

Ivo Kunst

UDK: 338.48(497.5-35Bjelovar)

Pregledni članak

Rukopis prihvaćen za tisak: 11. 4. 2012.

RAZVOJ TURIZMA NA PODRUČJU BJELOVARSKO-BILOGORSKE ŽUPANIJE: STANJE, OGRANIČENJA I KAKO IH PREVLADATI

Sažetak

Usprkos prilično raznolikoj, sadržajnoj i prostorno diversificiranoj resursno-atraksijskoj osnovi (izvori termalne vode u Daruvaru, pitomi obronci Bilogore, Moslavačke gore, Ravne gore i Papuka, bogatstvo slatkovodnih površina, šume bogate divljači, velike poljoprivredne površine, multikulturalnost i velik broj događanja regionalnog i lokalnog karaktera), praktički nijedan turistički proizvod Bjelovarsko-bilogorske županije, osim donekle lovnog turizma, nije u prošlom razdoblju, bio ni sustavno razvijan, niti adekvatno prezentiran potencijalnoj potražnji. U želji da se takvo stanje popravi Bjelovarsko-bilogorska županija i Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije dale su izraditi turistički master plan županije, ali i dokument kojim su egzaktno identificirani ključni razvojni projekti koji bi trebali dinamizirati razvoj turizma i unaprijediti turističko privređivanje na ovom prostoru. Nažalost, zaključci ovih strateški važnih dokumenata još se uvijek ne provode. U ovom se radu pokušavaju naći razlozi zašto je tome tako, ali i predložiti način kako bi se postojeće stanje pomaknulo s „mrtve točke“.

Ključne riječi: turizam; razvoj; ograničenja; Bjelovarsko-bilogorska županija.

1. Uvodne naznake

Turistička resursno-atraksijska osnova kojom neka teritorijalno-administrativna jedinica (grad, općina, županija) raspolaže predstavlja svojevrsnu „turističku sirovinu“, odnosno ishodište za kreiranje različitih sustava mogućih turističkih iskustava i/ili doživljaja koje je na tom području moguće ponuditi različitim potrošačkim segmentima. Usprkos prilično raznolikoj, sadržajnoj i prostorno diversificiranoj resursno-atraksijskoj osnovi (izvori termalne vode u Daruvaru, pitomi obronci Bilogore, Moslavačke gore, Ravne gore i Papuka, bogatstvo slatkovodnih površina, šume bogate divljači, velike poljoprivredne površine, multikulturalnost i velik broj događanja regionalnog i lokalnog karaktera), praktički nijedan turistički proizvod Bjelovarsko-bilogorske županije, osim donekle lovnog turizma, nije u prošlom razdoblju, bio ni sustavno razvijan, niti adekvatno prezentiran potencijalnoj potražnji.

Izravna posljedica dosadašnjeg pristupa turističkom razvoju Županije ogleda se u činjenici da je cijeli ovaj prostor još uvijek turistički marginaliziran. To zorno potvrđuje i kretanje broja turistički motiviranih dolazaka i/ili noćenja na ovom području. Jasno je, dakle, da Bjelovarsko-bilogorska županija do danas nije valorizirala vlastiti turistički potencijal na primjeren način, zbog čega ni ne predstavlja značajnije kontinentalno turističko odredište kako na području zdravstveno-lječilišnog turizma, tako ni u segmentu kulturnog turizma (događanja, festivali, manifestacije, kreativni turizam), ali ni u etno-eko, ruralnom, lovnom, ribolovnom i drugim oblicima tzv. turizma specijalnih interesa.

U želji da se neiskorišten, a dobrim dijelom i zapušten ekonomski potencijal relativno kvalitetne resursno-atraksijske osnove Bjelovarsko-bilogorske županije usustavi, **adekvatno valorizira i stavi u funkciju turističkog privređivanja, sve u cilju povećavanja ekonomskih učinaka turizma**, a time i životnog standarda lokalne populacije, Bjelovarsko-bilogorska županija i Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije usvojile su u razdoblju od 2008. do 2010. dva dokumenta strateškog karaktera. Riječ je o dokumentima: *Turističkom master planu Bjelovarsko-bilogorske županije* (Kunst i Tomljenović, 2008.), odnosno *Identifikaciji ključnih razvojnih projekata za implementaciju vizije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije* (Kunst i Tomljenović, 2010.).

Polazeći od detaljne analize prometne povezanosti i raspoloživosti vitalnih infrastrukturnih sustava, ali i dostignutog stupnja turističke razvijenosti Županije, *Turističkim master planom* sustavno je inventarizirana i valorizirana tržišna spremnost turističke resursno-atraksijske osnove, analizirano je potencijalno turističko tržište te provedena detaljna SWOT analiza. Na toj su osnovi, potom, definirani ključni razvojni ciljevi i vizija razvoja turizma Bjelovarsko-bilogorske županije, te je predložena prikladna turistička regionalizacija u cilju što boljeg tržišnog pozicioniranja nekoliko definiranih turističkih klastera. Konačno, na bazi svih prethodnih saznanja, identificirani su i turistički proizvodi na kojima valja temeljiti razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. Postavljeni razvojni ciljevi, pritom, u najvećoj mjeri su uvažavali i financijske, ljudske i organizacijske resurse kojima Bjelovarsko-bilogorska županija trenutno raspolaže.

Nadalje, **a budući da se specificirana vizija turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije neće realizirati sama od sebe**, *Turistički master plan...* je nadograđen i specifikacijom određenog broja konkretnih, međusobno komplementarnih razvojno-investicijskih projekata i/ili aktivnosti za koje bi odgovornost trebali preuzeti različiti razvojni sudionici, kako javnog, tako i privatnog sektora. Posebno valja naglasiti da su svi relevantni dionici turističkog razvoja Županije bili aktivno uključeni, kako u inicijalno predlaganje, tako i u konačni odabir dvadesetak projekata i/ili aktivnosti čijoj bi realizaciji valjalo pristupiti što je moguće prije.

Neovisno o činjenici da su sve aktivnosti povezane s problematikom strateškog planiranja razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije kao turističke destinacije usklađene s uobičajenom svjetskom praksom i pravilima struke, odmah valja naglasiti činjenicu da implementacija zaključaka oba prethodno navedena strateška dokumenta još uvijek stoji praktički na „mrtvoj točki“. Drugim riječima, gotovo nijedan od identificiranih projekata/aktivnosti, kako u sferi stvaranja poticajnog socijalnog okružja, tako i u sferi izgradnje turističke infra i suprastrukture, diversifikacije turističkih proizvoda, uspostave turističke poželjnosti i prepoznatljivosti još uvijek nije pokrenut. Samim tim, dakle, stanje turističke razvijenosti, a time i očekivana dinamika turističkog prometa na ovim je prostorima gotovo identična stanju prije izrade *Turističkog master plana*. Takvo stanje stvari nikako se ne može ocijeniti pozitivnom ocjenom. Da bi se pobliže utvrdili razlozi zašto se zaključci i preporuke sadržane u prethodno navedena dva strateška razvojna dokumenta ne implementiraju na zadovoljavajući način, potrebno se, ukratko, osvrnuti na specifičnosti turističkog privređivanja i temeljne značajke učinkovitog upravljanja turističkom destinacijom.

2. Specifičnost turističkog privređivanja i odrednice destinacijskog upravljanja

Za razliku od drugih (tradicionalno shvaćenih) gospodarskih djelatnosti, a koje karakteriziraju jasno prepoznatljivi finalni proizvodi (automobil, cipela, jogurt, koncert), bitna značajka turističkog privređivanja je tzv. „destinacijski turistički proizvod“ koji je agregatna kategorija, odnosno, amalgam velikog broja različitih individualno kreiranih i ponuđenih (uslužnih) proizvoda (Murphy, Pritchard i Smith, 2000.). Neke od tih usluga su u ingerenciji privatnog sektora (smještajni objekti, objekti hrane i pića, različiti uslužni servisi, institucije financijskog posredovanja, turistički posrednici, trgovine i sl.), dok su neke u ingerenciji javnog sektora (javni prijevoz, komunalna infrastruktura, čistoća i uređenost mjesta, sigurnost, turističke informacije, kulturne institucije i sl.). Samim tim, kvalitetan turistički boravak u destinaciji nije moguć bez aktivne uloge, podjele ingerencija, ali i međusobne suradnje i umrežavanja različitih institucija javnog sektora i pojedinačnih privatnih poduzetnika.

S druge strane, u uvjetima opće raspoloživosti svih relevantnih informacija, novih načina tržišne komunikacije, novih kanala prodaje, sve pristupačnijih cijena avioprijevoza, kao i pojačanog interesa sve većeg broja ljudi ne samo za upoznavanjem različitih zemalja/kultura, već i lokalnih običaja i načina života, turističko privređivanje, baš kao i sve druge sfere gospodarske aktivnosti, obilježava stalno zaoštavanje konkurentske utakmice, i to ne samo na nacionalnoj razini, već i na razini svake pojedine, šire ili uže shvaćene turističke destinacije (Kunst, 2011.). U borbi za tržišno preživljavanje turističke su destinacije prisiljene na kontinuirano osmišljavanje novih i/ili inoviranje postojećih razvojnih strategija kako bi naglasile vlastite konkurentske prednosti u odnosu na stalno rastući broj potencijalnih takma-

ca (Echtner i Ritchie, 2003.). Borba za tržišno preživljavanje pretpostavlja, dakle, adekvatno destinacijsko profiliranje.

Da bi bilo uspješno i dugoročno održivo, tržišno profiliranje svake turističke destinacije trebalo bi se temeljiti, kako na relevantnim tržišnim trendovima, tako i na vlastitim ključnim kompetencijama (eng. „*core competencies*“). Riječ je ponajviše o potrebi prepoznavanja specifičnosti i naglašavanju unikatnosti vlastite resursno-atraktivne osnove u odnosu na druge destinacije u relevantnom konkurentskom okružju (Goodrich, 1978., Woodside i Lysons, 1989., Echtner i Ritchie, 2003.). U tom se smislu može, dakle, govoriti o potrebi tzv. sadržajne i/ili tematske diferencijacije integralnog destinacijskog doživljaja, a što se nikako ne može postići bez sustavnog promišljanja, planiranja i „ciljanog navođenja“ željene budućnosti provedbom zaključaka, smjernica i/ili odrednica do kojih se došlo u fazi razvojnog promišljanja i planiranja. Može se, stoga, reći da je u suvremenim uvjetima uspješan i dugoročno održiv razvoj bilo koje turističke destinacije izrazito snažno i pozitivno koreliran s efikasnom primjenom procesa strateškog upravljanja destinacijskim razvojem (In-skeep, 1991., Dredge, 1999.).

Strateško upravljanje razvojem turističke destinacije zapravo je iterativni, višekriterijalni i kolaborativno-participativni proces u kojem neposredno sudjeluju predstavnici svih razvojnih dionika (Jamal i Getz, 1995.), pri čemu inicijativa, koordinacija i facilitacija cijelog procesa mora biti u rukama nositelja javne vlasti. Pritom će se sam proces prevođenja željene budućnosti (destinacijska razvojna vizija) u stvarnost odvijati to uspješnije, što će veći broj destinacijskih razvojnih dionika, pod dirigentskom palicom nositelja javne vlasti, poduzimati zajednički dogovorene aktivnosti kako bi se željena budućnost doista „isprovocirala“. Može se, dakle, zaključiti da nositelji javne vlasti, donošenjem ili izostankom određenih odluka, kako tijekom planiranja razvoja, tako i tijekom provedbe zacrtanih razvojnim usmjerenja, imaju presudnu ulogu, ne samo u profiliranju smjera, već i u određivanju dinamike turističkog razvoja na razini turističke destinacije. To vrijedi i za područje Bjelovarsko-bilogorske županije.

3. Uzroci stagnacije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije

Uzroke stagnacije turističkog razvoja na području Županije i nakon izrade, odnosno usvajanja *Turističkog master plana Bjelovarsko-bilogorske županije* valja, jednim dijelom, povezivati s izrazito nepovoljnim gospodarskim kretanjima u Hrvatskoj, koja već treću godinu zaredom karakterizira opadanje ukupne gospodarske aktivnosti (recesija) i povećanje nezaposlenosti, te s tim povezano opadanje agregatne investicijske potražnje i osobne potrošnje. Takva gospodarska kretanja morala su se, zasigurno izrazito negativno odraziti na kretanje proračunskih prihoda, kako države, tako osobito i jedinica lokalne samouprave, uključujući i Bjelovarsko-bilogorsku

županiju. Manji proračunski prihodi, s druge strane, odrazili su se negativno i na mogućnost realizacije većeg broja investicija u sferi javnog sektora, uključujući i onih u funkciji turističkog razvoja.

Osim nepovoljnih makroekonomskih prilika na globalnoj i nacionalnoj razini, uzroke stagnacije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije valja, nadalje, u određenoj mjeri tražiti i u današnjem organizacijskom ustroju izvršne vlasti na razini države, a to se onda preslikava i na regionalnoj i/ili lokalnoj razini. Naime, kako je turizam izuzetno kompleksan, za njegov je dinamičan razvoj na bilo kojoj administrativno-teritorijalnoj razini, osim poduzetničkog interesa, potrebno osigurati i efikasnu suradnju različitih institucija u sferi društvenih djelatnosti, a što u Hrvatskoj trenutno, sasvim sigurno, usprkos velikom naporu Ministarstva turizma, još uvijek nije slučaj.

Ministarstvo turizma, kao resorno ministarstvo zaduženo za sva pitanja turističkog razvoja Republike Hrvatske, ima ulogu stvaranja kvalitetnog i razvojno poticajnog pravnog okvira koji vodi računa o interesima, kako poduzetničkog sektora, tako i o državnim interesima. U okviru ovog Ministarstva djeluje i sustav turističkih zajednica preko kojih se hrvatski turistički proizvod, odnosno hrvatske turističke regije više nego uspješno promoviraju na međunarodnim tržištima. Nadalje, iako je ovo Ministarstvo zaduženo, kako za formuliranje strategije razvoja hrvatskog turizma, tako i za formuliranje operativne turističke politike i razvoj turističkih proizvoda, nije ipak nadležno za cijeli niz čimbenika i/ili institucija koje svakodnevno, neposredno i posredno, bitno utječu, ne samo na konkurentsku sposobnost i/ili razvojne perspektive turističke aktivnosti u nas, već i na globalnu percepciju Hrvatske kao turističke destinacije. Riječ je ne samo o kompleksnoj problematici razvoja prometne i komunalne infrastrukture, mjerama zaštite i očuvanja vrijedne prirodne i kulturno-povijesne resursno-atraktivne osnove, određivanju namjene korištenja ukupno raspoloživog (ne samo turističkog) prostora, definiranju turističkih razvojnih zona i njihove namjene, utvrđivanju kriterija i smjernica dopuštene turističke izgradnje, utvrđivanju načina korištenja obalnog pojasa, kao i načina upravljanja plažama, već i o problematici primjerene fiskalne (i/ili parafiskalne) opterećenosti turističkih poduzeća, sustavu poticaja investicijske aktivnosti, tečaja kune i sl. Svemu ovome valja dodati i problematiku sigurnosti turista, učinkovitost sustava zdravstvene zaštite u destinaciji, odnosno kvalitetu neposrednih turističkih djelatnika, a ova proizlazi iz značajki postojećeg obrazovnog sustava.

Drugim riječima, na razvoj turizma na prostoru Republike Hrvatske u velikoj mjeri, a da se o tome ne vodi previše računa, utječu i zakonska rješenja, provedbene odluke i/ili aktivnosti većeg broja hrvatskih ministarstava i/ili javnih poduzeća pod njihovom ingerencijom. U tom kontekstu posebno valja spomenuti neposrednu povezanost i ulogu koju na turističko privrjeđivanje imaju Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo regionalnog razvoja, šumskog i vodnog gospodarstva, Ministarstvo

kulture, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo financija, odnosno Ministarstvo zdravstva. Nadalje, kako su sva prethodno navedena ministarstva potpuno autonomna u svom djelovanju, pri čemu je, ovisno o konkretnim prioritetima i/ili ciljevima koji se pokušavaju realizirati, međuresorna suradnja pojedinih ministarstava više iznimka nego pravilo, samo se slučajno može „poklopiti“ da pojedina zakonska rješenja, provedbene mjere i/ili aktivnosti drugih ministarstava, pozitivno i efikasno pridonose konkurentnosti hrvatskih turističkih poduzeća, razini poduzetničke aktivnosti u turizmu, odnosno razvoju hrvatskog turističkog proizvoda u cjelini. Sve se to prelama i na regionalnoj i/ili lokalnoj razini, pri čemu Bjelovarsko-bilogorska županija i njene jedinice lokalne samouprave nisu nikakva iznimka.

Neovisno o **prethodno navedenim objektivnim činiteljima koji su, sasvim sigurno**, značajno utjecali na dinamiku turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije u protekle tri godine, teško se oteti dojmu da izostanak bilo kakvih razvojnih aktivnosti u sferi turizma, praktički na cijelom području Bjelovarsko-bilogorske županije, a usprkos jasno naznačenih razvojnih usmjerenja, usvojene vizije i koncepcije turističkog razvoja, kao i specificiranih prioriteta aktivnosti valja, određenim dijelom, pripisivati i subjektivnim slabostima nositelja javne vlasti, kako na županijskoj razini, tako i na razini gradova i/ili općina na ovom prostoru. Naime, *Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije* jasno je upozorio na činjenicu da će pokretanje i/ili dinamiziranje turističkog razvoja na cijelom ovom području biti moguće samo pod uvjetom da se na razini Županije i lokalnih samouprava osigura, ne samo potrebna posvećenost turističkom razvoju, već i uvjerenje da dosad prevladavajući način promišljanja i upravljanja gospodarskim (turističkim) razvojem nije bio dobar te da ga valja mijenjati. Nadalje, ukazano je i na činjenicu da se odgovornost za turistički razvoj, kako Županije, tako i svake pojedine jedinice lokalne samouprave u njenom sastavu ni u kojem slučaju ne smije prebacivati na slabo financirane i politički neutjecajne turističke zajednice, već ponajviše na gradska/općinska poglavarstva, odnosno nositelje izvršne vlasti na razini Županije. Naime, upravo bi od nositelja izvršne javne vlasti trebalo očekivati da svojim aktivnim djelovanjem, kreativnim inicijativama i/ili neposrednim (financijskim) doprinosom pokrenu razvojni proces i dodatno pobude interes, kako već postojećih, tako i potencijalnih poduzetnika za ulaganjem u konkretne razvojne projekte, neposredno ili posredno, u funkciji stvaranja i novog turističkog identiteta, i cjelovitog turističkog lanca vrijednosti na području Županije. Drugim riječima, iniciranje i/ili dinamiziranje turističkog razvoja podrazumijeva da su nositelji javne vlasti na regionalnoj i/ili lokalnoj razini u stanju, ne samo prepoznati važnost, već i osigurati financije za pokretanje nekoliko „oglednih“ razvojno-investicijskih projekata, osigurati poticajnu investicijsku klimu te potaknuti međusobnu suradnju pojedinih turističkih poduzeća i/ili obrta, kao i njihovu suradnju s drugim pravnim osobama u domeni privatnog sektora. Takva aktivna uloga nositelja javne vlasti podrazumijevala bi, nadalje, provođenje sljedećeg niza aktivnosti:

- organiziranje i **provođenje cijelog niza javno-privatnih rasprava o ulozi turizma** i pojedinih turističkih razvojno-investicijskih projekata na gospodarstvo pojedinih jedinica lokalne samouprave na prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije;
- definiranje pravila igre i uvjeta koje privatni poduzetnici u sektoru turizma moraju ispunjavati (poštivanje zakona i uredbi);
- osiguranje kontrole prihvatljivog ponašanja u realizaciji kako investicijskih, tako i dnevnooperativnih aktivnosti (inspekcije);
- osiguranje zajedničkih smjernica i/ili uputstava (pravilnici, norme i sl.) za sve, ili, većinu aktera u sferi turističkog privređivanja;
- osiguranje efikasnog sučelja (tzv. *interface*) sa svim drugim gospodarskim sektorima i socijalnim skupinama;
- dnevni **utjecaj na provođenje zacrtanih marketinških aktivnosti, organizaciju velikih događanja, upravljanje ključnim atrakcijama i programima prijema gostiju i sl.**

Nažalost, već i letimičan pogled na gornje aktivnosti te njihova usporedba s onim čime se nositelji javne vlasti na lokalnoj i/ili regionalnoj (županijskoj) razini danas bave, ukazuje na zaključak da postoji značajno odstupanje od poželjnog stanja. Samim tim, ukoliko se lokalne vlasti na cijelom području Županije znatno aktivnije ne uključe u problematiku turističkog razvoja na način da ga počnu ne samo deklarativno, već i financijski podupirati, turistički će razvoj cijelog ovog područja, kako na lokalnoj, tako i na županijskoj razini, biti opasno ugrožen. Drugačije rečeno, današnja razina financijske podrške turističkom razvoju Županije neće biti dovoljna, ne samo za unaprijeđenje trenutne, već ni za očuvanje postojeće konkurentske pozicije, osobito ako se ionako mala proračunska sredstva namijenjena turističkom razvoju ne fokusiraju na nekoliko kapitalnih projekata, odnosno ako se učinci dodjeljivanja proračunskih bespovratnih sredstava redovno ne provjeravaju.

4. Kako razbiti razvojnu letargiju i potaknuti turistički razvoj Bjelovarsko-bilogorske županije?

Nažalost, **najveći broj turističkih destinacija u Republici Hrvatskoj još uvijek obilježava rudimentarna razina strateškog upravljanja** (Boranić Živoder, 2010., Kunst, 2011.). Iako je Bjelovarsko-bilogorska županija, za razliku od mnogih, osobito županija kontinentalne Hrvatske, učinila inicijalni napor i izradila sve potrebne strateške dokumente potrebne za dinamiziranje turističkog razvoja na svom području na dugoročno održiv i tržišno primjeren način, sam razvojni proces još uvijek se ne dešava zbor različitih, prethodno elaboriranih razloga, kako objektivne, tako i subjektivne prirode. Dok će na većinu objektivnih razloga (gospodarska kriza, nedostatak proračunskih sredstava, nepovoljna poduzetnička klima, ustroj i ingerencije izvršne vlasti) biti dosta teško utjecati s regionalne razine, većina se subjektivnih razvojnih ograničenja turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije može otkloniti bez

većih financijskih sredstava i u relativno kratko vrijeme. Temeljni preduvjet za to, međutim, odnosi se na napuštanje dosadašnjeg načina promišljanja o županijskim gospodarskim prioritetima, te s tim u vezi, pojačanom preusmjeravanju prioriteta u korištenju ograničenih sredstava županijskog i općinskih/gradskih proračuna prema turizmu i njemu bliskoj poljoprivredi.

Nije realno za očekivati da će se postojeće stanje stvari u iniciranju turističkih razvojnih projekata na području Bjelovarsko-bilogorske županije početi mijenjati nabolje samo od sebe, ključno pitanje na koje valja odgovoriti glasi: što bi trebalo poduzeti u cilju što je moguće brže i što je moguće efikasnije promjene prevladavajućih stavova nositelja javne vlasti na županijskoj i općinskoj razini da bi se turizam i na njemu zasnovana poljoprivreda prepoznali kao ekonomski racionalan, socijalno odgovoran i tržišno prihvatljiv gospodarski model?

S obzirom na nepostojanje uvjerenja da turizam može biti značajan generator gospodarskog razvoja, pa i slučaju kvalitetne resursno-atraktivne osnove, bogatstva nenaseljenog i ekološki očuvanog prostora, odnosno s druge strane relativno nepovoljne starosne i kvalifikacijske strukture stanovništva, a što sve karakterizira najveći dio prostora Bjelovarsko-bilogorske županije, čini se da bi učinkovita primjena prigodno krojenih programa podizanja današnje razine svijesti i/ili educiranosti osobito nositelja javne vlasti i menadžmenta javnih poduzeća i/ili kulturnih institucija, kako na županijskoj, tako i na lokalnoj razini, već u relativno kratkom roku stvorila potrebnu kritičnu masu uvjerenih zagovornika turističkog razvoja kao glavnog i/ili dodatnog izvora prihoda velikog broja lokalnih stanovnika. Ciljevi takvih programa mogu se svesti na nekoliko sljedećih točaka:

- razumijevanje koristi koje turistički razvoj donosi, kako na osobnoj razini, tako i na razini Bjelovarsko-bilogorske županije i pojedinih njenih karakterističnih regija (klasteri);
- bolje shvaćanje vlastite uloge (i odgovornosti) u razvojnom procesu, ali i uloge i odgovornosti svih drugih razvojnih dionika;
- razumijevanje potrebe poticanja različitih javno-javnih i javno-privatnih suradnji, povezivanja i/ili partnerstva u cilju stvaranja preduvjeta za dinamičniji turistički razvoj na cjelokupnom prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije;
- ukazivanje na potrebne promjene u dosad ustaljenom načinu ponašanja i razmišljanja, osobito onih razvojnih dionika u javnom sektoru (komunalna poduzeća, kulturne institucije, udruge u kulturi i sl.) koji svoju javnu aktivnost, najčešće, ne dovode u kontekst, odnosno ne povezuju s turističkim razvojem;
- stjecanje znanja za kritičko propitivanje svake razvojne odluke u kontekstu, kako njene ekološke i/ili tržišne primjerenosti, tako i u kontekstu kreiranja adekvatnog destinacijskog imidža i/ili identiteta.

Kad je riječ o ciljanim skupinama potencijalnih polaznika, čini se da bi valjalo osigurati sudjelovanje: a) nositelja javne vlasti, b) stručnih djelatnika županijske

gospodarske komore, c) stručnih djelatnika Razvojne agencije Bjelovarsko-bilogorske županije, d) predstavnika kulturnih institucija i/ili udruga u kulturi, e) predstavnika javno-komunalnih poduzeća, ali i vlasnika obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kao i malih poduzetnika posebno zainteresiranih za uključivanje u turističko privređivanje.

S druge strane, a što se tiče konkretnih edukacijskih modula, smisleno bi bilo početi sa sljedećim temama:

- socio-ekonomski učinci turizma
- turistički proizvod
- planiranje turističkog razvoja i upravljanje turističkom destinacijom
- mogućnosti za male poduzetnike u turizmu
- menadžment i turizam na obiteljskom seoskom gospodarstvu
- kulturni turizam – od resursa preko proizvoda do tržišta
- organizacija specijalnih događanja.

Istodobno, a s obzirom da se većina dionika turističkog razvoja, sukladno svojim bitnim stavovima o potrebi ubrzavanja turističkog razvoja Županije, može svrstati ili u deklarativne zagovornike razvoja turizma ili u indiferentne razvojne dionike, pri čemu:

- deklarativni zagovornici razvoja turizma dobro razumiju i/ili verbalno podupiru ideju za **intenziviranjem turističkog razvoja, ali se sami, još uvijek, nisu dovoljno angažirali na tom planu,**

- indiferentni dionici turističkog razvoja ne razmišljaju previše o turizmu kao jednom od mogućih generatora gospodarskog rasta zajednice i/ili individualnog boljitka unatoč potencijalnom utjecaju koji bi mogli odigrati u tom procesu.

Pod pretpostavkom dobro osmišljenih, kvalitetno pripremljenih/provedenih i adekvatno posjećenih programa podizanja razine svijesti, za očekivati je da bi većina danas indiferentnih i/ili latentnih razvojnih dionika bitno izmijenila svoja ustaljena uvjerenja te bi se, već u relativno kratkom vremenu, pretvorila u tzv. ambasadore županijskog turističkog razvoja. Riječ je o osobama koje razvoj turizma smatraju svojevrsnim razvojnim imperativom te svojim proaktivnim djelovanjem bitno pridonose njegovom razvoju.

Zaključna razmatranja

Nositelji javne vlasti na području Bjelovarsko-bilogorske županije prepoznali su, ne samo turistički potencijal resursno-atraksijske osnove kojim Županija raspolaže, već i važnost intenzivnije orijentacije na turizam i rast njegovog udjela u strukturi gospodarstva ovog područja, zato su u razdoblju od 2008. do 2010. usvojili dva strateška dokumenta, vitalna za ostvarenje vizija županijskog turističkog razvoja. Unatoč tome, operacionalizacija zaključaka ovih dokumenata još uvijek stoji na mrtvoj

točki. Iako uzroke takvog stanja valja najvećim dijelom tražiti u nepovoljnim prilikama u makrookružju, teško se oteti dojmu da je neprovođenje zaključaka usvojenog *Turističkog master plana Bjelovarsko-bilogorske županije*, jednim dijelom povezano i s određenim brojem subjektivnih činitelja i/ili administrativno-organizacijskih „uskih grla“.

Kako nije za očekivati da će se gospodarske prilike te s njima povezana visina javne potrošnje u zemlji u sljedećem srednjoročnom razdoblju značajnije poboljšati, intenzitet turističkog razvoja na prostoru Bjelovarsko-bilogorske županije bit će uvjetovan ponajviše visinom proračunskih izdvajanja za razvoj turističke infrastrukture. Pritom se, osobito u uvjetima stagnantnih proračunskih prihoda Županije može pretpostaviti da će visina proračunskih izdavanja za turizam biti snažno pozitivno korelirana sa stupnjem razumijevanja neposrednih i posrednih koristi koje će brojni žitelji ovog područja imati od ubrzanog turističkog razvoja. Nadalje, osim uloge koju ubrzani razvoj turizma može imati na oživljavanje i restrukturiranje gospodarstva, kako Županije, tako i pojedinih općina i/ili gradova na njenom području, nositelji javne vlasti morali bi što je moguće prije razumjeti i što bi oni trebali činiti u kontekstu stvaranja poticajne investicijske klime i poduzetničkog optimizma.

Da bi nositelji javne vlasti mogli postati pravi ambasadori, ne samo efikasnog pokretanja, već i dugoročno održivog upravljanja turističkim razvojnim procesom na području svoje ingerencije, bit će potrebno bitno izmijeniti današnji način razmišljanja i djelovanja u velikom broju jedinica lokalne samouprave i/ili drugih institucija javnog sektora. Najbolji način da se to postigne je sustavno podizanje razine svijesti donositelja odluka u javnom sektoru dobro osmišljenim i kvalitetnim edukacijskim radionicama.

Drugim riječima, **dinamičniji razvoj turizma na području Županije u nastupajućem razdoblju** bit će moguće ostvariti samo ako se prethodno stvori potrebna razina razumijevanja turističkog razvojnog procesa i uspostavi kritična masa destinacijskih „turističkih ambasadora“ koji će razumijevati, ne samo potrebu određenih prenamjena u trošenju proračunskih prihoda u cilju pokretanja novog razvojnog ciklusa, već i potrebu unošenja cijelog niza strukturnih promjena u dosad prevladavajući način promišljanja i/ili upravljanja turističkim razvojem na ovom području.

Literatura

- Baza podataka Instituta za turizam (2010). Zagreb: Državni zavod za statistiku.
- Boranić Živoder, S. (2010), *Upravljanje turističkom destinacijom u funkciji održivog razvoja turizma*. Doktorska disertacija. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Dredge, D. (1999), Destination place planning and design. *Annals of Tourism Research*, 26(4), str. 772-791.
- Dredge, D. (2006), Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management* 27, str. 269-280.
- Echtner, C. M. i Ritchie, J. R. B. (2003), The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), str. 37-48.
- Goodrich, J. N. (1978), The relationship between preferences for and perceptions of vacation destinations: Application of a choice model. *Journal of Travel Research*, Fall, str. 8-13.
- Inskip, B. (1991), *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jamal, T. B., Getz, D. (1995), Collaboration Theory and Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), str. 186-204.
- Kunst, I., Tomljenović, R. (2008), *Turistički master plan Bjelovarsko-bilogorske županije*. Zagreb: Institut za turizam.
- Kunst, I., Tomljenović, R. (2010), *Identifikacija ključnih razvojnih projekata za implementaciju vizije turističkog razvoja Bjelovarsko-bilogorske županije*. Zagreb: Institut za turizam.
- Kunst, I. (2011), Upravljanje turističkom destinacijom u Hrvatskoj – ograničenja i mogućnosti. U: Čorak, S. (ur.), *Izazovi upravljanja turizmom*. Zagreb: Znanstvena edicija Instituta za turizam, str. 1-14.
- Murphy, P., Pritchard, M., Smith, B. (2000), The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), str. 43-52.
- Woodside, A. G., Lysonski, S. (1989), A general model of traveller destination choice, *Journal of Travel Research*, 17(4), str. 8-14.

The Development of Tourism in the Bjelovar-Bilogora County: Current Situation, Limitations and Ways to Overcome

Summary

In spite of the rather diverse, rich in content and spatially diversified basis regarding resources and attractions (thermal water sources in Daruvar; gentle hillsides of Bilogora, Moslavačka gora, Ravna gora and Papuk; richness of freshwater areas; forests rich in game; big farming areas; multiculturalism; and a considerable number of events with only regional and local character), practically none of the products of the Bjelovar-Bilogora County tourism – with a partial exception of hunting tourism – either experienced systematic development or was adequately presented to the potential public in the past. Wishing for the betterment of this state, the Bjelovar-Bilogora County and the Tourist Board of the Bjelovar-Bilogora County have had the tourist master plan of the County drafted, as well as a document by which the key developmental projects, aimed at adding dynamism to the development of tourism and advancing the financial aspects of tourism in this area, have been precisely identified. Unfortunately, the conclusions of these strategically important documents have still not been implemented. In this paper, the attempt was made to make the reasons for this situation understood and to propose a way to move the existing state from the “deadlock”.

Keywords: tourism; development; limitations; Bjelovar-Bilogora County.

Dr. sc. Ivo Kunst
Institut za turizam
Vrhovec 5, 10000 Zagreb
ivo.kunst@iztg.hr