvoja u pojedinim turističkim destinacijama.³³

Turistička odredišta se u budućem turističkom razvitku nameću kao najvažniji činitelj razvitka turizma, odnosno ishodišna točka svakog turističkog projekta i nositelj budućeg razvitka. Da bi se mogao ostvariti kvalitetan razvoj turističkih odredišta, neophodno je u svim turističkim odredištima provesti:³⁴

- trajnu zaštitu, te potpuniju, ali i dugoročno održivu valorizaciju turističkih resursnih potencijala;
- izraditi i usvojiti prostorne i urbanističke planove kao ključne provedbene razvojne dokumente koji jamče učinkovitije upravljanje turističkom destinacijom;
- provesti veću brigu o temeljnim razvojnim uvjetima – infrastruktura opremljenosti i komunalni standardi, poticajni uvjeti za poduzetništvo;
- intenzivirati suradnju svih relevantnih institucija vezanih uz razvoj turizma.

Polazeći od trendova turističke potražnje, najvažnije uporišne točke svakog turističkog razvojnog projekta, i najvažniji elementi koji garantiraju razvoj svake turističke destinacije su:³⁵

- očuvan i ekološki kvalitetno zaštićen okoliš,
- što potpunija briga za zdravlje,
- sadržajno osmišljen turistički boravak koji otvara široke mogućnosti ugodnog odmora prožetog različitim aktivnostima, zabavom, razonodom i zanimljivim doživljajima.

Grad Gospić, uz iznimno zanimljivu i bogatu tradicijsku kulturu, te zahvaljujući pogodnom položaju, kao raskrižju putova od sjevera prema jugu, razvojem cestovnog, a potom i željezničkog prometa, već krajem 19. i početkom 20. stoljeća upoznaje kategoriju turizam, odnosno počinje razvijati svoj autohtoni turistički proizvod i turističku ponudu koja je u današnjim uvjetima prepoznata kao lovni, ribolovni, planinarski, odnosno izletnički turizam. Svjedočanstva o tome, kao što su originalni foto zapisi, slikopisi, novinski članci, zapisi u kronološkim izdanjima, putopisi, privatni odnosno obiteljski foto albumi, razglednice i slično, dakle sve ono što je u tadašnjim tehničkim mogućnostima osvjedočeno, zapisano i oslikano, a

³³ Hajdaš, S., op.cit., str. 150.

³⁴ Županija Ličko – senjska, (2002), *Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu i poticajne mjere u 2002. godini*, Upravni odjel za gospodarstvo LSŽ, Gospić, str. 12.

³⁵ Ibidem, str. 12.

prije svega sačuvano dokazuje da je ovo područje (Gospić i okolica), turizam upoznalo u njegovu samom začetku. Grad Gospić je u tadašnjim uvjetima, odnosno prije više od stotinu godina, imao konačišta, svratišta, hotele, teniska igrališta, lovne i ribolovne udruge, planinare, parkove, kupališta i drugo, zapravo vrlo bogatu i razvijenu ponudu posebice izletničkog turizma, u to vrijeme isključivo namijenjenu visokoj elitnoj klijenteli. Gotovo svako domaćinstvo proizvodilo je domaću zdravu hranu i proizvode kućne radinosti koji su danas već gotovo zaboravljeni, a prepoznati se mogu tek kao autohtoni turistički suveniri. Navedimo neke: izrada domaćeg platna na tkalačkim stanovima od kojega su se izrađivale narodne nošnje i pravo domaće „sukno“, tkanje i umijeće stvaranja originalnih ličkih proizvoda, „biljaca i šarenica“ (pokrivača), izrada ličkih kapa „crvenkapa“, ličkih tamburica „dangubica“, zaprežnih kola, kovačkih proizvoda, glinenog posuđa i slično. Danas su sve to rariteti koji svoje mjesto nalaze u stvaranju i osmišljavanju temelja originalne autohtone turističke ponude Grada Gospića kojom se javnosti želi predstaviti proizvodne potencijale malih poljoprivrednih gospodarstava, malih poduzetnika i svih onih entuzijasta koji u svojim domaćinstvima čuvaju i proizvode različite prehrambene, uporabne i ukrasne proizvode čuvajući tradiciju i njegujući izvorni način izrade tradicijskih proizvoda ovoga kraja.³⁶

Gospić, grad okružen oazom prirode, kao turistička destinacija nudi mogućnosti aktivnog odmora kroz programe team buildinga u kojima turist kao aktivni sudionik sudjelujete u absailingu, trekkingu, paintballu, jeep safariju, jahanju, seoskoj olimpijadi, streličarstvu, vožnji kočijama, pješačenju, pustolovnim putovanjima Velebitom doživljavajući avanturu pustolovnog parka, kanu safari, plovidbu čamcima kanjonom Like i jezerom Kruščica, speleo pustolovinu. Ljubitelji lova, ribolova, planinarenja na ovom će području zasigurno doživjeti istinsko zadovoljstvo predstavljeno u očuvanosti bogatstva flore i faune ovoga kraja. Još je mnogo toga što možete susresti i doživjeti na ovom jedinstvenom području vječno očuvane skladnosti suživota čovjeka i prirode. U tom praiskonskom bliskom dodiru prirode osjetiti ćete snagu i spokoj, do tada Vam možda nepoznate samospoznaje. Prema Pravilniku o proglašavanju turističkih općina i gradova i razvrstavanju naselja u turističke razrede (NN, br. 122/09.) te pripadajućim izmjenama i dopunama Pravilnika, Grad Gospić pripada kategoriji D, dok je naselju Gospić dodijeljena kategorija B, a naselju Mogorić kategorija C. Grad Gospić, radi svojih kulturno - povijesnih i tradicijskih osobitosti, ima velik potencijal za razvoj, prvenstveno selektivnih oblika turizma zasnovanih na održivom korištenju kulturne i

³⁶ Grad Gospić, http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5 (12.06.2016.)

prirodne osnove. Prednosti gospićkog kraja važne za razvoj turizma uključuju smještaj na zapadnom rubu jednog od najvećih kraških polja u Hrvatskoj, Ličkog polja, podno najveće i najljepše hrvatske planine, Velebita, na raskrižju puteva od sjevera prema jugu i na obalama triju rijeka, Like, Novčice i Bogdanice, uz iznimno bogatu i raznoliku tradicijsku kulturu te očuvanost bogatstva flore i faune toga kraja.

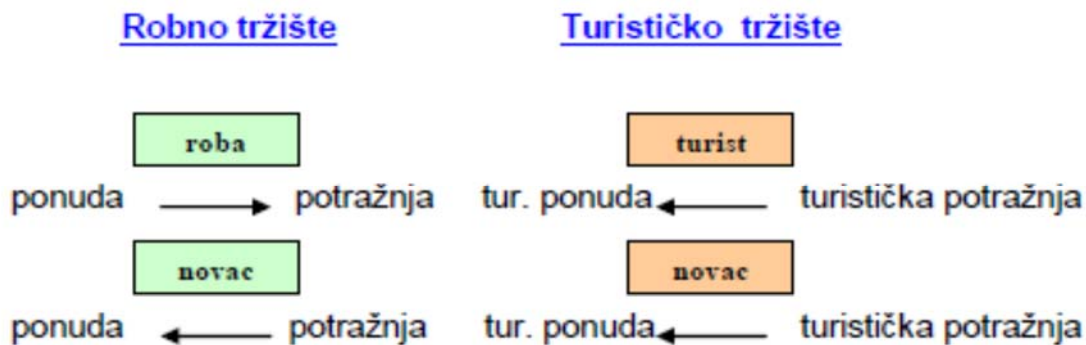
3.2.3. Turističko tržište

Tržište je mehanizam koji nesvjesno vrši koordinaciju ljudi, aktivnosti i poduzeća preko sistema cijena. To je mjesto gdje kupci i prodavači, u međudnosu određuju cijenu i količinu dobara, koja će se potrošiti u kružnom toku ekonomskog procesa. Tržište nije mjesto kojeg je netko izmislio, već nesvjesni i “nevidljivi” sustav komunikacija.³⁷ (Turistički) potrošači i proizvođači se najprije susreću na tržištu faktora, tj. resursa na kojem potrošači prodaju resurse kojima raspolažu (radnu snagu, kapital ili prirodna dobra), a proizvođači ih kupuju da bi mogli pokrenuti proces proizvodnje (turističkih) dobara i usluga. Proizvođači za kupljene resurse potrošačima isplaćuju dohodak koji može poprimiti oblik plaće ili najamnine (za iznajmljenu radnu snagu), rente (po osnovi raspolaganja nekim prirodnim dobrom ili nekretninom) ili kamate, odnosno profita (po osnovi raspolaganja kapitalom). Dohotkom kojega su ostvarili na tržištu faktora potrošači “odlaze” na tržište (turističkih) dobara i tamo kupuju različita dobra koja proizvođači prodaju i po toj osnovi stječu prihode iz kojih ponovno pokreću novi proizvodni ciklus i podmiruju svoje potrebe. Ključni ekonomski problemi koji se rješavaju na tržištu za svako poduzeće, privredni sektor i privredu u cjelini su: ŠTO će se proizvoditi, KAKO će se proizvoditi i ZA KOGA će se proizvoditi određena dobra.³⁸

³⁷ Dulčić, A., Petrić, L., (2001), Upravljanje razvojem turizma, Mate d.o.o. Zagreb, str. 51.

³⁸ Petrić, L., op.cit, str.78.

Shema 2. Razlika između djelovanja robnog i turističkog tržišta



Izvor: Petrić, L., (), Osnove turizma, Sveučilište u Splitu – Ekonomski fakultet, Split, str.80.

Turistička ponuda je odvojena od potražnje što znači da kupac mora doći - putovati na mjesta gdje se locirala ponuda, prikazano na shemi 2. Turistička ponuda, s obzirom na svoj karakter, može komunicirati s turističkom potražnjom, dakle sa svojim kupcima samo specifičnim putevima i načinima. Za pojednostavljenje kontakata, informacija i poslovanja formirani su i uspješno djeluju *turistički posrednici*, koji su u pravilu locirani unutar tržišta potražnje. Turistička potražnja putuje turističkoj ponudi. Na ostalim, robnim tržištima proizvođač, odnosno dobavljač šalje robu distributerima ili maloprodajnoj mreži, odnosno što je moguće bliže kupcima te robe. Drugim riječima, roba putuje kupcu, formirajući tako različita tržišta. To znači da mjesto proizvodnje robe i mjesto prodaje te robe nije u pravilu identično, tj. robna tržišta ne označavaju istovremeno i mjesto proizvodnje i potrošnje. Na turističkom tržištu, proces spajanja ponude i potražnje na tržištu je potpuno suprotan. Turist - kupac putuje u mjesto koncentrirane turističke ponude, gdje očekuje ispunjenje, zadovoljavanje svojih turističkih potreba, odnosno motiva. Dakle, ponuda i potražnja se susreću na samom mjestu "proizvodnje" turističkih usluga. Na turističkom tržištu i novac „putuje“ ka turističkoj ponudi, jer se statične turističke usluge mogu koristiti i plaćati (u pravilu) samo na licu mjesta. Važno je istaknuti da postoje i drugi oblici plaćanja, naročito u posredničkom plaćanju, gdje su obračun i termini plaćanja predmet ugovora između hotelijera i putničke agencije.³⁹

Razvijajući kratke lance opskrbe, omogućava se izlazak na tržište i onim proizvođačima, koji su do sada proizvodili samo za vlastite potrebe ili su prodaju vršili na kućnom pragu. Obzirom da se na području Grada Gospića pojavljuju novi trendovi okrenuti prema povratku

³⁹ Petrić, L., op.cit., str. 80.

izvorištima, pa tako i u turizmu, seoski turizam postaje činitelj revitalizacije života turista i života određene ruralne sredine u kojoj se razvija. Ovo je područje poznato po turističkim obilascima prirodnih ljepota, dok na obali Županije prevladava ljetni, sezonski turizam. Stoga je uz razvoj poljoprivrede, proizvodnju hrane i postojeće oblike turizma naglasak stavljen na razvoj specifičnih oblika turizma.⁴⁰

U procesu brendiranja regije važnu ulogu ima i stvaranje regionalne oznake kvalitete „Lika Quality“ koja izdvaja kvalitetne autohtone proizvode, kako cjenovno tako i marketinški. Regionalna oznaka kvalitete obuhvaća proizvodnju mesa na domaćim pašnjacima, gotove proizvode te smještajne i ugostiteljske objekte koji u svojoj ponudi imaju jela od autohtonih namirnica, proizvedenih od proizvođača koji također imaju oznaku „Lika Quality“. Za predstavljanje autohtonih proizvoda širem tržištu pokrenut je projekt „Lička seljačka tržnica“ kako bi kratki lanci opskrbe prodajom svojih proizvoda povećali vlastite kapacitete proizvodnje i stvorili preduvjete za buduće korištenje sredstava iz EU fondova. S druge strane, namjera projekta je stvaranje navike dolaska kupaca na tržnicu te razvijanje svijesti o kupnji proizvoda lokalnih proizvođača. Projektom „Promocija i valorizacija gastro – turističke ponude Ličko – senjske županije“ povećana je konkurentnost poljoprivrednih gospodarstava kroz promociju poljoprivrednih proizvoda te umrežavanje poljoprivrednih proizvođača i ugostiteljskih subjekata.⁴¹

3.2.4. Turistička ponuda Grada Gospića

Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. U najširem smislu riječi turistička ponuda podrazumijeva sve gospodarske i društvene sudionike jedne zemlje koji na direktan ili indirektan način pridonose širenju i različitosti ukupne ponude i time mogućem povećanju turističke potrošnje, kao ekonomske rezultante privremenog boravka domaćih ili inozemnih turista. Na turističku ponudu utječu brojni čimbenici s područja:⁴²

- društva (vrijednosti i norme, društveni poredak, slobodno vrijeme, kulturno - povijesna ponuda),

⁴⁰ LAG LIKA,(2013), *Lokalna razvojna strategija LAG-a Lika za razdoblje 2014. – 2020.*, Gospić, str. 16.

⁴¹ Ibidem, str. 16.

⁴² Petrić, L., op. cit, str. 88.

- gospodarstva (stupanj gospodarske razvijenosti, devizne potrebe, cijene i devizni tečajevi, infrastruktura, radna mjesta i uvjeti proizvodnje itd.),
- okoline (klima, pejzaž, geografski položaj, flora i fauna),
- utjecaji potražnje (motivi, ukusi, moda itd.),
- države (zakonodavstvo, devizni, carinski, granični propisi, međunarodni odnosi) i
- poduzeća (razvijenost poduzetništva, stupanj razvijenosti tehnike i tehnologije, ponuda radne snage, troškovi proizvodnje itd.).

Opredijeljenost grada Gospića za razvoj turizma važna je poluga potpore dionicima turističkog sektora te poticaj da se osmisli i provede organizirana i strukturirana turistička ponuda (prema sadržaju i/ili dobi), koja trenutno nedostaje. Mirnoća i specifično uređenje šireg područja grada Gospića uz vrlo visok stupanj ekološke kvalitete osiguravaju značajan turistički potencijal. Dodatni turistički sadržaji, koji se zasnivaju na prirodnim ili tradicijskim vrijednostima područjima, važna su sastavnica turističke ponude koju je potrebno obogatiti smještajem na seoskim domaćinstvima koja će posjetiteljima nuditi nesvakidašnji ugođaj ličkoga kraja, kao i kušanje specijaliteta domaće kuhinje.⁴³ Na području Grada Gospića nalaze se relativno dostatni kapaciteti za smještaj turista, no pretpostavka daljnjeg jačanja turizma povlači za sobom i potrebu razvoja i nadogradnje smještajnih kapaciteta. Dodatno, niti jedna od smještajnih jedinica nema 4 ili 5 zvjezdica, što otvara mogućnosti za razvoj visokokvalitetne usluge ekskluzivnog smještaja, vidljivo iz tablice 2. Dobrim dijelom uslijed relativno niske gustoće naseljenosti, a u kontrastu s izrazito povoljnom resursnom osnovom, danas je evidentan premalen broj turističkih sadržaja/infrastrukture u projektnom području. Neovisno o tome, potrebno je istaknuti postojanje nekoliko hotelskih objekata i restorana pri čemu, osobito oni izgrađeni u novije vrijeme, zadovoljavaju međunarodne standarde kvalitete. Područja netaknutih prirodnih bogatstva, očuvana ruralna obilježja, njegovanje tradicije i folklor, bogata kulturna baština i mogućnost ponude autohtonih proizvoda važne su pretpostavke na kojima se osmišljava i gradi jedinstvena turistička ponuda Grada Gospića.

3.2.5. Turistička potražnja

S ekonomskog aspekta količina potražnje se izražava u naturalnim jedinicama. U turizmu, potražnju, osim po broju realiziranih noćenja sagledavamo i kroz broj turista, budući da u

⁴³ Grad Gospić, (2016), *Strategija razvoja grada Gospića za razdoblje 2016.-2020.*, op. cit., str. 45.

samoj definiciji pojma turista stoji i njegova povezanost s noćenjem kao uslugom, odnosno dobrom koje se u turizmu prodaje i kupuje. Potražnja se izražava i kao spremnost potrošača da u određenom vremenskom trenutku po određenoj cijeni nabavljaju neke robe i usluge. Turistička potražnja se realizira na tržištu. Tržište, kako je prethodno istaknuto, nije iracionalan pojam već određuje konkretna, uža ili šira područja/destinacije na kojima se potražnja susreće sa ponudom. Tako se, primjerice, može govoriti o npr. „mediteranskom turističkom tržištu“, „europskom turističkom tržištu“, o „Hrvatskoj kao turističkom tržištu“ i slično, zavisno o tome što se promatra i s kojeg aspekta.⁴⁴

Posebnosti suvremene turističke potražnje vidljivi su kroz kompleksnije pakete motiva za putovanje. Uz glavni motiv (kupanje, odmor, kultura), pojavljuje se novi paket motiva za odlazak na putovanje u koji spadaju između ostalog i intenzivni užitak, aktivnosti u prirodi, naglašena potreba za doživljajima, čulnost, emocije, rekreacija te zdravlje. Turist načelno želi iskusiti kontra - svjetove koji se jasno razlikuju od njegovog svakodnevnog okruženja i uobičajenih životnih okolnosti. Veća očekivanja turista potpomognuta su medijima i naprednim telekomunikacijama, većom obrazovanošću i prethodnim osobnim iskustvom i znanjem. Isti faktori utječu i na brže prenošenje informacija i sve veću moć usmene promocije. Inovativne ponude i inscenacije koje pored osnovnih standarda omogućuju i neobična iskustva, iznenađenja i poticaje. Turisti dobivaju atmosfersku ili emocionalnu dodatnu korist (ambijent, doživljaj, zabava, avantura, kontakti s drugim gostima). Promjene u potrebama potencijalnih turista usko su vezana s rastom životnog standarda, ljudi raspoložuju sa sve više raspoloživog novca, a sve manje slobodnog vremena, dva osnovna preduvjeta za uključivanje u turističke tokove. Rezultat tih promjena je sve veća popularnost kratkih i kružnih putovanja. Kao odgovor na brzi ritam suvremenog urbanog načina života, raste potražnja za nedirnutim, ekološki čistim područjima. Osobna sigurnost postaje jedna od glavnih kriterija odluke, a sve je veći trend brige za vlastito zdravlje (wellness, fitness). Pripadnost socijalnim i demografskim skupinama pokazala se u međuvremenu kao pregrubo klasifikacijsko obilježje turističkog tržišta, iako se trend demografskog starenja ne može zanemariti. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama.⁴⁵

⁴⁴ Petrić, L., op.cit., str. 131.

⁴⁵ Ministarstvo turizma, (2003), Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010., Zagreb, str. 8.

Tablica 6. **Smještajna resursna osnova na području Grada Gospića**

	Ukupno	2 zvjezdice	3 zvjezdice	Broj ležajeva
Hoteli	3	-	3	189
Guest House	29	3	26	408
Guest House	1	-	1	18

Izvor: Turistička zajednica grada Gospića, travanj 2016.

Postojeća struktura smještajnih kapaciteta, u kojoj hotelski smještaj sudjeluje sa 18%, negativno se odražava na trajanje sezone. Struktura smještaja u kojoj s udjelom od 24% prevladava obiteljski smještaj (kućanstva) komplicira upravljanje destinacijama zbog kompleksne dioničke strukture (velik broj malih dionika), a dodatni problem je što za tako veliku količinu smještaja ne postoji strategija upravljanja, jasna regulacija niti tržišno prepoznatljive oznake kvalitete kojim bi se poticala i nagrađivala kvaliteta. Takva struktura smještaja, dijelom i zbog sezonskog karaktera poslovanja, uvjetuje brojne neracionalnosti u planiranju i/ili kapacitiranju različitih infrastrukturnih sustava što poskupljuje ne samo izgradnju ovih sustava, već i povećava godišnje operativne troškove korištenja i održavanja javne i komunalne infrastrukture.

Tablica 7. **Turistički dolasci i noćenja u Gradu Gospiću**

Broj turističkih dolazaka u 2014.	Broj turističkih dolazaka u 2015.	Ukupan broj noćenja u 2014.	Ukupan broj noćenja u 2015.
16.388	13.942	24.947	25.107

Izvor: Turistička zajednica grada Gospića, 2016.

U pregledu broja noćenja i turističkih dolazaka u Gradu Gospiću, iz tablice 7., primjećuje se rast u broju noćenju, što upućuje na porast broja višednevnih gostiju i povećanje turističke prepoznatljivosti gospićkog područja, ali i potrebu stalnog unaprjeđivanja ponude kako bi se

povećala konkurentnost i zadržao pozitivan trend privlačenja sve većeg broja posjetitelja. U pogledu smještajnih kapaciteta, najveći broj noćenja ostvaruje se u kućanstvima, nakon čega slijede hoteli te noćenja u kampu. Uvažavajući recentne trendove u turizmu koji upućuju na rast potražnje za odmorom u ruralnim prostorima uz visok stupanj razvijenosti ekološke svijesti, Grad Gospić povezivanjem turizma i poljoprivrede aktivira ruralni prostor i želi privući značajan broj posjetitelja različitih profila. Ovo povezivanje za cilj ima stvaranje specifične ponude kroz koju mogu oživjeti ruralna područja i tradicijska graditeljska i etnološka baština. Rekonstrukcijom obiteljskih kuća i imanja, zadržavajući pri tome lički način gradnje i uređenja, dobila se još veća kvaliteta te stvorilo okruženje za odmor u izvornom ruralnom ambijentu.

Novo konceptijsko razvojno usmjerenje samo po sebi nameće potrebu otklona od dosadašnjeg, sezonsko snažno obilježenog i sadržajno siromašnog turističkog proizvoda. Osobitost današnje turističke potražnje jest naglašena ekološka svijest, zanimanje za doživljavanjem tipičnog lokalnog ugođaja i posebnosti mjesta te privlačnost i raznolikost rekreacijskih, zabavnih i sportskih sadržaja. To traži hitan i marketinški osmišljen strateški zaokret k novom turističkom proizvodu čije su glavne globalne odrednice potpunija briga o ljudskom zdravlju te aktivan, sadržajno bogatiji i doživljajima prožet turistički boravak svakog posjetitelja. Međutim, to ne znači napuštanje ljetnog turizma, već usmjeravanje novim i tržišno traženijim sadržajima, koji omogućavaju uspješan izlazak na turističko tržište i u drugim razdobljima u godini i približavanje cjelogodišnjem trajanju turističkih, a onda i svih pratećih gospodarskih aktivnosti.⁴⁶

⁴⁶ Županija Ličko – senjska, (2002), op.cit., str. 24.

4. PROVEDBENE MJERE GRADA GOSPIĆA ZA RAZVOJ TURISTIČKOG PODUZETNIŠTVA

U želji da se omogući razvojni uzlet malog i srednjeg turističkog poduzetništva, Grad Gospić za cilj postavlja osiguravanje sredstava za pokretanje novih investicijskih programa. Uz uvođenje egzaktnih, stručno nadziranih i rigoroznih kontrolnih mehanizama, svako financijsko poticanje (dodjela bespovratnih sredstava, preferencionalno kreditiranje, fiskalne olakšice) veže se uz konkretne programe i/ili inicijative (npr. pretvaranje soba/apartmana u kućanstvima u male obiteljske hotele, revitalizacija tradicijskih kuća u napuštenim selima/zaselcima zaleđa, izgradnja smještajnih objekata namijenjenih tržištu posebnih interesa, izgradnja tematskih sadržaja turističke ponude, ubrzavanje rasta kontinentalnih i drugih turistički nerazvijenih područja). Sustav poticaja uključuje dodjelu bespovratnih sredstava, preferencionalno kreditiranje (HBOR), državne garancije za dio iznosa kredita.

4.1. Programi kreditiranja poduzetništva u turizmu

Sukladno tržišnim trendovima i nužnosti uključivanja šire zajednice, Vlada Republike Hrvatske ponudila je poduzetnicima jednu originalnu mogućnost razvoja malog i srednjeg poduzetništva, pokušavajući kreirati svojevrsan identitet turističke destinacije. Nastojeći maksimalno uključiti sve posebnosti i atraktivnosti te vodeći istodobno brigu o zaštiti resursa, Vlada je 2002. godine prihvatila Program zapošljavanja, poticanja razvoja malog i srednjeg poduzetništva i sprječavanja sive ekonomije u turizmu – *Poticaj za uspjeh*. Kroz turističku djelatnost primjereno se može poticati poduzetništvo, valorizirati, ali i očuvati resurse, pa je cilj ovog programa objedinjavanje svih dosadašnjih inicijativa u tom pravcu te njihovo povezivanje u cjelovit proizvod. Program sadrži poticajne mjere za samozapošljavanje i razvoj malog obiteljskog i srednjeg poduzetništva u turizmu:⁴⁷

- rast zapošljavanja,
- razvoj malog obiteljskog i srednjeg poduzetništva,
- sprječavanje sive ekonomije,
- restrukturiranje smještajne ponude povećanjem kapaciteta s tri ili više zvijezdica,
- gradnja novih objekata sukladno zahtjevima emitivnih tržišta,

⁴⁷ Škrtić, M., op.cit., str. 158.

- unapređenje kvalitete modernizacijom postojećih objekata,
- unapređenje kvalitete gradnjom novih sadržaja,
- gradnja stručno arhitektonski oblikovanih objekata koji su svojim izgledom i veličinom u skladu s okolišem,
- produžetak turističke sezone, te
- povećanje prihoda.

Jedno je od poticajnih mjera Programa kreditiranja malog obiteljskog poduzetništva u turizmu kojeg koordinira Ministarstvo turizma. U provedbi kreditiranja malog obiteljskog poduzetništva sudjeluje Fond za razvoj i zapošljavanje, Hrvatska agencija za malo gospodarstvo i Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo. Ova se poticajna mjera temelji na kreditnim sredstvima banaka i sredstvima za subvencioniranje kamata Ministarstva turizma. Krediti su namijenjeni ulaganju u manje objekte za smještaj (hotel, pansion, turistički apartman, apartman, sobe i kamp) i to: a) najvećeg kapaciteta od 25 soba ili 15 apartmana ili 50 kamp jedinica (parcela), te b) najmanjeg kapaciteta od 10 soba ili 5 apartmana ili 20 kamp jedinica (parcela). U sklopu integralnog turističkog proizvoda, a u kontekstu poticanja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, nužnost je i potreba ostvarivanje uspješnog poslovnog rezultata te stjecanje prepoznatljivosti, kako bi turisti mogli identificirati ponudeni turistički proizvod.⁴⁸

Unutar *Poticaja za uspjeh* posebno poglavlje zauzima program *Pod stoljetnim krovovima* za obnovu starih kuća u skladu s izvornom, tradicijskom i ambijentalnom arhitekturom. Ulaganja u obnovu starih kuća, primjerice, kamene primorske kuće, drvene kuće i slično, koje će se koristiti kao smještajni objekti uz uvjet da se obnova obavlja u suradnji s nadležnim Konzervatorskim odjelom Ministarstva kulture, dobar su indikator stvaranja prepoznatljive turističke ponude. Korisniku kredita Konzervatorski odjel izdaje prethodno odobrenje za radove na kulturnom dobru, sukladno Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, daje suglasnost na projektu obnove, nadzire obnovu i izdaje potvrdu da je novi smještajni objekt u potpunosti sagrađen u skladu s izvornikom, tradicijskom i ambijentalnom arhitekturom. Zato su izuzetno povoljni i uvjeti za financiranje koji su osigurani za kreditiranje malog i srednjeg poduzetništva u turizmu.⁴⁹

⁴⁸ Ibidem, str. 158.

⁴⁹ Ibid.

4.1.1. Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva Ličko – senjske županije

Mjere utvrđene Programom poticanja malog i srednjeg poduzetništva Ličko - senjske županije 2014. – 2020. godine predstavljaju okvir za utvrđivanje sustava poticaja malom i srednjem poduzetništvu, uključujući i razvojne mjere turizma, čijom je provedbom moguće ostvariti stabilan rast i razvoj malog gospodarstva. Ciljevi ovog programa su:⁵⁰

- osiguranje povoljnog financiranja razvoja poduzetništva na županijskoj razini kao i poboljšanje dostupnosti kreditnih sredstava poduzetnicima,
- postojanje razvijene mreže podržavajuće infrastrukture dostupne za pružanje informacija, savjetodavnih usluga i niza drugih specijaliziranih institucionalnih oblika potpora,
- poboljšanje ekonomske uspješnosti malog gospodarstva,
- poboljšanje i unaprjeđenje ljudskih potencijala u poduzetništvu i razvoj socijalnog poduzetništva.

Korisnici poticajnih mjera utvrđeni ovim programom definirani su odredbama Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva koje je osobito važan dio ukupnog gospodarstva, a zapošljava više od polovice ukupnog broja zaposlenih u gospodarstvu Županije. Štoviše, malo je gospodarstvo generator zapošljavanja. Za ostvarenje predloženih mjera za jačanje konkurentnosti maloga gospodarstva radi ukupnog poboljšanja uspješnosti sektora malog gospodarstva, potrebne su koordinirane aktivnosti različitih tijela vlasti (jedinica lokalne samouprave, županije, ministarstava, javnih agencija i slično). U suprotnom nekoordinirane aktivnosti tih tijela mogu stvoriti suprotan učinak. Uz navedeno važan preduvjet uspjehu provedbe programa je i kvalitetna promidžba korištenja poticajnih mjera od strane svih nositelja i sudionika provedbe. Najvažniji preduvjet je osiguranje dostatnih i povoljnih financijskih sredstava, posebice ako je potrebno značajnije pokrenuti zapošljavanje. Potrebna sredstva moguće je osigurati iz više izvora. Dijelom se to odnosi na sredstva strukturnih fondova Europske unije, proračunska sredstva državnog proračuna, a prije svega sredstva Ministarstva poduzetništva i obrta, te proračunska sredstva Županije, gradova i općina koja isti svake godine izdvajaju u svrhu stvaranja uvjeta za razvoj gospodarstva na svom području. Preduvjet navedenom je dobra priprema projekata i osigurana njihova održivost, a to znači i dijelom osigurana vlastita sredstva. Odnosno, uloga je područne (regionalne) i lokalne

⁵⁰ Županijska skupština LSŽ, (2014), op.cit., str. 35.

samouprave da u aktivnom pristupu i odnosu s poduzetnikom stvara i potiče razvoj poduzetnika te u značajnoj mjeri doprinosi otvaranju novih radnih mjesta.⁵¹

Dodatni poticaji razvoju gospodarstva u nadležnosti su ministarstava koja zakonskom regulativom uređuju pitanje poduzetništva. Posebno se to odnosi na zakone koji uređuju statusna pitanja poduzetništva i na porezne zakone kao i Zakon o financiranju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i propisa o lokalnim porezima, naknadama i doprinosima te zakoni koji reguliraju potporne institucije u poduzetništvu (Zakon o unapređenju poduzetničke infrastrukture) i poticaje za investicije (Zakon o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja).

4.1.2. Program „Kreditom do uspjeha 2014“

Korisnici kredita i sredstava subvencije kamata na poduzetničke kredite su mikro, mali i srednji subjekti malog gospodarstva, i to: trgovačka društva (d.o.o. i j.d.o.o.), obrti sukladno Preporuci Europske Komisije 2003/361/EZ od 6. svibnja 2003. godine te profitne ustanove, a koji ulažu na područje Županije neovisno o sjedištu, odnosno prebivalištu. Pravo na korištenje sredstava subvencije kamate na Poduzetnički kredit ima Korisnik kredita koji koristi Poduzetnički kredit za financiranje projekta prema izvratku iz Nacionalne klasifikacije djelatnosti koji je objavljen na web stranici www.licko-senjska.hr. Prednost pri dodjeli subvencija imaju projekti Korisnika kredita proizvodne djelatnosti, projekti od značaja za gospodarski razvoj Županije uključujući grad Gospić te projekti kojima se otvaraju nova radna mjesta. Najniži iznos kredita iznosi 100.000,00 kn do maksimalno 5.000.000,00 kn s namjenom:⁵²

- kupnje, izgradnje, uređenja ili proširenja gospodarskih objekata (stanovi isključeni)
- kupnja nove opreme ili pojedinih dijelova nove opreme,
- obrtna sredstva do 20% (za projekt iz uslužne djelatnosti) i do 30% (za projekt iz proizvodne djelatnosti) iznosa ukupno odobrenog kredita.

⁵¹ Ibidem, str. 35.

⁵² Grad Gospić,
http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=1033:grad-gospi-ukljuio-se-u-program-kreditom-do-uspjeha-2014q-mjera-1-kreditom-do-konkurentnostiq&catid=20:gradonaelnik
(31.05.2016.)

Ukupna kamatna stopa za kredite u kunskoj protuvrijednosti valute EUR odobrene uz jamstvo HAMAG – BICRO: 6% godišnje, fiksno, a bez jamstva HAMAG - BICRO iznosi 6,5% godišnje, fiksno. Kamatna stopa umanjuje se za 3 postotna poena za proizvodne djelatnosti (Ministarstvo 2%, Županija 1%), a za uslužne djelatnosti za 2 postotna poena (Ministarstvo 1%, Županija 1%). Za korisnike kredita koji ulažu na područje gradova Gospića, Senja i Novalje te općina Plitvička Jezera, Perušić i Lovinac kamatna stopa se dodatno umanjuje za 1 postotni poen za proizvodne i uslužne djelatnosti.

4.1.3. Kreditiranje poduzetništva uz subvenciju kamata

Dosadašnja provedba programa kreditiranja poduzetništva uz subvenciju kamatne stope na području grada Gospića ukazala je na veliki interes poduzetnika za tzv. županijskim kreditima. Osim toga, u uvjetima svjetske gospodarske krize, postroženih uvjeta i nedovoljne orijentiranosti banaka na plasiranje kreditnih sredstava u gospodarstvo, ovakve potpore omogućavaju veću dostupnost kreditnih sredstava poduzetnicima.

Svi mali i srednji poduzetnici, a osobito oni koji tek otvaraju subjekt malog gospodarstva (poduzetnici početnici) imaju teškoća u dobivanju financijskih sredstava u ranim fazama svojega životnog ciklusa, jer nema dovoljne ponude mikro kredita. Grad Gospić je do sada sudjelovao u provedbi programa Ministarstva poduzetništva i obrta kojima je osigurano subvencioniranje kamatnih stopa na kredite od strane Ministarstva u određenom postotku (1% - 2%) uz uvjet da se u subvencioniranje kamatnih stopa uključi i Ličko - senjska županija u istom postotku. Time su osigurana povoljna kreditna sredstava za realizaciju poduzetničkih projekata u razdoblju relativno nepovoljnih uvjeta kreditiranja prisutnih na tržištu kapitala. U cilju osiguranja povoljnih kreditnih sredstava za realizaciju poduzetničkih projekata u budućnosti, zbog relativno nepovoljnih uvjeta kreditiranja prisutnih na tržištu kapitala Ličko - senjska županija nastavlja i dalje odobravati subvencije kamata na kredite subjektima malog gospodarstva. Time se osiguravaju uvjeti za očuvanje i unaprjeđenje poslovanja subjekata malog gospodarstva i poticanje razvoja strateških gospodarskih djelatnosti Grada Gospića.⁵³

⁵³ Vlada Republike Hrvatske, (2013), *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.*, Zagreb, str. 18.

4.1.4. Razvoj klastera i drugih oblika povezivanja poduzetnika u malom gospodarstvu

Veća povezanost malih i većih poduzetnika u Hrvatskoj postiže se pružanjem potpore razvoju klastera te pružanjem pomoći malim i velikim poduzetnicima da razviju domaće vrijednosne i opskrbe lance. Korištenjem klastera te drugih oblika povezivanja poduzeća kao alata za razvoj gospodarstva osigurava se veći stupanj konkurentnosti i otklanjanje problema usitnjenosti proizvodnje i nedostatnih postojećih proizvodnih kapaciteta, kao i stvaranje mreža poduzetnika radi ostvarenja novih zajedničkih proizvoda ili stvaranja novih globalnih tzv. „brandova“. Na području Grada Gospića osnovan je i radi Klaster drveno prerađivačke industrije, a postojale su inicijative za osnivanjem klastera turizma i klastera poljoprivrednih proizvođača.

U cilju poticanja poslovnog povezivanja poduzetnika potrebno je:⁵⁴

- poticati povezivanje i umrežavanja gospodarskih subjekata, osobito u klastere s ciljem povećanja njihove konkurentnosti te poticanja inovativnosti, uz brži i snažniji izlazak na međunarodna tržišta, te suradnju sa znanstveno-istraživačkim institucijama i jedinicama lokalne i regionalne samouprave,
- unaprijediti učinkovitost proizvodnje i proizvodnih procesa na tržištu malih i srednjih gospodarskih subjekata umreženih u klastere te daljnjim povezivanjem omogućiti jačanje njihovih proizvodnih kapaciteta i širenje proizvodnog asortimana,
- poticati klastere i klasterske inicijative na ulaganja u razvojno-istraživačke kapacitete u cilju razvoja i implementacije inovacija i transfera znanja,
- povećati konkurentnost proizvoda i usluga klastera i članica klastera, njihovu prepoznatljivost, produktivnost, inovativnost te primjenu novih tehnologija,
- promovirati važnost obrazovanja klaster menadžmenta.

4.1.5. Potpore marketinškim aktivnostima i promidžba poduzetništva

Jedan od problema poduzetnika Grada Gospića je da još uvijek vrlo mali postotak poduzetnika provodi aktivni marketing te tako nemaju dovoljno informacija o tržištu, izvoznim mogućnostima, konkurentskim cijenama i proizvodima u svom okruženju.

⁵⁴ Županijska skupština LSŽ, (2014), op.cit., str. 26.

Subvencioniranjem izrade strateških marketinških planova i drugih marketinških aktivnosti (npr. kreiranje branda) osigurava poticaj poduzetnicima za strateški nastup na tržištu i doprinosi njihovoj konkurentnosti. Poduzetnicima se sufinancira do 30% opravdanih troškova izrade strateških marketinških planova i drugih marketinških aktivnosti (brandiranje, aktivnosti istraživanja tržišta). Način i ostale uvjete dodjele bespovratnih financijskih potpora utvrđuje Ličko – senjska županija, uključujući Grad Gospić, donošenjem odgovarajućeg Pravilnika o načinu dodjele bespovratnih financijskih potpora i objavom javnog natječaja za dodjelu bespovratnih financijskih potpora za sufinanciranje marketinških aktivnosti.⁵⁵

U cilju prezentiranja tradicijskih proizvoda i proizvodnih potencijala malih poduzetnika ovoga kraja te pojačavanja razmjene i tržišta domaćih proizvoda Ličko – senjska županija u suradnji s gradom Gospićem, organizator je gospodarsko – tradicijsko - turističke manifestacije „Jesen u Lici“ u suradnji s Razvojnomo agencijom Ličko - senjske županije LIRA- om. Ova manifestacija održava se od 1998. godine, a prosječno okuplja oko 280 izlagača i do 30.000 posjetitelja. Certificiranjem svojih proizvoda proizvođač na jednostavan način dokazuje kvalitetu vlastitog proizvoda ili proizvodnog procesa te napora da zaštiti zdravlje potrošača i kvalitetu okoliša i društva u cjelini i time postaje više konkurentan na tržištu. Prema Hrvatskom pregledu certifikata sustava upravljanja za 2013. godinu (www.kvaliteta.net) u Ličko - senjskoj županiji izdana su svega tri certifikata ISO 9001 odnosno udio certificiranih tvrtki iznosi svega 0,09%. Kako bi se povećao broj subjekata malog gospodarstva s uvedenim sustavom kvalitete ili zaštite okoliša, Ličko - senjska županija odobrava bespovratne potpore za subvencioniranje dijela troškova certificiranja proizvoda i procesa prema hrvatskim i europskim normama i smjernicama.

⁵⁵ op.cit., str. 28.

5. INOVATIVNO – RAZVOJNI PROJEKTI TURIZMA I PODUZETNIŠTVA GRADA GOSPIĆA

Pozitivni učinci na integralni razvoj gospodarstva vidljivi su kroz pokretanje i provođenje petogodišnjeg projekta LAG-a Lika pod nazivom „Integra Lika“, koji za cilj ima brendiranje Like i Podvelebitskog primorja kao globalno poznate i ekološki prihvatljive destinacije s prepoznatljivim prirodnim ljepotama, bogatom ponudom autohtone hrane te samoodrživim gospodarstvom. Projekt je strukturiran kroz pet fokusa područja: poljoprivreda, stvaranje identiteta, turizam, samoodrživost i ekologija. Projekt sadrži sveobuhvatne integralne mjere za povećanje gospodarske aktivnosti, revitaliziranje poljoprivredne i stočarske proizvodnje i prerade koristeći domaće i inozemne, materijalne i financijske resurse. Integralnim pristupom razvoju gospodarstva osvijestiti će se postojeće proizvođače te privući nove.

5.1. Inovativno – razvojni projekti turističkog gospodarstva

Realizacija poduzetničkih projekata te planirano povećanje budućih gospodarskih učinaka turističke djelatnosti predstavljaju aktivniju ulogu turističke destinacije kao važnog činitelja ukupna turističkoga razvitka, odnosno ishodišta svakog turističkog projekta u malom i srednjem poduzetništvu. Edukacija poduzetnika koji pokreću vlastite turističke poduhvate snažan je *push* čimbenik transformacije njihovih stavova i razmišljanja te poticanja lokalnog stanovništva na aktivno sudjelovanje u razvoju destinacije, dijeleći ideje i koncepte, dajući prijedloge te stvarajući zajedno atraktivan turistički proizvod. Decentralizacijom odlučivanja u procesu izgradnje povjerenja između središnje vlasti i lokalne zajednice, postižu se veliki uspjesi i stvara odgovorni poduzetnik koji svojim aktivnim sudjelovanjem u procesima odlučivanja izravno utječe na kreiranje destinacijskih razvojnih planova.

Kontinuirano vremensko i prostorno praćenje promjena te spremnost prilagođavanja novonastalim okolnostima i izazovima povezanim sa snažnim socijalnim vezama, zahtijevaju inteligentna i kreativna rješenja poduzetničkog projekta, a to su rješenja koja se skrbe o edukaciji, zdravlju i sigurnosti domaćeg stanovništva te koja uvažavaju konsenzus i građenje platformi održiva razvitka poduzetničkoga projekta i same turističke destinacije. Davanje prioriteta posebnim oblicima turizma, kao uporišta za razvoj nalog i srednjeg turističkog

poduzetništva, omogućava niz efekata koji se postižu njihovom implementacijom. Polazište takva pristupa je poduzetnik kao dodirna točka, programsko sjecište, ali i svojevrsna infrastruktura, što turistima omogućava doživljaj sasvim novoga turističkog proizvoda. Izvedeno, ostvaruju se i niz društvenih koristi, kao što su:⁵⁶

- revitalizacija starih kuća u ruralnim krajevima,
- samozapošljavanje i kreiranje novih radnih mjesta,
- komercijalna valorizacija autohtonih poljoprivrednih proizvoda,
- stimuliranje njegovanja izvornih običaja i očuvanja kulturne baštine,
- oplemenjivanje postojećeg turističkog proizvoda,
- uklapanje u nove – suvremene turističke trendove.

Projekt malog i srednjeg poduzetništva u turizmu poduzetnicima omogućava angažman i članove svojih obitelji, posebice mlađih, kreiranje samozapošljavanja i otvaranje novih radnih mjesta te sprečavanje depopulacije ruralnih sredina. To je i dugoročni cilj ostvarenja koji najviše doprinosi ukupnu održivu razvoju Republike Hrvatske, posebice kvaliteti života i poboljšanju životnog standarda svih hrvatskih građana.

5.2. Poduzetnički projekti turizma Grada Gospića

Dosadašnja turistička ponuda Grada Gospića uglavnom se temelji na klasičnim oblicima turizma, kao što su ljetni i izletnički turizam. Međutim, novi turistički potencijali, osjetno kvalitetniji i bitno bogatijeg sadržaja koji nude snažne razvojne prodore, a za koje postoji mogućnost razvoja Grada su:⁵⁷

- zdravstveni turizam (u kontinentalnom području),
- sportsko – rekreativni turizam,
- seoski turizam,
- lovni i ribolovni turizam,
- robinzonski turizam,
- ekološko – edukativni turizam i
- kulturni turizam.

⁵⁶ Škrtić, M., op.cit., str. 159.

⁵⁷ Županija Ličko – senjska, (2002), op.cit., str. 43.

Ad 1. Zdravstveni turizam

Zdravstveni turizam je oblik odmora povezan uz termo – mineralna vrela, ljekovita blata i planinske predjele, U ovom obliku turizma usluge smještaja i hrane, te medicinski nadzor turistima se osiguravaju u posebnim objektima – lječilištima. Važnost zdravstvenog turizma je višestruka, a ogleda se u jačanju fizičke spremnosti korisnika zdravstvenih usluga, poboljšavanju njegovog autoimunog sustava i pripremanju organizma za obranu od raznih bolesti i stresnih situacija.⁵⁸

Zbog ubrzanog narušavanja okoliša i erozija prirodnih izvora, u središte zanimanja modernoga čovjeka sve više dolaze čisti zrak i pitka voda. Područja očuvanih prirodnih izvora, kao što je područje Ličko - senjske županije, postaju tako sve privlačnija odredišta turističkih putovanja. Rijetko da postoji prostor s takvim prednostima za jačanje ljudske vitalnosti, poput ovoga. Na razmjerno malom području izmjenjuju se čak četiri tipa podneblja, od prave i prijelazne sredozemne, do kontinentalne i planinske klime, s dodirima suhih kontinentalnih i vlažnih morskih zračnih masa.⁵⁹

Grad Gospić pruža optimalne uvjete za razvoj zdravstvenog turizma koji bi mogao biti obogaćen parolom „*Turizam u ekološko čistoj sredini*“, obzirom da na području Grada Gospića ne postoje značajnije industrijske zone koje bi bile izvor zagađenja okoline. U konceptu njegovog razvoja potrebno je odrediti pravila ponašanja, odnosno usmjeriti se na one selektivne tipove turizma koji upravo ako ciljne grupe određuju ekološki osviještene turiste. S obzirom na svjetske trendove razvoja turizma, sve je veći broj potražnje za takvom vrstom odmora. Rekreacija, a osobito ona u prirodi, treba biti zastupljena u puno većoj mjeri kao dio turističke ponude. S tim ciljem treba očuvati vrijedne prostore, a osobito prirodne plaže i izletnička područja na teritoriju Grada Gospića. Do danas u Gradu Gospiću nedostaje izgrađenih turističkih kapaciteta u vidu lječilišta, odmarališta ili toplica, ali kvalitetan privatni smještaj može poslužiti za razvoj ovog vida turizma. Potencijal razvoja Grada Gospića ne temelji se na razvoju masovnog turizma, već prirodi bliskih selektivnih tipova turizma, koji kao osnovnu pretpostavku imaju kvalitetu, a ne kvantitetu turista.⁶⁰

⁵⁸ Demonja, D., Ružić, P., (2010), Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb, str. 30.

⁵⁹ Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
<http://www.lickosenjska.com/index.php/hr/turizam/turizam-zdravlja> (31.05.2016.)

⁶⁰ Županija Ličko – senjska, (2002), op.cit., str. 46.

Ad 2. Sportsko – rekreativni turizam

Sportsko – rekreacijski turizam je boravak i odmor temeljen na sportsko zabavnim aktivnostima u prirodi kao što su: šetnje, vožnja biciklom, skijanje, skijaško trčanje, jahanje, klizanje, plivanje, veslanje, badminton, igre loptom, te na posebno opremljenim i izgrađenim igralištima za skijanje, streličarstvo, tenis, odbojku, rukomet, nogomet, košarku i slično. Turizam i sport međusobno su povezani, a njihova veza poznata je iz najranije povijesti ljudskog društva od „olimpijskih igara“. Različite sportske aktivnosti bile su pokretači putovanja na koja se odlazilo da bi se posjećivale sportske priredbe. U suvremenom društvu sport dobiva mnogo širu i značajniju ulogu te postaje važan sadržaj boravka tijekom kojeg su turisti uključeni u različite sportske aktivnosti. Takav oblik aktivnosti naziva se sportskom rekreacijom, a najvažniji joj je cilj aktivni i sadržajni odmor turista.⁶¹

S obzirom na prirodne osobitosti područja Grada Gospića, postoje brojni preduvjeti za razvoj sportsko – rekreativnog turizma, a ponajviše za bavljenjem sljedećih sportova: penjanje, planinarenje, biciklizam, jahanje, vožnja kajakom i kanuom po rijekama i jezerima, skijanje, sanjkanje i slično. Međutim, na području Grada Gospića nisu stvoreni svi preduvjeti za privlačenje raznih sportskih klubova za obavljanje zimskih (i drugih) priprema, osim djelomično na Baškim Oštarijama. Radi toga treba, uz sve postojeće i planirane hotele (motele) izgrađivati pripadajuće terene za igranje nogometa i drugih sportova na travi, kao i športske dvorane za zimske pripreme.

Turistička zajednica Grada Gospića organizira sportsko penjanje Čelina pod Otešom u blizini Memorijalnog centra „Nikole Tesle“, spomen Doma dr. Ante Starčevića, Parka prirode Velebit, rijeke Lika i jezera Kruščica te pećinskog parka Grabovača. Penjalište je javno, a uređeno je 15 smjerova.⁶² Planinarsko društvo „Željezničar“ organizator je tri planinarska pohoda. Na početku svakog godišnjeg doba organizira planinarsko - rekreativni pohod pod nazivom Četiri godišnja doba na Oštri. Drugi pohod je tradicionalni memorijalni pohod na Visočicu povodom sjećanja na prvi organizirani planinarski izlet Gospićana na Visočicu, samo dva tjedna nakon što se osnovala prva planinarska podružnica u Hrvatskoj. Treći pohod je memorijalni pohod Tragom bijega lovinačkog kraja, da se nikad ne zaborave patnje oko

⁶¹ Demonja, D., Ružić, P., op.cit., str. 29.

⁶² Turistička zajednica Grada Gospića,
<http://www.tz-gospic.hr/hr/sportsko-penjanje> (31.05.2016.)

tisuću stanovnika Lovinca, Svetog Roka, Ričica, Cerja i drugih zaselaka koji su morali u bijeg preko strmih i zahtjevnih terena Velebita.⁶³

Kao novija grana turizma koja privlači sve veći broj poklonika u europskim okvirima ističe se cikoturizam, kao oblik turističkih putovanja tijekom kojih je vožnja bicikla glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo. Osam biciklističkih staza, ukupne dužine 397 km, pod zajedničkim nazivom „*Putovima Velebita i velikana*” povezuju mjesta u okolici Grada Gospića pa sve do Štirovače, prostrane doline u podnožju Velebita. Vozeći se prvim dvjema stazama (1 i 2) iz Gospića prema Smiljanu dolazi se do rodnoga mjesta svjetski poznatoga znanstvenika Nikole Tesle, u kojemu je smješten Memorijalni centar s nekim radovima koji su obilježili tehnološki razvoj budućih naraštaja. Pri kraju ove rute, na oko 26 km od Smiljana, nalazi se mjesto Veliki Žitnik, u kojemu je rođen hrvatski političar i rodoljub dr. Ante Starčević. Stazom Jezero (3) bez većih napora može se doći do mjesta Klanac, a samo dva kilometra dalje imponantan je prizor kanjona rijeke Like i akumulacijskoga jezera Kruščica. Vrlo zahtjevana staza Štirovača (4), dugačka više od 100 km, na svojem putu obilazi više znamenitosti. Jedna do njih je mjesto Pazarište, na kojemu se nalazi tvornica piva, a u blizini je Indijansko selo. Slijedi Štirovača, dolina u čijoj se blizini nalazi Kugina kuća (na visini od 1180 m) u kojoj se može prenoćiti i napiti izvorske vode na izvoru Težakovac. Staze Brušane (5) i Rizvanuša (6) malo u zahtjevnijega uspona, a obje vode do adrenalinskoga parka Rizvanuša, koji je pravi raj za pustolove svih dobnih skupina. Staza Velebit (7) vodi starom cestom Terezijana, izgrađenom 1786. za vrijeme vladavine Austrougarske do zadnjega sela Baške Oštarije na Velebitu. Ruta Gospić – Jadovno (8) zamišljena je da obiđe cijelo selo Jadovno i prekrasan krajolik i šumu koji ga okružuju. U mjestu Jadovno zanimljiva je kapelica Marije Pomoćnice u samome centru sela i nepresušni izvor pitke vode Stojanovo vrilo.⁶⁴

Velebit svojom dobrom prometnom infrastrukturom (blizina autoceste A1 i jadranske magistrale), zadovoljavajućim smještajnim kapacitetima i spektrom privlačnih sadržaja te raznovrsnom ponudom, privlači skijaše na dva skijališta, Krasno i Velebno. U ponudi Grada Gospića nalazi se ski - centar Velebno nalazi se u neposrednoj blizini hotela Velebno u Baškim Oštarijama. Opremljen je ski liftovima: Raskrižje, dužine 700m (930/133m), Ljubica,

⁶³ PD Željezničar- Gospić,
<http://www.pdzeljeznicargospic.hr/wp/o-nama/pd-zeljeznicar-gospic/> (31.05.2016.)

⁶⁴ Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
lika.com/files/media/attachment_hr/27/Lika_final_HRV_korigirano2.pdf (31.05.2016.)

dužine 350m (914/946m), Sever, dužine 200m i dvije vučnice Thomos dužine 150m. Ski - centar posjeduje topove za umjetni snijeg što omogućava skijanje cijele godine.⁶⁵

Iako izvan područja Grada Gospića, posjetiteljima se nudi organizirano rekreativno jahanje i tečajevi jahanja na ranču Jelov klanac. Na tečaju početnici mogu usvojiti osnovne vještine jahanja i upoznati životinje. Konji su mirni, sposobni prilagoditi se potrebama čovjeka, trenirani i znaju se jednakomjerno kretati. Jahačka tura uz rub Nacionalnog parka Plitvička jezera prava je poslastica za sve ljubitelje jahanja i konja, a može se ići i na višednevnu turu.⁶⁶ Također, u sklopu ponude Grada Gospića, a pod pokroviteljstvom Općine Perušić i Turističke zajednice Općine Perušić, u organizaciji prvog ličkog veslačkog kluba „Perušić“ iz Perušića svake godine održava se tradicionalna utrka kanuima – Regata Lika, na kojoj prosječno sudjeluje 80 aktivnih sudionika.⁶⁷

Ad 3. Seoski turizam

Ozelenjeni ambijent pokrivenog krša i ponegdje još znatno očuvana ruralna obilježja u kontinentalnom dijelu županije, pogodna su za tihi odmor u okrilju izvornog seoskog ambijenta. Međutim, iako je turizam kao jedan od temelja gospodarstva, na ovim prostorima funkcionira podosta neravnomjerno. Pojam iznajmljivača soba nije istovjetno sa seoskim turizmom u Lici. Seoski turizam znači kompletnu ponudu jednog seoskog domaćinstva, od gastro ponude kraja te spavanja u autohtonim kućama. Naravno, uz ponudu idu razne aktivnosti kao što je pomoć domaćinu oko redovnih poslova na domaćinstvu. Kao glavni problemi, prema anketnom upitniku LAG- a Lika za razdoblje od 2014. – 2020. godine, navodi se nedostatak povezivanja turističkog i poljoprivrednog sektora, koji se najviše uočava u nedostatku autohtone gastronomske ponude kraja i međusobno povezivanje i promocija pojedinih destinacija. Prednost za razvoj turizma na ovom području je bogata prirodna i kulturna baština, no još uvijek nedovoljno valorizirana u turističke svrhe, stoga je uočena

⁶⁵ Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
<http://www.licko-senjska.com/index.php/hr/turizam/zimski-sportovi> (31.05.2016.)

⁶⁶ Jutarnji list – Tportal.hr,
<http://www.jutarnji.hr/turisticki-vodic--lika--karlovac-i-gorski-kotar--top-odredista-za-za-aktivni-odmor-i-adrenalinske-avanture/943664/> (31.05.2016.)

⁶⁷ SlobodnaLika.com,
http://slobodnalika.com/novosti/6506_Regata+Lika+2010++Veslacka+i+jedrillacarska+regata+na+rijeci+Lici.html (31.05.2016.)

potreba za daljnjim razvojem turističke ponude, daljnjim investicijama, projektima i dodatnim edukacijama djelatnika u turističkom sektoru.⁶⁸

Diverzifikacija malih gospodarstava sa drugim poljoprivredno vezanim aktivnostima doprinosi gospodarskoj održivosti. Prerada i traženje poljoprivrednih proizvoda, seoski turizam i otvaranje uslužnih sektora u seoskim područjima odražava se na razvoj gospodarstva. Budući da sve veći broj obiteljskih gospodarstava ne mogu ekonomsko održivo poslovati samo od primarne poljoprivredne proizvodnje, bez dodatnog prihoda u gospodarstvu, stvara se alternativa za nedovoljno iskorištenu radnu snagu kroz zapošljavanje u nepoljoprivrednim djelatnostima i uslugama, kako bi se povećao prihod u gospodarskim subjektima.⁶⁹

U ponudi seoskog turizma u sklopu Pustolovno - izletničkog centra Rizvan City kod Gospića nalazi se lička kuća Dida Martina koja je izgrađena od tradicijskih materijala, kamena i drveta. Obnovljena je sa posebnom pažnjom, da bi odrazila jednostavnost i baštinu Like te pružila ugodan smještaj. Kuća gleda prema veličanstvenom Velebitu, mitskoj Hrvatskoj planini koja privlači zaljubljenike u prirodu i aktivan odmor te sve one koji su željni mira i odmora u prekrasnom okruženju. Također, turisti mogu uživati na ranču Linden Tree Retreat koji se nalazi u Parku prirode Velebit, u mjestu Velika Plana. Na raspolaganju je smještaj u autentičnim tipijima i planinskim kućama. Ranč organizira jahanje slikovitim prostranstvima Velebita. Najbliži grad, Gospić, i Nacionalni park Sjeverni Velebit udaljeni su 22 km od objekta.⁷⁰

Grad Gospić postao je prepoznatljiv i po tradicionalnoj, gospodarskoj i kulturno umjetničkoj manifestaciji „*Jesen u Lici*“ tijekom koje se, zaslugom vrijednih izlagača i organizatora, prenosi pozitivna energija očuvanja tradicije, običaja i kulturne baštine kraja. Tijekom izložbe, prvog vikenda u listopadu, javnosti se predstavljaju proizvodni potencijali malih poljoprivrednih gospodarstava, malih poduzetnika i svih onih koji proizvode različite prehrambene, uporabne i ukrasne predmete čuvajući na taj način tradiciju svoga kraja. U sklopu izložbe koja ima i međunarodni karakter održavaju se i prezentacije tradicijskog načina izrade nekih proizvoda: bukara i tamburica, pletenje košara, metli od šiblja, predenje vune, izrada predmeta od gline i slično. Tijekom izložbe nastupaju kulturno - umjetnička

⁶⁸ Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
<http://www.lickosenjska.com/index.php/hr/turizam/seoski-turizam> (31.05.2016.)

⁶⁹ LAG LIKA,(2013), op.cit., str. 31.

⁷⁰ CroTours.hr online booking,
<http://www.crotours.hr/smjestaj/seoski-turizam-16.html> (31.05.2016.)

društva što posjetiteljima omogućuje izvorni doživljaj narodne pjesme i plesa u autentičnoj atmosferi.⁷¹

Ad 4. Lovni i ribolovni turizam

Lovni turizam je tipični oblik turizma karakterističan za ruralni prostor na čijim poljoprivrednim, ostalim zemljišnim i vodenim površinama se proizvodi. Ovom obliku turizma posebno pogoduju geografski, hidrografski i klimatski uvjeti, te biljni pokrivač koji čine posebne pogodnosti za uzgoj i rast divljači te se tako stvaraju pretpostavke za lovni turizam. Sudionici ovog oblika turizma su lovci, ali i članovi njihovih obitelji.⁷²

Planinski lovni tereni nude izvrsne mogućnosti, a lovni je turizam organiziran od strane lovnih društava i vlasnika lovnih terena. Ima nekoliko koliba na šumskom području izvan Grada Gospića, a većina je pod upravom Hrvatskih šuma i lovnih društava. Neke kolibe su dovoljno velike i dobro opremljene za ugošćavanje poslovnih sastanaka, prijema i proslava. Cilj je evaluacija potencijala lova kao zasebnog nišnog tržišta kako bi se stvorio visoko konkurentan turistički proizvod.⁷³

Ribolovni turizam je tipični oblik turizma koji se ostvaruje na ruralnom prostoru, na njegovim vodenim površinama. Ribolovci kao sudionici u ribolovnom turizmu vole i traže čiste i „zdrave“ vode i ribe. Za njih je ribolov sport, hobi, rekreacija i očuvanje prirodne okoline. Postoji više načina/primjera bavljenja ribolovom. Jedan je na mirnim vodama (ribnjacima, jezerima, šoder – grabama) u koji se mogu uključiti sudionici svih uzrasta. Drugi oblik je „mušičarenje“ na brzim rijekama. Da bi se ribolovni turizam mogao razvijati potrebno je poduzeti pripreme i druge aktivnosti:⁷⁴

- stručno i sistematski ocijeniti vrijednost i kvalitetu voda,
- procijeniti fond ribljih vrsta u rijekama, jezerima i ostalim vodama,
- opisati sve ribe zanimljive za ribolov,
- zakonski i fizički zaštititi područja tijekom mriještenja ribe, i
- osigurati mogućnost pribavljanja autohtonih vrsta riba.

⁷¹ Turistička zajednica Grada Gospića,
<http://www.tz-gospic.hr/hr/manifestacije/41-jesen-u-lici> (31.05.2016.)

⁷² Demonja, D., Ružić, P., op.cit., str. 31.

⁷³ Bro, C., (2007), *Master plan turizma Karlovačke i Ličko – senjske županije*, ADE - Grontmij, Institut za turizam, str. 139.

⁷⁴ Demonja, D., Ružić, P., ibidem, str. 31.

Jedan od osnovnih preduvjeta za razvoj ribolovnog turizma je briga za očuvanje kvalitete voda i njihova zaštita od onečišćenja. Također, uz čiste vode daljnji preduvjet za razvoj ovog turizma je lijepa okolina, kvalitetna riba, mogućnost odgovarajućeg smještaja i osiguranje drugih sadržaja u prostoru za ugodan i zdrav boravak turista.

Tradicija sportskog ribolova na području grada Gospića vrlo je duga i seže još u 1927. godinu kada je osnovana Sportsko ribolovna udruga "Lika". Danas udruga gospodari rijekom Likom i njezinim pritocima Novčicom, Bogdanicom, Otešicom, Jadovom i Glamočnicom, te jezerom Kruščica što čini ukupno 155 kilometara vodotoka. U vodama su zastupljene mnoge riblje vrste od kojih su najpoznatije pastrva, štika, som, amur, klen, linjak i zlatni karas. U gornjim dijelovima vodotoka, podno Velebita, živi endemska riba "lički pijor" koja nastanjuje samo ove krške predjele. Osim rijeka, sportskim ribolovcima posebno je atraktivno područje jezera Kruščica gdje obitavaju kapitalni primjerci somova od preko 90 kilograma, šarana preko 25 kilograma, štuke preko 15 kilograma, linjaka i klenova preko 3 kilograma.⁷⁵

Ad 5. Robinzonski turizam

Poseban oblik seoskog turizma je tzv. robinzonski turizam kojeg karakterizira visoka kvaliteta ponude – ambijentalna arhitektura, sačuvani prirodni okoliš, blizina mora i kvalitetna ugostiteljska ponuda. Gospićko područje nudi niz mogućnosti za aktivni odmor, a spoj jadranskog i kopnenog turizma su izuzetan potencijal.

Nacionalni park Sjeverni Velebit nudi više varijantu 'robinzonskog turizma'. Smještaj je moguć jedino u planinarskim domovima na Zavižanu i Alanu, koji su ograničenog kapaciteta, pa posjetitelji Parka spavaju uglavnom u okolnim mjestima (Krasno, Senj). Godine 2015. u dva planinarska doma ostvareno je 3.413 noćenja. Park je ukupno posjetilo 14.500 posjetitelja, što je ipak nešto manje nego prijašnje četiri godine.⁷⁶

⁷⁵ Turistička zajednica Grada Gospića,
<http://www.tz-gospic.hr/index.php/hr/ribolov> (31.05.2016.)

⁷⁶ Dnevnik.hr,
<http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/ljeto-u-planinama-od-divljine-te-dijeli-samo-oplata-satora-bojis-se-ali-osjecaj-je-fenomenalan---396571.html> (31.05.2016.)

Ad 6. Ekološko – edukativni turizam

Ekoturizam predstavlja vrstu putovanja kojemu je cilj zaštita svijeta prirode i podržavanje dobrobiti kulture koja taj svijet nastanjuje. Ekoturizam predstavlja pokret koji ima značajan i pozitivan učinak na zajednički razvoj i budućnost okoliša i turizma.⁷⁷ Ekoturistička regija razvijanjem turizma nastoji pridonijeti razvoju gospodarstva. Međutim, ostvarivanjem dobiti od ekoturizma treba voditi brigu da se pretjerivanjem ne ugrozi ravnoteža eko sustava što bi negativno utjecalo na regiju. Ekoturizam, za razliku od drugih oblika turizma, doprinosi očuvanju prirode i okoline. Osim ove prednosti, ekoturizam, kao i ostali oblici turizma, otvara mogućnosti većih prihoda, zapošljavanja novih zaposlenika, ostvaruje sredstva za financiranje i upravljanje zaštićenim prirodnim područjima.⁷⁸

Edukacijski turizam je oblik turizma koji se temelji na upoznavanju polaznika s obilježjima ruralnog prostora, stjecanju iskustva za vrijeme boravka u prirodi i drugih spoznaja u vezi s ruralnim prostorom. Polaznici u edukacijskom turizmu mogu biti učenici, kojima su organizirana izletnička putovanja s boravkom u improviziranim kampovima, i turisti koji u tu svrhu provode različite oblike posjeta i koriste različite oblike smještaja. Edukacijski turizam ima, uglavnom, izletnički karakter na kojeg polaze djeca predškolskog uzrasta, učenici osnovnih škola, izviđači, učenici srednjih škola pretežno poljoprivrednog ili turističkog usmjerenja i odrasli. Takvi edukativni izleti imaju pedagošku i nastavnu vrijednost, a ona se ogleda u povezanosti s nastavnim predmetima koji uče o poznavanju sela, života i rada na selu, te biljnog i životinjskog svijeta.⁷⁹

U okviru ekološko - edukativne akcije Hrvatske turističke zajednice „*Volim Hrvatsku*“, Grad Gospić je dobio Priznanje „*Zeleni cvijet*“ sa srebrnim znakom, za osvojeno 2. mjesto za najuređenije turističko mjesto kontinentalne Hrvatske. U istoj akciji Memorijalni centar „Nikola Tesla“ Smiljan dobio je Priznanje „*Doživi Hrvatsku*“ u kategoriji kulturnih ustanova.⁸⁰

Rijeka Novčica je oduvijek bila iznimno bitna za Grad Gospić. Na Novčici su se gradile mlinice, ona je značila život za gospićane, a još početkom 20. stoljeća na njoj su građena i javna kupališta. Malo po malo takav značaj Novčice je nestajao, kupališta su se gasila i

⁷⁷ Wagner, D., (1995), *Ekoturizam, Zbornik radova „Razvoj ruralnog turizma“*, Hrvatski farmer, Zagreb, str. 89.

⁷⁸ Demonja, D., Ružić, P., op.cit., str. 34.

⁷⁹ Ibidem, str. 34.

⁸⁰ Grad Gospić,

http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=217:gospic-dobio-priznanje-zeleni-cvijet-mc-nikola-tesla-priznanje-doivi-hrvatsku (31.05.2016.)

Murkovića mlin u samom središtu Gospića nestao je, obala rijeke je postala gotovo nepristupačna. Novčica nije zagađena jer, nažalost ili na sreću uz tok ove 29 kilometara duge rijeke koja u Liku utječe 5 kilometara istočno od Gospića, nema industrijskih ili bilo kakvih zagađivača. No, ona je onečišćena. Uređenjem planirane šetnice i ostalih sadržaja radi se i na sociološkim elementima, odnosno vraćanju rijeke Novčice gospićanima u punom smislu te riječi kroz ekološko – edukativni turizam.⁸¹

Ad 7. Kulturni turizam

Kulturni turizam predstavlja putovanje radi obilaska spomenika kulture, muzeja, galerija i kulturnih manifestacija. Uz tu ponudu povezuje se i vjerski turizam s posjetom brojnim svetištima i vjerskim manifestacijama. Kulturni turizam u prvi plan stavlja kulturu, obrazovanje, doživljaje i iskustva kao zahtjeve aktivnog i sadržajnog odmora. Ruralni turisti sve više traže upoznavanje s lokalnom kulturom, kontakt s domaćinom, a turističko odredište sve manje percipiraju kao pasivni promatrači. Ovaj oblik turizma se preklapa s ostalim oblicima turizma, primjerice gastronomskim, vjerskim, tranzitnim, seljačkim i drugim. Svi ti oblici temelje se na istom izvoru, narodnoj baštini, odnosno na njezinim pokretnim i nepokretnim elementima, a ostvaruju se u okvirima izletničkog prometa.⁸²

Ljepota autohtone narodne kulture očuvana je u selima oko glavnog ličkog grada podno Velebita - Gospića. Ime Gospić je prvi put zapisano u povijesnim izvorima 1604. godine. U to je vrijeme to bilo malo naselje koje se 1574. godine spominje kao selo „Gospojina“. Značajniji razvoj Gospića započinje u drugoj polovici 18. stoljeća kada se Gospić gradi kao vojno - upravno središte Ličke pukovnije, ali osim vojnog, Gospić dobiva i gospodarski značaj kao povlašteno središte obrtničke i trgovačke djelatnosti. Proces dinamike razvoja grada u 19. i 20. stoljeću biva često ograničen posljedicama svjetskih povijesnih zbivanja koja usporavaju razvoj Gospića kao značajnijeg gradskog središta. Naseljenost na području grada datira od prapovijesnog razdoblja, od neolitika, te osobito za vrijeme željeznog i za vremena Japoda. Prvi pisani spomen grada evidentiran je u ispravi od 1263. godine kao područje Kasezi uz rijeku Kaseg, današnju Novčicu. Gospić se kao selo „Gospojina“ spominje 1574. godine, a kao naselje u današnjem obliku 1604. godine. Stara legenda kaže da su u davna vremena dvije kneginje putovale ovim krajem. Jedna od njih, Gospava je bila teško bolesna,

⁸¹ Ličko ekološka akcija –
http://www.lea.hr/?page_id=228 (31.05.2016.)

⁸² Demonja, D., Ružić, P., op.cit., str. 30.

no napivši se vode iz rijeke koja je tu tekla, izliječi se, te joj dade ime Lika. Tu sagradi svoju kulu koja po njoj dobi ime Gospić. Postoji legenda po kojoj je uz kulu nekada u davnini stajala mala crkva s kipom Gospe s Isusom u naručju i da je Gospić dobio po tome ime.⁸³

Temelj današnjeg grada predstavljaju dvije turske kule i stari most oko kojih se u vrijeme Vojne krajine razvila jezgra grada kao administrativnog, vojnog i kulturnog središta. Prelijepa okolica Gospića u koju spada Nacionalni park Sjeverni Velebit i Park Prirode Velebit nudi brojne mogućnosti za sport i rekreaciju. U blizini Gospića, u rodnom selu Smiljan nalazi se multimedijalni centar „*Nikole Tesle*“, jednog od najvećih svjetskih izumiteljskih genija. Tradicionalne zabavne i umjetničke manifestacije održavaju se tijekom čitave godine – "Gospićki karneval", "Gospićko glazbeno ljeto", "Jesen u Lici", "Likovni anale", "Dani bikera".⁸⁴

5.3. Inovativni projekti turizma Grada Gospića

Pećinski park Grabovača, adrenalinski park Rizvan City i ekskluzivni ranč Linden treat, s područja Like, potpisali su ugovor kojim počinje projekt "Lika is adventure" za jače uključivanje Like u segment adrenalinskog turizma. Lika ima odlične uvjete za ponuditi vrhunski adrenalinski i turistički doživljaj u skladu sa svjetskim trendovima te stvoriti novu ponudu kakva još ne postoji u Hrvatskoj. Takvu vrstu ponude prepoznaje specifična populacija adrenalinskih turista, tim više jer se lički prirodni ambijenti, gdje je adrenalin moguć u punom smislu te riječi, izdvaja od drugih regija i lokacija u Hrvatskoj. Park je dio Javne ustanove Perušić, dok su adrenalinski park Rizvan City u i ranč Linden Treat u privatnom vlasništvu i rade već nekoliko godina s programima adrenalinskog turizma. Sada su u fazi definiranja jednodnevnih i višednevnih programa za turiste, koje se najprije očekuju iz Francuske temeljem zanimanja i suradnje s nekoliko francuskih turističkih agencija. Na nedavno održanom turističkom sajmu u Parizu, predstavljene su spomenute lokacije za adrenalinski turizam te je nekoliko francuskih agencija pokazalo veliko zanimanje za takve programe, među kojima su primjerice pješaćenje po Velebitu, promatranje ptica, seoske i adrenalinske ture po Lici. Pozivajući pritom na suradnju i domaće turističke agencije, Pećinski park u Grabovači godišnje posjeti oko 6.000 posjetitelja, većinom iz osnovnih i

⁸³ Kulturni portal, <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/gospic/> (31.05.2016.)

⁸⁴ Hrvatska turistička zajednica, <http://croatia.hr/hr-HR/Odredista/Mjesto/Gospic?ZHncMzAyLHBcNw%3D%3D> (31.05.2016.)

srednjih škola, ali i stranaca, koji većinom dolaze na izlete tijekom ljetnih mjeseci s područja od Krka do Zadra. Projekt nudi jedinstvenu avanturističku 'poslasticu' sa zajedničkim nazivnikom kvalitetne ponude adrenalinskog turizma, budući je Pećinski park Grabovača jedinstvena speleološka lokacija i jedini pećinski park u Hrvatskoj, adrenalinski park Rizvan City je centar avantura i pustolovina s raznolikom ponudom aktivnosti u netaknutoj prirodi nedaleko Grada Gospića, dok je Linden treat luksuzni ranč na Velebitu koji nudi aktivnosti poput jahanja i druženja s konjima, izlete s kanuom, trekking, planinarenje, spiljarenje i drugo. Kroz projekt promoviraju se i prirodni, kulturni, povijesni te gastronomski potencijal Like.⁸⁵

5.3.1. Adrenalinski park Rizvan City

Pustolovno - izletnički centar Rizvan City smješten je u Lici, srcu Hrvatske, nedaleko Grada Gospića, u malom tipično ličkom selu Rizvanuša koje se nalazi u Parku prirode Velebit. Staro obiteljsko seosko gospodarstvo pretvoreno je u pustolovno - izletnički centar gdje se grupama nudi mnoštvo jedinstvenih atraktivnih pustolovnih aktivnosti. Početak poduzetničke ideje nastao je prenamjenom ruralne graditeljske baštine u turističke svrhe. U sklopu centra Rizvan City posjetitelji mogu noćiti u novoobnovljenoj ličkoj kući izgrađenoj tradicijskim materijalima, kamenom i drvetom ili u novom kampu. Kampirati se može s kamperima, u šatorima ili iznajmljenom drvenom bungalovu. Popularizacijom paintball-a kao jednoj od glavnih turističkih aktivnosti, uz malo reklame na Internetu, Rizvan City je bio jedan od prvih u Hrvatskoj koji su krenuli s ponudom izgradnje team buildinga. Gosti su počeli tražiti još nešto uz paintball pa se postojeća ponuda s vremenom proširila i na streličarstvo. Godine 2003. registrirana je i turistička agencija u sklopu Centra. Ministarstvo turizma odobrilo je 60.000,00 kn poticaja s kojim je Centar izgradio prvi šumski adrenalinski park u Hrvatskoj. Nakon toga uslijedila je izrada velikog 150 metarskog zip line-a, stijene za penjanje, poligona za ljudski stolni nogomet te kupnja pet quad vozila za vožnju po prirodi. Prije dvije godine napravljen je i kamp koji ima 6 drvenih bungalova te 7 kamp parcela s veliki sanitarnim objektom. Prilikom gradnje zadržani su elementi tradicijske gradnje kao što su nagib krova, table na prozorima i slično. U konačnosti poduzetničkog duha staro imanje je zadržalo seoski „štih“, odnosno dodir s prirodom i seoskom idilom u turističke svrhe. Vrlo bitno je naglasiti da se kroz obnovu nastojalo zadržati što više elemenata tradicijske ruralne baštine budući u

⁸⁵ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, <http://www.mint.hr/default.aspx?ID=32965> (31.05.2016.)

cilju nije bio „*core businnes*”. Objekti koji se nalaze unutar Centra nazivaju se kako su se i prije zvali (štala, šušfln i slično). Cilj ovog poduzetničkog pohvata bio je obnoviti “*didovinu*” i oteti je zaboravu.⁸⁶

5.3.2. Ranč Linden treat

Linden Tree Retreat & Ranch je privatni i ekskluzivni ranč podno Velebita, u mjestu Velika Plana, okružen s 2 milijuna hektara pod zaštitom UNESCO-a. Intimna atmosfera ranča i širok raspon eko - avantura, kao i mogućnost jahanja ili pak meditacije u prirodi ono je što čini Linden Tree Retreat & Ranch jednom od rijetkih destinacija za aktivan odmor. Uživanje u domaćim specijalitetima te smještaj u planinskim kućama ili autentičnim indijanskim Tipi šatorima daje Linden Tree Retreat & Ranch-u posebnu čar. Na raspolaganju je smještaj u autentičnim tipijima, suitevima i planinskim kućama. Kompleks obuhvaća restoran i roštilj, a gosti mogu vidjeti mnoštvo divljih životinja.

Ranč je prvorazredna destinacija za jahanje u Hrvatskoj, što je privlačno svima koji traže ekološku destinaciju za odmor u slikovitim prostranstvima Velebita. Gosti mogu kuhati na logorskoj vatri i naučiti više o životu u skladu s prirodom. Na obližnjem izvoru dostupna je kristalno čista voda. U restoranu se poslužuju jela od organskih namirnica te domaći specijaliteti. Tijekom toplih mjeseci, osim aktivnosti s konjima koje su prikladne kako za odrasle tako i za djecu, nudi i izlete s kanuom niz kanjon rijeke Like, planinarenje i hodanje po stazama Velebita, vožnju biciklom u prirodi i spiljarenje. Tijekom snježnog razdoblja hodanje na krpljama, praćenje tragova divljih životinja u snijegu i nordijsko skijanje su neke od aktivnosti koje gostima omogućuju aktivni odmor sa razvojem ekološke svijesti. Upravo ta kombinacija ekološki osviještenog i održivog sportskog turizma je misao vodilja koja se provlači kroz sve segmente djelovanja ranča. Sport po mjeri prosječnog gosta, ali koji ga poziva da izađe iz svoje zone komfora, je sredstvo kojim se gostu omogućava ne samo da ima aktivni odmor već da nauči više o sebi, svojim unutarnjim mogućnostima i sposobnostima, svojem usudu, a u cijelom tom procesu razvije i dozu poštovanja prema prirodi. Ranč je dobitnik niza priznanja na svjetskoj razini i u 2015. godini je postao članom elitnog kluba ekološki osviještenih turističkih destinacija „*Long Run Initiative*”. Linden Tree Retreat &

⁸⁶ Pustolovno – izletnički centar Rizvan City,
<http://www.adria-velebitica.hr/hr/rizvan-city?gclid=CJ3t-JbBh80CFQuNGwod7O4NWg> (31.05.2016.)

Ranch nudi odmor u skrovitoj hrvatskoj divljini, gdje se iza jedinstvene vještine prirodnog jahanja, 'retreat' programa, kuhinje s potpisom i čarobnog okruženja, krije duboka i znakovita privrženost ljudima. Misija ranča je ponuditi autentično mjesto gdje će gosti povratiti ravnotežu, napuniti se životom, smijehom i optimizmom.⁸⁷

⁸⁷ Bruce Yerkovich, B.,(2015), *Mogućnosti razvoja sportskog turizma u Lici: primjer Linden tree retreat & Ranch*, Kongresni centar – Zagrebački velesajam, str. 58.

6. ZAKLJUČAK

Turizam kao složen gospodarski sustav omogućuje razvoj različitih djelatnosti primjenom koncepcije poduzetništva. Poduzetničke aktivnosti u turizmu potvrđuju se kroz ostvarivanje visoke kvalitete turističkog proizvoda, što izravno utječe na konkurentnost turističke destinacije i njezinu održivost na tržištu. Ove spoznaje se posebno potvrđuju na ruralnim prostorima u kojima poduzetnički programi ostaju temelj gospodarskog razvoja. U Hrvatskoj se poduzetništvo u turizmu najčešće provodi u okvirima malih i srednjih poduzeća obiteljskog tipa. Glavni plan razvoja poduzetničkog turizma Grada Gospića temelji se na istraživanjima svih dionika važni za razvoj turizma na području grada, turista, turističke ponude, jedinica lokalne uprave i samouprave, javnih djelatnosti, znanstvenih i obrazovnih institucija, civilnog sektora te samog stanovništva, predstavljajući konsenzus razvojnih smjerova budućnosti turizma Grada Gospića. Aktualnu turističku ponudu potrebno je promijeniti, uskladiti s novim izazovima i obogatiti te osvježiti s različitim autentičnim, tradicijskim, kulturnim i ambijentalnim elementima koji su tipični za Grad Gospić i njegovu okolicu. Grad Gospić i/ili zainteresirano stanovništvo trebalo bi ulagati u (raznovrsne) smještajne kapacitete te sudjelovati u organizaciji i kreiranju turističke ponude različitih oblika provođenja slobodnog vremena, dokolice i ostalih oblika rekreacije. U Gradu Gospiću puno je kvalitetnog prostora i vrijednih ruralnih cjelina, koje nisu uopće ili dovoljno kvalitetno turistički valorizirane.

Mogućnost ishođenja povoljnih financijskih sredstava jedan je od bitnih čimbenika za početak poslovanja poduzetnika, kao i za mogućnost njihovog daljnjeg rasta i razvitka. Osnovni problemi koji se odnose na financiranje malog gospodarstva u Hrvatskoj su manjak kreditnih jamstava, neodgovarajući raspon bankovnih proizvoda i usluga, potrebna kreditna dokumentacija, iznos kamatnih stopa i nedovoljne informacije o dostupnim financijskim proizvodima te je stoga na hrvatskom tržištu potrebno osigurati dodatne izvore financiranja za mala poduzeća kako bi se ostvario potencijal razvoja u sektoru maloga i srednjeg poduzetništva. Subjekti malog gospodarstva često imaju teškoća u nabavi kapitala ili kredita s obzirom na prirodu financijskih tržišta nesklonih riziku i ograničenost instrumenata osiguranja povrata kredita koje oni mogu ponuditi te je osiguranje jamstvenog kapitala poduzetnicima značajna potpora za osiguranje dostupnosti financijskih sredstava. Prostorno Ličko – senjska županija je najveća hrvatska županija koja obuhvaća 10% površine, ali na tom prostoru živi svega 1% stanovništva. Trećina površine županije na neki je način zaštićena, a polovicu čine poljoprivredne površine te se može reći da je ekološka jezgra kao stvorena na

poljoprivredu i turizam. Unatoč površini, gospodarstvo županije ograničava struktura gospodarstva u kojoj je tek 15% tvrtki iz proizvodno - prerađivačkog sektora. Županija ovaj problem pokušava riješiti i kroz novu kreditnu liniju za razvoj proizvodnih djelatnosti, a kamatna stopa na taj je kredit tek 2,5% godišnje.

Turizam kao jedan od temelja gospodarstva, na prostoru Grada Gospića funkcionira podosta neravnomjerno. S jedne strane sve bolje rezultate bilježe sudionici projekta „Lika is adventure“, a s druge strane turizam je zamalo zamro. Unatoč prelijepoj prirodi i resursima na kojima bi pozavidjeli mnogi diljem Europe, „prava“ ponuda Grada Gospića u turističkom smislu ne postoji. Zatraži li neki turist informacije o smještaju, posebnostima te destinacije i ostalim detaljima može nazvati općinske uprave i/ili turističke urede. Nakon 15 sati, blagdanom i vikendom tražene informacije nisu dostupne. Mnogi lovozakupnici i koncesionari lovišta redovno ugošćuju lovce iz Hrvatske i inozemstva. Naplaćuju im lov, vodiča u lovu, smještaj i prehranu. U većini se slučajeva to radi na crno (čast izuzecima). Lovci plate sve što se od njih traži, ali porez malo tko plaća, a noćenja se uglavnom ne evidentiraju. Što se ruralnog turizma tiče, Grad Gospić ima nezamjetne pomake u pružanju turističke ponude, unatoč činjenici da se u isto ulažu značajna financijska sredstva. Unatrag 15 godina o tom se obliku turizma mnogo pričalo, još više pisalo, a malo radilo. Uzaludna su bila predavanja, edukativne radionice, povoljni krediti, pravna i stručna pomoć. Uzme li se u obzir da se za obilazak europskih turističkih sajмова iz gradskog proračuna Grada Gospića za godišnji rad Turističke zajednice Grada Gospića osiguralo gotovo milijun kuna, konkretniji pomaci nisu vidljivi po ponudi i dolascima inozemnih turista na ovo područje. Iako Grad Gospić ima velike prednosti zbog svojih prirodnih vrijednosti, za sada nema niti jednog registriranog seljačkog gospodarstva koje se, uz poljoprivredu, bavi i turizmom. U angažmanu Županije, Gradova i Općina zainteresirani potencijalni turistički djelatnici putovali su po Hrvatskoj i inozemstvu ne bi li na djelu vidjeli kako to izgleda domaćinstvo koje se bavi seoskim turizmom. Dok se diljem Hrvatske seoskim turizmom diče mnogi, u Gradu Gospiću i njegovoj okolici se čini da se ništa ne isplati počinjati. Ova je uvriježena činjenica zapravo pogrešna, tvrdi struka. Puno se puta moglo čuti kako bi turisti ostajali u Lici kada bi im se osim prelijepa prirode i nacionalnih parkova nudilo još nešto: seoska idila, jahanje, domaća hrana lišena kemijskih dodataka. S ovim resursima „pravi“ posao napravila su mnoga seoska gospodarstva diljem Slavonije, Zagorja, Gorskog Kotara, kontinentalne Istre. Osim privatnog smještaja koji kvalitetom ne zaostaje za ostatkom Hrvatske, pojam ličkog seoskog turizma u pravom značenju tih riječi nikako da se makne s ishodišne točke.

LITERATURA

KNJIGE, ČASOPISI I PUBLIKACIJE:

1. Alpeza, M. et al., (2015), *Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2014.*, CEPOR, Zagreb
2. Bro, C., (2007), *Master plan turizma Karlovačke i Ličko – senjske županije*, ADE - Grontmij, Institut za turizam, Karlovac
3. Brozičević, J. et al, (2015), *Razvoj turizma na području Grada Gospića*, Seminarski rad, Veleučilište u Šibeniku, Šibenik
4. Bruce Yerkovich, B., (2015), *Mogućnosti razvoja sportskog turizma u Lici: primjer Linden tree retreat & Ranch*, Kongresni centar – Zagrebački velesajam, Zagreb
5. Buble, M., Kružić, D., (2006), *Poduzetništvo – realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RriF, Zagreb
6. Ćesić, Z. et al., (2006), *Primijenjeno poduzetništvo*, Beretin d.o.o., Split – Zagreb
7. Dulčić, A., (1991), *Turizam, načela razvoja i praksa*, Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Split, Zagreb
8. Dulčić, A., Petrić. L., (2001), *Upravljanje razvojem turizma*, Mate d.o.o., Zagreb
9. Grad Gospić, (2016), *Strategija razvoja grada Gospića za razdoblje 2016.-2020.*, *Nacrt - Osnovna analiza*, Gospić
10. Hajdaš, S., (2006), *Primijenjeno poduzetništvo - Turističko poduzetništvo*, Beretin d.o.o., Split – Zagreb
11. LAG LIKA, (2013), *Lokalna razvojna strategija LAG-a Lika za razdoblje 2014. – 2020.*, Gospić
12. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2013), *Nacionalni program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu*, Zagreb
13. Petrić, L., (2003), *Osnove turizma*, Sveučilište u Splitu – Ekonomski fakultet, Split
14. Škrtić, M., (2006), *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb
15. Vlada Republike Hrvatske, (2013), *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.*, Zagreb

16. Županija Ličko – senjska, (2002), *Program poticanja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu i poticajne mjere u 2002. godini*, Upravni odjel za gospodarstvo LSŽ, Gospić
17. Županijska skupština LSŽ, (2014), *Program poticanja razvoja malog gospodarstva Ličko - senjske županije 2014.-2020. godine*, Gospić
18. Wagner, D., (1995), *Ekoturizam, Zbornik radova „Razvoj ruralnog turizma“*, Hrvatski farmer, Zagreb
19. Weber, S., Mikačić, V., (1999), *Osnove turizma*, Školska knjiga d.o.o., Zagreb

INTERNETSKI IZVORI:

20. CroTours.hr online booking,
<http://www.crotours.hr/smjestaj/seoski-turizam-16.html> (31.05.2016.)
21. Dnevnik.hr –
<http://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/ljeto-u-planinama-od-divljine-te-dijeli-samo-oplata-satora-bojis-se-ali-osjecaj-je-fenomenalan---396571.html> (31.05.2016.)
22. Grad Gospić -
http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=4
(30.04.2016.)
23. Grad Gospić -
http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=217:gospido-bio-priznanje-zeleni-cvijet-mc-nikola-tesla-priznanje-doivi-hrvatsku (31.05.2016.)
24. Grad Gospić,
http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=723:gradonaelnik-posjetio-obiteljsko-poljoprivredno-gospodarstvo-kolaevi&catid=28:gradska-uprava (30.05.2016.)
25. Grad Gospić,
http://www.gospic.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=1033:gradgospio-ukljuio-se-u-program-kreditom-do-uspjeha-2014q-mjera-1-kreditom-do-konkurentnosti&catid=20:gradonaelnik (31.05.2016.)
26. Hrvatska turistička zajednica,

- <http://croatia.hr/hr-HR/Odredista/Mjesto/Gospic?ZHNCmzAyLHBcNw%3D%3D>
(31.05.2016.)
27. Jutarnji list – Tportal.hr,
<http://www.jutarnji.hr/turisticki-vodic--lika--karlovac-i-gorski-kotar--top-odredista-za-za-aktivni-odmor-i-adrenalinske-avanture/943664/> (31.05.2016.)
28. Kulturni portal,
<http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/gospic/> (31.05.2016.)
29. Ličko ekološka akcija –
http://www.lea.hr/?page_id=228 (31.05.2016.)
30. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske,
<http://www.mint.hr/default.aspx?ID=32965> (31.05.2016.)
31. PD Željezničar- Gospić,
<http://www.pdzeljeznicargospic.hr/wp/o-nama/pd-zeljeznicar-gospic/> (31.05.2016.)
32. Pustolovno – izletnički centar Rizvan City,
<http://www.adria-velebitica.hr/hr/rizvan-city?gclid=CJ3t-JbBh80CFQuNGwod7O4NWg> (31.05.2016.)
33. SlobodnaLika.com,
http://slobodnalika.com/novosti/6506_Regata+Lika+2010++Veslacka+i+jedrilicarska+regata+na+rijeci+Lici.html (31.05.2016.)
34. Turistička zajednica Grada Gospića,
<http://www.tz-gospic.hr/hr/sportsko-penjanje> (31.05.2016.)
35. Turistička zajednica Grada Gospića,
<http://www.tz-gospic.hr/index.php/hr/ribolov> (31.05.2016.)
36. Turistička zajednica Grada Gospića,
<http://www.tz-gospic.hr/hr/manifestacije/41-jesen-u-lici> (31.05.2016.)
37. Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
<http://www.lickosenjska.com/index.php/hr/turizam/turizam-zdravlja> (31.05.2016.)
38. Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
licka.com/files/media/attachment_hr/27/Lika_final_HRV_korigirano2.pdf (31.05.2016.)
39. Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
<http://www.lickosenjska.com/index.php/hr/turizam/seoski-turizam> (31.05.2016.)
40. Turistička zajednica Ličko – senjske županije,
<http://www.licko-senjska.com/index.php/hr/turizam/zimski-sportovi> (31.05.2016.)

