



Smjernice za razvoj vjerskog turizma Republike Hrvatske



**REPUBLIKA HRVATSKA
Ministarstvo
turizma i sporta**

Impresum

Dokument: Smjernice za razvoj vjerskog turizma Republike Hrvatske

Naručitelj: Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske

Izvršitelj: Malin sport d.o.o. Malinska

Istraživački tim:
Prof. dr. sc. Zdenko Cerović, voditelj
Dr. sc. Sanda Grudić Kvasić
Dr. sc. Patricia Zanketić
Dr. sc. Tomislav Korov

Stručni tim:
Prof. dr. sc. Zdenko Cerović, voditelj
Sunčana Matić, LUX Promocija, Zagreb
Mario Udina

Mjesto i datum: Rijeka, 30. 11. 2021.

Autor naslovne fotografije: Ivica Drusany

SADRŽAJ

1. UVOD	4
2. OPĆI PRISTUP VJERSKOM TURIZMU	7
2.1. Definicija i značaj vjerskog turizma.....	7
2.2. Obilježja i uloga hodočašća u vjerskom turizmu	9
3. SAKRALNI OBJEKTI I VJERSKI DOGAĐAJI U FUNKCIJI TURISTIČKE PONUDE I POTROŠNJE U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	13
3.1. Pregled sakralne baštine i destinacija vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj	14
3.2. Groblja i mjesta posebnog pileteta u Republici Hrvatskoj.....	27
3.3. Vjerski događaji i manifestacije kao osnova vjerskog motiva putovanja i hodočašća	30
3.4. Vjerska događanja u turističkoj ponudi Republike Hrvatske.....	32
3.5. Osnovna obilježja kalendarja važnijih vjerskih blagdana	35
4. STANJE VJERSKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE.....	38
4.1. SWOT analiza vjerskog turizma Republike Hrvatske	39
4.2. Udio vjerskih motiva u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske	41
4.2.1. Analiza turističkog prometa Republike Hrvatske.....	42
4.2.2. Vjera kao motiv dolaska turista u Republiku Hrvatsku.....	45
4.3. Kvalitativna analiza stavova predstavnika vjerskih zajednica	47
5. MOGUĆI MODELI I POLAZNE OSNOVE ZA SMJERNICE RAZVOJA VJERSKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	50
5.1. Trendovi razvoja vjerskog turizma	50
5.2. Vizija, ciljevi i zadaci razvoja vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj.....	52
5.3. Razvojne mogućnosti vjerskog turizma	54
5.4. Mogući model međuvisnosti vjerskih organizacija i održivi razvoj vjerskog turizma ...	58
5.5. Osnovna obilježja održivog razvoja vjerskog turizma	63
5.6. Prijedlozi za izvedbu plana rada i ciljeva razvoja vjerskog turizma	66

6. ZAKLJUČAK I SMJERNICE	71
LITERATURA.....	74
POPIS ILUSTRACIJA	76
POPIS PRILOGA.....	77
PRILOZI.....	78

1. UVOD

Aktualnost teme vjerskog turizma proizlazi iz činjenice da je potrebno definirati važnost i veličinu jednog posebnog oblika turističke ponude koji je određen vjerskim motivima putovanja. Republika Hrvatska postiže zapažene rezultate u turističkom prometu čak i u nepredvidivim uvjetima pandemije Covid-19, te je stoga jasna želja naručitelja da se na strateškoj razini definiraju ciljevi i moguće smjernice razvoja turističkog gospodarstva kao cjeline, s posebnim naglaskom na pitanje razvoja vjerskog turizma kao njezinog sastavnog dijela.

Polazna osnova za izradu dokumenta pod nazivom „Smjernice za razvoj vjerskog turizma Republike Hrvatske“ je sadržana u činjenici da „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“ – kao postojeći zakonski dokument koji adresira razvoj turizma u RH, uopće ne spominje pojam vjerskog turizma, već ga promatra u okviru razvoja kulturnog turizma. Neosporna je činjenica da su kultura i vjera snažno povezane pojave, odnosno da ponuda vjerskog turizma proizlazi iz kulture. Ovo je posebice izraženo u Republici Hrvatskoj gdje su vjerski odnosno sakralni objekti često prikazivani kao kulturni elementi turističke ponude, bez identificiranja vjerskog elementa koji zasigurno povećava motive i želju za posjetom onih destinacija u kojima je sakralni, vjerski ili duhovni segment zanimljiv turističkoj potražnji. Međutim, ovim se dokumentom dokazuje i naglašava da vjerski turizam kao zaseban, specifičan oblik turizma, čini 1% turističkog prometa – promatrano s aspekta motiva putovanja i ostvarenog turističkog prometa. (Tomas Hrvatska Institut za turizam Zagreb 2019. str. 30.) Iz navedenoga proizlazi potreba definiranja vjerskog turizma, kao i pomnijeg određenja njegova stvarnog značaja i uloge u razvoju turističkog gospodarstva. Stoga se u ovome radu, uz kvalitativno određenje putovanja potaknutih vjerom, posebno navodi i obrazlaže kvantitativna dimenzija vjerskog turizma. Drugim riječima, radom se nastoji dokazati i dodatno istražiti važnost vjerskog turizma u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske, a što bi činilo polaznu osnovu za opsežnije i sveobuhvatnije istraživanje u budućnosti.

Ovim se dokumentom, u svojem polazištu i temeljnoj svrsi, želi dokazati da hrvatska multikulturalnost i vjerska različitost čine prednost, a ne nedostatak turističke ponude Republike Hrvatske. Prisutnost više religijskih zajednica u Hrvatskoj čini dodatnu vrijednost u turizmu, i upravo se ta činjenica mora više iskoristiti prilikom osmišljavanja turističke ponude, pritom poštujući sve religije i sve oblike vjerske pripadnosti potencijalnih turista. Ne treba skrivati činjenicu da je duga hrvatska povijest ponajprije obilježena kršćanskim, i posebno katoličkim duhom i nasljeđem, koje se može bolje turistički valorizirati, a da se pritom ne naruši vjerska intima domaćeg stanovništva. No, upravo prisutnost ostalih vjerskih zajednica daje hrvatskoj turističkoj ponudi jednu dodatnu vrijednu dimenziju. Hrvatski prostor bio je mjesto susreta velikih događanja, a time i vjerskih doticaja, što čini našu prednost i priliku na svjetskom turističkom tržištu. Opće je poznato da su mega turističke destinacije kao što su, primjerice, Lurd, Fatima, Rim, Jeruzalem, Meka, Medina, Santiago de Compostela, Hilandar, Padova, London, Moskva te Carigrad-Istanbul, obilježene najprije vjerom, sakralnim objektima i vjerskim događajima. Navedena činjenica navodi na pitanje može li i Hrvatska biti, naravno u

manjem obimu, jedna od poznatijih vjerskih destinacija. Upravo ta spoznaja i pokreće ovaj uradak. Saznanje da određena marijanska svetišta u Republici Hrvatskoj godišnje posjećuje i do milijun hodočasnika, nameće potrebu bolje organizacije i obogaćivanja turističke ponude kako bi vjernici imali ugodniji boravak, a ostali posjetioци došli u većem broju i pritom doživjeli nešto novo.

Autori su u izradi ovog rada, kojega je naručilo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, pošli od nekoliko osnovnih teza: 1) Vjerski turizam, kao posebni oblik turizma, nije na primjeren način obrađen u relevantnim strateškim dokumentima koji određuju razvoj hrvatskog turizma na nacionalnoj razini. Točnije, vjerski turizam je promatran kao dio kulturnog turizma. 2) Vjerski turizam je potrebno definirati i odrediti s pojmom hodočašća, te promatrati kao zaseban i značajan turistički segment, s ciljem podizanja kvalitete turističke ponude, a time i povećanja turističke potrošnje. 3) Republika Hrvatska je zemlja s velikim brojem sakralnih objekata te zemlja s pretežito katoličkim obilježjem. U isto vrijeme, Hrvatska je poznata kao prostor na kome su vjekovima u suživotu bili pripadnici više vjeroispovijedi i kultura, što bi se trebalo reflektirati u turističkoj ponudi. Isto tako, Hrvatska je danas multietnička turistička destinacija s izraženom kulturnom i vjerskom tolerancijom. Duh pomirenja i vjerske različitosti stvarane kroz povijest jamče iznimnu sigurnost, kao i raznolikost turističke ponude Republike Hrvatske. Navedene činjenice tvore našu prednost pred konkurenckim turističkim zemljama, te ih je potrebno posebno istaknuti u dalnjim promišljanjima razvoja vjerskog turizma.

Da bi se realizirao cilj ovog rada te ispunila očekivanja naručitelja, izrađivači su primijenili više znanstvenih, kao i stručnih metoda i tehnika. Prikupljena je relevantna domaća i inozemna literatura, te su analizirana sva dosadašnja sekundarna istraživanja. Deduktivnim metodama se pokušalo doći do novih definicija i određenja vjerskog turizma i hodočašća, dok su se induktivnim metodama nastojali potvrditi postavljeni ciljevi. U svrhu dokazivanja postavljenih teza, korištena je metoda strukturiranog intervjuja, prilikom čega je osmišljen upitnik koji je sastavljen od ukupno 25 pitanja odnosno tvrdnji. Upitnik je poslan na adrese unaprijed određenih ispitanika, i to po ključu i veličini vjerskih zajednica u RH.

Iz iznesenog se nametnula i struktura „Smjernica za razvoj vjerskog turizma Republike Hrvatske“, a koja proizlazi iz jasnih zadataka u smjeru definiranja pojma i značaja vjerskog turizma, a s ciljem podizanja kvalitete turističke ponude i povećanja turističke potrošnje. Važno je napomenuti da analize i poruke nisu teološkog karaktera, već im je cilj objasniti ekonomski i tržišni značaj vjerskog turizma, pritom poštujući integritet i važnost duhovne i metafizičke osnove svake religije i vjerske zajednice koja djeluje na prostoru Republike Hrvatske. Naime, etimološki aspekt pojma vjerskog turizma je poznat, no onaj ekonomski je još uvijek nedovoljno istražen i objašnjen – posebice s aspekta uloge vjerske i kulturne baštine u prezentaciji hrvatske turističke ponude. Nakon uvodnih napomena, u drugom se poglavlju obrađuje definiranje vjerskog i hodočasničkog turizma, te hodočašća kao teološkog, ali i kulturno-povijesnog fenomena. Pritom se pokušava dati odgovor na kontraverzno pitanje hodočašća s komercijalnog, ali i s duhovnog aspekta. U trećem poglavlju dan je pregled značajne sakralne baštine, uključujući i sva veća vjerska događanja u Republici Hrvatskoj. U

četvrtom poglavlju se vrši analiza vjerskog turizma kao društvene, ali i gospodarske pojave, pri čemu se daju prikazi stanja vanjskog i unutarnjeg okruženja vjerskog turizma. Kvantificiraju se turistički promet i motivi dolaska turista u hrvatske turističke destinacije. U posljednjem poglavlju se prikazuju potencijalni modeli i prijedlozi ostvarenja postavljenih ciljeva i strateške orijentacije u dalnjem razvoju turističkog prometa kojega bi trebalo povećati ponudom temeljenom na motivu vjere. Na kraju se daju zaključci te se navode korišteni bibliografski izvori.

Naposljetku, autori predmetnog rada bi ovim putem htjeli zahvaliti svim sudionicima istraživanja, kao i pripadnicima klera određenih vjerskih zajednica. Rimokatolički svećenici i redovnici, kako oni iz biskupijskih i župskih organizacija, tako i iz redovničkih provincija, su iskazali veliku susretljivost i pomoć u svim fazama provedbe istraživanja. Posebno zahvaljujemo Hrvatskoj biskupskoj konferenciji na podršci u radu. Zahvale, također, zaslužuju i Islamska zajednica u Hrvatskoj, čelnici islamskih centara u Zagrebu i Rijeci, kao i pripadnici židovske vjerske zajednice Židovske općine Zagreb, Rijeka i Osijek, koji su dali veliki doprinos u sagledavanju navedene problematike. Pripadnici Srpske pravoslavne crkvene opštine u Zagrebu odazvali su se s interesom. Druge vjerske zajednice nisu kontaktirane obzirom na vremenska, materijalna i druga ograničenja. Posebno se zahvaljujemo Ministarstvu kulture i medija Republike Hrvatske, Uprava za arhive, knjižnice i muzeje.

Nadamo se da smo ovom studijom, a uz spomenutu podršku svih sudionika - posebice onih iz redova vjerskih zajednica, opravdali dano povjerenje te da će se, temeljem svih spoznaja i saznanja proizašlih iz predmetnog istraživanja, povećati turistički promet i pojačati konkurentnost ukupne turističke ponude Republike Hrvatske, a vjerskim zajednicama dati prostor za daljnji suživot s turističkim gospodarstvom.

2. OPĆI PRISTUP VJERSKOM TURIZMU

Vjerski turizam, koji se u „Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“ promatra kao posebno relevantni proizvod kulturnog turizma, jedan je od najstarijih oblika turizma. Njegovi se začeci, naime, mogu pronaći u najranijim zajednicama kada su ljudi zbog religijskih obreda putovali i posjećivali pojedina mjesta – svetišta, pritom prelazeći i veće udaljenosti. Kroz povijest su takva mjesta postala središtema vjerskih, ali i trgovačkih, kulturnih i ostalih događanja u pojedinim regijama i zemljama. U novije je vrijeme riječ i o ekonomski vrlo zanimljivom obliku turizma gdje se hodočasnicima i drugim posjetiteljima pružaju različiti infrastrukturni, gastronomski, kulturni, zabavni i ostali sadržaji. Među brojnim posebnim oblicima turizma vezanima za odgovarajuće turističke sadržaje, razvio se i segment vjerskog turizma. Veza turizma i religije dokazuje se u tisućama nepokretnih sakralnih objekata i sadržaja koji su snažan objekt turističkog interesa. Vjerski turizam u svijetu danas je jedan od dinamičnijih segmenata na turističkom tržištu, a koje predstavlja kontaktno područje religije, turističkog gospodarstva i kulture što upućuje na njihovu složenost, ali i višestruku osjetljivost - posebice u smislu predviđanja budućeg razvoja.

Postavlja se pitanje jesu li vjerski turizam i ostali oblici turizma međusobno povezani i jesu li u svojevrsnom komplementarnom odnosu. Iz toga je logično očekivati da će vjerski turizam biti ujedno i poticaj za razvoj turizma uopće. Isto je tako moguće da će turisti koji nisu bili motivirani vjerskim potrebama pojačati svoju ukupnu težnju za putovanjem ukoliko im se pruže sadržaji i usluge koje će ih privući, a koji su prethodno bili izvan njihova područja interesa. U nastavku se stoga prikazuje pojmovno određenje vjerskog turizma i povezanih pojava, a kao polazna točka za davanje odgovora na postavljena pitanja.

2.1. Definicija i značaj vjerskog turizma

Turistička putovanja su potaknuta većim brojem motiva. Putovanje potaknuto vjerskim motivom se naziva vjersko putovanje, a oblik turizma koji uključuje tu vrstu putovanja naziva se vjerski turizam. Među brojnim vidovima suvremenoga turizma, vjerski turizam sve više zaokuplja pažnju znanstvene i šire javnosti, kao i dionika u praksi. Opće je poznato da je vjerski turizam dobro obrađen u domaćoj i svjetskoj literaturi, ali postoji još uvijek dileme i pitanja što je to vjerski turizam. Posebno pitanje se odnosi na pojavu možda i najstarijeg oblika putovanja - hodočašća. S gospodarskog aspekta - posebice s aspekta turističkih putovanja u doba četvrte tehnološke revolucije, pojam hodočašća nije dovoljno i adekvatno obrađen.

Vjerski turizam podrazumijeva posjet važnim religijskim lokalitetima pri čemu glavni motiv putovanja čini zadovoljenje vjerske potrebe. Vjerski turizam doživljava ekspanziju nakon Drugoga svjetskog rata, posebice na svjetskoj razini (Francuska, Italija, Meksiko, itd.). Budući da je riječ o ekonomski vrlo oportunom obliku turizma, neke destinacije vjerskoga turizma kroz povijest su postale središta vjerskih, trgovačkih i kulturnih događanja - važnih ne samo za

destinaciju, nego i za cijelu društvenu zajednicu, a nerijetko bilježe i povećanja investicija.¹ Sveobuhvatnošću društvenih slojeva i brojem sudionika vjerski turizam je postao fenomen koji, uz socijalne kategorije, ima sve više i obilježja ekonomske kategorije, te je kao takav bio i bit će predmetom interesa u domaćim stručnim i znanstvenim krugovima.

Sagledavanje vjerskog turizma vrlo je složeno, a posebno s aspekta multikulturalnosti te povijesnih i multireligijskih prilika u Republici Hrvatskoj. U određivanju različitih oblika turizma kao društvene pojave, uobičajeno se polazi od saznanja da je riječ i o gospodarskoj djelatnosti. U slučaju vjerskog turizma motiv je vrlo dobro definiran i čini ga posjeta određenom svetom mjestu, odnosno motiv je vjera. Upravo u tom ozračju 'svetosti' odnosno pogleda na vjeru i proizlaze pitanja i dileme s kojeg dalnjeg aspekta definirati vjerski turizam. Vjerska putovanja, kao jedan od najstarijih oblika putovanja, moraju se sagledavati s aspekta religije jer je to putovanje koje je primarno ili sekundarno motivirano vjerom, tj. religijom. Putovanja motivirana vjerom dodatno se promatraju s kulturnoškog, sociološkog, religijskog i gospodarskog aspekta. Vjerski turizam putem visoko profesionalnih kulturnih činitelja stvara kvalitetnu turističku ponudu koja je ostala gotovo integralna i autentična u svojem primarnom obliku. Osnovni motivacijski pristup vjerskome turizmu jest istraživanje suštine ljudskoga života i traženje odgovora na razna pitanja vezana za vlastitu vjeru, a odgovori se nalaze u višezačnosti putovanja koja u jednu cjelinu povezuju znanje, kulturu, životnu strast i vlastite stavove.² Samim time istraživanje o vjerskom turizmu mora uzeti u obzir povijesnu širinu fenomena hodočašća, analizirajući njegove razne oblike i ogromnu kulturnu baštinu vjerskoga karaktera. S aspekta teologije, vjerski (ili religiozni) turizam predstavlja humanu promociju, oblik solidarnosti i prijateljstva, susret naroda, njihovih kultura i religija, učenja miru među ljudima, poštovanja prirode i valorizacije prirodnog i kulturnog nasljeđa.³

Osim pojma vjerskog turizma, u upotrebi su i drugi termini koji su nastali suprotstavljajući izraz turizam riječima koje su povezane s vjerskom dimenzijom kao što su religiozni, religijski, sveti, duhovni ili hodočasnički. U svrhu upotrebe ispravnosti pojmova *duhovni turizam, hodočasnički turizam, vjerski turizam, religijski turizam, religiozni turizam te spiritualni turizam*,⁴ mora se sagledavati činjenica da je to spoj dvaju različitih područja. Jedno je duhovno-vjersko-religiozno, a drugo društveno-ekonomsko. Na temelju brojnih teorijskih rasprava inozemnih i domaćih teoretičara može se izvesti definicija vjerskoga turizma prema kojoj je vjerski turizam posebni oblik turizma, a glavni motiv vjerskoga turizma jest posjeta svetim mjestima (svetišta, samostani, katedrale, crkve, kapelice, džamije, sinagoge i ostali objekti) i/ili sudjelovanje u vjerskim događajima i tematskim vjerskim putovima koje uključuju razmišljanje, meditaciju i sudjelovanje u molitvi i bogoslužju, što je prisutno u svim vjerskim zajednicama.

¹ Duvnjak, N., Relja, R., Žeravica, M.: Religijski turizam kao poseban socio-kulturni fenomen – na primjeru istraživanja među studentima Sveučilišta u Splitu, Nova prisutnost, Vol. 9, br. 2, 2011., str. 427.

² Mazza, C.: Turismo religioso. Un approccio storico - culturale, EDB Bologna, Bologna 2007., str. 34.

³ Pasinović, M.: Religijski turizam između socijalne i ekonomske kategorije, Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis, br. 3., Zagreb, 1991., str. 82. – 83.

⁴ Cerović, Z., Zanketić, P.: Menadžment hodočašća i vjerskih događaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, 2013., str. 79.

2.2. Obilježja i uloga hodočašća u vjerskom turizmu

Uz definiranje pojma vjerskog turizma, nameće se pitanje i objašnjenje pojma hodočasničkog turizma. *Hodočašće* je uvijek i društveni događaj na koji se ponajprije ide zbog duhovnih razloga, a sam pojam predstavlja jedan dinamičan, strukturalan element, koji je urođen u samoj vjeri i koji se tisućljećima razvijao kako bi odredio jednu vrstu 'duhovnog pročišćenja', s pomoću sakralnog puta do te mjere da povezuje čovjeka s božanstvom, a empirijski i mistički predstavlja cilj hodočašća. Hodočašće se pojavljuje kao tipičan vjerski čin, urođen u samoj dimenziji vjerskoga čovjeka, strukturiran s pomoću teološke doktrine i prakse same vjere, s vremenom kodificiran zahvaljujući različitim ritualima, gestama, riječima, putovima, mjestima, svetim gradevinama, spomenicima, određenim znakovima povijesti odnosa između čovjeka i Boga. A. Dupront hodočašće promatra kao 'čin sakralizacije' u smislu jednog 'zatvorenog svemira' u odnosu na ostatak svijeta, te hodočašće i hodočasnika definira na sljedeći način: „Hodočašće je sve: počevši od prostornog pokreta koji je u samoj srži duhovan te ima kao metu jedno sveto mjesto gdje treba biti prisutan u određenim datumima, koji su definirani pomoću sakralnih kalendara. Hodočasnik slijedi već uhodani ritual, koji proslavlja jedan novi čin duhovnosti osobe koja je došla dokazati 'sastanak' s božanstvom.”⁵

Hodočasnik nije turist, već vjernik, te ga na put primarno motivira vjera. Ukoliko je turist motiviran vjerom – kao sekundarnim motivom, on nije hodočasnik, već turist s vjerskim motivima. Ovo polazno stanovište u mnogome definira pojam hodočasnika, kao i pojavu hodočašća. Hodočašće uvijek mora proizlaziti iz vjerske zajednice. Ishodište mu je vjera i duhovnost, a ne zarada. Ukoliko hodočašće organizira komercijalni izvor (agencija) onda se ne može govoriti o hodočašću, već o vjersko-turističkom putovanju. Pitanje motivacije za neki sakralni doživljaj čini osnovu hodočašća. Svako masovno-vjersko putovanje u suštini je vjersko putovanje motivirano sakralnim i vjerskim motivima. Stoga sakralno putovanje prepostavlja želju i istinu vjerskoga doživljaja. Javlja se pitanje duhovne potrebe putovanja, u kojem se traže odgovori na postavljena metafizička odnosno duhovna pitanja. Govoreći o hodočašću, motivacijski okvir pojedinca koji hodočasti može sadržavati različite razloge, kao što su primjerice:

- molitva za ozdravljenjem,
- zahvalnost,
- molitva za oprostom,
- molitva za pročišćenjem,
- proslava vjerskoga blagdana, kao aspekt 'povratka temeljima vlastite vjere',
- sudjelovanje na vjerskom obredu koji je utjecao na život naroda kojemu se pripada.

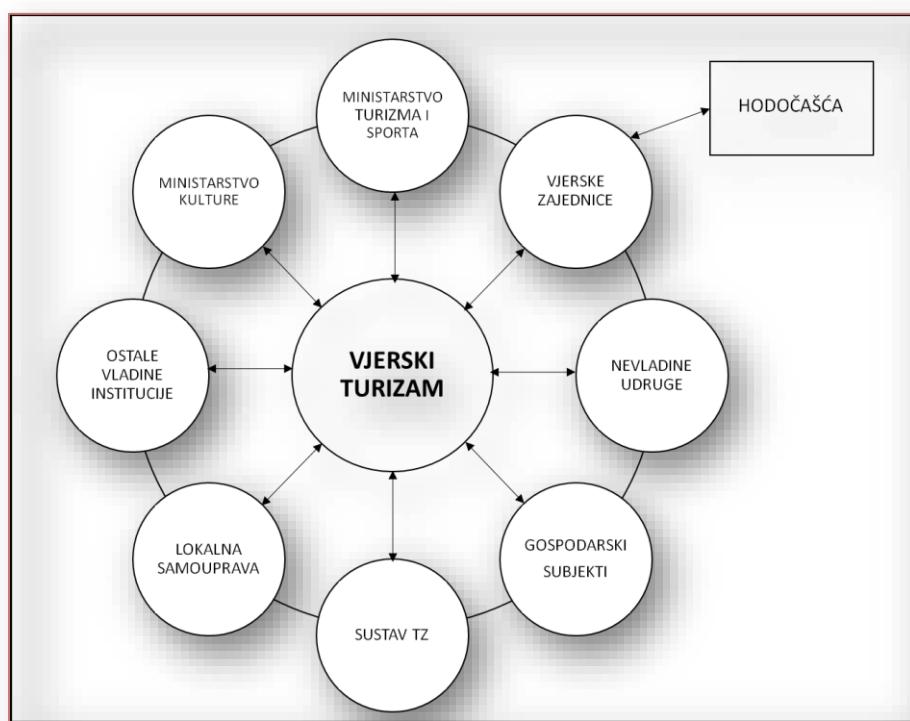
Činjenica jest da je hodočasnik obuzet energijom potrebe koja ga motivira da započe s programiranjem vremena i mjesta svetog putovanja. Hodočašće je u suštini putovanje u vjersko svetište - u povijesti redovito pješice, a danas svim prijevoznim sredstvima. Odredišta na koja se hodočasti obično su rodna mjesta ili mjesta umiranja svetaca ili utemeljitelja religija. Vjernici mnogih velikih religija sudjeluju u hodočašćima:

⁵ Mazza, C., op. cit., str. 36.

- Islam - Meka i Medina,
- Židovstvo - Jeruzalem,
- Kršćanstvo - hodočašća u svetišta (Meksiko, Portugal, Francuska, Poljska, Turska, Sirija, Izrael, BiH, Njemačka itd.).

Nameće se zaključak da se vjernik koji ide na takvo putovanje može smatrati hodočasnikom. Problem je, međutim, utvrditi kriterije po kojima bi se mogle striktno odrediti granice u sadržajima hodočašća do kojih ovi sadržaji imaju, a neki i moraju imati, profani karakter, a da cijelo hodočašće ne izgubi atribut vjerskoga događaja.

Shema 1. Model utjecaja i međupovezanosti vjerskog turizma i hodočašća s okruženjem



Izvor: obrada autora

Shema 1 slikovito prikazuje spomenutu međuvisnost vjerskog turizma s velikim brojem utjecaja iz vanjskog okuženja u planiranju i realizaciji određenog vjerskog programa. Uočava se dokaz tvrdnji da je hodočašće povezano ponajprije s vjerskom zajednicom, a preko nje s ostalim sudionicima u okruženju. Hodočašće, dakle, nije moguće organizirati bez vjerske organizacije (zajednice) i zato se svako hodočašće koje nije proizašlo iz vjere i duhovnog, odnosno ne nosi ga vjerska zajednica, ne može definirati kao hodočašće, već samo kao turistički program.

U intervjuima provedenima za potrebe ovoga istraživanja, istaknuto se viđenje Hrvatske Biskupske Konferencije (HBK), s kojim su u suglasju i ostali ispitanici, a prema kojemu je

hodočašće nemoguće povezati s tržišnim osnovama te nije komercijalnog karaktera. Točnije, navodi se sljedeće: „Hodočašće koje organiziraju župe ili druge vjerske organizacije nisu profitabilni turistički projekt, već im je cilj doprinijeti duhovnoj dobrobiti i rastu sudionika hodočašća u vjeri. Mišljenja smo da nikako ne bi hodočašća trebala potpasti pod kategoriju 'vjerski turizam', odnosno pod sva druga turistička putovanja. U prilogu tome govori i činjenica da sva svetišta, crkve i sakralni prostori jesu evangelizirani instrumenti, tj. prostori navjestiteljskog i liturgijskog djelovanja Crkve, a te aktivnosti nikako ne idu u okvir turističkih programa.“⁶ Hodočašće je, dakle, s teološkog aspekta isključivo čin vjere, i nema nikakve poveznice s komercijalnim pa tako niti s turističkim putovanjem. Hodočašća su u velikom broju slučajeva najčešća kod rimokatoličkih vjernika, ali se pojavljuju u manjem obimu i kod drugih vjerskih zajednica, o čemu govore sljedeći podaci iznijeti u spomenutim intervjuiima.

- U Hrvatskoj ima 1559 župa⁷ samo unutar Katoličke crkve, a iz života Crkve poznato je da svaka župa godišnje organizira minimalno bar jedno hodočašće svojih vjernika s jednim i više autobusa putnika (veće župne zajednice organiziraju hodočašća za svoje vjernike tokom godine i tri do četiri puta). Ako se uzme u obzir prosjek da po župi na razna hodočašća odlaze oko dva autobusa vjernika, tada se dolazi do brojke od preko 150.000 vjernika-hodočasnika koji se godišnje, organizirano preko župe, upute na neko hodočašće. Na sam blagdan Velike Gospe (15. kolovoza), prema službenim procjenama i izvještajima, toga dana bude oko 800.000 hodočasnika u svim marijanskim svetištima diljem Hrvatske.
- Iz intervjua sa Islamskim centrima u Zagrebu i Rijeci saznaje se da Islamski centar u Zagrebu godišnje posjećuje 25.000 vjernika, dok je Islamski centar u Rijeci u 2020. godini posjetilo 7.000 vjernika (podaci prije pandemije koronavirusa).
- Srpska pravoslavna crkva u RH nije dala podatke o hodočasnicima.
- Sve Sinagoge i Židovske općine u Republici Hrvatskoj u 2020. godini zabilježile su posjet od 4.000 posjetitelja.

Hodočasnici se tradicionalno na dugom putu zaustavljaju, trguju, kupuju i prodaju, sastaju se s nepoznatim ljudima, izmjenjuju materijalna i duhovna dobra, upoznaju kulturne vrednote naroda u čiju su sredinu došli kao tuđinci ili kroz čiju su sredinu prošli. Vjernici danas, zahvaljujući suvremenim prometnim sredstvima, putuju daleko izvan svoje domovine: u Svetu Zemlju, u marijanska svetišta i slično. S druge strane, može se uzeti za primjer „Camino Hrvatska“, koji je jedan od mnogobrojnih komercijalnih proizvoda koji se nude na turističkom tržištu. „Camino Hrvatska“ i slični proizvodi dobar su turistički proizvod koji nadopunjuju turističku ponudu, ali se nikako ne može ubrajati, niti nuditi kao vjerski program, a još manje kao hodočašće. Navedeni proizvod nema nikakve veze s vjerom, već samo s turističkim komercijalnim programom koji se oslanja jednim dijelom na kulturu određenog kraja (destinacije).

⁶ Novak K. i Vidović R., Stav HBK, broj 533/21, od 28.10.2021.

⁷ Crkvena statistika za 2000. godinu iz Ureda za crkvenu statistiku pri Tajništvu Hrvatske Biskupske Konferencije, <https://ika.hkm.hr/novosti/crkvena-statistika-za-2000-godinu/>, 1. 10. 2021.

Iz navedenoga se zaključuje kako je vjerski turizam posebni oblik turizma, a glavni motiv vjerskoga turizma jest posjet svetom mjestu i sudjelovanje u vjerskim događajima i tematskim vjerskim putovima uz razmišljanje, meditaciju i sudjelovanje u molitvi i bogoslužju. Hodočašće je po svojoj vjerskoj osnovi izrazito religiozan čin i ne može ga se drugačije prikazivati. Kod pojedinih hodočašća mogu zbog različitih razloga povremeno prevladati svjetovni sadržaji u obliku pratećih sadržaja (zabava, uživanje u jelu i piću). Tada takva hodočašća, prema učenju svih vjera, ne mogu nositi i naziv (vjerskoga) hodočašća. Stoga je, uvažavajući činjenicu da postoji poveznica između hodočašća i turizma, potrebno naglasiti da se vjerski turizam može pojaviti u različitim oblicima.

3. SAKRALNI OBJEKTI I VJERSKI DOGAĐAJI U FUNKCIJI TURISTIČKE PONUDE I POTROŠNJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Sakralni objekti i vjerski događaji čine temelj turističke ponude vjerskog turizma destinacije. Planiranje i razvoj vjerskog turizma podrazumijeva određene specifičnosti koje je potrebno posebno naglasiti:⁸

- Turistički dolasci motivirani vjerom u prvom su redu uvjetovani prepoznatljivošću destinacije te dostupnošću svih relevantnih informacija. To podrazumijeva tiskanje tematskih brošura, kreiranje internetskih portala te osmišljavanje posebnih programa u organizaciji turističkih agencija specijaliziranih za vjerski turizam.
- Vjerska putovanja i hodočašća zahtijevaju prilagođene, tj. cjenovno prihvatljivije oblike smještaja te laku dostupnost odnosno pristupačnost vjerskim objektima (u prometnom i logističkom smislu).
- Ukupni doživljaj posjeta vjerskim objektima uvelike ovisi o načinu prezentacije objekata *in situ*. U tom se smislu preporučuju višejezični letci te različiti audio-vizualni, interaktivni vodiči.

Složenost organizacije u smislu procesa stvaranja i provedbe hodočašća ili vjerskoga događanja zahtijeva velik broj stručnih ljudi specijaliziranih za pojedine poslove te velik broj osoba za jednostavne poslove i zadatke za koje nisu potrebna određena posebna znanja, ali im treba osjećaj za milosrđe, dobrotu i ljubav. U tu svrhu na poslovima i aktivnostima pripreme i realizacije vjerskih događanja ili hodočašća angažiraju se, uz profesionalce, članovi raznih crkvenih organizacija te drugih organizacija i udruga kojima je u temelju okupljanje za dobrobit ljudi, milosrđe i humani doprinos prema ljudima te cijeli niz drugih profesionalnih službi i tvrtki (zdravstvene službe, zaštitari, vatrogasci, komunalni djelatnici, gorske službe spašavanja itd.).

Vjerski turizam postao je važan izvor turističke potrošnje te je nezaobilazan u analizi turističkih putovanja. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) procjenjuje da vjerski turizam godišnje generira ukupno 600 milijuna nacionalnih i međunarodnih vjerskih i duhovnih putovanja u svijetu ukupno, od čega se 40 % odvija u Europi i oko 50 % u Aziji. U Europi se godišnje organizira 240 milijuna turističkih putovanja s vjerskim motivom, 300 milijuna u Aziji te 60 milijuna u ostaku svijeta. Od toga ukupnog broja od 600 milijuna putnika motiviranih vjerom prema procjeni UNWTO-a u svijetu ima 280 milijuna hodočasnika. Od tog broja 112 milijuna ih je u Europi, 140 milijuna u Aziji, a 28 milijuna u ostaku svijeta. U suštini, od dvaju putnika motiviranih vjerom jedan je stvarni hodočasnik jer svaki hodočasnik ima i pratnju. U skladu s dostupnim podacima, najposjećenija odredišta vjerskog turizma godišnje posjećuje čak 30 milijuna hodočasnika (Indija). Najpoznatije europske vjerske destinacije jesu Lourdes (s osam milijuna hodočasnika godišnje) i Fatima (oko pet milijuna hodočasnika godišnje). U Republici Hrvatskoj Svetište Majke Božje Bistričke pored Zagreba godišnje posjećuje oko 900.000 hodočasnika i posjetitelja te se u lokalnim hotelima ostvaruje oko 13.000 noćenja. Svetište majke Božje Međugorske u Bosni i Hercegovini posjećuje 2.000.000 turista –

⁸ Mantovani, M.: La crescente importanza del turismo religioso in Italia ed i percorsi devozionali, Rivista di scienze del turismo, n. anno II, 2011., str. 144.

hodočasnika. Dakle, može se zaključiti da je prema podacima UNWTO-a u svijetu oko 20 % od ukupnih turističkih putovanja, turista motivirano vjerom. U 4. se poglavlju istražuju obilježja, kao i udio putovanja motiviranih vjerom u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske, dok se u sljedećem poglavlju daje pregled vjerskih destinacija, sakralne baštine i vjerskih događanja, koji sveukupno čine resursnu osnovu za razvoj vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj.

3.1. Pregled sakralne baštine i destinacija vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj

Turistički resursi Republike Hrvatske ne ograničavaju se samo na promociju primarne turističke ponude vezane uz 'more i sunce', hotelsko-ugostiteljsku ponudu, nego svojom širinom zahvaćaju područje kulture, umjetnosti i povijesne baštine. U tome kontekstu sakralna baština Republike Hrvatske predstavlja okosnicu one ponude koja ne samo što nadopunjuje elementarnu turističku ponudu, nego Hrvatsku predstavlja upravo nerazdjeljivoj cjelini europske kršćanske kulture.

Hrvati su prema nekim podacima u svojoj povijesti sagradili više od 8.000 crkava i kapela, a svaka osma posvećena je Majci Božjoj. Čak je osam hrvatskih katedrala posvećeno Majci Božjoj: Zagreb, Poreč, Pula, Senj, Krk, Split, Hvar i Dubrovnik. Prvi kontakt Hrvata s Rimom bio je 641. godine u vrijeme pape Ivana IV. Dalmatinca, kada je Papin poslanik opat Martin pregovarao s Hrvatima o otkupu zarobljenika i relikvija kršćanskih mučenika. Prihvativši kršćanstvo, Hrvati prvi među slavenskim narodima uređuju svoj državni, crkveni i društveni život.

Hrvatska bi se po svojim sakralno-turističkim kapacitetima mogla svrstati u sam vrh takvog vida ponude europskih zemalja. Iako monumentalnošću zadnja zaostaje za npr. Italijom ili Francuskom, tisuće sakralnih objekata razasutih po cijeloj Hrvatskoj tvore dio tog kršćanskoga univerzuma, koji se danas u turističkoj ponudi može predstaviti cijelome svijetu. Štoviše, dugogodišnji ateizam ostavio je gotovo cjelinu toga blaga netaknutim, nažalost i nerestauriranim, ali i nekomercijaliziranim, što upravo u turističkoj ponudi otvara velike mogućnosti. Katolička crkva u Hrvatskoj, kao većinska vjerska zajednica i prema tome s najvećim brojem sakralnih objekata, nemaju sami dovoljno snage i mogućnosti predstaviti bogatstvo svoje ponude. Društvo sa svoje strane ne pokazuje dovoljnu senzibiliziranost za sakralnu baštinu, pa se događa da vrhunska ponuda ostaje u sjeni, dok upravo na takvoj bazi nama susjedne zemlje grade i dobar dio svoga turističkog imidža. Opće je poznato da na prostoru Republike Hrvatske ima izuzetno vrijednih sakralnih objekata Pravoslavnih vjerskih zajednica posebno Srpske pravoslavne crkve. Židovka vjerska zajednica u Republici Hrvatskoj ima stoljetnu tradiciju. Nažalost vrijedni sakralni objekti i Sinagoge nestale su u ratnom vrtlogu 2. svjetskog rata, ali i preživjeli i obnovljeni objekti židovske vjerske zajednice čine vrijedan spomenik židovske kulture i dokaz vjere. Dva Islamska centra u Zagrebu i Rijeci čine kulturno vrijedne sakralne objekte koje posjećuje veliki broj vjernika islamske vjerske zajednice. Zasigurno mjesto za zapažanje našlo je i selo s pretežito islamskim vjernicima u Istočnoj Slavoniji, Gunja.

Prezentacija sakralne baštine može se komercijalizirati tek u jednome svome djelu, no to ne može biti glavni motiv za aktiviranje tih resursa. Uključivanjem sakralne baštine u hrvatsku turističku ponudu dobiva se upravo ono bitno, a to je nadogradnja i nadopuna suhoparnom, tipiziranom i klišeiziranom poimanju turizma u našim krajevima. U tom cilju, potrebna je primjerena valorizacija kulturno-povijesne i sakralne baštine, koja će se staviti na uvid i raspolaganje javnosti. Naime, vjerske zajednice raspolažu vrijednim umjetninama, artefaktima i prostorima koji zasigurno mogu biti zanimljivi posjetiteljima. Kao jedan od prijedloga, nameće se osnivanje muzeja sakralne baštine, koji bi činio važan doprinos kulturnoj, ali i turističkoj ponudi Republike Hrvatske. S druge strane, otvaranjem crkvenih vrata i riznica omogućava se Crkvi da na izravan način postane interesni partner u predstavljanju svoga kulturnog i umjetničkog blaga odnosno da podigne razinu svijesti u društvu o potrebi očuvanja i unapređenja sakralne baštine. Hrvatska obiluje brojnim vjersko-kulturnim resursima pa je ovdje vrijedno istaknuti najvažnije. Sakralni prostori koji pripadaju određenim religijama u Hrvatskoj mogu se podijeliti u nekoliko skupina:

1. Kršćanske skupine crkava u Hrvatskoj

a) Rimokatolička crkva u Hrvatskoj

- marijanska svetišta
- ostala katolička svetišta
- samostani

b) Srpska pravoslavna crkva u Hrvatskoj

c) Ostale kršćanske crkve u Hrvatskoj

2. Džamije u Hrvatskoj

3. Sinagoge u Hrvatskoj

Marijanska svetišta

Hrvatski narod prihvata kršćansku vjeru već po svome dolasku na Jadransko more. Već od samog početka Hrvati posvećuju Gospu na obali Jadrana crkve, samostane, i bratovštine. Većina njih nosi i poseban naziv: Sveta Marija. Dio marijanske baštine nasljeđuju od stanovnika koji prije njih borave na tom području. U Ninu već prije dolaska Hrvata postoji Gospina bazilika, preuređena u doba doseljenja Hrvata, a po Istri brojne bazilike. Nadbiskup Ivan koji dolazi iz Ravene, za splitsku prvostolnicu odabire Dioklecijanov mauzolej, čisti ga, uređuje i posvećuje Marijinu Uznesenju. Njegovim dolaskom na čelo splitske biskupije započinje organiziranje Crkve među Hrvatima, što znači da pokrštavanje Hrvata službeno započinje iz Gospine crkve. Olovsko Gospino svetište do početka 18. stoljeća najpoznatije je i najposjećenije Gospino svetište u jugoistočnoj Europi. U nastavku se daje opis najposjećenijih marijanskih svetišta u Hrvatskoj.

- **Svetište Majke Božje Bistričke – Marija Bistrica**, Marija Bistrica najveće je nacionalno marijansko svetište, službeno proglašeno 1971. god., a 13. srpnja određuje se blagdanom Majke Božje Bistričke. Mjesto je smješteno 40 km sjeveroistočno od glavnoga hrvatskog grada Zagreba. Mjesto Bistrica dobilo je ime po potoku koji protječe kroz mjesto. Vjekovima je središnje mjesto u vjerničkom životu hrvatskoga

naroda. Ono što je Francuzima Lourdes, Portugalcima Fatima, Talijanima Loreto, Poljacima Częstochowa, Austrijancima Mariazell, Hrvatima je to životopisna Marija Bistrica. Ovo najveće marijansko svetište službeno je proglašeno nacionalnim marijanskim svetištem 1971. godine. Prvi pisani dokumenti Mariju Bistrigu spominju 1209. g. Danas to svetište ima prekrasnu baziliku koju je papa Pio XI. službeno imenovao te zavjetni oltar čiju je izradbu naručio Hrvatski sabor 1715. g. Prostrana nedovršena "crkva na otvorenome", nedovršen "zid vjere i nade" i kalvarija – jedinstven križni put, originalna su umjetnička djela hrvatskih kipara s druge polovice 20. stoljeća. Štovanje Majke Božje Bistričke počinje u 15. stoljeću kada tamni kip Gospe postaje poznat po svojim čudotvornim moćima. Tijekom otomanske invazije Gospin je kip bio u dva navrata zazidan unutar crkvenih zidova. Napokon je pronađen 1684. kada se zahvaljujući zagrebačkom pavlinskom biskupu Martinu Borkoviću snažno razvija kult štovanja Djevice Marije. Početkom 16. stoljeća nepoznati je mjesni majstor u tamnomet drvetu izrezbario kip koji je bio postavljen u kapeli na obližnjemu Vinskom vrhu. Godine 1545. Turci su napali to područje, a župnik je sakrio kip u zid crkve u Bistrici. Ubrzo nakon toga župnik je umro, a tajnu o mjestu gdje se skriva kip ponio je sa sobom u grob. Nakon čudesnog susreta s Gospom 1588. kip je pronađen i restauriran, no godine 1650. ponovno je sakriven. Naposljetu, kip je drugi put pronađen 15. srpnja 1684., a idućeg se dana dogodio niz čudotvornih iscjeljenja i ispunjenja molitvi. Od toga dana bezbrojne procesije hodočasnika posjećuju Mariju Bistrigu. U Mariju Bistrigu hodočasti se od 1684. godine. Svake godine okupi se oko 1.000.000 vjernika na pedesetak stalnih hodočašća koja traju od Bijele nedjelje, početkom travnja, do Zahvalnice krajem listopada.⁹

- **Svetište Majke Božje Trsatske – Trsat,** Na Trsatu, na 135 m visokom brdu, crkva je Majke Božje. Zbog nje je Trsat sedamstoljetno mjesto nesvakidašnjeg vjerskoga događanja i vjerničkog okupljanja. Ona je svetište Majke Božje, i to najstarije hrvatsko marijansko proštenište s kontinuiranim štovanjem Majke Božje po hodočasničkom okupljanju hodočasničkom okupljanju. Danas je Trsatsko svetište najznačajnije marijansko proštenište u zapadnoj Hrvatskoj i k tome duhovno središte Riječke metropolije koja okuplja četiri biskupije: Riječku nadbiskupiju, Porečko-pulsku biskupiju, Krčku biskupiju i Gospicko-senjsku biskupiju, a također je privlačno mjesto hodočasnicima kontinentalnog djela Hrvatske, a k tome je ovo Svetište jedino trajno stjecište Marijinih štovatelja iz Hrvatske, Slovenije, Italije i Austrije. Mnoga vjernička okupljanja, proslave pojedinih blagdana, a osobito pojedinih duhovno-kulturnih događanja dokaz su da je ovo Svetište privlačno mnogim posjetiteljima. Procjenjuje se da Trsat ostvari godišnje više od 300 tisuća posjeta, što hodočasnika, što turista.¹⁰

Drevno svetište Majke Milosti, Majke Božje Trsatske nastalo je prema predaji o dolasku Svete kućice iz Palestine 10. svibnja 1291. koju su iz Nazareta u Trsat donijeli anđeli,

⁹ <https://www.svetiste-mbb.hr/stranica/hodocasca> (preuzeto 26.11.2021.)

¹⁰ Hegeduš, I., Košćak, I.: Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 2014., Vol. 5, No. 2, str 18.

no nakon tri godine i sedam mjeseci anđeli su je na svojim krilima odnijeli u Loreto gdje se nalazi i danas. Čuvši za neutješivu tugu Hrvata za odnesenom Svetom kućicom Papa Urban V. u Trsat je 1367. g. poslao drevnu sliku Majke Božje imena »Majka milosti« koja je u Rimu smatrana čudotvornom, a pred kojom su se Hrvatski hodočasnici počeli okupljati. Sveti Otac već u petnaestom stoljeću dopušta poseban oprost onima koji ju pohode. Slika se i danas cijeni zbog milosti koju po njoj dijeli Marija svojim štovateljima, a stoji na glavnem oltaru i iz crkve se iznosi prilikom raznih procesija, kao npr. na Blagdan Gospe Trsatske ili Velike Gospe. Crkva Majke Božje Trsatske vjerojatno je postojala već 1419. g. Knez Nikola I. Frankopan, hrvatski ban dao je izgraditi prostraniju crkvu koju od 1453. g. trajno nastanjuju franjevci. Do svetišta se dolazi usponom od 561 stuba. Mornari i drugi hodočasnici pohode svetište u svaku dobu, a pogotovo na marijanske blagdane. Posebno je dojmljiva središnja svetkovina Velike Gospe. Svetkovinu prati tradicionalni sajam i mnogobrojne popratne priredbe. Subotama pak kroz cijelo ljeto dolaze hodočasnici iz središnjeg dijela gornje Hrvatske, a svoju pobožnost hodočasnici iskazuju u obrednom ophodu oko oltara Gospe Trsatske. No prostori Riznice i Kapele nisu određeni samo fizički, zidovima. Njihove duhovne prostore određuje svaki dolazak i misao hodočasnika, molitva, ophod oko oltara, klanjanje, svaka upaljena svijeća u Kapeli svijeća, svaka nova ispisana stranica u knjizi dojmova u Kapeli zavjetnih darova, svako darivanje i smirenje u molitvi, svako traženje oprosta, utjehe i nade. Pastoralni centar – Aula pape Ivana Pavla II., svečano je otvoren 2008. g. na petu obljetnicu posjeta pape Ivana Pavla II. Rijeci. Trsatsko je svetište dobilo je još jedan prepoznatljiv simbol, spomenik „Trsatski hodočasnik“, rad kipara Anta Jurkića. Spomenik pokojnom papi Ivanu Pavlu II. postavljen je u znak sjećanja na Papin posjet 8. lipnja 2003. za njegova trećeg pohoda Hrvatskoj.

- **Svetište Majke Božje od Krasna – Krasno,** Krasno je najveće naselje na Velebitu smješteno na 713 m nadmorske visine. Krasno je netipično bogato hrvatsko selo, s lijepom perspektivom kao turističko, duhovno i kulturno središte Ličke-senjske županije. Selo ima dvije pilane, šumariju, siranu, destileriju, a središte je i Nacionalnog parka Sjeverni Velebit.

Najstariji sigurni spomen postojanja crkve na tom mjestu jest mramorna škropionica koja je nekoć bila u današnjoj crkvi. Na njoj je bila uklesana godina 1641. Ako je crkva tada ondje građena, vjerojatno je to bilo na ruševinama starije crkve jer nisu bile prilike za novogradnje. Budući da izričito stoji da je crkva te godine restaurirana, jasno je da je ona postojala ondje i prije te godine. Od ostalih zahvata važno je spomenuti da je za župnika Nagya 1890. crkva produžena. Tada je ustvari predvorje (loža) uključeno u sastav same lađe crkve. To se vidi i po tome što su na polovici lađe stube. One su prije vodile iz lože u crkvu. Iz Nagyjeva je vremena i današnji toranj.¹¹

¹¹ Bogović, M.: Senjski zbornik: prilozi za geografiju, etnologiju, gospodarstvo, povijest i kulturu, 1991., Vol. 18, No. 1, str. 41.

Iako ne postoje stariji zapisi o hodočaćima Gospo od Krasna, ipak i na temelju onoga škrtog materijala može se dosta toga dokučiti. I ovdje su počeci u legendama i pričanjima. Pastiri su jednoć na mjestu današnje crkve našli Gospin lik i odnijeli ga u Polje, gdje je bila jedna kapelica, ali se u više navrata taj lik vraćao na prijašnje mjesto. To je ponukalo vjerni narod da upravo na tom mjestu sagradi kapelicu. Tako kaže predaja. U prilog predaji ide činjenica da je crkva sagrađena na dosta nepogodnom mjestu, na neravnoj stijeni. Najveća je dragocjenost krasnarskoga svetišta kip Majke Božje za koji se ne zna ni tko ga je napravio, ni tko i kada nabavio. Hodočasnici su u ovom svetištu od pamтивјека izvršavali svoje zavjete i upućivali molitve Gospo obilazeći oko oltara na kojem je bio njezin kip. Ovdje godišnje prođe desetak tisuća planinara, a samo svetište godišnje posjeti i do 100.000 ljudi. Nekada je svetište Majke Božje od Krasna na Velebitu bilo najjače marijansko proštenište u Hrvatskoj, posjećenije od Marije Bistrice i Trsata. U svetištu su ljudi dolazili čak i pješice, s Krka, iz Bosne i Dalmacije. Novije okolnosti u Krasno dovode motorizirane hodočasnike, turiste i izletnike, planinare i đake.

- **Svetište Gospe Sinjske – Sinj,** U Sinju, središtu Cetinske krajine, na jugu Hrvatske smješteno je svetište Gospe Sinjske, najveće marijansko svetište i mjesto gdje se održava velika procesija. Godine 1715., oko 700 ljudi Cetine zajedno s brojnim franjevačkim redovnicima noseći sliku Majke Božje, našli su utočište u gradu, tvrđavi iznad sadašnjega grada Sinja, bježeći pred turskom vojskom od 10.000 vojnika koja je 14. kolovoza započela oštar napad. Nakon tri sata divlje opsade tijekom koje su se franjevci s narodom molili pred slikom Majke Božje, osvajačka se turska vojska odjednom neobjasnjivo povukla. Zadnji su turski vojnici napustili cetinsku krajinu 15. kolovoza. Svjedoci kažu da se pred vojnicima koji su opsjedali grad odjednom pojavio bijeli ženski lik osvijetljen jakom svjetlošću.

Do dana se današnjeg vjeruje da je Gospa ishodovala veliku pobjedu nad osvajačkom hordom. U čast te velike trijumfalne pobjede svake se godine održava slavna i jedinstvena viteška igra, Sinjska alka. Svetište Sinjske Gospe bilo je obnovljeno 1721., a njegov današnji oblik datira iz 1771, kada je obnovljeno nakon potresa. Četiri kapele izgrađene su na stranama crkve, a troja ih vrata povezuju sa svetištem gdje vjernici obavljaju ispovjedi. U blizini svetišta nalazi se zvonik visok 43.5 m. Izgrađen je između 1896. i 1927. Do svetišta nalazi se franjevački samostan u kojemu je smještena klasična gimnazija. U svetištu se čuvaju mnoga vrijedna umjetnička djela hrvatskih umjetnika. Najvažnije hodočaće odvija se tijekom blagdana Uzašašća kada brojni ljudi dolaze ovamo pješice, a neki čak hodaju i bosi. Zbog toga se u gradu Sinju blagdan Velike gospe 15. kolovoza uvijek slavi s posebnim ushitom i poštovanjem. Zabilježeno je mnogo svjedočanstava ljudi kojima je Sinjska Gospa pritekla u pomoć i mnogo je ljudi oboljelih od različitih bolesti čudesno ozdravilo. Stanovnici Sinja i Cetinske krajine svojoj Gospo zaštitnici prinose vijenac s 12 srebrnih zvijezda u znak zahvalnosti i ljubavi. Sinjsko je svetište poznato diljem svijeta, svuda gdje Hrvati žive. Brojni hodočasnici dolaze ovamo po milost i blagoslov Svetе Majke Božje. Procjenjuje da u Sinj dolazi 150 tisuća turista i hodočasnika na godinu.

- **Marijansko svetište Vepric**, Vepric je marijansko svetište pored Makarske, osnovano 1908. godine. Osnovao ga je splitsko-makarski biskup Juraj Carić. Svetište se još naziva i Svetište Marije Lurdske jer prirodna špilja i cijeli krajolik s brežuljcima, raslinjem i potokom među njima živo podsjeća na Lurd, gdje se je Blažena Djevica Marija godine 1858. ukazala 18 puta Bernardici Soubirous.

Nakon 1991. godine, svetište se je nastavilo uređivati. Sagrađen je duhovni centar s kapelom i potrebnim sadržajima, a 2003. godine prostor ispred špilje dobio je novo stepenište i dodatne prostore za potrebe hodočasnika.¹² Zbog svoje osobitosti svetište je veoma posjećeno tijekom cijele godine, a osobito za hodočasničkih dana 11. veljače, 25.ožujka 15.kolovoza, 7. i 8. rujna.

- **Svetište Gospe od Utočište – Aljmaš**, Aljmaš, s poznatim marijansko svetištem Gospe od svetišta ili Gospe aljmaške, smješten je u području tri granice Slavonije, Bačke i Baranje, gdje rijeka Drava utječe u Dunav. Mjesto se prvi put spominje u pisanim dokumentima 1338. Pošto je Osijek oslobođen od Turaka 1687., mjesto je bilo obnovljeno i svetište je sagrađeno 1704. kao podružnica osječke župe, pod vodstvom jezuita. Zbog sukoba s kalvinistima jezuiti su sklonili kip Gospe aljmaške na mjesto koje su vjernici spremno prihvatali kao svetište i tako je taj kip postao poznat i pod imenom Gospa od svetišta. Godine 1708. izgrađena je nova crkva, posvećena 1715. g.

Ona je postala konačno odredište osječkim hodočasnicima. I crkva i Gospin kip uništeni su u požaru 1846. g. premda je slika kipa očuvana. Godine 1847. počinje ponovna gradnja crkve i svetišta dimenzija 28 x 13 m. Ono je postojalo do rujna 1991. kada je potpuno uništeno. Unatoč bombardiranju, kip Gospe sačuvan je među ruševinama te je Gospa nakon izbjeglištva u Osijeku ponovno vraćena u Aljmaš i od 1997. je u središtu interesa hodočasnika. Ona privlači najveći broj ljudi tijekom blagdana Uzašašća i Imena Marijina. Selo je osim, kao marijansko svetište, poznato i po atraktivnim vikend naseljima, seoskom, lovnom i ribolovnom turizmu. Smješteno je na obroncima Daljske planine, na desnoj obali Dunava, u mikroregiji Erdutske kose. Tijekom godine, brojka posjećenosti Aljmaša naraste i do 150.000 posjeta.

Ostala katolička svetišta u Hrvatskoj

Uz Marijanska svetišta, vjernici hodočaste i u druga katolička svetišta, ona koja suposvećena štovanju Sv. Josipa, Svetog Antuna i sl., kako bi isprosili neku milost ili za dobivenu zahvalili. U nastavku se daje prikaz istih u Hrvatskoj. Svetišta kao što su Sv. Josip u Karlovcu ili Svetiše Predragocjene Krvи Isusove u Ludbregu predstavljaju svojevrsnu atraktivnost turističko-vjerske destinacije. U kategoriji ostalih katoličkih svetišta u Hrvatskoj,

¹² <https://vepric.smn.hr/povijest> (preuzeto 26.11.2021.)

u nastavku se daje opis svetišta Predragocjene Krvi Kristove u Ludbregu, kao jednog od najposjećenijih svetišta te kategorije.

➤ **Svetište Predragocjene Krvi Kristove u Ludbregu,** U katoličkom svijetu Ludbreg je na glasu kao mjesto u kojem se štuje Presveta Krv Kristova. Na svećenikovu sumnju u istinitost riječi pretvorbe na svetoj misi, prema davnoj predaji 1411. u dvorskoj kapelici stigao je dramatičan odgovor. U kaležu je potekla prava krv, a prestrašeni svećenik je, brzo svršivši misu, krv iz kaleža stavio u staklenu ampulu i zazidao. I šutio. Tek na smrtnoj postelji je priznao što mu se dogodilo, a posudicu s krvlju dao župnoj crkvi na čuvanje. Od toga vremena u Ludbreg već punih 6 stoljeća dolaze vjernici sa svih strana svijeta izraziti svoje štovanje relikviji Predragocjene Krvi Kristove. Mnogi su na zagovor Presvetoj Krvi čudesno ozdravili, pa su ljudi u potrebi sve više dolazili.¹³ Bulom pape Leona X. od 18.3.1513. događaj je proglašen autentičnim. Odlučeno je da se Relikvija vrati na čuvanje u Ludbreg i na svetkovine Tijelova, Sv. Tome Apostola i rođenja Blažene Djevice Marije izlaže narodu na pobožnost i klanjanje. Bulom je papa Leon X. odredio da se svima koji se u te svetkovine na slavu kaleža i tekućine ispovijede, pohode crkvu i pomognu pri izgradnji crkve, otpušta treći dio naložene pokore koju bi pretrpjeli u čistilištu.

Ludbreg je tako postao jedno od brojnih svetišta nastalih od 12 do 15 stoljeća koje po uzoru devacionističkim razmatranjima u središtu imaju trpećeg Krista. Izrađen je, doduše nepotpun, popis od 221 svetišta koje čuvaju neki oblik relikvije Kristove Krvi. Od ukupnog broja 75 ih se nalazi u Njemačkoj, 42 u Italiji i 41 u Francuskoj. Od ukupnog broja relikvija njih 110 se smatra čudotvornim. U njima se razvijaju novi oblici pobožnosti kao što su proslava blagdana Presvete Krvi, hodočašća, klanjanja pred Predragocjenom krvi, posebne molitve, devetnice, krunice, litanije i slično. Ovo ludbreško svetište blisko je svetištima u kojima se čuva relikvija, odnosno ostatak proljevanja ili pretvaranja vina u krv u kontekstu slavlja euharistije.

Povijest ovih svetišta redovito bilježi da čudu prethodi neki očitovani izraz sumnje ili obeščaćenja euharistijskih prilika, osobito hostije. Tako je Ludbreg tipološki najbliži primjer svetišta u Lancianu. Vjernici pobožno pohode ovo proštenište, posebno se okupljajući svake godine u deset dana Svetе nedjelje na doživljajima sveopćeg odmora, slavlja i obnove među ljudima. Na toj vjersko-društvena manifestaciji poznatijom pod nazivom "Deset dana Svetе Nedjelje" okuplja velik broj hodočasnika i gostiju na vjerskim, kulturnim, gospodarskim, sportskim i zabavnim događajima. U organizaciji sudjeluje ludbreška župa Presvetog Trojstva, Grad Ludbreg i tamošnja Turistička zajednica. Hodočasničke grupe mogu dolaziti u svetište u svako doba, a napose vikendom slaviti euharistiju i održavati klanjanje (prema dogovoru). Pobožnost se obavi tako da se po dolasku u župnu crkvu pobožno se u molitvi obide oltar na kojem je izložena relikvija Krvi Kristove. Potom se preporuča obaviti sakrament ispovijedi, sudjelovati na misnom slavlju, pričestiti se i sudjelovati u pobožnosti križnoga puta.

¹³ www.svetiste-ludbreg.hr/bogoslužja-i-poboznosti/sto-castimo-u-ludbregu.html (preuzeto 26.11.2021.)

U 2011. godini kada se održavala glavna proslava velikog jubileja 600. obljetnice čuda svete krvi Isusove, njih više od 120 tisuća, u samo dva dana (02. i 03. rujna) pohodilo je ludbreško svetište. Hodočastili su tu vjernici iz cijele Varaždinske biskupije, iz drugih krajeva Hrvatske, ali i inozemstva. Središnje misno slavlje predvodio je slovački kardinal Jozef Tomko, poseban izaslanik pape Benedikta XVI. u zajedništvu s 25 nadbiskupa i biskupa te oko 160 svećenika. Raspela, krunice, odjeća, obuća, torbe, igračke – bio je samo dio šarolike ponude na više od 400 štandova postavljenih po cijelom centru Ludbrega, a ugostitelji su u centru podigli veliki broj šatora. Ponudu je obogatio i tradicionalni "Ludbreški sejem" na kojem je svoje proizvode predstavilo i ponudilo 70-ak izlagača. Posjetitelji su mogli kupiti rukotvorine, suvenire i knjige, ali i kamine te poljoprivrednu mehanizaciju.

Samostani

Samostani su zgrade u kojoj stanuju redovnici ili redovnice. Do 19. stoljeća u hrvatskom crkvenom nazivlju upotrebljavali su se nazivi manastir, konvent i kloštar.¹⁴ U povijesti zapadno-kršćanskog redovništva razlikuju se dva tipa samostana:

- monaški samostan
- samostan aktivnih redovnika.

Monaški samostani građeni su na osamljenim mjestima (benediktinski samostan na otoku Mljetu), do su samostani aktivnih redova u gradovima (dominikanski i franjevački samostan u Dubrovniku). Uz njih je redovito samostanska crkva. U srednjem i novom vijeku bili su duhovna i kulturna središta. Ono što je u katoličanstvu naziva samostanom, u istočnom kršćanstvu to je manastir, u islamu – tekija, a u hinduizmu – asrama. Ovdje svakako treba dodati pustinjački samostan (pustinja Blaca na otoku Braču), pustinju Gospa u Borima, na Šolti. Nastala je na mjestu starog benediktinskog samostana koji se spominje u 13. stoljeću te pustinja Prizidnice (Čiovo) nije toliko poznata kao, primjerice, Pustinja Blaca, no njena glavna osobitost je u tome što je i danas živo hodočasničko svetište. Samostani pripadaju u posebnu skupinu vjerski sadržaja i imaju višestruko značenje i ulogu u turizmu.

Srpska pravoslavna crkva

Najznačajnije Pravoslavne Crkve u Republici Hrvatskoj su sljedeće¹⁵:

- **Saborni hram Preobraženja Gospodnjeg (Zagreb)** - podignut je na mjestu stare Katoličke crkve Svete Margarete, koju je pravoslavna zajednica krajem 18. stoljeća kupila i koristila kao svoju crkvu. Nova crkva je podignuta 1866. po nacrtima arhitekta Franje Kleina. Crkva je stradala u potresu 1880. godine i nakon toga obnovljena. Obnovu crkve je vodio Herman Bollé. Pored crkve se nalazi zgrada Crkvene opštine Zagreb u kojoj je smješten Muzej Pravoslavne Crkve. Crkva i zgrada su znatno oštećene u potresu 2020. godine.

¹⁴ Rebić, A.: Opći religijski leksikon: A-Ž. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, 2002., str. 837.-838.

¹⁵ Srpska Pravoslavna Crkva, Eparhija zagrebačko-ljubljanska

- **Saborni hram Uspenja Presvete Bogorodice (Šibenik)** - za vrijeme francuske uprave Dalmacijom 1810. godine pravoslavna zajednica kupuje od katolika Benediktinski samostan Svetog Spasa i posvećuje crkvu Uspenju presvete Bogorodice. Crkva se nalazi u Zagrebačkoj ulici u Šibeniku.
- **Crkva Svetog Spasa (Šibenik)** - crkva posvećena Vaznesenju Hristovom, podignuta 1778. godine. Nalazi se u Ulici Svetog Spasa.
- **Crkva Svetog Julijana (Šibenik)** - datira iz 1569. godine. Nalazi se u staroj gradskoj jezgri. Crkva je stradala za vrijeme bombardiranja u Drugom svjetskom ratu.
- **Crkva Svetog proroka Ilije (Zadar)** - sagrađena je 1773. godine. Crkva posjeduje bogatu riznicu ikona od 16. do 18. stoljeća, a nalazi se na adresi Trg Serdara Stojana Jankovića 3.
- **Crkva sv. Blagoveštenja (srp. *Blagoveštenja*) (Dubrovnik)** - podignuta je 1877. godine. Nalazi se u staroj gradskoj jezgri, na adresi Od puča 8. Pored crkve se nalazi Muzej Pravoslavne Crkve u Dubrovniku.
- **Crkva Svetog Nikole (Rijeka)** - datira iz 1790. godine. Nalazi se na adresi Adamićeva ulica 9E.

Najznačajniji Pravoslavni manastiri na području Republike Hrvatske su sljedeći¹⁶:

- **Manastir Lepavina** - manastir posvećen Presvetoj Bogorodici, nalazi se u blizini istoimenog sela, nedaleko od Koprivnice. Prema predaji, manastir je osnovan oko 1550. godine, a kao osnivač se spominje hilendarski jeromonah Jefrem. Osnivanjem Varaždinskog generalata 1578. i naseljavanjem srpskog stanovništva iz okoline manastira Mileševa na područje generalata, manastir Lepavina postaje jedan od najznačajnijih pravoslavnih centara u ovom kraju. U prilog tome govori i osnivanje Eparhije lepavinsko-severinske 1734. godine, sa sjedištem u manastiru Lepavina. Stara manastirska crkva i manastirski konaci su građeni između 1635. i 1643. godine. Zidanje današnje manastirske crkve počelo je 1734. godine, a završena je 1745.
- **Manastir Dragović** - nalazi se u blizini mjesta Vrlika, nedaleko od Perućkog jezera. Podignut je krajem 14. stoljeća i u toku svog postojanja se nalazio na tri različite lokacije. Zbog blizine granice s Otomanskim imperijom, a uslijed Turskih upada na ovo područje, manastir je bio više puta opustošen i opljačkan. Nakon Karlovačkog mira 1699. godine manastir Dragović ulazi u sastav Mletačke republike. Zbog velike vlage i nestabilnog tla na kome je bio izgrađen, uz dozvolu Mletačkih vlasti, manastir je 1777. godine premješten na novu lokaciju. Na današnjoj lokaciji manastir je od pedesetih godina dvadesetog stoljeća. Tada se zbog izgradnje Perućkog jezera manastir ponovo morao realocirati. Današnji manastirski prostori su posvećeni 1959. godine.
- **Manastir Krka** - nalazi se oko četiri kilometra od mjesta Kistanje uz istoimenu rijeku, po kojoj je dobio ime. Manastir je posvećen Saboru svetog Arhanđela Mihajla. Ktitor manastir je srpska princeza Jelena, sestra cara Dušana, koja je bila

¹⁶ Srpska Pravoslavna Crkva, Eparhija zagrebačko-ljubljanska

udata za hrvatskog kneza Mladena II Šubića. Manastir je osnovan 1350. godine. Manastir Krka je najznačajniji pravoslavni centar u Dalmaciji. Između ostalog, u njemu je 1615. godine osnovano bogoslovsko učilište, u kojem se obrazovalo buduće svećenstvo. Učilište je bilo aktivno do 1647. godine, kada je uslijed turske najeze prestalo s radom. Manastir posjeduje izuzetno bogatu riznicu kulturne i sakralne baštine.

- **Manastir Krupa** - nalazi se podno Velebita, u blizini izvora istoimene rijeke. Prema predaji, manastir je podigao kralj Milutin 1317. godine. Manastir je uslijed mletačko-turskih ratova više puta stradao, a temeljito je obnovljen 1855. godine. Manastir Krupa posjeduje bogatu riznicu u kojoj se, između ostalog, nalaze 22 turska fermana. Manastirska crkva je posvećena Uspenju Presvete Bogorodice (28. kolovoz).
- **Manastir Gomirje** - prema jednoj njemačkoj topografskoj knjizi iz 19. stoljeća, navodi se da su manastir Gomirje 1596. godine podigla trojica monaha koji su došli iz manastira Krka. Iguman manastira Gomirje Danilo je 1713. godine izabran za Episkopa gornjokarlovačkoga sa sjedištem u Gomirju. Za njegove vladavine je podignuta nova manastirska crkva 1719., a novi manastirski konaci 1730. godine. Manastir je posvećen Rođenju svetog Jovana Preteče (7. srpnja).
- **Manastir Orahovica** - osnovan je početkom 15. stoljeća. Nakon obnove Pećke Patrijaršije 1557. godine osnovana je Požeška mitropolija sa sjedištem u Orahovici. Ovo je ujedno i prva Pravoslavna eparhija na području Slavonije. Današnja manastirska crkva, koja je posvećena Svetom Nikoli, podignuta je 1592. godine, a freskopisana 1594. godine. Turci su u 17. stoljeću spalili manastir, no on je ubrzo obnovljen dolaskom prognanih monaha iz Bosne.
- **Manastir Pakra** - nalazi se između Pakraca i Daruvara. Najstarije svjedočanstvo o njegovom postojanju je iz 1556. godine. Za vrijeme turske vlasti u Slavoniji manastir je zapušten, a obnovili su ga 1697. monasi iz manastira Mileševa. Današnja manastirska crkva Vavedenja Presvete Bogorodice (4. prosinac) građena je od 1761. do 1765. godine.
- **Manastir Uspenja Svetе Ane** - nalazi se u selu Donja Vrijeska u blizini Daruvara. Manastirsku crkvu je 1412. godine podigao Benedikt Nelepić. Crkva je sagrađena u gotskom stilu i pripadala je Rimokatoličkom monaškom redu Pavlina, a kada su oni napustili manastir, započinje njegovo propadanje. Monasi manastira Pakra, na čelu s igumanom Nićiforom, dolaze i obnavljaju manastir 1730. godine.

Ostale kršćanske crkve u Hrvatskoj

Pod ostalim kršćanskim crkvama u Hrvatskoj ubrajaju se:

- Reformirana kršćanska (kalvinska) Crkva
- Baptistička Crkava
- Evandeoska pentekostna Crkva
- Adventistička crkva
- Grko-katolička crkva.

Reformirana kršćanska crkva

Reformacija je vjerski i društveni pokret koji je nastao u zapadnoj Europi tijekom 16. stoljeća. Reformacija je donijela promjene koje su utjecale na razvitak društvenih zajednica i kršćanstva općenito. Važnost duhovne obnove, naglasak na svakom pojedincu, te odgovornosti za život i napredak, briga društva za svakog člana zajednice, sloboda i jednakost neke su od vrijednosti koje su danas njihov svjetonazor, a poticaje nalaze i u reformacijskom nauku. Reformacija je utjecala na stvaranje i razvoj mnogi narodnih jezika, koji su počeli predstavljati alternativu latinskom te razvijati nacionalnu svijest i kulturni identitet.

Promatrajući učinke reformacije 16. st. može se zaključiti kako je djelomično središnji i uglavnom sjeverni dio Europe postao protestantski. Taj je reformatorski pokret donio velike promjene i napredak u teološkoj, sociološkoj, ekonomskoj i duhovnoj misli te dao poticaje za mnoge pozitivne promjene.

Baptistička crkva u Hrvatskoj

Baptisti su članovi kršćanskih zajednica koje krste odrasle osobe. Baptistička su načela autoritet Biblije za sva pitanja nauka i života, odvojenost crkve od države, sloboda savjesti i tumačenja biblije, svećenstvo svih vjernika. Od obreda Kristovim činima imaju večeru Gospodnju i krštenje.¹⁷ U Hrvatskoj se baptisti pojavljuju u drugoj polovici 19. stoljeća. A prve zajednice nastaju poslije II. svjetskog rata. Godine 1991. osnovan je Savez baptističkih crkava u Hrvatskoj; ima 1400 krštenih vjernika.

Evandeoska pentekostna Crkva (EPC)

Evandeoska pentekostna Crkva (EPC) u Republici Hrvatskoj sudjeluje u dva vodeća suvremena kršćanska pokreta: pentekostnom i evandeoskom pokretu. Iako je dio višemilijunske svjetske evandeoske i pentekostne obitelji, Evandeoska pentekostna Crkva u Republici Hrvatskoj je samostalna kršćanska zajednica, neovisna, ali povezana kršćanskim svezama ljubavi s mnogim kršćanskim crkvama na našem tlu i diljem svijeta.¹⁸ Pentekostni pokret u Hrvatskoj započeo je spontano u srijemskom mjestu Beška, među njemačkim "štundistima" – pijetističkim vjernicima Evangelike (luteranske) i Reformirane (kalvinske) crkve. "Štundisti" – obraćeni vjernici nazvani po održavanju satova proučavanja Biblije, njemački "Stunde leiten" – uz redovita bogoslužja u matičnim crkvama održavali su dodatne sate proučavanja Biblije i molitve, najčešće u privatnim prostorijama.

Tijekom 1907. godine dvije su žene doživjele krštenje u Duhu Svetomu. U to je vrijeme sve više vjernika doživljavalo pentekostno iskustvo krštenja u Duhu Svetome zbog čega su bili prisiljeni napustiti svoje crkve te su se počeli okupljati kao zajednica pentekostnih vjernika. Tijekom nekoliko posljednjih desetljeća dvadesetoga stoljeća Kristova pentekostna Crkva širila

¹⁷ Rebić, A., op. cit., str. 80.

¹⁸ https://epc.hr/povijest_i_dokumenti/ (preuzeto 26.11.2021.)

se diljem Hrvatske te je, unatoč mnogim poteškoćama na koje je nailazila, izrasla u jednu od vodećih protestantskih denominacija. Za to vrijeme osnovano je četrdesetak mjesnih crkava, a pokret je danas prisutan u više od stotinu gradova i naselja u Hrvatskoj. U studenom 1989. godine Kristova pentekostna Crkva u Hrvatskoj promijenila je svoj naziv u Evanđeoska Crkva u Republici Hrvatskoj. Tijekom priprema za potpisivanje ugovora s Vladom Republike Hrvatske Evanđeoska crkva mijenja ime u Evanđeoska pentekostna Crkva u Republici Hrvatskoj.

Adventistička crkva u Hrvatskoj

Adventisti slave subotu, zato se zovu adventisti sedmoga dana ili subotari. Vjeruju u spasenje milošeu, prakticiraju krštenje odraslih, a prekogrobnii život nazivaju „počinak u Kristu“, koji će trajati do paruzije, kad će svi uskrsnuti u slavi.¹⁹ Strogi su apstinenti (alkohol, nikotin), bore se za ljudsko tijelo. U Hrvatskoj se pojavljuju na I. svjetskog rata, kad osnivaju više svojih crkvenih općina. Danas ih ima oko 30-ak.

Grkokatolička crkva

Križevačka eparhija okuplja grkokatolike na cijelome području Hrvatske, Slovenije te Bosne i Hercegovine. Grkokatolička crkva ili Crkva istočnoslavenskog obreda jest crkva vlastitog prava (*sui iuris*) koja se u bogoslužju služi bizantskim obredom i grčkim, staroslavenskim ili narodnom jeziku, u punom je zajedništvu s Rimskom crkvom te priznaje papu za svoga vrhovnog poglavara Grkokatoličku crkvu u Hrvatskoj organizirali su oni kršćani grčko-slavenskog obreda koji su u XVI. i XVII. stoljeću ostavili svoja sela u Dalmaciji i Bosni te prebjegli pred Turcima u slobodne krajeve hrvatske Vojne krajine.

Središta grkokatoličkoga crkvenog života bila su Marča kao prvo sjedište biskupa od 1611. godine nakon sklapanje unije s Rimom, Pribić kraj Žumberka te Križevci gdje je 1777. ustanovljena Križevačka biskupija za vjernike istočnog obreda. U Križevcima se nalazi rezidencija i stolna crkva grkokatoličkih biskupa. U početku je Križevačka biskupija bila u sastavu ostrogonske, a zatim novoosnovane zagrebačke metropolije (1852). Vjernici te biskupije su Hrvati od 1611. godine, Rusini od 18. st. te Ukrajinci i drugi od 19. st.

Džamije u Hrvatskoj

Džamija (*tur. çami, arap. گامى*); mjesto za molitvu, okupljalište, muslimanska bogomolja;naziv raširen na teritoriju nekadašnjeg Osmanskoga Carstva,za područje arapske dominacije uobičajeni su nazivi mošeja i mesdžid. Kao osnovni tip sakralne arhitekture, redovito je centralnog tipa, s okruglim središnjim prostorom nad kojim se uzdiže kupola. U unutrašnjosti džamije nasuprot glavnom ulazu nalazi se *mihrab* (*ukrašena niša*), okrenuta prema Meki, pred kojom se moli imam,a u njezinoj je neposrednoj blizini *minber* (*govornica*) izveden od bogato izrezbarena drva ili kamena te okrenut prema Kabi. Sa stropa džamije visi

¹⁹ Rebić, A., op. cit., str. 8.

nekoliko ukrasnih svjetiljki, a pod je prekriven sagovima. Ispred džamije je predvorje ili ograđeno dvorište s trijemovima, s bazenom za vodu i česmama (*šadrvan*) za obredno pranje, često i *turbetima* (*nadgrobnim spomenicima*) na grobovima muslimanskih odličnika. Uz džamiju se diže jedan ili više *minareta*, visoki toranj s kojeg *mujezin* (*osoba koja poziva na molitvu*) pet puta tijekom dana poziva vjernikje na molitvu. S džamijom su vrlo često povezane škole (*medrese*) i knjižnice.

Danas u Republici Hrvatskoj djeluju džamije u Gunji, Zagrebu Rijeci i Bogovolji u planu su izgradnje i džamija u Sisku, Osijeku i Puli. Džamija u Gunji najstarija je sačuvana moderna džamija u Hrvatskoj, otvorena je 1969., a obnovljena i preoblikovana 1999. Povijest zagrebačke džamije u mnogome je složenija, prva islamska bogomolja bila je uređena u vojarni Zrinjski 1915., a prva novosagrađena džamija otvorena je 1987. u naselju Borovje. Dio je islamskog centra te uz bogomolju ima i prostore namijenjene brojnim drugim kulturno-obrazovnim ssadržajima. Džamija u Rijeci (Rujevica) kao dio kompleksa Islamskog centra otvorena je 2013. Gradnja džamije u Bogovolji otvorena je 2018.

Mesdžid (*tur.mesçid arap. Masgid*) : gdje se pada ničice, u širem smislu, svako mjesto gdje se klanja, tj. Hram, svetište u užem smislu, manja muslimanska bogomolja bez minareta. Kroz povijest ih na tlu Hrvatske možemo pratiti samo po pisanim tragovima (arhitektura, džamije, mesdžidi i musale), a danas mesdžidi postoje u Dubrovniku, Crikvenici, Karlovcu, Krku, Labinu, Maljevcu, Osijeku, Poreču, Puli, Raši, Rijeci, Sisku, Slavonskom Brodu, Splitu, Umagu, Varaždinu, Vodnjanu, Vinkovcima, Zadru i Zagrebu. Do 1997. postojao je i mesdžid u Šibeniku.

Mešihat islamske zajednice u Hrvatskoj (*tur. Mesihat arap mesiha: starješinstvo*). Dugi niz sastavni dio Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini, u administrativno-pravnom smislu osamostaljen 1991 (do 1994. zajedno sa Slovenijom)- vrhovno je administarativno tijelo Islamke zajednice u Hrvatskoj, nadređen je svim medžlisima institucijama: Islamskoj gimnaziji dr. Ahmeda Smajlović, Centru za certificiranje halal kvalitete, Vakufu islamske zajednice u Hrvatskoj i Ziratu Islamke zajednice u Hrvatskoj. Medžlis (*tur. meçlis arap maglis: vijeće, skupština, odbor, savjet*) -vjerska organizacijska jedinica Islamke zajednice, sastoji se od jednog ili više *džemata* (*zajednica*). Medžlisi Islamske zajednice u Hrvatskoj organizirani su na razini gradova, a ima ih 16: Zagreb, Rijeka, Pula, Sisak, Split, Giunja, Dubrovnik, Karlovac, Labin, Osijek, Poreč, Slavonski Brod, Umag, Varaždin, Zadar i Vinkovci.²⁰

Sinagoge u Hrvatskoj

Sinagoga je židovska bogomolja u kojoj se vjernici okupljaju radi vjerskih obreda, čitanja iz Tore i Biblje i molitve te obavljanja poslova važnih za zajednicu. Sinagoga može biti građena kao samostalna zgrada (riječka sinagoga) ili kao posebna prostorija u zgradama. Također unutrašnjost sinagoge može arhitektonski biti uređena na nekoliko načina. Postoji aškenaški (riječka i zagrebačka), sefardski (dubrovačka) i talijanski tip (splitska). Razlikuju se

²⁰ Islamski enciklopedijski almanah, 2019.

po unutrašnjem rasporedu, ali sve imaju zajedničke obavezne elemente. Središnje mjesto u sinagogi je Sveti ormar koji se nalazi na zidu nasuprot ulazu, u kojem se čuvaju svici Tora. Sve imaju i oltar s kojeg predmolitelj vodi molitvu i s kojeg se čita svitak Tore. Položaj oltara može biti ili u sredini sinagoge ili naprijed ili straga. Predmolitelj kao i svi prisutni su tijekom molitve licem usmjereni prema Svetom ormaru.

U sinagogama žene tijekom molitve sjede odvojeno od muškaraca, najčešće na galeriji (balkonu), koji može biti straga ili sa strane. Muškarci ulaze u sinagogu pokrivene glave. Tokom Drugog svjetskog rata brojne sinagoge su uništene. U Hrvatskoj se danas sinagoge nalaze u Zagrebu, Dubrovniku, Osijeku, Rijeci i Splitu. U Zagrebu se nalazila najpoznatija i najveća hrvatska sinagoga izgrađena 1867. godine, srušena od strane ustaša 1942. godine. Sinagoge u Dubrovniku i Splitu danas spadaju među tri najstarije aktivne sinagoge u Europi. Sinagoge nalazimo još u nekoliko gradova Hrvatske, danas su pregrađene i prenamijenjene za druge funkcije.²¹

3.2. Groblja i mjesta posebnog pileteta u Republici Hrvatskoj

Obzirom na njihov rastući značaj i ulogu u pogledu promocije i razvoja turističke ponude, u nastavku se donosi pregled najznačajnijih **groblja i mjesta posebnog pileteta** u Republici Hrvatskoj.

Groblja i mjesta posebnog pileteta u Republici Hrvatskoj

➤ Grad Vukovar

Temeljem Zakona o proglašenju Vukovara mjestom posebnog domovinskog pileteta, definiran je pojam posebnog domovinskog pileteta i područje koje zahvaća, a to je Grad Vukovar i naselje Bogdanovci, kao i način obilježavanja, uključujući razdoblje od 17. do 20. studenog. Točnije, Zakonom su propisana sljedeća mjesta na kojima se odaje posebni domovinski piletet u Vukovaru kao mjesta stradanja i sjećanja iz Domovinskog rata:

- a)** objekti pod upravljanjem tijela državne uprave nadležnog za hrvatske branitelje:
 - aa)** *Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata u Vukovaru* - središnje mjesto odavanja posebnog domovinskog pileteta te ujedno središnje mjesto odavanja počasti nacionalnoj žrtvi u uspostavi samostalne Republike Hrvatske.
 - ab)** Spomen-obilježja mjesta masovnih grobnica žrtava iz Domovinskog rata pod upravljanjem Ministarstva:
 1. »Ovčara«
 2. »Vučedolski vinogradi«
 3. »Nova ulica«
 4. »Bogdanovci« i
 5. »Bogdanovci – groblje«

- b)** objekti pod upravljanjem Javne ustanove »Memorijalni centar Domovinskog rata Vukovar«:

²¹ Židovska općina Zagreb, 2021.

1. Javna ustanova »Memorijalni centar Domovinskog rata Vukovar«
 2. Spomen-dom »Ovčara«
 3. Spomen-obilježje poginulim braniteljima Trpinjske ceste i Borova naselja i
 4. Hangari »Velepromet«
- c) objekti pod upravljanjem Grada Vukovara
1. Spomenik na Trgu žrtava Ovčare
 2. Središnji križ na ušću Vuke u Dunav
 3. »Sotin – Skendra«
 4. Križ na Lušcu
 5. Vodotoranj
 6. Spomen-obilježje osobama nestalim u Domovinskom ratu i
 7. Skladište »Borovo commerce«
- d) objekti pod upravljanjem Općine Bogdanovci
1. Spomen-obilježje »Bogdanovci« i
 2. Spomen-obilježje »Kukuruzni put«
- e) Spomenik 12 redarstvenika pod upravljanjem Općine Borovo.

Osim navedenih, mjestima na kojima se odaje poseban domovinski pijetet smatraju se i:

- Nacionalna memorijalna bolnica Vukovar u kojoj se osim zdravstvene djelatnosti obavlja i memorijalno-edukacijska djelatnost sa svrhom promicanja vrijednosti Domovinskog rata, i
- Mjesta pronađenih, a neobilježenih masovnih grobnica žrtava iz Domovinskog rata te drugih koje budu naknadno pronađene i obilježene.

➤ **Groblje Mirogoj (Zagreb)**

Središnje zagrebačko groblje smješteno je na obroncima Medvednice. Prije njegova nastanka koncem 19. stoljeća Zagreb je imao čak deset groblja. Monumentalne arkade, paviljoni i kupole djelo su arhitekta Hermana Bolléa. Mirogoj se smatra vrhuncem njegovog opusa, a zdanje je zamislio u elegantnom historicističkom stilu. Na istom su groblju pokopani pripadnici različitih konfesija. Prvi pogreb, pogreb učitelja mačevanja Miroslava Singera, zbio se 1876. godine. U doslovnom smislu to je mjesto mira za preminule i jedno od najljepših groblja u Europi, ali ujedno i predivan park, iznimno arhitektonsko postignuće i umjetnička galerija na otvorenom²². Šetnja Mirogojem na određeni način predstavlja i šetnju hrvatskom poviješću zbog velikog broja uglednika koji su ovdje sahranjeni. Također, Mirogoj je i mjesto od neprocjenjive vrijednosti za povijest hrvatske umjetnosti, jer su brojne skulpture i nadgrobni spomenici djela nekih od najvećih hrvatskih kipara.

➤ **Mornaričko groblje (Pula)**

Mornaričko groblje se nalazi na Stoji, a smješteno je nadomak uvale i poznatog šetalištu Valkane. Bivše austrougarsko groblje (K.u.k Marinefriedhof) otvoreno je 1862. godine, a za njegovo je uređenje Ministarstvo mornarice kupilo četiri tisuće četvornih metara zemlje.

²² Turistička zajednica grada Zagreba, <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/parkovi/mirogoj>, 19. 9. 2021.

Danas se groblje rasprostire na više od 22 tisuće četvornih metara, a na njemu je prema dostupnim podacima pokopano oko 150 tisuća ljudi. Šetnja kroz Mornaričko groblje zasigurno je šetnja kroz predivan park, jer groblje je uređeno i obnovljeno 1990. godine uz pomoć austrijskog Crnog križa i Njemačkog narodnog saveza za brigu o ratnim grobovima. No, šetnja Mornaričkim grobljem šetnja je i kroz pulsku povijest. Naime, na ovom je groblju pokopano i 12 austrougarskih i jedan turski admiral, pokopano je i tristotinjak talijanskih i njemačkih vojnika, pokopane su i žrtve brodske nesreće Baron Gautsch te posade bojnih brodova Szent Istvan i Viribus Unitis. Groblje je uvršteno u popis spomenika pod zaštitom Haaške konvencije²³.

➤ **Varaždinsko groblje (Varaždin)**

Varaždinsko groblje stvarano vizionarskom idejom Hermana Hallera, nije samo počivalište mrtvih već izvanredan primjer parkovne arhitekture i spomenik prirode. Varaždinsko groblje ustanovljeno je 1773., a od 1905. Herman Haller započinje s njegovim uređenjem posadivši oko 7.000 čempresa, javora, jasena, crvene bukve, šimšira, magnolija i breza. Šišanjem tuja u geometrijski pravilna tijela groblje je poprimilo obilježja francuskog parka. Jedan od najvrjednijih spomenika na varaždinskom groblju je 'Andeo smrti', djelo kipara Roberta Frangeša Mihanovića, koji simbolički prikazuje oprštanje živih od mrtvih. Uz ostale, vrijedno je istaknuti i grobniču-spomenik Vatroslavu Jagiću koji je svakodnevno ukrašen svježim cvijećem. Gradsko groblje Varaždin član je organizacije *Association of Significant Cemeteries of Europe i European Cemeteries Route* - udruge znamenitih groblja Europe koja okuplja privatne i javne organizacije koje upravljaju grobljima od povijesnog ili umjetničkog značaja²⁴.

➤ **Židovsko groblje (Split)**

Staro židovsko groblje – spomenik kulture nalazi se na istočnoj padini Marjana, a sagrađeno je 1573. godine, o čemu svjedoči kopija isprave iz 1662. godine koja se čuva u Židovskoj općini u Splitu, a u kojoj se kao datum prvih ukopa navodi 16. siječnja 1573. Osnivanje groblja bilo je vezano uz doseljenje sve većeg broja sefardskih obitelji iz Španjolske i predstavljalo je prvo splitsko groblje podignuto izvan grada, i jedno od prvih ove vrste u Dalmaciji. Zadnji ukop obavljen je 1945. kada je groblje zatvoreno i zaštićeno kao spomenik. Predstavlja najstarije je židovsko groblje na teritoriju Republike Hrvatske, a danas se ovdje nalazi više od 700 grobova, uglavnom iz 18. i 19. stoljeća, među kojima us i mnogi ugledni Soličani²⁵.

Prethodno su prikazana groblja koja se posebno ističu svojom ljepotom, zanimljivom poviješću, sakralnom i kulturnom baštinom te značajnim arhitektonskim postignućima, dok je cijeloviti popis groblja iz Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske dan u okviru Priloga ovoga rada.

²³ Turistička zajednica grada Pule, <https://www.pulainfo.hr/hr/where/mornaricko-groblje>, 11. 10. 2021.

²⁴ Turistička zajednica grada Varaždina, <https://www.tourism-varazdin.hr/groblje-i-parkovi/>, 1. 10. 2021.

²⁵ Turistička zajednica grada Splita, <https://visitsplit.com/hr/1316/split-u-1-dan>, 15. 11. 2021.

3.3. Vjerski događaji i manifestacije kao osnova vjerskog motiva putovanja i hodočašća

Turistički događaji (manifestacije) zauzimaju sve važnije mjesto među turističkim proizvodima. Oni predstavljaju jedinstven doživljaj za posjetitelje kroz koji se ostvaruju želje za upoznavanjem kulture, za druženjem, neposrednim sudjelovanjem i zabavom. Događanja su u ljudskoj povijesti postojala kroz sva vremena i kulture te su oduvijek imala vrlo važnu ulogu u društvu. Rođenje, vjenčanje, sprovod, vjerski obredi, završetak, školovanja, prezentacija novog proizvoda, postavljanje novog menadžmenta, investicije u poslovanju, izložbe, koncerti, kupnja i prodaja dionica, sportske utakmice itd., sve su to situacije koje se obilježavaju organiziranim okupljanjem s različitim brojem ljudi – od svega nekoliko pa sve do stotine tisuća (u sklopu mega događanja). Događanja imaju sve veću ulogu pri izboru turističkih destinacija koje svojom atraktivnošću privlače mnoge posjetitelje tokom godine. Događaji se održavaju i zbog promidžbe turističke destinacije.

U mnogim sredinama, u mnogim vjerama i kultovima, njegovale su se različite manifestacije koje u današnje vrijeme imaju religiozni sadržaj. Više nego svojim vjerskim sadržajem, ove manifestacije privlače u mnoge sredine ogromne mase turističkih posjetilaca osebujnošću samog događaja, koloritom muzike, pjesme i nošnje. Iako još uvijek neke od njih imaju religijsko značenje za lokalno stanovništvo, otvaranjem prema turizmu i turistima, religijski se karakter tih manifestacija potpuno profanirao, a izgubljeno je i mnogo od autentičnosti izvornog događaja. Razlog tome je komercijalizacija takvih manifestacija. Međutim, pojedine vjerske svečanosti privlače velik broj vjernika, i onih koji to nisu, jer se odlikuju specifičnim koloritom i starim ritualima. Dobar primjer za to je Setemana Santa (Veliki tjedan) u Španjolskoj, Advent u Beču, Advent u Zagrebu, Putem Križa na Hvaru, Braču i drugdje.

Turističku atraktivnost posjeduju sve vjerske, sportske, kulturne, gospodarske i druga događanja koja često daju i velike ekonomski efekte u ugostiteljskoj djelatnosti. Nabrajajući čimbenike privlačnosti pojedinih hodočasničkih mjesta ne može se nikako zaobići privlačnost određenog vjerskoga događaja u svetištu. Sama hodočašća najčešće završavaju slavljem, a to je ujedno i još jedan fenomen hodočašća. Na svetom mjestu obavljaju se najprije vjernički obilasci ili ophodi oko sakralnih predmeta ili slika, ritualno se dodiruju svete stvari te se tu upotrebljava sveta voda. Tu pripadaju i radnje klanjanja, moljenja i obrednog pranja. Obzirom da je tema rada usmjerena na vjersko događanje u turističkoj destinaciji, prema navedenoj podjeli u Tablici 1 u okviru vjerskih manifestacija podrazumijevaju se posjeti crkvenog poglavara, hodočašća i proštenja, a motiv/aktivnost je gledanje, slušanje, doživljavanje i spoznaja. Tablica prikazuje i cjelovitu klasifikaciju manifestacija koja uključuje: kulturne, vjerske, sportske, gospodarske i ostale manifestacije.

Tablica 1. Vrste manifestacija

ATRAKCIJA	MOTIV/AKTIVNOST
Manifestacije	<ul style="list-style-type: none"> - Zadovoljstvo - Dokoličarska edukacija - Nedokoličarski motivi*
Kultурне manifestacije <ul style="list-style-type: none"> - Igre - Festivali - Smotre - Izložbe - Likovne kolonije - Skupovi - Zabavni programi 	<ul style="list-style-type: none"> - Gledanje - Slušanje - Fotografiranje - Razgledavanje - Doživljavanje
Vjerske manifestacije <ul style="list-style-type: none"> - Posjeti crkvenog poglavara - Hodočašća - Proštenja 	<ul style="list-style-type: none"> - Gledanje - Slušanje - Doživljavanje - Spoznaja
Sportske manifestacije <ul style="list-style-type: none"> - Sportska prvenstva (svjetska, europska, svjetska regija, nacionalna, regionalna) - Sportske igre - Tradicijski sportovi 	<ul style="list-style-type: none"> - Promatranje - Fotografiranje - Doživljavanje - Profesionalno sudjelovanje
Gospodarske manifestacije <ul style="list-style-type: none"> - Gospodarske izložbe - Sajmovi - Modni festivali - Stručna natjecanja 	<ul style="list-style-type: none"> - Razgledavanje - Profesionalno sudjelovanje
Ostale manifestacije <ul style="list-style-type: none"> - Proslave - Mitinzi - Različita druženja 	<ul style="list-style-type: none"> - Promatranje - Aktivno sudjelovanje - Nedokoličarske aktivnosti

*Stručno-znanstvena edukacija i istraživanje, profesionalno sudjelovanje u gospodarskim manifestacijama, profesionalno sudjelovanje u sportskim manifestacijama

Izvor: Kušen, E., Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2019., str. 119.

Iz iznesenog se može zaključiti da su vjerski događaji posebni događaji koji su vezani uvijek uz vjeru i vjerske tj. sakralne objekte. Vjerski događaj je organizirano zbivanje koje je usmjereni na privlačenje pažnje osoba na jednom mjestu (svetom mjestu) u određeno vrijeme da obilježe posebne prilike kako bi zadovoljile vjerske i duhovne potrebe. Motiv je vjera i obično se vezuje uz neka sveta mjesta ili može biti vezan uz posebne blagdane. U središtu je liturgijski čin, a pokreće ga vjerska (crkvena) zajednica.

3.4. Vjerska događanja u turističkoj ponudi Republike Hrvatske

Godišnje svetkovine i blagdani, osobito oni koji se na razini države obilježavaju kao neradni dani (Uskrs, Božić, Velika Gospa) mogu biti prilika za intenziviranje vjersko-turističke ponude. U ponudi brojnih hrvatskih turističkih agencija nalazi se, primjerice, Advent u Beču, Božić u Jeruzalemu, Božić u Rimu i slično. Shodno tome, postavlja se pitanje zašto se u kontekstu obilježavanja blagdana ne bi u ponudu uvrstile i pojedine hrvatske turističke destinacije: Korizma u Slavoniji, Veliki Tjedan na Hvaru (nadaleko poznato obavljanje Križnog puta na Hvaru), Uskrs u Istri s cijelovitim razgledavanjem bogate istarske kulturne baštine, ili Velika Gospa u Sinju, u Mariji Bistrici, u Aljmašu, Uskrs ili Božić u Međugorju, Advent u Dubrovniku i slično.²⁶Takav oblik ponude ne bi se ograničio samo na obilježavanje vjerskoga blagdana kao takvog, nego bi u svojoj širini mogao obuhvatiti i prezentaciju sakralne baštine, angažirati smještajne kapacitete te uključiti lokalnu gastronomsku ponudu.

Osim velikih crkvenih blagdana svako mjesto u Hrvatskoj ima svojeg sveca – zaštitnika, koji se proslavlja tradicionalnim crkvenim i pučkim svečanostima, koje svojom živopisnošću predstavljaju koloplet folklora, običaja i življenja ljudi određenog prostora. Te manifestacije uz kvalitetnu obradu mogu postati dio redovite turističke ponude u velikom broju mjesta, odnosno, opet kao nadopuna postojeće turističke ponude pridonijeti većoj kvaliteti cjelokupne percepcije. Postoji nekoliko načina na koji se vjerske svetkovine i blagdani mogu uključiti u turističku ponudu određenog kraja. Za valorizaciju takve vrste ponude dovoljno je koordinirati rad mjerodavnih turističkih subjekata i crkvenih struktura (dostatna je lokalna razina) i efekt ne bi trebao izostati.

Masovnost, odnosno veliki broj vjernika koji se istovremeno zatekne na jednom mjestu, odredištu hodočašća, ukazuje na najmanje četiri dominantna problema, odnosno društvena, ali i gospodarska pitanja:

- problem organizacije dolaska i odlaska takve mase, što uključuje i problem organizacije vozila u mirovanju i problem javnog prijevoza,
- problem smještaja na putovanju i u samom hodočasničkom mjestu,
- problem prehrane u hodočasničkoj destinaciji,
- problem zdravstvene zaštite mase vjernika za vrijeme putovanja i u destinaciji.

Prva tri problema svakako pripadaju u područje turizma, odnosno u turističko obilježje hodočašća. Njihovo rješenje je prije svega u efikasnoj organizaciji putovanja i organizaciji prihvata vjernika. Dolazak i odlazak vjernika u svetišta svakako predstavlja ozbiljan problem za hodočašće, osobito ako se zna da on raste progresivno s rastom broja vjernika. Ovaj je problem naglašeniji u onim hodočasničkim mjestima gdje vjernici dolaze iz različitih područja, pa i iz vrlo udaljenih zemalja. Isto tako je naglašen problem dolaska i odlaska vjernika uvjetovan korištenjem prijevoznog sredstva. Radi se prije svega o organizaciji putovanja, ali i organizaciji prihvata vjernika u svetu mjestu njihove destinacije. Bez zadovoljavajuće

²⁶ Korov, T., Model razvoja vjerskog turizma u Hrvatskoj, magistarski znanstveni rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009., str.121.

prometne infrastrukture do lokacija hodočašća i u njima samima, teško je zamisliti organizirani dolazak turista – vjernika u hodočasničko mjesto. U to se ubraja i organizacija prometnih terminala (aerodroma, kolodvora i luka) koji su po kapacitetu sposobni prihvatiti veliku masu putnika u kratkom roku.

Podrazumijeva se da u vjerskom turizmu mora postojati odgovarajući turistički sadržaj i kapacitet ponude. Pritom treba lučiti turistički od vjerskoga sadržaja, iako je spomenuto da se u prostoru ova dva sadržaja mogu naći, i često se nalaze, na istoj lokaciji. Primjerice, ugostiteljski objekti i smještajni kapaciteti nalaze se u neposrednoj blizini crkava i hramova, prodavaonice suvenira često se fizički naslanjaju na sakralne objekte ili su u njihovoј blizini itd. Nadalje, tu su i prijevozna sredstva bez kojih bi bio nemoguć suvremeni vjerski turizam.²⁷ U nastavku se daje prikaz samo nekih, ali medijski i turistički veoma dobro posjećenih vjerskih događanja u Hrvatskoj.

Vjersko događanje „Za križen“ na otoku Hvaru

U središnjem dijelu otoka Hvara, usred krajobraza bogatog vinogradima, maslinicima, nasadima lavande te bujne vegetacije grmlja i borovih šuma nanizala su se pitoma slikovita mjesta: Jelsa, Pitve, Vrisnik, Svirče, Vrbanj i Vrboska. Ova su naselja, uglavnom, jedno od drugoga udaljena tek po koji kilometar, samo je između Vrbanja i Vrboske te od Vrboske do Jelse udaljenost nešto veća. Svako mjesto ima svoju župu i crkvu, a pored župne u svakom je još po koja crkva ili kapela. U njima su se sačuvale razne bratovštine, pobožnosti i religiozni običaji, pučki crkveni napjevi, zborovi pjevača i – uzajamno natjecanje. To je područje negdašnjih crkvenih skazanja, razvijenog sudjelovanja vjernika u liturgiji, osjetljivosti u vjerskoj tradiciji. U nastavku se daje opis procesije „Za križen“²⁸.

„Za križen“ se obavlja se već oko 500 godina bez prekida. Kreće bez obzira na studen, kišu ili vjetar. Vremenske (ne)prilike mogu utjecati na broj sudionika u procesiji, ali ne odlučuju o (ne)održavanju same procesije. Procesija se nije mogla održati jedino ratne 1944. godine, ali su je otočani, u suradnji za zapovjedništвом izbjegličkog logora, organizirali u El Shattu (Afrika), gdje ih je bilo u zbjegu oko tri tisuće. Pri povratku su, kao dragu uspomenu, donijeli i ad hoc napravljene križeve. Procesija je posve laička, tj. ne vodi je župnik ili svećenik nego križ, stoga je uz Raspetoga križonoša najčasnija osoba u procesiji. Ne priliči da bi u procesiji itko hodao ispred križa i križonoše. Biti križonoša – stvar je zavjeta ili pobožnosti, pa i lijepoga prestiža. (Za ilustraciju: sljedeći koji se prijavi za križonošu u Jelsi doći će na red godine 2036.! A slično je i u drugim župama). Procesija se kreće kroz svih šest mesta, ali tako da u isto vrijeme – na Veliki četvrtak oko 22 sata – krenu povorke iz svih ovih župa smjerom kazaljke na satu, tako da se nikako ne sastanu, a nastoji se svakako izbjegći i samo sustizanje oko pojedinih župskih crkava. Župnik u crkvi predaje križ križonoši uz kraći nagovor u kojem ističe značenje ove procesije i čast koja je pripala nositelju križa. Križevi su teški 10 do 15 kilograma, sveukupna staza križnog puta duga je oko 20 kilometara. Ide se cijele noći, do oko 7 sati na

²⁷ Vukonić, B., *Turizam i religija-Rasprava o njihovu suodnosu*, Školska knjiga, Zagreb, 1990., str. 93-96.

²⁸ Iz intervjuja sa župnikom u Jelsi mons. Stanko Jerčić (15. 05.2012.)

Veliki petak, zaustavlja se u svakom mjestu i župnoj crkvi. Križonoša nigdje ne sjedne, on te noći samo hoda i u crkvama kleči. Uz križonošu je svečana pratnja, koju on sam izabere, a čine je: dva nosača svijećnjaka (kandeliri), 6 do 12 nosača teških voštanih svijeća (torci), 8 i više, čak do 30-ak nosača svečanih fenjera (ferala), dva pratioca križonoše za njegovu sigurnost na putu, dvojica glavnih pjevača Gospina plača i još 3-4 pjevača koji pjevaju ("odgovaraju") responzorij. Za svu ovu pratnju križonoša se treba na vrijeme pobrinuti i s njima sve dogovoriti i uvježbati. Križonoša i pratnja odjeveni su u bijele (ili boje bijele kave) tunike. Putem i u crkvama se moli i pjeva: 1) Starodrevna pjesma «Nut mislimo o tom danas ki na križu umri za nas...» (i druge kitice pjesme o muci Isusovoj); 2) Pet očenaša na čast pet rana Isusovih i njegove muke; 3) psalam 50. – «Smiluj se meni, Bože...»; 4) »Ja se kajem...» i druge slične korizmene pjesme; 5), Gospina krunica (žalosna otajstva) ili Zlatna krunica Srca Isusova, itd.

Procesija Za križen je god. 2009. UNESCO stavio na listu zaštićenih nematerijalnih dobara svjetske baštine. Procesija „Za križen“ nije ni utakmica, ni scensko-glazbeni festival, ni smotra folklora, ni izložba antikviteta, mada u njoj ima svega toga po malo, nego je to hodočašće vjere i odanosti, pobožno meditiranje o sebi, o vlastitom odnosu s ljudima i s Bogom, čin produbljenog skrušenja, pokajanja i pokore. Ovaj se događaj ne dolazi „gledati“ izvana, nego „ući“ u njega i proživjeti ga. Ono što predstavlja nedostatak jest prometna izoliranost, nedovoljno marketiranje i brendiranje destinacije, starost lokalnog stanovništva kao i nedostatak kadra za menadžment događaja. Jedna od mogućnosti vjerskoga događaja j svakako da događaj postane motiv dolaska u destinaciju, dok jedna od najvećih prijetnji je opasnost je jedino da se ne izgubi smisao same procesije. „Za križen“, kao fenomen nematerijalne kulturne baštine koji se nalazi pod zaštitom UNESCO-a, ima za cilj sadržajno oblikovati, organizacijski ustrojiti i komercijalizirati proizvod vjerskoga turizma otoka Hvara.

Festa sv. Vlaha u turističkoj ponudi grada Dubrovnika

Priča o Dubrovniku kao najjužnijem hrvatskom gradu, perli Mediterana, priča je o sv. Vlahu, svecu zaštitniku kojeg grad slavi već više od tisuću godina (1039 puta). Na taj dan od 972. godine širom otvaraju se vrata grada, a let bijelih golubica koji označava početak Feste podsjeća na vrednote slobode – najvećeg blaga Dubrovačke Republike. Rijetko je naći grad čiji je identitet neodvojivo spojen sa svecem zaštitnikom, kao što je to Dubrovnik.

Svetac i Grad su jedno, Festa sv. Vlaha most je kojim prelazi stoljeća slavne povijesti. Godine 2009. UNESCO je prepoznao ovu tisućljetu sakralno-svetovnu svečanost u uvrstio u registar nematerijalne svjetske baštine. Štovanje sv. Vlaha najbolje se očituje prigodom proslave njegovog blagdana – 3. veljače. Slavlje dubrovačkog zaštitnika posebno je, tipično, dubrovačko. Započinje na Gospu Kandeloru, 2. veljače, puštanjem bijelih golubica, simbola slobode i mira, ispred svećeve crkve i uzdizanjem svećevog barjaka na Orlandov stup. Tom se prigodom često ponavlja stara izreka: "Kandelora zima fora, za njom ide Blaž i govori da je laž." I uistinu, taj dan, kad se gradovi na sjeveru kupaju kišom a Europom mete snijeg, Dubrovnik je pun mimoza, sunovrata i sunčanih, pravih proljetnih dana. U zoru 3. veljače uz plotune trombunjera, povijesne dubrovačke postrojbe - festanjuli, ugledni obrtnik i pomorac, čekaju barjake s istoka i zapada koji će sudjelovati u svečanoj procesiji u čast Svecu. Na sam

dan Feste, 3. veljače, održava se svečana misa na otvorenome, od kuda kreće vjerska procesija Stradunom i gradskim ulicama. Crkveni velikodostojnici nose moći sv. Vlaha, glavu, ruku i nogu najstarije relikvije dubrovačke katedrale, rad dubrovačkih zlatara 11. i 12. stoljeća. Prigoda je to pokazivanja ovog posebnog umjeća, ali i narodnih nošnji dubrovačkog Primorja, Župe i Konavala, koje plijene originalnošću.

Budući da je Festa sv. Vlaha događaj koji se zbiva u zimsko doba, stalno se ističe i ovaj događaj kao posebnu atrakciju (nošnje dubrovačkog kraja, kolorit, ples Lindo, bogatstvo tradicije, hrana i vino) s namjerom stvaranja percepcije "Dubrovnika kao destinacije za sva godišnja doba" (klima, događanja, zračna povezanost i sl.). Na temelju turističke ponude vjerskoga događaja te sukladno sustavima doživljaja koji u sebi sadržavaju niz različitih prijedloga aktivnosti i doživljaja, razvidno je da budući turistički potencijal vjerskoga turizma u Dubrovniku ne može egzistirati niti se na tržištu može ponuditi samostalno. Tržišni potencijal vjerskoga turizma trebao bi s osnivati na temeljnoj prepostavci uključivanja ovih atraktivnosti u već osmišljene i zaokružene projekte turističkih zajednica gradova, županija ili ostalih fizičkih ili pravnih osoba koji djeluju na području Dubrovačko-neretvanske županije i nuditi se kao poslovni sustav ili tematski sadržaj određene destinacije koji će objedinjeno nuditi niz atraktivnosti određenoga kraja.

Vjerski događaj „Festa svetog Vlaha“ održava se više od tisuću godina upravo zahvaljujući domaćem puku koji sveca slavi i štuje bez obzira na vremena, političke sustave, rat i mir. No svi su složni u jednome – Festa i zaštitnik Grada imaju sva obilježja autohtonog i tradicijskog, idealnog za turiste koji ciljano dolaze u destinaciju zbog vjerskoga i kulturnog turizma. Program oko Feste i za Festu broji čak 50 raznih događanja, ali bi se trebao znati i tiskati barem nekoliko mjeseci ranije kako bi bio ponuđen na turističkim sajmovima. Stoga je nužno kreirati program za turiste na način koji poštuje sve vrijednosti Feste, tradiciju i značenje koje ima za dubrovački kraj, nudeći ono originalno, tradicijsko čime obiluje povijest dubrovačkog kraja. Događaj „Festa sv. Vlaha“ kao fenomen nematerijalne kulturne baštine koji se nalazi pod zaštitom UNESCO-a, ima za cilj organizacijski ustrojiti i komercijalizirati proizvod turističke ponude grada Dubrovnika.

3.5. Osnovna obilježja kalendara važnijih vjerskih blagdana

Poznato je da se navedena vjerska događanja zbivaju u određenim razdobljima, odnosno prema određenim **kalendarima**. Kršćanske vjerske zajednice zapadne kulture zasnovane su na Gregorijanskom kalendaru pa se većina blagdana poklapa s onima Istočne kršćanske crkve koje se u svojoj kulturi oslanjaju na Julijanski kalendar te imaju pomak od 14 dana u odnosu na zapadni, Gregorijanski kalendar. Oba kalendarata u vjerskom smislu predstavljaju kombinaciju sunčevog i mjesecевог gibanja, što znači da uz stalne datume, bilježe i pomične ili mijenjajuće datume vjerskih događanja. Islamska vjerska zajednica ima svoj kalendar koji se oslanja na mjeseceve mijene pa su, stoga, većina vjerskih događanja pomična tj. se mijenjaju se iz godine u godinu. Židovske vjerske zajednice svoja obilježavanja vjerskih događanja zasnivaju na promjenjivim datumima i mjesecevim mijenama. Povijesni kontekst i značaj kalendara vjerskih zajednica i određenih vjera jest veoma složena i zahtjevna problematika koja zahtijeva dublju

elaboraciju. Međutim, u nastavku se, a kao ilustrativni primjer, prikazuju kalendarji vjerskih blagdana i značajnijih događanja navedenih vjerskih zajednica za nadolazeću, 2022. godinu.

Tablica 2. Kalendarji većih vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj za 2022. godinu

VJERSKA ZAJEDNICA	BLAGDANI	DATUM
RIMOKATOLIČKA CRKVA	Tri Kralja, Bogojavljenje Uskrs Uzašašće Duhovi Tijelovo Velika Gospa Svi sveti Božić	06. 01. 2022. 17. 04. 2022. (pokretni) 26. 05. 2022. (pokretni) 05. 06. 2022. (pokretni) 16. 06. 2022. (pokretni) 15. 08. 2022. 01. 11. 2022. 25. 12. 2022.
SRPSKA PRAVOSLAVNA CRKVA	Badnji dan Rođenje Gospoda Isusa Hrista - Božić Bogojavljenje Veliki Petak Vaskrs/Uskrs Preobraženje Gospodnje Uspenije Presvete Bogorodice	06. 01. 2022. 07. 01. 2022. 19. 01. 2022. 29. 04. 2022. (pokretni) 01. 05. 2022. (pokretni) 19. 08. 2022. 28. 08. 2022.
ISLAMSKA VJERSKA ZAJEDNICA	Ramazanski bajram Kurban bajram Međunarodno natjecanje učača Kur'ana	03. 05. 2022. 09. 07. 2022. rujan 2022.
ŽIDOVSKA VJERSKA ZAJEDNICA	Purim Passover Shavout Rosh Hashanah Yom Kippur Sukkot Shemini Atzeret Simchat Torah Hanukkah	17. 03. 2022. 15. – 22. 04. 2022. 03. – 05. 06. 2022. 25. – 29. 09. 2022. 04. – 05. 10. 2022. 09. – 11. 10. 2022. 16. – 17. 10. 2022. 18. 10. 2022. 19. – 26. 12. 2022.

Izvor: Srpska Pravoslavna Crkva, Eparhija zagrebačko-ljubljanska, Islamska zajednica u Hrvatskoj, Židovska vjerska zajednica

Može se primijetiti kako su glavni blagdani Rimokatoličke crkve, odnosno i većine kršćanskih vjerskih zajednica koje slave svoje vjerske blagdane po gregorijanskom kalendaru, u Republici Hrvatskoj ujedno i državni blagdani, što je u skladu s činjenicom da se više od 80% građana izjašnjava katolicima ili kršćanima. U turističkom smislu, takve odluke treba podržavati jer se spomenuti blagdani poklapaju s većinom kalendara i državnih blagdana (Uskrs, Duhovi, Tijelovo, Velika gospa, Božić) u zemljama iz kojih nam tradicionalno dolazi najveći broj gostiju (Slovenija, Mađarska, Austrija, Njemačka, Italija, Češka, Slovačka Poljska, Nizozemska, Belgija itd.).

Na kraju se mora zaključiti da su brojni sakralni objekti dio bogate kulturne baštine Republike Hrvatske. Vjerski događaji, koji su ovdje prikazani samo u manjem broju, čine značajan dio turističke ponude, potiču i motiviraju veliki dio vjernika pa se s aspekta potrošnje i potreba moraju sagledavati kao turistički događaji. Kao što je prethodno elaborirano, hodočasnici nisu turisti. Međutim, kada hodočasnici nisu organizirani od strane vjerske zajednice i kada primarni motiv nije vjera, oni su u velikom broju izletnici (prijevoz, smještaj, prehrana itd.). Drugim riječima, hodočasnici po svojim motivima i načinu organizacije nisu dio turističke potražnje, niti su komercijalno određeni, već su obilježeni isključivo vjerom koja se ne može u potpunosti povezati s tržišnim funkcijama.

4. STANJE VJERSKOG TURIZMA REPUBLIKE HRVATSKE

Kad se govori o postojećem stanju vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj, mora se konstatirati kako se o njemu vrlo malo govori, pišu programi ili manja istraživanja, niti se vode kakvi važniji statistički podaci. Razvoj vjerskog turizma nije predmetom niti jedne relevantne studije.

Hrvatska, kao zemlja koja obiluje izrazito vrijednim sakralnim objektima od kojih su neki uvršteni u popis zaštićene svjetske baštine UNESCO-a (Eufrazijeva bazilika u Poreču, katedrala sv. Jakova u Šibeniku, Trogirska katedrala sv. Lovre, Katedrala sv. Duje u Splitu, crkve i samostani u staroj jezgri Dubrovnika, crkva sv. Marka u Zagrebu i drugi) te već dobro posjećenim svetištima, ima veliki potencijal za daljnje razvijanje vjerskog turizma. Uz to ne treba zanemariti činjenicu da Hrvatska slovi za izrazito sigurnu i pouzdanu destinaciju za vjerske putnike i turiste diljem svijeta. Stvaranje sinergije javnog i privatnog sektora odnosno suradnja i partnerstvo u turizmu svih dionika te njihovo umrežavanje imperativ je bez kojega nije moguće postići napredak. U tom segmentu ključna je uloga Ministarstva turizma i sporta kao i sustava Hrvatske turističke zajednice (HTZ) (s jedne strane) u ulozi stimulatora ulaganja privatnoga sektora uz pomoć fiskalnih i drugih poticaja, te prevencije i kontrole nesavjesnoga poslovanja, te vjerskih zajednica u svojem poslanju (s druge strane) koje trebaju dati veću ulogu moderatora razvoja vjerske ponude te stvaranju optimalnog modela razvoja vjerskog turizma.

S druge strane, brojna turistička gospodarstva u svijetu već ostvaruju značajne turističke promete (prihode) oslanjajući se upravo na resurse vjerskog turizma (primjerice gospodarstva Izraela, Italije, Španjolske, Portugala, Francuske i Austrije). U Hrvatskoj je, međutim, vjerski turizam kao vrsta posebnog turizma uglavnom prisutan kao odnos turizma i religije na kulturnom i povijesnom planu iz povijesne perspektive, ali na koju se gleda uglavnom sa strane sakralne umjetnosti kao i arhitekture i graditeljstva. Tako se u novije vrijeme u turističke promotivne materijale sve više uvrštavaju i elementi sakralne arhitekture, a uglavnom svaki veći ili manji grad i mjesto pri predstavljanju svojih znamenitosti u prvom planu ističu crkve ili katedrale. Hodočašća su uglavnom prepuštena organizaciji vjerskih zajednica i udruga - ponajviše Rimokatoličke crkve, ali i ostalih vjerskih zajednica, posebno Islamskih centara. Hodočašća i danas, kako u svijetu, tako i kod nas žive u svim narodima, kulturama i religijama.

Prema svemu navedenome, vidljivo je da vjerski turizam predstavlja vrlo aktivan segment turističkog djelovanja u Republici Hrvatskoj, odnosno kako je veliki broj ljudi uključen u takva kretanja. No, mora se ustvrditi kako je turističko djelovanje u pogledu organizacije i mogućnosti iskorištenja vjerskih resursa (prikazanih u prethodnome poglavljju) tek u neznatnoj mjeri iskorišteno. Kako bi se dalje ispitala navedena problematika, u nastavku se daje detaljna kvantitativna i kvalitativna analiza stanja vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj.

4.1. SWOT analiza vjerskog turizma Republike Hrvatske

Vjerski turizam podrazumijeva dominaciju duhovnosti i vjere, što se rijetko povezuje s najčešćim motivima putovanja, a to su odmor, zabava i razbibriga. Imajući u vidu sva prethodno elaborirana obilježja vjerskog turizma, okruženje vjerskog turizma kao turističkog proizvoda jest veoma specifično i uključuje isprepletenost mnogih društvenih i gospodarskih subjekata. Cilj ove cjeline jest pobliže analizirati specifičnosti i zakonitosti vanjskog i unutarnjeg okruženja vjerskog turizma Republike Hrvatske. U svrhu navedenoga, autori su proveli istraživanje na uzorku od 20 predstavnika vjerskih zajednica, koristeći pritom metodu strukturiranog intervjua. Temeljem odgovora ispitanika sastavljena je SWOT matrica koja se prikazuje u nastavku. Kao što je uvodno spomenuto, u istraživanju je sudjelovalo 20 ispitanika i to: 17 predstavnika Rimokatoličke zajednice, 2 predstavnika Židovske zajednice u RH, te 1 predstavnik Islamskog centra Rijeka. Iz SWOT matrice (Shema 2) je vidljivo da su ispitanici veoma dobro detektirali vanjske i unutarnje čimbenike koji utječu na moguće modele razvoja turizma u Republici Hrvatskoj.

U identificiranju snaga navodi se da u Hrvatskoj postoji veliki broj vjerskih objekata, a pritom se ponajviše misli na katoličke crkve, samostane te ostale popratne objekte koji se sve više okreću turizmu i otvaraju svoja vrata hodočasnicima i posjetiteljima. Mora se naglasiti vrijednost i značaj drugih vjerskih zajednica i njihovu tradiciju u hodočašćima i kulturnoj baštini. Primjerice, Srpska pravoslavna crkva ima svoje posebnosti, ali i potencijale u razvoju vjerskog turizma. Nadalje, Islamski centri u Zagrebu i Rijeci, kao i zanimljivo selo Gunja s većinskim islamskim življem, iskazuju otvorenost prema vjerskom turizmu i povećanju mogućih putovanja prema tim centrima – džamijama. Isto tako, Židovske zajednice imale su prije Drugog svjetskog rata veliku sakralnu baštinu koja je nažalost uništena, pa stoga mali broj sinagoga predstavlja nešto manji potencijal, ali sa aspekta kulturne baštine čine važan element vjerske multikulturalnosti i obilježja ukupne hrvatske turističke ponude kao zemlje otvorene i tolerantne kulture. Zatim, kao druga točka snage, navedeno je prihvatanje pripadnika drugih vjeroispovijesti, dakle onih koji ne pripadaju rimokatoličkoj vjeri koja u Hrvatskoj čini većinu sa oko 87% stanovništva. Zatim je tu bogata povijest: u različitim spisima je navedeno kako je pokrštavanje Hrvata započelo već u 7. stoljeću, a tome posebno u prilog ide Višeslavova krstionica koja je jedan od najznačajnijih spomenika hrvatske kulture iz srednjega vijeka koja je danas vrlo zanimljiva turistima. Bogata materijalna i nematerijalna kulturna baština u vlasništvu vjerskih zajednica također je jedna od snaga i preduvjeta za razvoj vjerskog turizma, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. Visoka razina sigurnosti turistima omogućava bezbrižan boravak u destinacijama i uživanje u svim sadržajima koje one pružaju.

Neke od mogućnosti koje svakako valja iskoristi su: dobra prometna povezanost (posebice cestovni promet kojim u većini slučajeva turisti dolaze do vjerskih destinacija), blizina emitivnih tržišta, odnosno tradicionalno religioznih država kao što je Italija koja poput Hrvatske ima vjersku tradiciju i kulturu hodočašća koja uzajamno može pozitivno djelovati na obje države. Turistički imidž Hrvatske, kao i to što je članica Europske unije, veliki je potencijal koji valja iskoristiti kao i korištenje EU fondova za financiranje različitih projekata te iskorištenje smještajnih kapaciteta u samostanima.

Shema 2. SWOT matrica vjerskog turizma Republike Hrvatske

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> - vjerski objekti - prihvaćenost pripadnika drugih vjeroispovijesti - bogata povijest - bogata materijalna i nematerijalna kulturna baština u vlasništvu vjerskih zajednica - visoka razina sigurnosti 	<ul style="list-style-type: none"> - neorganizirana suradnja turističkih djelatnika i vjerskih institucija - neprilagođeno vrijeme posjeta - nedovoljna educiranost turističkih djelatnika - nedovoljno putokaza - sanitarni čvorovi - nepostojanje baze podataka i praćenja vjerskog turizma - neiskorištenost ukupnog turističkog potencijala - odsustvo kvalitetnih sadržaja vjerskog turizma
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> - dobra prometna povezanost - blizina emitivnih tržišta - vjerska tradicija i kultura hodočašća - turistički imidž Hrvatske - članica Europske unije - korištenje EU fondova - edukacija turističkih djelatnika - organiziranje sudionika u turizmu - iskorištenje smještanih kapaciteta u samostanima 	<ul style="list-style-type: none"> - blizina konkurentnih odredišta - nepovoljna investicijska klima - loša gospodarska situacija - promjena sustava vrijednosti u društvu - pad interesa za vjerske događaje - nedostatak razvojne strategije vjerskog turizma

Izvor: istraživanje autora

Od nedostataka prisutna je neorganiziranost tj. nedostatak suradnje turističkih djelatnika i vjerskih institucija, što predstavlja dosta velik problem budući da onemogućava optimalno i usuglašeno kreiranje turističkog proizvoda. Također, jedna od slabosti koju bi valjalo korigirati jest vrijeme posjeta vjerskim objektima koje je trenutačno neprilagođeno potrebama turista jer vrijeme kada su vjerski objekti otvoreni nije uvijek poznato niti je moguće doći do tih podataka. Nadalje su kao najveće unutarnje prepreke razvoju vjerskog turizma istaknuti: nedovoljna educiranost turističkih djelatnika; nedovoljan broj putokaza za vjerske znamenitosti koji bi upućivali hodočasnike i turiste k vjerskim destinacijama, odnosno crkvenim objektima; nepostojanje baze podataka i praćenja vjerskog turizma, neuređenost sanitarnih čvorova uz vjerske objekte. Hrvatska obiluje vjerskim turističkim resursima koji su nažalost u nedovoljnoj mjeri iskorišteni. Odsustvo kvalitetnih specijaliziranih i tematiziranih sadržaja vjerskog turizma predstavlja problem iz razloga što je vjerski turizam u Hrvatskoj jednoličan - postoji jedan opće prihvaćeni kalup prema kojem se razvija sadržaj, no njega bi svakako valjalo prilagoditi jer vjerski turizam nije samo prihvaćen među starijim stanovništвом, već su i mladi sve više zainteresirani te im stoga treba i predstaviti nove sadržaje prilagođene tim dobним skupinama.

Među prijetnjama iz vanjskog okruženja identificirana je nepovoljna klima za investicijska ulaganja, kojoj je dodatno pogodovala i korona kriza. Kao ograničavajući faktor razvoja vjerskog turizma izdvojena je i promjena sustava vrijednosti u hrvatskom društvu, ali i društvima ostalih zemalja u kojima tradicijske vrijednosti gube na svojoj vrijednosti. To je jedan od zabrinjavajućih problema. Pad interesa za vjerske događaje proizlazi iz toga što je u današnjici sve manje vjernika koji istinski teže k duhovnom te posjećuju vjerske destinacije tek usputno te se u njima ne zadržavaju dugo vremena. Nedostatak razvojne strategije vjerskog turizma u Hrvatskoj na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini predstavlja nemogućnost adekvatnog razvitka ovog oblika turizma.

Hrvatska bi trebala usmjeriti značajne napore u maksimiziranje snaga i prilika koje se pred njom nalaze, uz istovremeno otklanjanje slabosti i prijetnji koje negativno utječu na razvitak vjerskog turizma u Hrvatskoj, kao i turističkog proizvoda. U SWOT matrici su iskazani svi elementi hrvatske multikulturalnosti i velikih potencijala koji se mogu ponuditi svim segmentima turističke potražnje, pritom uvažavajući da hrvatsku kulturu i vjersku baštinu u 80% slučajeva čini kršćanska kultura, ali sa naglašenim dokazom tolerancije i suživota svih vjera na malom prostoru, što u zaključku čini veliki potencijal za razvoj turističke ponude zasnovane na vjeri i vjerskim motivima, kao i sakralnim objektima i vjerskim događajima.

4.2. Udio vjerskih motiva u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske

U ovome se poglavlju prikazuju kvantitativni indikatori stanja i uloge vjerskog turizma u ukupnom turističkom prometu Republike Hrvatske. U prvom se redu analiziraju obilježja domaćih i inozemnih turističkih kretanja u Republici Hrvatskoj, a zatim se daje poseban osvrt na vjerske motive putovanja.

4.2.1. Analiza turističkog prometa Republike Hrvatske

Turistički promet destinacije se uobičajeno promatra kroz ostvarene turističke dolaske i noćenja turista, strukturu turističkog prometa prema smještajnim kapacitetima te prosječnu duljinu boravka turista. Stoga se, prema posljednje dostupnim podacima, u nastavku daje prikaz ostvarenog turističkog prometa Republike Hrvatske u zadanim kategorijama.

Tablica 3. Pregled ostvarenih turističkih dolazaka u RH od 2011. do 2020. godine

DOLASCI						
GODINA	DOMAĆI	Udio (%)	STRANI	Udio (%)	UKUPNO	Indeks
2020	1 456 000	20,80	5 545 000	79,20	7 001 000	35,78
2019	2 213 000	11,31	17 353 000	88,69	19 566 000	104,82
2018	2 022 000	10,83	16 645 000	89,17	18 667 000	107,09
2017	1 838 000	10,54	15 593 000	89,46	17 431 000	111,78
2016	1 786 000	11,45	13 809 000	88,55	15 594 000	108,72
2015	1 660 000	11,57	12 683 000	88,43	14 343 000	109,26
2014	1 505 000	11,46	11 623 000	85,54	13 128 000	105,58
2013	1 485 000	11,94	10 948 000	88,05	12 434 000	105,06
2012	1 466 000	12,39	10 369 000	87,61	11 835 000	103,31
2011	1 529 000	13,35	9 927 000	86,65	11 456 000	/

Izvor: obrada autora prema Turizam u 2020., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2021.

U proteklom, desetogodišnjem razdoblju, u Republici Hrvatskoj je zamjetan trend povećanja turističkih dolazaka i noćenja, i to u prosjeku za 7,00% (dolasci), odnosno za 5,30% (noćenja). Pritom se izuzima prethodna, 2020. godina, koja je uvelike obilježena okolnostima povezanima s pandemijom koronavirusa te, kao takva, iskazuje anomalije generiranoga turističkog prometa, koje su zamjetne ne samo na razini Republike Hrvatske, već i u svjetskim razmjerima. Naime, u 2020. godini, u Republici Hrvatskoj je registrirano ukupno 7.001.000 dolazaka te 40.794.000 noćenja, što u odnosu na prethodnu, 2019. godinu, predstavlja pad turističkih dolazaka za 64,20%, te noćenja za 55,30%.

Pozitivan višegodišnji trend nastao je ponajprije zahvaljujući snažnom utjecaju stabilnog rasta dolazaka i noćenja inozemnih gostiju. Dominantna uloga inozemne potražnje zamjetna je u cijelom promatranom periodu te se očituju u činjenici da inozemni turisti čine više od 80,00% ostvarenog turističkog prometa, čak i u 2020. godini. U Grafikonu 1 je prikazan

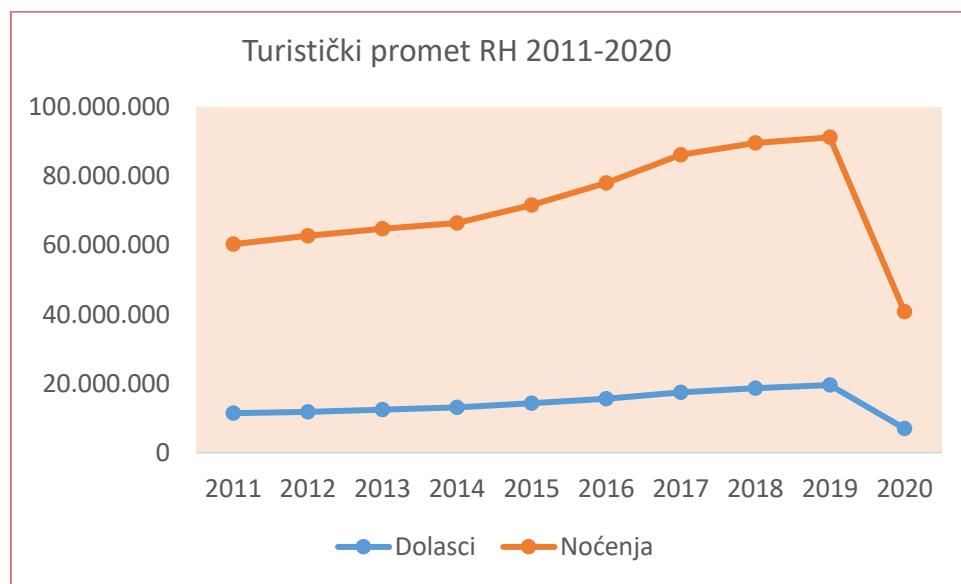
prethodno opisani turistički promet Republike Hrvatske u promatranom, desetogodišnjem razdoblju.

Tablica 4. Pregled ostvarenih turističkih noćenja u RH od 2011. do 2020. godine

GODINA	NOĆENJA					
	DOMAĆI	Udio (%)	STRANI	Udio (%)	UKUPNO	Indeks
2020	5 415 000	15,31	35 379 000	86,73	40 794 000	44,71
2019	7 095 000	8,43	84 148 000	92,22	91 243 000	101,77
2018	6 477 000	7,79	83 175 000	92,78	89 652 000	104,00
2017	5 978 000	7,45	80 222 000	93,06	86 200 000	110,44
2016	5 857 000	8,11	72 193 000	92,50	78 050 000	109,00
2015	5 743 000	8,72	65 863 000	91,98	71 605 000	107,70
2014	5 160 000	8,41	61 324 000	92,24	66 484 000	102,57
2013	5 138 000	8,61	59 680 000	92,07	64 818 000	103,31
2012	5 221 000	9,08	57 522 000	91,68	62 743 000	103,96
2011	5 603 000	10,23	54 751 000	90,72	60 354 000	/

Izvor: obrada autora prema Turizam u 2020., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2021.

Grafikon 1. Kretanje broja dolazaka i noćenja u RH od 2011. do 2020. godine

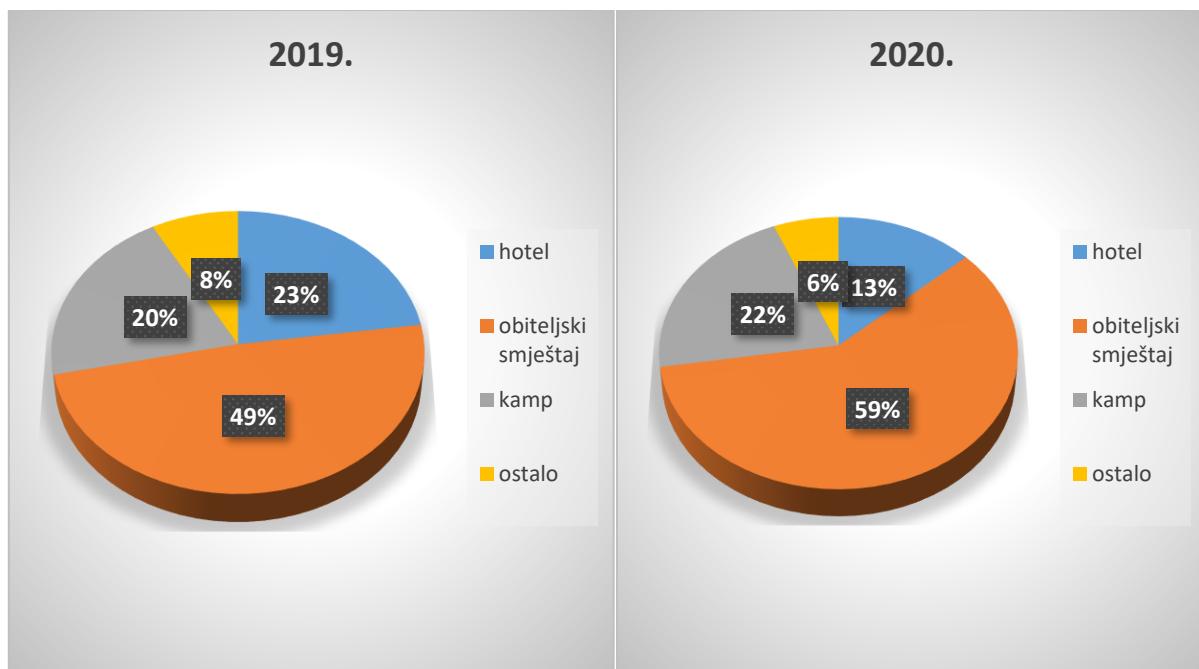


Izvor: obrada autora prema Turizam u 2020., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2021.

Kada je riječ o odnosu strukture smještajnih kapaciteta i turističkog prometa, valja istaknuti da je 2019. godine polovina turističkih noćenja ostvarena u obiteljskom smještaju

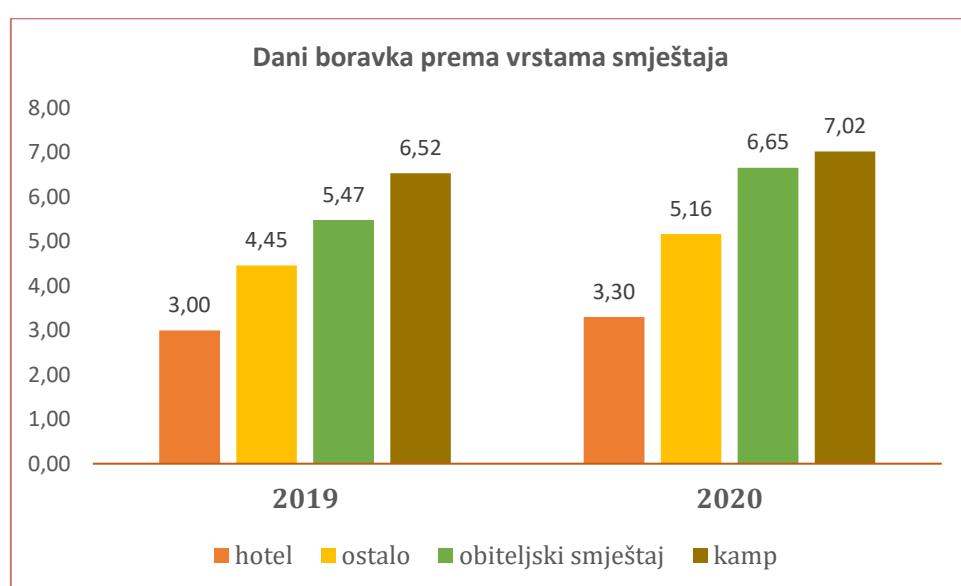
(49,00%), a zatim slijede hoteli (23,00%), kampovi (20,00%) te ostali smještajni objekti poput hostela, turističkih naselja i apartmana, pansiona i lječilišnih pansiona, hostela, lječilišta i slično (8,99%). Dominacija obiteljskog smještaja još je više izražena krizne, 2020. godine, kada čak 59,00% gostiju na razini cijele države izabire sobe, apartmane, studio-apartmane i kuće za odmor u kojima se pružaju ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu. Navedeno je prikazano Grafikonom 2.

Grafikon 2. Struktura turističkih noćenja u RH prema vrsti smještaja 2019. i 2020. godine



Izvor: obrada autora prema Turizam u 2020., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2021.

Grafikon 3. Prosječni boravak turista u RH po vrstama smještaja 2019. i 2020. godine



Izvor: obrada autora prema Turizam u 2020., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2021.

Sagledavajući odnos dolazaka i noćenja, vidljivo je da gosti u Republici Hrvatskoj u prosjeku borave 5 dana. Tako se turisti 2020. godine prosječno zadržavaju 5,8 dana, a 2019. godine 4,7 dana. Pritom se dani boravka razlikuju prema vrsti odabranog smještaja pa se tako turisti u obje promatrane godine najviše zadržavaju u kampovima i obiteljskom smještaju, a ponajmanje u hotelima. Navedeno je prikazano Grafikonom 3.

Naposljetku, analizirajući turistički promet emitivnih turističkih tržišta Republike Hrvatske, vidljivo je da najveći broj gostiju 2020. godine dolazi iz Njemačke (1.480.000), Slovenije (769.000), Poljske (643.000), Češke (481.000) i Austrije (355.000). Navedena se struktura ponešto razlikuje od one iz 2019. godine kada su dominirali turisti iz Njemačke (2.881.000), Slovenije (1.426.000), Austrije (1.385.000), Italije (1.175.000) te Poljske (933.000) i Velike Britanije (859.000).

4.2.2. Vjera kao motiv dolaska turista u Republiku Hrvatsku

Motivi turističkih dolazaka u Republiku Hrvatsku se analiziraju na temelju rezultata recentnog TOMAS Hrvatska 2019. istraživanja²⁹. Važno je naglasiti da, za razliku od dosadašnjih istraživanja TOMAS koja su obuhvaćala samo jadranske županije, TOMAS Hrvatska 2019. po prvi obuhvaća profil, zadovoljstvo i potrošnju turista na cijelom području Hrvatske, uključujući i sve kontinentalne županije, te da su po prvi puta vidljivi i podaci o obilježjima turista i njihovoј potrošnji izvan glavnih sezonskih mjeseci. Istraživanje je provedeno od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine, i to na uzorku od 13.582 ispitanika u hotelima, hostelima, kampovima i obiteljskom smještaju u 143 mjesta diljem Hrvatske. Što se tiče socio-demografskih osobina ispitanika, prosječna starost turista je 43 godine. Točnije, 55% turista je u dobi od 30 do 49 godina, 15% mlađe je od 30, a 30% starije od 50 godina. Što se tiče razine obrazovanja i primanja, 43% gostiju je fakultetski obrazovano (u Jadranskoj Hrvatskoj 42%, u Kontinentalnoj 48%), dok 48% njih ima mjesecna primanja na razini kućanstva viša od 3.000 eura (u Jadranskoj Hrvatskoj 49%, u Kontinentalnoj 39%).

U istraživanju TOMAS Hrvatska 2019. ispitanicima je ponuđeno sedam glavnih razloga putovanja. Odmor je glavni razlog dolaska većine gostiju (91%), slijedi posao (4%), posjet rodbini i prijateljima (2%), zdravstveni razlozi (1%), obrazovanje (1%) te **vjerski razlozi (0,3%)**. Ispitanicima kojima je glavni razlog dolaska u destinaciju bio odmor bilo je, nadalje, ponuđeno četrnaest odmorišnih motiva. Rezultati su pokazali da more (81%) i priroda (56%) čine najvažnije motive dolaska u Jadransku Hrvatsku, a slijede *city break* (24%), *touring* (21%), sport i rekreacija (15%), **kultura i umjetnost (13%)**, gastronomija (7%), zabava i festivali (6%). U Kontinentalnoj Hrvatskoj najzastupljeniji motivi dolaska su priroda (32%), *touring* (26%), *city break* (26%), sport i rekreacija (24%), posao (22%), **kultura i umjetnost (16%)**, planinarenje i sela (po 10%), gastronomija (7%), manifestacije i događanja (6%) i drugi.

U nastavku će se detaljnije analizirati **dolasci povezani s vjerskim motivima**:

²⁹ Marušić, Z., Čorak, N., Ivandić, N., Beroš, I., Ambrušec, M.: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, TOMAS Hrvatska 2019, Institut za turizam, Zagreb 2020., str. 2.

- *prema vrsti smještaja* - gosti s vjerskim motivima u prvom redu odabiru hostele (0,6%) i obiteljski smještaj (0,3%), nakon čega slijede hoteli (0,2%) i kampovi (0,1%). U skupini hotela prevladavaju hoteli s 3 zvjezdice (0,4%).
- *prema sezoni*: gosti s vjerskim motivima primarno putuju u razdoblju rujan-listopad (0,7%) te u razdoblju studeni-ožujak (0,4%), a najmanje u svibnju i lipnju (0,1%).
- *Prema zemlji porijekla*: 0,9% gostiju s vjerskim motivima dolazi iz Hrvatske, a 0,2% njih iz inozemstva. Što se tiče inozemnih gostiju, prevladavaju oni iz Kine (1,1%), Češke (0,8%), Francuske (0,8%), ostalih azijskih zemalja (0,7%) te Italije (0,5%).

Temeljem navedenoga, može se ustvrditi da je, u cilju određivanja tržišnog, a time i razvojnog potencijala vjerskog turizma, nužno poznavati broj posjetitelja koji u Republicu Hrvatsku dolaze potaknuti motivom vjere. Međutim, određivanje broja posjetitelja motiviranih vjerom obilježeno je dvama ključnim čimbenicima koje valja uzeti u obzir pri analizi motiva dolaska te ostvarenoga turističkog prometa. Kao prvo, statistički podaci ne ubrajaju posjete vjerskim sadržajima i objektima pri kojima nije ostvareno najmanje jedno noćenje u registriranim smještajnim objektima. Isto tako, isprepletenost i međusobno prožimanje vjere i kulture onemogućuje jasno izdvajanje turističkih dolazaka motiviranih isključivo vjerom. Naposljetu, valja također razlikovati dva različita tržišna segmenta: posjetitelje koji dolaze prilikom velikih vjerskih okupljanja i turiste - izletnike koji pri posjetu gradu obilaze vjerske objekte. Poznato je da u marijanska svetišta dolazi u godinu dana 990.000 hodočasnika, koji su barem izletnici. Statistički je nemoguće utvrditi koliko realno ostvaruju noćenja, jer nisu obuhvaćeni niti jednim oblikom registracije.

Obrazloženje o broju turista s vjerskim motivima sadržano je u činjenici da postoje neadekvatni izvori podataka. U nastavku će se analizirati 2019. turistička godina jer su 2020. i 2021. tzv. 'pandemiske' godine te, kao takve, ne daju potpunu sliku. Turisti koji su u 2019. godini ostvarili barem jedno noćenje i bili obuhvaćeni anketom - njih 19.500.000, ostvarilo je ukupno 91.223.000 noćenja. Prema Tomas Hrvatska istraživanju, kulturom je motivirano 12,3% turista. Za motiv vjere odlučuje se 1,0% ispitanika. Može se tvrditi da je motivacija vjerom nešto veća, jer su motivi kulture i vjere često isprepleteni, što se predlaže za predmet budućeg istraživanja. Motiv vjere mora se razdijeliti u dva segmenta: vjera kao primarni ili sekundarni motiv. Kada je vjera primarni motiv putovanja tada se turisti izjašnjavaju da su motivirani vjerom, ali kada se turisti izjašnjavaju da je vjera sekundarni motiv putovanja onda se to obično ne evidentira. Opće je poznata činjenica da se motivi vjere i kulture snažno isprepliću te se, posljedično, veći broj turista izjašnjava na pogrešan način te time 'krivi' statističke podatke. Točni je postotak u ovome trenutku teško utvrditi.

Izletnici čine značajan dio skupine putnika koji su u velikoj mjeri motivirani vjerom. U ovim razmatranjima izletnici nisu predmetom analize, ali su nezaobilazan dio turističke potražnje, pa tako i dio potražnje za vjerskim sadržajima. Temeljem procjena je poznato da je izletnika s motivom vjere u Republici Hrvatskoj u 2019. godini bilo 990.000. Razvidno je da pitanje izletnika i suština ukupne turističke potražnje za vjerskim sadržajima mora biti temom dubljeg istraživanja, posebice stoga što dostupni službeni statistički podaci ne pružaju potpunu sliku vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj. To je ujedno i odgovor na pitanje zašto se

službeno vjerski turizam ne bilježi, niti smatra dijelom turističkog prometa. Potvrda takvoj tvrdnji je i saznanje da službene ankete ne sadržavaju pitanja turistima koja se odnose na vjerske motive. Predlaže se da se vjerski turizam izjednači s ostalim posebnim oblicima turističke ponude i turističkih sadržaja, a u cilju veće prepoznatljivosti od strane turista, kao i nositelja turističke ponude svih razina i struktura.

Može se zaključiti da u sve hrvatske destinacije s motivom vjere dolazi službeno 1,0% turista, ali da je taj broj sigurno veći, što treba nekom novom strategijom dokazati. Zasigurno da među turistima sa iskazanim motivom kulture ima veliki broj onih kojima je vjera barem sekundarni motiv, no to je teško ocijeniti i dati točan kvantitativan podatak. Svi raspoloživi statistički iskazi, barem kada je vjerski motiv u pitanju, gotovo da su nepouzdani, a ako se zna da u tom broju nema domaćih i stranih izletnika-posjetioca, onda je podatak još više elastičan i teško utvrdit.

4.3. Kvalitativna analiza stavova predstavnika vjerskih zajednica

U svrhu izrade „Smjernica razvoja vjerskog turizma“ izvedeno je primarno istraživanje metodom strukturiranog intervjeta te se u tu svrhu sastavio upitnik kako bi se došlo do mišljenja i stavova predstavnika vjerskih zajednica koji će dati utemeljene i relevantne odgovore o stanju vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj. Ukupno se prikupilo 20 odgovora: 17 od Rimokatoličkih crkvenih institucija, Marijanskih svetišta, župa i biskupskih ordinarijata, 2 odgovora od Židovske zajednice (Osijek i Rijeka), te 1 odgovor od Islamske zajednice Rijeka. Odgovori su svi valjani i potpuni te se mogu sažeti u sljedećim stavkama:

Ad. 1. Pitanje E: „Je li Vaš sakralni objekt pod zaštitom spomenika kulture RH?“

Odgovor: od svih obuhvaćenih objekata njih 94,2% je pod zaštitom. Može se zaključiti da su gotovo svi sakralni objekti dio kulturne baštine Republike Hrvatske i da kao kulturni objekti čine značajan temelj turističke ponude.

Ad. 2. Pitanje F: „Koliko je to objekata?“

Odgovor: od svih obuhvaćenih objekata 52,6% ima u svojem sastavu manje od 3 objekta, a njih 5,3% više od 10 objekata. Nameće se zaključak da su sakralni objekti u Republici Hrvatskoj grupirani u manje skupine, što za turističku ponudu može imati više razvojnih scenarija.

Ad. 3. Pitanje H: „Dolaze li hodočasnici u Vaš sakralni objekt?“

Odgovor: 84,2% objekta posjećuju hodočasnici. Znano je da židovske sakralne objekte (sinagoge) ne posjećuju hodočasnici, već se oni definiraju kao posjetioci što se odnosi i na Islamsku zajednicu i religiju. Važno je da kod kršćanskih zajednica tj. sakralnih objekata njih 10,5% smatraju da ih ne posjećuju hodočasnici. Kod marijanskih svetišta hodočasnici su uvijek prisutni i kod većine poznatih svetišta, ali postoji i 20,00 % kršćanskih sakralnih objekata koje ne posjećuju hodočasnici.

Ad. 4. Pitanje I: „Po Vašoj procjeni, ako Vas posjećuju hodočasnici, koji je to broj?“

Odgovor: 15,6% objekata bilježi više od 100.000 hodočasnika – poznato je da su to Majka Božja Bistrička i Majka Božja Trsatska. Nadalje, 10,5% sakralnih objekata posjećuje 50.000 i više hodočasnika. Najveći je broj vjerskih objekata (32,0%) koji privlače do 1.000 hodočasnika. Kada se promatra struktura hodočasnika, onda se mora zaključiti da se najveća koncentracija hodočasnika događa u marijanskim svetištima. Kada se analiziraju društvene zakonitosti kod hodočasnika, u tom se slučaju moraju analizirati samo najveća marijanska svetišta u Republici Hrvatskoj (MB Bistrička, MB Trsatska, MB Aljmaš, MB Sinjska, MB Veprić), a da kod drugih sakralnih objekata hodočašća nemaju veći društveni, kao niti gospodarski značaj.

Ad. 6. Pitanje K: „Ako Vaš sakralni objekt posjećuju turisti, je li radno vrijeme održavanja vjerskih obreda prilagođeno vremenu posjeta turista?“

Odgovor: 68,9% odgovora je potvrđno, što znači da jedna trećina vjerskih poglavara ne interesira posjeta turista, već su usmjereni na svoje vjernike.

Ad. 7. L. Pitanje: „Ako posjećuju turisti Vaš sakralni objekt, imate li angažirane redare, informatore i vodiče?“

Odgovor: Samo 42,1% vjerskih događanja ili objekta u vrijeme posjete ima redare, vodiče ili informatore. To je logično obzirom na činjenicu da je toliki i broj objekata koji masovnije posjećuju hodočasnici, posjetitelji - turisti. Na dodatno pitanje treba li informatore i vodiče educirati, odgovor je gotovo identičan: oko 43,0% ispitanika zagovara edukaciju.

Ad. 8. N. Pitanje: „Kratko opišite sakralni događaj u Vašem vjerskom objektu.“

Odgovor: većina odgovora se može sažeti u odgovorima da su svi vjerski obredi usmjereni na svoje vjernike i na svoje osnovno vjerničko poslanje. Njih 11,2% je odgovorilo da se prilagođavaju interesima turista, ali samo ako imaju muzej ili sličan prostor za posjetitelje ili turiste. U sakralnim objektima se ne prilagođavaju interesima turista.

Ad. 9. O. Pitanje: „Jesu li posjetitelji turisti uopće dobrodošli u Vaš sakralni objekt?“

Odgovor: svi intervjuirani su pozitivno odgovorili, no navodeći da ipak zahtijevaju poštivanje pravila vjere, kodeksa oblačenja i reda u objektu.

Ad. 10. P. Pitanje „Ako posjetitelji nisu Vaše vjeroispovijedi, već su samo turisti, koji su njihovi motivi posjete?“

Odgovor: više od polovine ispitanika (65,0%) je istaklo da je riječ o upoznavanju s kulturnim sadržajima u objektu ili u njegovom okruženju.

Ad. 11. Q. Pitanje: „Smatrate li da bi trebalo ponuditi više vjerskih sadržaja za one koji traže ili se žele dublje upoznati s Vašom vjerom?“

Odgovor: 100,0% ispitanih smatra da treba ponuditi neke dodatne sadržaje u duhu vjerskog poslanja, koje čine vjersku zajednicu kojoj pripadaju.

Ad. 12. R. Pitanje: „Smatrate li da uz Vaš sakralni objekt ili u njegovoj okolini treba nuditi i ostale sadržaje u vrijeme održavanja vjerskih događaja?“

Odgovor: 71,1% ispitanika smatra da treba organizirati dodatne sadržaje.

Ad. 13. S. Pitanje: „*Smatra te li da bi u Vašoj vjerskoj destinaciji lokalno stanovništvo bilo zainteresirano za pružanje usluga smještaja i prehrane vjernicima ili turistima koji dolaze u posjetu, ili bi tražili i poticaje europskih fondova za razvoj tih ugostiteljskih usluga?*“

Odgovor: 94,5% je odgovorilo potvrđno, što znači da vjerski dužnosnici i odgovorni voditelji sakralnih objekata pozitivno gledaju na posjete i mogućnosti da lokalno stanovništvo pruža usluge ugostiteljstva i ostale usluge te da potiču razvoj takvih usluga i poduzetnika.

Ad.14. T. Pitanje: „*Smatra te li da lokalna samouprava (gradovi i općine) i TZ daju dovoljnu potporu razvoju vjerskog turizma i njihovih sadržaja?*“

Odgovor: njih samo 52,0% smatra da daju dovoljnu potporu razvoju vjerskog turizma i njihovih sadržaja što znači da se očekuje veća razina potpore i suradnje.

Ad.15. U. Pitanje: „*Na koji način poboljšati rad i aktivnosti kako bi došao veći broj vjernika u Vaš sakralni (vjerski) objekt?*“

Odgovor: jače se povezati s lokalnom turističkom zajednicom, pojačati promociju putem postojećih kanala promocije (internet, brošure, i ostali promotivni materijali), izgraditi novi prostor za izlaganje kulturne baštine (crkveni inventar i ostalo), izgraditi tematske muzeje.

Ad.16. V. Pitanje: „*Vaš pogled na vjerski turizam - prijedlozi i definicija.*“

Odgovor: za većinu ispitanika pojam vjerskog turizma može se definirati kao važan dio i potencijal turističke ponude, kao pojava kojom se prezentiraju kultura i povijesna baština, kao dio posebnog turističkog proizvoda koji se mora bolje oblikovati i ponuditi kao dio turističke ponude. Pritom se naglašava da je potrebno najprije zaštiti vjernike i time pokazati turistima koja je naša snaga - bolje se prezentirati kao dio nacionalne i vjerske kulture. Većina ispitanika je mišljenja da se vjerski turizam ne smije spajati sa hodočašćima.

Uzimajući u obzir da se obradilo 20 odgovora sa aspekta triju vjerskih zajednica, te da je dominantno mišljenje Rimokatoličke crkve te redovnika iz marijanskih svetišta, mora se zaključiti kako su sve vjerske zajednice suglasne s mišljenjem da se pojavi vjerskog turizma mora dati veći značaj te da bi se većina vjerskih i sakralnih objekata trebala više otvoriti i prilagoditi potrebama i zahtjevima turista. Vjerski turizam treba biti na usluzi modernog čovjeka-turista koji traži duhovni mir i ravnotežu. Svi su ispitanici mišljenja da treba bolje obrazovati lokalno stanovništvo u širem kontekstu i bolje se povezati s institucijama lokalne samouprave u prezentaciji sakralne baštine i vjerskih događanja, kako bi se povećala kvaliteta turističke ponude i time povećala turistička potrošnja u kontekstu održivog razvoja turizma. Vjerski turizam treba biti upravljan povodeći se reciprocitetnim poštovanjem i slobodom, od političko-upravnih i vjerskih autoriteta, na način da sve njegove komponente lokalnih zajednica budu glavni akteri gostoprivreda, kulture, ekonomskih blagodati. Obitelji, mladi, vjerski 'dužnosnici', turističko ugostiteljski djelatnici, vodiči i menadžeri javnih usluga te lokalni administratori moraju se osjećati prozvanima prezentirati "otvorene" projekte kako bi zadovoljili mnogovrsne i različite potrebe posjetioca - vjernika - turista u cilju razvoja održivog modela vjerskog turizma.

5. MOGUĆI MODELI I POLAZNE OSNOVE ZA SMJERNICE RAZVOJA VJERSKOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Osnovni zadatak ovoga rada sastoji se u određivanju polaznih osnova i mogućih modela razvoja vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj. Pritom valja sagledati trendove razvoja vjerskog turizma u svijetu, ali i uzeti u obzir okolnosti koje su povezane s izbjijanjem globalne pandemije koronavirusa, a koje otežavaju planiranje i razvoj u nadolazećim uvjetima četvrte tehnološke revolucije.

5.1. Trendovi razvoja vjerskog turizma

Mogući trendovi razvoja vjerskog turizma povezani su s općim trendovima razvoja turizma u svijetu, gdje se prognozira daljnji rast svih oblika turističke ponude i potražnje. U uvjetima pandemije te nepredviđenih i brzih promjena koje zahvaćaju emitivna, ali receptivna odredišta, teško je upustiti se u predviđanja, no pokušava se dati osnovni okvir mogućih kretanja u vjerskom turizmu u Hrvatskoj. Posebno se naglašava veliki značaj kulturnog turizma za budući rast ukupnog turističkog sektora, što se može pozitivno odraziti i na segment vjerskog turizma. Isto tako, i dalje je prisutan trend diverzifikacije potražnje te rast posebnih i specijaliziranih proizvoda, kao i nestajanje masovnih programa i turističkih proizvoda. Trendovi se definiraju u sustavu rasta manjih, specijaliziranih ponuđača usluga, što također može činiti prednost vjerskih i duhovnih programa kao turističkih proizvoda za specijalizirane proizvode-usluge. Može se predvidjeti i rast kreativnog turizma koji omogućuje aktivnije uključivanje posjetitelja - turista u traženju lokalne kulture, gastronomije, doživljaja, načina života i traženja mira, za kojim čovjek posebno teži u uvjetima četvrte tehnološke revolucije. Potražnja za ekološki održivim proizvodima, koji se u turističkoj ponudi temelje na etičkim modelima, također otvaraju mogućnost širenja vjerskog turizma odnosno vjerskih programa. Međusobna tolerancija, dominantni obrasci multikulturalnosti i ekumenizma daju poseban poticaj za razvoj novih modela vjerskog turizma. Trend razvoja vjerskog turizma povezuje se s putovanjima prema očuvanom okolišu i lokalnim društvenim zajednicama kojima je temelj život te sklad čovjeka i okruženja. Novi gospodarski, sociološki i kulturološki trendovi oblikovali su novi tip turista, koji nagnje kulturi svjesnosti i savjesnosti, ekološkoj i duhovnoj produhovljenosti te novom tipu osobne senzibiliziranosti. Prema tome, kao najstariji motiv putovanja, vjerski turizam je zasigurno u trendu svjetskih i europskih pogleda na budućnost turističkog razvoja.

Osnovni trendovi razvoja turističke potražnje iznose se u nastavku, a utemeljeni su na vlastitom istraživanju. Turistički promet je u razdoblju od 2015. do 2019. godine (tijekom četiri ljetna mjeseca) povećan za 18%, dok je broj noćenja u istim kapacitetima povećan za 8%. Pritom je najveći rast zabilježen u segmentu obiteljskog smještaja, gdje je udio noćenja povećan za 12%. U okolnostima pandemije koronavirusa, odnosno u razdoblju od svibnja 2020. do prosinca 2021. godine, turistički promet se preplovio. U 2021. godini ostvaren je turistički promet u visini od 75% u odnosu na onaj iz 2019. godine. Stoga će se u nastavku analizirati samo zakonitosti rasta do prosinca 2020. godine:

- Raste udio turista srednje starosne dobi, koja postaje dominantna. Udio srednje dobne skupine gostiju, one od 30 do 49 godina, iskazuje lagani rast tijekom cijelog razdoblja provođenja istraživanja i kreće se od 47% do 56%.
- Udio mlađih dobnih skupina opada (posebice najmlađih gostiju), dok udio turista do 29 godina varira, ali s tendencijom pada u posljednjih nekoliko godina (od 21% u 2014. do 16% u 2019.).
- Raste udio turista višeg stupnja obrazovanja. Zamjetan je trend povećanja udjela fakultetski obrazovanih gostiju sa 21% u 2001. godini na 42% u 2019.
- Raste broj obiteljskih putovanja. Gotovo polovica gostiju koja tijekom ljetnih mjeseci posjećuje destinacije na Jadranu dolazi u krugu obitelji (46% u 2019.).
- Promjena motiva putovanja - od 1997. pa do 2017. godine bilježi se rast motiva kao što su novi doživljaji, gastronomija te aktivni odmor, dok istovremeno opada važnost pasivnog ili tzv. 'odmora na moru' (sa 75% udjela u 2014. godini na 55% u 2017.). Zamjetno povećanje interesa bilježe i *city break, touring*, kultura i umjetnost, sport i rekreacija, zabava i festivali, ruralni turizam, wellness, planinarenje, meditacija i vjera.
- Način putovanja - nastavlja se trend dominantnog dolaska u Hrvatsku automobilom (75%), uz značajan porast dolazaka zrakoplovom (17%).
- Raste udio rezervacija - povećava se broj gostiju koji unaprijed rezerviraju smještaj (sa 72% u 2014. na 88% u 2017. i 96% u 2019. godini).
- Gosti traže autentičnost destinacije pa, stoga, raste potražnja za prirodnim, očuvanim i autohtonim elementima turističke ponude destinacije, kao što su ljepota prirode, krajolika i mjesta, osobna sigurnost, ugodaj te gostoljubivost lokalnog stanovništva. Raste stupanj zadovoljstva većinom elemenata ponude: pješačkim i biciklističkim stazama, informacijama u destinaciji, ponudom kulture i označavanjem znamenitosti, mogućnostima razgleda kulturne baštine, običaja, vjere i duhovnih obilježja destinacije.
- Raste potražnja za smještajem u obiteljskim smještajnim jedinicama, a posebice za kućama za odmor. Pritom je važno istaknuti da rast prosječnih izdataka u hotelima iznosi 11%, u kampovima 19%, a u obiteljskom smještaju (kućanstvima) 24%.
- Povećanje ukupne turističke potrošnje - u proteklom desetogodišnjem razdoblju zabilježen je rast od 47%, te se prognozira da će potrošnja nastaviti rasti po istovjetnoj ili usporedivoj stopi.
- Stalni rast novih (IT) tehnologija – posebice u sustavu turističke ponude i potražnje, prodaji i rezervaciji smještaja (OTA), u ponudi usluga smještaja, prehrane i pića.

Iz iznesenog se može zaključiti da će potražnja za elementima vjerskih sadržaja i sakralnih objekata rasti, a posebice ako se uzmu u obzir sljedeći trendovi: porast individualnih putovanja i putovanja u manjim grupama; formiranje obiteljskih i jasno definiranih grupa sa specifičnim željama; interes za doživljajem 'mira i spokoja', kao i održivih oblika turističke ponude. Sve navedeno daje snažan zamašnjak razvoju vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj.

5.2. Vizija, ciljevi i zadaci razvoja vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj

U nastavku se prikazuju osnovne smjernice mogućih pogleda na viziju, ciljeve i model razvoja vjerskog turizma u Republici Hrvatskoj. U cilju definiranja modela razvoja vjerskog turizma postavljaju se sljedeća pitanja:

- gdje smo: obrađeno u 2. i 3. poglavlju
- kamo idemo: obrađeno: u 3. i 4. poglavlju
- kako do postavljenog cilja i kojim programom: obraditi će se u 5. poglavlju.

Točnije, u nastavku će se prvo definirati vizija, ciljevi i zadaci razvoja vjerskog turizma, nakon čega će se ponuditi razvojne mogućnosti, modeli i prijedlozi za izvedbu plana rada i ciljeva razvoja vjerskog turizma.

Moguća i potencijalna vizija razvoja vjerskog turizma može se temeljiti na sustavu novih i nedovoljno obrađenih vrijednosti kojima se odgovara na tri bitna pitanja koja se prikazuju u nastavku (Tablica 5).

Tablica 5. Definiranje vizije razvoja vjerskog turizma

PITANJE	SMJERNICE ZA OBLIKOVANJE VIZIJE
Kakav bi vjerski turizam u Hrvatskoj trebao biti u sljedećem razdoblju?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ prepoznatljiv ✓ cjelogodišnji i u skladu s vjerskim kalendarima ✓ provediv u svim vjerskim zajednicama ✓ profesionalno organiziran ✓ turističko ugostiteljski profesionalci moraju biti u funkciji prijema vjernika ✓ razina kvalitete usluga mora biti visoka
Koji su ključni preduvjeti razvoja vjerskog turizma u Hrvatskoj?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ zakonski definirati pojam vjerskog turizma ✓ izjednačiti vjerske i sakralne objekte s ostalim objektima u kulturi ✓ omogućiti približavanje europskim razvojnim fondovima ✓ urediti razvojne planove lokalnih zajednica s interesima vjerskih zajednica ✓ povećati znanja i vještine iz turističkih profesija na djelatnike u vjerskim zajednicama ✓ poticati rad volontera u vjerskim zajednicama ✓ definirati DMO u funkciji jačanja vjerskog turizma ✓ uvesti integralne i interaktivne informacijske sustave
Kako će vjerski turizam u Hrvatskoj potaknuti i pojačati potencijalnu potražnju?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ povećati osjećaj za gostoprимstvo i pojačati opću kulturu svih u destinaciji vjerskog turizma ✓ podignuti kvalitetu opće komunalne infrastrukture ✓ potencirati autentičnost i sustav kvalitete lokalnog života ✓ ojačavati vjersku toleranciju u duhu ekumenizma ✓ poticati sigurnost, nacionalnu i vjersku toleranciju

Izvor: istraživanje autora

Određenje nove vizije vjerskog turizma u Hrvatskoj sadrži konceptualni, operativni i proizvodni aspekt. Konceptualni aspekt vizije mora odgovoriti na pitanje kakav bi hrvatski vjerski turizam trebao biti. Operativni aspekt odgovora na drugo pitanje ključnih preduvjeta razvoja hrvatskog vjerskog turizma, tj. identificira osnovne ciljeve operativnih strategija. Proizvodni aspekt vizije odgovara na pitanje čime će hrvatski turizam privlačiti potražnju, ističući pritom ključne sastavnice hrvatskog turističkog proizvoda. U skladu s gornjim odrednicama, izrađena je i nova razvojna **vizija hrvatskog vjerskog turizma**: *Pored poznatih turističkih vrijednosti, Hrvatska će biti prepoznatljiva i po vjerskim oblicima turističke ponude. Hrvatska će biti odredište suživota, tolerancije i sigurnosti u kojoj će se doživjeti sakralna prošlost i tolerantna budućnost. Hrvatska će biti turistička destinacija za doživljaj, suživot i novi vjerski život svih ljudi dobre volje.*

Shema 3. Vizija vjerskog turizma Republike Hrvatske

Hrvatska će biti turistička destinacija po mjeri turista: sve potrebe i motivi turista će se zadovoljiti na način da će se, u cilju povećanja kvalitete turističkog doživljaja, ponuditi i kulturno-povijesno nasljeđe te vjerski događaji.

Iz navedenog se dade zaključiti koji su strateški ciljevi u razvoju vjerskog turizma u Hrvatskoj. Jedan od ključnih ciljeva razvoja vjerskog turizma je bolji i kvalitetniji život sudionika u kreiranju i stvaranju vjerskog turističkog proizvoda - usluge. To su prije svega ljudi koje se definira kao "Kler", ali i one koji okružuju kler. To su svi sudionici iz turističkog okruženja: lokalno stanovništvo, gospodarske djelatnosti - trgovina, ugostiteljstvo, komunalne usluge, zdravstvo, sigurnost i sve komplementarne djelatnosti, ali i sustav lokalne uprave kao i sustav Turističke zajednice i šire. Svi navedeni dionici podržavaju brži gospodarski rast i integraciju tržišta, kao i institucionalne reforme, višu stopu zaposlenosti i promicanje održivog razvoja. Nameće se jedan od stavova da je **glavni cilj razvoja vjerskog turizma u Hrvatskoj povećanje atraktivnosti, prepoznatljivosti i dopadljivosti, što bi trebalo hrvatsku vjersku ponudu dovesti u rang atraktivnih turističkih destinacija koja će, pored svih postojećih atributa, biti obilježena i kao vjerska destinacija. Hrvatska bi trebala biti konkurentnija s boljom ponudom vjerskog turizma na turističkom tržištu.**

Postavljeni strateški ciljevi razvoja vjerskog turizma poticat će sljedeće operativne ciljeve u razvoju ukupne turističke konkurentnosti (i ostalih oblika turističke ponude):

- **Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja** - Pojačana potražnja za smještajem, jer će biti više turista-vjernika, koji će poticati veću kvalitetu smještaja i bolju popunjenošću svih vrsta smještajnih kapaciteta. Mlađi vjernici traže smještaj u hostelima i jeftinijim oblicima smještaja što potiče na razvoj i tog segmenta smještaja. No, s druge strane, platežno jači vjernici traže najbolje oblike smještaja.
- **Novo zapošljavanje** - Otvaranje novih radnih mjesta u turizmu, poticaj malog poduzetništva, otvaranje radnih mjesta u ne-turističkim djelatnostima, koje čine opće okruženje vjerskog turizma.

- **Investicije** - Realizacija novih investicija, posebno u adaptaciji postojećih sakralnih objekata i izgradnji novih ili potpuno zapuštenih sakralnih objekata ili izgradnja nekada porušenih, crkava, sinagoga itd. Obnova zapuštenih vjersko arheoloških lokaliteta u muzejske, izložbene ili programske objekte za duhovne programe i novu turističku ponudu.
- **Povećanje turističke potrošnje** - Povećanje turističke potrošnje u osnovnim turističkim uslugama kao i u podržavajućim uslugama (trgovine, suveniri, prijevoz, sigurnost itd.). Ostvarivanje veće razine turističke aktivnosti i povećani turistički promet potiču plasman domaćih proizvoda i usluga.

5.3. Razvojne mogućnosti vjerskog turizma

Polazno pitanje bilo je kako razviti današnju razinu turističke ponude Hrvatske koja je zasnovana na motivu vjere. Opće je poznato kako je za potrebe razvoja svakog oblika turističke usluge od izuzetne važnosti osigurati suvremenu i inovativnu komunikaciju s turističkim tržištem, što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu, odnosno unapređenje *online* informacijsko-prodajnih portala ponuđača usluga i destinacija (npr. kontinuirani rad na sadržaju, usmjerenje prema cilnjim potrošačkim segmentima, doživljajan prikaz ponude, unapredjenje web funkcionalnosti, optimizacija portala prema tražilicama), intenziviranje mogućnosti *online* kupnje i/ili rezervacije usluga (npr. smještaja, izleta, karata za događanja) na destinacijskim portalima te intenziviranje razvoja CRM sustava na razini ponuđača usluga i na razini destinacija (npr. tematizirani *newsletteri*, informacije prije i nakon puta).³⁰ U cilju definiranja razvojnih mogućnosti vjerskog turizma polazi se od četiri moguće varijable koji se navode u nastavku, a detaljnije su prikazane u Tablici 6.

1. Ciljana pozicija budućeg razvoja,
2. Potencijalna nova izgradnja i revitalizacija,
3. Moguće aktivnosti razvoja vjerskog sadržaja,
4. Ostale komplementarne radnje od utjecaja na razvoj vjerskog turizma.

Ova vrsta posebnog oblika turizma je vrlo zahtjevna i kompleksna te podrazumijeva određena stručna znanja, saznanja i kompetencije, kako teološka tako i ekomska. Vjerski turizam spada u kategoriju 'posebno relevantnih proizvoda kulturnog turizma'. Iako se u nekim svojim obilježjima vjerski turizam počeo približavati suvremenom kulturnom turizmu, ono će se od njega uvijek razlikovati po dvjema bitnim karakteristikama:

- vjerski motiv putovanja,
- vjerski sadržaj koji mora postojati u receptivnom prostoru.

Vjerski turizam je duboko ukorijenjen u dalekoj prošlosti, a danas je prisutan više nego ikada u povijesti i treba ga unapređivati i promovirati, a posebice u mjestima gdje je turizam tek u začecima. Uključiti se trebaju svi, od društvene zajednice, kulturnih djelatnika, turističkih

³⁰ Strategija razvoja turizma u Hrvatskoj do 2020 godine, NN. br. 5/13.

radnika i lokalnog stanovništva do Crkve (vjerskih institucija). Iz toga proizlazi i velika mogućnost ove vrste turističkog proizvoda, odnosno nemjerljive mogućnosti među kojima možemo istaknuti i nezaobilazne ekonomske efekte u korištenju te pojavnosti. S našeg gledišta čini se da samo ustrojstvo vjerskog turizma pokazuje dva aspekta koja međusobno i simultano surađuju: s jedne strane se miče dinamička struktura turizma, a s druge strane osjećaj vjere u našem vremenu, uključujući motivacije i tendencije koje su dosta heterogene, ostvarujući na kraju jednu vrstu novog pogleda na putovanja motivirana vjerom. Globalizirani čovjek je otuđeni čovjek, koji traži nešto što je izgubio, traži vjeru u život, a to može predstavljati novi motiv putovanja kojega se definira kao 'moderni vjerski turizam u uvjetima informatičke tehnologije'.

Autori dokazuju da postoji **vezu vjerskog turizma s kulturom, tj. kultura je često osnovni motiv putovanja koja u većini slučajeva potiče i vjerske motive**. Kako je danas u svijetu u turističkoj ponudi u modi individualizirana ponuda, vjerski turizam, kao dio jedne velike obitelji posebne turističke ponude, otvorenijim pristupom i upotrebom modernih mogućnosti prezentiranja mogao bi polučiti i još veće ekonomske koristi. No, bez odgovarajućeg plana postoji rizik da bi turizam mogao promijeniti sakralna mjesta budući da masovna nevjerska posjećivanja mijenjaju osnovnu svrhu i očuvanje objekta, a posebno njegovu duhovnost. Naime, u takvim objektima (crkvama i svetištima) primarni su ciljevi liturgija i molitva. Kako bi se zajamčio efikasan i zadovoljavajući posjet sakralnom mjestu, ono mora biti sastavljen u samo središte kompleksnog sustava – konstelacije vrijednosti da bi se u potpunosti izrazila vrijednost koja je skrivena u samom resursu.

Istodobno, potrebno je uzeti u obzir ulogu i očekivanja svih zainteresiranih strana, prije svega crkvenih institucija, kako bi se interaktivno upravljalo sakralnim mjestima unutar okvira njihovih ovlasti i ciljeva. Prihvatanje takvih integriranih sustava omogućuje najrazličitije posjete dobara iz vjerskih i turističkih motiva, a poboljšava promociju kroz eksternalizaciju i koordinaciju aktivnosti. Različite aktivnosti u sustavu posjete vjerskih objekata i materijalnih resursa (crkve, samostani, muzeji, groblja, arheološka nalazišta) objedinjene pod pojmom 'očuvanje vrijednosti i funkcije upotrebe' korisne su i imaju viši stupanj kompleksnosti. Tako se turizam spaja s kulturom, kultura s vjerom, vjera s tržištem, tržište s latentnim i očiglednim potrebama čovjeka, stvarajući neobične situacije: nove tržišne niše, nova iščekivanja ponude i potražnje, nove poduzetničke subjekte, nove oblike menadžmenta i DMO, nove turističke krugove ponude i potražnje i na kraju kao rezultat nove manifestacije religioznosti, koju se može definirati kao vjerski turizam ili turistička ponuda motivirana vjerskim motivima i potrebama.

Kao što je prethodno navedeno, u Tablici 6. su sadržane četiri moguće varijable kao čimbenici određivanja razvojnih mogućnosti vjerskog turizma, a to su redom: ciljana pozicija budućeg razvoja, potencijalna nova izgradnja i revitalizacija, moguće aktivnosti razvoja vjerskog sadržaja, ostale komplementarne radnje od utjecaja na razvoj vjerskog turizma.

Tablica 6. Definiranje razvojnih mogućnosti vjerskog turizma

VARIJABLE RAZVOJNIH MOGUĆNOSTI VJERSKOG TURIZMA	
1. CILJANA POZICIJA BUDUĆEG RAZVOJA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hrvatska je veoma dobro prepoznata kao osmišljeno, sadržajno i zanimljivo turističko odredište duge tradicije. ✓ Hrvatska je sa svojom kulturnom baštinom, posebno sa multikulturalnošću i stoljetnim suživotom, dobro poznata svjetskoj turističkoj javnosti. ✓ Hrvatska je većinski katolička zemlja, ali i zemlja u kojoj se susreću vjere latinske i pravoslavne vjeroispovijesti, te kao zemlja gdje se sastaju islamske i židovske zajednice. ✓ Ulaganja u živu gradsku kulturnu scenu rezultirala su uvrštavanjem većih gradova na turističke itinerere, dok su revitalizacija i opremanje pojedinačnih objekata baštine, vjerskih lokaliteta i mreža hodočasničkih putova te uvođenje proizvoda nove generacije koji omogućuju kreativno izražavanje i interakciju posjetitelja s lokalnim ambijentom otvorili Hrvatskoj pristup novim turističkim tržištima koje motivira vjera.
2. POTENCIJALNA NOVA IZGRADNJA I REVITALIZACIJA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Potencijalna nova izgradnja objekata i ponajviše revitalizacija i obnova napuštenih sakralnih objekata čine potencijal za aktivniju ulogu u angažmanu građevinskih tvrtki. ✓ Pojedini vjerski objekti (samostani itd.) koji su loše popunjeni (nisu u vjerskoj funkciji) mogu biti revitalizirani kao odmarališni objekti s motivom kulture i vjere, kao ljetni vjerski kampovi, seminari, duhovne vježbe, duhovne obnove itd. ✓ To su nove investicije koje imaju karakter prenamjenu i/ili adaptaciju različitih trenutačno neiskorištenih vjerskih objekata u crkvenom ili javnom vlasništvu.
3. MOGUĆE AKTIVNOSTI RAZVOJA VJERSKOG SADRŽAJA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Izrada Akcijskog plana razvoja vjerskog turizma u suradnji s vjerskim zajednicama, Ministarstvom kulture, Ministarstvom turizma i sporta i sustava turističkih zajednica. ✓ Investicije vjerske zajednice ili javno privatno partnerstvo ili drugih u atraktivne lokalitete, arheološki nalazi, za organizaciju velikih manifestacija ili atraktivnih povijesnih i vjerskih lokaliteta (Zadar-Sv. Donat, Vukovar, Rijeka – Trsat, Gunja, Sisak, Split, Dubrovnik).
4. OSTALE KOMPLEMENTARNE RADNJE OD UTJECAJA NA RAZVOJ VJERSKOG TURIZMA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Razvoj novih informatičkih tehnologija u komunikaciji vjerskog objekta s turistima i širom javnošću. ✓ Obrazovanje potencijalnih vodiča, informatora koji će kvalitetnije voditi i upoznavati potencijalne turiste i vjernike o sakralnom objektu ili događanju. ✓ Povećati razinu znanja i vještina o turizmu za potrebe klera i pripadnika određene vjerske zajednice. ✓ Uskladiti radno vrijeme sakralnog objekta s potrebama turista, bez obzira je li njihov motiv posjete vjerski ili je samo opći interes. ✓ Organizirati volonterski rad na razini tražene kvalitete vjerskog događaja.

Vjerski turizam potiče društveni proces u kojem se pojava kulturnog i vjerskog turizma stavlja u poziciju 'magneta' koji generira inicijative poduzetničkog i ekonomskog karaktera, postajući noseći čimbenik za ekonomiju pojedinih područja i gradova, te ček i država. Tendencija brzih promjena začudile su same aktere vjerskog turizma, do te mjere da pokazuju nedostatak ukupnog idejnog projektiranja, limitiranog u promotivnom investiranju, podcijenjenog što od javnih i privatnih programera - menadžera, što od crkvenih operatera – voditelja svetišta i crkvenih institucija (župa, samostana, biskupija, redovničkih provincija, voditelja islamskih centara itd.). Samim time vjerski turizam zahtjeva, baš temeljem njegove prirode, namjeru stavljanja u funkciju svih materijalnih i nematerijalnih resursa, organsko međusobno povezanih u perspektivi integriranog projekta putem kojeg ponuda nadmašuje rizik 'neorganskog proizvoda' i predstavlja se s atraktivnom jedinicom turističkog proizvoda koja budi osjećaj ispunjenja i zadovoljenja, tjerajući promotore (ponudu) i korisnike (potražnju) u jedan čin smisla i sigurne perspektive koja će poboljšati ljudsko stanje. Turiste treba uključiti i uvesti, kako bi sudjelovali i doživjeli destinaciju, ali putem metode koju sociolozi nazivaju 'pristup zajednice', a to je integracija s događajem, kako bi se što bolje doživjelo vjersko događanje. Putem te metodologije usluga dobrodošlice biva ponuđena u sinergijskim oblicima, uključujući sve aktivne subjekte koji sudjeluju u zajedničkom prostoru, favorizirajući jedno aktiviranje između različitih, ali povezanih aktera s ciljevima općeg dobra. Dobro je primjetiti da turistički promet, a ovdje se misli posebno na zadnjih dvadeset godina, zahvaljujući njegovom komunikativnom i međusobno zavisnom potencijalu, generira stanja susreta, reciprocitetne tolerancije i zajedničkih interesa. U tom pogledu dobrodošlica i gostoljubivost, osim u vjerskim i kulturnim aspektima, postaju jedno zalaganje i jedan stil kojeg prihvaćaju pojedini subjekti i ostvareni su ovisno o različitim odgovornostima i mjestima uloge obitelji: u trgovačkim organizacijama, školama, lokalnim institucijama, župama. Po tom pitanju institucije trebaju uzeti odgovornost educiranja o gostoprivrstvu s inicijativama učenja, promovirajući pritom puteve vjere i kulture. Vjerske zajednice trebaju se aktivno uključiti u obuku i svojih vjernika, a u cilju veće gostoljubivosti i osjećaja dobrodošlice, jer se time povećava doživljaj boravka turista.

Autori zaključuju kako su svjetovna mjesta u mreži vjerskog motiva putovanja, odnosno kako uz vjerska ili duhovna mjesta turisti često posjećuje i ostale ili profane lokacije. Uvijek je, naime, putovanje povezano s troškovima, ekonomskim i tržišnim pitanjima, a rješenja nalaze profesionalci, bilo za prijevoz, bilo za smještaj i hranu ili druge potrebe. Za rješenje pitanja ekonomskog funkcioniranja putovanja potrebni su profesionalci, potrebne su složene suradnje između poduzetničkih, ekonomskih i tržišnih te marketinških stručnjaka s lokalnim institucijama, sljedeći pritom harmonijsko programiranje, kako bi se na razini vrijednost za novac ponudio i realizirao vjerski program. Ovdje nije riječ o izmišljanju novih formula prodaje ili vjerskog marketinga, već o nuđenju novih mogućnosti iskustva i narodne religioznosti na starim putevima vjere i tradicije, ali potpomognute novim tehnologijama. Uz ovu pažnju treba uvažavati i potrebu za stručnim i osjećajnim praćenjem sa instrumentima masovnih medija i dobro obučenih vodiča koji će biti raspoloženi slijediti turiste, hodočasnike ili obične posjetioce, kojima je motiv posjete vjera – duhovni motiv. Zbog tog razloga vjerski turizam favorizira uspostavljanje organizacijskih i komunikativnih mreža, posebno modernih IT tehnologija. One su potrebne i za koordiniranje, na racionalan način, vjerskih i kulturnih

inicijativa, ekonomskih i turističkih aktivnosti, mjesta lokalne kulture povijesnih svjedočanstava. U vidu ove umrežene dimenzije evidentira se važan i odlučan projektni pristup s težnjom spajanja znakova materijalne i nematerijalne kulture, kulture rada i valorizirati značenja civiliziranosti, radišnosti, kreativnosti i religioznosti. To je inovativno ponašanje koje treba dominirati u bliskoj budućnosti stvarajući jednu dodatnu vrijednost u odnosu na puku turističku ponudu. Moderni turist – hodočasnik želi doživljaj na razini očekivane 'vrijednosti za novac' (kao i svi turisti), no u vjerskom turizmu ipak očekuje i duhovni doživljaj, što ga čini drukčijim u odnosu na ostale turiste i njihove 'nevjerske' motive. Vjerski turizam ima karakter povezivanja vjerskih uvjerenja, povijesnih događaja, objekata i činjenica s motivom putovanja.

U aktualnom narativu o turističkom razvoju, uvelike se naglašava pojam kvalitete, koji u okviru vjerskog turizma ima obilježe 'ljepote' putem kulture posjećenog mjesta, koja se može primijetiti u onome što je nazvana potpuna kvaliteta jednog područja. S ciljem ostvarenja ovog cilja potrebno je pronaći vjerski turizam u jednom organskom kulturnom projektu koji će uključiti ne samo materijalnost umjetničkog djela, već i skup načina i aspekata kojeg ga čine živim, elokventnim, nezaboravnim vjerskim doživljajem.

5.4. Mogući model međuovisnosti vjerskih organizacija i održivi razvoj vjerskog turizma

Međuovisnost javnog i privatnog sektora odnosno suradnja i partnerstvo u turizmu imperativ je bez kojeg nije moguće postići napredak. U tom segmentu je za razvoj vjerskog turizma ključna suradnja državnih institucija svih triju razina i vjerskih zajednica, koja zahtjeva među-organizacijske odnose, suradnju i usuglašavanje u svrhu održivog razvoja vjerskog turizma. Državne institucije bi se više nalazile u ulozi stimulatora ulaganja privatnoga sektora uz pomoć fiskalnih i drugih poticaja, te prevencije i kontrole nesavjesnoga poslovanja, dok bi vjerske zajednice trebale osigurati ulogu moderatora razvoja vjerske ponude. Naglasak treba dati na ulogu lokalnih razina vlasti kao što su županijske, općinske i gradske jedinice lokalne samouprave (JLU), kao i na ulogu lokalnih komunalnih poduzeća u vlasništvu jedinica lokalne samouprave. Govoreći o nezaobilaznom su-odnosu turizma i vjere, vjerskih organizacija s destinacijskim menadžment organizacijama u nas i svijetu, valja imati na umu razlike među religijama i religijskim shvaćanjima, ali i razlike u shvaćanju turizma koji proizlazi iz različitih poimanja u dostignutom stupnju turističke razvijenosti u pojedinim dijelovima i sredinama u svijetu. Zato je ne samo teško, nego i posve nemoguće predviđati neko jedinstveno i univerzalno ponašanje kao rezultat jedinstvenog razvoja u tom budućem suodnosu turizma i vjere za sve sredine. Zbog toga i stavove u ovom poglavlju treba prihvati kritički, uzimajući u obzir uži i širi prostor – kao društveno, ekonomsko, političko, religijsko, kulturno itd.

U cilju kako bi se u Hrvatskoj uspješno razvijao vjerski turizam potrebno je odrediti i pozicionirati nekoliko najbitnijih destinacija vjerskog turizma u Hrvatskoj. Pozicioniranje takvih destinacija vjerskog turizma prije svega zahtjeva primjerenu valorizaciju kulturno-povijesne i sakralne baštine određene destinacije. Vjerske zajednice raspolažu vrijednim umjetninama, artefaktima i prostorima koji zasigurno mogu biti zanimljivi posjetiteljima. Stoga je potrebno pronaći način da se isti stave na uvid i raspolaganje javnosti. Zasigurno bi osnivanje

muzeja sakralne baštine bio važan doprinos kulturnoj, ali i turističkoj ponudi toga mjesta. Muzej sakralne umjetnosti imao bi za cilj stalnu prezentaciju sakralne umjetnosti turistima, stručnoj i znanstvenoj javnosti. Osim prezentacije muzej bi imao i funkciju restauracije i čuvanja sakralnih umjetnina te bi trebao biti tržišno samoodrživ. U želji da se sakralna baština stavi na uvid javnosti, potrebno je uskladiti interes turista i dužnosnika u vjerskim zajednicama, odnosno vrijeme u kojem su crkve otvorene za javnost prilagoditi potrebama posjetitelja. Za razvoj vjerskog turizma važno je isto tako i kontinuirano održavanje vjerskih objekata što podrazumijeva redovito uključivanje restauratora i konzervatora za održavanje interijera crkava te održavanje okoliša koji je u vlasništvu vjerskih zajednica.

Potrebno je na turistima prihvatljiv i održivi način osigurati vanjsko uređenje sakralnih objekata (hortikultura, rasvjeta, komunalno uređenje itd.) te održavanje javnih površina u njihovoј okolini. U cilju boljeg otvaranja i turistima prihvatljivije prezentacije sakralne baštine, potrebno je profesionalno organizirati prezentaciju uz potpunu zaštitu, što je u većini destinacija velik problem s kojim se suočavaju vjerske zajednice jest čuvanje crkava i umjetnina koje se u njima nalaze. Stoga se smatra izuzetno važnim definirati model čuvanja i osiguravanja crkvenih objekata i inventara. U tom cilju vjerske organizacije uz suradnju s lokalnim turističkim zajednicama moguće je provesti niz aktivnosti kao što su postavljanje video nadzora ili definiranje modela financiranja čuvarskih službi (redara) i osiguranja crkvenih objekata i inventara. Financiranje navedenoga moguće je osigurati iz sredstava kojima raspolaže Turistička zajednica mjesta, općine, grada, županije kao i od prihoda od prodaje suvenira ili prodaje ulaznica u sakralne muzeje. Nadalje, u turističkom smislu važno je postaviti putokaze i oznake vjerskih objekata. Postavljenje smeđe signalizacije te informativnih ploča u blizini vjerskih objekata s relevantnim informacijama o kulturno-povijesnoj baštini te praktičnim informacijama o vremenu raspoloživom za posjete, pravilima ponašanja u crkvama i drugo predstavlja bi doprinos pozicioniranju mjesta kao destinacije vjerskog turizma.

U općinskim, gradskim i županijskim strateškim razvojnim dokumentima iz područja turizma treba biti prepozнат potencijal vjerskog turizma u mjestu, gradu, županiji. Isti dokument treba predstavljati sastavni dio integralnoga turističkog proizvoda destinacije koji je moguće unaprijediti razvojem novih oblika turističkih proizvoda, odnosno usluga. Turistički proizvod temelj je marketinškog miksa vjerskog turizma te stoga zahtijeva posebnu pozornost. Postoji čitav niz mogućnosti inoviranja vjerskog turističkog proizvoda kao na primjer: vjerničke rute obilaska vjerskih objekata i znamenitosti u različitom vremenskom trajanju tijekom kojih bi se posjetilo nekoliko vjerskih objekata, organizirani obilazak crkvi uz stručno vođenje osobe specijalizirane za određeni objekt, vjerničke hodočasničke rute kojima bi se povezivalo nekoliko destinacija prepoznatljivih po vjerskom turizmu (Međugorje, Marija Bistrica, Trsat, Aljmaš i šire). U vrijeme posjeta sakralnim objektima kad nema obreda potrebno je osigurati nadzor i stručno vođenje uz prigodnu prodaju nabožnih predmeta i prikladnih suvenira. Stručni vodič morao bi imati najmanje srednju stručnu spremu i biti educiran o povijesnim i sakralnim obilježjima crkve. Isto tako, vjerske zajednice - organizacije doprinos razvoju turizma mogu dati bogoslužjima na stranim jezicima te organizacijom višednevnih duhovnih seminara. U turističkom smislu svakako bi bilo zanimljivo organizirati raznovrsne kulturne sadržaje nadahnute vjerom, kao što su festivali duhovne glazbe, projekcije

filmova s vjerskim sadržajima, održavanje izložbi i drugih manifestacija. U okviru proizvoda kulturnog turizma, ali i uz određenu vjersku komponentu, predlaže se organiziranje gastronomskih festivala s ponudom koja je utemeljena na vjerskim običajima (na primjer halal, košer, „čista srijeda”, korizmeni post, blagdanska jela i slastice i slično). Svakako je potrebno proizvode vjerskog turizma prilagođavati specifičnim potrebama ciljnih skupina.

Potrebno je redovito organizirati seminare, tečajeve i druge oblike cjeloživotnog učenja za turističke vodiče, animatore i volontere koji će biti specijalizirani za vođenje turista po vjerskim objektima, posebno u vrijeme vjerskih događaja. Za razvoj i unapređenje vjerskog turizma svakako je nužna i promocija. Ona se provodi različitim sredstvima (*offline* i *online*) u cilju informiranja ciljnih tržišnih segmenata o ponudi vjerskog turizma u vjerskoj turističkoj destinaciji (o objektima i događajima). Nameće se jasan cilj, kao bolje prezentirati sakralnu baštinu, u čemu su u većini slučajeva čelnici vjerskih zajednica nekompetentni. U tom smislu, valjalo bi inovirati i tiskati višejezične turističke vodiče, letke i brošure u kojima će se opisati kulturno-povijesna baština destinacije i objaviti informacije o svim vjerskim objektima i događajima u destinaciji. Posebna turistička mapa s ucrtanim vjerskim objektima i vjerskim rutama dodatno bi olakšala snalaženje turistima koji posjećuju destinaciju motivirani vjerom, ali i kulturom. Popis svih vjerskih događaja i obreda u obliku kalendara dodatno bi pridonio informiranosti turista i hodočasnika. Međutim, razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije nameće nove standarde u komunikaciji s cilnjom publikom. Turističke zajednice bi trebale kreirati jedinstveni internetski portal na kojem bi se objavljivale sve informacije o vjerskim zajednicama, objektima i događajima u destinaciji te druge informacije relevantne vjerskim zajednicama, organizatorima putovanja, turističkim vodičima, vjernicima, turistima i ostalim zainteresiranim skupinama. Takav portal ujedno bi trebao biti temelj za interaktivnu komunikaciju s publikom putem društvenih mreža ili elektroničke pošte, odnosno nositelj multimedijskih sadržaja s motivima vjere.

U funkciji unapređenja turističke ponude destinacije vjerskog turizma ali i pribavljanja finansijskih sredstava za financiranje čuvanja i održavanja vjerskih objekata, potrebno je obogatiti ponudu suvenira i nabožnih predmeta. Iako kupnja proizvoda i usluga nije primarni motiv dolaska u vjersku turističku destinaciju na kojim se nalaze vjerski objekti, organiziranjem sajma autohtonih proizvoda. Sve to upotpunjuje doživljaj boravka u destinaciji i izvor je prihoda većeg broja poduzetnika i lokalnog stanovništva. Jedna od mogućnosti je i održavanje sajmova tijekom većih okupljanja i blagdana.

Osim rasta potrošnje cilj vjerskih organizacija (zajednica) i JLS kao i lokalnih gospodarskih subjekata bi trebao biti i stvaranje okružja u kojemu se turisti i hodočasnici osjećaju ugodno kako bi se njihovo zadovoljstvo pozitivno odrazilo na ponovni dolazak i preporuku kao poželjne vjerske turističke destinacije drugim posjetiteljima. Da bi se navedeno ostvarilo, važno je otkloniti izvore nezadovoljstva posjetitelja. To je moguće ostvariti unapređenjem infrastrukture i logističkom potporom općine, grada, županije, komunalnih poduzeća i drugih službi za vrijeme velikih događaja. Najveći problem koji je uočen u destinacijama vjerskog turizma odnosi se na nedostatak parkirališta, koji se može otkloniti pronalaženjem novih parkirališnih prostora. Potrebna je organizacija dobre regulacije prometa

i prihvati autobusa koji bi trebali biti parkirani izvan samog centra destinacije. Nezadovoljstvo turista, hodočasnika vezuje se najčešće uz neadekvatne prilaze vjerskim objektima i nedostatak sanitarnih čvorova. Komunalna poduzeća, u suradnji s općinom, gradom i županijom, osigurati veći broj sanitarnih objekata u blizini većih okupljača vjernika i turista i prilaz vjerskim objektima osobama s posebnim potrebama. Komunalna poduzeća trebaju voditi računa o čistoći destinacije i okoliša objekata te ovisno o potrebama pojačati aktivnosti čišćenja i hortikulturnog uređenja okoliša vjerskih objekata. Otklanjanje izvora nezadovoljstva pozitivno će se odraziti na ugled destinacije vjerskog turizma.

Stoga se kao jedan od najvažnijih zadataka za realizaciju strateškog upravljanja turističkom vjerskom destinacijom nameće koordinacija djelovanja svih nositelja aktivnosti turističke ponude vjerskog turizma. Navedeno je moguće ostvariti umrežavanjem svih dionika i osnivanjem tijela unutar turističke destinacije koje će se redovito sastajati radi organiziranja i nadziranja aktivnosti te osiguravanja ispunjenja strateških ciljeva.

Shema 4. Sustav destinacijskog menadžmenta za upravljanje vjerskim turizmom



Izvor: obrada autora

Preporučljivo je da takav organizacijski okvir odnosno ustroj, počiva na osam stupova:

- 1) vjerskoj instituciji (župa, biskupija, metropolija odnosno hijerarhija kod drugih vjerskih zajednica),
- 2) jedinicu lokalne/regionalne uprave i samouprave (općina, grad, županija/regija),
- 3) destinacijskoj menadžment kompaniji na modelu javno-privatnog partnerstva,
- 4) destinacijskoj marketinškoj organizaciji u vidu lokalne, županijske i regionalne turističke zajednice,
- 5) javnim institucijama (policija, vatrogasci, zdravstvena zaštita i sl.),
- 6) javnim poduzećima (komunalno, i druga poduzeća za infrastrukturu),

- 7) interesnim poslovnim skupinama (hoteli, restorani, turističke agencije, trgovine i ostale usluge),
- 8) ostalim interesnim skupinama (muzeji, galerije, udruge, škole, vrtići).

Svaki od stupova ima svoje specifične i opće zadaće. Udio koji ima lokalna zajednica osigurava uključenost i zainteresiranost zajednice za ključne projekte koji pretvaraju destinaciju u *brand*, ali i učinkovit nadzor nad trošenjem i učincima proračunskih sredstava namijenjenih i investiranih u tu svrhu. Stoga na destinacijski menadžment „treba gledati kao na turističke atraktivnosti koje angažiraju lokalne interese unutar svrshodne poslovne suradnje s nositeljima ponude, u svrhu stvaranja destinacijskog proizvoda“.³¹

Optimalan instrumentarij za mjerjenje uspješnosti u modelu destinacije sadrži četiri vrste mjerjenja:³²

1. mjerjenje financijskih pokazatelja,
2. mjerjenje benchmarkinga isporuke sastavnica destinacije kao *branda*,
3. mjerjenje praćenje zadovoljstva turista (hodočasnika),
4. interno mjerjenje izvedbe destinacije kao branda.

Mjerjenje financijskih pokazatelja uspjeha destinacije uključuje alate koji daju odgovore na sljedeća pitanja:

- koliko upravljanje destinacijom pridonosi poboljšanju popunjenoštiti kapaciteta i financijskim rezultatima po pojedinim tipovima smještajnih jedinica u određenim vremenskim razdobljima.
- koliko upravljanje destinacijom metodologijom brand arhitekture doprinosi stvaranju efekta dodatne vrijednosti u plasiranju turističko-vjerskog proizvoda destinacije,
- kada i kako se to može dalje unapređivati,
- koji se povrat sredstava (*return on investment – ROI*) postiže specifičnim investicijama u uvođenje branda odnosno pojedine projekte i aktivnosti.

Mjerjenje benchmarkinga isporuke destinacije kao branda u odnosu na konkureniju treba podastrijeti saznanja o:

- ukupnoj snazi destinacije kao branda u konkurentscom okružju prema ključnim parametrima (svjesnost, preferencija, zadovoljstvo),
- koliko učinkovito destinacija kao brand komunicira o svojem pozicioniranju na tržištu.

Mjerjenje praćenje zadovoljstva korisnika (hodočasnika) ostvarenjem percepcija destinacije kao branda odnosi se na:

- mjerjenje zadovoljstva turista/hodočasnika po pojedinim sadržajima i vrsti ponude,

³¹ Magaš, D., *Destinacijski menadžment- modeli i tehnike*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2008., str.2

³² Jurin, E., op. cit., str. 140.

- evaluaciju odnosa turista/hodočasnike i destinacije kao branda,
- procjenu kako destinacija kao brand kotira u odnosu na svoje atribute,
- mjerjenje uspješnosti ukupnog komuniciranja destinacije kao branda u osvajanju naklonosti turista/hodočasnika.

Interni mjerjenje izvedbe destinacije kao branda usmjereni stanovništvu, koje živi na destinaciji i od destinacije, sustavno i ažurno prati:

- da li je i kako pozicioniranje destinacije kao branda u cijelosti integrirano u načinu ponašanja domaćeg stanovništva kao 'isporučitelja' branda,
- da li je to i kako objavljeno u svim odnosima s eksternim dionicima,
- koliko uspješno su destinacijom kao brandom prožeti odnosi između domaćeg stanovništva - isporučitelja branda i turista kao eksternih korisnika.

Održivi model razvoja vjerskog turizma može se determinirati kao emotivnost i futuristički utvrđeni scenarij orijentiranog upravljanja destinacijom, koji postaje *conditio sine qua non* modernog turizma, pa tako i vjerskog turizma. Samo zajedničko planiranje i suradnja predstavlja način na koji je moguće upravljati razvojem destinacije da se postigne željeno stanje, te time smanje nepoželjne posljedice.³³

5.5. Osnovna obilježja održivog razvoja vjerskog turizma

Polazeći od spoznaja navedenih u prethodnome dijelu nameće se zaključak da složenu strukturu odnosa između vjerskih zajednica i lokalnih vlasti, kao i lokalnih gospodarskih subjekata treba u buduće zasnivati na sustavu održivog razvoja vjerskog turizma.

Koncept **održivog razvoja** se u znanstvenoj i stručnoj literaturi pojavljuje osamdesetih godina 20. stoljeća kada se, prema definiciji Svjetskog savjeta za okoliš i razvoj (WCED) sagledava kao „razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnje generacije pri tome ne umanjujući mogućnost budućim generacijama da zadovolje svoje potrebe“³⁴. Drugim riječima, održivi razvoj promovira kontrolirani rast, maksimalno očuvanje i racionalno korištenje resursa, a u cilju osiguranja dugoročnog gospodarskog i društvenog razvoja.

Koncepcija održivog razvoja je posebice naglašena u sektoru turizma, gdje se sagledava kao usuglašavanje ekonomskih, socioloških i ekoloških perspektiva, a u cilju promicanja ekonomskog prosperiteta, zaštite okoliša i socio-kulturnog identiteta te osiguranja kvalitete života lokalne zajednice. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira **održivi turizam** kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije“³⁵. Za održivi

³³ Magaš, D., Smolčić Jurdana, D., *Destination management and collaborative planning*, 19. Biennalni međunarodni kongres Turizam i hotelska industrija 2008., Opatija., str. 708.

³⁴ Svjetski savjet za okoliš i razvoj, WCED, Our Common Future, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>, 12. 9. 2021.

³⁵ Svjetska turistička organizacija, UNWTO, Sustainable development, <https://www.unwto.org/sustainable-development>, 22. 9. 2021.

je turizam potrebno informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, ali i snažno političko vodstvo. Dostizanje održivosti turizma trajan je proces koji traži stalno praćenje učinaka, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera. Da bi osigurao vrijedno iskustvo turistima, održivi turizam mora zadržati visoki stupanj zadovoljstva turista, podižući istovremeno svijest o važnosti održivosti i promičući prakticiranje održivog turizma među njima.

Prema smjernicama UNWTO-a, razvoj održivog turizma mora sadržavati konkretnе mjere, od kojih su najvažnije sljedeće:

- Ekonomično, odgovorno i održivo korištenje svih prirodnih resursa koji čine ključne elemente turističkog razvoja;
- Očuvanje elementarnih ekoloških procesa i briga za očuvanje prirodnog bogatstva i bioraznolikosti;
- Poštivanje socio-kulturne autentičnosti zajednice domaćina, očuvanje naslijedene i izgrađene kulture življenja lokalne zajednice;
- Očuvanje kulturnog bogatstva i tradicijskih vrijednosti lokalne zajednice;
- Doprinos međukulturalnom razumijevanju i toleranciji;
- Planiranje ekonomskih učinaka na dugo razdoblje uz pružanje socio-ekonomskih koristi svim dionicima turističkog odredišta uz poštenu distribuciju istih;
- Planiranje stabilnog zaposlenja i stabilnih mogućnosti prihoda od turizma kao i koristi društvenog standarda kroz društvene usluge svim domaćinima zajednice;
- Doprinos borbi protiv siromaštva.

Od nastanka i širenja pandemije koronavirusa koja se po prvi puta u znanstvenoj literaturi spominje u prosincu 2019. godine³⁶, održivi turizam naglo postaje potencijalno jedini mogući razvoj turizma u kratkoročnom razdoblju. Na takav zaključak potiču i prethodno elaborirani trendovi i zahtjevi turističke potražnje. Stoga se nameće pitanje kako definirati održivi razvoj vjerskog turizma, a pritom uvažavajući sve izneseno. Održivi razvoj vjerskog turizma je u suštini temelj održivosti, tolerancije, emotivnosti i zaštite kulture, sakralne baštine i vjere koja proizlazi iz kulture nekog naroda ili lokaliteta. Konceptualna definicija održivog razvoja vjerskog turizma određuje smjernice i praksu upravljanja održivim razvojem vjerskog turizma, koje su univerzalne za sve vjeroispovijesti i mogu se primijeniti na sve turističko-vjerske lokalitete u turističkim destinacijama, uključujući masovna vjerska putovanja i ona strogo individualna. Kao **primjer dobre prakse** u svijetu se navode Istanbul, Jeruzalem, Kairo, Damask, Izmir, Moskva itd. U Republici Hrvatskoj su dobri primjeri gradovi poput Dubrovnika, Rijeke, Zagreba, Šibenika, itd.

Principi održivosti vjerskog turizma se odnose na okolišne, gospodarske, društveno-kulturne, međuljudske (vjerske) aspekte razvoja turizma. S ciljem postizanja dugotrajne održivosti, mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža između tih triju dimenzija. Stoga bi

³⁶ Hua, J., & Shaw, R., *Corona virus (Covid-19) “infodemic” and emerging issues through a data lens: The case of China*. International journal of environmental research and public health, 2020, 17(7), 2309., str.2.

održivi vjerski turizam, na globalnoj i lokalnoj razini, trebao u budućnosti biti zasnovan na sljedećim zasadama:

1. Optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni element svakog, pa tako i turističkog razvoja, a posebice vjerskog, uz zadržavanje bitnih ekoloških procesa i ulaganje napora u zaštitu prirodne baštine i bioraznolikosti.
2. Uvažavati društveno-kulturnu autentičnost destinacija, očuvati njihovo sakralno nasljeđe kao i vjerske, događajne i tradicijske vrijednosti, te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
3. Osigurati da, pored uvažavanja vjerskih događaja i zaštite sakralnih objekata, postoji mogućnost razvoja održive i dugoročne gospodarske aktivnosti, koja osigurava društvenu i gospodarsku korist svim dionicima po načelima pravične raspodjele (stabilnost zaposlenja, ekonomski prosperitet, društvena odgovornost i sl.). Važno je urediti zakonsku regulativu da omogući regularnu gospodarsku korist svim dionicima. Također bi valjalo poticati razvoj malog poduzetništva, kreativnosti i socijalne inovacije, a u skladu s globalnim ciljevima održivog razvoja (*Sustainable Development Goals – SDG*)³⁷ koji su definirani od strane Ujedinjenih naroda (UN).

Razvoj održivog vjerskog turizma zahtjeva aktivno sudjelovanje i suradnju svih relevantnih dionika, a posebice čelnika vjerskih zajednica i predstavnika jedinica lokalnih samouprava. Imajući u vidu posebnosti putovanja motiviranih vjerom, smatra se da je ostvarenje održivosti vjerskog turizma trajan proces koji traži stalno praćenje učinaka, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera. Da bi osigurao vrijedno iskustvo turistima kojima je osnovna motivacija vjera, održivi vjerski turizam mora polučiti visoki stupanj zadovoljstva vjernika, ali isto tako i turista kojima vjera nije primarni motiv, ali ih potiče na posjet odnosno putovanje.

Destinacijski pristup u upravljanju turističkim potencijalima na receptivnim područjima, a utemeljen na principima održivog razvoja vjerskog turizma, uključuje jasnú definiciju i okvir turističke destinacije, njezinu primarnu, sekundarnu i tercijarnu ponudu, međuodnose svih sudionika u turističkom procesu, zajednički marketinški nastup, vizualni identitet, koordinaciju u politici cijena, nadzora kakvoće turističkih usluga, turističkoj obnovi i izgradnji, obrazovanju, zaštiti čovjekova okoliša i sl. Svemu tome treba prethoditi stručna priprema, izrada i donošenje razvojne strategije i prioriteta u određenoj turističkoj destinaciji, koji osiguravaju snaženje svih prednosti i vrijednosti te minimalizaciju opasnosti i ograničenja od nekontroliranog turističkog prometa. Također je potrebno predvidjeti zaštitu naslijedene prirode, objekata kulture, sakralnih objekata i običaja, kao i vjerskih događanja, a s ciljem boljeg života svih onih koji čine turističku ponudu vjerskih sadržaja. Naglasak mora biti na očuvanju svih vrijednosti turističke destinacije, skladnom odnosu između domicilnog

³⁷ United Nations Development (UNDP), What are the Sustainable Development Goals?, https://www.undp.org/sustainable-development-goals?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=CjwKCAiAtouOBhA6EiwA2nLKH7KyrhRAjqvLFKOnMhkQM2K5ENYyOA3mHBQUy9mZ4CeX6yHyjwvyMxoCOJAQAvD_BwE, 11. 9. 2021.

pučanstva i turista, te osiguranju trajnih i stabilnih osnova održivog turističkog razvoja. Pretpostavka kvalitativnog razvoja vjerskog turizma jest mogućnost osnivanja organizacije za menadžment odnosno upravljanje vjerskim turizmom destinacije.

5.6. Prijedlozi za izvedbu plana rada i ciljeva razvoja vjerskog turizma

Svaki oblik planiranja i utvrđivanja nekog budućeg stanja mora završiti s iznošenjem detaljnih prijedloga i nositelja aktivnosti. Tako se u i ovom sagledavanju „Smjernica za razvoj vjerskog turizma“ u nastavku navode izvedbeni planovi - programi s nositeljima koji bi trebali provesti navedene strategije odnosno izvedbene planove. Kako je vidljivo, polazni nositelji su vjerske zajednice koje djeluju u Republici Hrvatskoj - sve su ravnopravne i imaju iste zadatke bez obzira na njihovu veličinu odnosno broj vjernika koje okupljaju.

Kako bi se do planiranog i realnog roka realizirali strateški ciljevi odnosno vizija razvoja vjerskog turizma Republike Hrvatske, definirani su sljedeći **strateški ciljevi razvoja vjerskog turizma Republike Hrvatske**:

- 1. Pozicionirati postojeću hrvatsku turističku ponudu kao prepoznatljivu destinaciju vjerskog turizma valorizacijom sakralne baštine.**
- 2. Unaprijediti integralni hrvatski turistički proizvod hrvatskih destinacija koje imaju interes razvijati vjerski turizam razvojem proizvoda temeljenog na vjerskim motivima.**
- 3. Povećati turistički promet i zadovoljstvo turista i hodočasnika boravkom u jadranskim i kontinentalnim turističkim i vjerskim destinacijama.**
- 4. Razviti i primijeniti model upravljanja vjerskim turizmom u Republici Hrvatskoj.**

Strateški ciljevi u nastavku su detaljnije razrađeni kroz zadatke, aktivnosti i nositelje.

Tablica 7. Razrada 1. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma

1. POZICIONIRATI POSTOJEĆU HRVATSNU TURISTIČKU PONUDU KAO PREPOZNATLJIVU DESTINACIJU VJERSKOG TURIZMA VALORIZACIJOM SAKRALNE BAŠTINE		
ZADACI	AKTIVNOSTI	NOSITELJI
1.1. Staviti na uvid javnosti bogatu sakralnu baštinu u svim županijama	1.1.1. Otvaranje prostora koji su kulturološki i religijski relevantni i zanimljivi za posjetitelje (crkve kapele, samostani, riznice, džamije, sinagoge i dr.), arheološka nalazišta	Vjerske zajednice Gradovi i općine Visokoškolske i znanstvene ustanove DMC DMO
	1.1.2. Osnivanje muzeja ili interpretacijskih centara sakralne umjetnosti na više lokacija gdje postoji interes i opravdanost za posjetioce	Gradovi i općine TZ županija i JLS DMC DMO
	1.1.3. Odrediti i objaviti vrijeme u kojem su crkve otvorene za javnost	Vjerske zajednice
1.2. Rekonstruirati i obnoviti sakralne objekte, podignuti porušene ili zapuštene sakralne objekte	1.2.1. Osiguravanje finansijskih sredstava za sanaciju i obnovu sakralne baštine za sve vjerske zajednice, iz sredstava HBOR-a i fondova EU-a	Državne institucije Vjerske zajednice Županije JLS
1.3. Definirati model čuvanja i osiguranja crkvenih objekata i inventara	1.3.1. Redovito održavanje i čišćenje unutrašnjosti vjerskih objekata	Vjerske zajednice TZ Grada ili općine Komunalna društva
	1.3.2. Redovito održavanje i uređivanje okoliša u vlasništvu vjerske zajednice	Vjerske zajednice Gradovi ili općine Komunalna društva
	1.3.3. Vanjsko osvjetljenje vjerskih objekata	Vjerske zajednice Gradovi ili općine Komunalna društva
	1.3.4. Prigodno uređenje okoliša, parkova i šireg prostora	Vjerske zajednice Gradovi ili općine Komunalna društva
	1.3.5. Čuvanje vjerskih objekata i umjetnina	Vjerske zajednice Gradovi ili općine Komunalna društva
	1.3.6. Osigurati video nadzor crkvenih objekata	Vjerske zajednice JLU i JLS Pravne osobe za zaštitu
1.4. Označiti vjerske objekte	1.4.1. Postaviti turističke putokaze (smeđu signalizaciju)	Vjerske zajednice TZ Grada ili općine
	1.4.2. Postaviti unificirane informativne ploče o povijesnim obilježjima sakralnih objekata	Vjerske zajednice TZ Grada ili općine
	1.4.3. Postaviti unificirane informativne ploče o vjerskim obredima i događajima, doličnom odjevanju i ponašanju u crkvama i s drugim relevantnim informacijama	Vjerske zajednice TZ Grada ili općine

Tablica 8. Razrada 2. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma

2. UNAPRIJEDITI INTEGRALNI HRVATSKI TURISTIČKI PROIZVOD SVIH HRVATSKIH DESTINACIJA RAZVOJEM PROIZVODA TEMELJENOG NA VJERSKIM MOTIVIMA		
ZADACI	AKTIVNOSTI	NOSITELJI
2.1. Razviti proizvode vjerskog turizma u svim turističkim destinacijama	2.1.1. Osmisliti rute organiziranog i individualnog obilaska vjerskih objekata	Turističke agencije TZ JLS
	2.1.2. Organizirati stručno vođenje i obilazak unutar vjerskih objekata	Turističke agencije TZ grada ili općine Vjerske zajednice Udruga turističkih vodiča DMC
	2.1.3. Osmisliti rute vjerskog turizma povezivanjem s drugim destinacijama prepoznatljivima po vjerskom turizmu	Turističke agencije TZ grada ili općine Vjerske zajednice Udruga turističkih vodiča DMC
	2.1.4. Vršiti bogoslužje na stranim jezicima	Vjerske zajednice
	2.1.5. Organizirati višednevne duhovne seminare	Vjerske zajednice Turističke agencije DMC
	2.1.6. Planirati i programirati kulturne sadržaje (glazbene, likovne, graditeljske i audiovizualne umjetnosti) nadahnute vjerom i vjerskim temama	TZ gradova ili općina Vjerske zajednice, Visokoškolske ustanove Ustanove u kulturi
	2.1.7. Organizirati festivale gastronomске ponude proizašle iz vjerskih običaja (Halal, košer....)	TZ gradova ili općina Ugostiteljski poslovni subjekti
2.2. Educirati turističke vodiče, animatore i volontere za potrebe vjerskog turizma	2.2.1. Provoditi odabir animatora, vodiča i volontera za predstavljanje sakralnih objekata	TZ županija, gradova, općina Državne institucije Visokoškolske ustanove
	2.2.2. Organizirati seminare i ostale programe cjeloživotnog učenja za potrebe vođenja turista	TZ gradova ili općina Državne institucije Visokoškolske ustanove
2.3. Promicati proizvode vjerskog turizma, sadržaje, objekte i programe (<i>online</i> i <i>offline</i>)	2.3.1. Inovirati turističke vodiče u kojima će se iznjeti kulturno-povijesna baština	Vjerske zajednice TZ gradova i općina
	2.3.2. Izdati višejezične brošure i letke s informacijama o svim vjerskim objektima i događajima	TZ gradova i općina
	2.3.3. Izraditi turističke mape s lokacijama svih kulturno-povijesnih i vjerskih znamenitosti	TZ gradova i općina
	2.3.4. Kreirati internetski portal na temu vjerskog turizma	Vjerske zajednice TZ gradova i općina
	2.3.5. Upotrebljavati društvene mreže u funkciji promocije vjerskog turizma (kanal Youtube i društvene mreže)	Gradovi i općine TZ gradova i općina Turističke agencije

		Vjerske zajednice DMC
	2.3.6. Izraditi i objaviti integralni kalendar vjerskih događaja i obreda u vjerskoj destinaciji (<i>online</i> i <i>offline</i>)	Vjerske zajednice Gradovi i općine TZ gradova i općina
2.4. Obogatiti ponudu nabožnih predmeta i suvenira s vjerskim motivima	2.4.1. Potaknuti i organizirati osmišljavanje autentičnih suvenira nadahnutih vjerom	Vjerske zajednice Gradovi i općine TZ gradova i općina Gospodarski subjekti
	2.4.2. Potaknuti poduzetnike na proizvodnju i distribuciju suvenira i nabožnih predmeta s tržišnim interesom	Vjerske zajednice Gradovi i općine TZ gradova i općina Gospodarski subjekti

Tablica 9. Razrada 3. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma

3. POVEĆATI TURISTIČKI PROMET I ZADOVOLJSTVO TURISTA I HODOČASNIKA BORAVKOM U JADRANSKIM I KONTINENTALNIM TURISTIČKIM I VJERSKIM DESTINACIJAMA		
ZADACI	AKTIVNOSTI	NOSITELJI
3.1. Oblikovati ugostiteljske usluge smještaja, prehrane i pića u skladu s potrebama specifičnih tržišnih segmentata	3.1.1. Povećati smještajne kapacitete prilagođene zahtjevima hodočasnika	Poslovni subjekti za pružanje usluga smještaja, prehrane i pića
	3.1.2. Prilagoditi ponudu hrane i pića specifičnim potrebama vjernika i hodočasnika	Poslovni subjekti za pružanje usluga prehrane i pića
3.2. Učiniti boravak turista i hodočasnika sadržajnjim i ugodnjim	3.2.1. Prostorno-urbanističkim planovima definirati parkirališne prostore i omogućiti brži protok cestovnog prometa u okruženju vjerskih objekata	JLU i JLS
	3.2.2. Osigurati prihvat autobusa u blizini vjerskih objekata posebno u vrijeme važnih događaja	JLU i JLS
	3.2.3. Osigurati odgovarajući prilaz crkvenim objektima	JLU i JLS
	3.2.4. Povećati broj sanitarnih čvorova u blizini vjerskih objekata	JLU i JLS

Tablica 10. Razrada 4. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma

4. RAZVITI I PRIMIJENITI MODEL UPRAVLJANJA VJERSKIM TURIZMOM U REPUBLICI HRVATSKOJ		
ZADACI	AKTIVNOSTI	NOSITELJI
4.1. Osigurati koordinirano djelovanje svih nositelja aktivnosti turističke ponude vjerskog turizma	4.1.1. Održavati koordinacije nositelja aktivnosti za provedbu Strategije razvoja vjerskog turizma 4.1.2. Umrežiti dionike	Državne institucije TZ županija TZ gradova i općina Vjerske zajednice
		Državne institucije TZ županija TZ gradova i općina Vjerske zajednice

Sve prethodno navedene strateške ciljeve i zadatke moguće je ostvariti jedino koordiniranim djelovanjem svih dionika. Nedovoljnu koordinaciju aktivnosti i nedostatak zajedničkog djelovanja na području vjerskog turizma istaknula je većina dionika. Stoga se kao jedan od najvažnijih zadataka za realizaciju definiranih ciljeva nameće koordinacija djelovanja svih nositelja aktivnosti turističke ponude vjerskog turizma. Navedeno je moguće ostvariti umrežavanjem svih dionika i osnivanjem tijela koje će se redovito sastajati radi organiziranja i nadziranja aktivnosti te osiguravanja ispunjenja strateških ciljeva.

6. ZAKLJUČAK I SMJERNICE

Na temelju polaznih teza i zadanog cilja u izradi „Smjernica za razvoj vjerskog turizma Republike Hrvatske“ došlo se do zanimljivih saznanja i mogućih zaključaka. U samome se početku nametnulo pitanje definiranja pojma 'vjerski turizam', koji predstavlja posebni, tj. specifični oblik turizma. Naime, iako je riječ o multidisciplinarnom pojmu naslonjenom ponajprije na kulturu i kulturne motive, ovaj se najstariji oblik putovanja i turizma ipak mora izdvojiti iz kulturne ovojnica i definirati kao zaseban oblik turističke ponude. Pritom se posebno izdvaja pitanje hodočašća koje se, prema mišljenjima vjerskih čelnika i teologa, ne smije povezivati s komercijalnim osnovama. Koliko god bio vođen duhovnim i metafizičkim pobudama, vjerski je turizam ipak obilježen tržišnim interesima i ciljevima, koja nisu i ne bi trebala biti dio hodočašća. Dakle, u pogledu tržišnih zakonitosti i okvira, hodočašća nisu dio vjerskog turizma. Drugim riječima, vjerski turizam je posebni oblik turizma kojemu je osnovni motiv putovanja vjera. Hodočašća koja su pokrenuta iz komercijalnih, a ne iz vjerničkih motiva i od strane neke vjerske zajednice, ne mogu se definirati kao hodočašća već kao turistička putovanja.

Vjerski turizam jest posebni oblik turizma, a glavni motiv putnika jest posjetiti sveta mjesta (svetišta, samostane, katedrale, crkve, džamije, sinagoge, kapelice i slično) i/ili sudjelovati u vjerskim događajima i tematskim vjerskim putovima uz razmišljanje, meditaciju i sudjelovanje u molitvi i bogoslužju. Vjerski se turizam pojavljuje u različitim varijantama u kojima se isprepliću obilježja turizma i tradicionalnog hodočašća te se smatra oblikom kulturnog turizma. S obzirom na primarne i sekundarne motive moguće je izvršiti diferencijaciju posjetitelja te razlikovati one kojima je primarni motiv sudjelovanje u vjerskim događajima i okupljanjima, dok je sekundarni motiv, konzumacija ugostiteljskih usluga popratna potreba, i one posjetitelje koji obilaze vjerske objekte iz potrebe i želje za upoznavanjem različitih kultura.

Republika Hrvatska, odnosno sve njene turističke destinacije - jadranske ili kontinentalne, urbane ili ruralne, velikim su dijelom multikulturalne sredine u kojima koegzistiraju različite vjerske zajednice. Neoboriva je činjenica da katolici čine najbrojniju i povjesno najstariju zajednicu koja k tome broji i najviše sakralnih objekata. Oni su u Republici Hrvatskoj zastupljeni sa 81,96%, a ostali su: ateisti, vjernici pravoslavne i muslimanske vjeroispovijesti, pripadnici manjih vjerskih zajednica i vjerski neopredijeljeni. Velik broj vjerskih objekata i manifestacija čini dobru osnovu za nadogradnju i kvalitetniju organizaciju vjerskih događaja kao motiva za posjet i boravak turista i hodočasnika u nekoj od vjerskih destinacija.

Unatoč bogatoj resursnoj osnovi i zavidnom potencijalu razvoja vjerskog turizma, mora se ustvrditi da vjerske destinacije u Republici Hrvatskoj nisu u dovoljnoj mjeri turistički valorizirane, te da još uvijek relativno mali broj turista dolazi s motivom vjere. U smislu vjerskog turizma, posjetitelji u najvećoj mjeri posjećuju marijanska svetišta kao što su Međugorje i Marija Bistrica. Pohvalno je ipak istaknuti da se otvaranjem novog islamskog

centra, odnosno gradnjom džamije u Zagrebu i Rijeci, potaknuo novi val turističkih dolazaka s vjerskim motivom islamske vjeroispovijesti.

U ugostiteljskim objektima za pružanje usluge smještaja Hrvatska je u 2019. godini – dakle u razdoblju prije pandemije koronavirusa, ostvarila 19.566.000 turističkih dolazaka, koji su ostvarili 91.230.000 noćenja. Iako nema preciznih podataka, procjenjuje se da je vjerska događanja i sakralne objekte u svim vjerskim destinacijama u Hrvatskoj 2019. godine posjetilo 990.000 turista, od kojih čak 890.000 (85,59%) dolazi u marijanska svetišta (izletnici). Utvrđuje se, također, da posjetitelji koji u hrvatska vjerska odredišta dolaze motivirani vjerom generiraju 1,0% ukupnog godišnjeg turističkog prometa. Iako su provedena istraživanja pokazala da su posjetitelji vjerskih objekata i događaja uglavnom vrlo zadovoljni većinom elemenata ponude koji se odnose na vjerske sadržaje, utvrđeno je da prostor za poboljšanja postoji u segmentu podržavajuće infrastrukture, kao što su sanitarni uvjeti i prometna infrastruktura.

Uvažavajući rezultate istraživanja koji proizlaze iz analize podataka iz sekundarnih i primarnih izvora moguće je istaknuti ključne snage i slabosti hrvatskog vjerskog turizma. Hrvatske turističke destinacije kao što su: Dubrovnik, Zadar, Split, Opatija, Poreč, Zagreb, Osijek, Varaždin, Sisak, Makarska, Šibenik, karakterizira činjenica da se na relativno malom prostoru nalazi velik broj različitih vjerskih i kulturnih objekata, koji su zanimljivi turistima koji posjećuju neku turističku destinaciju. Među slabostima hrvatske turističke ponude kao potencijalne destinacije vjerskog turizma valja naglasiti poteškoće vezane uz infrastrukturu. To se ponajprije odnosi na nedovoljan broj parkirališnih mjesta u gradu, a naročito u ljetnim ili vršnim terminima, neadekvatno uređene prilaze vjerskim objektima te nedostatan broj i uređenost sanitarnih prostora. Prilike iz okruženja koje idu u prilog razvoju turizma jesu dobar geostrateški položaj i prometna infrastruktura (autoceste i aerodromi). Osim toga, blizina emitivnih tržišta uz razvijenu kulturu hodočašća i prepoznatljivost nekih svetišta (Majka Božja Bistrička, Trsat) kao vjerskog i kulturnog središta u širem okruženju pozitivno pridonose razvoju vjerskog turizma. Prijetnje koje dolaze iz okruženja vezuju se za čimbenike u gospodarskom i društvenom okruženju te konkurenciju drugih odredišta važnih za vjerski turizam. Nepovoljna klima za investicijska ulaganja i stagnacija uzrokovana pandemijom koronavirusa ograničavajući su čimbenici razvoja koje je potrebno prevladati.

Na temelju provedenih istraživanja i izvršenih analiza, uz uvažavanje stavova stručnog tima, definirana je vizija vjerskog turizma Republike Hrvatske kao destinacije vjerskog turizma. Za prepostaviti je da će neke vjerske destinacije biti i turističke destinacije koje će posjećivati veći broj turista i tako povećati turistički promet. Kako bi se ostvarila vizija razvoja vjerskog turizma, te time Hrvatska pozicionirala kao prepoznatljiva turistička destinacija, u ovoj su studiji određena četiri strateška cilja: 1) Pozicionirati postojeću hrvatsku turističku poudru kao prepoznatljivu destinaciju vjerskog turizma valorizacijom sakralne baštine; 2) Unaprijediti integralni hrvatski turistički proizvod svih hrvatskih destinacija razvojem proizvoda temeljenog na vjerskim motivima; 3) Povećati turistički promet i zadovoljstvo turista i hodočasnika boravkom u jadranskim i kontinentalnim turističkim i vjerskim destinacijama; 4) Razviti i primijeniti model upravljanja vjerskim turizmom u Republici Hrvatskoj.

U cilju ostvarenja strateških ciljeva definiran je akcijski plan koji određuje zadatke, aktivnosti, nositelje aktivnosti, rokove provedbe i očekivane rezultate. Strateške ciljeve i zadatke moguće je ostvariti jedino umrežavanjem i koordiniranim djelovanjem svih dionika. Kako bi se navedeno ostvarilo, predložena su tri organizacijska modela upravljanja vjerskim turizmom u Republici Hrvatskoj: 1) Odbor za vjerski turizam pri Ministarstvu turizma i sporta RH; 2) Poticati formiranje i osnivanje što većeg broja destinacijskih menadžment kompanija specijaliziranih za vjerski turizam, trgovačkih društava i obrta, kao start-up kompanija; i 3) Klaster vjerskog turizma pri Ministarstvu turizma i sporta RH. Predlaže se Ministarstvu turizma i sporta kao naručitelju „Smjernica za razvoj vjerskog turizma Republike Hrvatske“ da izabere optimalan model koji će osigurati održivi razvoj vjerskog turizma i pozicioniranje nekih destinacija kao destinacija vjerskog turizma na turističkom tržištu. Zanimljivo je istaknuti da su svi intervjuirani predstavnici vjerskih zajednica, kao i svi ostali sudionici istraživanja, bili veoma susretljivi i kooperativni te da su dali veliki doprinos u izradi ovog dokumenta. Stoga, potpora i spremnost svih dionika da se aktivno uključe u razvoj vjerskog turizma predstavlja ohrabrenje i nadu da će vizija i ciljevi definirani ovim radom biti ostvareni.

Na kraju valja samo dodati da je s raspoloživim vremenom i drugim resursima bilo gotovo nemoguće utvrditi određene kvantitativne pokazatelje te se stoga predlaže Ministarstvu turizma i sporta da na temelju ovih smjernica dade izraditi „Strateški plan razvoja vjerskog turizma Republike Hrvatske“. Gotovo je sigurno da vjerski turizam ima daleko veće potencijale u cilju povećanja kvalitete boravka turista, kao i u smjeru individualizacije boravka svakog pojedinca, a posebice onih turista kojima je vjera primarni ili sekundarni motiv putovanja.

LITERATURA

Knjige, članci i ostale publikacije

1. Bogović, M.: Senjski zbornik: prilozi za geografiju, etnologiju, gospodarstvo, povijest i kulturu, 1991., Vol. 18, No. 1, str. 36-51.
2. Cerović, Z., Zanketić, P.: Menadžment hodočašća i vjerskih događaja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, 2013.
3. Duvnjak, N, Relja, R., Žeravica, M.: Religijski turizam kao poseban socio-kulturni fenomen - na primjeru istraživanja među studentima Sveučilišta u Splitu, Nova prisutnost, Vol. 9, broj. 2, Zagreb, 2011., 425. – 446.
4. Hegeduš, I., Košćak, I.: Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 2014., Vol. 5, No. 2, str 17-23.
5. Hua, J., & Shaw, R. (2020). Corona virus (Covid-19)“infodemic” and emerging issues through a data lens: The case of china. International journal of environmental research and public health, 17(7), 2309.
6. Jurin, E.: "Pametne" turističke destinacije-okviri za razradu modela implementacije. *Acta turistica nova*, 2008, 2(1), 123-143.
7. Korov, T.: Model razvoja vjerskog turizma u Hrvatskoj, magistarski znanstveni rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2009.
8. Kušen, E.: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, 2019.
9. Magaš, D.: Destinacijski menadžment - modeli i tehnike, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2008.
10. Magaš, D., Smolčić Jurdana, D.: Destination management and collaborative planning, 19. Bienalni međunarodni kongres Turizam i hotelska industrija, Opatija, 2008.
11. Mantovani, M.: La crescente importanza del turismo religioso in Italia ed i percorsi devozionali, Rivista di scienze del turismo, n. anno II, 2011., str. 143. – 149.
12. Marušić, Z., Čorak, N., Ivandić, N., Beroš, I., Ambrušec, M: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, TOMAS Hrvatska 2019, Institut za turizam, Zagreb, 2020.
13. Mazza, C.: Turismo religioso. Un approccio storico - culturale, EDB Bologna, Bologna 2007.
14. Pasinović, M.: Religiozni turizam između socijalne i ekonomske kategorije, Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis, br. 3., Zagreb, 1991., 82. – 83.
15. Rebić, A.: Opći religijski leksikon: A-Ž. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, 2002.
16. Vukonić, B.: Turizam i religija-Rasprava o njihovu suodnosu, Školska knjiga, Zagreb, 1990.
17. Zanketić, P.: Menadžment vjerskih događaja u turističkoj destinaciji, doktorska disertacija, Sveučilište u Rijeci – Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, 2012.

Internetski izvori

1. Crkvena statistika za 2000. godinu iz Ureda za crkvenu statistiku pri Tajništvu Hrvatske Biskupske Konferencije, <https://ika.hkm.hr/novosti/crkvena-statistika-za-2000-godinu/>, 1. 10. 2021.
2. Evanđeoska pentekostna Crkva (EPC), https://epc.hr/povijest_i_dokumenti/, 26. 09. 2021.
3. Jewish Calendar, <https://cdn.fedweb.org/fed-66/2/Jewish%2520Calendar1.pdf>, 21. 10. 2021.
4. Srpsko kulturno društvo Prosvjeta, www.skdprosvjeta.com/page.php?id=21, 26. 10. 2021.
5. Strategija razvoja turizma u Hrvatskoj do 2020. godine, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2013., https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html, 11. 3. 2021.
6. Svetište Ludbreg, www.svetiste-ludbreg.hr/bogoslužja-i-poboznosti/sto-castimo-u-ludbregu.html, 16.10.2021.
7. Svetište Majke Božje Bistričke, <https://www.svetiste-mbb.hr/stranica/hodocasca>, 13. 09. 2021.).
8. Svjetska turistička organizacija, UNWTO, Sustainable development, <https://www.unwto.org/sustainable-development>, 22. 9. 2021.
9. Svjetski savjet za okoliš i razvoj, WCED, Our Common Future, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>, 12. 9. 2021.
10. Turistička zajednica grada Pule, <https://www.pulainfo.hr/hr/where/mornaricko-groblje>, 11. 10. 2021.
11. Turistička zajednica grada Splita, <https://visitsplit.com/hr/1316/split-u-1-dan>, 15. 11. 2021.
12. Turistička zajednica grada Varaždina, <https://www.tourism-varazdin.hr/groblje-i-parkovi/>, 1. 10. 2021.
13. Turistička zajednica grada Zagreba, <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/parkovi/mirogoj>, 12. 9. 2021.
14. Turizam u 2020., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2021., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/SI-1683.pdf, 11. 7. 2021.
15. United Nations Development (UNDP), What are the Sustainable Development Goals?, https://www.undp.org/sustainable-development-goals?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=CjwKCAiAtouOBhA6EiwA2nLKH7KyrhRAjqvLFKOnMhkQM2K5ENYyOA3mHBQUy9mZ4CeX6yHyjwvyMxoCOJAQAvD_BwE, 11. 9. 2021.
16. Vepric – Svetište Majke Božje Lurdske, <https://vepric.smn.hr/povijest>, 26. 10. 2021.

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS TABLICA

<i>Tablica 1. Vrste manifestacija.....</i>	31
<i>Tablica 2. Kalendari većih vjerskih zajednica u Republici Hrvatskoj za 2022. godinu.....</i>	36
<i>Tablica 3. Pregled ostvarenih turističkih dolazaka u RH od 2011. do 2020. godine.....</i>	42
<i>Tablica 4. Pregled ostvarenih turističkih noćenja u RH od 2011. do 2020. godine</i>	43
<i>Tablica 5. Definiranje vizije razvoja vjerskog turizma</i>	52
<i>Tablica 6. Definiranje razvojnih mogućnosti vjerskog turizma</i>	56
<i>Tablica 7. Razrada 1. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma</i>	67
<i>Tablica 8. Razrada 2. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma</i>	68
<i>Tablica 9. Razrada 3. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma</i>	69
<i>Tablica 10. Razrada 4. strateškog cilja razvoja vjerskog turizma.....</i>	70

POPIS SHEMA

<i>Shema 1. Model utjecaja i međupovezanosti vjerskog turizma i hodočašća s okruženjem.....</i>	10
<i>Shema 2. SWOT matrica vjerskog turizma Republike Hrvatske</i>	40
<i>Shema 3. Vizija vjerskog turizma Republike Hrvatske.....</i>	53
<i>Shema 4. Sustav destinacijskog menadžmenta za upravljanje vjerskim turizmom.....</i>	61

POPIS GRAFIKONA

<i>Grafikon 1. Kretanje broja dolazaka i noćenja u RH od 2011. do 2020. godine.....</i>	43
<i>Grafikon 2. Struktura turističkih noćenja u RH prema vrsti smještaja 2019. i 2020. godine</i>	44
<i>Grafikon 3. Prosječni boravak turista u RH po vrstama smještaja 2019. i 2020. godine.....</i>	44

POPIS PRILOGA

<i>Prilog 1. Groblja i građevine iz Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske</i>	<i>78</i>
<i>Prilog 2. Kulturna dobra na groblju iz Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske</i>	<i>79</i>

PRILOZI

Prilog 1. Groblja i građevine iz Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske

Rbr.	KD ID	Lista	Registarski broj	Naziv dobra	Naselje
1	87107 Z	Z-7311		Sklop župne crkve sv. Jurja i sv. Eufemije sa zvonikom, starim grobljem i arheološkim ostacima crkve sv. Mihovila	Rovinj
2	87076 Z	Z-7297		Crkveno grobišni kompleks Tri crkve	Dubrovnik
3	86924 Z	Z-7214		Crkva sv. Mihovila Arkandela i srednjovjekovno groblje sa stećcima	Rašćane
4	86502 Z	Z-7027		Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije s grobljem	Srijane
5	76479 Z	Z-7025		Crkva sv. Luke i srednjovjekovno groblje	Dubrava
6	86148 Z	Z-6898		Crkva sv. Jurja od Žestinja (Mirana) s grobljem	Kaštel Novi
7	85641 Z	Z-6692		Crkva Porodenja Blažene Djevice Marije (Male Gospe) s grobljem	Grabovac
8	83998 Z	Z-6668		Crkva Rođenja Blažene Djevice Marije (Gospe od Konavina) s grobljem	Seget Donji
9	76351 Z	Z-6662		Mjesno groblje s crkvom sv. Nikole i arheološko nalazište na poluotoku sv. Nikole	Supetar
10	85021 Z	Z-6537		Srednjovjekovno groblje i crkva Male Gospe	Dobranje
11	85013 Z	Z-6529		Crkva sv. Đurđa sa srednjovjekovnim grobljem kod Buića	Buići
12	84107 Z	Z-6150		Crkva sv. Nikole s grobljem	Koločep
13	76422 Z	Z-5810		Crkva sv. Nikole na groblju	Hvar
14	76482 Z	Z-5595		Crkva i groblje sv. Ciprijana	Gata
15	88157 Z	Z-5485		Crkva sv. Spasa s grobljem	Bosanka
16	76203 Z	Z-5095		Crkva Male Gospe i groblje	Tučepi
17	88316 Z	Z-5038		Tvrđava Grad i groblje	Sinj
18	80531 Z	Z-4621		Crkva sv. Ilara s grobljem	Mlini
19	80619 Z	Z-4620		Crkva sv. Roka s grobljem	Trpanj
20	76893 Z	Z-4569		Crkva sv. Vida s grobljem	Seget Gornji
21	80524 Z	Z-4484		Crkva sv. Ivana Krstitelja Glavosijeka s grobljem	Ljuta
22	80565 Z	Z-4481		Crkva sv. Petra Apostola sa srednjovjekovnim grobljem	Palje Brdo
23	88140 Z	Z-4477		Crkva Svetog Križa i srednjovjekovno groblje sa stećcima	Rastovac
24	80199 Z	Z-4391		Crkva i groblje sv. Mihajla	Dubrovnik
25	78927 Z	Z-3633		Ostaci kapele sv. Ane s grobljem i lokalitet srednjovjekovnog samostana	Hrvatska Kostajnica
26	80186 Z	Z-3627		Crkva Velike Gospe s grobljem	Rožat
27	77015 Z	Z-3577		Crkva sv. Kuzme i Damjana s grobljem	Kaštel Gomilica
28	78928 Z	Z-2984		Ruševine crkve sv. Nikole i župnog dvora i arheološko nalazište kapele sv. Rok s grobljem	Hrvatska Kostajnica
29	87415 Z	Z-2901		Crkva sv. Stjepana i groblje	Prgomet
30	73536 Z	Z-2803		Crkva sv. Ivana i srednjovjekovno groblje sa stećcima	Stilja
31	87658 Z	Z-2802		Crkva Svih Svetih i srednjovjekovno groblje sa stećcima	Kljenak
32	73677 Z	Z-2762		Crkva sv. Jakova i groblje	Virje
33	75700 Z	Z-2560		Crkva sv. Petra s okolnim grobljem	Šibenik
34	80644 Z	Z-2458		Crkva sv. Marije Magdalene s grobljem	Banići
35	75637 Z	Z-2014		Crkva sv. Ane i groblje	Šibenik
36	80449 Z	Z-1752		Crkva sv. Ans s grobljem	Imotica
37	80649 Z	Z-1739		Crkva Svih Svetih s grobljem	Broce
38	77713 Z	Z-1227		Crkva sv. Jurja i okolno groblje	Jasenice
39	77701 Z	Z-1213		Crkva sv. Đurđa i okolno groblje	Gornje Biljane
40	77684 Z	Z-1194		Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i groblje	Zadar
41	80175 Z	Z-981		Crkva Navještenja s grobljem	Zaton
42	80173 Z	Z-979		Crkva sv. Stjepana s grobljem	Zaton
43	80172 Z	Z-978		Crkva sv. Spasa s grobljem	Vitaljina
44	80973 Z	Z-972		Crkva sv. Ivana s grobljem	Trnovica
45	82044 Z	Z-957		Crkva sv. Križa s grobljem	Podgora
46	80957 Z	Z-954		Crkva sv. Petra i Pavla s grobljem	Oslije
47	80955 Z	Z-952		Crkva sv. Đurđa s grobljem i stećcima	Orašac
48	80941 Z	Z-937		Crkva sv. Đurđa s grobljem	Ljubač
49	80946 Z	Z-936		Crkva sv. Stjepana s grobljem	Kupari
50	80934 Z	Z-928		Crkva sv. Dimitrija s grobljem stećaka	Gabrilj
51	80925 Z	Z-917		Crkva sv. Luke s grobljem	Čibača
52	80923 Z	Z-915		Crkva sv. Martina s grobljem	Čepikuće
53	80922 Z	Z-913		Crkva sv. Luke s grobljem	Brotnice
54	79199 Z	Z-119		Ranokršćanski kompleks uz crkvu sv. Marije od Andela na groblju	Osor
55	86241 Z	RST-0873-1976.		Crkva Gospe Snježne i sv. Luke sa starim grobljem na arheološkom nalazištu	Omiš
56	88075 P	P-6358		Crkva BDM Žalosne s grobljem	Vrnjak - Vergnacco
57	87719 P	P-6233		Sklop župne crkve sv. Petra i Pavla, crkvice sv. Ane i groblja u Kringi s pripadajućim zvonikom	Kringa
58	87407 P	P-6180		Crkva sv. Mihovila s grobljem	Dubrave

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, Uprava za arhive, knjižnice i muzeje

Prilog 2. Kulturna dobra na groblju iz Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske

Rbr.	KD ID	Lista	Registarski broj	Naziv dobra	Naselje
1	79018 Z	Z-7352		Spomenik žrtvama fašističkog terora	Lipovljani
2	79023 Z	Z-7324		Spomenik žrtvama fašističkog terora na groblju	Novska
3	87061 Z	Z-7268		Spomenik "Zastava" autora Antuna Augustinića na gradskom groblju Viktorovac	Sisak
4	86895 Z	Z-7172		Grobljanska kapela	Komletinci
5	86883 Z	Z-7163		Memorijalno mjesto stradanja Roma u II svjetskom ratu	Draškovec
6	86682 Z	Z-7061		Kapela Gospa od Karmela na groblju	Imotski
7	86634 Z	Z-7055		Grobna kapela obitelji Lovrec	Krapina
8	75178 Z	Z-7028		Skupna grobnica i spomenik djeci Kozare	Noskovačka Dubrava
9	86376 Z	Z-6998		Mauzolej Pavla Pejačevića	Podgorač
10	86257 Z	Z-6916		Mauzolej Halper-Radić	Krapina
11	86005 Z	Z-6879		Grobnička obitelji pl. Kraljevića	Požega
12	85988 Z	Z-6868		Kapela Svetog Arhangела Mihala na pravoslavnom groblju	Donje Selište
13	85058 Z	Z-6563		Nadgrobni spomenik obitelji pl. Lobe na istočnom dijelu gradskog groblja	Nova Gradiška
14	84704 Z	Z-6493		Grob zaprešičkih žrtava poginulih u narodnom pokretu 1903.	Javorje
15	76201 Z	Z-6294		Crkva sv. Luke na groblju	Trnbusi
16	84318 Z	Z-6280		Mauzolej don Šime Ilijbića	Stari Grad
17	83642 Z	Z-6253		Kapela sv. Filomene na gradskom groblju	Velika Gorica
18	83852 Z	Z-6086		Mauzolej Stanić-Kapela Uskršnja Kristovoga	Vukovar
19	83899 Z	Z-6066		Kapela Svetih (groblje u Novoj Gradiški)	Prvča
20	76242 Z	Z-5944		Mauzolej obitelji Petrićević	Supetar
21	83427 Z	Z-5943		Kapela Majke Božje Lučake na groblju	Rozga
22	83079 Z	Z-5667		Grobljanska kapela Svetih-mauzolej Aleksandra Seitza	Nova Kapela
23	82591 Z	Z-5351		Spomenik Glorijeta na Vojnom groblju	Karlovac
24	82065 Z	Z-5210		Grobno obilježje Čop	Karlovac
25	81529 Z	Z-5116		Grobljanska kapela obitelji Bužan - Kušević	Vidovec
26	76181 Z	Z-5005		Crkva sv. Ciprijana na groblju	Pražnica
27	76559 Z	Z-4571		Crkva sv. Marije na groblju	Gornji Humac
28	74338 Z	Z-4545		Grobno obilježje Banjavčić na katoličkom groblju Dubovac	Karlovac
29	74346 Z	Z-4544		Mauzolej obitelji Hoffmann na katoličkom groblju Dubovac	Karlovac
30	76557 Z	Z-4456		Crkva Gospe Karmelske na groblju	Donji Humac
31	76553 Z	Z-4452		Crkva sv. Nikole na groblju	Nerežišća
32	76875 Z	Z-4312		Grobljanska kapela	Trogir
33	77521 Z	Z-4197		Mauzolej obitelji Meštrović	Benkovac
34	78132 Z	Z-4077		Nadgrobni spomenik dr. Ante Starčevića	Zagreb
35	74347 Z	Z-4008		Mauzolej obitelji Türk na groblju Dubovac	Karlovac
36	80661 Z	Z-3875		Mauzolej obitelji Račić s grobjem sv. Roka	Cavtat
37	76541 Z	Z-3826		Crkva Blažene Gospe od Utječe na groblju	Pučišća
38	74349 Z	Z-3670		Nadgrobni spomenik "Obelisk"	Karlovac
39	78640 Z	Z-3654		Grobna kapela d'Haslin i de Piennes	Vrbovec
40	74348 Z	Z-3556		Mauzolej Vranczany	Karlovac
41	77551 Z	Z-3430		Ostaci crkve sv. Jurja na groblju	Kruševača
42	75286 Z	Z-3280		Nadgrobni spomenik na grobu Grigora Viteza	Kosovac
43	78947 Z	Z-3203		Kapela sv. Marije na groblju	Briškevinja
44	77602 Z	Z-3020		Crkva sv. Katarine (Kate) na groblju	Zemunski Donji
45	73310 Z	Z-2841		Grobna kapela sv. Benedikta	Veliki Komor
46	88158 Z	Z-2807		Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije - "Runjavica" na groblju	Korlat
47	77577 Z	Z-2806		Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije na groblju	Turanj
48	81488 Z	Z-2678		Spomen kosturnica sa skulpturom borca na gradskom groblju	Virovitica
49	75247 Z	Z-2541		Spomen grobnica 42 borca 18. Slavoniske udarne brigade na pravoslavnom groblju	Mikleuš
50	75246 Z	Z-2540		Spomen grobnica 31 borca 51. vojvođanske divizije na katoličkom groblju	Mikleuš
51	80081 Z	Z-2532		Skupna grobnica u kojoj je sahranjeno više palih boraca NOR-a, pripadnika Virovitičke brigade NOV i POJ na zapadnom dijelu mjesnog groblja	Koška
52	73269 Z	Z-2494		Grobna kapela sv. Benedikta	Petrovsko
53	80066 Z	Z-2324		Mauzolej Pejačevića	Osijek
54	73304 Z	Z-2225		Grobna kapela sv. Josipa	Tuhelj
55	79586 Z	Z-1999		Crkva sv. Mihovila na groblju	Šimatovo
56	79649 Z	Z-1984		Grobnička obitelji Ghyczy na groblju	Čabar
57	79648 Z	Z-1983		Grobnička Ghyczy-Paravić na groblju	Čabar
58	79647 Z	Z-1982		Mauzolej obitelji Ivana Križa na groblju	Čabar
59	73003 Z	Z-1937		Grobna kapela obitelji Bombelles	Zelendorf
60	79612 Z	Z-1841		Kapela sv. Antuna Opata na groblju	Beli
61	79109 Z	Z-1769		Crkva sv. Mihovila na groblju	Klana
62	81512 Z	Z-1578		Grobna kapela obitelji Erdödy	Gornje Ladanje
63	76528 Z	Z-1558		Crkva sv. Duha na groblju	Škip
64	74605 Z	Z-1380		Crkva sv. Kvirína na groblju	Jesenovik
65	74600 Z	Z-1307		Crkva sv. Vincenta na groblju	Svetišćenat
66	77696 Z	Z-1207		Crkva sv. Luke na groblju	Škabrnja
67	77274 Z	Z-1184		Mauzolej obitelji Eltz (Kapela Uzašača Kristova)	Vukovar
68	77267 Z	Z-1177		Mauzolej obitelji Paunović	Vukovar
69	77238 Z	Z-1147		Turski mauzolej - Turbe	Ilok
70	72992 Z	Z-1071		Crkva Blažene Djevice Marije – grobna kapela obitelji Ožegović	Bela
71	79572 Z	Z-828		Mauzolej Whitehead	Rijeka
72	79571 Z	Z-827		Mauzolej Manasteriotti	Rijeka
73	79570 Z	Z-826		Mauzolej Gorup	Rijeka
74	78347 Z	Z-682		Mrtvačnica na Mirogoju	Zagreb
75	74549 Z	Z-575		Crkva sv. Jeronima na groblju	Hum
76	75028 Z	Z-416		Stecici na groblju	Šeovica
77	74538 Z	Z-355		Crkva sv. Marije Magdalene kod groblja	Labin
78	74521 Z	RRI-0024-1961.		Crkva sv. Jurja na groblju	Završje
79	88489 P	P-6457		Grobnjanska kapelica Šćeca Isusova u Sikirevcima	Sikirevc
80	88079 P	P-6361		Kapela sv. Benedikta na groblju	Oriovčić
81	88028 P	P-6341		Grobna kapela obitelji Schmidek-Schulzer	Cernik
82	87653 P	P-6208		Zgrada krematorija na groblju Mirogoj	Zagreb
83	87390 P	P-6177		Crkva sv. Mihovila na groblju	Popovići
84	87230 P	P-6061		Grobnjanska kapela sv. Roka	Ilok
85	87133 P	P-6027		Grob grofa Stjepana Erdödyja na gradskom groblju u Jastrebarskom	Jastrebarsko

Izvor: Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, Uprava za arhive, knjižnice i muzeje