

OBILJEŽJA I MOTIVACIJSKI OBRASCI TURISTIČKIH PUTOVANJA U GORSKU HRVATSKU

CHARACTERISTICS AND MOTIVATIONAL PATTERNS OF TOURIST TRIPS TO THE CROATIAN REGION GORSKA HRVATSKA

IVANA ŽAFRAN¹*, VUK TVRTKO OPAČIĆ²

¹ Agencija za mobilnost i programe EU (AMPEU), Frankopanska 26, zgrada Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža, 10000, Zagreb, Hrvatska / *Agency for Mobility and EU Programmes (AMPEU), Zagreb, Croatia*, e-mail: ivanazafran@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0005-8255-7498>

² Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet, Geografski odsjek, Marulićev trg 19/II, 10 000 Zagreb, Hrvatska / *University of Zagreb, Faculty of Science, Department of Geography, Zagreb, Croatia*, e-mail: vtopacic@geog.pmf.hr, <https://orcid.org/0000-0001-9483-3609>

* dopisni autor / *corresponding author*

DOI: 10.15291/geoadria.4438

Izvorni znanstveni rad / *Original scientific paper*

Primljeno / *Received*: 27-5-2024

Prihvaćeno / *Accepted*: 13-1-2025



Autori zadržavaju autorska prava nad svojim radom i pravom na objavljivanje bez ograničenja. Rad se licencira pod CC BY licencom što znači da članci mogu biti ponovno korišteni i distribuirani bez ograničenja dokle god je izvorni sadržaj ispravno citiran.



Authors retain unrestricted copyright to their work and publishing rights. Work is licensed under the CC BY licence which allows articles to be re-used and re-distributed without restriction, as long as the original work is correctly cited.

Gorska Hrvatska, unatoč svojoj atraktivnosti i potencijalu za turističku valorizaciju, trenutačno je jedna od slabije razvijenih turističkih regija u Hrvatskoj. Stoga je nužno raditi na kvalitetnijoj promociji i prepoznatljivosti turističke ponude regije te privlačenju potencijalnih turista. Za kvalitetno i održivo upravljanje razvojem turizma nužno je poznavanje motivacijskih obrazaca i obilježja ciljanih potrošačkih segmenata. U skladu s tim, glavni cilj rada je utvrditi osnovna obilježja turističkih putovanja i motivacijskih obrazaca turista koji posjećuju Gorsku Hrvatsku kako bi se odredio profil posjetitelja te daljnja profilacija turističke regije i njezinih glavnih turističkih destinacija. Specifični ciljevi rada su istražiti razlike između triju analiziranih destinacija – Općine Fužine, Grada Otočca i Općine Rakovica – i povezanost specifične motivacije turista za posjet Gorskoj Hrvatskoj s njihovim općim preferencijama za turistička putovanja. Istaknuti ciljevi ostvareni su neposrednim anketnim istraživanjem u tri navedene jedinice lokalne samouprave koje su za potrebe istraživanja izabrane kao studije slučaja. U analizi prikupljenih podataka primijenjeni su deskriptivna statistika, metoda jednosmjerne analize varijance (ANOVA) i Pearsonov koeficijent korelacije. Rezultati analize potvrdili su da je prirodna baština ključan motivacijski faktor koji turiste privlači u Gorsku Hrvatsku. Uz izraženu sklonost prema prirodnoj baštini te odmoru i opuštanju, turisti u pravilu dijele preferencije u vezi s obilježjima turističkog putovanja i ostalim motivacijskim faktorima za posjet regiji. Stoga se zaključuje da još uvijek nije došlo do jače profilacije turističkih destinacija, što se vidi na primjeru triju studija slučaja koje u konačnici imaju više sličnosti nego razlika. No analiza upućuje na neke specifične razlike među njima koje, iako nisu velike, upućuju na moguće postojanje određenih podtipova turista u regiji koje treba detaljnije ispitati.

KLJUČNE RIJEČI: turistička motivacija, turističko putovanje, turistička ponuda, Gorska Hrvatska

Despite its attractiveness and potential for tourism valorisation, Gorska Hrvatska (Mountainous Croatia) is currently one of the less-developed tourist regions in Croatia, making it necessary to work towards the better promotion and visibility of the region's tourism supply and attracting potential tourists. A prerequisite

for high-quality and sustainable management of further tourism development is understanding the motivational patterns and characteristics of targeted consumer segments to create effective tourism development strategies for the region. Therefore, the main research objective is to identify the general characteristics of tourist trips and motivational patterns of tourists visiting Gorska Hrvatska, to determine visitor profiles but also to further profile the tourist region and its main tourist destinations. Additionally, specific objectives include exploring the differences between the three analysed destinations – the municipality of Fužine, the town of Otočac, and the municipality of Rakovica, as well as the link between the specific motivation of tourists for visiting Gorska Hrvatska and their general travel preferences. The stated objectives were achieved through a direct survey conducted in the three above-mentioned local self-government units, selected as case studies. In addition to descriptive statistics, the one-way ANOVA and the Pearson's correlation coefficient were used to analyse the data collected. The results confirmed that natural heritage is a key motivating factor attracting tourists to Gorska Hrvatska. In addition to a strong inclination towards natural heritage and leisure, tourists generally share similar preferences regarding characteristics of tourist trips and other motivating factors for visiting the region. Consequently, it is concluded that stronger profiling of tourist destinations has not yet occurred, as illustrated by three case studies that ultimately share more similarities than differences. Nevertheless, the analysis indicates some specific differences between them, which, although not significant, suggest the possible existence of certain tourist subtypes in the region that should be further examined.

KEYWORDS: tourist motivation, tourist trip, tourism supply, Gorska Hrvatska

UVOD

U suvremenim uvjetima užurbanog života, u kojem kvalitetno provedeno slobodno vrijeme dobiva sve veću vrijednost, dolazi do globalnih, dinamičnih promjena trendova u turizmu. Turisti su sve više u potrazi za manje poznatim destinacijama čija im raznovrsna turistička ponuda može osigurati bijeg od ustaljene svakodnevice te im ponuditi neke nove, individualizirane turističke doživljaje koje dotad nisu imali prilike iskusiti (Capar i sur., 2022; Horvat, 2000; Mesić i sur., 2022). Zahvaljujući tome, uz visokorazvijene, poznate destinacije koje uglavnom karakterizira velika posjećenost i duga tradicija bavljenja turizmom, do izražaja dolazi i potražnja za manje razvijenim destinacijama koje turisti posjećuju motivirani specifičnim interesima i preferencijama. Istovremeno, slabije razvijene ruralne i gorsko-planinske regije u turizmu vide važnu komponentu svojega potencijalnog gospodarskog rasta, najčešće u ograničenim razvojnim mogućnostima. Takvi trendovi prisutni su danas u mnogobrojnim geografski marginaliziranim područjima koja ne posjeduju dostatne resurse za snažniji razvoj nekih drugih djelatnosti, ali ih karakterizira bogatstvo očuvanih prirodnih i/ili kulturnih posebnosti na temelju kojih se razvija ponuda raznih selektivnih oblika turizma u tim područjima. Jedno od takvih područja je i Gorska Hrvatska koja posljednjih godina, unatoč mnogobrojnim razvojnim izazovima, bilježi kontinuirano pozitivne trendove kretanja turističkih pokazatelja, kao i sve veću ponudu selektivnih oblika turizma kroz pojavu novih turističkih atrakcija i aktivnosti.

Gorska Hrvatska i dalje je jedna od slabije razvijenih turističkih regija u Hrvatskoj. Stoga je nužno raditi na kvalitetnijoj promociji i prepoznatljivosti turističke ponude te privlačenju potencijalnih turista. Preduvjet za kvalitetno i održivo upravljanje daljnjim razvojem turizma je poznavanje motivacijskih obrazaca i obilježja ciljanih potrošačkih segmenata, kao i njihova ponašanja, zadovoljstva i namjere budućih ponašanja, kako bi se mogle razviti učinkovite strategije turističkog razvoja regije (Lončarić i sur., 2023). Ovaj rad stoga je doprinos utvrdi-

INTRODUCTION

In today's fast-paced lifestyle, where quality leisure time is of ever-increasing value, there are consequent globally present, dynamic changes in tourism trends. Tourists are increasingly seeking lesser-known destinations whose diverse tourism supply can provide them an escape from the everyday life routine while simultaneously offering them new, personalised tourist experiences that they have not had the opportunity to experience before (Capar et al., 2022; Horvat, 2000; Mesić et al., 2022). As a result, alongside highly developed, well-known destinations that are mainly characterised by high visitation and a long tradition of tourism, there is a growing demand for some less developed destinations that tourists visit motivated by certain specific interests and preferences. At the same time, less developed rural and mountainous regions often see tourism as an important component of their potential economic growth, in conditions of generally limited development opportunities. Such trends are present today in numerous geographically marginalised areas that lack sufficient resources for stronger development of some other activities while being characterised by the richness of preserved natural and/or cultural features, based on which various alternative forms of tourism are developing in those areas. One of the examples is Gorska Hrvatska, which in recent years, despite numerous developmental challenges, has been recording continuously positive tourism trends, as well as the increasing development of alternative forms of tourism through the emergence of new tourist attractions and activities.

However, Gorska Hrvatska still represents one of the less developed tourist regions in Croatia, which is why it is necessary to work on better promotion and visibility of the tourism supply and the attraction of potential tourists. The prerequisite for high-quality and sustainable management of further tourism development is knowledge of motivational patterns and characteristics of targeted consumer segments, as well as their behaviour, satisfaction, and intentions of future behaviours, in order to create effective strategies for the tourism development of the region (Lončarić et

vanju osnovnih obilježja turističkih putovanja i motivacijskih obrazaca turista koji posjećuju Gorsku Hrvatsku kako bi se odredio profil posjetitelja, ali i daljnja profilacija turističke regije i njezinih glavnih turističkih destinacija.

TEORIJSKI OKVIR

Motivacija za selektivne oblike turizma u planinskim područjima

Nekoliko se znanstvenih istraživanja u Europi i šire bavi utvrđivanjem specifičnih motivacijskih obrazaca turista koji posjećuju planinska područja. Hibner i sur. (2018) u svojem istraživanju ispituju motivacijske obrasce i profil turista koji posjećuju dva nacionalna parka na području Tatra. Fokusom na ljetnu sezonu i na područja unutar nacionalnih parkova koja su turistima dostupna i žičarom, uočena su četiri tipa turista koja ih posjećuju. Velik dio njih su turisti primarno motivirani odmorom, relaksacijom i provođenjem vremena s obitelji i prijateljima, no ne pokazuju značajniji interes za prirodu. To je ujedno tip turista koji je i fizički manje aktivan, zajedno s onima koji su motivirani boravkom u prirodnom okruženju, ali ne i sportom i rekreacijom. Aktivni tipovi turista pokazali su se u ovom slučaju manje zastupljenima. Na moguću prisutnost razlika u preferiranom intenzitetu aktivnog boravka u destinaciji među turistima različitih sociodemografskih karakteristika upućuju i preliminarni rezultati istraživanja provedenog među posjetiteljima Kranjske Gore u Sloveniji (Pintar, 2015).

Taczanowska i sur. (2019) na primjeru poljskog nacionalnog parka Tatra dodatno zaključuju kako se tek manji dio turista koji posjećuju nacionalni park može smatrati ekoturistima primarno motiviranim izravnim uživanjem u prirodi i njezinim posebnostima. Veći dio turista nacionalni park posjećuje jedino kako bi uživao u pogledima na krajolik ili sudjelovao u raznim turističkim aktivnostima u prirodnom okruženju. Postojanje razlika u motivacijskim obrascima ljetnih i zimskih turista potvrdili su u svojem istraživanju Giachino i sur. (2019) na primjeru turista koji posjećuju planinske de-

al., 2023). Therefore, this paper contributes to identifying the general characteristics of tourist trips and motivational patterns of tourists visiting Gorska Hrvatska, with the aim of determining visitor profiles, as well as further profiling of the tourist region and its main tourist destinations.

THEORETICAL FRAMEWORK

Motivation for alternative forms of tourism in mountainous areas

In recent years, several scientific studies in Europe and beyond have focused on identifying specific motivational patterns of tourists visiting mountainous areas. Hibner et al. (2018), for instance, investigated motivational patterns and the profile of tourists visiting two national parks in the Tatra Mountains. Focusing on the summer season and the zones within the national parks that are also accessible by cable car, they identified four types of tourists visiting these areas. A large proportion of them are primarily motivated by relaxation, leisure, and spending time with family and friends, showing little interest in nature as such. This type of tourist also tends to be less physically active, alongside those who are interested in being in a natural environment but are not drawn to sports or recreational activities. In this case, active tourists have proven to be less represented. Preliminary results from a study conducted among visitors to Kranjska Gora in Slovenia (Pintar, 2015) also indicate potential differences in the preferred intensity of active engagement at the destination among tourists with different socio-demographic characteristics.

Taczanowska et al. (2019) concluded that only a minority of tourists visiting the Tatra National Park in Poland could be considered ecotourists primarily motivated by direct enjoyment of nature and its unique features. The majority of tourists, by contrast, visit the national park to enjoy the scenery or participate in various tourist activities in a natural setting. Furthermore, Giachino et al. (2019) confirmed the existence of differences in motivational patterns between summer and winter tourists while focusing on

stinacije talijanske regije Pijemont, a pripada ju generaciji milenijalaca. Dodatno su pritom uočene specifične osobine milenijalaca koji u ulozi turista uglavnom pokazuju velik interes za prirodu i životinjski svijet, mir i relaksaciju, lokalnu gastronomiju i sport.

Kada je riječ o turistima koji posjećuju neku destinaciju da bi sudjelovali na sportskom događanju, Hungenberg i sur. (2016) na primjeru planinske turističke destinacije Vaila u Colorado uočavaju kako je tek manji dio onih čiji je dolazak motiviran isključivo prilikom za natjecanje, dok je većina dodatno motivirana lokacijom održavanja natjecanja i prilikom za upoznavanje destinacije i njezine turističke ponude. Nadalje, proučavajući motivaciju turista za biciklizmom tijekom posjeta nacionalnim parkovima u Tajlandu, uočene su bitne razlike u motivacijskim obrascima između nacionalnih parkova u planinskim i primorskim područjima, pri čemu kod planinskih područja više do izražaja dolaze motivacijski faktori poput potrebe za istraživanjem i fizičkim izazovom, a manje za socijalnom interakcijom (Watthanaklang i sur., 2016). Istraživanjem provedenim među planinarima koji posjećuju Beskide, planinski lanac Karpata, utvrđeno je kako je njihov najvažniji motiv za aktivan boravak u destinaciji potreba za fizičkom aktivnošću, dok se najmanje važnim motivom pokazala ambicija. Potreba za fizičkom aktivnošću i bijeg od međuljudskog okruženja, izraženiji su kod žena nego kod muškaraca (Tomik i sur., 2015). Više različitih tipova planinara prema njihovoj primarnoj motivaciji uočili su i Ng i Hsu (2024), dok je važnost motiva povezanih s relaksacijom potvrđena i na primjeru posjetitelja zaštićenog šumskog područja Pirongia u Novom Zelandu (Pan & Ryan, 2007).

Motivacijske obrasce domaćih turista za posjet zaštićenom području na primjeru rezervata biosfere planine Changbai u Kini istraživali su Gu i sur. (2015) i Gu i sur. (2018). Gu i sur. (2015) ističu važnost distinkcije između prosječnog turista u zaštićenom području i ekoturista, dok Gu i sur. (2018) utvrđuju postojanje četiri različita tipa turista u području istraživanja motivirana: (1) prirodom, (2) kulturnim pej-

millennials who visit mountainous destinations in the Piedmont region in Italy. In addition, they further observed specific characteristics of millennials, who, as tourists, tend to show a great interest in nature, wildlife, peace and relaxation, local gastronomy, and sport.

Regarding tourists visiting a destination to participate in sports events, Hungenberg et al. (2016) observed in the mountainous tourist destination of Vail in Colorado that only a small portion of visitors are solely motivated by the competition aspect, while most of them are additionally attracted by the location of the event and the opportunity to explore the destination and its tourism offer. Moreover, examining the tourist motivation for cycling in national parks in Thailand, significant differences were observed in motivational patterns between national parks in mountainous and coastal areas. In mountainous areas, there is more emphasis on motivating factors such as the need for exploration and physical challenge, and less on social interaction factors (Watthanaklang et al., 2016). A study conducted among hikers visiting the Beskid Mountains, a mountain range in the Carpathians, found that their primary motivation for active engagement at the destination was physical activity, while ambition was identified as the least important motive. Notably, the motives of physical activity and escaping interpersonal environments were more pronounced among women than men (Tomik et al., 2015). Different types of hikers based on their primary motivations were also identified by Ng and Hsu (2024), while the importance of relaxation-related motives was further confirmed in a study of visitors to the protected forest area of Pirongia in New Zealand (Pan & Ryan, 2007).

Gu et al. (2015) and Gu et al. (2018) investigated the motivational patterns of domestic tourists visiting protected areas, focusing on the Changbaishan Biosphere Reserve in China. Gu et al. (2015) emphasised the importance of the distinction between an average tourist visiting a protected area and an ecotourist, while Gu et al. (2018) identified four different types of tourists in the study area, classified according to their motivation in the following categories: (1) na-

zažem, (3) gastronomijom i kupovinom te (4) avanturom. Povezanost motivacije turista koji posjećuju planinska područja s potražnjom za ekoturizmom istražili su Strobl i sur. (2015) na primjeru Alpa. U visokoplaninskim područjima u koja turisti dolaze kako bi posjetili ledenjake, posebno je izražena i specifična motivacija koja proizlazi iz povećane svijesti o klimatskim promjenama (Salim i sur., 2023). Zaključno, Putri i sur. (2021) na primjeru planinskog područja Patuha u Indoneziji uočavaju da motivacija turista nije nužno povezana sa stupnjem turističke atraktivnosti pojedine atrakcije.

Dio autora svoja istraživanja turizma u planinskim područjima ne usmjerava eksplicitno na definiranje motivacijskih obrazaca za turistički posjet, ali bavi se temama koje su izravno ili posredno povezane i s tim aspektom. Jedan od primjera su istraživanja provedena u planinskom području Gilgit-Baltistan u Pakistanu. Hussain i sur. (2018) istražuju ulogu društvenih mreža u održivom razvoju turizma u planinskim područjima, a Hussain i sur. (2024) u razdoblju pandemije virusa COVID-19 istražuju utjecaj korištenja društvenih mreža na ponašanje turista u ruralnim planinskim područjima, kao i na njihovu percepciju rizika i odluku o posjetu destinaciji. Percepcijom rizika te preferencijama i ponašanjem turista bavili su se i Pröbstl-Haider i sur. (2016) na primjeru Alpa, ali u kontekstu klimatskih promjena, te uputili na važnost diferenciranja prosječnih turista u planinskim područjima od iskusnih planinara. Obrasci ponašanja turista u planinskim područjima obrađeni su također u istraživanju Hu i sur. (2018) u kontekstu gospodarenja otpadom i brige o okolišu na primjeru nacionalnog parka Huangshan u Kini te u istraživanju Mauri i Nava (2021) u kontekstu doživljavanja dosade tijekom boravka u planinskoj regiji Valle d'Aosta u Italiji. Međuodnos odabira destinacije, zadovoljstva boravkom i vjernosti turista destinaciji zimskog turizma istraživali su Ul Islam i sur. (2023), dok su faktori koji utječu na zadovoljstvo turista planinskim destinacijama predmet istraživanja Vindiana i sur. (2020). Hodeck i Hovemann (2015) su na primjeru gorskih destinacija u Njemačkoj utvrdili da razlike u tipovima aktiv-

ture travellers, (2) cultural landscape tourists, (3) food and shopping enthusiasts, and (4) eclectic adventurers. The relationship between the motivations of tourists visiting mountain areas and the demand for ecotourism was explored by Strobl et al. (2015) using the example of the Alps. In high mountain areas where tourists come to visit glaciers, there is a distinct motivation driven by the increased awareness of climate change (Salim et al., 2023). Finally, Putri et al. (2021), in their study of the Patuha mountain area in Indonesia, observed that tourist motivation is not necessarily linked to the level of attractiveness of individual tourist sites.

Some authors do not focus their research on tourism in mountainous areas explicitly on defining motivational patterns for a tourist visit but explore topics directly or indirectly related to this matter. For example, Hussain et al. (2018) aimed to explore the role of social media in the sustainable development of tourism in the mountain region of Gilgit-Baltistan in Pakistan, while Hussain et al. (2024) further investigated the impact of social media usage on tourist behaviour in rural mountain regions, as well as their risk perception and the decision to visit a destination, focusing on the same study area during the COVID-19 pandemic. Risk perception, preferences, and tourist behaviour were also studied by Pröbstl-Haider et al. (2016) in the context of climate change in the Alps, highlighting the importance of differentiating average tourists in mountainous areas from experienced mountaineers. Tourist behaviour in mountainous areas was also addressed by Hu et al. (2018), focusing on litter management and pro-environmental behaviour in the Huangshan National Park in China, as well as in Mauri and Nava (2021) in the context of experiencing boredom during a stay in the mountain region of the Aosta Valley in Italy. The relationship between destination choice, satisfaction with the stay, and tourist loyalty in winter tourist destinations was investigated by Ul Islam et al. (2023), while factors affecting tourist satisfaction in mountain destinations were the focus of research by Vindiana et al. (2020). Hodeck and Hovemann (2015), using the example of highland destina-

nih zimskih turista postoje i ovisno o njihovoj dobi te da turisti koji posjećuju gorska područja prosječno prelaze kraće udaljenosti do odabrane destinacije od onih koji posjećuju visokoplaninske destinacije. Dob i visina prihoda pokazali su se statistički značajnim odrednicama i kada je riječ o tipu turističke aktivnosti koju aktivni turisti odabiru na otoku Madeira (Soares i sur., 2015).

Naposljetku, o motivacijskim obrascima turista postoji i velik broj drugih relevantnih istraživanja koja pritom nisu usmjerena na turizam u planinskim područjima, već nekim drugim tipovima destinacija. Pa iako rezultati tih istraživanja nisu nužno usporedivi s istraživanjima motivacije za posjet planinskim područjima, temeljna motivacija turista za putovanja u različite destinacije zapravo je vrlo slična. U tom kontekstu, do zanimljivih spoznaja došli su Silva i sur. (2020) u svojem istraživanju karakteristika, motivacije i zadovoljstva turista koji posjećuju Azorsko otočje, s fokusom na turiste starije životne dobi, dok Ponte i sur. (2021) na istom primjeru istražuju preferencije i očekivanja turista vezano za aktivnosti avanturističkog turizma. Kada je riječ o ruralnom turizmu, Farmaki (2012) se profiliranjem različitih tipova turista bavila u ruralnom području Troodos na Cipru, a rezultate istraživanja o važnosti gastronomije kao privlačnog motivacijskog faktora ponudili su Berbel-Pinedaa i sur. (2019).

Iako su se određena znanstvena istraživanja o motivaciji turista dosad već provodila i u Hrvatskoj (Krpina, 2015; Lončarić i sur., 2023; Mesić i sur., 2022), ni jedno od tih istraživanja, prema dosadašnjim saznanjima, nije bilo usmjereno specifično prema utvrđivanju motivacijskih obrazaca za posjet Gorskoj Hrvatskoj. Turizam je i općenito govoreći vrlo slabo zastupljena tema istraživanja Gorske Hrvatske, a dosadašnja takva istraživanja uglavnom su bila usmjerena na pojedine dijelove regije ili pojedine oblike turizma prisutne u regiji, poput sportskog turizma (Milohnić i sur., 2018; Perić i sur., 2016; Perić i sur., 2017), agroturizma (Marušić, 2017) i tranzitnog turizma (Knežević & Grbac Žiković, 2013) u Gorskom kotaru te ruralnog turizma (Bušljeta Tonković, 2019), odnosno tu-

tions in Germany, highlighted that differences in the types of active winter tourists exist depending on age, noting that tourists visiting highland areas tend to travel shorter distances to reach their chosen destination compared to those visiting high mountain destinations. Age and income level were also statistically significant determinants in the choice of tourist activities among active tourists on the island of Madeira (Soares et al., 2015).

Finally, there is a considerable number of other studies on tourists' motivational patterns that are not focused on tourism in mountainous areas, but rather on other types of tourist destinations. Although the results of these studies may not necessarily be comparable to the ones exploring tourist visits to mountainous areas, the fundamental motivation of tourists to travel to various destinations is often very similar. In this context, Silva et al. (2020) offered curious insights into the characteristics, motivation, and satisfaction of tourists visiting the Azores, focusing on senior tourists, while Ponte et al. (2021) explored the preferences and expectations of tourists in the Azores concerning adventure tourism activities. When it comes to rural tourism, Farmaki (2012) profiled different types of tourists in the rural area of the Troodos in Cyprus, and Berbel-Pinedaa et al. (2019) offered research results on the importance of gastronomy as an attractive motivating factor.

Although some scientific research on tourist motivation in Croatia has already been conducted (Krpina, 2015; Lončarić et al., 2023; Mesić et al., 2022), none of these studies, based on current knowledge, has specifically been focused on determining motivational patterns for visiting Gorska Hrvatska. Tourism is generally a poorly represented research topic regarding Gorska Hrvatska. Previous research has mainly focused only on some parts of the region or specific forms of tourism present such as sports tourism (Milohnić et al., 2018; Perić et al., 2016; Perić et al., 2017), agrotourism (Marušić, 2017), and transit tourism (Knežević & Grbac Žiković, 2013) in Gorski Kotar, as well as rural tourism (Bušljeta Tonković, 2019) and farm tourism (Žafran & Radeljak Kaufmann, 2022) in Lika.

rizma na seljačkim gospodarstvima (Žafran & Radeljak Kaufmann, 2022) u Lici.

Rezultati provedenog istraživanja uspoređeni su s rezultatima istraživanja stavova i potrošnje turista obuhvaćenog istraživanjem TOMAS 2022.-2023. (Institut za turizam, 2024b). Istraživanja TOMAS temeljna su opsežna anketna istraživanja obilježja, stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj čiji je metodološki okvir postavio Institut za turizam iz Zagreba još 1987. godine te ih do danas redovito provodi. Premda su istraživanja TOMAS osmišljena s namjerom identifikacije stavova i potrošnje turista primarno u primorskim turističkim destinacijama svake tri do četiri godine, od 2019. godine provode se u cijeloj Hrvatskoj omogućujući korisnicima, među ostalim, i detaljan uvid u obilježja motivacijskih obrazaca turista i u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Osim istraživanja TOMAS, na razini cijele Hrvatske i Primorske Hrvatske provode se i specijalizirana parcijalna istraživanja TOMAS (npr. nautičara, turista u cestovnim vozilima na putovanju do primorskih odredišta, posjetitelja zaštićenih područja, turista na brodskim kružnim putovanjima, posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja, korisnika usluga zdravstvenog turizma, turista i jednodnevnih posjetitelja u Zagrebu i Dubrovniku) (Institut za turizam, 2024b), što je nezaobilazan izvor podataka i polazište za srodna istraživanja.

Recentna obilježja turizma u Gorskoj Hrvatskoj

Dvije osnovne prirodnogeografske značajke koje definiraju Gorsku Hrvatsku su prevladavajuće viši reljef u odnosu na ostatak Hrvatske i središnji geografski smještaj regije, zahvaljujući kojem predstavlja prirodnu sponu između panonsko-peripanonskog i primorskog prostora Hrvatske. Regija se sastoji od tri međusobno različite cjeline – Gorskog kotara, Like i Ogulinsko-plašćanske udoline (Blažević, 2003; Pavić, 2008). Zbog svojeg povoljnog geografskog smještaja, regija je iz prometnogeografske perspektive oduvijek bila strateški važan tranzitni prostor između kontinentalnog i primorskog dijela Hrvatske u užem smislu, ali i Srednje Eu-

The results of the conducted research were compared with the results of the research on attitudes and expenditures of tourists in Croatia included in the TOMAS 2022-2023 study (Institute for Tourism, 2024b). The TOMAS surveys are fundamental, comprehensive surveys on the characteristics, attitudes, and expenditures of tourists in Croatia, whose methodological framework was established by the Institute for Tourism in Zagreb in 1987 and which are still conducted regularly today. Although the TOMAS surveys were designed with the intention of determining the attitudes and expenditures of tourists every 3-4 years, especially in coastal tourist destinations, they have been conducted throughout Croatia since 2019 and, among other things, provide users with a detailed insight into the characteristics of tourists' motivational patterns in Kontinentalna Hrvatska (Continental Croatia) as well. It should be emphasised that in addition to the TOMAS surveys at the level of the whole of Croatia and Adriatic Croatia, specialised sub-surveys of TOMAS are also conducted (e.g. nautical tourists, tourists in road vehicles travelling to coastal destinations, visitors to protected areas, tourists on cruisers, visitors to cultural attractions and events, visitors to health tourism facilities, tourists and one-day visitors in Zagreb and Dubrovnik) (Institute for Tourism, 2024b), which represents an indispensable source of data and a starting point for related research.

Recent characteristics of tourism in Gorska Hrvatska

The two fundamental natural-geographic features defining Gorska Hrvatska are its predominantly high relief compared to the rest of Croatia and its central geographical location, making it a natural link between the Pannonian-Peripannonian and coastal parts of Croatia. The region consists of three distinct units: Gorski Kotar, Lika, and Ogulin-Plaški submontane valley (Blažević, 2003; Pavić, 2008). Due to its favourable geographical location, the region has always been a strategically important transit area between the continental and coastal parts

rope i Mediterana u širem smislu (Lukić i sur., 2009; Perić i sur., 2016). Najveću važnost za gospodarski razvoj regije danas imaju suvremene cestovne veze, s naglaskom na državnu cestu D1 te autoceste na relaciji Zagreb–Rijeka i Zagreb–Split–Dubrovnik (Lukić i sur., 2009; Magaš, 2016).

Premda je prirodnogeografska osnova regije u kontekstu naseljenosti i nodalno-funkcionalne organizacije prostora relativno nepovoljna i ograničavajuća, jer je karakteriziraju vertikalna raščlanjenost krškog reljefa, nedostatak obradivih površina te specifične hidrološke i geomorfološke značajke, istodobno je upravo to glavna komparativna prednost regije za razvoj raznih selektivnih oblika turizma na tom području (Bušljeta Tonković, 2019; Lajić & Klempić Bogadi, 2010; Živić & Turk, 2009). Najveći turistički potencijal regije je vrijedna i očuvana prirodna baština, velik dio koje se danas nalazi pod određenim stupnjem zaštite na nacionalnoj, ali i međunarodnoj razini. Najznačajniji turistički lokalitet u Gorskoj Hrvatskoj je najstariji i najposjećeniji hrvatski nacionalni park – Nacionalni park Plitvička jezera. Vrijedna zaštićena prirodna baština s potencijalom za turističku valorizaciju je i Nacionalni park Risnjak, Nacionalni park Sjeverni Velebit i Park prirode Velebit. Od pojedinih turistički atraktivnih lokaliteta prirodne baštine u Lici vrijedi još spomenuti Pećinski park Grabovača, Cerovačke pećine, vrelo Gacke i vrelo Une te Baraćeve špilje na području Općine Rakovica, dok su na području Gorskog kotara i Ogulinsko-plašćanske udoline od posebnog značaja park šuma Golubinjak kraj Lokava i Japlenški vrh kraj Delnica, te značajni krajobrazi Vražji prolaz i Zeleni vir, Kamačnik kraj Vrbovskog i Klek kraj Ogulina. Osim zbog prirodne baštine, turisti u regiju sve češće dolaze i zbog sve bogatije ponude raznih selektivnih oblika turizma. Jedan od primjera je dolina rijeke Gacke koja turiste privlači svojim slikovitim krajolikom i očuvanom kulturnom baštinom (tradicionalne mlinice u naselju Sinac), ali i mogućnostima za ribolovni i aktivni turizam. Središnji dio Gorskog kotara važno je odredište za zimski sportsko-rekreacijski turizam, dok Fužine, primjerice, mnogobrojne izletnike i tu-

of Croatia, as well as between Central Europe and the Mediterranean in a broader sense (Lukić et al., 2009; Perić et al., 2016). Today, modern road connections are of key importance for the region's economic development, mainly the state road D1, and Zagreb–Rijeka and Zagreb–Split–Dubrovnik motorways (Lukić et al., 2009; Magaš, 2016).

The natural-geographic characteristics of Gorska Hrvatska can be considered relatively unfavourable and limiting, especially in terms of settlement and nodal-functional spatial organisation. The region is characterised by the vertical fragmentation of karst relief, a lack of arable land, and specific hydrological and geomorphological features. But those characteristics, at the same time, represent the main comparative advantage of the region for the development of various alternative forms of tourism in the area (Bušljeta Tonković, 2019; Lajić & Klempić Bogadi, 2010; Živić & Turk, 2009). The region's greatest tourism potential lies in its valuable and well-preserved natural heritage, much of which is nowadays under various levels of national and international protection. The most significant tourist site in Gorska Hrvatska is the oldest and most visited Croatian national park – Plitvice Lakes National Park. In addition, valuable protected natural heritage with high tourism potential includes Risnjak National Park, Northern Velebit National Park, and Velebit Nature Park. Notable natural heritage sites in Lika also include Cave Park Grabovača, Cerovac caves, Gacka spring, Una spring, and Barać caves in Rakovica Municipality. In the areas of Gorski Kotar and Ogulin-Plaški Valley, key attractions include the forest parks Golubinjak near Lokve and Japlenški Peak near Delnice, and the significant landscapes of Vražji prolaz and Zeleni vir, Kamačnik near Vrbovsko, and Klek near Ogulin. Apart from its natural heritage, the region increasingly attracts visitors due to the expanding offer of various alternative forms of tourism. One example is Gacka River valley, which draws tourists with its picturesque scenery and preserved cultural heritage (including traditional mills in the village of Sinac), as well as opportunities for fishing and active tourism. The central

TABLICA 1. *Smještajni kapaciteti u Gorskoj Hrvatskoj 2022. godine po jedinicama lokalne samouprave*
TABLE 1 *Accommodation capacities in Mountainous Croatia in 2022 by local self-government units*

Izvor / Source: Državni zavod za statistiku, 2024a / Croatian Bureau of Statistics, 2024a

Jedinica lokalne samouprave (JLS) / <i>Local self-government unit</i>	Broj stalnih postelja 2022. / <i>Number of permanent beds 2022</i>	Udio JLS-a u GH-u (%) / <i>Unit's share in region's total</i>	Broj soba, apartmana i mjesta za kampiranje 2022. / <i>Number of rooms, apartments and camping sites 2022</i>	Udio JLS-a u GH-u (%) / <i>Unit's share in region's total</i>
Brinje	44	0,27	30	0,47
Brod Moravice	59	0,36	23	0,36
Čabar	189	1,17	69	1,07
Delnice	628	3,88	229	3,56
Donji Lapac	41	0,25	17	0,26
Fužine	617	3,81	222	3,45
Gospić	931	5,75	408	6,34
Gračac	305	1,88	128	1,99
Josipdol	125	0,77	54	0,84
Lokve	157	0,97	56	0,87
Lovinac	205	1,27	71	1,10
Mrkopalj	317	1,96	125	1,94
Ogulin	665	4,11	248	3,85
Otočac	933	5,76	412	6,40
Perušić	135	0,83	60	0,93
Plaški	113	0,70	44	0,68
Plitvička jezera	4 777	29,51	2 039	31,68
Rakovica	4 494	27,76	1 667	25,90
Ravna Gora	422	2,61	140	2,18
Saborsko	91	0,56	33	0,51
Skrad	114	0,70	40	0,62
Udbina	65	0,40	28	0,44
Vrbovsko	248	1,53	95	1,48
Vrhovine	513	3,17	198	3,08
Gorska Hrvatska ukupno / Mountainous Croatia in total	16 188	100,00	6 436	100,00

riste željne aktivnog odmora sve više privlače i u ljetnom dijelu godine (Curić i sur., 2013; Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, 2024).

Iako Gorska Hrvatska neupitno posjeduje bogatu turističku atrakcijsku osnovu i velike potencijale za razvoj raznih oblika turizma, oni su na razini regije u cjelini još uvijek nedovoljno prepoznati. O tome svjedoče i službeni podaci prema kojima najveći udio zaposlenih u Gorskoj Hrvatskoj početkom 2022. godine radi u prerađivačkoj industriji (16,80 %), djelatnosti javne uprave, obrane i obveznog socijalnog osiguranja (13,25 %), obrazovanju (12,12 %) te poljoprivredi, šumarstvu i ribarstvu (10,50 %).

part of Gorski Kotar is a popular destination for winter sports and recreational tourism, while Fužine, for example, increasingly attracts numerous day excursionists and tourists seeking an active vacation, even during the summer season (Curić et al., 2013; Ministry of Economy and Sustainable Development, 2024).

Although Gorska Hrvatska unquestionably offers a rich tourism attraction base and has great potential for the development of various forms of tourism, these advantages are still insufficiently recognised at the regional level. This is reflected in official data showing that, as of early 2022, the largest share of employees in Gorska Hrvatska

TABLICA 2. Dolasci i noćenja u Gorskoj Hrvatskoj 2022. godine po jedinicama lokalne samouprave
TABLE 2 Tourist arrival and tourist nights in Mountainous Croatia in 2022 by local self-government units
 Izvor / Source: Državni zavod za statistiku, 2024a / Croatian Bureau of Statistics, 2024a

Jedinica lokalne samouprave (JLS) / Local self-government unit	Dolasci 2022. / Tourist arrivals 2022	Udio JLS-a u GH (%) / Unit's share in region's total	Noćenja 2022. / Tourist nights 2022	Udio JLS-a u GH (%) / Unit's share in region's total
Plitvička Jezera	193 675	41,29	321 992	37,17
Rakovica	146 647	31,27	262 711	30,32
Otočac	25 966	5,54	44 971	5,19
Ogulin	20 097	4,28	35 309	4,08
Gospić	17 205	3,67	37 066	4,28
Delnice	10 608	2,26	28 119	3,25
Fužine	9 988	2,13	29 971	3,46
Ravna Gora	9 446	2,01	19 695	2,27
Vrhovine	6 811	1,45	11 392	1,31
Mrkopalj	4 658	0,99	13 808	1,59
Ostale jedinice lokalne samouprave ukupno ² / Other local self-government units in total	23 916	5,10	61 309	7,08
Gorska Hrvatska (GH) ukupno / Mountainous Croatia in total	469 017	100	866 343	100

Udio zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane je samo 5,12 %, što upućuje na relativno malen značaj turističke i ugostiteljske djelatnosti u regiji. Na lokalnoj razini najveći udio zaposlenih u spomenutoj djelatnosti je na području općina Rakovice (31 %), Plitvičkih Jezera (27 %) i Vrhovine (17 %), što je izravna posljedica vrlo visoke turističke razvijenosti šire okolice Nacionalnog parka Plitvička jezera¹ (Državni zavod za statistiku, 2024b).

Kada je riječ o smještajnim kapacitetima, najveći broj stalnih postelja 2022. godine imaju općine Plitvička Jezera i Rakovica te gradovi Otočac, Gospić i Ogulin. U njima je registrirano više od 70 % od ukupnog broja stalnih postelja u regiji, pri čemu na općine Plitvička Jezera i Rakovica otpada oko 57 %. S tim je u skladu i raspodjela broja smještajnih jedinica, odnosno

works in manufacturing (16.80%), public administration, defence, and compulsory social security activities (13.25%), education (12.12%), and agriculture, forestry, and fishing (10.50%). The share of employees in the category of accommodation and food service activities is only 5.12%, indicating a relatively lesser importance of tourism and hospitality activities in the region. At the local level, the largest share of employees in this category is present in the municipalities of Rakovica (31%), Plitvička Jezera (27%), and Vrhovine (17%), which is directly conditioned by intensive tourism development present in the wider area of Plitvice Lakes National Park¹ (Croatian Bureau of Statistics, 2024b).

Regarding accommodation capacities, the municipalities of Plitvička Jezera and Rakovica, along with the towns of Otočac, Gospić, and Ogulin, had the highest number of permanent

¹ Navedeni podaci odnose na razdoblje izvan ljetne sezone, kada udio zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i na nacionalnoj razini iznosi samo 5 %, što u analizu posljedično ne uključuje sezonski zaposlene radnike.

² Izuzev općina Brinje i Donji Lapac za koje su službeni podaci Državnog zavoda za statistiku iz 2022. godine zaštićeni zbog pre niskih vrijednosti oba pokazatelja.

¹ It should be noted that the above figures refer to the period outside the summer season, when the share of employees in the accommodation and food service activities at the national level is only 5%, consequently excluding seasonal workers from the analysis.

² Except for the municipalities of Brinje and Donji Lapac, for which official data from the State Bureau of Statistics from 2022 are protected as both indicators have considerably low values.

soba, apartmana i mjesta za kampiranje, kojih je također najviše na području tih dviju općina. Sa znatno manjim brojem smještajnih jedinica slijede gradovi Otočac i Gospić te Ogulin, Delnice, Fužine i Vrhovine. Broj smještajnih jedinica u ostalim općinama u odnosu na ukupne smještajne kapacitete regije može se smatrati malim do neznatnim (Tab. 1.).

Ako se promatra prostorna distribucija turističkih dolazaka na lokalnoj razini, u 2022. godini je više od 40 % svih dolazaka ostvareno u Općini Plitvička Jezera, dok je više od 30 % dolazaka dodatno ostvareno u susjednoj Općini Rakovica. Ujedno su to jedine jedinice lokalne samouprave na području Gorske Hrvatske koje bilježe više od 100 000 dolazaka godišnje. Slijedi Grad Otočac s udjelom od 5,54 %, gradovi Ogulin, Gospić i Delnice te općine Fužine i Ravna Gora. Sve ostale jedinice lokalne samouprave ostvaruju udio u ukupnim turističkim dolascima u Gorsku Hrvatsku manji od 2 %. Većih odstupanja u odnosu na turističke dolaski nema ni po pitanju prostorne distribucije turističkih noćenja, čime je jasno izražena polarizacija turističke aktivnosti unutar regije (Tab. 2.).

Takva prostorna distribucija smještajnih kapaciteta i turističkog prometa u skladu je i s kategorizacijom jedinica lokalne samouprave prema indeksu turističke razvijenosti.³ Prema podacima za 2022. godinu, jedino općine Plitvička Jezera (32,39) i Rakovica (30,76) imaju indeks turističke razvijenosti veći od 30 čime ih se svrstava u prvu kategoriju, dok se šest jedinica lokalne samouprave nalazi u drugoj kategoriji, a to su redom Grad Otočac (23,22), Općina Fužine (23,01), Grad Gospić (21,99), Grad Delnice (21,48), Grad Ogulin (20,82) i

beds (beds regularly available to tourists) in 2022. Over 70% of permanent beds in the region were registered in these five local self-government units, with approximately 57% belonging to the municipalities of Plitvička Jezera and Rakovica. This pattern is also reflected in the distribution of accommodation units, i.e., rooms, apartments, and camping sites, which are again most concentrated in these two municipalities. The towns of Otočac and Gospić have significantly fewer accommodation units, followed by Ogulin, Delnice, Fužine, and Vrhovine. The number of accommodation units in remaining municipalities can be considered small to insignificant in comparison to the total accommodation capacities in the region (Tab. 1).

Analysing the spatial distribution of tourist arrivals at the local level, in 2022, more than 40% of all arrivals were recorded in the Municipality of Plitvička Jezera, while over 30% of arrivals were additionally recorded in the neighbouring municipality of Rakovica. Concurrently, they are the only local self-government units in Gorska Hrvatska receiving more than 100,000 arrivals per year. They are followed by the town of Otočac, with a share of 5.54%, and the towns of Ogulin, Gospić, and Delnice, as well as the municipalities of Fužine and Ravna Gora. All other local self-government units account for less than 2% of tourist arrivals in Gorska Hrvatska. There are no significant variations in the spatial distribution of tourist nights compared to arrivals, which indicates a strong polarisation of tourism activity within the region (Tab. 2).

Such spatial distribution of accommodation capacities and tourist traffic is consistent with the categorisation of local self-government units according to the Tourism Development Index.³

³ Indeks turističke razvijenosti (ITR) je kompozitni pokazatelj koji se jedanput godišnje izračunava za sve gradove i općine u Hrvatskoj, a temelji se na pet osnovnih pokazatelja izraženih u apsolutnim i relativnim vrijednostima: (1) broj postelja, (2) broj postelja u hotelima i sličnim smještajnim objektima, (3) broj turista, (4) broj noćenja i (5) broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Vrijednosti indeksa kreću se u rasponu od nula do maksimalno 40, pri čemu su sve jedinice lokalne samouprave prema stupnju turističke razvijenosti podijeljene u pet razreda, od onih najmanje razvijenih kod kojih je vrijednost indeksa nula do najrazvijenijih kod kojih je vrijednost indeksa turističke razvijenosti veća od 30 (Opačić i sur., 2022).

³ The Tourism Development Index (TDI) is a composite indicator calculated annually for all towns and municipalities in Croatia, based on five basic indicators expressed in absolute and relative values: (1) number of beds, (2) number of beds in hotels and similar establishments, (3) number of tourist arrivals, (4) number of tourist nights, and (5) number of employees in the accommodation and food service activities. The index values range from zero to a maximum of 40, with all local self-government units classified into five categories according to the degree of tourism development, from the least developed ones with an index value of zero to the most developed ones where the TDI value exceeds 30 (Opačić et al., 2022).

Općina Rava Gora (20,82). Više od polovice jedinica lokalne samouprave u Gorskoj Hrvatskoj karakterizira slaba turistička valorizacija, čime se svrstavaju u treću i četvrtu kategoriju, što potvrđuje da turistička djelatnost još uvijek nema značajniju ulogu u gospodarskom razvoju većeg dijela regije (Institut za turizam, 2024a).

CILJ, METODOLOGIJA I PROSTORNI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Iz analize recentnih obilježja turizma u Gorskoj Hrvatskoj evidentno je da nisu svi dijelovi ove turističke regije jednako uspješno iskoristili potencijal svoje turističke atraktivnosti. Ipak, podaci upućuju i na to da turistička ponuda nekoliko jedinica lokalne samouprave u Gorskoj Hrvatskoj privlači nezanemariv broj turista. Njihova su obilježja putovanja, kao i motivacija za posjet tom dijelu zemlje dosad još uvijek nedovoljno istraženi, što posljedično onemogućuje informirano upravljanje i daljnji razvoj turističke ponude u regiji u skladu s očekivanjima turista. U tom smislu, postavljaju se pitanja što turiste privlači u Gorsku Hrvatsku, koji tipovi turista je posjećuju te koje su njihove opće preferencije. Razlikuje li se primarna motivacija tih turista u odnosu na destinaciju u kojoj provode svoj boravak? Jesu li turisti za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirani nekim specifičnim interesima koji im inače nisu toliko važni pri odabiru destinacije koju posjećuju? I konačno, odgovara li turistička ponuda regije onome što turiste motivira za boravak u njoj?

Iz potrebe za odgovorima na navedena istraživačka pitanja, proizlaze i sljedeći ciljevi ovoga rada: (1) identificirati obilježja turističkih putovanja i motivaciju turista za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj, (2) istražiti razlike u obilježjima turističkih putovanja i motivaciji turista za dolazak u Gorsku Hrvatsku između tri analizirane destinacije (Fužine, Otočac, Rakovica) i (3) istražiti povezanost specifične motivacije turista za posjet Gorskoj Hrvatskoj i važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenje pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji.

According to data from 2022, the municipalities of Plitvička Jezera (32.39) and Rakovica (30.76) are the only two units in Gorska Hrvatska with a tourism development index greater than 30, which classifies them into the first category. Six local self-government units are then sorted into the second category, namely the town of Otočac (23.22), the municipality of Fužine (23.01), the town of Gospić (21.99), the town of Delnice (21.48), the town of Ogulin (20.82), and the municipality of Rava Gora (20.82). More than half of the local self-government units in Gorska Hrvatska are characterised by poor tourism valorisation, falling into the third and fourth categories. This indicates that tourism activity still does not play a significant role in the economic development of most part of the region (Institute for Tourism, 2024a).

OBJECTIVES, METHODOLOGY, AND SPATIAL FRAMEWORK OF THE RESEARCH

An analysis of recent characteristics of tourism in Gorska Hrvatska clearly demonstrates that not all parts of this tourist region have exploited the potential of their tourist attractiveness with equal success. However, the data also indicate that the tourism offer of several local self-government units within Gorska Hrvatska attracts a significant number of visitors. Their travel characteristics, as well as the motivation for visiting this part of the country, remain insufficiently explored. This lack of understanding consequently hinders informed management and further development of the tourism offer in the region that is in line with tourist expectations. In this context, the questions arise as to what attracts tourists to Gorska Hrvatska, what types of tourists visit the region, and what their general preferences are. Does the primary motivation of these tourists differ depending on the destination where they stay? Are visitors to Gorska Hrvatska driven by specific interests that might not typically influence their choice of destination? Finally, does the region's tourism offer align with the factors that motivate tourists to spend time there?

The need to answer these research questions



SLIKA 1. Jedinice lokalne samouprave u području istraživanja

FIGURE 1 Local self-government units in the research area

Izvor / Source: Državna geodetska uprava, 2015 / State Geodetic Administration, 2015

Istaknuti ciljevi istraživanja ostvareni su neposrednim anketnim istraživanjem motivacijskih obrazaca turista za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj. Uzorak ispitanika korišten za po-

leads to the following objectives of this study: (1) to identify the characteristics of tourist trips and tourists' motivation for visiting Gorska Hrvatska, (2) to examine the differences in the characteristics

trebe istraživanja je neprobabilistički prigodni uzorak, a činili su ga oni punoljetni turisti koji su na području Općine Fužine, Grada Otočca i Općine Rakovica ostvarili najmanje jedno noćenje te su posjetili ili su imali namjeru posjetiti barem jedan turistički lokalitet ili pojedinačnu atrakciju u Gorskoj Hrvatskoj. U ukupan uzorak ušlo je 160 ispitanika, od čega je 64 ispitanika (40 %) anketirano na području Općine Rakovica, njih 58 (36,25 %) na području Grada Otočca i njih 38 (23,75 %) na području Općine Fužine. Anketiranje je provedeno na hrvatskom i engleskom jeziku, ovisno o državi prebivališta i preferenciji ispitanika, tijekom kolovoza i rujna 2023. godine u suradnji s vlasnicima devet turističko-ugostiteljskih objekata u području istraživanja.⁴ Tri navedene jedinice lokalne samouprave u Gorskoj Hrvatskoj za potrebe ovoga istraživanja izabrane su kao studije slučaja (Sl. 1.).

Odabir studija slučaja proveden je nakon detaljne analize recentnih statističkih pokazatelja turističkih kretanja i smještajnih kapaciteta za 24 jedinice lokalne samouprave u Gorskoj Hrvatskoj koje ulaze u prostorni okvir istraživanja. Općina Rakovica odabrana je kao primjer jedinice lokalne samouprave koja se i na nacionalnoj razini svrstava među turistički najrazvijenije destinacije u Hrvatskoj. S Općinom Plitvička Jezera područje je najveće posjećenosti u regiji, s najviše smještajnih kapaciteta i najvećim udjelom zaposlenih u turističko-ugostiteljskoj djelatnosti. Također je primjer općine u kojoj se selektivni oblici turizma razvijaju u funkciji obogaćivanja i diversifikacije turističke ponude na širem području glavnog turističkog lokaliteta u regiji, Nacionalnog parka Plitvička jezera, dok se ponuda selektivnih oblika turizma u druge dvije studije slučaja razvija neovisno o okolnim područjima. Od tri studije slučaja, Grad Otočac je jedinica lokalne samouprave s najvećom površinom i najviše stanovnika te je prema udjelima ostvarenog turističkog pro-

of tourist trips and tourists' motivation for visiting Gorska Hrvatska between the three analysed tourist destinations (Fužine, Otočac, Rakovica), and (3) to examine the correlation between tourists' specific motivation for visiting Gorska Hrvatska and the importance of certain segments of the tourism supply and the practising of certain activities during their stay in a tourist destination.

The above-mentioned objectives of the research were achieved through a direct survey of tourists' motivational patterns for a tourist visit to Gorska Hrvatska. The sample used for the research is a non-probabilistic convenient sample consisting exclusively of adult tourists who have spent at least one night in the area of the municipality of Fužine, the town of Otočac, and the municipality of Rakovica and have visited or intended to visit at least one tourist attraction in Gorska Hrvatska. The total sample included 160 respondents, of which 64 respondents (40%) were surveyed in the area of the municipality of Rakovica, 58 (36.25%) in the area of the town of Otočac, and 38 (23.75%) in the area of the municipality of Fužine. The survey was conducted in August and September 2023 in cooperation with the owners of 9 tourism and hospitality establishments in the research area in Croatian and English, depending on the country of residence and the preference of the respondents.⁴ For the purpose of this research, the three local self-government units in Gorska Hrvatska were chosen as case studies (Fig. 1).

The case studies were selected after a detailed analysis of current statistical indicators of tourism trends and accommodation capacities for 24 local self-government units in Gorska Hrvatska, which are included in the spatial framework of the research. The municipality of Rakovica was chosen as an example of a local self-government unit that is one of the most developed tourist destinations in Croatia, even at the national level. Together with the municipality of Plitvička Jezera, it represents the area with the most visitors in the region, with the biggest accommodation capacity

⁴ U svakoj od triju jedinica lokalne samouprave nalaze se po tri turističko-ugostiteljska objekta. Od toga su po dva hotela, dva objekta za usluge smještaja u kućanstvu (soba/apartman) te po jedan kamp, hostel, lovački dom, turistički centar i turistički *resort*.

⁴ There are three tourism and hospitality establishments in each of the three local self-government units. Of these, two are hotels, two are facilities for accommodation services in a household (room/apartment) and one is a camping site, a hostel, a hunting lodge, a tourist centre, and a holiday resort.

meta i smještajnih kapaciteta treći u regiji. U usporedbi sa spomenutim dvjema jedinicama lokalne samouprave, Općina Fužine raspolaže s najmanje smještajnih kapaciteta te bilježi znatno manji udio turističkih kretanja, ali je ujedno i površinom i brojem stanovnika također puno manja. Stoga intenzitet turizma na njezinu području također nije zanemariv. Navedenim odabirom postignuta je i ravnomjerna prostorna distribucija studija slučaja u prostoru istraživanja, imajući na umu i glavne zone koncentracije turističke ponude u regiji.

Budući da su u uzorku s obzirom na državu prebivališta bili zastupljeni ispitanici iz 22 države, ne iznenađuje što je većina ispitanika, njih 70,6 %, anketni upitnik ispunjavala na engleskom jeziku, dok je na hrvatskom jeziku anketni upitnik ispunilo 29,4 % ispitanika. Od 156 ispitanika koji su odgovorili na pitanje o državi u kojoj im je prebivalište, najzastupljeniji su turisti iz Hrvatske (32 ispitanika ili 20,5 %) ispred turista iz Njemačke (29 ispitanika ili 18,6 %), Italije (21 ispitanik ili 13,5 %) i Mađarske (11 ispitanika ili 7,1 %). Iz ostalih država u anketni uzorak ušlo je manje od 10 ispitanika. Veliku većinu ispitanika čine turisti iz europskih država (njih 144 ili 92,3 %), dok su turisti koji dolaze s ostalih kontinenata zastupljeni sa samo 12 ispitanika (7,7 %). Na pitanje žive li u urbanoj ili ruralnoj sredini, izjasnila su se 152 ispitanika, od čega 111 (73 %) živi u urbanoj sredini, dok ih 41 (27 %) dolazi iz ruralne sredine.

U strukturi ispitanika s obzirom na spol nešto je više žena (njih 83 ili 52,5 %) nego muškaraca (njih 73 ili 46,2 %), dok 2 ispitanika (1,3 %) nije željelo odgovoriti na ovo pitanje. Uzorak obuhvaća ispitanike u dobi od 18 do 77 godina, pri čemu je prosječna starost ispitanika 38,48 godina ($SD = 11,584$). U uzorku znatno prevladavaju mlađi zreli ispitanici (31 – 45 godina; 64 ispitanika ili 42,7 %) ispred mlađih ispitanika (18 – 30 godina; njih 42 ili 28 %), starijih zrelih ispitanika (46 – 60 godina; njih 40 ili 26,7 %) te starijih ispitanika (više od 60 godina), koji su neznatno zastupljeni u uzorku (samo 4 ili 2,6 %). Dobna struktura ispitanika u kojoj osjetno prevladavaju mlađi od 45 godina (106 ispitanika ili 70,7 %) podudara se s dobnom

and the largest share of employees in the tourism and hospitality industry. It is also an example of a municipality where alternative forms of tourism are being developed to enrich and diversify the tourism supply in the wider vicinity of the region's main tourist site, Plitvice Lakes National Park. On the other hand, the supply of alternative forms of tourism in the other two case studies is being developed independently of the surrounding areas. Of the three case studies, the town of Otočac is the local self-government unit with the largest area and population, and according to the shares of realised tourism flow and accommodation capacities, it ranks third in the region. Compared to the two previously mentioned local self-government units, the municipality of Fužine has the smallest accommodation capacity and a significantly lower share of tourist mobilities, but is also much smaller in terms of area and population. Therefore, the intensity of tourism in its area is not negligible. With the above-mentioned selection, an even spatial distribution of the case studies in the research area was achieved, whereby the main concentration zones of the tourism supply in the region were taken into account.

As the sample included respondents from 22 countries, it is not surprising that the majority of respondents, namely 70.6%, completed the questionnaire in English, while 29.4% of respondents filled out the questionnaire in Croatian. Of the 156 respondents who answered the question about their country of residence, most tourists were from Croatia (32 respondents or 20.5%), followed by tourists from Germany (29 respondents or 18.6%), Italy (21 respondents or 13.5%) and Hungary (11 respondents or 7.1%). Fewer than 10 respondents from other countries were included in the sample. The vast majority of respondents are tourists from European countries (144 of them or 92.3 %), while tourists from other continents are represented by only 12 respondents (7.7 %). When asked whether they live in an urban or rural area, 152 respondents answered, of which 111 (73%) live in an urban area, while 41 (27%) come from a rural area.

In terms of gender, there are slightly more women (83 or 52.5%), than men (73 or 46.2%), while 2 respondents (1.3%) did not want to answer this

strukturuom turista koji preferiraju prirodne atrakcije i na njima utemeljene oblike turizma što su potvrdila i neka ranija istraživanja (Gu i sur., 2018; Hibner i sur., 2018; Pröbstl-Haider i sur., 2016).

Prema najvišem završenom stupnju obrazovanja, većina ispitanika pripada skupini sa završenim sveučilišnim diplomskim ili specijalističkim diplomskim stručnim studijem (njih 50 ili 32,7 %), slijedi skupina ispitanika sa završenim srednjoškolskim obrazovanjem (njih 46 ili 30,1 %), ispred onih sa završenim poslijediplomskim sveučilišnim ili specijalističkim studijem (njih 35 ili 22,9 %), završenim sveučilišnim ili stručnim preddiplomskim studijem (njih 14 ili 9,1 %) te završenim osnovnoškolskim obrazovanjem (njih 2 ili 1,3 %), dok je 6 ispitanika (3,9 %) izabralo da ne želi odgovoriti na pitanje o najvišem završenom stupnju obrazovanja. Obrazovna struktura prema kojoj je većina turista koja posjećuje gorska i planinska područja visokoobrazovana također je u skladu s rezultatima koje su obradili Gu i sur. (2018) na primjeru zaštićenog prirodnog rezervata u Kini, ali i s onima iz istraživanja provedenih na području Alpa (Pröbstl-Haider i sur., 2016) i Tatra (Hibner i sur., 2018).

Za analizu prikupljenih podataka korišten je IBM SPSS alat, a osim deskriptivne statistike (utvrđivanje srednjih vrijednosti i učestalosti odgovora ispitanika), za utvrđivanje razlika između turista u navedenim turističkim destinacijama primijenjena je metoda jednosmjerne analize varijance (ANOVA) te Pearsonov koeficijent korelacije za utvrđivanje povezanosti specifične motivacije turista za posjet Gorskoj Hrvatskoj s važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji.

Pri interpretaciji nalaza i kontekstualizacije zaključaka potrebno je voditi računa i o ograničenjima provedenog istraživanja. Ona se ponajprije odnose na relativno malen broj ispitanika (njih 160), lokacija anketiranja (Rakovica, Otočac, Fužine) i turističko-ugostiteljskih objekata u kojima je anketiranje provedeno (9), kao i na to da je anketiranje provedeno u ljetnoj sezoni samo jedne, 2023., godine, što otežava

question. The sample includes people between the ages of 18 and 77, with the average age of respondents being 38.48 years (SD=11.584). In the sample, the younger mature respondents (31-45 years old; 64 respondents or 42.7%) predominate over the younger respondents (18-30 years old; 42 of them or 28.0%), the older mature respondents (46-60 years old; 40 of them or 26.7%) and the older respondents (over 60 years old), who are only slightly represented in the sample (only 4 or 2.6%). The age structure of the respondents, in which the under 45-year-olds predominate (106 respondents or 70.7 %), coincides with the age structure of tourists who prefer natural attractions and forms of tourism based on them, which was also confirmed by some previous studies (Gu et al., 2018; Hibner et al., 2018; Pröbstl-Haider et al., 2016).

According to the highest level of education, the majority of respondents belong to the group with a diploma in university graduate studies or professional graduate studies (50 of them or 32.7%), followed by the groups of respondents with secondary education (46 of them or 30.1%), university postgraduate or specialist study (35 of them or 22.9%), university or professional undergraduate study (14 of them or 9.1%) and primary education (2 of them or 1.3%), while six respondents (3.9%) did not want to answer the question about the highest level of education. The educational structure, according to which the majority of tourists visiting mountainous and hilly regions have a high level of education, is also consistent with the results processed by Gu et al. (2018) using the example of a nature reserve in China, but also with those from studies in the Alps (Pröbstl-Haider et al., 2016) and the Tatra Mountains (Hibner et al., 2018).

The IBM SPSS tool was used to analyse the collected data. In addition to descriptive statistics (determining the mean values and the frequency of the respondents' answers), the one-way ANOVA and Pearson's correlation coefficient were used. One-way ANOVA was used to determine the differences between tourists in the aforementioned tourist destinations. Pearson's correlation coefficient was used to determine the correlation of the specific motivation of tourists for visiting

generalizaciju rezultata. Naime, realno je pretpostaviti da je struktura turista, pa tako i njihova motivacija i obilježja putovanja u Gorsku Hrvatsku ponešto različita izvan ljetne sezone. Unatoč navedenim manjkavostima, rezultati su u dovoljnoj mjeri relevantni i ilustrativni da podupiru iznesene zaključke i pomažu boljem osvjetljavanju tematike obilježja i motivacijskih obrazaca turističkih putovanja u Gorsku Hrvatsku, ostvarivanjem postavljenih ciljeva istraživanja, ali i da otvore potencijalne teme budućih istraživanja navedenih u zaključku.

REZULTATI

Obilježja turističkih putovanja i motivacija turista za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj

Na temelju rezultata anketiranja mogu se identificirati glavna obilježja turističkih putovanja i motivacijske obrasce pri turističkom posjetu Gorskoj Hrvatskoj.

Iako se samo 56 (ili 35,9 %) od 156 ispitanika koliko ih je odgovorilo na ovo pitanje izjasnilo kako prvi put boravi u Hrvatskoj, njih 99 (63,5 %) se istovremeno izjasnilo kako prvi put boravi na području Gorske Hrvatske. Nešto su zastupljeniji ispitanici kojima je ovo najmanje treći posjet Hrvatskoj (65 ili 41,7 %), s time da su ovamo ubrojeni i domaći turisti, a u uzorku su najmalobrojniji ispitanici kojima je ovo drugi posjet Hrvatskoj (35, 22,4 %). Na području Gorske Hrvatske drugi put borave samo 25 ispitanika (16,0 %), dok se 32 ispitanika (20,5 %) izjasnilo kako su Gorsku Hrvatsku posjetili tri ili više od tri puta. Uspoređujući odgovore na pitanje o broju posjeta Gorskoj Hrvatskoj i Hrvatskoj u cjelini, jasno je vidljivo da je više anketiranih stranih turista posjetilo Hrvatsku u cjelini, nego Gorsku Hrvatsku, iz čega proizlazi zaključak da Gorska Hrvatska za većinu stranih turista nije prva destinacija u Hrvatskoj koju posjećuju, što ne iznenađuje uzme li se obzir dominaciju obale i otoka kao najposjećenijih dijelova Hrvatske.

Najviše ispitanika, njih 58 od 155 koliko ih je odgovorilo na ovo pitanje (37,4 %), u smještaju u kojem boravi u Gorskoj Hrvatskoj planira

Gorska Hrvatska with the importance of certain segments of the tourism supply and the practise of certain activities during their stay in a destination. When interpreting the results and contextualising the conclusions, the limitations of the conducted research must also be taken into account. These relate primarily to the relatively small number of respondents (160), small number of the locations of the survey (Rakovica, Otočac, Fužine) and the small number of tourist-hospitality facilities in which the survey was conducted (9), as well as the fact that the survey was conducted in the summer season of only one year, 2023, which makes it difficult to generalise the results. It could be assumed that the structure of tourists and their motivation and characteristics for travelling to Gorska Hrvatska outside the summer season are somewhat different. Despite the mentioned limitations, we believe that the obtained results are sufficiently relevant and illustrative to support the presented conclusions and shed more light on the topic of characteristics and motivational patterns of tourist trips to Gorska Hrvatska by achieving the research objectives, but also to open up potential topics for future research, which we listed in the conclusion.

RESULTS

The characteristics of tourist trips and tourists' motivation for visiting Gorska Hrvatska

Based on the results of the survey, it is possible to identify the main characteristics of tourist trips and motivational patterns during a tourist visit to Gorska Hrvatska. Although only 56 (or 35.9%) of the 156 respondents who answered this question stated that they were visiting Croatia for the first time, 99 of them (63.5%) also stated that they were visiting Gorska Hrvatska for the first time. Respondents for whom this is at least their third visit to Croatia are slightly more represented (65 or 41.7%), including domestic tourists. Respondents for whom this is their second visit to Croatia are the least represented (35 or 22.4%). Only 25 respondents (16.0%) were visiting Gorska Hrvatska for the second time, while 32 respondents (20.5%) stated that they have visited Gorska Hrvatska three

ostati dvije noći. Nešto manje, 36 ispitanika (23,2 %), u trenutačnom smještajnom kapacitetu planira provesti jednu noć, a podjednak je udio onih koji su odgovorili kako u trenutačnom smještajnom kapacitetu ostaju tri (njih 19 ili 12,2 %), odnosno četiri noći (njih 22 ili 14,2 %). Pet noćenja pritom planira 10 ispitanika (6,5 %), a turistički boravak dulji od pet noćenja u trenutačnom smještajnom kapacitetu planira ukupno 10 ispitanika (njih 10 ili 6,5 %). Prosječna duljina planiranog boravka ispitanika u trenutačnom smještajnom kapacitetu je 2,94 noćenja ($SD = 3,011$). Rezultati odgovora na pitanje o broju planiranih noćenja u Hrvatskoj tijekom ovoga turističkog boravka jasno upućuju na to da je planirani boravak u Hrvatskoj znatno dulji jer prosječna duljina iznosi 7,97 noćenja ($SD = 6,565$). Navedeni rezultati potvrđuju činjenicu da je prosječno trajanje turističkog boravka u Gorskoj Hrvatskoj kraće nego u priobalju (Institut za turizam, 2024b) i da je uglavnom riječ o destinacijama orijentiranim na kraće boravke ili na vikend turizam u ostalim dijelovima godine. Naime, prema istraživanju stavova i potrošnje turista obuhvaćenog istraživanjem TOMAS 2022.-2023., u Hrvatskoj turisti u prosjeku ostvaruju 7,8 noćenja, ali se duljina boravka vrlo razlikuje u Jadranskoj Hrvatskoj (u prosjeku 8 noćenja) i Kontinentalnoj Hrvatskoj (u prosjeku 3,4 noćenja) (Institut za turizam, 2024b).

Što se tipa smještajnih kapaciteta tiče, najviše ispitanika (njih 50 od 159 koliko ih je odgovorilo na ovo pitanje ili 31,4 %) tijekom ovoga boravka na području Gorske Hrvatske odsjelo je u privatnom smještaju (sobi ili apartmanu), potom u kampu (njih 46 ili 28,9 %), u hotelu (njih 37 ili 23,3 %), dok se 11 ispitanika (6,9 %) odlučilo za kombinaciju više različitih tipova smještajnih objekata. U kućama za odmor odsjelo je 7 ispitanika (4,4 %), dok su se preostali ispitanici (njih 8 ili 5,1 %) odlučili za neke druge opcije smještaja.

Na pitanje s kim posjećuju Gorsku Hrvatsku na ovom turističkom putovanju, najviše je ispitanika odgovorilo „s partnerom ili partnericom“, njih 55 ili 34,4 %. Neznatno manje ispitanika, njih 49 ili 30,6 %, odgovorilo je

or more times. Comparing the answers to the question about the number of visits to Gorska Hrvatska and Croatia as a whole, it is noticeable that more foreign tourists surveyed have visited Croatia as a whole than Gorska Hrvatska, which leads to the conclusion that Gorska Hrvatska is not the first destination in Croatia that most foreign tourists visit. This is not surprising, considering that the Adriatic coast and the islands are the most visited parts of Croatia.

Most respondents, 58 out of 155 who answered this question (37.4%), plan to stay two nights in their accommodation in Gorska Hrvatska. Slightly fewer, namely 36 respondents (23.2%) plan to spend one night in their current accommodation, and an equal proportion of those who answered that they would stay three (19 of them or 12.2%) or four nights in their current accommodation (22 of them or 14.2%). Five nights were planned by 10 respondents (6.5%), and a total of 10 respondents (10 of them or 6.5%) plan a tourist stay of more than five nights in the current accommodation capacity. The average length of stay planned by the respondents in the current accommodation capacity is 2.94 nights ($SD=3.011$). The results of the answers to the question about the number of planned nights in Croatia during this tourist stay clearly show that the planned stay in Croatia is significantly longer, as the average length is 7.97 nights ($SD=6.565$). The above results confirm the fact that the average length of a tourist's stay in Gorska Hrvatska is shorter than in coastal areas (Institute for Tourism, 2024b) and that these are mostly destinations aimed at shorter stays or weekend tourism in other parts of the year. According to the survey on attitudes and expenditures of tourists in Croatia included in the TOMAS 2022-2023 study, tourists stay in Croatia for an average of 7.8 nights, but the length of stay is very different in Adriatic Croatia (on average 8.0 nights) and Kontinentalna Hrvatska (on average 3.4 nights) (Institute for Tourism, 2024b).

Regarding the type of accommodation capacity, most respondents (50 out of 159 who answered this question, or 31.4%) stayed in private accommodation (a room or apartment) during their stay in Gorska Hrvatska, than in a camping site (46 of them, or 28.9%), in a hotel (37 of them, or

TABLICA 3. Ocjena važnosti pojedinih motivacijskih faktora za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj

TABLE 3 Assessment of the importance of certain motivating factors for a tourist visit to Mountainous Croatia

Izvor / Source: Anketno istraživanje (kolovoz, rujan, 2023.) / Survey (August, September, 2023)

Motivacijski faktor / Motivating factor	n	M	SD
Prirodna baština / Natural heritage	155	3,67	0,704
Odmor i opuštanje / Rest and relaxation	157	3,48	0,781
Kulturno-povijesna baština / Cultural and historical heritage	154	2,82	0,889
Sport i rekreacija / Sport and recreation	153	2,61	1,089
Autohtona gastronomska ponuda / Local gastronomic offer	154	2,59	1,088
Upoznavanje s lokalnim stanovništvom / Getting to know the local population	152	2,51	1,023
Upoznavanje s tradicijom i običajima / Getting to know traditions and customs	153	2,42	1,011
Prisustvovanje lokalnim manifestacijama / Attending local events	153	1,89	0,977
Zabava i noćni život / Entertainment and nightlife	152	1,88	1,018
Mogućnosti kupovine / Shopping opportunities	153	1,63	0,879

„s obitelji“, dok je 31 ispitanik, odnosno njih 19,4 % u turističkom posjetu s prijateljima. Dio ispitanika, njih 19 ili 11,9 %, izjasnio se kako Gorsku Hrvatsku posjećuje u nekom drugom društvenom okruženju ili pak s više ljudi. Primjerice, u kombinaciji s prijateljima i partnerom ili partnericom, obitelji i partnerom ili partnericom, prijateljima i obitelji i slično. Najmanji je udio onih koji su Gorsku Hrvatsku odlučili posjetiti samostalno (tek 4 ispitanika ili 2,5 %) ili pak s kolegama (2 ispitanika ili 1,3 %). Iz navedenih odgovora može se prepoznati da je Gorska Hrvatska destinacija koju turisti pretežno posjećuju s partnerom/partnericom ili s obitelji, što je podudarno s Kontinentalnom Hrvatskom kao turističkom destinacijom u cjelini (Institut za turizam, 2024b).

Motivacija ispitanika obuhvaćena je pitanjem kojim su ispitanici trebali ocijeniti u kojoj su ih mjeri ponuđeni faktori motivirali na turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj i to s pomoću Likertovih skala, pri čemu je gradacija odgovora kodirana ocjenama od 1 = nije nimalo do 4 = u potpunosti. U ponuđene motivacijske faktore uvršteno je deset varijabli kojima su obuhvaćeni različiti motivacijski faktori koji su u određenoj mjeri mogli utjecati na odluku ispitanika da posjete Gorsku Hrvatsku (Tab. 3.).

Srednje vrijednosti ocjena upućuju na zaključak kako je ispitanike za posjet Gorskoj Hrvatskoj u najvećoj mjeri motivirala prirodna baština (3,67). Visoku srednju vrijednost ocjene ima i odmor i opuštanje kao motivacijski faktor

23.3%), while 11 respondents (6.9%) opted for a combination of several different types of accommodation. Seven respondents (4.4%) stayed in holiday homes, while the remaining respondents (8 of them or 5.1%) opted for another accommodation option.

When asked with whom they were visiting Gorska Hrvatska during this tourist trip, most respondents answered ‘with their partner,’ 55 of them or 34.4%. Slightly fewer respondents, 49 of them or 30.6%, answered ‘with family,’ while 31 respondents or 19.4% of them were travelling with friends. Some of the respondents, 19 of them or 11.9%, stated that they visited Gorska Hrvatska in a different social setting or with several people. For example, in combination with friends and partner, family and partner, friends and family, and the like. The lowest percentage is those who decided to visit Gorska Hrvatska alone (only 4 respondents or 2.5%) or with colleagues (2 respondents or 1.3%). From the above answers, it can be seen that Gorska Hrvatska is a destination that tourists mostly visit with their partner or family, which is consistent with Kontinentalna Hrvatska as a tourist destination overall (Institute for Tourism, 2024b).

The respondents’ motivation was included in the question asking them to rate the extent to which the offered factors motivated them to visit Gorska Hrvatska as a tourist. A Likert scale was used in which the answers were coded from 1=not at all to 4=completely. The offered motivating factors included a total of ten variables, which comprised various motivating factors that could, to some ex-

(3,48). To su ujedno i dva faktora s najmanjim vrijednostima standardne devijacije što upućuje na to kako su za njih zabilježena najmanja odstupanja vrijednosti odgovora pojedinih ispitanika od prosječne vrijednosti svih odgovora. Nakon prirodne baštine i odmora i opuštanja, sljedeći po važnosti motivacijski faktori za posjet Gorskoj Hrvatskoj su: kulturno-povijesna baština (2,82), sport i rekreacija (2,61), autohtona gastronomska ponuda (2,59), upoznavanje s lokalnim stanovništvom (2,51) te upoznavanje s tradicijom i običajima (2,42). Kao najmanje važne motivacijske faktore u kontekstu posjeta Gorskoj Hrvatskoj ispitanici su ocijenili prisustvovanje lokalnim manifestacijama (1,89), zabavu i noćni život (1,88) te mogućnosti kupovine (*shopping*) (1,63). Ocjene motivacijskih faktora dobivene ovim istraživanjem donekle se poklapaju s ocjenama motivacijskih faktora za turistički posjet Kontinentalnoj Hrvatskoj (Institut za turizam, 2024b). Prema navedenom istraživanju, „priroda“ je treće rangirani motiv dolaska u Kontinentalnu Hrvatsku, a „kultura i umjetnost“ je na petom mjestu. Međutim, ako se izuzmu motivi poput „gradovi (*city break*)“ i „posao“ koji su zauzeli prvo i drugo mjesto, kao i „posjet rodbini i prijateljima“ na četvrtom mjestu, koji nisu toliko važni pri posjetu Gorskoj Hrvatskoj, vidljivo je da se dva najviše rangirana motiva u ovom istraživanju poklapa-

tent, influence the respondents' decision to visit Gorska Hrvatska (Tab. 3).

The mean values of the ratings lead to the conclusion that the natural heritage motivates the respondents to visit Gorska Hrvatska (3.67) the most. Rest and relaxation as a motivating factor also have a high mean value (3.48). These are also the two factors with the smallest standard deviation values, which means that they have the smallest deviations of individual respondents' answer values from the average value of all answers. After natural heritage and rest and relaxation, next in importance motivating factors are cultural and historical heritage (2.82), sport and recreation (2.61), the local gastronomic offer (2.59), getting to know the local population (2.51) and getting to know traditions and customs (2.42). The respondents rated attending local events (1.89), entertainment and nightlife (1.88), and shopping opportunities (1.63) as the least important motivating factors in connection with a visit to Gorska Hrvatska. The ratings of motivating factors from this research are somewhat in line with the ratings of motivating factors for tourist visits to Kontinentalna Hrvatska (Institute for Tourism, 2024b). According to the above-mentioned research, 'nature' is the third most important motive for visiting Kontinentalna Hrvatska, and 'culture and art' is in fifth place. However, if we exclude motives such as 'city break' and 'work,' which are ranked first and second,

TABLICA 4. Ocjena važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji

TABLE 4 Assessment of the importance of the segments of the tourism supply and the practising of certain activities during a stay in a tourist destination

Izvor / Source: Anketno istraživanje (kolovoz, rujan, 2023.) / Survey (August, September, 2023)

Segment turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti / Segments of the tourism supply and the practising of certain activities	n	M	SD
Prirodna baština / Natural heritage	153	8,77	1,764
Odmor i opuštanje / Rest and relaxation	152	8,74	1,952
Kulturno-povijesna baština / Cultural and historical heritage	150	7,54	2,224
Autohtona gastronomska ponuda / Local gastronomic offer	152	7,36	2,595
Upoznavanje s tradicijom i običajima / Getting to know traditions and customs	151	6,46	2,727
Sport i rekreacija / Sport and recreation	150	6,23	3,143
Upoznavanje s lokalnim stanovništvom / Getting to know the local population	150	6,06	2,855
Prisustvovanje lokalnim manifestacijama / Attending local events	152	5,20	2,935
Zabava i noćni život / Entertainment and nightlife	149	4,30	3,316
Mogućnosti kupovine / Shopping opportunities	148	4,25	3,147

ju s onima iz istraživanja TOMAS 2022.-2023. (Institut za turizam, 2024b).

Ispitanici su odgovorili i na pitanje o važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji općenito. Ponuđeni segmenti atrakcijske osnove i turističke aktivnosti ocijenjeni su s pomoću Likertovih skala, pri čemu je gradacija odgovora kodirana ocjenama od 0 = uopće mi nije važno do 10 = iznimno mi je važno (Tab. 4.).

Srednje vrijednosti ocjena ispitanika jasno podupiru tezu kako je za turiste koji posjećuju Gorsku Hrvatsku tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji najvažniji segment turističke ponude prirodna baština (srednja ocjena važnosti 8,77), a kao aktivnost koju najviše vole provoditi tijekom boravka u destinaciji odmor i opuštanje (8,74). Stoga ne čudi što su ispitanici upravo navedena dva faktora ocijenili i najvišim ocjenama kao motivacijske faktore za posjet Gorskoj Hrvatskoj. Redoslijed važnosti ostalih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji u velikoj mjeri korespondira rangovima motivacijskih faktora za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj, na temelju čega se može zaključiti kako je za većinu ispitanika Gorska Hrvatska bila ciljana turistička destinacija, odnosno da su je svjesno izabrali na temelju svojih općih preferencija pri ostvarivanju turističkog putovanja.

Razlike u obilježjima turističkih putovanja i motivaciji turista za dolazak u Gorsku Hrvatsku između tri analizirane destinacije (Fužine, Otočac, Rakovica)

Jednosmjernom analizom varijance (ANOVA) potvrđeno je da su obilježja turističkih putovanja turista koji su posjetili Gorsku Hrvatsku vrlo slična neovisno o tome u kojoj su od tri destinacije (Općina Fužine, Grad Otočac, Općina Rakovica) u kojima je provedeno anketno istraživanje boravili. Međusobne statistički značajne razlike utvrđene su jedino u pogledu broja noćenja koja su planirali u Hrvatskoj tijekom trenutačnog posjeta ($F = 6,019$; $df = 2$; p

and 'visiting relatives and friends' in fourth place, which are not as important when visiting Gorska Hrvatska, it becomes clear that the two highest-ranking motives in this survey are the same as those in the TOMAS 2022-2023 study (Institute for Tourism, 2024b).

Respondents also answered the question about the importance of certain segments of the tourism supply and the practise of certain activities during their stay in a destination in general. The offered segments of the attraction basis and tourist activities were rated using Likert scales, with the response grading coded with scores from 0=not at all important to me to 10=extremely important to me (Tab. 4).

The mean values of the respondents' ratings clearly support the thesis that for tourists visiting Gorska Hrvatska, natural heritage is the most important segment of the tourism supply during their stay in a destination (mean value of importance 8.77), and the activity they prefer to practise during their stay in the destination is rest and relaxation (8.74). It is therefore not surprising that the respondents rated these two factors with the highest scores as motivating factors for a visit to Gorska Hrvatska. The order of importance of other segments of the tourism supply and the practising of certain activities during a stay at a destination largely corresponds to the ranking of motivating factors for a tourist visit to Gorska Hrvatska. Thus, it can be concluded that Gorska Hrvatska was the tourist destination of choice for the majority of respondents, i.e., that they deliberately chose it based on their general preferences when travelling as tourists.

The differences in the characteristics of tourist trips and tourists' motivation for visiting Gorska Hrvatska between the three analysed tourist destinations (Fužine, Otočac, Rakovica)

Using a one-way ANOVA, it was confirmed that the characteristics of the trips of tourists who visited Gorska Hrvatska are very similar, regardless of the area of survey (the municipality of Fužine, the town of Otočac, the municipality of Rakovica). Statistically significant differences were only found in relation to the number of planned overnight

= 0,003) i broja planiranih noćenja u trenutačnom smještaju, dakle u destinaciji anketiranja ($F = 4,788$; $df = 2$; $p = 0,010$).

Najveći broj noćenja u Hrvatskoj tijekom aktualnog posjeta planiraju turisti anketirani u Općini Rakovica (9,95 noćenja), potom turisti u Općini Fužine (7,76), a najmanji turisti anketirani u Gradu Otočcu (5,87). S druge strane, u trenutačnom smještajnom kapacitetu najkraće planiraju boraviti ispitanici u Gradu Otočcu (2,4 noćenja), potom oni u Općini Rakovica (2,65), a najdulji boravak planiraju ispitanici anketirani u Općini Fužine (4,21). Ustanovljene razlike mogu se objasniti činjenicom da je glavni motiv turističkog boravka u Općini Rakovica posjet obližnjem Nacionalnom parku Plitvička jezera, najposjećenijem zaštićenom području u Hrvatskoj, pa je stoga Općina Rakovica jedna od najposjećenijih kontinentalnih jedinica lokalne samouprave u državi. Budući da je Nacionalni park Plitvička jezera jedan od najpopularnijih turističkih lokaliteta u Hrvatskoj uopće, većina, pogotovo stranih, turista u Općini Rakovica boravi 2-3 dana (u prosjeku 2,65 noćenja) na proputovanju prema obalnim i otočnim destinacijama, najčešće u Dalmaciji, ili na povratku s odmora na obali i otocima, što potvrđuje i najdulji planirani boravak u Hrvatskoj (9,95 noćenja) u usporedbi s ispitanicima iz Grada Otočca i Općine Fužine. Boravišna, odnosno ciljane komponente u obilježjima putovanja jače je izražena kod ispitanika u Općini Fužine jer je vidljivo da većinu svojih noćenja u Hrvatskoj namjeravaju ostvariti upravo u trenutačnom smještaju, u prosjeku 4,21 od planiranih 7,76 u Hrvatskoj tijekom trenutačnog posjeta. Turisti koji su odsjeli na području Grada Otočca u trenutačnom smještaju planiraju realizirati otprilike pola svojih planiranih noćenja u Hrvatskoj tijekom trenutačnog posjeta (u prosjeku 2,4 noćenja na području Grada Otočca od 5,87 noćenja u Hrvatskoj). Potonje upućuje na zaključak da je i Otočac više ciljane destinacija, odnosno prema obilježjima turističkog posjeta sličniji Fužinama nego Rakovici.

Razlike u ocjeni važnosti pojedinih motivacijskih faktora za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj između ispitanika u jedinicama lokalne

stays in Croatia during the current visit ($F=6.019$; $df=2$; $p=0.003$) and the number of planned overnight stays in the current accommodation, i.e., in the survey destination ($F=4.788$; $df=2$; $p=0.010$).

The most overnight stays in Croatia during the current visit were planned by tourists surveyed in the municipality of Rakovica (9.95 overnight stays), followed by the tourists in the municipality of Fužine (7.76) and the least by tourists in the town of Otočac (5.87). Conversely, the respondents in the town of Otočac planned the shortest stay (2.40 nights) in the current accommodation capacities, followed by the respondents in the municipality of Rakovica (2.65), and the respondents in the municipality of Fužine planned the longest stay (4.21). The observed differences can be explained by the fact that the main motive for a tourist stay in the municipality of Rakovica is a visit to the nearby Plitvice Lakes National Park, the most visited protected area in Croatia, and the municipality of Rakovica is thus one of the most visited continental units of local self-government in the country. Since Plitvice Lakes National Park is one of the most popular tourist sites in Croatia in general, the majority of tourists, especially the foreign ones, stay in the municipality of Rakovica for 2-3 days (2.65 nights on average) on their way to coastal and island destinations, mostly in Dalmatia, or on their way back from holidays on the Adriatic coast and islands, which is also confirmed by the longest planned stay in Croatia (9.95 nights) compared to respondents from the town of Otočac and the municipality of Fužine. Accommodation, i.e., the targeted component in the characteristics of the trip, is more pronounced among respondents in the municipality of Fužine, as it is evident that they intend to spend most of their nights in Croatia in their current accommodation, on average 4.21 nights out of the planned 7.76 nights in Croatia during the current visit. Tourists who stayed in their current accommodation in the area of the town of Otočac intended to spend about half of their planned nights in Croatia during their current visit (on average 2.40 nights in the area of the Town of Otočac out of 5.87 nights in Croatia). The latter suggests that Otočac is a more targeted destination, i.e., according to the characteristics of the tourist visit, it is more similar to Fužine than Rakovica.

The differences in the assessment of the impor-

TABLICA 5. Razlike u ocjeni važnosti pojedinih motivacijskih faktora za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj između ispitanika u jedinicama lokalne samouprave u kojima je provedeno anketiranje*

TABLE 5 Differences in the assessment of the importance of motivating factors for a tourist visit to Mountainous Croatia between the respondents in the local self-government units where the survey was conducted*

Izvor / Source: Anketno istraživanje (kolovoz, rujan, 2023.) / Survey (August, September, 2023)

Važnost pojedinih motivacijskih faktora za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj / Importance of motivating factors for a tourist visit to Mountainous Croatia	Jedinica lokalne samouprave / Local self-government unit	n	M	SD
Prirodna baština / Natural heritage	Rakovica	63	3,68	0,758
	Otočac	56	3,71	0,563
	Fužine	36	3,58	0,806
	Ukupno / Total	155	3,67	0,704
Kulturno-povijesna baština / Cultural and historical heritage	Rakovica	61	2,62	0,778
	Otočac	58	2,97	0,955
	Fužine	35	2,91	0,919
	Ukupno / Total	154	2,82	0,889
Sport i rekreacija / Sport and recreation	Rakovica	61	2,51	1,149
	Otočac	56	2,64	1,119
	Fužine	36	2,75	0,937
	Ukupno / Total	153	2,61	1,089
Autohtona gastronomska ponuda / Local gastronomic offer	Rakovica	61	2,26	0,947
	Otočac	57	2,60	1,163
	Fužine	36	3,14	0,990
	Ukupno / Total	154	2,59	1,088
Prisustvovanje lokalnim manifestacijama / Attending local events	Rakovica	61	1,75	0,869
	Otočac	58	1,97	1,075
	Fužine	34	2,00	0,985
	Ukupno / Total	153	1,89	0,977
Upoznavanje s tradicijom i običajima / Getting to know traditions and customs	Rakovica	60	2,13	0,853
	Otočac	58	2,74	1,069
	Fužine	35	2,37	1,031
	Ukupno / Total	153	2,42	1,011
Upoznavanje s lokalnim stanovništvom / Getting to know the local population	Rakovica	60	2,30	0,908
	Otočac	57	2,75	1,090
	Fužine	35	2,49	1,040
	Ukupno / Total	152	2,51	1,023
Zabava i noćni život / Entertainment and nightlife	Rakovica	60	1,87	0,982
	Otočac	58	1,91	1,113
	Fužine	34	1,82	0,936
	Ukupno / Total	152	1,88	1,018
Odmor i opuštanje / Rest and relaxation	Rakovica	62	3,40	0,664
	Otočac	58	3,50	0,884
	Fužine	37	3,59	0,798
	Ukupno / Total	157	3,48	0,781
Mogućnosti kupovine / Shopping opportunities	Rakovica	61	1,49	0,788
	Otočac	58	1,83	1,045
	Fužine	34	1,56	0,660
	Ukupno / Total	153	1,63	0,879

* Istaknuti su motivacijski faktori kod kojih su utvrđene statistički značajne razlike / Motivating factors with statistically significant differences are highlighted

samouprave u kojima je provedeno anketiranje ispitane su jednosmjernom analizom varijance (ANOVA), a rezultati analize prikazani su u Tablici 5.

Statistički značajne razlike u ocjeni važnosti pojedinih motivacijskih faktora za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj između ispitanika u jedinicama lokalne samouprave u kojima je provedeno anketiranje, utvrđene su jedino u faktorima „autohtona gastronomska ponuda“ ($F = 8,018$; $df = 2$; $p = 0,000$) i „upoznavanje s tradicijom i običajima“ ($F = 5,722$; $df = 2$; $p = 0,004$). Oba motivacijska faktora u prosjeku su ocijenjena višim ocjenama ispitanika u Gradu Otočcu i Općini Fužine, nego u Općini Rakovica, što potvrđuje ranije istaknut izraženiji ciljni i boravišni karakter potonje dvije destinacije u odnosu na usputni, tranzitni karakter destinacije u slučaju Rakovice. Naime, Otočac i Fužine u destinacijskim turističkim ponudama jači naglasak stavljaju na turističku valorizaciju svih raspoloživih atrakcija, pa tako i autohtone gastronomske ponude i lokalne tradicije i običaja, čime se ističe jedinstveni identitet destinacije. S druge strane, Općina Rakovica kao turistička destinacija „živi“ ponajprije od blizine Nacionalnog parka Plitvička jezera, koji je, kao atrakcija međunarodne hijerarhijske razine, glavni motiv turističkog boravka na području Općine Rakovica pa sve ostale turističke atrakcije u destinaciji teže dolaze do izražaja nego u Fužinama ili Otočcu gdje ne postoje toliko atraktivne i svjetski poznate turističke atrakcije poput Nacionalnog parka Plitvička jezera. To potvrđuju i prosječne ocjene pojedinih motivacijskih faktora za turistički posjet, koje su, u usporedbi istraživane tri destinacije, najčešće najniže baš u Općini Rakovica. Osim toga, Rakovica je smještena na državnoj cesti D1 koja povezuje Zagreb i Dalmaciju i koja lokalnim ugostiteljima donosi velik broj putnika, pa nemaju tolike potrebe ulagati u kvalitetniju i raznoliku gastronomsku ponudu temeljenu na autohtonim proizvodima i tradicionalnim jelima. Ipak, valja konstatirati da su navedene tri destinacije umnogome i slične te da privlače turiste podudarnih motiva jer u velikoj većini motivacijskih faktora nisu ustanovljene statistički značajne razlike između

tance of motivating factors for a tourist visit to Gorska Hrvatska between the respondents in the local self-government units in which the survey was conducted were analysed using one-way ANOVA. The results of the analysis are presented in Table 5.

Statistically significant differences in the assessment of the importance of motivating factors for a tourist visit to Gorska Hrvatska between the respondents in the local self-government units where the survey was conducted were found only for the factors 'local gastronomic offer' ($F=8.018$; $df=2$; $p=0.000$) and 'getting to know traditions and customs' ($F=5.722$; $df=2$; $p=0.004$). On average, both motivating factors were rated higher by respondents in the town of Otočac and the municipality of Fužine than by respondents in the municipality of Rakovica, which confirms the previously highlighted more purposeful and residential character of the latter two destinations compared to the random, transitive character of the destination in the case of Rakovica. Namely, Otočac and Fužine place a stronger emphasis on the tourism valorisation of all available attractions, including the local gastronomic offer and local traditions and customs, in their tourism supply, which emphasises the unique identity of the destination. On the other hand, the municipality of Rakovica as a tourist destination in essence 'lives off' the proximity of Plitvice Lakes National Park, which, as an attraction of international hierarchical level, is the main motive for a tourist stay in the area of the municipality of Rakovica, so that all other tourist attractions in the destination have a harder time coming to the fore. This is more the case in Fužine or Otočac, where there are no such attractive and world-renowned tourist attractions as Plitvice Lakes National Park. This is also confirmed by the average ratings of motivating factors for tourist visits, which are generally lowest in the municipality of Rakovica compared to the three analysed destinations. In addition, Rakovica is located on the D1 state road connecting Zagreb and Dalmatia, which brings a large number of travellers to local restaurant owners, so they do not have to invest as much in higher quality and more diverse gastronomic offer based on local products and traditional dishes.

However, it should be noted that the three mentioned destinations are very similar and that

TABLICA 6. Razlike u ocjeni važnosti segmenata turističke ponude i provođenja aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji između ispitanika u jedinicama lokalne samouprave u kojima je provedeno anketiranje*
TABLE 6 Differences in the assessment of the importance of segments of the tourism supply and the practising of activities during a stay in a tourist destination between the respondents in the local self-government units in which the survey was conducted*

Izvor / Source: Anketno istraživanje (kolovoz, rujan, 2023.) / Survey (August, September, 2023)

Važnost segmenata turističke ponude i provođenja aktivnosti / Importance of segments of the tourism supply and the practising of activities during a stay in a tourist destination	Jedinica lokalne samouprave / Local self-government unit	n	M	SD
Prirodna baština / Natural heritage	Rakovica	58	9,22	1,579
	Otočac	58	8,53	1,967
	Fužine	37	8,43	1,591
	Ukupno / Total	153	8,77	1,764
Kulturno-povijesna baština / Cultural and historical heritage	Rakovica	56	7,25	2,242
	Otočac	57	7,40	2,456
	Fužine	37	8,19	1,681
	Ukupno / Total	150	7,54	2,224
Sport i rekreacija / Sport and recreation	Rakovica	56	6,21	3,345
	Otočac	57	5,86	3,232
	Fužine	37	6,81	2,644
	Ukupno / Total	150	6,23	3,143
Autohtona gastronomska ponuda / Local gastronomic offer	Rakovica	57	6,89	2,491
	Otočac	57	7,25	2,621
	Fužine	38	8,21	2,570
	Ukupno / Total	152	7,36	2,595
Prisustvovanje lokalnim manifestacijama / Attending local events	Rakovica	57	5,19	2,943
	Otočac	57	5,47	2,934
	Fužine	38	4,82	2,958
	Ukupno / Total	152	5,20	2,935
Upoznavanje s tradicijom i običajima / Getting to know traditions and customs	Rakovica	56	6,05	2,645
	Otočac	57	6,84	2,902
	Fužine	38	6,50	2,555
	Ukupno / Total	151	6,46	2,727
Upoznavanje s lokalnim stanovništvom / Getting to know the local population	Rakovica	55	5,84	2,686
	Otočac	57	6,35	3,003
	Fužine	38	5,95	2,903
	Ukupno / Total	150	6,06	2,855
Zabava i noćni život / Entertainment and nightlife	Rakovica	55	4,07	3,355
	Otočac	56	4,32	3,449
	Fužine	38	4,58	3,116
	Ukupno / Total	149	4,30	3,316
Odmor i opuštanje / Rest and relaxation	Rakovica	58	8,64	1,734
	Otočac	57	8,42	2,420
	Fužine	37	9,38	1,233
	Ukupno / Total	152	8,74	1,952
Mogućnosti kupovine / Shopping opportunities	Rakovica	55	4,24	3,012
	Otočac	55	4,42	3,446
	Fužine	38	4,03	2,945
	Ukupno / Total	148	4,25	3,147

* Istaknuti su segmenti turističke ponude i provođenje pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji kod kojih su utvrđene statistički značajne razlike. / The segments of the tourism supply and the practising of certain activities during the stay at a tourist destination with statistically significant differences are highlighted.

njih. Da su te tri destinacije slične po turističkoj ponudi pa i zadovoljavaju interese turista slične motivacije, vidi se i u razlikama u ocjeni važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji općenito između ispitanika u Općini Rakovica, Gradu Otočcu i Općini Fužine. Razlike su ispitane jednosmjernom analizom varijance (ANOVA), a rezultati analize prikazani su u Tablici 6.

Statistički značajne razlike u ocjena važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji općenito između ispitanika u jedinicama lokalne samouprave u kojima je provedeno anketiranje, utvrđene su jedino u faktorima „prirodna baština“ ($F = 3,207$; $df = 2$; $p = 0,043$) i „autohtona gastronomska ponuda“ ($F = 3,096$; $df = 2$; $p = 0,048$). Ne iznenađuje da su ispitanici u Rakovici višim ocjenama ocijenili prirodnu baštinu kao faktor turističke ponude u njihovoj općoj turističkoj motivaciji od ispitanika u Otočcu i Fužinama. Razlog leži upravo u blizini Nacionalnog parka Plitvička jezera, *must-see* atrakcije za sve turiste motivirane prirodnom baštinom koji posjećuju Hrvatsku, a i snažnog motiva posjeta domaćih turista. Važnost autohtone gastronomske ponude kao segmenta turističke ponude tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji najvišim ocjenama ocijenili su ispitanici u Fužinama, slijede ispitanici u Otočcu ispred ispitanika u Rakovici. Navedeni rezultati također podupiru tezu kako su Fužine i Otočac destinacije koje turisti primarno ciljano posjećuju te su u turističku ponudu integrirali više različitih atrakcija, nešto niže hijerarhijske razine, dok se Rakovica ponajprije oslanja na veliku privlačnost i turističku popularnost Nacionalnog parka Plitvička jezera pa je posjet prirodnoj baštini najvažniji motivacijski faktor kod tamošnjih turista. Međutim, treba ponovno naglasiti kako analizirane destinacije pokazuju znatno više međusobnih sličnosti nego razlika. Iz toga proizlazi da na području Gorske Hrvatske još nije došlo do jače profilacije turističkih destinacija.

they attract tourists with the same motivations, as no statistically significant differences were found between them for the vast majority of motivating factors. The fact that these three destinations are similar in terms of tourism supply and satisfy the interests of tourists with similar motives is also reflected in the differences in the assessment of the importance of segments of the tourism supply and the practising of certain activities during a stay in a tourist destination in general between respondents in the municipality of Rakovica, the town of Otočac, and the municipality of Fužine. The differences were tested using one-way ANOVA. The results of the analysis are presented in Table 6.

Statistically significant differences in the assessment of the importance of certain segments of the tourism supply and the practising of certain activities during a stay in a tourist destination in general between the respondents in the local self-government units in which the survey was conducted were only found for the factors 'natural heritage' ($F=3.207$; $df=2$; $p=0.043$) and 'local gastronomic offer' ($F=3.096$; $df=2$; $p=0.048$). It is not surprising that the respondents in Rakovica rated natural heritage as a factor of the tourism supply higher in their general tourist motivation than the respondents in Otočac and Fužine. The reason for this lies in the proximity of Plitvice Lakes National Park, which is a must-see for all nature-loving tourists visiting Croatia and is also a strong motive for domestic tourists. The importance of the local gastronomic offer as part of the tourism supply during a stay in a destination was rated highest by the respondents in Fužine, followed by the respondents in Otočac, and the respondents in Rakovica. The above results also support the thesis that Fužine and Otočac are destinations that are intentionally visited by tourists and have integrated several different attractions into the tourism supply, at a slightly lower hierarchical level, while Rakovica primarily relies on the great attraction and tourist popularity of Plitvice Lakes National Park, so that visiting natural heritage there is the most important motivating factor for tourists. However, it should be emphasised once again that the analysed destinations have many more similarities than differences. Therefore, stronger profiling of tourist destinations in Gorska Hrvatska has not taken place yet.

Povezanost specifične motivacije turista za posjet Gorskoj Hrvatskoj i važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji

Da je turistima koji posjećuju Gorsku Hrvatsku specifična motivacija za posjet podudarna s generalnom važnošću pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti kada borave u nekoj turističkoj destinaciji pokazuju i podaci u Tablici 7. U njoj su prezentirani koeficijenti korelacije između parova tvrdnji koje ispituju turističku motivaciju i važnost istih faktora tijekom turističkog boravka u Gorskoj Hrvatskoj i generalno.

The correlation between tourists' specific motivation for visiting Gorska Hrvatska and the importance of certain segments of the tourism supply and the practising of certain activities during their stay in a tourist destination

The data in Table 7 show that the specific motivation of tourists visiting Gorska Hrvatska corresponds to the general importance of certain segments of the tourism supply and the practice of certain activities during their stay in a tourist destination. It shows correlation coefficients between pairs of statements analysing tourist motivation and the importance of the same factors during a tourist stay in Gorska Hrvatska and in general.

TABLICA 7. Povezanost specifične motivacije turista za posjet Gorskoj Hrvatskoj i važnosti segmenata turističke ponude i provođenja aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji

TABLE 7 The correlation between tourists' specific motivation for visiting Mountainous Croatia and the importance of segments of the tourism supply and the practising of activities during their stay in a tourist destination

Izvor / Source: Anketno istraživanje (kolovoz, rujan, 2023.) / Survey (August, September, 2023)

Parovi tvrdnji / Pairs of statements	n	R	p
U kojoj Vas je mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirala prirodna baština? / To what extent did the <u>natural heritage</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko Vam je tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važna prirodna baština? / How important is <u>natural heritage</u> for you during your stay in a tourist destination?	150	0,466	0,000
U kojoj Vas je mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirala kulturno-povijesna baština? / To what extent did the <u>cultural and historical heritage</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko Vam je tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važna kulturno-povijesna baština? / How important is <u>cultural and historical heritage</u> for you during your stay in a tourist destination?	147	0,538	0,000
U kojoj su Vas mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirali sport i rekreacija? / To what extent did the <u>sport and recreation</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko su Vam tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važni sport i rekreacija? / How important is <u>sport and recreation</u> for you during your stay in a tourist destination?	146	0,674	0,000
U kojoj Vas je mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirala autohtona gastronomska ponuda? / To what extent did the <u>local gastronomic offer</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko Vam je tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važna autohtona gastronomska ponuda? / How important is <u>local gastronomic offer</u> for you during your stay in a tourist destination?	148	0,536	0,000
U kojoj Vas je mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motiviralo prisustvovanje lokalnim manifestacijama? / To what extent did the <u>attending local events</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko Vam je tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važno prisustvovanje lokalnim manifestacijama? / How important is <u>attending local events</u> for you during your stay in a tourist destination?	146	0,555	0,000
U kojoj Vas je mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motiviralo upoznavanje s tradicijom i običajima? / To what extent did the <u>getting to know traditions and customs</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko Vam je tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važno upoznavanje s tradicijom i običajima? / How important is <u>getting to know traditions and customs</u> for you during your stay in a tourist destination?	145	0,655	0,000

Parovi tvrdnji / Pairs of statements	n	R	p
U kojoj Vas je mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motiviralo <u>upoznavanje s lokalnim stanovništvom</u> ? / To what extent did the <u>getting to know the local population</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko Vam je tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važno <u>upoznavanje s lokalnim stanovništvom</u> ? / How important is <u>getting to know the local population</u> for you during your stay in a tourist destination?	144	0,673	0,000
U kojoj su Vas mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirali <u>zabava i noćni život</u> ? / To what extent did the <u>entertainment and nightlife</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko su Vam tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važni <u>zabava i noćni život</u> ? / How important is <u>entertainment and nightlife</u> for you during your stay in a tourist destination?	143	0,709	0,000
U kojoj su Vas mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirali <u>odmor i opuštanje</u> ? / To what extent did the <u>rest and relaxation</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko su Vam tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važni <u>odmor i opuštanje</u> ? / How important is <u>rest and relaxation</u> for you during your stay in a tourist destination?	150	0,673	0,000
U kojoj su Vas mjeri za posjet Gorskoj Hrvatskoj motivirale <u>mogućnosti kupovine</u> ? / To what extent did the <u>shopping opportunities</u> motivate you to visit Mountainous Croatia? Koliko su Vam tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji važne <u>mogućnosti kupovine</u> ? / How important is <u>shopping opportunities</u> for you during your stay in a tourist destination?	143	0,663	0,000

Pearsonov koeficijent korelacije za utvrđivanje povezanosti specifične motivacije turista za posjet Gorskoj Hrvatskoj i važnosti pojedinih segmenata turističke ponude i provođenja pojedinih aktivnosti tijekom boravka u nekoj turističkoj destinaciji visok je za sve parove tvrdnji. Ipak, korelacija je značajno viša za određene faktore (r veći od 0,65), za koje je ustanovljeno da su za razinu Gorske Hrvatske i generalno distribucije odgovora slične. Kod faktora „zabava i noćni život“ te faktora „mogućnost kupovine (*shopping*)“ distribucija odgovora pomaknuta je ulijevo, što znači da ni na razini Gorske Hrvatske, ni na općoj razini ti faktori ispitanicima nisu osobito važni. Za faktor „odmor i opuštanje“ distribucije su pomaknute udesno, što znači da je ispitanicima i na razini Gorske Hrvatske i općenito ovaj faktor osobito važan. Kod faktora „sport i rekreacija“, „upoznavanje s lokalnim stanovništvom“ te „upoznavanje s tradicijom i običajima“ u distribuciji odgovora podjednak je broj ispitanika koji je navedene faktore ocijenio visokim ocjenama, kao i onih koji su im dali niže ocjene na ljestvici važnosti.

Za tri faktora dobivene su nešto niže, premda i dalje visoke korelacije (r između 0,5 i 0,55). To su faktori „prisustvovanje lokalnim manifestacijama“, „kulturno-povijesna baština“ i „au-

The Pearson's correlation coefficient for determining the correlation between the specific motivation of tourists to visit Gorska Hrvatska and the importance of certain segments of the tourism supply and the practice of certain activities during a stay in a tourist destination is high for all pairs of statements. However, the correlation is significantly higher for certain factors (r greater than 0.65), which were categorised as similar for the level of Gorska Hrvatska and the general distribution of responses. For the factor 'entertainment and nightlife' and the factor 'shopping opportunities,' the distribution of responses is shifted to the left, which means that these factors are not particularly important for respondents either at the level of Gorska Hrvatska or at the general level. For the factor 'rest and relaxation,' the distribution of answers is shifted to the right, which means that this factor is particularly important for the respondents both at the level of Gorska Hrvatska and in general. For the factors 'sport and recreation,' 'getting to know the local population' and 'getting to know traditions and customs,' the distribution of responses shows an equal number of respondents who gave the above factors high rates and those who gave them lower rates on the importance scale.

Slightly lower, albeit still high, correlations

tohtona gastronomska ponuda“. Za navedene faktore karakteristično je da su većim ocjenama ocijenjeni na generalnoj razini, nego na razini Gorske Hrvatske. Pritom su ispitanicima faktori „kulturno-povijesna baština“ i „autohtona gastronomska ponuda“ na generalnoj razini poprilično važni, dok su u Gorskoj Hrvatskoj ocijenjeni srednjim ocjenama. S druge strane, faktor „prisustvovanje lokalnim manifestacijama“ na razini Gorske Hrvatske nije ocijenjen kao jako važan, dok je ispitanicima taj isti faktor na generalnoj razini ocijenjen osrednje.

Najniži koeficijent korelacije zabilježen je za faktor „prirodna baština“, koja je za Gorsku Hrvatsku dobila veće ocjene nego na generalnoj razini. To se može objasniti činjenicom da je velik broj ispitanika motiviran za dolazak u Gorsku Hrvatsku posjetom zaštićenim prirodnim područjima, osobito Nacionalnom parku Plitvička jezera, glavnoj turističkoj atrakciji čitavog prostora.

RASPRAVA

Rezultati anketnog istraživanja pokazali su da je većina ispitanika Gorsku Hrvatsku posjetila prvi put, iako je tek manji dio onih kojima je to ujedno bio i prvi turistički boravak u Hrvatskoj. Neovisno o tome što dio ispitanika čine domaći turisti, navedeno jasno upućuje na to da Gorska Hrvatska kao turistička regija najčešće nije prvi izbor za turistički boravak u Hrvatskoj, stranim, a ni domaćim turistima. Istraživanje je također pokazalo kako turisti u Gorskoj Hrvatskoj najčešće provode tek manji dio svojeg putovanja iskazujući da u trenutačnom smještaju planiraju provesti prosječno 2,94 noćenja u odnosu na ukupan broj planiranih noćenja u Hrvatskoj koji prosječno iznosi 7,97. S obzirom na to da se anketno istraživanje provodilo potkraj ljetne sezone, može se zaključiti kako je većina ispitanika svoj turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj zapravo odlučila povezati s ljetovanjem na obali te kako je tek malom broju ispitanika to bila jedina ciljana destinacija. Većina turista Gorsku Hrvatsku je pritom posjetila s partnerom odnosno partnericom ili s obitelji, iz čega je jasno

were determined for the three factors (r between 0.5 and 0.55). These factors are: 'attending local events,' 'cultural and historical heritage' and 'local gastronomic offer.' It is characteristic of the factors mentioned that they were rated higher at the general level than at the level of Gorska Hrvatska. At the same time, the factors 'cultural and historical heritage' and 'local gastronomic offer' are quite important for the respondents at the general level, while in Gorska Hrvatska they were rated with average rates. On the other hand, the factor 'attending local events' was not rated as very important at the level of Gorska Hrvatska, while respondents rated the same factor as average at the general level.

The lowest correlation coefficient was recorded for the factor 'natural heritage,' which received higher scores for Gorska Hrvatska than at a general level. This can be explained by the fact that a large number of respondents are motivated to come to Gorska Hrvatska by visiting protected natural areas, especially Plitvice Lakes National Park, the main tourist attraction of the entire region.

DISCUSSION

The survey results showed that the majority of respondents visited Gorska Hrvatska for the first time, although only for a small portion of respondents it also represented their first tourist stay in Croatia. Regardless of the fact that some of the respondents were domestic tourists, the above indicates that Gorska Hrvatska, as a tourist region, is not typically the first choice for tourist stays in Croatia, neither for foreign nor domestic tourists. The research also showed that tourists usually spend only a fraction of their trip in Gorska Hrvatska, planning to spend an average of 2.94 nights in their current accommodation, compared to an average of 7.97 nights planned for their entire stay in Croatia. Given that the survey was conducted at the end of the summer season, it can be concluded that the majority of respondents decided to combine their tourist visit to Gorska Hrvatska with a summer vacation on the coast, with only a small number of respondents considering it

da turistička ponuda regije odgovara ponajprije onima koji su u potrazi za mirnijim odmorom s bližnjima, ali i za sigurnom destinacijom koja je zanimljiva i djeci.

Kada je riječ o motivima za posjet Gorskoj Hrvatskoj, najvažnijim motivacijskim faktorom pokazala se prirodna baština destinacije, slijedi faktor odmora i opuštanja, koji se kod turista i općenito u kontekstu Gorske Hrvatske pokazao puno važnijim faktorom od sporta i rekreacije. To je u skladu i s nekim ranijim istraživanjima rezultati kojih su također potvrdili da velik dio turista u pravilu želi aktivan odmor i izlazak iz zone komfora, ali na umjeren način te da pritom nemaju toliko afiniteta za fizičke aktivnosti koje bi im bile suviše izazovne i naporene. To su potvrdili Ponte i sur. (2021) na primjeru Azora te zaključili da je upravo zbog toga iz perspektive upravljanja turizmom važno jasno diferencirati istinske avanturiste od onih turista koji su skloni avanturizmu, ali na komodificirani način. Navedeno bi se moglo usporediti i s podtipom turista koje su Taczanowska i sur. (2019) nazvali *casual* turistima, koji žele uživati u prirodnom okruženju i pogledima na krajolik, ali na učinkovit i nezahtjevan način. Na primjeru Gorske Hrvatske vidljivo je također kako sport i rekreacija kao motivacijski faktor imaju visok stupanj korelacije s važnosti tog segmenta turističke ponude za odabir turističke destinacije općenito. No rezultati istovremeno upućuju na to da je distribucija tih odgovora šireg raspona što znači da Gorsku Hrvatsku podjednako posjećuju oni turisti kojima su sport i rekreacija pri posjetu nekoj turističkoj destinaciji važni, kao i oni kojima taj segment nije od pretjerane važnosti, kako općenito, tako i na ovom putovanju. To je usporedivo s rezultatima istraživanja Hibner i sur. (2018) koji su također zaključili kako je u nacionalnim parkovima na području Tatra istovremeno zastupljeno nekoliko različitih podtipova turista, od kojih neki imaju sklonost prema fizičkoj aktivnosti, a drugi nemaju. Što se rezultata ovoga istraživanja tiče, slična situacija prisutna je i kod pokazatelja koji se odnose na tradiciju i običaje te upoznavanje s lokalnim stanovništvom. Može se stoga zaključiti da navedeni faktori nisu nužno oni koji se mogu smatrati odrednicama općeg

as their sole destination of choice. Most tourists visit Gorska Hrvatska with their partners or families, indicating that the region's tourism offer primarily appeals to those seeking a peaceful vacation with their closest ones, as well as a safe and interesting destination suitable for children.

Regarding the motives for visiting Gorska Hrvatska, the most important motivating factor proved to be the destination's natural heritage, followed by the factor of rest and relaxation, which turned out to be much more important than sport and recreation, both in general and specifically in the context of Gorska Hrvatska. This is in line with some previous research which also confirmed that a large portion of tourists generally seek an active vacation and stepping out of their comfort zone, but in a moderate way, not being particularly inclined towards physically demanding activities. Ponte et al. (2021), in the case of the Azores, concluded that from a tourism management perspective, it is important to differentiate true adventurers from tourists who are inclined towards adventurous experiences but in a commodified manner. This can also be compared with the tourist subtype identified by Taczanowska et al. (2019) as casual tourists, who seek to enjoy the natural setting and scenic landscape, but in an efficient and undemanding manner. In the case of Gorska Hrvatska, it is evident that sport and recreation as motivating factor is highly correlated with the importance of this segment of the tourism supply for choosing a tourist destination. However, the results also indicate that the distribution of these responses is wide-ranging, meaning that Gorska Hrvatska is equally visited by tourists for whom sport and recreation are important when visiting a tourist destination and by those for whom this segment is not of great importance, both in general and during that trip. This is comparable to the results of the research by Hibner et al. (2018), who also concluded that in the national parks in Tatra, several different types of tourists are represented, some of whom have a preference for physical activity, while others do not. As for the results of this study, a similar situation occurred regarding the factors related to traditions and customs and

profila turista koji posjećuju Gorsku Hrvatsku, već se ipak radi o specifičnim motivima i preferencijama turista koji su na individualnoj razini kod jednih izraženi više, a kod drugih manje.

Nadalje, odrednicom koja pridonosi daljnjem utvrđivanju profila turista u Gorskoj Hrvatskoj neupitno se može smatrati malen značaj faktora koji se odnose na zabavu i noćni život te mogućnosti kupovine, pri čemu se pokazalo da turisti koji posjećuju Gorsku Hrvatsku niti općenito nemaju veće preferencije za navedenim segmentima turističke ponude, neovisno o destinaciji. Radi se, dakle, o segmentima turističke ponude koje nije potrebno značajnije razvijati jer regija kao turistička destinacija ne temelji svoju atraktivnost na njima, niti privlači one turiste kojima bi to bio dodatan motivacijski faktor za posjet. S druge strane, u kontekstu turističke ponude Gorske Hrvatske vrijedilo bi više poraditi na kulturno-povijesnoj baštini i gastronomiji. Iako kulturno-povijesna baština nema ni približno veliku važnost za turističku atraktivnost regije kakvu ima njezina prirodna baština, neupitno je da je postojeća kulturno-povijesna baština na ovom prostoru nedovoljno turistički prepoznata i valorizirana, premda njezin potencijal u funkciji obogaćivanja i diversifikacije ponude itekako postoji. Posebno se to odnosi na mnogobrojne ostatke srednjovjekovnih utvrda, koje su danas prisutne na gotovo cijelom ovom području, ali i na bogatu nematerijalnu baštinu, tradicijsku gradnju te znamenite osobe. To danas uglavnom predstavlja baštinu koja u kontekstu turističke valorizacije ima tek lokalni ili regionalni značaj, što je najvećim dijelom posljedica manjka ulaganja u njezino očuvanje i promociju. Stoga većina turista koja posjećuje regiju u trenutku planiranja svojeg posjeta ni ne bude svjesna postojanja takvih vrsta atrakcija koje bi im predstavljale dodatan motiv za posjet, iako je istraživanje pokazalo da je upravo kulturno-povijesna baština ispitanicima od veće važnosti pri turističkom posjetu nekoj destinaciji nego što bi se to zaključilo na primjeru Gorske Hrvatske. Autohtona gastronomska ponuda je, u istom smislu, trenutačno također nedovoljno prepoznata te ima tek slabiju, dopunsku ulogu u ponudi regije unatoč velikoj važnosti lokalne gastronomije u

getting to know the local population. Therefore, it can be concluded that these factors are not necessarily determinants of the general profile of tourists visiting Gorska Hrvatska, but rather specific motives and preferences of tourists that vary individually.

Furthermore, what can undoubtedly be seen as a determinant that contributes to further defining the profile of tourists in Gorska Hrvatska is the limited relevance of factors related to entertainment and nightlife, and shopping opportunities. It has been shown that tourists visiting Gorska Hrvatska do not generally have a greater preference for these segments of the tourism supply, regardless of the destination. Therefore, these segments of the tourism supply do not require any significant improvements since they do not affect the attractiveness of the region as a tourist destination, nor does the region attract those tourists for whom they would represent an additional motivating factor for visiting. On the other hand, what would be worth improving in the context of the tourism supply in Gorska Hrvatska are cultural and historical heritage and gastronomy. Although cultural and historical heritage does not have nearly as much importance for the tourist attractiveness of the region as its natural heritage, it is undeniable that it is still insufficiently recognised and valorised, despite its potential to enrich and diversify the tourism supply. In particular, this applies to numerous remains of medieval fortresses, which are present throughout the whole area, as well as to the rich intangible heritage, traditional architecture, and notable individuals. All this represents a heritage that, in the context of tourism valorisation, is only of local or regional significance, mainly due to the lack of investment in its conservation and promotion. Consequently, the majority of tourists visiting the region are not aware of such tourist attractions when planning their visit, even though they would certainly add to their motivation to visit. The research indeed showed that cultural and historical heritage is generally of greater importance to the respondents when choosing a destination than was evident in the case of Gorska Hrvatska. Similarly, local gastronomic offer is currently insufficiently

kontekstu tradicije i načina života na ovom području, ali i značajnom afinitetu koji su turisti općenito iskazali prema ovom segmentu. Nešto veću važnost autohtona gastronomska ponuda kao motivacijski faktor ima samo na primjeru Općine Fužine, iako ona ni tu nije ključan motiv dolaska turista kao što je to slučaj u nekim drugim destinacijama (Berbel-Pineda i sur., 2019). Za Grad Otočac važnijim motivacijskim faktorom dolaska turista pokazali su se tradicija i običaji. Specifično je pritom kako su lokalne manifestacije turisti u Gorskoj Hrvatskoj ocijenili vrlo niskim ocjenama, kako u kontekstu motivacije, tako i preferencija. Iako regija ima bogatu tradiciju koja bi se mogla kvalitetnije uvrstiti u cjelokupnu turističku ponudu, istovremeno se na cijelom tom području ne održava ni jedna turistički prepoznata manifestacija od međunarodnog, čak ni od nacionalnog značaja, što je za kontinentalnu turističku regiju pomalo netipično jer su upravo manifestacije često jedan od glavnih privlačnih faktora za posjet mnogim drugim destinacijama kontinentalne Hrvatske.

Posebno je zanimljivo da je najvažniji motivacijski faktor za posjet Gorskoj Hrvatskoj spomenuta prirodna baština, iako je taj faktor istovremeno u statistički značajnoj, ali najmanjoj korelaciji s općenitom ocjenom važnosti prirodne baštine kao segmenta turističke ponude neke odabrane destinacije. To upućuje na činjenicu da turisti većinom dolaze u Gorsku Hrvatsku zbog njezine vrijedne prirodne baštine, ali to ne podrazumijeva njihovu preferenciju i interes za prirodnu baštinu općenito. Na primjeru ove regije sklonost turista prema prirodnoj baštini u prvom redu dolazi do izražaja radi posjeta Nacionalnom parku Plitvička jezera, svjetski prepoznatom turističkom lokalitetu koji se pri posjetu Gorskoj Hrvatskoj, ali i Hrvatskoj općenito, ističe kao jednu od onih atrakcija koje se jednostavno ne smije propustiti. Ako se povuče paralela s istraživanjem Gu i sur. (2015), može se zaključiti da se ovdje u većini slučajeva ne radi o ekoturistima u užem smislu, kojima je vrijedna i zaštićena prirodna baština i inače od posebne važnosti, već o turistima koji će nacionalni park posjetiti zbog njegove vizualne atraktivnosti, posjećenosti i široke prepoznatljivosti

recognised and has only a minor complementary role in the region's tourism supply, despite the great importance that local gastronomy holds in relation to traditions and lifestyle in this area. In addition, tourists expressed their generally significant affinity towards this segment as well. Only in the case of the municipality of Fužine does local gastronomic offer have slightly greater importance as a motivating factor for tourists. However, it is not a key motive for tourist arrivals, as is the case in some other destinations (Berbel-Pineda et al., 2019). In the town of Otočac, a more important motivating factor for tourists' visits proved to be traditions and customs. Moreover, tourists visiting Gorska Hrvatska showed no significant interest in local events rating them very low, both in terms of motivation and preferences. Although the region has a rich tradition that could be better incorporated into the overall tourism supply, there are no local events with considerable tourism potential being held throughout the region, neither of international nor national significance. It is somewhat atypical for a continental tourist region as local events are often one of the main attractive factors for visiting many other tourist destinations in continental parts of Croatia.

As previously mentioned, the most important motivating factor for visiting Gorska Hrvatska is its natural heritage. However, this factor is concurrently in statistically significant, but the smallest correlation with the overall assessment of the importance of natural heritage as a segment of tourism supply in a destination. So even though tourists mostly come to Gorska Hrvatska because of its valuable natural heritage, it does not necessarily imply their preference and interest in natural heritage in general. In the case of this region, tourists' inclination towards natural heritage primarily comes to light due to their intention to visit Plitvice Lakes National Park, a world-renowned tourist site that stands out as one of those attractions that should not be missed when visiting Gorska Hrvatska, as well as Croatia in general. Drawing a parallel with the research of Gu et al. (2015), it can be concluded that most of these tourists are not ecotourists in a narrow sense, for whom valuable and protected natural heritage is

više nego zbog vrijednih prirodnih posebnosti. Upravo zbog toga se motivacijski obrasci turista koji su boravili na području Općine Rakovica u određenoj mjeri razlikuju od turista iz druge dvije studije slučaja. S obzirom na to da destinaciju posjećuju primarno zbog posjeta glavnom turističkom lokalitetu u regiji, kod tih turista je motivacijski faktor prirodne baštine izraženiji nego kod ostalih turista, ali uz manji značaj nekih drugih motivacijskih faktora za posjet Gorskoj Hrvatskoj. U skladu s tim, na području Općine Rakovica turisti prosječno provode manje vremena nego u druge dvije destinacije koje turisti češće posjećuju ciljano, potaknuti raznolikim motivima. U odnosu na Otočac i Fužine, Rakovica stoga ima izraženija obilježja tranzitne, usputne destinacije na putu do obale, u kojoj se turisti nakon posjeta nacionalnom parku ne zadržavaju dulje, unatoč sve bogatijoj ponudi selektivnih oblika turizma na području općine i nastojanjima da se boravak turista u njoj produlji. Slične razlike u motivacijskim obrascima turista uočene su na primjeru ruralnog područja Troodos na Cipru, gdje se pokazalo kako domaći turisti tu destinaciju uglavnom posjećuju zbog želje za promjenom ili bijegom iz gradske vreve, dok se strani turisti općenito mogu podijeliti na one koji su Troodos posjetili ciljano i na one koji ga posjećuju samo u prolazu. Prvi se mogu smatrati turistima specifičnih interesa (*special interest tourists*), a drugi su tipični turisti koji destinaciju posjećuju generički i bez posebno određene motivacije (*generic tourists*), na putu prema glavnom odredištu ili u sklopu kraćih izleta (Farmaki, 2012).

ZAKLJUČAK

Rezultati provedenog istraživanja jasno potvrđuju kako je vrijedna i očuvana prirodna baština ključan motivacijski faktor koji turiste privlači u Gorsku Hrvatsku te je stoga neupitno temelj za daljnji razvoj turističke ponude na ovom području. Osim izražene sklonosti prema prirodnoj baštini te odmoru i opuštanju, turisti koji posjećuju pojedine destinacije unutar regije, u pravilu dijele podjednake preferencije i kada su u pitanju obi-

genuinely of great interest. Rather, they are more often the type of tourists who would visit a national park because of its visual attractiveness, popularity, and wide recognition, but not necessarily for its valuable natural features as such. It is precisely for that reason that the motivational patterns of tourists who stayed in the municipality of Rakovica differ to some extent from tourists in two other case studies. Since they primarily visit the destination because of the main tourist site in the region, the motivating factor of natural heritage is more evident among these tourists than among others, albeit with some other motivating factors for visiting Gorska Hrvatska being less significant. Accordingly, in the municipality of Rakovica, tourists spend less time on average than in the other two destinations that tourists more often visit purposefully, driven by various motives. In comparison to Otočac and Fužine, Rakovica thus has more pronounced characteristics of a transit, stopover destination on the way to the coast, in which tourists do not stay for long after visiting the national park, despite the increasingly rich supply of alternative forms of tourism in the municipality and the efforts to extend their average stay. Similar differences in the motivational patterns of tourists were observed in the case of the rural area of Troodos in Cyprus, where it was shown that domestic tourists mainly visit the destination seeking a change or escape from urban hustle and bustle, while foreign tourists can generally be divided into those who visited Troodos purposefully and those who visit it only in passing. The former can be considered special interest tourists, and the latter are called generic tourists who visit it with no specific motives, on their way to the final destination or as part of shorter excursions (Farmaki, 2012).

CONCLUSION

The research results confirm that the valuable and preserved natural heritage is a key motivating factor that attracts tourists to Gorska Hrvatska, thus unquestionably representing the fundamental basis for further development of the tourism supply in this area. In addition to the pronounced

lježja turističkog putovanja i ostali motivacijski faktori za posjet Gorskoj Hrvatskoj. Moglo bi se stoga zaključiti da na razini regije još uvijek nije došlo do jače profilacije turističkih destinacija, što se jasno vidi na primjeru triju analiziranih studija slučaja koje u konačnici ipak dijele znatno više sličnosti, nego razlika. Pa iako se posljednjih godina sve više radi na obogaćivanju i diversifikaciji turističke ponude regije, kojoj samo postojanje prirodne baštine više nikako nije jedina komparativna prednost kojom se može pohvaliti, činjenica je kako ostalim segmentima turističke ponude nedostaje kvalitetne promocije te ih i domaći i strani turisti još uvijek nedovoljno prepoznaju. Promocija turizma u turističkoj destinaciji, što je osnovna zadaća lokalnih turističkih zajednica, osigurava njezinu vidljivost i privlačnost, te time izravno utječe na motivaciju turista za posjet. Stoga bi se lokalne turističke zajednice na području Gorske Hrvatske trebale aktivnije uključiti u jačanje prepoznatljivosti i snažnije profiliranje takvih turističkih destinacija.

Analiza rezultata ipak upućuje na neke specifične razlike između studija slučaja koje, iako nisu velike, upućuju na moguće postojanje određenih podtipova turista koje bi trebalo detaljnije ispitati. To se u prvom redu odnosi na razlike u obilježjima putovanja onih turista koji posjećuju Općinu Rakovica u odnosu na turiste iz druge dvije studije slučaja.

Buduća istraživanja turizma u Gorskoj Hrvatskoj trebala bi se, nadalje, usmjeriti prema dodatnom profiliranju specifičnih tipova posjetitelja koji dolaze u regiju, a koji nisu mogli biti obuhvaćeni ovim istraživanjem. U tom smislu, bilo bi zanimljivo istražiti obilježja i motivaciju izletnika koji u regiju dolaze na poludnevne ili jednodnevne izlete, ali u destinaciji ne ostvaruju noćenje. Zbog toga je, primjerice, na području Općine Fužine velik dio posjetitelja morao biti izuzet iz istraživanja. Većina njih objasnila je da su se na izlet uputili iz obližnjih obalnih mjesta u kojima ljetuju ili žive, ponajviše motivirani bijegom od ljetnih vrućina i velikih gužvi. S obzirom na specifičnost takvih *push* faktora koji su u suprotnosti s uobičajenom motivacijom za ljetovanje u primorskim mjestima, detaljnije istraživanje motivacije izletnika, posebno tijekom ljetne sezone, potencijalno bi moglo

incline towards natural heritage, and rest and relaxation, tourists visiting destinations within the region generally share similar preferences regarding characteristics of tourist trips and other motivating factors for visiting Gorska Hrvatska. It could, therefore, be concluded that there has not yet been a stronger profiling of tourist destinations at the regional level. It is clearly illustrated by the example of the three analysed case studies, which ultimately share significantly more mutual similarities than differences. In recent years, efforts have been made to enrich and diversify the tourism supply in the region, where the mere existence of natural heritage is no longer the only comparative advantage that deserves attention. Even though, the fact remains that other segments of tourism supply lack quality promotion, and they are still insufficiently recognised by both domestic and foreign tourists. The promotion of tourism in tourist destination, which is the main task of local tourist boards, ensures its visibility and attractiveness, and thus has a direct impact on the motivation of tourists to visit it. Therefore, the local tourist boards in Gorska Hrvatska should be more actively involved in the future to increase the visibility and profile of the tourist destinations there. However, the analysis of the results reveals some specific differences between the case studies, which, although not large, point to the possible existence of certain subtypes of tourists that should be further examined. This particularly relates to differences in the characteristics of tourist trips of tourists visiting the municipality of Rakovica compared to tourists in the two other case studies.

Future tourism research in Gorska Hrvatska should further focus on additional profiling of specific types of visitors in the region, which could not have been covered by this research. In this regard, it would be interesting to explore the characteristics and motivation of day excursionists who come to the region only for a half-day or one-day trip but do not stay in the destination overnight. Due to this factor, for instance, many visitors in the municipality of Fužine had to be excluded from the research. Most of them explained that they went on an excursion from nearby coastal towns where they vacation or live, mainly motivated by the need to escape from the summer heat and crowds.

iznjedriti nove važne spoznaje. Nadalje, zamjetan je broj turističkih grupa koje u Gorsku Hrvatsku dolaze organizirano te u njoj ostvaruju noćenje na putu prema idućoj destinaciji ne zadržavajući se dulje. Te je turiste bilo izazovno uvrstiti u anketno istraživanje jer često ne posjeduju dovoljno znanje engleskog jezika za ispunjavanje anketnog upitnika te u smještajne objekte uglavnom dolaze u kasnijim večernjim satima. Dodatno, uočena je važnost školskog turizma u vidu brojnih izleta u okviru kojih školske grupe regiju posjećuju u edukativne svrhe. Kako su ovim istraživanjem obuhvaćeni samo punoljetni ispitanici, ta skupina turista, izuzev voditelja putovanja, također nije mogla biti njime obuhvaćena. S obzirom na to da je, u slučaju ovoga istraživanja, struktura turista prema odabranom tipu smještaja uvjetovana lokacijama provođenja anketnog istraživanja, preporuke za buduća istraživanja su i daljnja profiliranja turista prema njihovim preferencijama za smještaj. Zaključno, bilo bi korisno podrobnije ispitati razlike između domaćih i stranih turista te istražiti razlike u motivaciji turista koji Gorsku Hrvatsku posjećuju u različito doba godine.

Autorski doprinosi: Znanstveni doprinos Ivane Žafran ogleda se u provođenju anketnog istraživanja (prikupljanje, unos i obrada podataka iz anketnih upitnika), obradi i analizi statističkih podataka iz sekundarnih izvora, prikupljanju literaturnih izvora te pisanju poglavlja *Uvod*, *Teorijski okvir*, *Rasprava* i *Zaključak* i dijela poglavlja *Cilj, metodologija i prostorni okvir istraživanja*. Znanstveni doprinos Vuka Tvrtka Opačića leži u definiranju metodologije i strukture istraživanja, statističkoj analizi i interpretaciji podataka dobivenih provedenim anketnim istraživanjem, te u pisanju poglavlja *Cilj, metodologija i prostorni okvir istraživanja* i *Rezultati*, kao i u konačnom oblikovanju teksta.

Izjava o dostupnosti podataka: Podaci su dostupni na zahtjev autorima.

Zahvala: Anketno istraživanje provedeno je u okviru doktorskog istraživanja na temu „Prostorni razvoj selektivnih oblika turizma u Gorskoj Hrvatskoj”. U sklopu ovog rada predstavljena je analiza podataka prikupljenih u svrhu određivanja

Given the specificity of such push factors, which are contrary to the usual motivation for spending vacations in coastal towns, more in-depth research of day excursionists' motivation, especially during the summer season, could potentially yield some new important insights. Moreover, many organised tourist groups arrive in Gorska Hrvatska for a short overnight stay on their way to the next destination. It was challenging to include these tourists in the survey, as they often do not have sufficient knowledge of the English language to complete the questionnaire, and they mostly arrive at accommodation facilities in the late evening hours. Additionally, the importance of school tourism was noticed in the form of numerous excursions where school groups visit the region for educational purposes. Since only adult respondents were included in this research, that group of tourists could not be a part of it, except for tour leaders. Considering that, in this research, the tourists' structure according to the type of accommodation they stayed in is conditioned by the survey locations, recommendations for future research also include further profiling of tourists depending on their accommodation preferences. In conclusion, it would be useful to examine in more detail the differences between domestic and foreign tourists and explore the differences in the motivation of tourists visiting Gorska Hrvatska at different times of the year.

Author Contributions: The scientific contribution of Ivana Žafran is reflected in the implementation of the survey (collection, entry, and processing of data from the questionnaires), the processing and analysis of statistical data from secondary sources, the collection of literature sources, as well as the authorship of the chapters *Introduction*, *Theoretical Framework*, *Discussion*, and *Conclusion*, and parts of the chapter *Objectives, methodology, and spatial framework of the research*. The scientific contribution of Vuk Tvrtko Opačić lies in defining the research methodology and structure, conducting statistical analysis and interpretation of the data obtained through the survey, and authorship of the chapters *Objectives, methodology, and spatial framework of the research* and *Results*, as well as in the final editing and structuring of the manuscript.

motivacijskih obrazaca za turistički posjet Gorskoj Hrvatskoj. Zahvaljujemo na susretljivosti i gostoprимstvu vlasnicima i djelatnicima istraživanjem obuhvaćenih turističko-ugostiteljskih objekata s područja Općine Fužine, Grada Otočca i Općine Rakovica, bez čije spremnosti i otvorenosti za suradnju anketno istraživanje ne bi bilo moguće provesti u ovom obliku. Također zahvaljujemo svim ispitanicima koji su bili spremni izdvojiti dio svog slobodnog vremena tijekom turističkog posjeta za ispunjavanje anketnog upitnika i davanje vrijednih povratnih informacija.

Sukob interesa: Autori izjavljuju da nema sukoba interesa.

Data Availability Statement: Data are available on request to the authors.

Acknowledgments: The survey was conducted as part of doctoral research on “Spatial development of the alternative forms of tourism in Mountainous Croatia.” This paper presents an analysis of data collected to identify motivational patterns for tourist visits to Mountainous Croatia. We extend our gratitude to the owners and employees of the tourism and hospitality establishments included in the research, located in the municipality of Fužine, the town of Otočac, and the municipality of Rakovica, whose cooperation and hospitality were instrumental to the realization of this survey. Without their willingness and openness to collaborate, the survey could not have been conducted in its present form. We also sincerely thank all respondents who were willing to dedicate a portion of their leisure time during their tourist visit to complete the questionnaire and provide valuable feedback.

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

LITERATURA I IZVORI / BIBLIOGRAPHY AND SOURCES

- Berbel-Pinedaa, J. M., Palacios-Florenciaa, B., Ramírez-Hurtadob, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18(3), Article 100171. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100171>.
- Blažević, B. (2003). Prostorne različitosti kao ishodište regionalnog razvoja i turističke regionalizacije. *Tourism and hospitality management*, 9(2), 29–40. <https://doi.org/10.20867/thm.9.2.3>.
- Bušljeta Tonković, A. (2019). (Un)sustainable (rural) tourism: A case study of Lika-Senj County. *Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline*, 28(3), 249–268. <https://doi.org/10.17234/SocEkol.28.3.3>.
- Capar, G., Pala, T., & Toksöz, D. (2022). Travel itch as a new phenomenon: travel motives and attributes of itchers. *Tourism and hospitality management*, 28(1), 83–99. <https://doi.org/10.20867/thm.28.1.4>.
- Curić, Z., Glamuzina, N., & Opačić, V. T. (2013). *Geografija turizma: regionalni pregled*. Naklada Ljevak.
- Državna geodetska uprava. (2015). *Središnji registar prostornih jedinica Republike Hrvatske*.
- Državni zavod za statistiku. (2024a). *Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista, Republika Hrvatska, HR_NUTS 2021. - HR NUTS 2, županije, gradovi i općine po mjesecima*, Zagreb. https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam
- Državni zavod za statistiku. (2024b). *Zaposlenost i plaće - pregled po županijama*, Zagreb. <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>
- Farmaki, A. (2012). An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 2(2-3), 72–78. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.03.007>.
- Giachino, C., Truant, E., & Bonadonna, A. (2019). Mountain tourism and motivation: millennial students' seasonal preference. *Current Issues in Tourism*, 23(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1653831>.
- Gu, Xp., Lewis, B. J., Li, Yq., Yu, Dp., Zhou, L., Zhou, Wm., Wu, Sn., & Dai, Lm. (2015). Travel motivation of domestic tourists to the Changbai Mountain Biosphere Reserve in Northeastern China: A comparative study. *Journal of Mountain Science*, 12(6), 1582–1597. <https://doi.org/10.1007/s11629-015-3563-1>.
- Gu, Xp., Lewis, B. J., Niu, Lj., Yu, Dp., Zhou, L., Zhou, Wm., Gong, Zc., Tai Zj., & Dai, Lm. (2018). Segmentation by domestic visitor motivation: Changbai Mountain Biosphere Reserve, China. *Journal of Mountain Science*, 15(8), 1711–1727. <https://doi.org/10.1007/s11629-017-4708-1>.
- Hibner, J., Taczanowska, K., Zięba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., & Balon, J. (2018). Visitor profiling for cable car mountain destinations as a basis for protected area management: a case study of the summer season in the Tatra Mountains at Kasprowy Wierch (Poland) and Skalnaté Pleso (Slovakia). *Journal on Protected Mountain Areas Research and Management*, 10(1), 24–35. <https://doi.org/10.1553/eco.mont-10-1s24>.
- Hodeck, A., & Hovemann, G. (2015). Comparison of active winter sport tourists in two German highlands by segmentation. In R. Melo, R. Mendes, A. S. Damásio, & A. Ramos (Eds.), *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World. Proceedings of the Sport Tourism Conference 2014* (pp. 150–156). Coimbra College of Education.
- Horvat, B. (2000). Profil suvremenog turista i hrvatski turistički proizvod. *Tourism and hospitality management*, 6(1-2), 159–168. <https://doi.org/10.20867/thm.6.1-2.13>.
- Hu, H., Zhang, J., Chu, G., Yang, J., & Yu, P. (2018). Factors influencing tourists' litter management behavior in mountainous tourism areas in China. *Waste Management*, 79, 273–286. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.07.047>.
- Hungenberg, E., Gray, D., Gould, J., & Stotlar, D. (2016). An examination of motives underlying

- active sport tourist behavior: a market segmentation approach. *Journal of Sport & Tourism*, 20(2), 81–101. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1189845>.
- Hussain, T., Chen, S., & Nurunnabi, M. (2018). The role of social media for sustainable development in mountain region tourism in Pakistan. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 26(2), 1–6. <https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1550823>.
- Hussain, T., Wang, D., & Li, B. (2024). Exploring the impact of social media on tourist behavior in rural mountain tourism during the COVID-19 pandemic: The role of perceived risk and community participation. *Acta Psychologica*, 242, Article 104113. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104113>.
- Institut za turizam. (2024a). *Indeks turističke razvijenosti 2017.-2022. po jedinicama lokalne samouprave*, Zagreb. <https://www.iztg.hr/hr/itr/>
- Institut za turizam. (2024b). *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2022./2023*, Zagreb. <https://iztg.hr/hr/projekti/tomas-istrazivanja/>
- Knežević, R., & Grbac Žiković, R. (2013). Promjene gospodarskog značenja tranzitnog turizma u Gorskom kotaru. *Hrvatski geografski glasnik*, 75(1), 111–130. <https://doi.org/10.21861/HGG.2013.75.01.06>
- Krpina, V. (2015). Analysis of the relation between visitors and protected natural areas in the Zadar County. *Šumarski list*, 11–12, 535–551. <https://hrcak.srce.hr/157018>
- Lajić, I., & Klempić Bogadi, S. (2010). Demografska budućnost Gorskoga kotara. *Migracijske i etničke teme*, 26(2), 191–212. <https://hrcak.srce.hr/clanak/91430>
- Lončarić, D., Dlačić, J., & Perišić Prodan, M. (2023). Potrošačke navike domaćih turista u Hrvatskoj: motivacija, namjere ponašanja i sukreiranje turističkog iskustva. *Ekonomski pregled*, 74(2), 173–207. <https://doi.org/10.32910/ep.74.2.1>.
- Lukić, A., Opačić, V., T., & Zupanc, I. (2009). The other side of the Zagreb - Rijeka motorway: Socio-geographic implications in the rural periphery of Croatia. *Društvena Istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 18(1-2), 153–173. <https://hrcak.srce.hr/clanak/58425>
- Magaš, D. (2016). Lički i sjevernodalmatinski prostor u kontekstu suvremene regionalizacije Hrvatske. *Geoadria*, 21(1), 59–112. <https://doi.org/10.15291/geoadria.25>.
- Marušić, M. (2017). Utjecaj agroturizma na socioekonomski razvoj Primorsko-goranske županije. *Agroeconomia Croatica*, 7(1), 109–116.
- Mauri, C., & Nava, C. R. (2021). Do tourists experience boredom in mountain destinations?. *Annals of Tourism Research*, 89, Article 103213. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103213>.
- Mesić, Ž., Primorac, V., & Cerjak, M. (2022). Push travel motivations as a basis for segmentation of tourists in emerging rural tourism destinations: The case of Croatia. *Ekonomski misao i praksa*, 31(1), 303–325. <https://doi.org/10.17818/EMIP/2022/1.14>.
- Milohnić, I., Licul, I., & Marincel, S. (2018). Sportski događaji u razvoju turizma ruralnih područja – primjer Gorskog kotara. *Zbornik radova 4. međunarodnog kongresa o ruralnom turizmu "Novo vrijeme – vrijeme za ruralni turizam"*, 151–160.
- Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja. (2024). *Biportal – Upisnik zaštićenih područja*, Zagreb. <http://www.biportal.hr/gis>
- Ng, S.L., & Hsu, M.C. (2024). Motivation-Based Segmentation of Hiking Tourists in Taiwan. *Tourism and Hospitality*, 5, 1065–1082. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5040060>.
- Opačić, V. T., Klarić, Z., Beroš, I., & Boranić Živoder, S. (2022). Tourism Development Index of local self-government units: The example of Croatia. *Acta Geographica Slovenica*, 62(1), 77–87. <https://doi.org/10.3986/AGS.9814>.
- Pan, S., & Ryan, C. (2007). Mountain Areas and Visitor Usage—Motivations and Determinants of Satisfaction: The Case of Pirongia Forest Park, New Zealand, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), 288–308. <https://doi.org/10.2167/jost662.0>.

- Pavić, R. (2008). Prilozi za dopunu i modifikaciju regionalizacije Republike Hrvatske. *Geoadria*, 13(1), 19–40. <https://doi.org/10.15291/geoadria.566>.
- Perić, M., Čuić Tanković, A., & Đurkin, J. (2017). Uloga karakteristika osobnosti brenda u stvaranju krovnoga brenda za sportske događaje malih razmjera: primjer Gorskoga kotara u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 26(4), 561–581. <https://doi.org/10.5559/di.26.4.06>.
- Perić, M., Škorić, S., & Jurčević, V. (2016). Ponuda sportskog turizma u Gorskom kotaru (Hrvatska) - analiza i moguće preporuke za pružatelje usluga. *Acta turistica*, 28(1), 49–71.
- Pintar, D. (2015). Active Sports Tourism in Slovenia: Preliminary Research. *ENTRENOVA - ENTERprise REsearch InNOVAtion*, 1(1), 285–291. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3282227>.
- Ponte, J., Couto, G., Sousa, A., Pimentel, P., & Oliveira, A. (2021). Idealizing adventure tourism experiences: tourists' self-assessment and expectations. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, Article 100379. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100379>.
- Pröbstl-Haider, U., Dabrowska, K., & Haider, W. (2016). Risk perception and preferences of mountain tourists in light of glacial retreat and permafrost degradation in the Austrian Alps. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 13, 66–78. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2016.02.002>.
- Putri, D. A., Susilowati, M. H. D., & Semedi, J. M. (2021). Tourist Attraction and Tourist Motivation in The Patuha Mountain Area, West Java. *Indonesian Journal of Geography*. 53(1), 95–102. <https://doi.org/10.22146/ijg.52415>.
- Salim, E., Mayer, M., Sacher, P., & Raveland, L. (2023). Visitors' motivations to engage in glacier tourism in the European Alps: comparison of six sites in France, Switzerland, and Austria. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(6), 1373–1393. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2044833>.
- Silva, O., Medeiros, T., Moniz, A. I., Tomás, L., Furtado, S., & Ferreira, J. (2020). Tourists' Characteristics, Travel Motivation and Satisfaction. In Á. Rocha, A. Abreu, J. V. Carvalho, D. Liberato, E. A. González, & P. Liberato (Eds.), *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. Proceedings of ICOTTS 2019* (pp. 427–436). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2_38.
- Soares, J., Miragaia, D., & Almeida, A. (2015). Memorable experiences of the active tourists in the natural environment: the case of mountain water resources. In R. Melo, R. Mendes, A. S. Damásio, & A. Ramos (Eds.), *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World. Proceedings of the Sport Tourism Conference 2014* (pp. 202–209). Coimbra College of Education.
- Strobl, A., Teichmann, K., & Peters, M. (2015). Do mountain tourists demand ecotourism? Examining moderating influences in an Alpine tourism context. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. 63(3), 383–398. <https://hrcak.srce.hr/145692>
- Taczanowska, K., González, LM., García-Massó, X., Zięba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., Pellicer-Chenoll, M., & Toca-Herrera, JL. (2019). Nature-based Tourism or Mass Tourism in Nature? Segmentation of Mountain Protected Area Visitors Using Self-Organizing Maps (SOM). *Sustainability*, 11(5), Article 1314. <https://doi.org/10.3390/su11051314>.
- Tomik, R., Cholewa, J., & Hadzik, A. (2015). Motivations for active sport tourism: the case of hikers on mountain trails. In R. Melo, R. Mendes, A. S. Damásio, & A. Ramos (Eds.), *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World. Proceedings of the Sport Tourism Conference 2014* (pp. 22–27). Coimbra College of Education.
- Ul Islam, N., Chaudhary, M., Marković Vukadin, I., & Bukhari, S. A. M. (2023). Destination Choice, Satisfaction and Loyalty of Ski Tourists in the Indian Himalayas. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. 71(4), 677–696. <https://doi.org/10.37741/t.71.4.2>.
- Vindiana, A. P., Novani, S., Mayangsari, L., & Alamanda, D. T. (2020). Analysis of Perceived Factors Affecting Tourist Satisfaction in Mountain Tourism: A Study in Mount Papandayan, Indonesia. *E-Journal of Tourism*. 7(1), 126–137. <https://doi.org/10.24922/eot.v7i1.55878>.
- Watthanaklang, D., Ratanavaraha, V., Chatpattananan, V., & Jomnonkwao, S. (2016). Measuring the

- motivation to ride bicycles for tourism through a comparison of tourist attractions. *Transport Policy*, 52, 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2016.08.004>.
- Žafran, I., & Radeljak Kaufmann, P. (2022). Tourism in a Peripheral Setting: A Case Study of Farm Tourism Development in Lika, Croatia. *European Countryside*, 14(1), 140–156. <https://doi.org/10.2478/euco-2022-0008>.
- Živić, D., & Turk, I. (2009). Slunjsko-plitvički kraj: odabrani dinamički i strukturni indikatori demografskog razvoja ruralnog prostora. *Migracijske i etničke teme*, 25(3), 213–235. <https://hrcak.srce.hr/44063>