**KREIRANJE KONKURENTSKE PREDNOSTI U PARKOVIMA PRIRODE KROZ DIFERENCIJACIJU**

Vesna Vučemilović

College for Management in Tourism and Informatics in Virovitica

Matije Gupca 78,

33000 Virovitica, Croatia

[vesna.vucemilovic@yahoo.com](mailto:vesna.vucemilovic@yahoo.com)

Phone: +385989824422

Biserka Vištica

Ministry of the Sea, Transport and Infrastructure

Prisavlje 14,

10000 Zagreb, Croatia

[biserka.vistica@gmail.com](mailto:biserka.vistica@gmail.com)

Phone: +385995184593

Autor za korespodenciju:

Vesna Vučemilović

College for Management in Tourism and Informatics in Virovitica

Matije Gupca 78

33000 Virovitica, Croatia

vesna.vucemilovic@yahoo.com

Phone: +385989824422

**SAŽETAK**

Diferencijacija je jedan od načina stjecanja održive konkurentske prednosti odnosno ostvarivanja tržišne pozicije koja gospodarskom subjektu omogućava zadovoljiti potrebe potrošača bolje od konkurencije. Diferencijacija može biti kroz proizvod, usluge, osoblje i imidž.

Parkovi prirode su uz nacionalne parkove, stroge rezervate i posebne rezervate kategorije zaštićenih područja od državnog značenja. Parkovi prirode i nacionalni parkovi imaju izraziti potencijal u razvoju sustava posjećivanja ali imaju i obvezu održivog upavljanja ovim aktivnostima. Brojna ograničenja proizlaze iz zakonskih propisa i dokumenata upravljanja vezanih za zaštitu prirode. Osnovna zadaća je ipak zaštita i očuvanje prirodnih i krajobraznih vrijednosti te ekoloških obilježja.

Oblikovanje i provođenje aktivnosti posjećivanja koje kao dio turističkih usluga na tržištu pružaju Javne ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima, također je specifično te se ove usluge mogu i moraju diferencirati na tržištu u odnosu na konkurenciju. Prihodi od turizma u strukturi prihoda parkova prirode će u budućnosti imati sve veći značaj kroz razvoj samofinanciranja i smanjenje ovisnosti o proračunskim sredstvima. Treba naglasiti da parkovi prirode pomažu i široj društvenoj zajednici kroz razvoj komplementarnih gospodarskih aktivnosti.

Ovaj rad se temelji na istraživanju provedenom u razdoblju od 16. 05. do 10.06.2016. u parku prirode Kopački rit koji je jedan od posjećenijih parkova prirode u Republici Hrvatskoj. U anketnom istraživanju među posjetiteljima je slučajnim odabirom anketirano 300 ispitanika. Rezultati istraživanja mogu biti korišteni kao prijedlog pri oblikovanju odgovarajućih proizvoda, usluga i promotivnih aktivnosti, osiguranja kvalitetne edukacije posjetitelja o prirodnim, povijesnim i kulturnim vrijednostima zaštićenog područja te minimiziranju utjecaja posjetitelja na prirodne resurse.

**Ključne riječi:** konkurentska prednost, parkovi prirode, diferencijacija, pozicioniranje

**COMPETITIVE ADVANTAGE CREATION OF NATURE PARKS TROUGH DIFFERENTIATION**

**ABSTRACT**

Differentiation is a way for gaining sustainable competitive advantage or achieving market position which enables companies to satisfy customers’ needs better than competition. Differentiation can manifest through four dimensions: product, services, personnel and image.

Nature parks, national parks, strict reserves and special reserves are categories of protected areas of national importance. Nevertheless, nature parks and national parks, have potential in visiting system development. There are numerous nature protection restrictions arising from legislation and management documents. Main purpose is to protect and preserve natural and landscape values and ecological characteristics.

Creating and realizing visiting activities as a part of touristic services supplied trough Public institution is also specific. These services must be differentiated on the market related to competition. Income generated from touristic services in income structure of nature parks, will be even more important in the future, because of self-financing development and central budget dependency reduction. It has to be emphasized that nature parks helps larger community trough development of complementary economic activities.

This paper is based on market research conducted in period from May 16th to June 10th year 2016. in Nature Park Kopački rit, which is one of the most visited nature parks in Republic Croatia. Poll survey was carried out among randomly selected 300 visitors. Research results may be used for policy suggestions how to create adequate products, services and promotional activities, insure quality education for visitors about natural, historical and cultural protected area values and minimize visitors influence on natural resources.

**Keywords:** Competitive advantage, nature parks, differentiation, positioning

Biografija: Vesna Vučemilović je rođena 20.09.1967. u Osijeku. Osnovnu i srednju školu završila u Osijeku. Diplomirala na Ekonomskom fakutetu u Osijeku, smjer marketing a magistrirala na Sveučilišnom poslijediplomskom studiju, smjer menadžment. Pohađa Doktorsku školu Europski studiji pri Sveučilištu J.J. Strossmayera u Osijeku. Počela je karijeru u Pivovari d.d. 1990. gdje je bila direktor nabave i komercijalni direktor. Radila je u nekoliko marketinških agencija a od 2004. do 2014. radi kao direktor marketinga u Nexe Grupi d.d. U zvanju je višeg predavača i radi kao vanjski suradnik na VUSB i na VSMTI.

Biografija: Biserka Vištica je rođena 28.06.1968. u Osijeku. Osnovnu i srednju školu završila je u Osijeku. Diplomirala je na Pedagoškom fakultetu u Osijeku, program studija biologije i kemije. Završila je Poslijediplomski specijalistički studij „Marketing u informatičkom okruženju“ na Ekonomskom fakultetu u Osijeku. Od 1994. radila je u Saponiji d.d. u Odjelu marketinga velikih potrošača i industrije kojim je od 2001. do 2005. i rukovodila. Od 2005. do 2016. godine radila je u Javnoj ustanovi „Park prirode Kopački rit“ gdje je obavljala poslove ravnateljice ustanove u dva mandata. Zaposlena je u Ministarstvu pomorstva, prometa i infrastrukture.