

**mr.sc. Vesna Vučemilović**

VSMTI, Matije Gupca 78, 33000 Virovitica, Hrvatska  
vesna.vucemilovic@yahoo.com

**Biserka Vištica**

Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, Zagreb, Hrvatska  
biserka.vistica@gmail.com

## **KARAKTERISTIKE POSJETITELJA I POSJEĆENOSTI PARKA PRIRODE KOPAČKI RIT**

*Stručni rad*

### **Sažetak**

*U teoretskom dijelu rada su analizirani pojmovi vezani uz zaštićena područja kao što su nacionalni parkovi i parkovi prirode te marketing usluga kao glavni čimbenik oblikovanja ponude usluga parkova prirode. Temeljna zadaća javnih ustanova koje upravljaju parkovima prirode je zaštita, održavanje i promicanje zaštićenog područja. Njihov osnovni cilj je zaštita i očuvanje izvornosti prirode, osiguravanje neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivo korištenje prirodnih dobara. Neovisno o tome, u svim parkovima prirode, a poglavito u nacionalnim parkovima, postoji značajna turistička ponuda kao dio ukupne turističke ponude Republike Hrvatske. Kako Republika Hrvatska obiluje atraktivnom i očuvanom prirodom nužno je u oblikovanju ponude parkova prirode voditi računa o strukturi posjetitelja i njihovim motivima dolaska u zaštićena područja. Navike i očekivanja posjetitelja se konstantno mijenjaju pa pružatelji turističkih usluga moraju kontinuirano u skladu s tim promjenama redizajnirati i oblikovati ponudu. Praktični dio rada se temelji na anketnom istraživanju provedenom tijekom svibnja i lipnja 2016. godine u Parku prirode Kopački rit na uzorku od 300 slučajno odabranih posjetitelja. Park prirode Kopački rit je odabran zbog činjenice kako je već nekoliko godina među posjećenijim parkovima prirode u Republici Hrvatskoj i značajan je čimbenik turističke ponude kontinentalnog turizma. Osim toga, broj posjetitelja u Parku prirode Kopački rit je osim u zimskom periodu, bez većih sezonskih oscilacija što čini snažan potencijal u turističkoj ponudi tijekom većeg dijela godine.*

*Primarni cilj ovog rada je doprinijeti oblikovanju ponude usluga Parka prirode Kopački rit u skladu sa strukturom posjetitelja koja neće predstavljati rizik za prirodne vrijednosti, te dati prijedloge za unaprjeđenje postojećeg stanja, koji trebaju doprinijeti postizanju cilja. Kroz anketno istraživanje cilj je bio dobiti osnovne pokazatelje o strukturi posjetitelja vezano uz socio-demografski profil*

*posjetitelja i životni stil vezan uz prirodu, obilježja dolaska i boravka u parku, aktivnosti u parku i potrošnju te namjeru ponovnog posjeta parkovima.*

**Ključne riječi:** *marketing usluga, parkovi prirode, Kopački rit*

**JEL:** M31

## 1. UVOD

Zahvaljujući osobitom zemljopisnom položaju Republika Hrvatska obiluje brojnim vrijednim područjima prirode koja su zaštićena temeljem Zakona o zaštiti prirode.

Tablica 1. Popis javnih ustanova koje upravljaju zaštićenim područjima u kategorijama nacionalnih parkova i parkova prirode

<b>Kategorija Nacionalni Park</b>	<b>Kategorija Park Prirode</b>
Javna ustanova „Nacionalni park Brijuni“	Javna ustanova „Park prirode Biokovo“
Javna ustanova „Nacionalni park Kornati“	Javna ustanova „Park prirode Kopački rit“
Javna ustanova „Nacionalni park Krka“	Javna ustanova „Park prirode Lonjsko polje“
Javna ustanova „Nacionalni park Mljet“	Javna ustanova „Park prirode Medvednica“
Javna ustanova „Nacionalni park Paklenica“	Javna ustanova „Park prirode Papuk“
Javna ustanova „Nacionalni park Plitvička jezera“	Javna ustanova „Park prirode Telaščica“
Javna ustanova „Nacionalni park Risnjak“	Javna ustanova „Park prirode Velebit“
Javna ustanova „Nacionalni park Sjeverni Velebit“	Javna ustanova „Park prirode Učka“
	Javna ustanova „Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje“
	Javna ustanova „Park prirode Vransko jezero“
	Javna ustanova „Park prirode Lastovsko otočje“

Izvor: <http://www.mzoip.hr/hr/priroda/zasticena-podrucja.html> (pristup: 18.8.2016.)

Prema podacima iz Upisnika koji vodi Ministarstvo zaštite okoliša i prirode u Republici Hrvatskoj, do sada je ukupno zaštićeno 409 područja u različitim kategorijama. Zaštićena područja obuhvaćaju 8,56% ukupne površine Republike

Hrvatske, odnosno 12,24% kopnenog teritorija i 1,94% teritorijalnog mora. Najveći dio zaštićene površine odnosi se na parkove prirode i čini 4,56% ukupnog državnog teritorija (Državni zavod za zaštitu prirode). U Republici Hrvatskoj je do sada proglašeno 8 nacionalnih parkova i 11 parkova prirode koji uz stroge i posebne rezervate predstavljaju zaštićena područja od državnog značenja. Iz gornje tablice je evidentno kako je najveći broj nacionalnih parkova i parkova prirode u priobalnom dijelu Republike Hrvatske. U kontinentalnom dijelu uz Park prirode Kopački rit, značajnije turističke lokacije u segmentu zaštićenih područja čine Park prirode Lonjsko polje, Park prirode Medvednica, Park prirode Papuk i Park prirode Žumberak – Samoborsko gorje.

Turizam je grana gospodarstva koja kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske može donijeti značajan rast prihoda i osigurati snažan ekonomski razvoj. Bogatstvo dobro očuvane prirode i iznimna biološka raznolikost velika su konkurentska prednost ovoga kraja. Jedno od strateški najvažnijih područja za razvoj turizma ove regije je područje Parka prirode Kopački rit i njegovog okruženja, koje svojom jedinstvenom prirodom i vrijednostima može doprinijeti ispunjenju ciljeva ekonomskog razvoja Slavonije i Baranje.

Cilj ovog rada je ukazati na moguće načine oblikovanja ponude usluga javnih ustanova koje upravljaju parkovima prirode koji će im pomoći u pozicioniranju i aktivnijem samofinanciranju u budućnosti. Pri tom uvijek treba voditi računa o ograničenjima koja proizlaze iz same prirode zaštićenih područja koja ponajprije moraju voditi računa o zaštiti i očuvanju vrijednosti zbog kojih su i proglašena zaštićenim područjima.

## 2. MARKETING USLUGA

Marketing usluga je još uvijek nedovoljno istraženo područje koje sve više dobiva na značaju jer brojna poduzeća počinju kroz diferencijaciju pratećih usluga ostvarivati konkurentsku prednost. „Usluge se obično definiraju kao djela, naponi, izvedbe“ (Ozretić Došen, 2002., 5.). Kotler i drugi definiraju usluge kao „aktivnost ili korist koju jedna stranka nudi drugoj i koja je u osnovi neopipljiva i ne rezultira vlasništvom nad nečim“ (Kotler i dr., 2006., 625.). Iz ove definicije proizlaze temeljne specifičnosti koje karakteriziraju usluge a to su neopipljivost, nedjeljivost, promjenjivost, prolaznost i nepostojanje vlasništva (Kotler i dr., 2006., 626.). Za oblikovanje usluga i ponude uslužnog poduzeća ključno je fokusirati se na strukturu korisnika usluga, odnos korisnika usluge i pružatelja usluge, odabranu strategiju pozicioniranja i ponudu konkurencije. Oblikovanje ponude mora biti u skladu s očekivanjima, potrebama, željama i motivima korisnika usluge (Ozretić Došen, 2002., 33.).

Proces pružanja usluge je važan dio koji je od strane korisnika usluge percipiran kao dio same usluge. Sastavni dijelovi samog procesa pružanja usluge kao što su infrastruktura i pružatelji usluge koji su u direktnom kontaktu s korisnicima usluga, moraju biti orijentirani prema korisnicima usluge i njihovim očekivanjima. Uz internu učinkovitost to je najvažniji cilj koji mora biti ispunjen. Proces pružanja usluge možemo promatrati u odnosu na složenost i razgranatost pa razlikujemo četiri oblika: reducirana razgranatost, smanjena složenost, povećana složenost i povećana razgranatost (Ozretić Došen, 2002., 122.). U procesu pružanja usluge razlikujemo tri faze: faza koja prethodi korištenju, korištenje usluge i procjena zadovoljstva nakon korištenja usluge (Ozretić Došen, 2002., 34.). Korisnik usluge je ujedno i sudionik u procesu pružanja usluga koji na kraju procesa pružanja usluge uspoređuje svoja očekivanja s percepcijom kvalitete pružene usluge. Ukoliko je kvaliteta pruženih usluga percipirana od strane korisnika kao primjerena i u skladu s očekivanjima, možemo reći da je ponuda usluga oblikovana i pružena na zadovoljavajući način.

Ponuda usluga je iznimno važan dio marketing mix-a uslužnog poduzeća, a razlikujemo nekoliko razina koje možemo prema Levittu promatrati kao generički proizvod ili osnovnu uslugu, očekivani proizvod ili usluga koja podrazumijeva generičku uslugu i minimalne uvjete za korištenje iste, dodatni proizvod ili usluga koju čini nadogradnja koja stvara dodatnu vrijednost i potencijalni proizvod ili usluga koja sadrži sve dodane elemente koji imaju ili mogu imati korisna svojstva (Levitt, 1986., 78.-85.). Koji će oblik odabrati uslužno poduzeće ovisit će o resursima poduzeća, konkurenciji, korisnicima i ciljevima uslužnog poduzeća. Upravljanje ponudom usluga prema Grönroosu čine četiri osnovna načina, razvijanje koncepta usluge, razvijanje temeljnog paketa usluge, razvijanje dodatne ponude i upravljanje imidžom i komunikacijom (Grönroos, 1990., 73.-82.). Planiranje i razvoj novih usluga je sukladno svemu navedenom specifično te razlikujemo šest kategorija inovacija u uslugama. Glavne inovacije za nova i još nedefinirana tržišta, startup inovacije za korisnike na tržištu na kojem već poslujemo, nove usluge za tržišta koja se trenutno opskrbljuju, proširenje linije usluga, poboljšanje postojećih usluga i promjena stila (Lovelock, 1991., 228.). Danas segment usluga u razvijenim ekonomijama zauzima sve veći udio te je prisutan kako u klasičnim uslužnim poduzećima tako i u neprofitnim organizacijama, javnim poduzećima i proizvodnim poduzećima.

Turističko tržište podrazumijeva skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara koje služe podmirenju turističkih potreba na određenom prostoru te je ujedno i dio tržišta usluga. Današnji turisti zahtjevniji su nego ranije, a turističko tržište je izuzetno dinamično i sklono brzim promjenama. U tom pravcu destinacije koje namjeravaju zadržati svoj tržišni udio, razvijaju nove ponude.

Turističko tržište kao dio tržišta usluga ima specifičnosti koje su u skladu sa specifičnostima koje karakteriziraju usluge općenito. Konzumacija turističkog proizvoda ili usluge nije moguća bez osobne prisutnosti turista. Turistički proizvod nije homogen, već se radi o integriranom proizvodu, kojeg u trenutku konzumiranja pružaju različiti pružatelji usluga, a turist ga doživljava kao jedinstveno iskustvo.

Turizam u zaštićenim područjima Republike Hrvatske predstavlja sve ozbiljniji element uspjeha ove gospodarske grane. Park prirode Kopački rit je među posjećenijim parkovima prirode mada se nalazi u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske koji ne možemo karakterizirati kao izrazito turističku regiju.

### **3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA**

Informacijska osnova korištena za izradu ovog rada su primarni i sekundarni podaci. Sekundarni podaci korišteni u pisanju ovog rada su statistički podaci iz publikacija Državnog zavoda za statistiku, zakonski propisi, međunarodni sporazumi i konvencije (RAMSAR), uredbi i smjernice EU iz područja zaštite prirode te Strategija i akcijski plan zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti Republike Hrvatske.

U radu su korišteni podaci prikupljeni kroz istraživanje koje je 2006. godine od lipnja do listopada proveo i izradio Institut za turizam „TOMAS 2006 – Nacionalni parkovi i parkovi prirode – Stavovi i potrošnja posjetitelja nacionalnih parkova i parkova prirode u Hrvatskoj“ u šest nacionalnih parkova i dva parka prirode. Primarni podaci su prikupljeni u anketnom istraživanju provedenom od 16.05. do 10.06.2016. u Parku prirode Kopački rit na uzorku od 300 slučajno odabranih posjetitelja. Teme koje je ovo istraživanje pokrivalo su struktura posjetitelja, učestalost posjećivanja zaštićenih područja i Parka prirode Kopački rit, način dolaska u Park prirode Kopački rit (vrsta prijevoznog sredstva i organizacija putovanja), motiv dolaska u park prirode, aktivnosti tijekom boravka u parku prirode, dužina boravka u parku prirode te čimbenici koji utječu na donošenje odluke o ponovnom posjećivanju nekog od zaštićenih područja. Odabrane teme su bile u skladu sa, do sada, provedenim istraživanjima kako bi mogli pratiti kretanja u razdoblju od deset godina što daje relevantan vremenski okvir.

### **4. PARKOVI PRIRODE KAO DIO ZAŠTIĆENIH PODRUČJA**

Republika Hrvatska uslijed svog zemljopisnog položaja obiluje biološkom i krajobraznom raznolikošću. Atraktivna i očuvana priroda je dio nacionalnog bogatstva te čini jednu od temeljnih vrijednosti zemlje i uživa osobitu zaštitu. Zaštita

prirode Republike Hrvatske provodi se temeljem nacionalnog zakonodavnog okvira kao i provedbe brojnih međunarodnih ugovora i konvencija, te uredbi i smjernica EU iz područja zaštite prirode. Temeljni zakonski propis koji uređuje pitanja zaštite prirode je Zakon o zaštiti prirode (NN br. 80/13) koji definira devet kategorija zaštićenih područja: strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park šumu i spomenik parkovne arhitekture. Navedena zaštićena područja raspoređena su u razrede od državnog ili lokalnog značenja, pri čemu su strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat i park prirode područja od državnog značenja. Neka od zaštićenih područja Republike Hrvatske su radi svojih vrijednosti, reprezentativnosti i očuvanosti prepoznata i kao međunarodno vrijedna područja.

Javne ustanove za upravljanje nacionalnim parkom i parkom prirode osniva Republika Hrvatska uredbom Vlade, dok javne ustanove za upravljanje ostalim zaštićenim područjima i/ili drugim zaštićenim dijelovima prirode, osnivaju predstavnička tijela jedinice područne (regionalne) samouprave odlukom. Njihova temeljna djelatnost odnosi se na zaštitu, održavanje i promicanje zaštićenog područja s ciljem zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara. Javne ustanove na području kojim upravljaju obavezno nadziru i provođenje uvjeta i mjera zaštite prirode te sudjeluju u prikupljanju podataka u svrhu praćenja stanja očuvanosti prirode.

Temeljem Zakona o zaštiti prirode zaštićena područja namijenjena su i posjećivanju, ali uz uvjet da se aktivnosti posjećivanja provode na način da ne ugrožavaju njihove temeljne vrijednosti, niti provođenje zaštite. Posjećivanje zaštićenih područja dopušteno je svima pod jednakim uvjetima, ali ostaje pridržano pravo da se ono može zabraniti ili ograničiti ukoliko bi posjećivanje moglo ugroziti njihovo očuvanje kao i sigurnost posjetitelja.

Obzirom da zaštićena područja svojom bogatom prirodom kao i ljepotom krajobraza uobičajeno privlače mnoge posjetitelje, možemo ih svrstati u kategoriju snažnih turističkih atraktora koji utječu na ukupni turistički potencijal neke zemlje. Najveći broj posjetitelja privlače nacionalni parkovi Plitvička jezera i Krka. Među parkovima prirode se ističu po broju posjetitelja Park prirode Telaščica, Biokovo, Kopački rit, Velebit i Lastovsko otočje. U kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske Park prirode Kopački rit je među posjećenijim parkovima prirode, a odlikuje ga jedinstvena ljepota i iznimne ekološke vrijednosti.

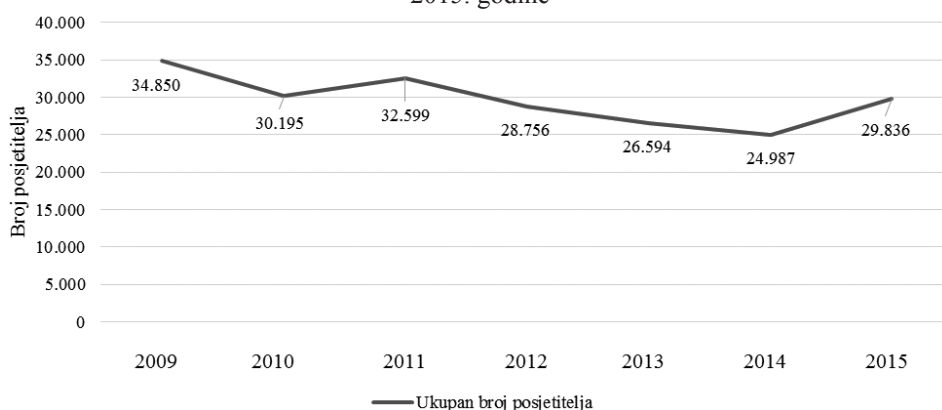
## **5. PARK PRIRODE KOPAČKI RIT**

Park prirode Kopački rit je smješten na krajnjem sjeveroistočnom dijelu Republike Hrvatske i nalazi se u sastavu Osječko-baranjske županije. Prostor Kopačkog

rita definira se „kao poplavno područje zaobalja Dunava, odnosno kao prostrano vlažno područje u kojem se radi fenomena meandriranja tokova voda, poplava, procesa zasipanja i brojnih morfoloških promjena tijekom vremena razvio splet rukavaca, kanala i naplavnih površina obraslih specifičnom vegetacijom i šumom“ (<http://pp-kopacki-rit.hr/oparku.html>, pristup: 5.7.2016.). Na njegovom području obitavaju populacije mnogih ugroženih i rijetkih vrsta, a u nacionalnom i međunarodnom kontekstu poznat je po bogatoj ornitofauni. Smatra ga se i najvažnijim mrjestilištem riba srednjeg toka rijeke Dunav. Park prirode Kopački rit je i međunarodno značajno područje. Još 1986. godine uvršten je na Listu važnih ornitoloških područja Europe (IBA), a od 1993. godine nalazi se i na Popisu vlažnih staništa od međunarodnog značaja Konvencije o zaštiti vlažnih staništa (RAMSAR).

Djelatnost Javne Ustanove „Park prirode Kopački rit“ je zaštita, održavanje i promicanje ovog zaštićenog područja u cilju zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara. Pri tome se štite biljni i životinjski svijet, staništa, ekosustavi, voda i vodni režimi, krajobrazne i druge vrijednosti te druge znamenitosti u cilju zaštite područja. Jedna od djelatnosti je i neposredna zaštita i nadzor zaštićenog područja, prihvata, informiranje, stručno vođenje, razgledavanje i prijevoz posjetitelja te ekološka poduka posjetitelja. Močvarna područja su poznata kao turističke destinacije koje nude jedinstven turistički doživljaj prirode. Posjetitelji dolaze u močvarna područja zbog njihove vrijednosti kao ekosustava te jedinstvene ljepote prirode.

Grafikon 1. Ukupan broj posjetitelja Parka prirode Kopački rit u razdoblju od 2009. do 2015. godine



Izvor: Arhiva Javne Ustanove „Park prirode Kopački rit“, 2016.



Iz grafikona je vidljivo kako je broj posjetitelja u Parku prirode Kopački rit od 2011. godine u blagom opadanju. Taj trend je zaustavljen 2014. godine ali još nije na razini 2009. godine kada je zabilježeno 34.850 posjetitelja. Važno je napomenuti da osim zimskog perioda u kojem se bilježi značajniji pad posjetitelja, sezona posjećivanja u parku prirode je bez većih sezonskih oscilacija. To čini snažan potencijal za razvoj ponude usluga koja će biti u skladu s interesima i strukturom posjetitelja u Parku prirode Kopački rit.

Posjećivanje parka prirode trenutno se odvija na lokacijama u sklopu prijemnog centra "Mali Sakadaš" koji je smješten na ulazu u park prirode kod mjesta Kopačevo te je izgrađen u duhu tradicionalne arhitekture lokalnog područja. Prostor prijemnog centra "Mali Sakadaš" opremljen je brojnim sadržajima za posjetitelje poput recepcije, suvenirnice, caffè bara, prostora s multimedijalnom izložbom, prostora za projekcije, odmorišta, drvene šetnice koja je opremljena edukacijskim tablama, dječjeg igrališta i parkirališnog prostora za autobuse, osobne automobile i bicikle. Posjećivanje se odvija i u dijelu posebnog zoološkog rezervata, gdje je razgledavanje moguće isključivo s brodica ili čamaca te kanua. Poseban potencijal u smislu budućeg razvoja sustava posjećivanja predstavlja Kompleks dvoraca Tikveš. Nakon njegove cjelovite obnove te stavljanja u funkciju posjećivanja sigurno je kako će ovaj lokalitet privući veliki broj posjetitelja. Na području parka prirode postoji razvijen sustav poučnih i biciklističkih staza, koje svi posjetitelji mogu slobodno koristiti. Javna ustanova „Park prirode Kopački rit“ posjeduje plovila namijenjena turističkom posjećivanju poplavnog područja, kao i biciklističku opremu za iznajmljivanje.

Trenutna ponuda Javne ustanove „Park prirode Kopački rit“ može se načelno podijeliti na sljedeće grupe proizvoda i usluga:

1. Ponudu organiziranih izleta za grupe i pojedince,
2. Ponudu samostalnog razgledavanja parka prirode za grupe i pojedince,
3. Ponudu suvenira i rukotvorina karakterističnih za okruženje parka,
4. Ponudu tiskanih materijala (karte područja) i knjiga,
5. Ponudu prodaje ribolovnih dozvola za dijelove prirode, gdje je dozvoljen rekreacijski ribolov,
6. Ponudu izdavanja koncesijskih odobrenja za prihvatljive djelatnosti u parku prirode,
7. Ponudu usluga pri snimanju i fotografiranju za komercijalne svrhe,
8. Usluge prijevoza za potrebe istraživanja za manje grupe i pojedince i
9. Usluge stručnog vođenja posjetitelja po posebnom zahtjevu za grupe i pojedince.



Aktualna ponuda se sastoji od nekoliko varijanti razgledavanja kanuima, brodovima, samostalnih šetnji šetnicama te posjeta dvorcu Tikveš i prijemnom centru uz multimedijalnu prezentaciju. Ustanova periodično organizira i posebne događaje.

## 6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja „TOMAS 2006 – Nacionalni parkovi i parkovi prirode – Stavovi i potrošnja posjetitelja nacionalnih parkova i parkova prirode u Hrvatskoj“ pokazali su da parkove smještene na moru, kao i Plitvička jezera u najvećoj mjeri posjećuju strani posjetitelji (NP Plitvička jezera 90%, a NP Paklenica 88%). Najveći udio domaćih posjetitelja imali su Park prirode Kopački rit (73%) i NP Sjeverni Velebit (69%). Domaći posjetitelji dolaze najčešće iz okruženja parkova. Većina posjetitelja koji dolaze u posjet parkovima su srednje životne dobi (41 godina), obrazovani su i imaju relativno visoka primanja.

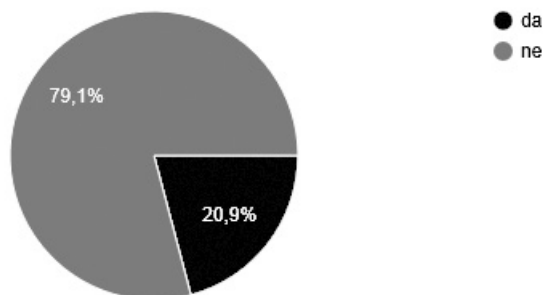
Istraživanje profila posjetitelja s obzirom na životni stil vezan uz prirodu ukazalo je na činjenicu da je tek manji dio posjetitelja (8-9%) u članstvu neke udruge koja se bavi pitanjima zaštite prirode/ekologije ili su pretplaćeni na neki časopis s tog područja. Glavni motivi za posjet parkovima prirode su upoznavanje prirodnih ljepota (50%), želja da posjete park (48%), te odmor i opuštanje (29%). Najvažniji izvor informacija o parkovima za većinu posjetitelja je internet (33%), a plakati, brošure i oglasi motivirali su na dolazak 16% ispitanika. Prijatelji i rodbina su motivirali za dolazak 38% ispitanika, a 22% ispitanika ponovno je došlo u parkove radi vlastitog prijašnjeg boravka.

Većina posjetitelja u parkove dolazi vlastitim automobilom ili autodomom (70%), u pratnji supružnika/partnera (42%), obitelji (30%) te prijatelja (24%). Posjetitelji se u parku najčešće zadržavaju oko pola dana (46%) ili kraće (27%). Oko 10% ispitanika boravilo je u parkovima ili okolici više dana, odnosno u prosjeku 4 dana. Istraživanje aktivnosti posjetitelja i njihove potrošnje za vrijeme boravka u parkovima ukazalo je da su najčešće aktivnosti posjetitelja fotografiranje prirode (84%), konzumiranje hrane i pića u ugostiteljskim objektima (38%), posjet info-centru (31%) te kupnja u suvenirnicama ili trgovinama (31%). Istraživanje zadovoljstva posjetitelja pokazalo je da je većina posjetitelja zadovoljna posjetom (92%), atraktivnošću zaštićenog područja (89%) kao i ukupnom vrijednosti za novac (83%). Najviše ih se dojmila netaknuta i očuvana priroda, bili su impresionirani ljepotom voda i biološkom raznolikošću. Posjetitelji izražavaju veću namjeru da u naredne dvije godine posjete neke od nacionalnih parkova Hrvatske nego parkove prirode.

([http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2006\\_TOMAS\\_NP\\_I\\_PP\\_HR.pdf](http://www.iztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2006_TOMAS_NP_I_PP_HR.pdf) pristup: 17.10.2016.).

Istraživanje provedeno u Parku prirode Kopački rit na uzorku od 300 slučajno odabranih posjetitelja dalo je sljedeće rezultate.

Grafikon 2. Udio ispitanika koji su članovi društva koje se bavi rekreacijskim aktivnostima u prirodi



Izvor: Izrada autora

Struktura ispitanika prema državi iz koje dolaze je pokazala da 95,6% posjetitelja dolazi iz Republike Hrvatske i to uglavnom iz kontinentalnog dijela. Udio žena u strukturi ispitanika je veći i iznosi 67,2% dok je udio muškaraca u strukturi ispitanika 32,8%. Visoko obrazovanje ima 68,3% ispitanika. Ispitanici uglavnom nisu članovi udruženja posvećenih zaštiti prirode niti društva koje se bavi rekreacijskim aktivnostima u prirodi. Ispitanici su najvećim dijelom bili srednje i starije dobi.

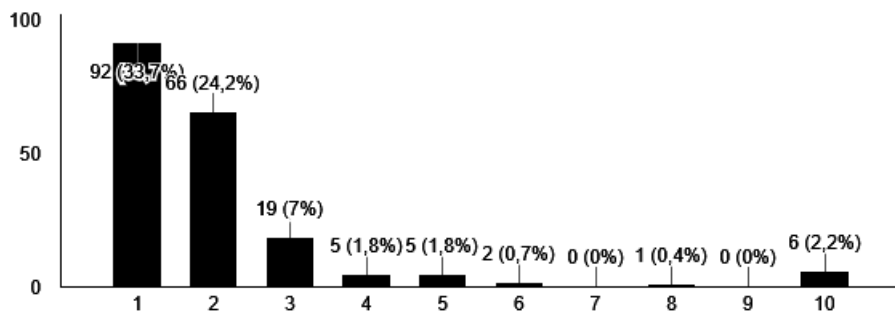
Tablica 2. Struktura posjetitelja prema životnoj dobi

Životna dob	Broj posjetitelja
18 – 24	8
25 – 44	143
45 – 64	110
65 i više	39

Izvor: Izrada autora

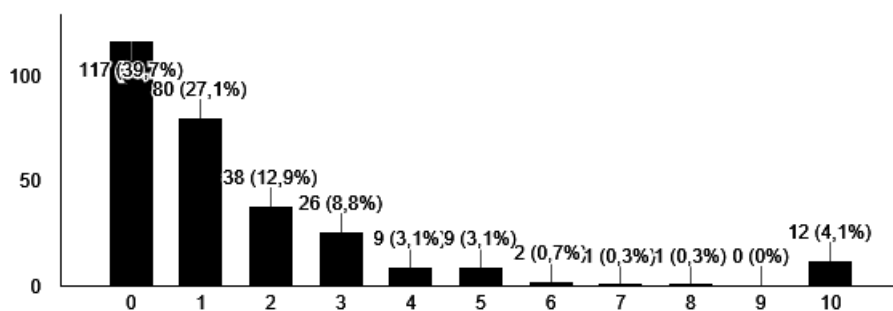
Rezultati istraživanja su pokazali da je trećina ispitanika po prvi put posjetila neko od zaštićenih područja. Velika većina ispitanika, dvije trećine, je već posjetila neko od zaštićenih područja. Park prirode Kopački rit je 40% ispitanika posjetilo prvi put, a 60% ispitanika dolazi ponovno.

Grafikon 3. Koliko puta su ispitanici u posljednje dvije godine posjetili neko od zaštićenih područja



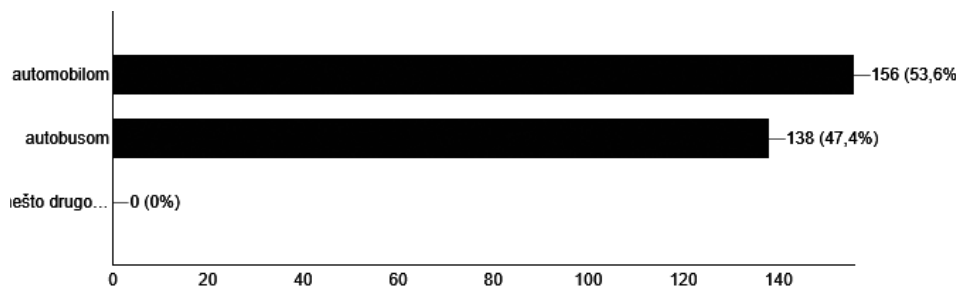
Izvor : Izrada autora

Grafikon 4. Koliko puta su ispitanici do sada posjetili Park prirode Kopački rit



Izvor : Izrada autora

Grafikon 5. Vrsta prijevoznog sredstva kojim su ispitanici doputovali u Park prirode Kopački rit



Izvor : Izrada autora

Ispitanici u Parku prirode Kopački rit uglavnom dolaze osobnim automobilom i organiziranim prijevozom autobusom. Budući da dio dolazi posredstvom turističkih agencija ovo je uglavnom i očekivana struktura posjetitelja.

Treba napomenuti da su u otvorenim komentarima na kraju upitnika ispitanici navodili kao nedostatak nedovoljno putokaza koji usmjeravaju na Park prirode Kopački rit na auto cesti i u gradu Osijeku. To svakako ne treba zanemariti i na tom području se trebaju napraviti poboljšanja, jer je to u interesu i lokalnoj zajednici a ne samo Parku prirode Kopački rit kao krajnjoj destinaciji posjetitelja.

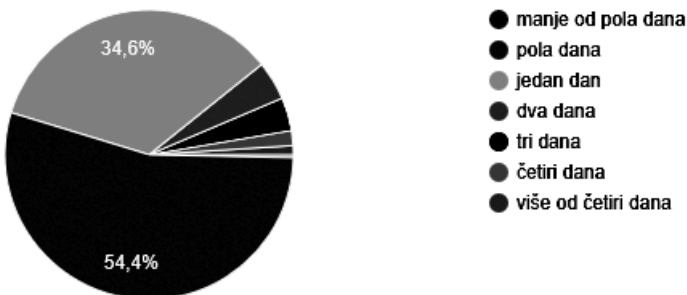
Grafikon 6. Način organizacije putovanja u Parku prirode Kopački rit



Izvor : Izrada autora

Većina ispitanika, čak 89% je u Parku prirode Kopački rit boravila pola dana ili jedan dan. Razlozi relativno kratkog boravka mogu biti brojni i svakako bi trebali biti predmet novog istraživanja koje bi se bavilo ovim pitanjem. Trenutno je ovo zaštićeno područje percipirano od strane posjetitelja kao poludnevna i jednodnevna izletnička lokacija. Kroz razvoj novih sadržaja i dodatnih usluga u samom parku prirode ali i području koje njemu gravitira, treba osigurati duži boravak posjetitelja. Pri tom svakako treba voditi računa o strukturi posjetitelja i njihovim interesima.

Grafikon 7. Dužina boravka ispitanika u Parku prirode Kopački rit

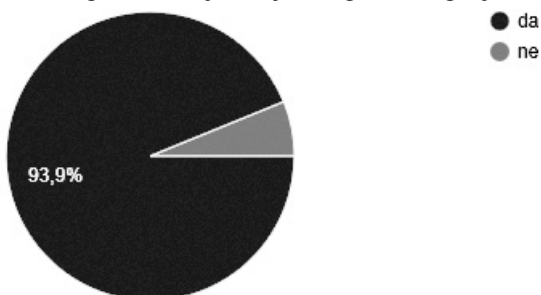


Izvor : Izrada autora

Većina aktivnosti kojima su se ispitanici bavili tijekom boravka u Parku prirode Kopački rit je šetnja, razgledavanje brodom, posjet prijemnom centru i fotografiranje. Osim toga, bavili su se kupnjom suvenira i konzumacijom u ugostiteljskim objektima. Najmanje su bili zainteresirani za rekreaciju u prirodi i posjet kompleksu dvorca Tikveš. Vidljivo je da je najveći interes za šetnju i razgledavanje te fotografiranje prirode. Kroz razvoj usluga u tom segmentu se treba i dalje raditi na razvoju novih usluga.

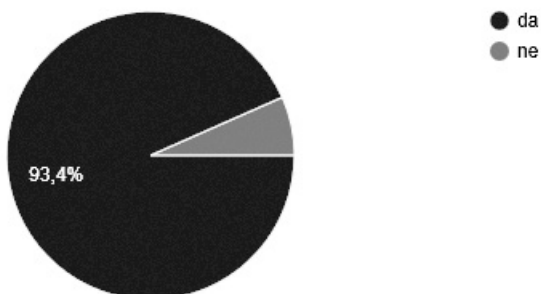
Iznimno velik udio ispitanika namjerava ponovno posjetiti Park prirode Kopački rit, čak 93,9%.

Grafikon 8. Udio ispitanika koji namjerava ponovno posjetiti Park prirode Kopački rit



Izvor : Izrada autora

Grafikon 9. Udio ispitanika koji namjeravaju posjetiti i druga mjesta u okruženju



Izvor : Izrada autora

Uloga koju zaštićena područja imaju kao turistički atraktori i čimbenici razvoja ukupne turističke ponude nekog područja vidljiva je iz grafikona 9. u kojem 93,4% ispitanika iskazuje namjeru posjećivanja i drugih mjesta u okruženju Parka prirode Kopački rit.

## 7. ZAKLJUČAK

Potražnja za turističkim uslugama te očekivanja i navike turista, danas se puno brže mijenjaju. Unatoč tome, turizam kao gospodarska grana bilježi trend rasta. Pružatelji turističkih usluga konstantno moraju svoje usluge usklađivati s potrebama i strukturom posjetitelja te njihovim očekivanjima. Oblikovanje ponude u skladu s očekivanjima posjetitelja ključno je za uspješno poslovanje. Parkovi prirode kao turističke destinacije kroz dosadašnje aktivnosti postigli su prepoznatljivost i predstavljaju atraktivne lokacije za posjetitelje. Postoji velika razlika između nacionalnih parkova i parkova prirode gledano po broju posjetitelja što je donekle uvjetovano i lokacijom te povezanošću s turističkim lokacijama u priobalnom području Republike Hrvatske. Neovisno o tome, Park prirode Kopački rit se u zadnjih desetak godina pozicionirao kao atraktivna turistička destinacija u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske. Ulaganja u uređenje šetnica i brodove za obilazak parka prirode su donijela pozitivne efekte. Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju naveli su aktivnosti poput razgledavanja parka brodom, šetnje po uređenim stazama u parku, fotografiranje biljaka i životinja i posjeta prijemnom centru kao one koje su od ponuđenih usluga odabrali i konzumirali tijekom boravka u Parku prirode Kopački rit.

Iz strukture ispitanika vidljivo je da se radi o osobama srednje životne dobi koji nisu članovi društava za zaštitu prirode ili društava koja se bave rekreacijskim aktivnostima u prirodi. Ispitanici su najvećim dijelom bili iz kontinentalnog dijela Republike Hrvatske, a dolaze individualno osobnim automobilima i organizirano preko agencija autobusima. Velik je udio onih koji posjećuju Park prirode Kopački rit ponovno što je iznimno dobar pokazatelj vezano uz zadovoljstvo posjetitelja. Osim Parka prirode Kopački rit ispitanici su namjeravali posjetiti i druga mjesta u okruženju što ukazuje na pozitivan efekt na širu zajednicu te razvoj pratećih usluga. Informacija koja svakako zaslužuje posebnu pozornost je dužina boravka ispitanika u Parku prirode Kopački rit. Ona ukazuje na to da se radi o destinaciji koja je percipirana kao izletnička lokacija za poludnevni i jednodnevni izlet. Predlažemo da se ovaj problem istraži u nekom od budućih istraživanja, jer je to značajan prostor za proširenje ponude i oblikovanje novih usluga koje bi posjetitelje zadržale duže u okruženju.

Ponuda koja je oblikovana danas uglavnom je u skladu sa strukturom posjetitelja i treba je nastaviti razvijati u tom smjeru kroz uređenje šetnica i proširenje ponude razgledavanja brodicama i kanuima za grupe različitih veličina. Pritom uvijek treba voditi računa da se primarne zadaće upravljanja zaštićenim područjima odnose na obavljanje djelatnosti zaštite, održavanja i promicanja zaštićenog područja u cilju zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara. Slijedom navedenog, razvoj sustava posjećivanja od strane Javne ustanove koja upravlja

parkom prirode mora biti usklađen s ciljevima zaštite prirode i ne smije biti podređen pritisku stvaranja profita na račun očuvanja temeljnih fenomena i vrijednosti zaštićenih područja, niti negativno utjecati na njih. Smatramo da unatoč određenim ograničenjima, prostor za aktivniji doprinos zaštićenih područja ukupnom turističkom rezultatu svakako postoji kroz oblikovanje ponude usluga u skladu sa strukturom posjetitelja i njihovim očekivanjima.

Neke od mjera, uz već navedene, koje predlažemo su izgradnja sustava praćenja zadovoljstva posjetitelja kroz kontinuirano prikupljanje podataka tijekom godine, unaprjeđenje ponude u prijemnom centru, razvoj biciklističke ponude, daljnji nastavak razvoja i označavanja poučnih staza te dovršetak obnove Komplexa dvorca Tikveš.

## LITERATURA

10. Analiza stanja prirode u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2008.-2012., DZZP, 2014. Preuzeto sa [https://www.dropbox.com/sh/1gkttiq2c7r3n4mz/AADOGmz4-eAes5xex9Xnbb\\_-a?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/1gkttiq2c7r3n4mz/AADOGmz4-eAes5xex9Xnbb_-a?dl=0) (pristup: 27.7.2016.)
11. Arhiva Javne Ustanove "Park Prirode Kopački rit", 2016.
12. BirdLife International (2016.) Important Bird and Biodiversity Area fact-sheet: Alluvial wetlands of the River Danube. Preuzeto sa <http://www.birdlife.org> (pristup: 05.07.2016.)
13. Državni zavod za statistiku (prosinac 2015.). Statistički ljetopis Republike Hrvatske, Zagreb
14. Državni zavod za zaštitu prirode, Preuzeto sa <http://www.dzpp.hr/eng/protected-areas/protected-areas-in-croatia/protected-areas-in-croatia-national-categories-1137.html> (pristup: 18.08.2016.)
15. Grönroos, C. (1990.): Service Management and Marketing, Lexington Books, Lexington Nass.
16. International Union for Conservation of Nature (IUCN Definition 2008.) Preuzeto sa <http://www.iucn.org/theme/protected-areas/about> (pristup: 27.07.2016.)
17. Kotler, Ph. (2001.): Upravljanje marketingom - analiza, planiranje, primjena i kontrola, MATE, Zagreb
18. Kotler, Ph., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2006.): Osnove marketinga, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, MATE, Zagreb
19. Levitt, T. (1986.): The Marketing Imagination-New Expanded Edition, The Free Press, New York
20. Lovelock, C.H. (1991.): Services Marketing, Prentice Hall International, London



21. Ozretić-Došen, Đ. (2002.): Osnove marketinga usluga, Mikrorad, Zagreb
22. Renko, N. (2005.): Strategija marketinga, Naklada Ljevak, Zagreb
23. Zakon o zaštiti prirode, NN 80/13.
24. [http://www.iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2006\\_TOMAS\\_NP\\_I\\_PP\\_HR.pdf](http://www.iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Tomas/2006_TOMAS_NP_I_PP_HR.pdf)  
(pristup: 17.10.2016.)
25. <http://pp-kopacki-rit.hr/oparku.html> (pristup: 05.07.2016.)
26. <http://www.mint.hr/UserDocsImages/TOMAS06NPPP.pdf>  
(pristup:17.10.2016.)
27. <http://www.mzoip.hr/hr/priroda/zasticena-podrucja.html>  
(pristup:18.08.2016.)
28. <https://rsis.ramsar.org/ris/583> (pristup: 05.07.2016.)
29. <http://sdt.unwto.org/content/ecotourism-and-protected-areas>  
(pristup: 01.07.2016.)

**Vesna Vučemilović, M.Sc.**  
VSMTI, Virovitica, Croatia  
vesna.vucemilovic@yahoo.com

**Biserka Vištica**  
Ministry of the Sea, Transport and Infrastructure, Zagreb, Croatia  
biserka.vistica@gmail.com

## **CHARACTERISTICS OF VISITORS AND VISITING ACTIVITIES IN KOPAČKI RIT NATURE PARK**

*Professional paper*

### **Abstract**

*Theoretical part of this paper analyzes terms related to protected areas such as national parks and nature parks together with services marketing which is main factor in process of creating services offered in nature parks. The fundamental task of public institutions managing nature parks is the protection, maintenance and promotion of the protected area. Their main goal is to protect and preserve the authenticity of nature, ensuring the smooth running of natural processes and sustainable use of natural resources. Nevertheless, in all nature parks and especially in national parks there is significant offer of touristic services as a part of total touristic offer of Republic Croatia. As Croatia abounds in attractive and preserved nature, it is necessary to design nature park's offer according to visitors structure and their motivation for visiting protected areas. Habits and expectations of visitors are constantly changing, so providers of tourist services must continuously, in accordance with these changes, redesign and shape their offer.*

*Practical part of the paper is based on the survey conducted in June and July 2016 in the Kopački rit Nature Park on a sample of 300 randomly selected visitors. Kopački Rit Nature Park is selected because it is among the most visited nature parks in Croatia and an important factor of continental tourist offer. In addition, the number of visitors to the Kopački rit Nature Park is, except in winter, without any major seasonal fluctuations which makes a strong potential in the tourist industry throughout most of the year. Primary task of this paper is contribution to creation of services offered in Kopački rit Nature Park in accordance to visitors' structure which will not represent risk for natural values. Our intention was to give suggestions for improvement of present state which will contribute to achievement of primary task. Through our poll survey we aimed to provide basic indicators regarding visitors' structure related to socio-demographic profile and lifestyle, activities in nature park, consumption and visitors intention to re-visit Nature Park.*

**Keywords:** *services marketing, nature parks, Kopački rit*

**JEL:** M 31