Uloga kuća za odmor u razvoju turizma Cetinske krajine

Bitunjac, Ante

Master's thesis / Diplomski rad

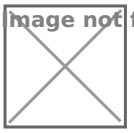
2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:585284

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

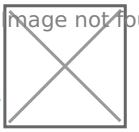
Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository





Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

Ante Bitunjac

Uloga kuća za odmor u razvoju turizma Cetinske krajine

Diplomski rad

Zadar, 2019.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

Uloga kuća za odmor u razvoju turizma Cetinske krajine

Diplomski rad

Student/ica:

Ante Bitunjac

Mentor/ica:

doc. dr. sc. Tomislav Klarin

Zadar, 2019.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Ante Bitunjac,** ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Uloga kuća za odmor u razvoju turizma Cetinske krajine** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 30. listopad 2019.

SADRŽAJ

1 UVOD 1
1.1 PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA 1
1.2 CILJEVI ISTRAŽIVANJA 3
1.3 ISTRAŽIVAČKO PITANJE 3
1.4 KORIŠTENE ZNANSTVENE METODE 4
1.5 STRUKTURA RADA 4
2 TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU 5
2.1 TURIZAM I TURISTIČKA DESTINACIJA 5
2.2 TURISTIČKA INFRASTRUKTURA 14
2.2.1 SMJEŠTAJNI OBJEKTI U TURIZMU 15
2.2.2 SMJEŠTAJNI OBJEKTI U HRVATSKOJ 21
2.3 KUĆE ZA ODMOR 25
2.3.1 POJAM KUĆE ZA ODMOR 25
2.3.2 KUĆE ZA ODMOR U SVIJETU 26
2.3.3 KUĆE ZA ODMOR U HRVATSKOJ 29
3 TURIZAM CETINSKE KRAJINE 33
3.1 GEO-PROMETNI POLOŽAJ I OPĆE ZNAČAJKE CETINSKE KRAJINE 33
3.2 RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA TURIZMA CETINSKE KRAJINE 36
3.2.1 PRIRODNE ATRAKCIJE 36
3.2.2 KULTURNA BAŠTINA 44
3.2.3 OSTALE ATRAKCIJE 68
3.2.4 OSTALI IZRAVNI I NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI 75
3.3 TURIZAM CETINSKE KRAJINE U BROJKAMA 81
3.4 KUĆE ZA ODMOR NA PODRUČJU CETINSKE KRAJINE 86

4 EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE 97
4.1 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA 97
4.2 REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA 98
5 ZAKLJUČAK 124
SAŽETAK 126
SUMMARY 127
LITERATURA 128
POPIS TABLICA 133
POPIS ILUSTRACIJA 134
PRILOZI 137
ŽIVOTOPIS 139

1 UVOD

Ovaj uvod sadrži sve bitne odrednice rada. Za početak, važno je spomenuti i definirati glavne smjernice, a to su problem i predmet istraživanja. Osim toga, na samom početku je važno odrediti i same ciljeve rada koji se namjeravaju postići, ali isto tako i načine preko kojih će se ciljevi rada ostvariti. Poglavlje uvoda završava kratkim osvrtom na strukturu cijeloga rada.

1.1 PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA

Turizam je postao jedan od najvažnijih i najizraženijih segmenata gospodarstva Hrvatske. Republika Hrvatska svake godine bilježi sve veći broj dolazaka i noćenja čemu svjedoči podatak kako je 2015. godine u Republici Hrvatskoj ostvareno 14.343.323 turističkih dolazaka, a 2016. godine 15.594.157, uz prosječnu godišnju stopu rasta od 6% u posljednjih 5 godina (DZS, 2018). Prema istom izvoru, broj noćenja je također porastao sa 71.605.305 u 2015. na 78.049.852 u 2016. godini. Porast je očit i u 2017. godini kada broj turističkih dolazaka iznosi 17.430.580, a broj noćenja 86.200.261. Dakle 2017. godina je bila uspješnija od prethodne godine za 13% više dolazaka i 11% više noćenja. Turizam se ne veže više samo uz obalu, nego postoji tendencija pomicanja turizma na unutarnje dijelove države te proširenje sezone i prevladavanje sezonalnosti. Kao i cijela država, Cetinska krajina također bilježi porast turističkog prometa u zadnjih nekoliko godina. Tako je u 2014. godini zabilježeno 13.520 turističkih dolazaka, a 2015. godine 14.260, dok je u 2016. godini u Cetinskoj krajini ostvareno 14.421 turističkih dolazaka. U 2017. godini dolazi do najvećeg porasta pa se broj turističkih dolazaka popeo na 18.563 (Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, 2018). Iako ima izniman turistički potencijal, ovaj kraj je još uvijek pod sjenom obalnih područja. Jedan od najvećih problema turizma Cetinske krajine i element koji može sputavati njegov razvoj je nedostatak smještajnih jedinica, kako privatnih, tako i onih komercijalnih. Posljednjih godina na području Cetinske krajine postoji sklonost otvaranju kuća za odmor, stoga je u 2019. godini na tom prostoru registrirano ukupno 118 kuća za odmor (Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije; Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 2019). Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, kuća za odmor predstavlja objekt u kojem iznajmljivač pruža uslugu smještaja i korištenja okućnice s različitim sadržajima, opremljen tako da gost može sam pripremati i konzumirati hranu (NN, 9/16). Isti izvori navode kako su do 2014. godine

postojale samo 2 kuće za odmor, a u 2014. otvoreno ih je 8. U 2015. godini otvorene su 4 kuće za odmor, a veći napredak se vidi 2016. kada ih je otvoreno 17. Tokom 2017. godine registrirano je 26 kuća za odmor, a 2018. njih čak 48. U tekućoj je godini otvoreno još 13 kuća za odmor. Ovaj trend pozitivno utječe na broj smještajnih jedinica Cetinske krajine kao destinacije, no ima i brojne druge učinke. Jedan od tih učinaka je i pozitivan utjecaj na disperziju turističkog prometa na području Splitsko-dalmatinske županije te proširenje turističke ponude izvan sezone. Osim toga, ovakav tip smještaja je izrazito privlačan turistima jer se ovakvi objekti gotovo uvijek nalaze dalje od gradske vreve, u ruralnim područjima i očuvanoj prirodi. Bitno je napomenuti i da kuće za odmor nisu promatrane samo kao smještajni objekti, nego kao i elementi turističke ponude, jer one gotovo uvijek imaju dodatne sadržaje. Upravo iz ovog razloga kuće za odmor utječu na razvoj turizma područja u kojemu se nalaze, jer osim što svojim sadržajima privlače turiste, također potiču razvoj dodatnih turističkih sadržaja i utječu na kreiranje turističke ponude pojedinog područja.

S obzirom na navedeno, nameće se **temeljni problem istraživanja** koji proizlazi iz istraživačkog pitanja: koji su razlozi povećanog interesa za registracijom kuća za odmor u Cetinskoj krajini posljednjih godina. Sukladno tome, **predmet istraživanja** je istražiti i analizirati dosadašnje znanstveno-stručne spoznaje vezane uz ulogu kuća za odmor u turističkoj destinaciji. Analizom se također želi utvrditi resursno-atrakcijska osnova turizma Cetinske krajine, a putem empirijskog istraživanja istražit će se razlozi povećanog interesa za registraciju kuća za odmor u Cetinskoj krajini te mogućnosti kuća za odmor u razvoju turizma područja u kojemu se nalaze.

1.2 CILJEVI ISTRAŽIVANJA

S obzirom na rastući trend otvaranja kuća za odmor u turizmu kao kategoriju smještajnog objekta u domaćinstvu u Cetinskoj krajini, potrebno je definirati njihovo značenje i stupanj privlačnosti, kako za same vlasnike kuća za odmor tako i za turiste, lokalno stanovništvo i ostale dionike u turizmu Cetinske krajine. Ciljevi rada su sljedeći:

- utvrditi specifičnosti kuća za odmor u svijetu i Hrvatskoj
- utvrditi učinke kuća za odmor u razvoju turističke destinacije
- utvrditi specifičnosti resursno-atrakcijske osnove turizma Cetinske krajine
- utvrditi razloge povećanog interesa za registraciju kuća za odmor na području Cetinske krajine
- utvrditi specifičnosti usluga te stavove i stupanj zadovoljstva poslovanjem vlasnika kuća za odmor
- utvrditi stavove ostalih pružatelja usluga u domaćinstvu o mogućnostima i ograničenjima registracije kuće za odmor
- utvrditi stavove dionika u turizmu Cetinske krajine i lokalnog stanovništva o utjecaju kuća za odmor na društveno-gospodarski razvoj Cetinske krajine
- predložiti smjernice daljnjeg sustavnog razvoja turističke ponude u vidu unaprjeđenja kvalitete usluga kuća za odmor i turizma područja u kojima se nalaze

1.3 ISTRAŽIVAČKO PITANJE

Istraživačko pitanje služi za ostvarivanje ciljeva ovog rada. Temeljno istraživačko pitanje ovoga rada je sljedeće: zašto se posljednjih godina u Cetinskoj krajini registrira sve više kuća za odmor kao smještajni objekt u domaćinstvu.

1.4 KORIŠTENE ZNANSTVENE METODE

Prilikom izrade ovog rada koristit će se različite znanstvene metode poput povijesne metode, metode analize, sinteze, komparacije i ostale potrebne metode. U radu će se analizirati relevantni sekundarni podatci iz područja interesa koji se odnose na turizam i učinke kuća za odmor u svijetu, Hrvatskoj i Cetinskoj krajini.

Kako bi se prikupili svi relevantni podatci o razlozima otvaranja i zadovoljstvu vlasnika kuća za odmor te utjecaju ovih objekata na cjelokupni turizam Cetinske krajine koristit će se polustrukturirani intervjui. Polustrukturiranim intervjuima ispitat će se vlasnici kuća za odmor, ali i svi ostali dionici turizma u Cetinskoj krajini, kao i lokalno stanovništvo. Prikupljeni podatci će se obraditi odgovarajućim metodama, a dobiveni rezultati će se interpretirati deskriptivnom statistikom.

1.5 STRUKTURA RADA

Diplomski rad se sastoji od šest poglavlja. Prvo poglavlje se odnosi na uvod diplomskog rada, u kojem su navedeni ciljevi, problematika i predmet istraživanja. Tema drugog poglavlja je turizam. U njemu se piše općenito o pojmu turizma, turista i turističke destinacije. Nadalje, definira se turistička infrastruktura u kojoj se posebna pozornost posvećuje pojmu smještajnih kapaciteta u turizmu, a naposljetku poglavlja riječ je o kućama za odmor. U drugom poglavlju piše se o Cetinskoj krajini. Na samom početku daju se općenite informacije i značajke ovog područja (geografski smještaj, demografija i slično). U nastavku se opisuje turizam Cetinske krajine, a završni dio posvećen je kućama za odmor na području Cetinske krajine. Sljedeće poglavlje odnosi se na samo empirijsko istraživanje gdje se navode metodologija, rezultati i ograničenja istraživanja uz preporuke za daljnja istraživanja iz područja interesa. Završni dio je posvećen raspravi rezultata istraživanja te perspektivama unaprjeđenja kvalitete usluga u kućama za odmor na području Cetinske krajine. Nakon ovog dijela slijedi šesto poglavlje, odnosno zaključak.

2 TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU

U ovom poglavlju razmatraju se specifičnosti i obilježja turizma. Turizam je u modernom dobu iznimno bitan i sveprisutan fenomen za sve kulture svijeta. Stoga je u ovom dijelu diplomskog rada cilj približiti fenomen turizma te njegove najvažnije stavke. Poseban naglasak, u ovom poglavlju, stavljen je na definiranje i karakteristike turističke destinacije kako bi se u daljnjem radu Cetinska krajina mogla promatrati kao turistička destinacija. Osim turističke destinacije, bitno je osvrnuti se na smještajne kapacitete u turizmu, a onda naravno i na same kuće za odmor koje su jedan od glavnih razloga napredovanja turističke aktivnosti u Cetinskoj krajini.

2.1 TURIZAM I TURISTIČKA DESTINACIJA

Turizam današnjice je široko rasprostranjen i općeprihvaćen društveno-ekonomski fenomen koji u svom razvoju ne poznaje granice. U modernom dobu gotovo ne postoji osoba koja barem jednom nije bila putnik ili turist. Turizam se pomalo uvlači i u najzabačenije dijelove svijeta i tako postaje sveprisutan. Ovom fenomenu također idu u prilog razvoj tehnologije i sve veće mogućnosti putovanja. Turističke potrebe se tako danas gotovo izjednačuju s onima primarne prirode. Sve ovo je dovelo do toga da se turizam danas i znanstveno proučava, stoga ga znanstvenici različitih područja (ekonomije, sociologije, psihologije, geografije i ostalih) pokušavaju definirati i razumjeti. S obzirom na interdisciplinarnost i različite karakteristike turizma postoji mnoštvo definicija. Jedna od najsveobuhvatnijih je ona koju su iznijeli Hunziker i Krapf 1942. godine, a kasnije ju je prihvatio i nadopunio AIEST, a glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije vezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“ (Pirjevec, Kesar, 2002: 5)

Da bi postojao turizam moraju postojati i ljudi koji ga prakticiraju. Ti ljudi se nazivaju turistima, a Pirjevec i Kesar (2002: 5) su preuzeli Cohenovu definiciju turista koja ih definira kao: „dobrovoljne i privremene putnike koji putuju u očekivanju zadovoljstva koje im mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju.“

Dakle, prema definicijama da se zaključiti kako je preduvjet turizma promjena mjesta koja se događa kako bi turist zadovoljio svoje potrebe i doživio zadovoljstvo. Ljudi se ne

klasificiraju turistima, ako prilikom putovanja obavljaju lukrativne aktivnosti ili ako tim putovanjem ne ostvaruju barem jedno noćenje.

Osnovni preduvjet turističkog putovanja na individualnoj razini jesu motivi. Motivi su elementi na kojima počiva turizam jer različiti ljudi imaju širok spektar motiva koji ih usmjeravaju ka zadovoljenju turističkih potreba. Na temelju motiva nastaju i različite vrste atrakcija koje pokušavaju zadovoljiti pojedine motive, a to su najčešće: geološke značajke prostora, flora i fauna, prirodna i kulturno-povijesna baština, klima, vode, znamenite osobe, kultura života, manifestacije i događaji, različite ustanove (prvenstveno vjerske i kulturne), turističke ceste, staze i putovi, prirodna lječilišta i sportsko-rekreacijske površine i objekti, turističke paraatrakcije i atrakcije zbog atrakcija (Kušen, 2001: 8).

Prema navedenim motivima i atrakcijama razvijaju se i sami oblici turizma. Tako u novije vrijeme nastaje sve više različitih specifičnih oblika turizma koji nastoje zadovoljiti različite niše turista na heterogenom turističkom tržištu.

Kao i sami motivi, turizam se također razvijao tijekom vremena, a njegov razvoj je pratio razvoj samog čovječanstva. Može se utvrditi da turizam postoji od kad i čovjek jer su ljudi i u davnim vremenima imali potrebe za putovanjima koje su proizlazile iz različitih motiva. Naravno, u davno vrijeme turizam nije bio primjeren čitavoj populaciji jer je zahtijevao velike izdatke, a nisu postojale mogućnosti putovanja koje postoje danas. Razvojem tehnologije i smanjenjem troškova turizam postaje dostupniji široj populaciji, a danas gotovo ne postoji osoba u modernom društvu koja barem jednom nije bila turist.

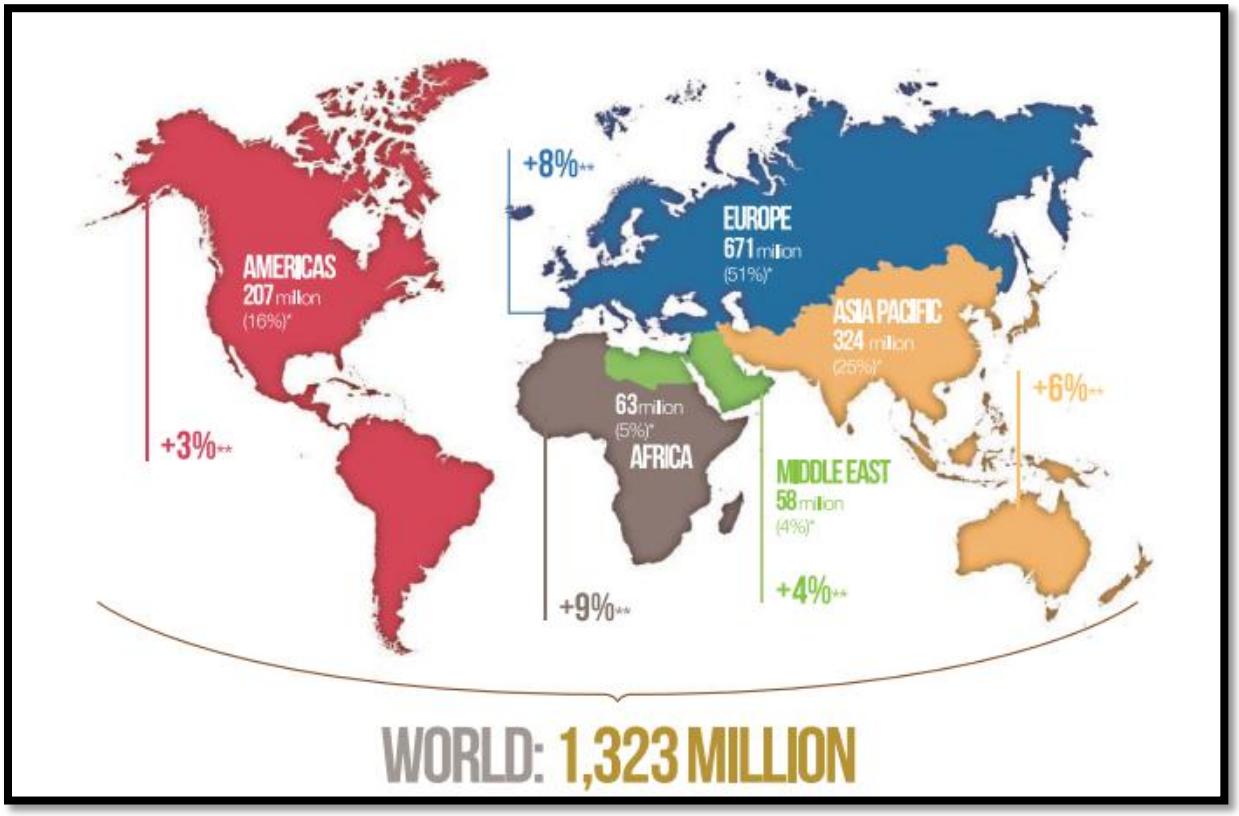
Mnogi teoretičari se razilaze kada je riječ o povijesnim fazama turizma. Jedni tvrde da je turizam počeo u antičkom dobu, dok drugi negiraju tu činjenicu i tvrde da se početci turizma naziru tek u doba industrijalizacije. Jedna od najčešćih podjela je ona W. Freyera koji je razvoj turizma podijelio u četiri faze. Prva faza traje do 1850. godine, a karakteriziraju ga putovanja visokog elitnog društvenog sloja ili nomadstvo i ratovi nižeg sloja. Druga faza traje od 1850. godine do 1914., a treća od 1914. do 1945. Ove faze karakterizira postepeno širenje putovanja na šire slojeve i napredak tehnologije pa su dostupna i putovanja u dalje krajeve koja prije nisu bila moguća, prvenstveno zbog razvoja različitih sredstava prometovanja. Zadnja, odnosno četvrta faza traje od 1945. godine do danas, a karakteriziraju je motivi odmora, zabave i opuštanja i širenje turističkih putovanja na sve slojeve društva (Čavlek et al., 2011: 43).

Uz navedenu klasifikaciju razvojnih faza turizma, ostale klasifikacije kao glavne prekretnice u razvoju uglavnom uzimaju industrijske revolucije i svjetske ratove. Razlog tome

je što su ti događaji uzroci velike dinamičnosti u kretanjima stanovništva, preraspodjele bogatstva, tehnoloških inovacija, snižavanja troškova i slično.

Turizam današnjice, odnosno suvremeni turizam se očituje u velikim brojkama. Tako se, prema godišnjem izvješću UNWTO-a za 2017. godinu (2018), u toj godini ostvarilo preko 1.323.000.000 turističkih dolazaka na svjetskoj razini. S obzirom na prethodnu godinu, zabilježeno je preko 82.000.000 više dolazaka, odnosno 7% više. Na sljedećem prikazu može se vidjeti kako su turistički dolasci u 2017. godini bili raspoređeni u nekoliko regija.

Prikaz 1 Međunarodni turistički dolasci 2017. godine



Izvor: UNWTO, 2018

Na prikazu se može vidjeti da je turistički najposjećenija regija Europe (čak 51% ukupnih dolazaka), koja uz Afriku (porast od 9%) bilježi i najveći porast dolazaka (8%). Prema mišljenjima znanstvenika i stručnjaka, u budućnosti se očekuje dodatan porast putovanja na svjetskoj razini.

Što se tiče potrošnje u turizmu, ona također raste iz godine u godinu. Godina 2017. bila je rekordna po trošku turista, a ukupno je iznosila 1.340 milijardi američkih dolara što je ujedno 5% više od prethodne godine (UNWTO, 2018). U tablici se mogu vidjeti najveći potrošači u današnjem turizmu, a to su: Kina, SAD, Njemačka, UK i Francuska. Ovakav poredak je vrlo logičan s obzirom da su ovo najrazvijenije zemlje koje uz to imaju mnogo stanovnika pa posljedično i mnogo potencijalnih turista.

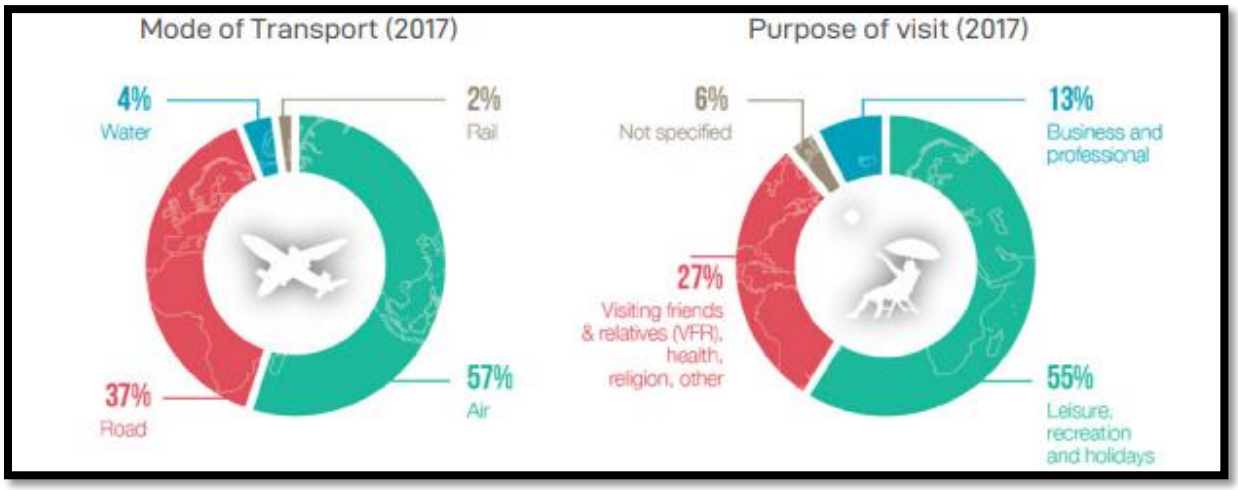
Tablica 1 Najveći potrošači u turizmu

DRŽAVA	POTROŠNJA (u milijardama, USD ($))
Kina	258
Sjedinjene Američke Države	135
Njemačka	84
Ujedinjeno kraljevstvo	63
Francuska	41

Izvor: UNWTO, 2017

Što se tiče načina putovanja i turističkih motiva u 2017. godini, oni su predstavljeni na sljedećem prikazu.

Prikaz 2 Vrste prijevoza i motivi turista



Izvor: UNWTO, 2018

Turisti su najčešće koristili zračni prijevoz (čak 57%), a nakon toga kopnene načine prijevoza. Transport vodom i željeznički prijevoz je bio najmanje zastupljen. Što se tiče svrhe, odnosno motiva posjete ili putovanja, odmor i rekreacija su na prvom mjestu (55%), a nakon toga slijede posjete prijateljima i rodbini, zdravstveni motivi, religija i ostalo (27%). Poslovni i profesionalni motivi treći su po zastupljenosti (13%).

Svjetska turistička organizacija navodi kako su trendovi turizma današnjice uglavnom vezani za održivi turizam, pa je 2017. godina ujedno bila proglašena i godinom održivog razvoja turizma. U novije vrijeme dionici u turizmu pokušavaju ostvariti održivost kroz pet točaka. Prva točka se odnosi na održivi ekonomski razvoj. Druga točka uključuje povećanje zapošljavanja, socijalnu uključivost i smanjenje siromaštva. Treća točka podrazumijeva učinkovitost resursa, zaštitu okoliša i osvrt na klimatske promjene. Četvrta točka se odnosi na očuvanje kulturnih vrijednosti, njegovanje raznolikosti i baštine. Posljednja točka promovira uzajamno razumijevanje, mir i sigurnost (UNWTO, 2018). Sve ove točke karakteriziraju

suvremeni turizam koji se teži distanciranju od masovnog turizma i nastoji minimalizirati negativne učinke koje turizam donosi, a maksimalizirati one pozitivne.

Što se tiče trendova samih turista, oni su također vezani uz održivi turizam. Suvremeni turisti traže kompenzacijski efekt brzog života pa su glavni čimbenici na kojima počiva suvremeni turizam: sigurnost, zdravlje, ekologija i kultura. (Vidak, Sindik, 2015: 295)

Osim navedenog, turisti traže onu vrstu ponude koja im nudi aktivno provođenje odmora, nove doživljaje i iskustva te dokoličarsku edukaciju. Sve ovo također treba biti u granicama održivog turizma na način da pomaže i poboljšava život lokalne zajednice, donosi ekonomski probitak, štiti okoliš i klimu i slično (Krešić, Miličević, Marković, 2010).

Ovi turistički trendovi su uvelike povezani i sa životnim trendovima današnjice. Kao što se može primijetiti po medijima i društvenim mrežama, ljudi su sve svjesniji važnosti vlastitog zdravlja te prakticiraju zdrav i aktivan život. Osim toga, ljudi su također svjesniji važnosti očuvanog okoliša i gotovo se svakodnevno mogu vidjeti različiti apeli za brigu o okolišu, koji su nerijetko rezultat fenomena globalnog zatopljenje. Sve to utječe i na turističke preferencije ljudi pa u ovakvim situacijama destinacije koje imaju očuvanu okolinu i prirodu nude nove doživljaje i iskustva te kompenziraju efekt brzog života, stoga se mogu se vrlo dobro pozicionirati na heterogenom turističkom tržištu.

Kao i ostala tržišta, turističko se tržište sastoji od turističke ponude i potražnje. Može se definirati kao „(...)skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru(...)“ (Vukonić, Čavlek, 2001: 407). Turistička ponuda se definira „kao količina roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.“ (Pirjevec, Kesar, 2002: 107) U istom izvoru se navodi da se turistička ponuda mora temeljiti na četiri elementa, a to su: atraktivnost prostora, prometna dostupnost, izgrađeni receptivni kapaciteti i promocija u turizmu. Dakle, jedna od glavnih značajki turističke ponude je atraktivnost. Atraktivnost je mjera u kojoj neka destinacija ili atrakcija privlači turiste. U današnjem svijetu atraktivnost prostora je preduvjet za bilo kakav turizam, ali sama atraktivnost ne jamči uspješnost. Ostali navedeni elementi također trebaju biti prisutni da bi turizam donosio pozitivne učinke. Mnoge turističke destinacije posjeduju atraktivne elemente ponude, no zbog nedovoljnog ulaganja u ostale elemente turističke ponude nisu dosegle puni turistički potencijal.

Turistička potražnja se definira „kao ona količina dobara, usluga i robe koju su turisti skloni pribaviti uz određenu cijenu, odnosno uz određeni devizni tečaj, ako je potražnja inozemna.“ (Senečić, Vukonić, 1997: 27) Isti autori navode da potražnja ovisi o objektivnim i subjektivnim činiteljima. Objektivni činitelji su životni standard te životna i radna okolina,

slobodna sredstva i slobodno vrijeme. U subjektivne činitelje spadaju moda, oponašanje, prestiž, snobizam i slično. S obzirom na raznolikost elemenata koji utječu na potražnju, može se zaključiti da je potražnja heterogena, odnosno da ona često varira. Turistička potražnja u velikoj mjeri definira i samu turističku ponudu jer su turističke želje i potrebe ono prema čemu se formiraju različite ponude. Turističko tržište je specifično po tome što se razmjena događa tek kada potražnja dođe na mjesto ponude. Osim toga specifičnost je i u postojanju mnoštva posrednika koji nastoje spojiti turističku ponudu i potražnju. Mjesto na kojem se susreću turistička ponuda i potražnja je destinacija.

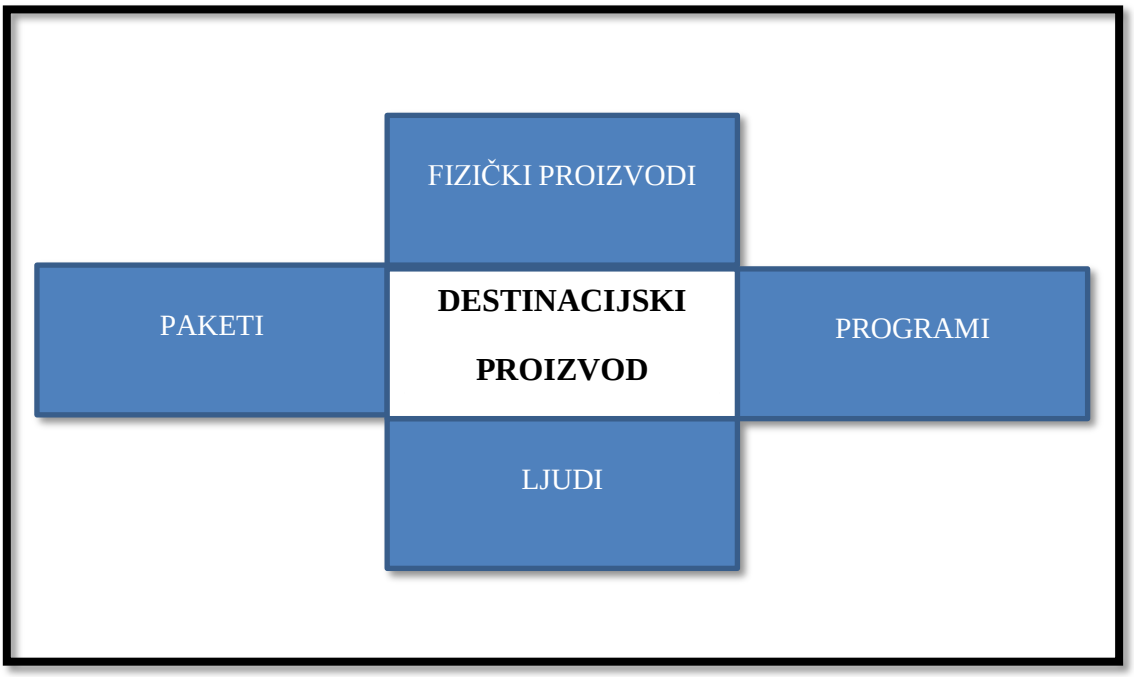
Destinacija se može u najužem smislu definirati kao „mjesto s nekim oblikom stvarne ili zamišljene granice." (Kotler, Bowen, Makens, 2010: 726) Nadalje, turistička destinacija se definira kao „područje gdje je koncentrirana turistička ponuda." (Pirjevec, Kesar, 2002: 67) Današnja turistička ponuda na svjetskoj razini se sastoji od mnoštva (što manjih, što većih) destinacija. Turističke destinacije moraju posjedovati različite atrakcije kako bi prvenstveno privukle turiste, a osim toga trebaju imati i ostalu prikladnu infrastrukturu (vrlo važni smještajni objekti) kako bi uslužili turiste. Nadalje, svakoj turističkoj destinaciji su potrebni sposobni ljudi i organizacije koji će tu destinaciju sustavno razvijati i promovirati u obilju destinacija diljem svijeta. Sve ovo utječe na konkurentnost turističkih destinacija koja je iznimno važna u današnjem svijetu. Mnoge destinacije propadaju ili ne iskorištavaju svoje turističke potencijale, a sve zbog lošeg vođenja ili nedostatnog ulaganja u turističku infrastrukturu ili turizam općenito.

Prema autorima Magaš, Vodeb, Zadel (2018: 13) tipologija destinacija ovisi o glavnom aspektu gledanja na destinaciju. Primjerice, kada se destinacija gleda s aspekta atrakcija, destinacije se mogu podijeliti na destinacije u kojima dominiraju prirodne atrakcije i destinacije u kojima dominiraju umjetne atrakcije (one koje je stvorio čovjek). Prema istim autorima (2018: 14) najtemeljitija podjela turističkih destinacija je ona s aspekta glavnih ciljanih tržišta i poduzete aktivnosti. Prema ovoj podjeli turistička destinacija može biti: urbana, morska, alpska, ruralna, autentični treći svijet, jedinstvena-egzotična-ekskluzivna. Iako je ova podjela poprilično temeljita, mnogi autori pojednostavljuju ovu klasifikaciju tako da turističke destinacije dijele na urbane, ruralne i primorske. Dakle, destinacije se mogu klasificirati na različite načine, ovisno o aspektu gledanja, no ipak najčešća klasifikacija je ona ovisna o samoj lokaciji destinacije.

Razlog zbog kojeg turisti uopće dolaze u određenu destinaciju jesu različite prirodne i antropogene atraktivnosti, što je ujedno i osnova turističkog proizvoda destinacije. Oni biraju takav proizvod koji najbolje ispunjava njihove želje i potrebe. Proizvod može biti usluga,

roba, ideja ili kombinacija ovih pojmova. Vrlo bitna odrednica proizvoda u turizmu je atraktivnost. Što je proizvod atraktivniji privući će veći broj turista (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018: 33). Alastair M. Morrison (2012) navodi četiri komponente destinacijskog proizvoda koje u sinergiji pružaju turistima određeno iskustvo, a to su: fizički proizvodi, ljudi, paketi i programi. Svaka od ovih komponenti je zaseban dio određene destinacije i može ih se tako promatrati. Međutim, sve ove komponente djeluju zajedno kako bi na turista ostavile određeni dojam o destinaciji, tako da u kreiranju iskustva za turista, svaka od ovih komponenti treba biti na zadovoljavajućoj razini.

Prikaz 3 Destinacijski proizvod i njegove komponente



Izvor: obrada autora prema Morrison, 2013

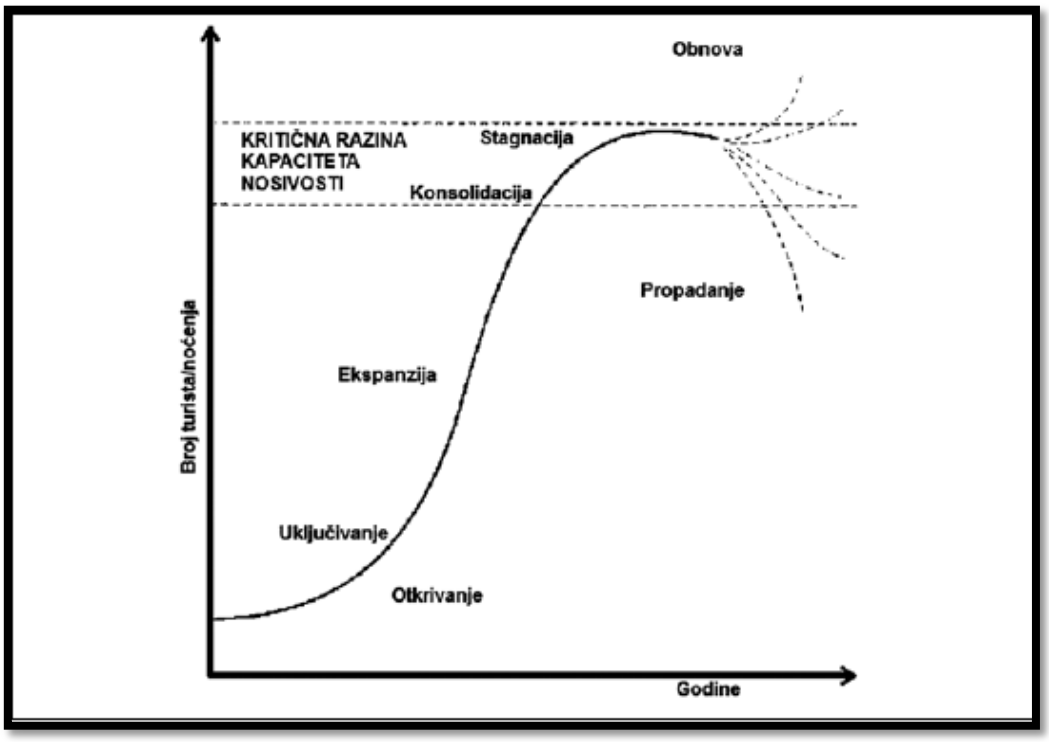
Turizam ima različite gospodarske efekte na destinaciju. Može poticati lokalni razvoj na način da kreira radna mjesta, stimulira različita kapitalna ulaganja i poslovne prilike, što za rezultat ima osnivanje novih poslovnih organizacija i porast sektora. U drugu ruku, turizam može donijeti i negativne efekte kod razvoja destinacije, a to se najčešće događa zbog zagađivanja, špekulacija zemljištem, gubitka kulturnog identiteta, velikim rastom cijena i slično. Vrlo bitna je i činjenica da turizam, prilikom svog razvoja, zahtijeva dodatne troškove koje na kraju snosi lokalno stanovništvo (Hajdaš Dončić, Pavelić, Zmajlović, 2018: 36).

S obzirom na to da turizam može imati različite efekte na destinaciju, potrebno je maksimalizirati pozitivne učinke, a minimalizirati negativne. Da bi se takav efekt postigao, potrebno je slijediti dobar menadžment, odnosno kvalitetno upravljanje u turizmu. Menadžment bi trebao težiti umrežavanju različitih javnih i privatnih interesa u turizmu koji

za cilj imaju jačanje konkurentnosti i promicanje turističke destinacije, a sve na način da se osigura profesionalan pristup integriranog menadžmenta kvalitete. Takav menadžment podrazumijeva aktivnosti kao što su: profesionalno planiranje, implementacija, redovito revidiranje i ocjenjivanje provedenih aktivnosti. (Rudančić, 2018: 98-102). Dakle, upravljanje destinacijom je složen proces koji se prvenstveno očituje u objedinjavanju privatnog i javnog sektora kako bi se zajedničkim snagama unaprijedio turizam određene destinacije. Osim toga, menadžment mora pronaći ravnotežu i udovoljiti objema stranama, a pritom se misli na turiste i lokalno stanovništvo. Uspješno upravljanje destinacijom podrazumijeva brigu za resurse, brigu o stanovništvu, brendiranje i promoviranje destinacije, njegovanje konkurentnosti, poimanje i realiziranje turističkih zahtjeva i ostalo.

Može se reći da se svaka turistička destinacija ponaša jednako kao i proizvod, odnosno ima svoj životni ciklus. Životni ciklus destinacije može se podijeliti u 5 pojednostavljenih faza, a to su redom: uvođenje, rast, zrelost, saturacija i opadanje. Uvođenje započinje kada se nova, popularna destinacija uvodi na tržište. Sljedeća faza je faza rasta, a nju definira porast interesa za investiranje u turističku infrastrukturu. Do faze zrelosti dolazi kada se infrastruktura poveća i dosegne se maksimalan broj posjetitelja. U fazi saturacije dolazi do prekoračenja maksimalnog broja turista i premještanja izvorne potražnje. Zadnja faza je faza opadanja u kojoj dolazi do smanjenja broja posjetitelja, a isto tako dolazi do posebne turističke ponude kojom se pokušava revitalizirati destinacija (Magaš, Vodeb, Zadel, 2018: 19) Prikaz životnog ciklusa destinacije može se vidjeti na sljedećem prikazu.

Prikaz 4 Životni ciklus turističke destinacije



Izvor: Vojnović, 2012

Iz prikaza se može zaključiti da kada dođe do kritične razine kapaciteta nosivosti, ujedno dolazi i do faza konsolidacije i stagnacije. Nakon stagnacije, moguće su dvije situacije. Već spomenuta faza opadanja, odnosno propadanja nakon koje destinacija gubi svoj turistički identitet te polako opada turistički promet i broj posjetitelja. Ovakva situacija svakako nije poželjna za jednu destinaciju pa je puno bolja druga faza, odnosno faza obnove. Faza obnove se odnosi na različite napore kako bi se destinacija oživjela, odnosno stvaranje takve ponude koja će privući nove posjetitelje i spriječiti opadanje turističkog prometa.

Značenje turizma za današnje „globalno selo“ je neupitno. Turizam je iznimno bitan kako na globalnoj razini, tako i na razini pojedinih područja. Vrlo često je on i jedini pokretač određenog područja u gospodarskom smislu. Turistička putovanja iz dana u dan rastu i donose sve više profita različitim gospodarstvima. Turizam potiče zapošljavanje i poduzetništvo, donosi novac, ima multiplikativni učinak, razvija područja i gospodarstvo, poboljšava život lokalne zajednice i slično. Osim toga, turizam na osobnoj razini obogaćuje čovjeka (duhovno, znanjem, iskustvom). Iako ima mnogo pozitivnih strana, turizam naravno ima i onih negativnih. Često je on uzrok devijantnih ponašanja, porasta kriminala i nasilja, vulgarizacije kulture, uništavanja prirodnih i kulturnih resursa i ostalih negativnih posljedica. Zbog svega navedenog u ovom poglavlju, može se zaključiti da je preduvjet stabilne i konkurentne

turističke destinacije pažljivo i sustavno planiranje te ulaganje u turizam koje za posljedicu imaju pozitivne učinke turizma.

2.2 TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Prilikom razvijanja turističke destinacije bitna stavka je svakako kvalitetna infrastruktura, koja je zapravo preduvjet pružanja kvalitetne usluge.

Infrastruktura se može definirati kao svi izgrađeni objekti i sustavi čije je postojanje bitno za normalno funkcioniranje ekonomije i društva. S obzirom na navedenu definiciju, turistička infrastruktura se može podijeliti na 4 skupine. Prva je uobičajena, tipična turistička infrastruktura u koju spadaju: smještajni objekti, objekti i sustavi turističkog informiranja te atrakcije. U drugu skupinu spada paraturistička infrastruktura, kao što je prometna infrastruktura, komunalna infrastruktura, sustav javnog prijevoza, trgovina i uslužni objekti. U treću skupinu spada gastronomija i popratni sadržaji (sport i dokolica, kultura, zabava). U četvrtu skupinu spadaju različite vrste prijevoza (Panasiuk, 2007: 212).

Prema Kotleru i suradnicima (2010: 733), razvijanje turističke infrastrukture pogoduje i samom lokalnom stanovništvu jer pruža rekreativna i kulturološka iskustva, dok istovremeno zadržava izdatke unutar zajednice i podiže kvalitetu života.

Očito je da je turistička infrastruktura iznimno bitna kod turističkih destinacija jer ona, između ostalog, služi razlikovanju turističkih destinacija. Stoga je potrebno pažljivo i sustavno razvijanje turističke infrastrukture kako bi se osigurala učinkovita konkurentna prednost destinacije.

Kao što je već napomenuto, jedan od glavnih elemenata turističke infrastrukture je smještajna infrastruktura, odnosno komercijalni i privatni smještajni objekti. Postojanje smještajnih objekata je zapravo jedan od preduvjeta turizma, a turistički smještajni kapaciteti često imaju veliku moć prilikom oblikovanja općeg dojma turista o određenoj destinaciji. S obzirom na navedeno, da se zaključiti da su dobro osmišljeni i kvalitetni smještajni objekti temelj kvalitetne turističke ponude.

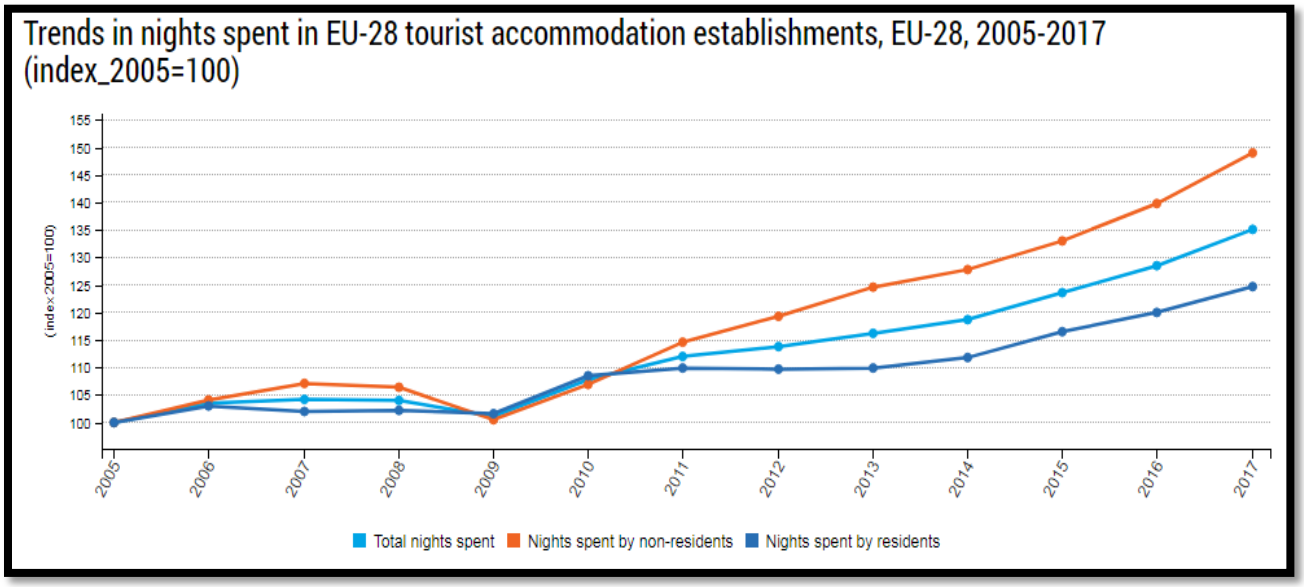
2.2.1 SMJEŠTAJNI OBJEKTI U TURIZMU

Kao i kod definicija i podjela turizma, kategorizacije i definicije smještajnih kapaciteta u turizmu se razlikuju od autora do autora. Prema Državnom zavodu za statistiku u turistički smještaj spadaju: „svi fizički i poslovni subjekti (poduzeća/trgovačka društva, obrtnici, ustanove, udruge itd.), i njihovi dijelovi koji obavljaju djelatnost pružanja usluga smještaja turistima; zdravstvene ustanove za svoje objekte u kojima osobe borave radi medicinske rehabilitacije (osobe same snose naknadu za taj boravak); poslovni subjekti koji su osnovali ili vode brigu i nadzor nad planinarskim domovima; poslovni subjekti koji se za vrijeme školskih praznika koriste školama, domovima i sličnim objektima kao privremenim smještajnim kapacitetima.“ (DZS, 2018)

Prema Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata (NN, br. 48/02., 108/02., 132/03., 73/04., 67/06., 88/07., 58/08., 62/09., 63/13., 33/14., 92/14., 54/16. i 56/16.) tu spadaju: hoteli, hoteli baštine, aparat-hoteli, integralni hoteli, difuzni hoteli, lječilišni hoteli, hoteli posebnog standarda, turistička naselja, turistički apartmani, pansioni, lječilišni pansioni, guest house, kampovi, kamp-naselja, kampirališta, kamp-odmorišta, sobe, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor, prenoćišta, odmarališta za djecu, hosteli, planinarski domovi, lovački domovi, učenički domovi ili studentski domovi i objekti za robinzonski smještaj (DZS, 2018).

Statistike Eurostata ukazuju da se u periodu od 2005. do 2017. godine broj noćenja u turističkom smještaju Europske unije uvećao za 35%. Veći porast je zabilježen kod stranih turista (nerezidenata), a iznosi 49%. Navedeni podaci najbolje se ocrtavaju na sljedećem grafu, na kojem se može primijetiti dinamika porasta stranih, domaćih i ukupnih noćenja.

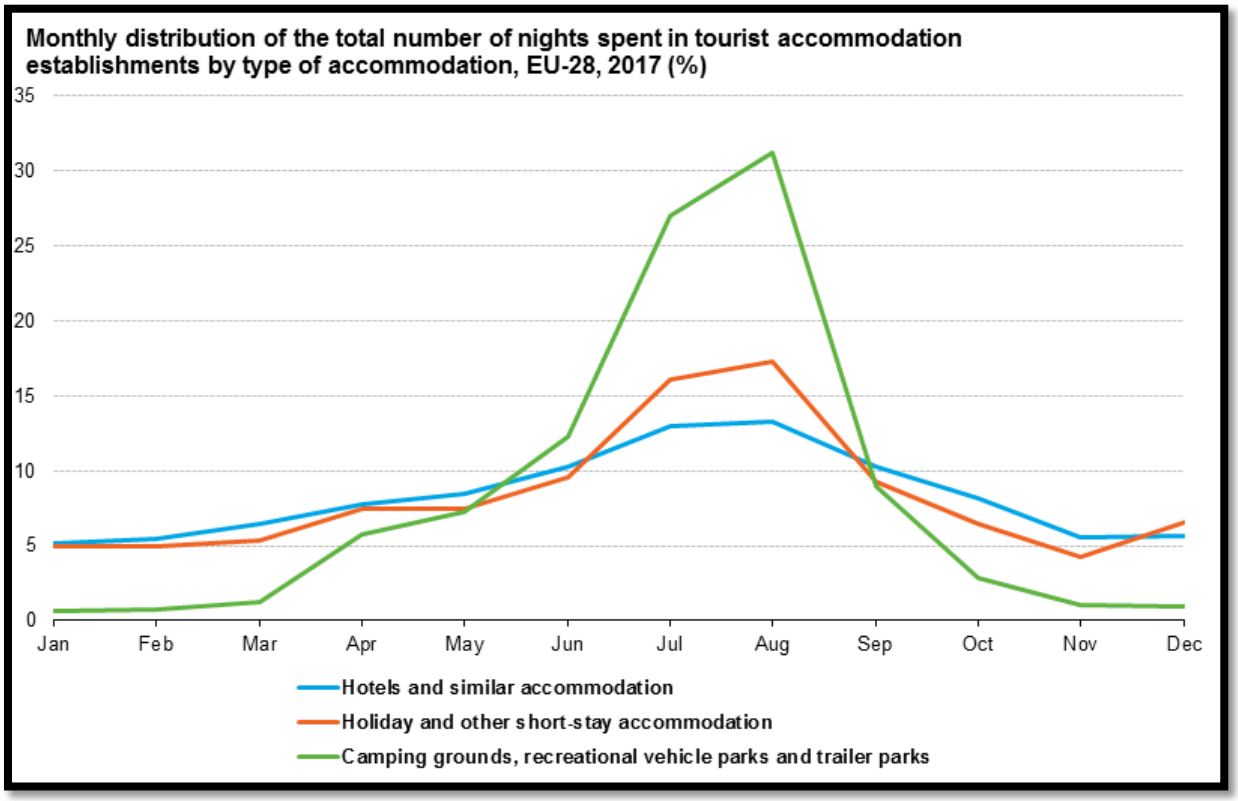
Prikaz 5 Kretanje broja noćenja u smještajnim objektima Europske unije, EU-28, 2005-2017 (index_2005=100)



Izvor: Eurostat, 2018

Jedna od glavnih karakteristika, odnosno negativnih trendova u turizmu, je sezonalnost. Sezonalnost se očituje u izraženom prometu u određenim mjesecima godine (ljetna i zimska sezona). Ipak, sezonalnost ne pogađa jednako sve vrste smještaja. Prikaz 5. prikazuje raspodjelu ukupnog broja noćenja prema vrsti smještaja u državama članicama EU tijekom pojedinih mjeseci u godini.

Prikaz 6 Mjesečna raspodjela ukupnih noćenja u turističkom smještaju po vrsti smještaja, EU-28, 2017 (%)

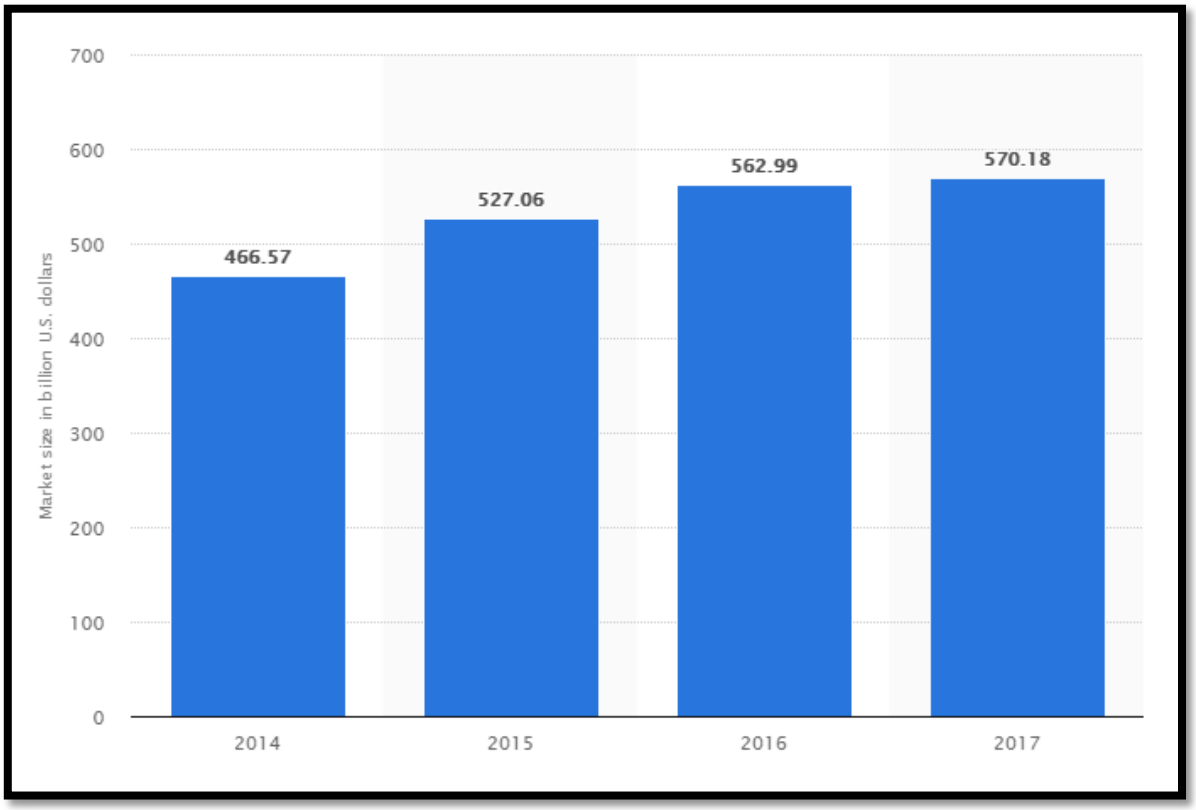


Izvor: Eurostat, 2018

Plava linija na grafu prikazuje hotelski i sličan smještaj, narančasta smještaj za odmor (apartmani, kuće za odmor i slično), a zelena linija označava smještaj u kampovima, parkovima i slično. Na grafu se može vidjeti da sve vrste smještaja imaju svoj vrhunac u ljetnim mjesecima (naročito u kolovozu), što je razumno s obzirom da se većina zemalja EU-a promatra kao ljetne turističke destinacije i većina se turističkih dolazaka odvija u ljetnoj sezoni. Nadalje, najmanje izraženu sezonalnost imaju hotelski i sličan smještaj. Razlog tomu je što se hoteli koriste i izvan sezone za različite vrste turizma, a najbolji primjer je kongresni turizam koji se u pravilu prakticira izvan glavne sezone. Osim toga, veliki broj turista u ljetnoj sezoni koristi smještaj u apartmanima, kućama za odmor i sličnom smještaju što dodatno utječe na smanjenje turističkog prometa u hotelima. Kao što se može vidjeti na grafu, smještaj u kampovima, parkovima i sličnim prostorima ima najizraženiji skok u ljetnim mjesecima (velike amplitude s obzirom na ostale mjesece), a razlog tomu, između ostalog, leži i u činjenici da je ovakva vrsta smještaja relativno ovisna o vremenu.

Kao što je već navedeno u ovom poglavlju, postoji mnoštvo različitih objekata za smještaj turista. Statistički je vrlo teško pratiti sve kategorije pogotovo jer se poslovanje mnogih nalazi u sivoj zoni ekonomije. Ipak, situacija kod hotela i sličnog smještaja je nešto drugačija. Veličina tog tržišta se mjeri u stotinama milijardi, a isto tako primjetan je porast ove industrije iz godine u godinu. To se najbolje može vidjeti na sljedećem grafu, koji prikazuje veličinu globalne hotelske industrije (kroz tri godine, u milijardama američkih dolara).

Prikaz 7 Veličina tržišta globalne hotelske industrije od 2014-2017/u milijardama američkih dolara ($)



Izvor: Statista, 2018

Sljedeća tablica prikazuje broj noćenja u turističkim smještajnim objektima u 2017. godini za zemlje Europske unije (i neke ostale zemlje Europe), no ono što je važnije za ovo poglavlje jest drugi dio tablice koji pokazuje udio vrste smještaja u ukupnom smještaju pojedine zemlje (odnosi se na već spomenute tri vrste smještaja).

Prikaz 8 Noćenja i raspodjela smještajnih jedinica za zemlje EU u 2017. godini

Nights spent in tourist accommodation establishments, 2017

	Nights spent in tourist accommodation establishments (Thousand)	Share in all nights spent in EU-28 tourist accommodation establishments (%)	Share in total tourist accommodation (%)		
			Hotels and similar accommodation	Holiday and other short-stay accommodation	Camping grounds, recreational vehicle parks and trailer parks
EU-28(¹)	3 138 778	100.0	62.7	24.3	13.0
Belgium	38 677	1.2	49.0	43.9	7.1
Bulgaria	26 054	0.8	92.4	7.4	0.2
Czechia	53 219	1.7	74.4	20.0	5.6
Denmark	32 158	1.0	48.3	18.3	33.3
Germany	401 163	12.8	72.0	20.3	7.7
Estonia	6 509	0.2	80.9	18.9	0.2
Ireland(²)(³)	33 935	1.1	84.7	11.3	4.0
Greece	111 271	3.5	78.8	19.7	1.5
Spain	471 200	15.0	72.3	19.5	8.2
France	433 059	13.8	49.5	21.9	28.6
Croatia	86 095	2.7	28.5	49.3	22.2
Italy	420 629	13.4	65.4	21.1	13.5
Cyprus	16 781	0.5	>99.9	:	<0.1
Latvia	4 951	0.2	77.7	19.5	2.8
Lithuania	7 365	0.2	55.4	43.7	0.9
Luxembourg	2 892	0.1	58.6	8.9	32.5
Hungary	31 609	1.0	76.9	16.9	6.2
Malta	9 580	0.3	97.2	2.8	:
Netherlands	111 698	3.6	43.8	38.5	17.7
Austria	121 127	3.9	75.6	19.1	5.3
Poland	83 881	2.7	56.2	42.4	1.4
Portugal	72 036	2.3	82.6	8.2	9.1
Romania	26 916	0.9	82.6	16.4	1.0
Slovenia	12 460	0.4	62.2	24.2	13.6
Slovakia	14 668	0.5	69.0	28.9	2.1
Finland	21 914	0.7	81.1	10.7	8.2
Sweden	58 683	1.9	62.3	10.8	26.9
United Kingdom(²)	428 249	13.6	47.7	38.2	14.1
Iceland(²)	8 783	z	63.7	24.0	12.2
Liechtenstein	151	z	84.5	13.6	1.9
Norway(²)	33 290	z	69.9	8.5	21.6
Switzerland(²)	53 283	z	70.2	23.9	6.0
Montenegro(²)	3 890	z	89.0	10.4	0.6
Former Yugoslav Republic of Macedonia	1 975	z	77.8	19.3	2.9
Serbia(²)	8 312	z	67.2	32.3	0.6
Turkey(⁴)	112 545	z	99.7	:	0.3
Kosovo*(²)	301	z	93.0	7.0	:

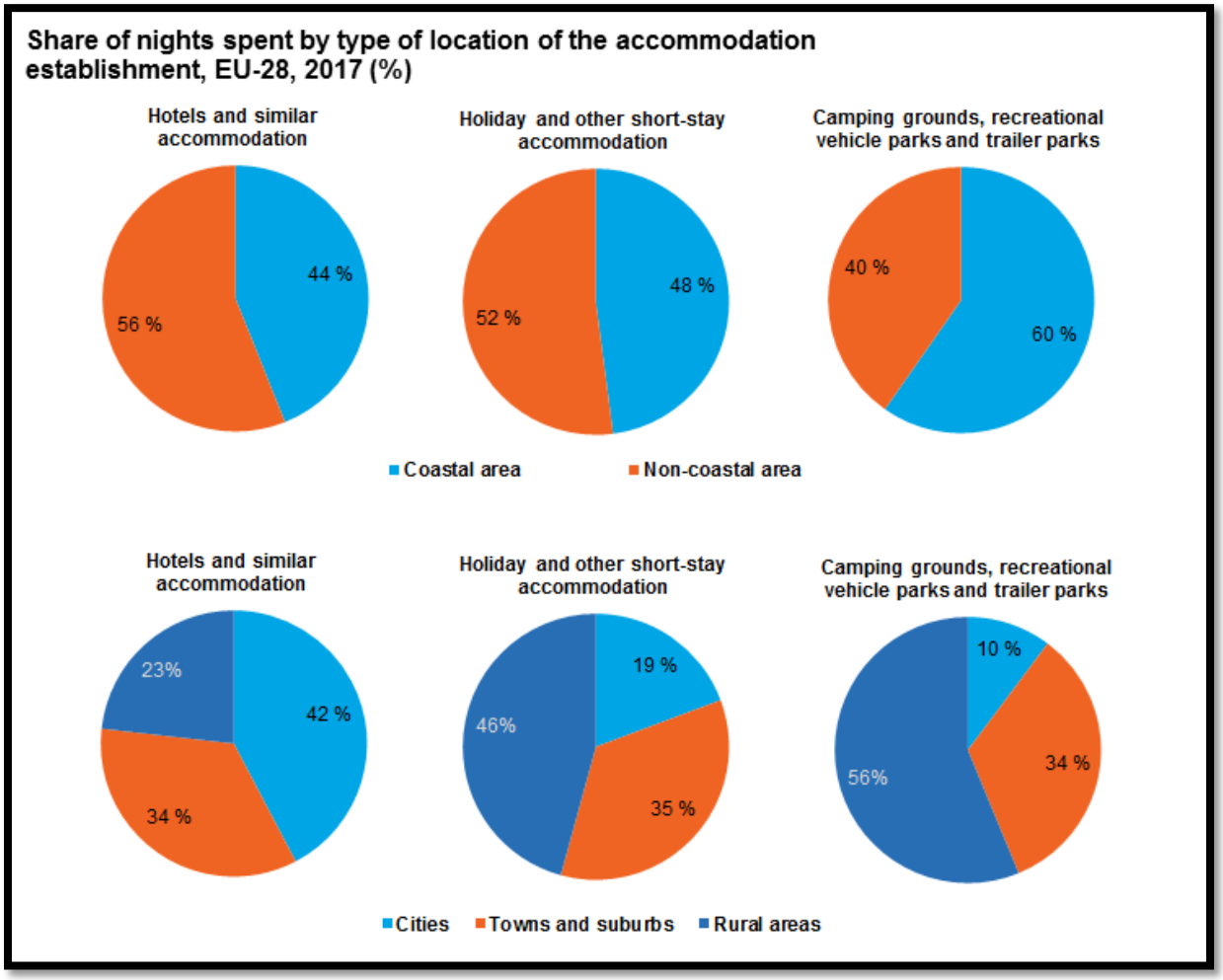
Izvor: Eurostat, 2018

Može se primijetiti da na razini cijele Europske unije (u prosjeku) ipak prednjači smještaj u hotelima i sličnom smještaju (62,7% od ukupnog), a prati ga smještaj za odmor (24,3%). Zanimljivo je primijetiti da je Hrvatska jedina članica koja ne prati taj trend, odnosno ima više noćenja u smještaju za odmor (apartmani, kuće za odmor i sl.), nego hotelskom i njemu sličnom smještaju (49,3% > 28,5%).

Lokacija je vrlo bitna za smještajne objekte, ali i turizam općenito. Kao što je već napomenuto, većina članica Europske unije promatraju se kao ljetne destinacije, stoga je

logično da priobalna područja imaju veliku važnost. Sljedeći prikazi odnose se na raspodjelu noćenja s obzirom na lokaciju smještajnih objekata u državama Europske unije.

Prikaz 9 Raspodjela noćenja po lokacijama smještajnih objekata, EU-28, 2017 (%)



Izvor: Eurostat, 2018

U prvom dijelu (tri gornja prikaza) se vidi da su ostvarena otprilike podjednaka noćenja u priobalnom i kontinentalnom dijelu kod smještaja kao što su hoteli i smještaj za odmor (iako postoji blaga prevlast kontinentalnog, odnosno nepriobalnog područja), dok je kod kampova izrazita prednost na strani samog priobalja. U drugom dijelu (tri donja prikaza) se vidi da hoteli prevladavaju u većim gradovima, dok smještaji za odmor i kampovi prevladavaju u ruralnim prostorima. Noćenja u manjim gradovima i predgrađima su gotovo konstantna po udjelu kod svih vrsta smještaja.

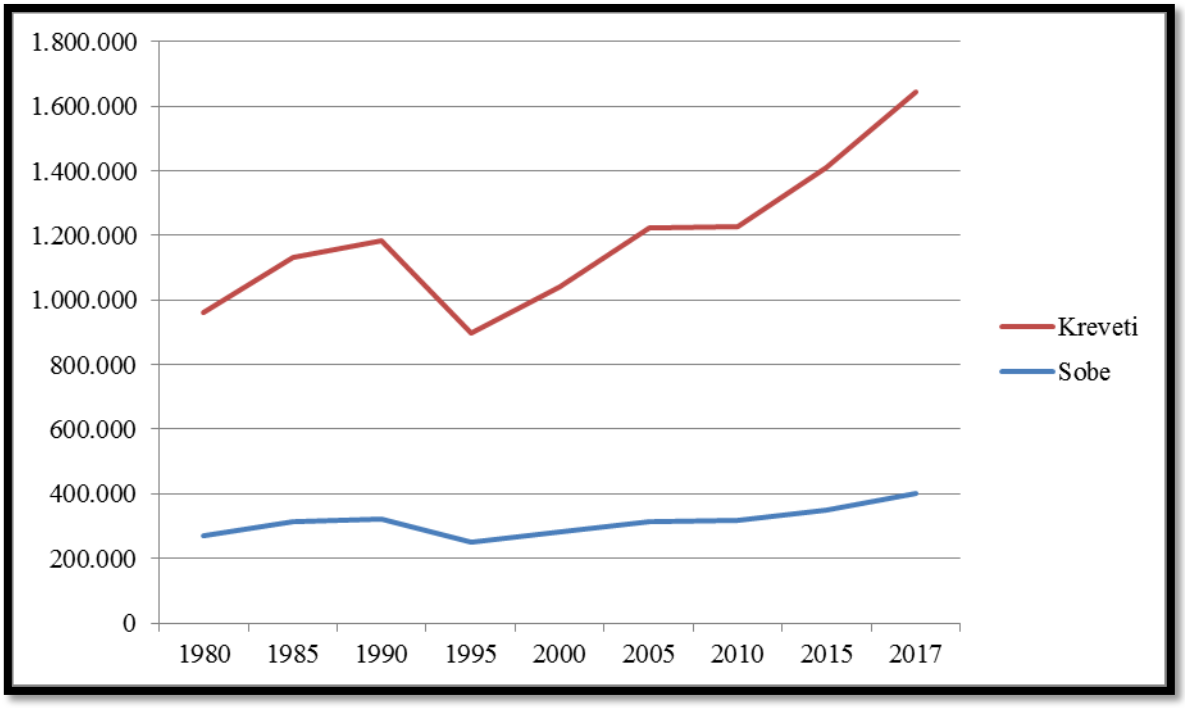
Pretražujući različite online portale i stranice koje se bave ugostiteljstvom i hotelijerstvom lako se dolazi do zaključka da smještajni kapaciteti u turizmu nisu imuni na trendove i moraju se uvijek prilagođavati kako bi ostali konkurentni. Mnogi portali i novine, između ostalih i *Hotel News Resource*, navode da će budućnost smještajnih objekata ovisiti o

uključivanju novih tehnologija u poslovanje. Nadalje, dizajn interijera će biti sve važniji pa će turisti tražiti luksuzno, ali u isto vrijeme i minimalističko uređenje. Također, novi trendovi se fokusiraju na porast iznajmljivanja smještaja u kućanstvima, naročito kuće za odmor, uz polagani odmak od hotelskog smještaja i prenapučenih lokacija (sve privlačnije ruralne i osamljene lokacije). Naravno, veliki trend održivosti neće ostati neprimijećen ni u smještaju pa će se smještaj sve više trebati voditi načelima održivosti i brige za zdravlje gosta. Ovakav trend će poprilično utjecati na porast eko hotela, eko apartmana, zelenih kuća i sličnih objekata (Hotel News Resource, 2018).

2.2.2 SMJEŠTAJNI OBJEKTI U HRVATSKOJ

U Hrvatskoj, porast turističkih dolazaka prati i rast smještajnih kapaciteta pa je tako 2017. godine bilo oko 403.000 soba s 1.243.000 kreveta. Porast je očit, s obzirom da su te brojke 2015. godine iznosile 348.000 soba i 1.062.000 kreveta, a 2016. su te brojke bile 368.000 soba i 1.149.000 kreveta. (DZS, 2018) Porast broja soba i kreveta, od 1980. godine do današnjih dana, je najbolje vidljiv na sljedećem grafu.

Grafikon 1 Kretanje broja soba i kreveta u Hrvatskoj u razdoblju od 1980. – 2017. (u razdobljima od 5 godina)



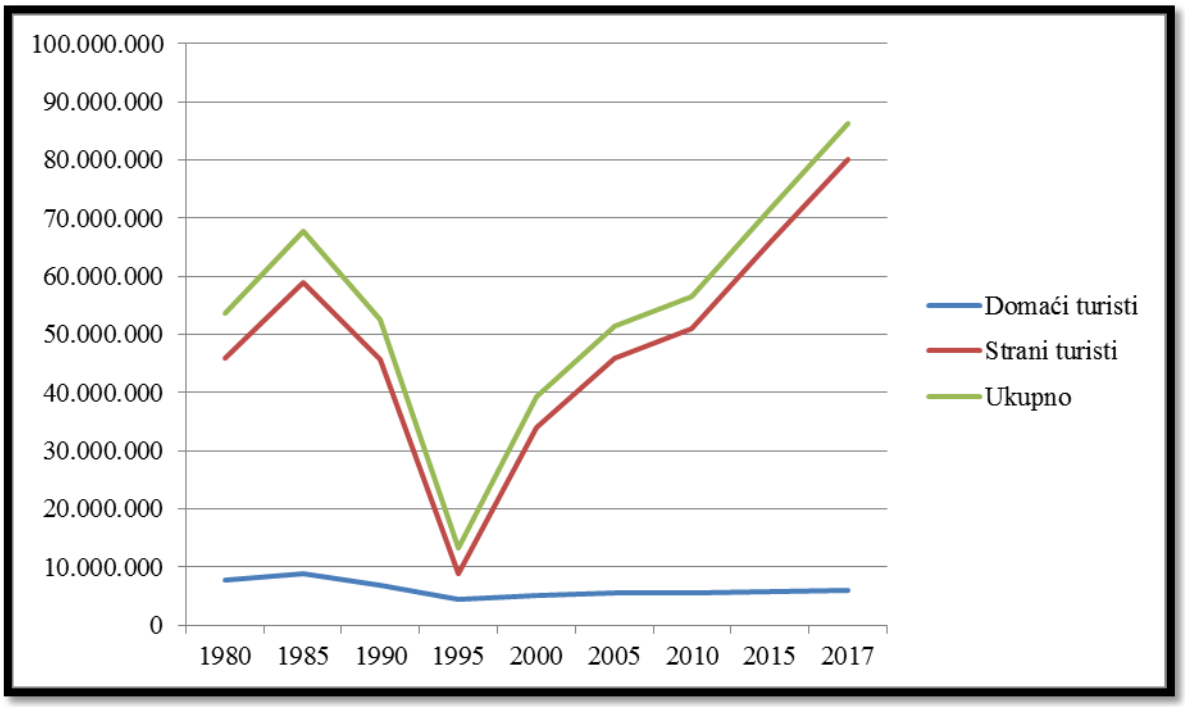
Izvor: obrada autora prema DZS, 2019

Iako graf sadrži podatke za svakih pet godina, na njemu se može primijetiti dinamika rasta broja soba i kreveta. Broj kreveta ima mnogo veću dinamiku rasta od broja soba. Na grafu se mogu primijetiti padovi za vrijeme 1990.-ih što je naravno posljedica rata, ali i

stagnacija u razdoblju od 2005. do 2010. što je posljedica ekonomske krize, naročito u 2009 godini.

Ovakav rast kapaciteta je naravno produkt rasta same potražnje, odnosno noćenja. Na sljedećem grafu je prikazana dinamika rasta noćenja u istom razdoblju, od 1980. do 2017. godine.

Grafikon 2 Kretanje broja noćenja stranih i domaćih turista u Hrvatskoj u razdoblju od 1980. - 2017. (u razdobljima od 5 godina)

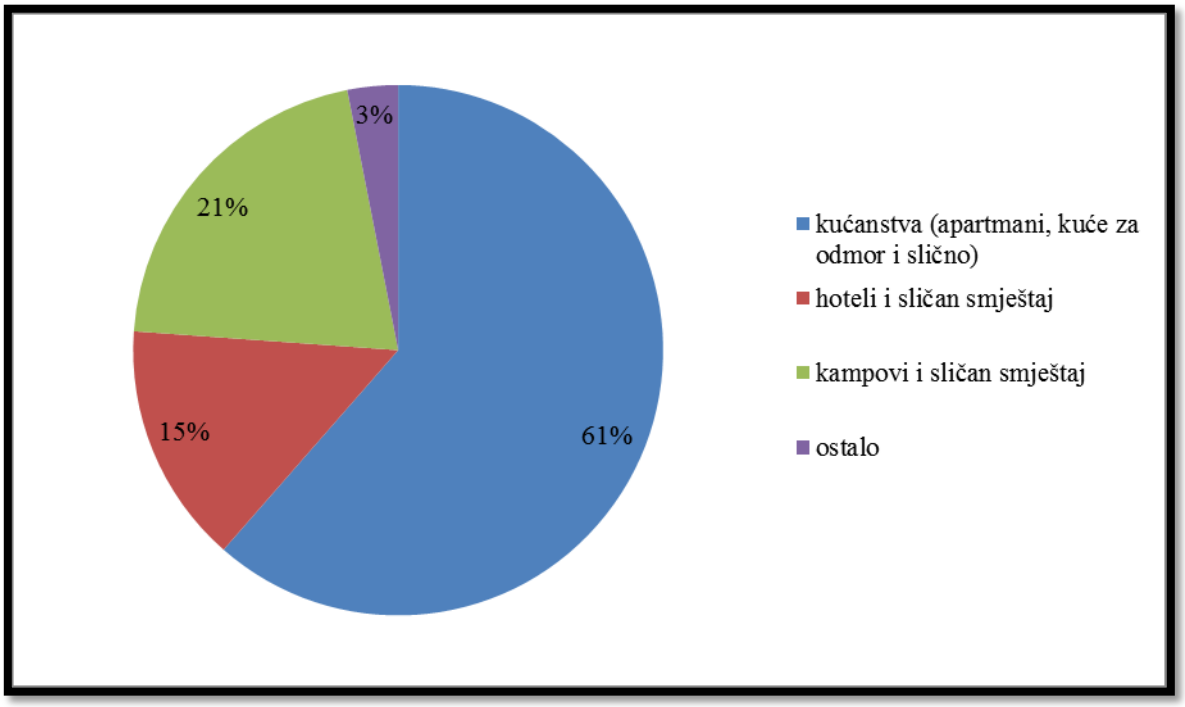


Izvor: obrada autora prema DZS, 2018

Slično kao i u prethodnom grafikonu, dinamika noćenja turista u Hrvatskoj je takva da su noćenja stranih turista rasla. U drugu ruku, broj noćenja domaćih turista kroz ovo razdoblje je manje-više konstantan. Na ovom grafu se također može uočiti koliko je turizam zapravo osjetljiv na društvena previranja i vanjske utjecaje (u ovom slučaju rat 1990.-ih).

U 2017. godini bilo je ukupno 1.242.663 kreveta na području cijele Hrvatske, a čak 763.575 kreveta od ukupnog broja spada u kategoriju gdje se nalaze sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio apartmani i kuće za odmor ili takozvana kućanstva. Dakle, broj kreveta u kućanstvima čini oko 61% ukupnog broja smještajnih kapaciteta. Nadalje, u hotelima i sličnom smještaju nalazilo se ukupno 182.590 kreveta i to najviše s kategorizacijom od četiri zvjezdice (62.023). U kampovima i prostorima za kampiranje bilo je 258.210 kreveta, a najviše kreveta u ovoj kategoriji je također kategorizirano sa četiri zvjezdice (93.900) (DZS, 2018).

Grafikon 3 Broj kreveta prema vrsti smještajnog objekta u Hrvatskoj, u 2017. godini



Izvor: obrada autora prema DZS, 2018

Prema navedenim podacima izvodi se zaključak da je struktura turističkih smještajnih objekata u Hrvatskoj izrazito nezadovoljavajuća. Najviše kapaciteta ima u kućanstvima i to su uglavnom privatni iznajmljivači, dok hotelski kapaciteti nisu zadovoljavajući. Broj kreveta u hotelima naspram ostalim smještajnim objektima je poprilično mali.

Ovakva situacija veliki je nedostatak za hrvatski turizam. Razlog tomu je što hoteli najviše doprinose BDP-u zbog investicijske zahtjevnosti i razine produktivnosti. Osim toga, hoteli su preduvjet kvalitetne i raznovrsne ponude. Također, ovakav tip smještaja omogućuje razvoj različitih oblika turizma, povećava zapošljavanje, razvija destinaciju te ima bolje ekonomske učinke (Klarin, 2017: 118).

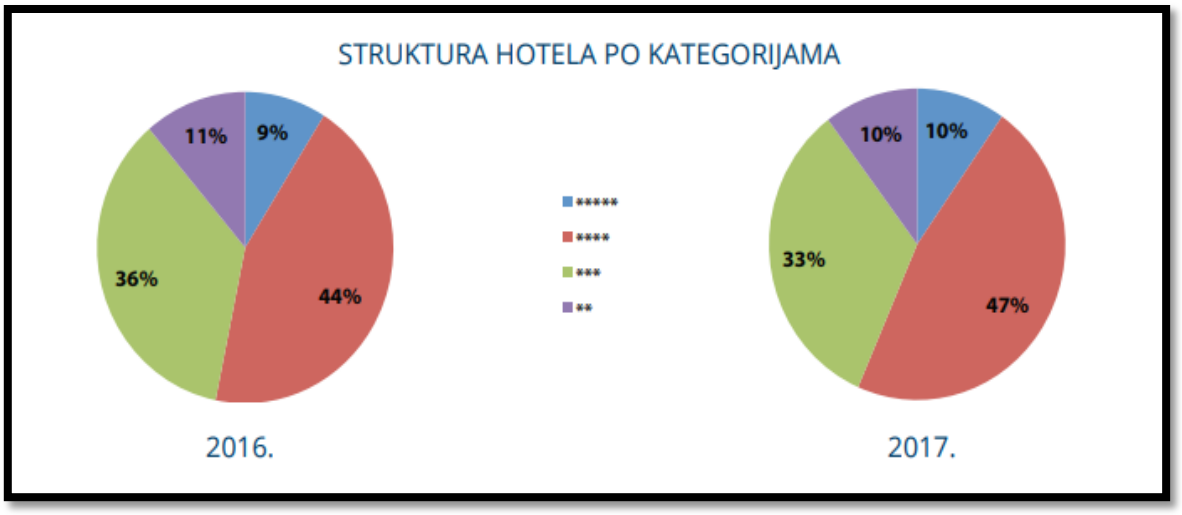
Iako je kod hotela najmanje izražena sezonalnost, ona ipak postoji. Razlog tomu je što su hoteli uglavnom koncentrirani na obali i što su ostali oblici turizma slabo razvijeni. Kada bi se ostali oblici turizma sustavno razvijali, hotelski smještaj bi se mogao staviti u funkciju i izvan sezone (Kožić, 2013: 478). Prema tome, hotelski smještaj bi trebao biti građen uz istovremeno razvijanje novih oblika turizma.

Osim same strukture, nedostatak hrvatskog turističkog smještaja je i kvaliteta. Iako je većina hotelskog smještaja sa četiri zvjezdice, postoji mnogo hotela s tri pa čak i dvije zvjezdice, dok je onih sa 5 zvjezdica najmanje (prema DZS (2018) tek 13.024 kreveta u hotelima najviše kategorije). Slična slika je i u drugim smještajnim objektima, a za najbolji primjer kvalitete smještaja mogu se uzeti kampovi. Prema podatcima DZS-a (2018) u 2017.

godini najviše kreveta u kampovima je bilo sa četiri zvjezdice, njih 93.900. Međutim brojke od 81.682 (sa tri zvjezdice) i 50.695 (dvije zvjezdice) su poprilično velike. Nadalje, broj kreveta u kampovima sa jednom zvjezdicom (2.903) je veći od onoga sa pet zvjezdica (1.329) (DZS, 2018).

Iako kvaliteta nije zadovoljavajuća, pomaci prema boljem postoje. To se može vidjeti na sljedećem grafu koji prikazuje udio hotela prema kategorizaciji u 2016. i 2017. godini.

Prikaz 10 Struktura hotela po kategorijama u 2016. i 2017. godini



Izvor: HTZ, 2018

Koliko je smještaj zapravo važan turistu pokazuje i činjenica da je prosječan turist u Hrvatskoj 2017. godine trošio 49% ukupnog troška samo na smještaj. Iako struktura i kvaliteta smještaja u Hrvatskoj nije na zadovoljavajućem nivou, samo zadovoljstvo gostiju smještajem je izrazito zadovoljavajuće. Jedan od najbolje ocjenjenih elemenata ponude općenito je ljubaznost osoblja u smještajnom objektu, a osim toga visoko ocijenjen je i cijeli niz elemenata vezanih uz smještaj: kvaliteta hrane i usluge, komfor i vrijednost za novac (TOMAS ljeto 2017, 2018).

Važnost smještaja u turizmu prepoznata je i od strane bitnih subjekata u turizmu i vladajućih. Tako se u *Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine* kao prioritet navodi ubrzani rast kvalitetnog hotelskog smještaja koji će utjecati na produljenje sezone. Nadalje, u strategiji je naveden cijeli niz ciljeva razvoja svih vrsta smještajnih objekata u Hrvatskoj. Ciljevi se sastoje od izgradnje objekata više kvalitete (uglavnom četiri zvjezdice), zadržavanje autentičnosti, poseban naglasak na ekologiju, komercijalizacija te unaprjeđenje već postojećih smještajnih objekata niže kvalitete.

Sumirano, smještajnim turističkim objektima u Hrvatskoj je potrebno restrukturiranje i revitalizacija uz poseban naglasak na povećanje hotelskih smještajnih kapaciteta. Osim toga

potrebno je podizanje kvalitete i veće kategorizacije već postojećih objekata kako bi se u budućnosti mogao ponuditi kvalitetniji smještaj, što posljedično dovodi do mogućnosti naplate viših cijena.

2.3 KUĆE ZA ODMOR

Kuća za odmor je jedna od vrsta smještajnih objekata u turizmu koja se razvila u novije vrijeme. Turisti sve češće prakticiraju ovakav tip smještaja jer im nudi mnoštvo pogodnosti. U ovom poglavlju prikazat će se glavne odrednice ovakvog tipa smještaja, a zatim odrediti glavne karakteristike kuća za odmor u svijetu i onih u Hrvatskoj.

2.3.1 POJAM KUĆE ZA ODMOR

Jedan od čestih oblika turističkih smještajnih objekata su kuće za odmor. Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, kuća za odmor je „objekt u kojem iznajmljivač pruža uslugu smještaja i korištenja okućnice, opremljen da gost sam može pripremati i konzumirati hranu.“ (NN, 54/16) Dakle, kuća za odmor se iznajmljuje kao cjelina, što znači da u njoj ne može živjeti vlasnik ili biti više apartmana za više različitih grupa gostiju. Osim toga, treba biti opremljena tako da gost sam može pripremati hranu, a prema već spomenutom zakonu iznajmljivač može pružati usluge prehrane, pića i napitaka. Kuća za odmor se razlikuje u nekoliko stvari od ostalih objekata za smještaj turista. To je najčešće smještaj pogodan za veće obitelji ili više članova, a s obzirom na različite sadržaje za djecu, kuće za odmor su često pogodne za obitelji s djecom. Osim toga kuće za odmor nisu kao klasični smještajni objekti jer uz sve sadržaje koje nude (npr. bazene, teretane, teniske terene i ostalo) turistima pružaju različite dodatne vrijednosti i mogu se gledati i kao same turističke atrakcije, a ne samo smještaj. U današnje vrijeme turistima su posebno privlačne kuće za odmor koje se nalaze u ruralnijim i zabačenijim krajevima, daleko od gradske vreve pa je vrlo bitna karakteristika kuće za odmor i sama njezina lokacija.

2.3.2 KUĆE ZA ODMOR U SVIJETU

U svijetu su danas kuće za odmor popularna alternativa hotelskom smještaju. Registrira ih se sve više, a turistima su posebno privlačne jer nude posebno iskustvo sa svojim različitim sadržajima. Razvoju ove vrste smještaja idu u prilog i već spomenuti trendovi u turističkoj industriji. S obzirom na lokacije kuća za odmor i njihovo povezivanje sa ruralnim, odnosno nedovoljno iskorištenim prostorima, može se zaključiti da one udovoljavaju različitim aspektima održivosti kao što su donošenje ekonomskih pogodnosti nerazvijenijim krajevima, rasterećenje žarišta turističke aktivnosti (pomak u ruralnije krajeve), unaprjeđenje života lokalne zajednice, očuvanje okoliša i prostora i slično. Osim toga, kuće za odmor su opremljene tako da turistima nude aktivan odmor u nezagađenom okolišu što pogoduje trendovima turističke potražnje koji su vezani uz aktivan odmor i zdravlje. Moderni turisti također traže iskustva koja će ih povezati i kojima će učiti o lokalnoj zajednici, a nerijetko žele smještaj u kojem će se osjećati kao kod kuće. S obzirom na sve navedeno, može se reći da su kuće za odmor sadašnjost i budućnost turizma. Na sljedećim prikazima mogu se vidjeti neke tipične karakteristike kuća za odmor na primjeru kuće za odmor u Južnoj Africi.

Prikaz 11 Tipična lokacija kuća za odmor



Izvor: The Spaces, 2017

Na prethodnom prikazu se najbolje može vidjeti tipična lokacija jedne kuće za odmor. To su najčešće lokacije na osami, okružene prirodom i divljinom. Turistima je vrlo često važno da kuća za odmor ima dobru lokaciju jer oni traže bijeg od gužve i gradske vreve. Na

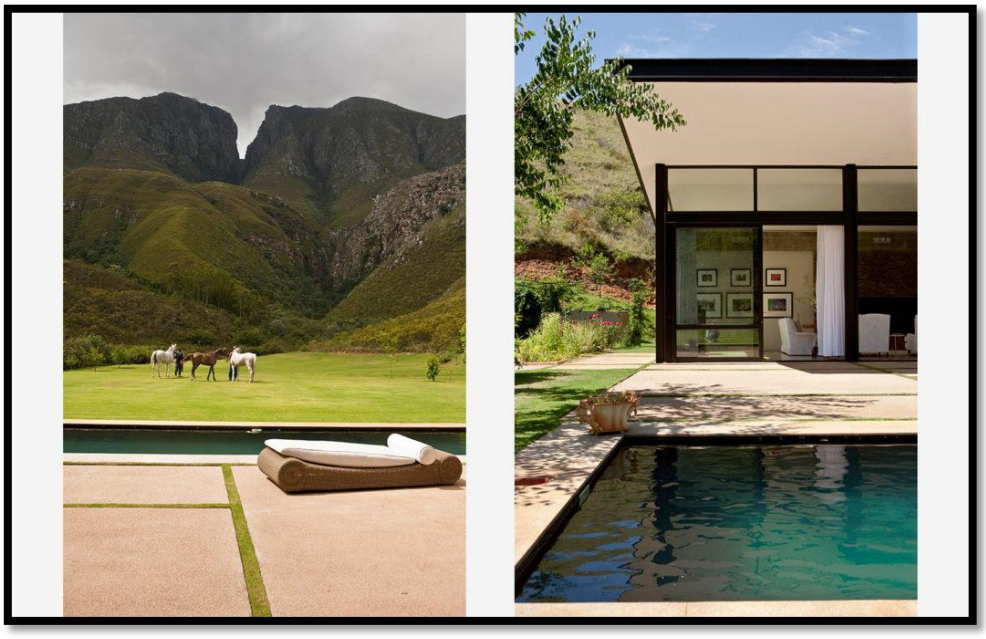
sljedećim prikazima nalaze se interijer i sadržaji, a oni pokazuju da su kuće za odmor najčešće luksuzno uređene i imaju mnoštvo sadržaja.

Prikaz 12 Interijer kuće za odmor



Izvor: The Spaces, 2017

Prikaz 13 Dodatni sadržaji i okolina



Izvor: The Spaces, 2017

Kućanstva koja se iznajmljuju u turističke svrhe (između ostalog i kuće za odmor) imaju svoje pozitivne i negativne strane. Pozitivne strane su: povećanje turističkog prometa i prateće ekonomske i fiskalne pogodnosti, dodatni prihod za iznajmljivače, ekonomske pogodnosti za područja koja se inače ne posjećuju. Osim pozitivnih, postoje i negativne, a to su: negativne promjene u sektoru smještaja domaćeg stanovništva, učestalija iseljavanja rezidenata iz kuća (ukoliko se iznajmljivač okrene turističkom iznajmljivanju), nepoštivanje lokalnih odredbi i zakona, negativan utjecaj na kvalitetu života lokalne zajednice zbog neprilika koje donosi turizam, smanjenje kućanstava u kojima žive obitelji, a posljedično smanjenje broja stanovnika i djece (Ladkoo, 2016: 892).

U svijetu se koriste različiti nazivi za ovakav oblik smještaja. Iako se u službenim statistikama, znanstvenim člancima (i slično) kuće za odmor gledaju kao smještaj u kućanstvima (uz apartmane, sobe, studio apartmane), na servisima za pretraživanje i iznajmljivanje (poput Booking.com, Airbnb, Expedia, HomeAway, Casamundo, Housetrip) su one jasno odvojene od ostalih oblika smještaja. Tako se u engleskom jeziku, na navedenim servisima, mogu naći različiti nazivi kao što su *holiday homes*, *holiday rentals*, *holiday lets*, *vacation rentals*, *short-term rentals*, *selfcatering homes*, *cottages* i slično.

Najsličnija definicija hrvatskim kućama za odmor su francuske *gîte*. To su kuće koje se iznajmljuju u cijelosti, a uglavnom se nalaze u selima i ruralnijim krajevima. Opremljene su tako da gosti sami mogu spremati obroke, a krasi ih i mnoštvo dodatnih sadržaja, a najčešće su to bazen, bicikli, igrališta i slično (frenchconnections.co.uk, 2019).

Pretražujući spomenute servise za pronalazak i rezervaciju smještaja, može se zaključiti kako su kuće za odmor u svijetu uglavnom smještene u ruralnim krajevima, udaljenim od grada i gužve. To je ujedno glavna prednost i razlog za odabir ovakvog tipa smještaja jer turisti ovakvog tipa traže bijeg od svakodnevnice i relaksaciju. Kuće za odmor u svijetu su najčešće visoke kategorizacije, a uz to sve imaju i različite dodatne sadržaje.

Što se tiče ekonomskog efekta i statističkih podataka za kuće za odmor, jako je teško odrediti njihov utjecaj i brojke jer se u statistikama navode pod grupu kućanstava u koju spadaju mnogi različiti tipovi smještajnih objekata. Isto tako, s obzirom da se radi o relativno novijoj vrsti smještajnih objekata i novom trendu u turizmu, kuće za odmor se i u stručnoj literaturi promatraju samo kao mali dio smještajnih kapaciteta u kućanstvu te stoga ne postoji mnogo znanstvenih radova o ovoj temi. Ipak, u stranoj literaturi se često može naići na ovaj pojam, no tu se kuće za odmor promatraju tek kao nekretnine koje vlasnicima služe za vlastiti odmor, a tek mali dio se valorizira kroz turizam.

2.3.3 KUĆE ZA ODMOR U HRVATSKOJ

Broj soba u kućanstvima u Hrvatskoj raste iz godine u godinu. To se može vidjeti iz već spomenutih podataka u prethodnom poglavlju. Teško je razlučiti koliki je točan broj kuća za odmor jer su u statističkim obradama podataka one ubrojene u skupinu kućanstava, uz sobe, apartmane i studio apartmane (što to je ujedno i najbrojnija skupina). Najbolji primjer porasta broja kuća za odmor se vidi u jednoj od najuspješnijih turističkih regija, a to je Istra. Ondje se godišnje izgradi između 70 i 100 vila i kuća za odmor u kojima se ostvari 400.000 noćenja, a cijene se kreću od 120 eura do 1.000 eura po danu (Jutarnji.hr, 2019). Osim unutrašnjosti Istre, slična situacija je i u Imotskoj krajini gdje se također bilježi veliki porast kuća za odmor, ali i u cijeloj Hrvatskoj. Neki stručnjaci su pomalo zabrinuti ovom pojavom jer smatraju kako broj kuća za odmor i općenito soba u obiteljskom smještaju ne može ići u nedogled. Razlog tomu je što bi moglo doći do zasićenosti tržišta ukoliko kvaliteta objekata ne bude pratila porast u broju.

Uvjeti za kategorizaciju kuća za odmor su propisani, a može ih se naći u Narodnim Novinama (NN, 54/16) pod Prilog II. – Uvjeti za kategorije apartmana i kuće za odmor. Kategorizacija ovisi o različitim uvjetima kao što su kvadratura samog objekta i prostorija, namještaj i oprema te usluge.

Vlasnicima kuća za odmor mnogo su pomogla bespovratna sredstva iz europskih fondova koja su se dodjeljivala za razvoj ruralnog turizma u vidu izgradnje ili unaprjeđenja kuća za odmor. Navedena sredstva su se dodjeljivala 2017. godine kroz natječaje Mjera 6.2 i Mjera 6.4, a moglo se ishoditi 50.000 eura, 100% bespovratno (Mjera 6.2) i do 200.000 eura i do 70% ulaganja bespovratno (Mjera 6.4). Nadalje, postoje i državne potpore za izgradnju bazena u sklopu kuća za odmor, a najviši iznos potpore je 40.000 kuna (Eurokonzalting, 2018). Osim navedenog, postoje i županijske potpore pa je tako Splitsko-dalmatinska županija objavila javni poziv za podnošenje zahtjeva za dodjelu bespovratnih sredstava temeljem Programa podizanja kvalitete turističke ponude na području Splitsko – dalmatinske županije za 2018. godinu. Kroz Mjeru II. nastojalo se povećati broj registriranih kuća za odmor na području zaleđa županije. Maksimalni iznos potpore je iznosio do 75.000 kuna, a maksimalno 75% ukupne vrijednosti projekta (hrturizam.hr, 2018).

U Hrvatskom poreznom sustavu postoji porez na kuće za odmor. Taj porez plaćaju pravne i fizičke osobe koji su vlasnici kuće za odmor. Porez na kuće za odmor plaća se od 5

do 15 kuna/m² - korisne površine kuće za odmor. Visinu poreza na kuće za odmor propisuje jedinica lokalne samouprave, čiji je ujedno i prihod (NN, 101/17).

Kao što je već napomenuto, hrvatski smještajni turistički objekti (bilo privatni, bilo komercijalni) bi se trebali usredotočiti na podizanje kvalitete. Kuće za odmor su svijetli primjeri prakse, a to dokazuje i činjenica da hrvatske kuće za odmor redovito osvajaju nagrade na natjecanju Best European Holiday Home (BEHH) u organizaciji European Holiday Home Association (EHHA). Tako su 2018. godine hrvatske kuće za odmor osvojile prva mjesta u tri kategorije. Villa Palma na Korčuli je odnijela titulu najbolje kuće za odmor na plaži. Villa Milica iz mjesta Šajini kod Pule odnijela je pobjedu u kategoriji najbolje eko kuće za odmor, a kuća za odmor Green Frame iz Klarića kod Vodnjana odnijela je pobjedu u konkurenciji najbolje kuće za odmor s kućnim ljubimcima. U 2017. godini hrvatske kuće za odmor su također bile uspješne, a odnijele su nagrade u četiri kategorije: Vila Vista Zamask u Istri (u kategoriji najoriginalnija kuća), Vila Sreser s Pelješca (za najbolju kuću na obali), Vila Falcon Rook iz Konavala (za najbolju obiteljsku kuću) te Vila Vadediji kraj Žminja (za najbolju wellness kuću) (ehha.eu, 2018). Na sljedećim prikazima prikazane su hrvatske kuće za odmor, dobitnice EHHA nagrada u 2018. godini.

Prikaz 14 Villa Palma – najbolja kuća za odmor na plaži 2018.



Izvor: Luna rossa turistička agencija

Prikaz 15 Villa Milica – najbolja eko kuća za odmor 2018.



Izvor: MyIstria.com

Prikaz 16 Villa Green Frame – najbolja kuća za odmor za turiste s kućnim ljubimcima



Izvor: MyIstria.com

Ove kuće za odmor su primjeri izvrsne prakse i također predstavljaju cilj kojim bi trebali težiti i ostali iznajmljivači, ne samo vlasnici kuća za odmor. Pretraživanjem različitih servisa za pronalazak smještaja, može se zaključiti da su hrvatske kuće za odmor uglavnom više kvalitete za razliku od ostalih smještajnih objekata. S obzirom da se one ne promatraju samo kao smještajni objekti, nego i svojevrsne atrakcije vrlo je bitno da imaju različite dodatne sadržaje kako bi gostima ponudile dodatnu vrijednost. Hrvatske kuće za odmor uglavnom imaju dosta različitih dodatnih sadržaja, a najčešće su to bazen, roštilj, stolni tenis, teretana, bicikli, igrališta, sadržaji za djecu i slično. U novije vrijeme većina kuća za odmor se gradi dalje od mora, odnosno u ruralnijim krajevima. Ta činjenica je jako važna jer ima mnogo pozitivnih strana. Kuće za odmor, u udaljenijim krajevima od obale, nisu vezane za turizam sunca i mora pa se mogu iznajmljivati i prije i poslije ljetne sezone. Na taj način se suzbija jedan od glavnih problema hrvatskog turizma, a to je sezonalnost. Osim razvijanja turizma kroz cijelu godinu, kuće za odmor također postižu geografsku disperziju turističkog prometa. To znači da ponuda ovakvog smještaja u unutrašnjosti raspršuje potražnju pa se fokus turista, odnosno potražnje, pomiče sa jednog mjesta na veći prostor. Na taj način ne samo da se razbija prenapučenost određenih destinacija, nego se različiti pozitivni učinci od turizma donose i u druge krajeve zemlje.

Sažeto, turizam je široko rasprostranjena pojava modernog društva čije brojke iz godine u godinu rastu. Tijekom svoje povijesti razvijao se sukladno sa društvom, tijekom vremena razvijali su se i novi turistički motivi, a shodno tome i novi oblici turizma te nove destinacije. Turizam donosi mnogo pogodnosti, ali i mnogo negativnih posljedica na destinaciju pa je stoga jedna od glavnih premisa današnjeg turizma održivost. U današnjem izobilju turističkih destinacija pravi je izazov održati konkurentnost te uspješan i održiv razvoj destinacije, a tu su bitni mnogi subjekti u turizmu i njihove razne aktivnosti. Jedno od najbitnijih obilježja turističke destinacije je turistička infrastruktura, pogotovo ona smještajna. Hrvatska se za razliku od ostalih zemalja u Europskoj uniji poprilično razlikuje u strukturi smještaja (malo hotela, mnogo privatnog smještaja) te joj je potrebno restrukturiranje i podizanje kvalitete. Uz razne vrste smještajnih objekata, u posljednje vrijeme sve su popularnije kuće za odmor. Kuće za odmor su kuće koje se u cijelosti (s okućnicom) iznajmljuju turistima. One su često luksuzno uređene, posjeduju razne dodatne sadržaje, smještene su na osamljenim (ili atraktivnim) lokacijama i karakteristične su za prirodu, odnosno seoske predjele. Turisti ih danas sve više preferiraju, a osim toga one udovoljavaju raznim trendovima koji definiraju moderni turizam. Posljednjih godina, kuće za odmor se sve češće grade i u Hrvatskoj.

3 TURIZAM CETINSKE KRAJINE

Rijeka Cetina je oduvijek bila važna za područje kojim je protjecala. Njezin gornji i srednji tok poslužio je kao prostor koji je bio naseljen još od bakrenog doba, a danas se naziva Cetinska krajina. Povoljan smještaj, prirodna bogatstva i raznolikost te bogata kulturna i povijesna baština daju ovoj destinaciji izniman turistički potencijal. U ovom poglavlju riječ je o Cetinskoj krajini kao turističkoj destinaciji. Prvi dio se odnosi na opće značajke ovog prostora. Drugi je dio posvećen turizmu Cetinske krajine, a posljednji dio ovog poglavlja je o kućama za odmor koje se nalaze na prostoru Cetinske krajine.

3.1 GEO-PROMETNI POLOŽAJ I OPĆE ZNAČAJKE CETINSKE KRAJINE

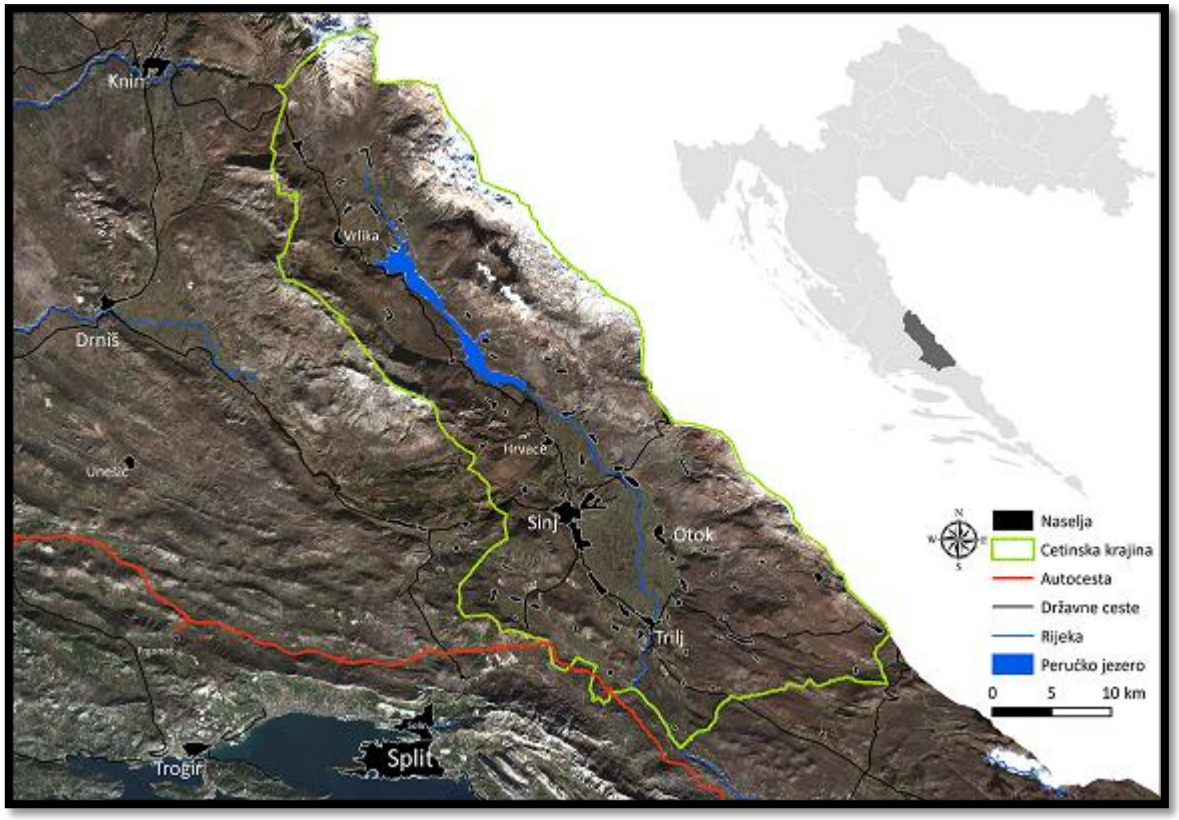
Naziv Cetinska krajina se odnosi na područje gornjeg i srednjeg toka rijeke Cetine, odnosno područje od njenih izvora u podnožju planine Dinare do ulaska u kanjon ispod grada Trilja. To je područje površine 1.500 km², položeno u pravcu sjeverozapad-jugoistok i okruženo planinama Dinarom, Kamešnicom i Svilajom. Ova regija najvećim dijelom pripada Splitsko-dalmatinskoj županiji, a manjim dijelom i Šibensko-kninskoj županiji. Na području krajine koji pripada Splitsko-dalmatinskoj županiji nalaze se gradovi Sinj, Trilj i Vrlika te općine Hrvace, Otok i Dicmo. Općine Civljane i Kijevo su također upravne jedinice na području Cetinske krajine, a nalaze se u Šibensko-kninskoj županiji. Na području regije nalazi se 79 naselja (Nadilo, Regan, 2008: 441). Administrativno središte ove regije je grad Sinj pa se po njemu Cetinska krajina često naziva i Sinjskom krajinom.

S obzirom na svoj položaj, Cetinska krajina ima vrlo veliku prometnu važnost. Oduvijek je povezivala priobalne gradove sa središnjom Hrvatskom te Bosnom i Hercegovinom, a osim toga služila i kao poveznica između sjeverne, srednje i južne Dalmacije.

Cestovna mreža je vrlo važna za ovo područje, obzirom da ostali oblici prometa nisu prisutni. Cetinskom krajinom prolaze četiri državne ceste, od kojih i najvažnija D1. Nadalje, regijom prolaze četiri županijske te devet lokalnih cesta. Osim navedenog, Cetinska krajina je povezana s autocestom što joj daje na dodatnoj prometnoj važnosti. Iako ostali oblici prometa nisu prisutni u samoj Cetinskoj krajini (osim sportskog aerodroma u Sinju), u blizini se nalazi grad Split koji posjeduje sve oblike prometa (zračna luka, željeznica i pomorska luka)

(Lokalna akcijska grupa, 2013: 9). Na sljedećem prikazu vidljiv je geografski i prometni položaj Cetinske krajine.

Prikaz 17 Geoprometni položaj Cetinske krajine



Izvor: izrada autora

Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, Cetinska krajina broji 48.661 stanovnika, a raspodjela stanovništva prema upravnim jedinicama vidljiva je u sljedećoj tablici.

Tablica 2 Stanovništvo Cetinske krajine prema popisu iz 2011.

UPRAVNA JEDINICA	BROJ STANOVNIKA
Grad Sinj	24.826
Grad Trilj	9.109
Grad Vrlika	2.177
Općina Otok	5.474
Općina Hrvace	3.617
Općina Dicmo	2.802
Općina Kijevo	417
Općina Civljane	239

Izvor: obrada autora prema DZS, 2012

Od 2001. do 2011. godine dolazi do negativnog trenda, odnosno pada broja stanovništva Cetinske krajine i to za 3.441 stanovnika. Sve navedene jedinice imaju negativan

trend, osim općina Dicmo i Civljane. To su jedine dvije upravne jedinice koje bilježe porast broja stanovnika na području Cetinke krajine (prema DZS, 2012). Nažalost, trenutni trend iseljavanja i napuštanja domovine se posebno odrazio na Cetinsku krajinu pa je današnja demografska slika još mnogo gora. Osim samog pada broja stanovnika, egzodus dovodi i do starenja stanovništva s obzirom da zemlju, pa tako i Cetinsku krajinu, napuštaju uglavnom mladi ljudi.

Stanovništvo Cetinske krajine se prvenstveno iseljava zbog loše gospodarske situacije. Jedan od razloga koji je doveo do lošeg gospodarskog stanja je deindustrijalizacija. Nekadašnje tvornice su bile iznimno važne za ovaj kraj. To se može vidjeti na primjeru tekstilne tvornice *Dalmatinka*. *Dalmatinka* je bila iznimno važna za prostor cijele krajine. Na svom vrhuncu zapošljavala je preko 2.500 radnika, a svoj proizvod je izvozila diljem Europe, pa čak i na azijski i afrički kontinent. Osim toga, provodila je politiku stambenog zbrinjavanja radnika, financirala izgradnju gradskog bazena, osnivala brojna sportska i kulturna društva. Na taj način je uvelike utjecala na urbanizaciju grada Sinja i sveukupni razvoj Cetinske krajine (Modrić, 2018: 131). Osim *Dalmatinke*, veliki gospodarski utjecaj je imala i tvornica *Cetinka*. Danas je situacija nešto drukčija i mnogo tvornica se zatvorilo.

Temeljne djelatnosti na području Cetinske krajine kroz povijest su bile poljodjelstvo, stočarstvo, trgovina i industrija. Danas je situacija drugačija, prvenstveno iz razloga što su moderni društveni trendovi usredotočeni na napuštanje sela i ruralnih područja te naseljavanje gradova i urbanizaciju. Posljedično, poljodjelstvo i stočarstvo nisu više toliko zastupljeni.

Postoje napori usmjereni ka privlačenju investitora koji bi zaposlili veći broj ljudi, a na taj način popravili ekonomsku sliku ovog kraja. Mnoge studije su pokazale da je područje grada Sinja i Cetinske krajine idealno za razvoj industrije, poljoprivrede, prometa i turizma. Svijetla točka industrije u Cetinskoj krajini je Gospodarska zona Kukuzovac, poduzetnička zona uglavnom proizvodnog karaktera čiji je cilj ostvarenje gospodarskog napretka, prvenstveno kroz otvaranje novih radnih mjesta. Na području Sinja je otvoren i poduzetnički centar koji promovira razvoj pozitivne poduzetničke klime na ovim prostorima. (Grad Sinj, 2019)

Osim gospodarske zone Kukuzovac, na području Cetinske krajine postoje još gospodarska zona Čaporice (kod Trilja), gospodarska zona Sičane (u Dicmu), gospodarska zona Vukove stine (Hrvace) i gospodarska zona Kosore (Vrlika).

Za područje Cetinske krajine, a pogotovo grada Sinja, je vrlo važno ugostiteljstvo, a tome u prilog ide i činjenica da je grad Sinj dugo slovio kao grad koji ima najviše kafića po glavi stanovnika u državi. Osim toga, Sinj je već četiri puta proglašen najsigurnijim gradom u

Hrvatskoj. Ova titula može biti izvrsna komparativna prednost za Sinj u turističkom smislu, jer je turistima danas vrlo bitna karakteristika destinacije, njena sigurnost.

3.2 RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA TURIZMA CETINSKE KRAJINE

Osnovni preduvjet turističke ponude u nekoj destinaciji su atrakcije tog prostora jer one zapravo potiču i privlače turiste na dolazak. Područje Cetinske krajine je relativno nova turistička destinacija sa mnoštvom prirodnih i kulturnih atrakcija, no kao i sve kontinentalne destinacije još je uvijek pod sjenom priobalja i turizma sunca i mora. Osim atrakcija, turistička ponuda mora imati i određenu turističku infrastrukturu kako bi mogla primiti i uslužiti turiste. Mnogi subjekti u turizmu na području Cetinske krajine su prepoznali turistički potencijal ove regije i sve se više napora ulaže da se poveća turistički promet kroz promociju, izgradnju i unaprjeđenje infrastrukture, ali i destinacije u cijelosti.

3.2.1 PRIRODNE ATRAKCIJE

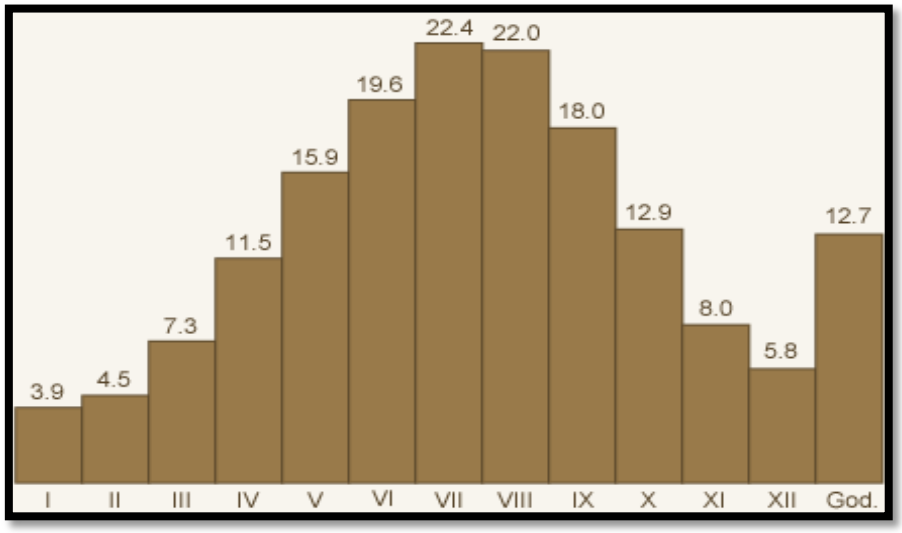
Prirodne atrakcije su često najbitniji čimbenik i temelj turizma mnogih država. To su izvorni resursi na određenom području koje čovjek nije umjetno izgradio, ali ih je zato turistički valorizirao i zaštitio. Najbolji primjer važnosti prirodnih resursa za turizam može se vidjeti na primjeru Hrvatske. Iako je u novije vrijeme sve više kulturnih turista i turista koji dolaze zbog neprirodnih atrakcija, turizam Hrvatske se ipak zasniva na dva prirodna resursa, a to su more i ugodna klima. Kada ne bi postojala ova dva resursa, turizam u Hrvatskoj bi bio neznatan. Također, veliki pokazatelj da je priroda jedan od glavnih aduta Hrvatskog turizma govori i vrlo visoko zadovoljstvo turista prirodnim ljepotama (TOMAS ljeto 2017, 2018).

Prirodne atrakcije mogu biti različite, a najbolja klasifikacija je Kušenova (2001: 8) koji ih je podijelio na šest grupa, a to su: geološke značajke prostora, klima, voda, biljni svijet, životinjski svijet i zaštićena prirodna baština.

Jedno od najbitnijih prirodnih obilježja nekog prostora je klima. Klima značajno djeluje na turistička kretanja pa je stoga jedan od važnih činitelja razvoja turizma. Posjeduje snagu utjecaja na samu atraktivnost prostora i kao takva, jedna je od najbitnijih faktora kod donošenja odluke o odabiru destinacije (Šverko Grdić, Špoljarić: 2018, 51). Na području Cetinske krajine se isprepliću umjereno kontinentalna i submediteranska klima. Razlog ovakve klimatske specifičnosti je geografski položaj. Naime, Cetinska krajina se nalazi u

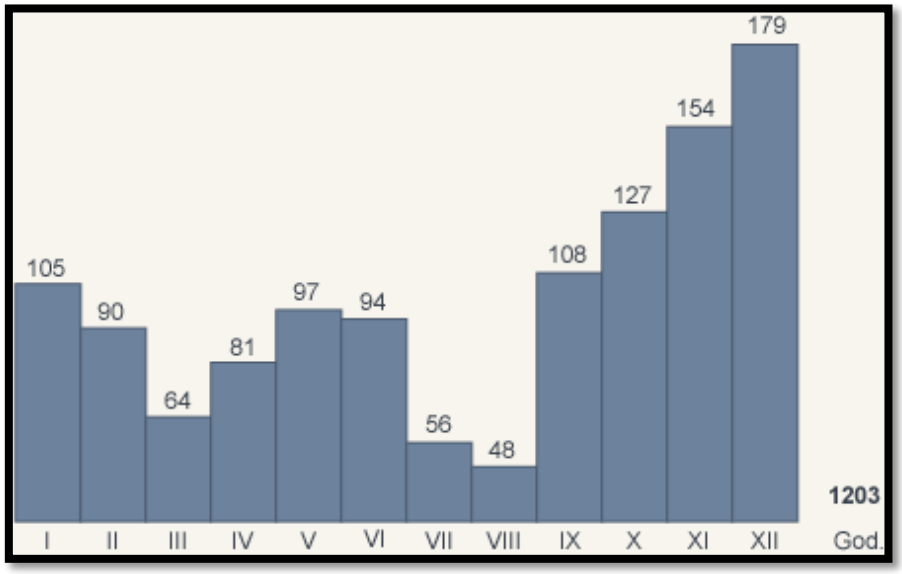
kotlini (okružena planinama) pa se zna dogoditi da se ljeti zabilježe jedne od najviših temperatura u državi, a isto tako zimi, jedne od najnižih. Ljeta su suha i vruća, a zime hladne i s više oborina (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Sljedeći grafovi prikazuju prosječne mjesečne temperature i prosječnu mjesečnu i godišnju količinu padalina.

Prikaz 18 Prosječne mjesečne temperature za Sinj i Cetinsku krajinu



Izvor: Grad Sinj, 2019

Prikaz 19 Prosječna mjesečna i godišnja količina padalina za Sinj i Cetinsku krajinu



Izvor: Grad Sinj, 2019

S obzirom na prosječne temperature i količine padalina, može se reći da je klima na području Cetinske krajine pogodna za razvoj različitih oblika turizma tokom cijele godine, a naročito u ljetno, jesensko i proljetno doba.

Jedna od najvećih turističkih prednosti ovog kraja je reljefna raznolikost, odnosno geomorfološki diverzitet ovog prostora. Cetinsku krajinu okružuju planine Dinara, Kamešnica i Svilaja. Planine su pogodne za pješačenje i planinarenje te imaju označene putove, a osim

toga, na svakoj planini se nalaze planinarski domovi koji služe za sklonište planinarima. Dinara je ujedno i najviša planina Hrvatske, pa je stoga posebno privlačna avanturistima.

Najviša planina Hrvatske je ujedno i druga najduža planina Dinarida (nakon Velebita). To je područje iznimne očuvanosti i bioraznolikosti. Na Dinari se može naći mnoštvo prostranih travnjaka i rudina, niska šumska klekovina, te borova, hrastova i bukova šuma. Posebnu vrijednost ove planine dodatno pokazuje činjenica da je Dinara uvrštena u europsku ekološku mrežu Natura 2000. Na području Dinare zabilježeno je oko 750 biljnih vrsta, od čega je preko 110 strogo zaštićeno, a 55 endemično. Neke od biljnih vrsta su skopolijeva gušarka, dinarski rožac, dalmatinsko zvonce, runolist, žuta sirištara i ostale. Ovo područje je bogato i faunom, a sukladno Europskoj direktivi o zaštiti ptica proglašeno je područjem posebne zaštite za ptičje vrste (ćukavica, crnoprugasti trstenjak, orao zmijar, crvenonoga prutka i planinska ševa). Osim ptica, na Dinari se mogu naći smeđi medvjed, sivi vuk, euroazijski ris, divlja mačka, lisica, jazavac, zec, dinarski voluhar i divlja svinja. Mnoge vrste kukaca žive na području Dinare, a bitno je napomenuti da na ovom staništu neke vrste nisu ugrožene, iako se u europskim okvirima nalaze na Crvenom popisu (vrlo ugrožene). Ovdje se nalazi i stanište vodozemaca, zmija i guštera od kojih su najpoznatiji poskok, sljepić, pjegavi daždevnjak, planinski vodenjak, šara poljarica i smukulja (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019).

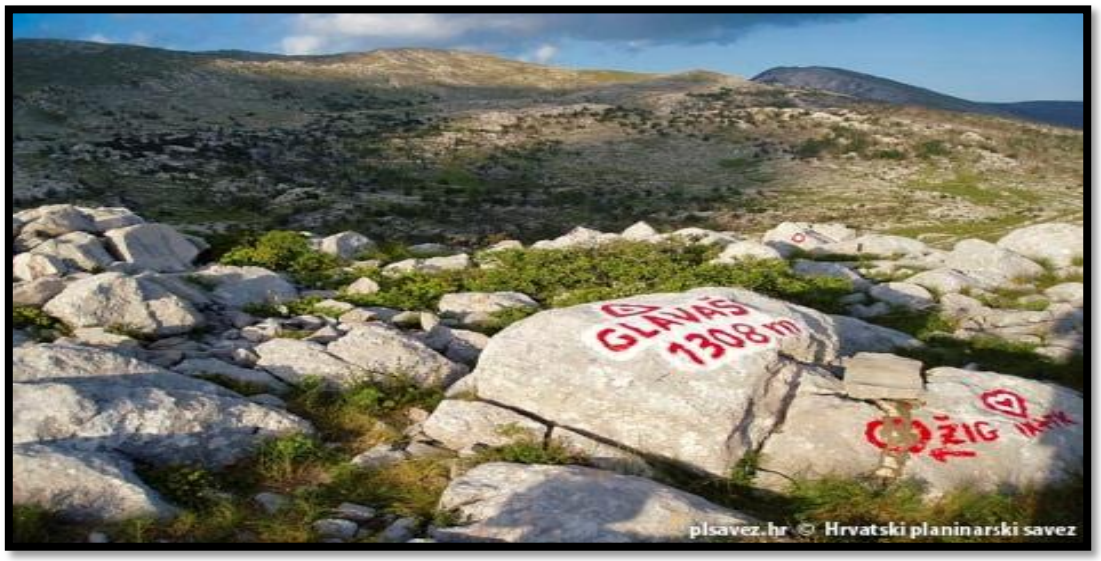
Prikaz 20 Planina Dinara



Izvor: Hrvatski planinarski savez, 2019

Planina Kamešnica obiluje geotektonskim pojavama (vrtače, špilje, dolci i zaravni), a najviši vrh je Konj, sa 1856 metara. Kamešnica je vrlo pogodna i lijepa za planinarenje, no česte su nagle i nepredvidive promjene vremena. Na obroncima Kamešnice mogu se naći ljekovite biljke kao što su gorska metvica, gorski pelin, alpski lišajevi, majčina dušica, čemerika, encian, kadulja i ostale. Fauna je nešto siromašnija od one na području Dinare, prvenstveno radi ogoljenih vrhova, bez mnogo vegetacije pa tu životinje ne obitavaju. Tako ovo područje uglavnom nastanjuju gmazovi, no veći sisavci se mogu naći na sjevernom dijelu koji je pošumljeniji (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Prikaz 21 Planina Kamešnica, vrh Glavaš



Izvor: Hrvatski planinarski savez, 2019

Svilaja (1508 metara, Bat) se može pohvaliti raznim morfološkim, speleološkim, klimatskim pojavama i stoga je vrlo popularna za izletnike. Planinari ovdje mogu planinariti različitim stazama. Planina Svilaja, iako vrlo slična planinama Dinari i Kamešnici, razlikuje se po tome što je dosta zelenija, odnosno ima više vegetacije od navedenih. To je ujedno i razlog zašto je izletnici preferiraju. Flora i Fauna na ovom području je vrlo slična onoj na planini Dinari (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019). Ono što krasi sam vrh ove planine je pogled koji se pruža na Perućko jezero, pa je planinarima to izvrsna nagrada prirode nakon dugotrajnog uspona.

Prikaz 22 Pogled sa vrha Svilaje na Perućko jezero



Izvor: Hrvatski planinarski savez, 2019

Iako se na ovim planinama može pješačiti, planinariti, loviti, biciklirati i slično, one nisu dovoljno turistički iskorištene, a ponajviše zbog slabe promocije. Prilika za razvoj različitih oblika turizma na krškim planinama leži u modernim turističkim trendovima koji promoviraju aktivan odmor na svježem zraku. Osim toga, ove planine su iznimni ekosustavi sa mnoštvom različitih biljnih i životinjskih vrsta, među kojima se nalazi podosta endema. Zbog svega navedenog, da se zaključiti da ove planine imaju ogroman turistički potencijal koji nije iskorišten, a koji se zasniva na: bioraznolikosti, čistoći zraka i okoliša te netaknutosti prirode.

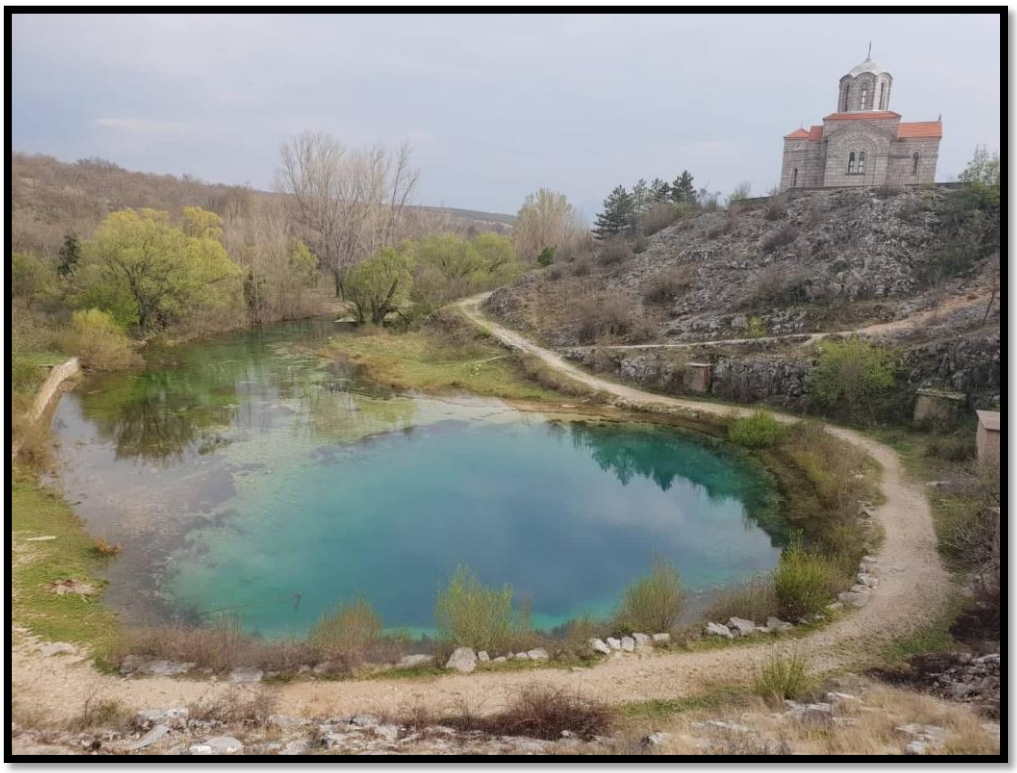
Jedna od najbitnijih karakteristika ove regije je njezin krški sastav. Specifični fenomeni za takvo područje su krške jame i špilje. Iako je glavnina špilja i jama u Hrvatskoj na području Velebita i Biokova, one postoje i na području Cetinske krajine. Tako se u 50 najduljih hrvatskih speleoških objekata na području Cetinske krajine nalazi njih 4: Špilja Kotluša (Civljane), Gospodska špilja (Civljane), Dragićeva špilja II (Otišić), Rudelićeva špilja (Civljane) (Cvitanović, 2013: 58).

Naime, u Rudelićevoj špilji se nalaze ostatci obrambenog zida iz doba Turaka, a osim toga nađeni su i ostatci keramičkog posuđa iz bakrenog doba te kamena perla. U dubljem dijelu špilje pronađeni su i ostatci kamenih grobova, a sve to ukazuje da su u ovoj špilji nekada živjeli ljudi. Danas se tu mogu naći ribe, račići, kornjaši, šišmiši te lisice. Špilja Kotluša je nalazište ulomaka keramike i skeletnih ljudskih ostataka, a na tom je mjestu

otkrivena i nova vrsta puža *Lanzaia kotlusae*. U Gospodskoj špilji pronađeni su različiti alati i keramički fragmenti. Također, ovdje su pronađene kosti i lubanja špiljskog medvjeda, a otkrivene su i mnoge nove vrste špiljskog kornjaša *Lovricia jalzici*. Osim toga, ovdje žive mnoge endemske vrste kukaca i račića (Općina Kijevo, 2019). Kao što se može primijetiti, ove špilje nisu samo od speleološkog značaja, one su vrlo važne u biološkom i kulturno-povijesnom smislu. Zbog svojih speleoloških, prirodnih i kulturnih značajki ove špilje imaju izrazitu vrijednost i kao takve nedovoljno su valorizirane. Osim navedenih speleoloških objekata, na području Cetinske krajine (naročito u gorjima) postoji još mnoštvo manjih, ali i neistraženih špilja i jama. Ovo su ujedno i turistički i znanstveni dragulji kojima je potrebno posvetiti mnogo više pažnje.

Vrlo bitna sastavnica turističkih prirodnih atrakcija su vode, a na području Cetinske krajine zaista ih ne manjka. Rijeka Cetina ima veliki značaj za područje kojim protječe. Ona opskrbljuje veliki dio Splitsko-dalmatinske županije pitkom vodom sa šest vodozahvata: Vukovića vrilo, Šilovica, Kosinac, Ruda, Zadvarje i Gata. Osim toga, rijeka je najmoćniji elektrogenerator Hrvatske i kolijevka civilizacijskog razvoja Dalmacije. Voda iz Cetine također služi za navodnjavanje Sinjskog polja za vrijeme sušnih mjeseci (Radić Lakoš, Arbutina, 2017: 49-50). Između ostalog, rijeka Cetina je vrlo važna u turističkom smislu jer se valorizira, ali njen turistički potencijal nije u potpunosti iskorišten. Ova 105 kilometara duga tekućica izvire podno Dinare u blizini Vrlike i ima čak 8 izvora. Iako za najljepši dio glasi kanjon koji se nalazi u donjem toku, gornji i srednji tok su također puni ljepota. Uz samu rijeku postoji mnoštvo arheoloških nalaza o kojima će biti više riječi u sljedećem poglavlju. Rijeka Cetina posebno intrigira ronioce i avanturiste jer, iako bistra, skriva mnoštvo tajnih labirinata u svojoj dubini (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Nadalje, vrlo je pogodna za aktivan odmor pa se na samoj rijeci često organizira rafting, kanuing i kajaking (Turistička zajednica grada Trilja, 2019). Rijeka Cetina je sve češće odredište zaljubljenika u ribolov. To ne čudi, s obzirom da u rijeci Cetini i njenim pritocima plivaju potočna pastrva, kalifornijska pastrva, šaran, štuka, cetinska ukliva, riječni zubatac, podbila, oštrulja, cetinski vijun i ilirski klen (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Osim svih navedenih aktivnih načina provođenja vremena uz rijeku i na rijeci, turisti isto tako mogu pješačiti uz rijeku i jednostavno uživati u prirodnim ljepotama. Sve češći način istraživanja rijeke i okolice je jahanjem, s obzirom da su konji zaštitni znak Sinjske krajine.

Prikaz 23 Izvor rijeke Cetine



Izvor: fotografija autora

Što se tiče ostalih voda na području, bitno je spomenuti Perućko jezero. To je umjetno akumulacijsko jezero, dugo 20 kilometara i duboko 64 metra. Pogodno je za kupanje, veslanje i ribolov (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019). Rijeka Cetina ima mnoštvo pritoka od kojih su važniji Ruda, Kosinac, Rumin, Sutina i Vojskava. Svi navedeni pritoci su iznimno bogati florom i faunom, a također se ističu čistoćom i ljepotom krajobraza pa su nerijetko destinacije brojnih izletnika.

Prema Web portalu informacijskog sustava zaštite prirode na području Cetinske krajine se nalazi šest zaštićenih područja. Pet ih spada u kategoriju značajni krajobraz, a to su: Rumin, Sutina, Grab, kanjon Cetine i Ruda. Vrela Cetine spadaju u kategoriju spomenika prirode (Bioportal, 2019). Svi navedeni značajni krajobrazi su ili pritoci Cetine ili se odnose na samu rijeku. To dodatno pojačava činjenicu ljepote i bioraznolikosti ovih tekućih ekosustava.

Kanjonski dio potoka Sutine prilično je očaravajući. Izgrađen je od vapnenca i dolomita, a erozivno djelovanje otkriva mnoštvo fosila. Iako je sam potok nešto siromašniji vodom, to je mjesto izrazitog biodiverziteta. Na tom području raste bukva, crnograb, bjelograb, hrast, smilje, kadulja, kameni vrisak, origano ili mravninac te majčina dušica. Oko navedenih bilja može se naći mnoštvo raznih vrsta leptira, a obilan pokrov je također pogodan i za gniježđenje ptica. Tako se ovdje mogu vidjeti gorska pastirica, crna žuna, ševa krunica,

jarebica kamenjarka, škanjac, jastreb te pčelarica. Od većih zvijeri, ovdje se nastanjuju divlja svinja, lisica, zec, kuna bjelica te jazavac, dok se od vodozemaca mogu pronaći žuti mukač, velika zelena žaba i pjegavi daždevnjak. U dubljim jezercima kanjona, nalaze se pastrva i rakovi, a nerijetko se viđaju i različite zmije i gušterice (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prikaz 24 Značajni krajobraz Sutina



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Ni ostali pritoci rijeke Cetine nisu ništa manje bogati ili lijepi, a posebno se među njima ističu izvori Rude, Graba i Kosinca. Cetinska krajina je također u neposrednoj blizini Jadranskog mora pa je cestovna udaljenost iz središta Cetinske krajine, grada Sinja, do Splita samo 35 kilometara.

Uz samu rijeku nalazi se i nekoliko krških polja, a to su redom: Suhopolje, Vrličko polje, Marusko polje, Ribarić, Hrvatačko polje i ujedno i najveće Sinjsko polje. Prije su ta polja bila obrađivana i prehranjivala su veliki dio Cetinske krajine, no u današnje vrijeme imaju manji značaj. Što se tiče turističke valorizacije, na ovim poljima je moguć lov (iako se češće lovi u planinama i brdima), a također su pogodna za jahanje, pješačenje i slično. S obzirom da u Cetinskoj krajini postoje veliki napori daljnjeg razvoja ruralnog turizma, plodne oranice na poljima imaju izniman potencijal jer bi se na njima moglo proizvoditi domaće voće i povrće koje će se na kraju posluživati turistima. Takav koncept ide u korak sa modernim turističkim trendovima koji, između ostalog, stavljaju naglasak na zdravu prehranu i potpuni doživljaj lokalnog stanovništva i načina života.

Dakle, Cetinska krajina se ističe raznovrsnim reljefom i raznolikim geomorfološkim oblicima. Rijeke, planine, brda, jezero, špilje i jame samo su neki od krških fenomena koji krase ovaj kraj. Osim toga, flora i fauna je iznimno bogata na svakom od navedenih područja, a često se mogu naći i endemske vrste. Dodatni značaj ovom području daje i čak šest zaštićenih područja koja su od iznimnog prirodnog i estetskog značaja. Ljepota, divljina, neistraženost, bogatstvo samo su neke od kvaliteta koje posjeduje ova regija. Postojanje atraktivnih prirodnih resursa je neupitno, no potrebni su dodatni napori kako bi se ti isti resursi mogli i valorizirati.

3.2.2 KULTURNA BAŠTINA

Kulturna baština je oduvijek privlačila posjetitelje i bila generator turističke aktivnosti. Može se definirati kao „(...)mjesto čuvanja najvećih vrednota nekog naroda ili kulture kojoj pripada, odnosno (ona) čini dio kulture koja je na taj način prenosi i čuva joj vrednote, koje ju stvaraju i oslikavaju njen identitet.“ (Kuščević, 2015: 48) Ona može biti materijalna i nematerijalna, a preduvjet je razvoja kulturnog turizma. Kulturna baština osim estetske i kulturne, ima i obrazovnu crtu. Promatrajući i proučavajući baštinu određenog naroda može se shvatiti njegova cijela povijest, kultura i identitet.

Materijalna kulturna baština se dijeli na pokretna i nepokretna kulturna dobra. U pokretna kulturna dobra spadaju svi predmeti povezani s ljudskom kulturom, kao na primjer umjetnine, predmeti primijenjene umjetnosti i obrta, poput nakita, posuđa, starog novca, starih knjiga, liturgijskih predmeta i slično. U nepokretna kulturna dobra spadaju značajne zgrade, povijesne građevine, arheološka nalazišta ili pak čitave cjeline u kojima se kulturno dobro nalazi (Šošić, 2014: 842).

Muzeji, kao čuvari tradicije i baštine, su vrlo važni u prezentaciji određenog naroda i kao takvi često su odredište kulturnih, ali i drugih turista. Na području Cetinske krajine postoje tri muzeja i jedna arheološka zbirka. Dva muzeja nalaze se u Sinju: Muzej Cetinske krajine i Muzej Sinjske alke.

Muzej Cetinske krajine je središnje mjesto istraživanja i prezentiranja bogate kulturno-povijesne baštine Cetinske krajine i njezinog središta, grada Sinja. Nalazi se u povijesnom kompleksu Palacina koji je zaštićeni spomenik kulture. Izložba muzeja je podijeljena na nekoliko tematskih cjelina: krajobraz u kojem ljudi žive, progresivni utjecaj čovjeka na taj krajobraz, destruktivni utjecaj na krajobraz (u vidu rata), aktivnosti usmjerene na korištenje prirodnih resursa te oblikovanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine ovog podneblja.

Također su prezentirana zaštićena kulturna dobra Hrvatske, a to su: Didi s Kamešnice, Lončarstvo iz Potravlja i ples Nijemo kolo. Osim navedenog, muzej posjeduje bogatu arheološku, numizmatičku, etnografsku, kulturno-povijesnu, umjetničku, prirodoslovnu, ratnu zbirku te zbirke fotografija, dokumenata, odlikovanja, medalja i plaketa, oružja, plakata te razglednica. Neki od najvrjednijih eksponata su: glava rimske božice, antički spomenici, rimski žrtvenici, nadgrobne stele, kipovi božica Fortune i Rome te posude, bodeži i noževi iz prapovijesti. Muzej Cetinske krajine često organizira različite radionice kao što su izrada zelovskih lula, izrada opanaka, tradicijsko lončarstvo, a mogu se organizirati i rođendani za djecu (Muzej Cetinske krajine – Sinj, 2019).

Prikaz 25 Glava rimske božice iz 1. stoljeća, Čitluk (lat. *Aequum*)



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Muzej Cetinske krajine je sustavan i kompleksan pokazatelj kulturnog identiteta cijele regije i kronološki prikazuje razvoj Cetinjana od prapovijesti do modernih vremena. Kao takav, odličan je prezenter ukupne kulturne baštine cijele regije.

Muzej Sinjske alke i alkarski dvori smješteni su u jednom od rijetko sačuvanih mletačkih kvartira na području Dalmacije. Otvoren je 2015. godine, a ističe se visokim muzejskim standardom, prezentacijski i tehnološki. Muzejski postav sadrži opremu, oružje i odore alkara te digitalizirane alkarske statute i pravilnike. Najveća atrakcija muzeja je alkarska povorka u prirodnoj veličini i multimedijalni prikaz bitke pod Sinjem iz 1715. godine (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Muzej Sinjske alke je dobitnik vrijednog priznanja Europa Nostra za prezentaciju kulturne baštine.

Osim navedena dva muzeja, u Sinju se nalazi i arheološka zbirka Franjevačkog samostana. Ova zbirka je od izrazitog značaja i spada među jedne od najvrjednijih i najstarijih zbirki u Hrvatskoj. U samostanu se nalaze vrijedne etnografske, crkvene, numizmatičke i arheološke zbirke. Od eksponata se ističu Heraklova glava, donja polovica kipa imperatora, kip Dijane Lucifere, brojni nadgrobni spomenici, brojni vrijedni novčići, barokne slike, crkveno ruho iz 18. stoljeća, primjerci antičkog stakla, žrtvenici, keramike i alati iz različitih epoha (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prikaz 26 Heraklova glava, Čitluk (lat. *Aequum*)



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Treći muzej na području Cetinske krajine se nalazi u gradu Trilju. Muzej triljskog kraja posjeduje vrijednu Zbirku antike (nalazi sa lokaliteta rimskog vojnog logora, Tiluriuma), Zbirku prapovijesti s mnoštvom predmeta od doba neolitika, Zbirku srednje vijeka s nalazima iz korita Cetine, Zbirku numizmatike te Zbirku etnografije (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Navedeni muzeji i arheološka zbirka posjeduju vrlo vrijedne predmete sa područja Cetinske krajine, od prapovijesti do modernog doba. To su mjesta izrazite vrijednosti na kojima se može vidjeti napredak i povijest naroda Cetinske krajine. Osim toga, oni imaju i edukativnu funkciju jer obrazuju posjetitelje o kulturi, povijesti i identitetu Cetinjana. Kao takvi, vrlo su važni i za lokalno stanovništvo. Također, zbog svega navedenog, posjeduju izniman turistički značaj, a posebno u smjeru razvijanja kulturnog turizma.

Osim muzeja, u Sinju se nalaze i dvije galerije. Galerija Sikirica nosi ime po renomiranom hrvatskom kiparu Stipi Sikirici. Smještena je u prostorije Alkarskih dvora.

Galerija posjeduje preko 500 umjetnikovih radova: skulpture, grafike, crteže i medalje. Osim prezentiranja radova, u prostorijama galerije često se organiziraju koncerti, predavanja, radionice, edukacije, promocije, projekcije filmova, tribine i slično (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Druga galerija je galerija Galiotović, a ime nosi po donatorici objekta Ivi Galiotović. U prostorijama galerije česta su likovna izlaganja, a do sad ih je bilo preko 50 kada su svoje radove izlagali neki od najistaknutijih hrvatskih slikara. Osim izložbi, u prostorijama galerije se održavaju koncerti klasične glazbe, te radionice, predavanja i slično (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Obje galerije su bitni subjekti i nositelji kulture na području Cetinske krajine. Osim organizacije kulturnih događaja, izložbi, radionica i ostalih kulturnih aktivnosti, one služe i za predstavljanje i promociju novih i mladih umjetnika ove regije.

Važna kulturna institucija je i Sinjsko pučko kazalište. To je reprezentativna umjetnička institucija koja nastoji okupiti najbolje amaterske glumce Cetinske krajine. Glavni cilj je promicanje i proširenje dramske kulture na ovom području te promicanje i očuvanje tradicijske kulture i baštine (MHK, Sinjsko pučko kazalište, 2019).

Na području Cetinske krajine nalazi se mnoštvo spomenika, utvrda, važnih zgrada i ostale spomeničke baštine. S obzirom na burnu i bogatu povijest ovog naroda i regije, to je i za pretpostaviti. Na području Sinja i krajine tako se može naići na bitna arheološka nalazišta iz doba prapovijesti i antike, preko srednjovjekovnih utvrda i kula, sve do modernih statua i umjetnina novijeg doba.

Grad Sinj posjeduje mnogo spomenika i važnih zgrada pa se tako u Sinju može vidjeti Stari grad, utvrda Kamičak, nadgrobni spomenik Gaja Laberija, statua djevojke koja pije vodu na izvoru ili Luca (Stipe Sikirica), Spomenik alkaru, fontana Petrovac, spomenik fra Pavla Vučkovića, fontana na pijaci, Alkarski dvori, Veliki most, spomenik Tri generacije, zgrada Franjevačke klasične gimnazije s pravom javnosti u Sinju, Vila Danek, Palača Tripalo, bista Dinka Šimunovića, postaje križnog puta, zgrada bivše željezničke postaje, Vila Tripalo, Vila Vjera i ostale (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

U središtu grada Sinja, na omanjem brdašcu nalaze se stare tvrđave sa crkvicom. Tvrđava je služila kao utočište sinjskom narodu za vrijeme turskih navala. Prema legendi, 1715. godine za vrijeme obrane od Turaka, zidinama ove tvrđave prošetala je Gospa i obranila malobrojnu sinjsku vojsku i narod otjeravši brojčano mnogo moćniju tursku osvajačku vojsku. U čast i zahvalu Gospi od tada se održava viteška igra Alka (o kojoj se piše na kraju ovog poglavlja). U čast nebeskoj zaštitnici Sinja i Cetinske krajine na ovoj utvrdi postavljena

je brončana statua Gospe Sinjske. Osim toga, od podnožja do vrha utvrde postavljeno je 14 statua koje simboliziraju 14 postaja Križnoga puta, a svaka postaja je djelo nekog od najistaknutijih hrvatskih umjetnika. Nešto niže od utvrde starog grada nalazi se utvrda Kamičak, jedan od najupečatljivijih simbola grada Sinja. Ima zvjezdoliki tlocrt, a sagrađena je 1712. godine . Na utvrdi se nalazi kula koja je služila kao promatračnica, na njoj veliki sat i brončano zvono ukrašeno bogatim ornamentima, a izliveno u poznatoj ljevaonici talijanske obitelji Colbachini. Današnji izgled Kamičak je dobio 1890. godine. Obje utvrde su zaštićena kulturna dobra Hrvatske.

Prikaz 27 Stari grad i utvrda Kamičak



Izvor: Udruga turističkih vodiča grada Sinja, 2019

Osim navedenih utvrda, od navedenih znamenitosti valja izdvojiti i spomenik Gaja Laberija. To je nadgrobni spomenik rimskog dječaka koji u ruci drži loptu i prema tome se smatra kako se prvi nogomet u Europi igrao upravo u Cetinskoj krajini. Pronađen je u rimskom vojnom logoru Tilurium, na Gardunu, a datira iz 2. stoljeća. Danas se nalazi uzidan u pročelje kamene kuće u Vrličkoj ulici u Sinju, a zanimljivo je da je ovom spomeniku, priznanje odala čak i svjetska nogometna organizacija FIFA (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prikaz 28 Spomenik Gaja Laberija, rimskog dječaka s loptom iz 2. stoljeća, Gardun (lat. *Tilurium*)



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Alkarski dvori su znameniti jer se u njima događa mnoštvo alkarskih svečanosti, ali i ostalih događaja. Osim toga tu se još nalaze vojvodine prostorije, Galerija Sikirica, Muzej Sinjske alke i mnoge druge bitne prostorije. Sagrađeni su 1760. godine kao utvrda s dva sklopa zgrada s po dvije četverokutne kule te dva unutrašnja dvorišta koja su odijeljena štalama. To je zapravo vojarna u kojoj je smještena hrvatska konjica, pa odatle i naziv Kvartiri. Od iznimne važnosti je i zgrada Franjevačke klasične gimnazije s pravom javnosti u Sinju. To je najstarija srednjoškolska ustanova u zagorskom dijelu Dalmacije, a ujedno i prva gimnazija u južnoj Hrvatskoj s hrvatskim nastavnim jezikom. Spomenik alkaru je djelo Stipe Sikirice i jedan je od prepoznatljivih simbola Sinja. Nalazi se na samom biljegu, odnosno početku alkarskog trkališta.

Prikaz 29 Spomenik Alkaru na početku Alkarskog trkališta i zgrada Franjevačke klasične gimnazije u pozadini



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Spomenička baština grada Vrlike se sastoji od: spomenika Milana Begovića, spomenika fra Filipa Grabovca, Pločastog mosta, Balečkog mosta, Vrličke česme i tvrđave Prozor. Na ovom prostoru se nalazi i jedna od najznačajnijih građevina u Cetinskoj krajini, Crkva svetog Spasa o kojoj će biti više riječi kasnije (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019). Vrlička česma je slikoviti park, nastao u 19. stoljeću, u kojem izvire jedan od brojnih pritoka Cetine. Česma je u životu Vrličana predstavljala važan prostor okupljanja i druženja. Osim toga, poslužila je kao nadahnuće Milanu Begoviću za pisanje libreta najpopularnije opere u Hrvata „Ero s onoga svijeta“. Upravo se ovdje nalazi i spomenik Milana Begovića, a sama česma često služi i kao pozornica za izvođenje njegovih djela (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019).

Tvrđava Prozor jedan je od najprepoznatljivijih motiva vrličkog i cetinskog kraja. Sagrađena je na prijelazu iz 14. u 15. stoljeće. Ova tvrđava nepravilnog pravokutnog tlocrta sastojala se od dva dijela, providurovog stana na zapadu i manje kule za obranu na istoku. Tvrđava je stradala znamenite 1715. godine od Turaka, a danas glasi kao jedna od najznačajnijih srednjovjekovnih utvrda na području Dalmacije. Posebna je po zapanjujućem pogledu koji se vidi sa njenih zidina (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019).

Prikaz 30 Tvrđava Prozor



Izvor: EthnoDalmatia, 2019

Na području Trilja i okolice nalazi se vrijedna spomenička baština i to: Mladenci skulptura, Kip svetog Mihovila, Spomenik rijeci Cetini, Stari most, Grabske mlinice, 16 lokvi ili bunara, Rimski logor Tilurij, Rimska cesta, srednjovjekovno groblje Na Mašete, kula Nutjak te utvrda Čačvina (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Utvrda Čačvina je zaštićeno kulturno dobro, a sagrađena je na jednoj uzvisini sjeveroistočno od Trilja sa svrhom nadziranja tog prostora i rijeke. Sastoji se od dvije kule povezane izduženim dvorištem, od kojih je istočna mnogo bolje sačuvana. Utvrda se prvi put spominje u 13. stoljeću, a podno utvrde nalazi se i stara župna crkva iz 18. stoljeća. Arheološki nalazi na području ove utvrde datiraju čak iz doba kasne antike (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Kula Nutjak je također zaštićeno kulturno dobro i sagrađena je u 15. stoljeću, na desnoj obali rijeke Cetine. Nalazi se 3 kilometra nizvodno od Trilja. Zanimljivo je da je 1699. godine Nutjak dodijeljen Veneciji, a tvrđava Čačvina sa suprotne obale rijeke ostala je pod turskom vlašću. Utvrdom dominira velika kružna kula, a u blizini se nalaze ostatci zidina ostalih objekata koji su se nalazili uz nju. Na mjestu gradnje ove kule, pronađeni su mnogi arheološki predmeti iz ranijih razdoblja, tako da je kula vjerojatno nastala na prapovijesnom lokalitetu (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Prikaz 31 Kula Nutjak



Izvor: Dalmacija danas, 2018

Jedno od najvrjednijih antičkih lokaliteta u Hrvatskoj općenito je rimski vojni logor Tilurij (lat. *Tilurium*). Smjestio se u blizini Trilja na visoravni desne obale rijeke Cetine, u blizini današnjeg sela Gardun. Jedan je od najznačajnijih vojnih središta rimske provincije Dalmacije. Prostire se na oko 12 hektara površine, a dio bedema je danas dobro vidljiv na zapadnoj strani i djelomično na sjevernoj. Ovo je mjesto bogatih arheoloških iskopina i pronalazaka među kojima se ističu: ulomci luksuzne keramike i staklenih posuda, nakit, razni predmeti, oprema i oružje vojnika, novci, ulomci natpisa te skulpture. U neposrednoj blizini ovog kompleksa nalazi se i rimska cesta (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Prikaz 32 Ostatci vojnog logora Tilurija



Izvor: Turistička zajednica grada Trilja, 2019

Osim vojnog logora Tilurija, vrijedno antičko nalazište je i rimska kolonija *Aequum*, današnji Čitluk. Čitluk se nalazi nedaleko od Sinja. Aequum je ujedno bio i najveće rimsko postrojenje u ovim krajevima. To je mjesto bogatih arheoloških pronalazaka iz antičkog doba. Iako još nije dovoljno istraženo, na ovom području se pretpostavlja postojanje amfiteatra namijenjenog borbi gladijatora.

Područje Cetinske krajine, između ostalog, obiluje i gradinama. Gradine su utvrđena naselja koja su gradili Delmati, ilirsko pleme koje je nastanjivalo ovaj prostor.

Što se tiče sakralne kulturne baštine na području Cetinske krajine, može se reći da je ona iznimno bogata. Pogotovo su zanimljivi ostatci crkvi koje imaju veliki značaj. Prva među njima je crkva svetog Mihovila u Brnazama. Ostatci ove šesteroapsidalne crkve pronađeni su na zapadnom rubu Sinjskog polja. Izgrađena je u 9. stoljeću na kompleksnom arheološkom nalazištu. O potpunijem izgledu crkve teško je zaključiti s obzirom da su zidovi bili poprilično uništeni. U crkvi su pronađeni i reljefni ulomci dvaju pluteja, koji datiraju vjerojatno iz 6. stoljeća. Kako je crkva građena na kompleksnom arheološkom lokalitetu, tu su nađeni antička keramika, novac i žrtvenik, te neki prapovijesni predmeti i srednjovjekovni crkveni namještaj. Na mjestu ove crkve danas se nalazi nogometni teren, tako da su zatrti svi njezini tragovi. Druga crkva se nalazi na položaju Mirine u Otoku. Mirine su kasnoantički sakralni kompleks s grobljem. Crkva je otkrivena slučajno, a po izgledu je jednobrodna bazilika, kvadratnog tlocrta s polukružnom apsidom. Sa svih strana se na ovu građevinu naslanjaju aneksi različitih dimenzija. Tu se nalazila i krstionica, a pronađeno je mnogo kamene plastike bogato ukrašene i jedan sarkofag. Sljedeća crkva nalazila se u Gornjim Koljanima. To je bila velika starohrvatska crkva, no nespretna istraživanja i krčenje prostora za vinograde su gotovo uništili sve tragove. Prema tlocrtu F. Radića radilo se o uskoj trobrodnoj crkvi koja je imala zvonik. U okolici crkve pronađeni su grobovi, a pretpostavlja se i postojanje ranokršćanske crkve na istom prostoru. Od starohrvatske crkve sačuvana je gotova cijela oltarna pregrada koja danas glasi kao jedan od najljepših primjera hrvatske ranosrednjovjekovne umjetnosti. Bogato nalazište je i oko crkve, u grobovima, gdje su pronađeni mačevi, ostruge i različite naušnice. Jedna od najprepoznatljivijih i najvrjednijih crkava u Hrvatskoj je crkva svetog Spasa u Vrh Rici, u neposrednoj blizini najvećeg izvora Cetine. Njezin zvonik je najstariji gotovo u cijelosti očuvani zvonik u Hrvatskoj. Građena je krajem 9. stoljeća. Temeljito ju je istražio i konzervirao priznati arheolog Stjepan Gunjača. Crkva ima šest zasebnih dijelova, a izrađena je westwerkom i ima tri apside. Na groblju uz crkvu su pronađeni različiti nakiti, novci, tkanine, noževi i slično, a najvrjedniji nalaz je pozlaćena kadionica koju su vjerojatno donijeli Franci za pokrštavanje Hrvata u 8. i 9. stoljeću. Oko ove crkve vodili su se i razni

sporovi. Naime, crkvu su svojatali srpski doseljenici koji su naselili kraj kada su se Turci povukli, iako je crkva sagrađena stoljećima prije njihovog dolaska. To je utjecalo i na samu građevinu, tako što su pravoslavni svećenici dali otući starohrvatski simbol pletera, a osim toga vršili su razne graditeljske intervencije na građevini koje su uklonjene (Nadilo, Regan, 2008: 444-450).

Prikaz 33 Crkva svetog Spasa



Izvor: fotografija autora

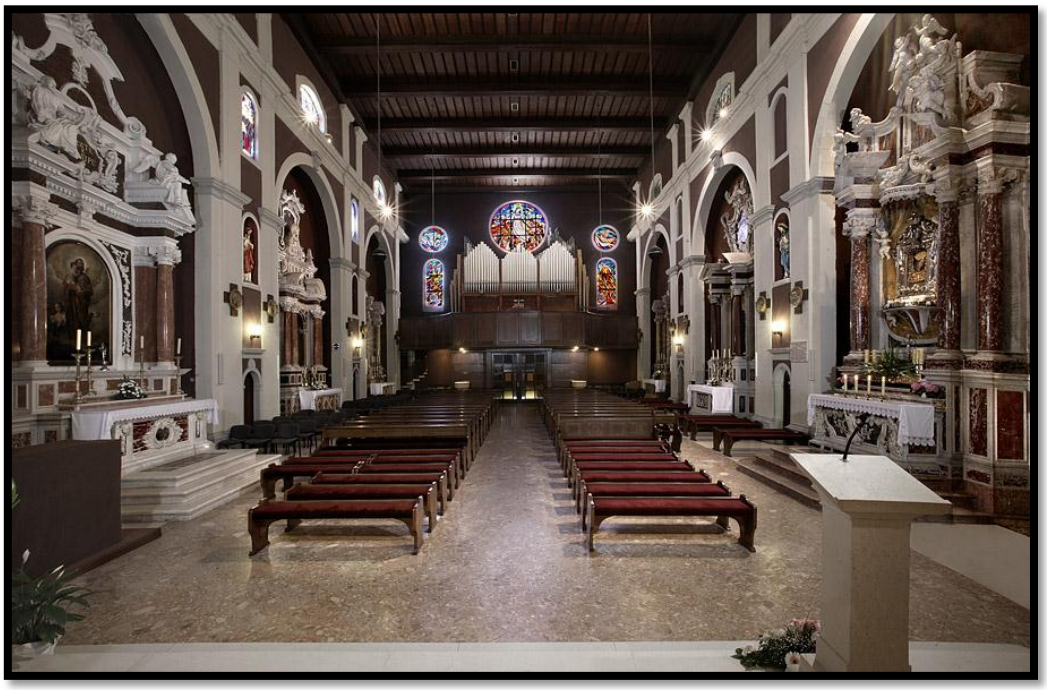
Osim navedenih, pronađeni su i tragovi brojnih drugih pretežno ranokršćanskih crkava, ali nisu provedena temeljita istraživanja ili su, u gorem slučaju, nalazišta devastirana.

Kada je riječ o sakralnim objektima koji su još uvijek u funkciji, valja napomenuti da svaka župa u Cetinskoj krajini posjeduje vlastitu crkvu. Većina tih crkvi su građene od 18. do 20. stoljeća, a neke imaju status zaštićenog kulturnog dobra. Posebnu pažnju plijeni crkva Čudotvorne Gospe Sinjske u Sinju, prvenstveno jer je jedna od glavnih marijanskih svetišta u Hrvatskoj.

Crkva Čudotvorne Gospe Sinjske nalazi se u središtu grada. Građena je od 1699. do 1712. godine i do danas je zadržala izvorni izgled. Središnje mjesto u Crkvi zauzima prepoznatljiva slika Čudotvorne Gospe Sinjske, koja je donesena iz Rame, kao najveća dragocjenost, za vrijeme turskih osvajanja. Zbog već spomenute legende o Gospi, Sinjani su dali izraditi zlatnu krunu Gospi, a ona je postala simbol i zaštitnica ovog grada. Između ostalog, sagradili su joj i posvetili ovu crkvu. Crkva se ističe brojnim umjetničkim djelima (oltari, vitraji, reljefi i ostalo) i velikim ulaznim brončanim vratima ukrašenim reljefom (Stipe

Sikirica). Crkva ima i zvonik visok 43,5 metara, a uz crkvu se nalazi i samostan. U dvorištu crkve i samostana postavljen je Gospin kip. Crkva i samostan su zaštićeno kulturno dobro (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prikaz 34 Unutrašnjost crkve Čudotvorne Gospe Sinjske



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Ova crkva je od velike važnosti i sa turističkog aspekta. S obzirom da je Sinj poznat po održavanju blagdana Velike Gospe i viteške igre Alke, mnogi turisti dolaze u ovaj kraj hodočastiti ili se jednostavno zabaviti za te dane. Tako da se najveća turistička aktivnost Cetinske krajine upravo veže za navedene događaje, a koji su povezani sa Gospom i crkvom.

Kada je riječ o kulturnoj baštini, svakako valja napomenuti narodne nošnje. Narodna nošnja je „tradicijski način odijevanja koji se kroz duže vremensko razdoblje koristi na određenom geografskom području, a određuju je karakteristični odjevni predmeti, vrste materijala, boje, vezovi, ukrasi i nakit.“ (Kolumbić, 2014: 251) S obzirom na definiciju, može se zaključiti da ona ima svoj kulturno-tradicijski i prezentacijski kontekst. Narodna nošnja predstavlja identitet i autentičnost nekog naroda, a osim toga otkriva mnogo toga. Tako se po nekim narodnim nošnjama, na primjer, na prvi pogled može zaključiti odakle dolaze.

Narodne nošnje sinjskog i triljskog kraja su vrlo slične. To je prostor koji etnološki pripada dinarskom kulturnom krugu, a vuna je na tom prostoru bila glavni materijal za proizvodnju odjeće. Narodna nošnja se sastoji od ustaljenih pravila koja su se prenosila s koljena na koljeno. Iz nošnje su se mogle iščitati i poruke za svaku životnu dob, a to se naročito može primijetiti na ženskoj odjeći (kićenost i živost boja kod djevojaka, silaznost

boja i kićenosti od mladih nevjesta do starica). Nadalje, blagdanska odjeća se razlikovala od radne, a postojala je i odjeća za posebne običaje, posebne blagdane i žalosti (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Muška nošnja se sastojala od bijele košulje, krožeta (prsluk), jačerme (ukrašeni prsluk od finog materijala), modrih hlača od sukna, smeđeg kumparana (narodna jakna). Na nogama su se nosile vunene čarape, šarene terluke (polučarape) i opanci napravljeni od životinjskih materijala. Glavu je krasila mala okrugla crvena kapa s dugom crnom kićankom. Ženska nošnja je mnogo kompleksnija. Udane žene su na glavi nosile vindelj ili findelj pokriven bijelom maramom, a sve to je pokrivala velika svilena marama, ili šudar. Košulja je bila od bijelog platna s izvezenim rukavima, a povrh nje svileni krožet živih boja. Zatim povrh toga se nalazio oplećak, koji se nosio u hladnije vrijeme. Nosila se i duga plisirana suknja, odnosno kotul, ječerma nakićena žutim gajtanima, svilena traka s ružama i svilena traka o desnom boku. Neudane djevojke su na glavi nosile male crvene kapice, a umjesto krožeta nosile su primetaču, odnosno krpu poprsnicu. Osim toga, nosio se oplećak od bijelog sukna vezan na prsima vrpcama u boji, plisirana bijela suknja, crvena vunena pregača, na leđima ječerma, a na nogama bijele pamučne čarape te opanci s napršnjacima (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prikaz 35 Djevojačka narodna nošnja sinjskog i triljskog kraja



Izvor: selo.hr, 2019

Prikaz 36 Muška narodna nošnja sinjskog i triljskog kraja



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Jedna od najprepoznatljivijih nošnji Hrvatske i nacionalno blago je nošnja alkara i alkarske povorke grada Sinja. Većina alkarske povorke je obučena u narodnu nošnju koja je za tu prigodu posebno bogato ukrašena. Osim toga, što je veća pozicija u povorci, to je odjeća bogatije ukrašena. Posebna je odjeća samih alkara. Naime, oni su obučeni u starinsku vitešku odoru sa mnoštvom ornamenata. Na rukama nose bijele rukavice, a na glavi ukrašeni kalpak. Obuveni su u crne kožne čizme. Odore alajčauša i vojvode su ponešto drugačije kako bi naglasile posebnu važnost. Odora vojvode, kao vrhovnog zapovjednika, je posebno bogato ukrašena.

Prikaz 37 Odora alajčauša



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Nošnja Vrlike i okolnog kraja je nešto drugačija od ostatka regije. Ova nošnja spada u sam vrh hrvatskog etnografskog blaga. Vrlička nošnja se sastoji od istih dijelova nošnje kao i već spomenute, no ipak drugačijeg kroja, ukrasa, a ponekad i materijala. U vrličkoj muškoj nošnji postoje čak četiri vrste prsluka (krožeta). Osnovna razlika ova četiri tipa prsluka je u materijalu i stupnju kićenosti. Krožeti su, ovisno o stupnju kićenosti, ukrašeni kolom (tri dodatna kruga čoje), vezom lančancem i ovijancem, lužinama (metalnim šljokicama), srebrnim tokama i ostalim. Kao i kod prethodne nošnje, ovdje postoji crveni pojas od vune koji se mota oko pasa na način da kite ostaju visiti o desnom boku. Također se nosila pripašnjača, a na nogama vunene čarape, terluke i opanci. Na glavi se nalazi crvena kapa sa crnim obrubima. Ženska narodna nošnja također počinje košuljom. Pravilno odijevanje nalaže da se s košuljom, uz pregaču i pojas, uvijek nosi sadak, duži haljetak bez rukava. Sadak je ukrašen različitim vezovima crvene čoje, a u najsvečanijim prilikama ga gotovo cijelog prekrivaju. Nekada se oblačio i vuštan (ili fuštan), a to je gornja haljina s nafadalnim krilom i prslukom bez rukava. Slična ovom odjevnom predmetu je poznata vrlička 'aljina. 'Aljina za razliku od vuštana ima duge rukave i izrađena je od modrog ili bijelog sukna. Gornji dio 'aljine, oplećak, zna biti bogato ukrašen. Čest ukras na vrličkim ženskim nošnjama su nisprsnjače (dodatna aplikacija na prsima od crvene i zelene čoje) i crvene zalatke. U vrličkoj nošnji razlika između djevojaka i udanih žena se uglavnom prikazuje bojom. Bijela se koristi u nošnji djevojaka jer simbolizira djevičanstvo, dok modru boju nose udane žene. Sasvim

mlade djevojke nose crvenkapu kojoj se dodaje kvadratna marama, okruga koju stavljaju na kapu kada su stasale za udaju. Bogate udavače znaju nositi skupocjene predmete (paunovo pero na sred kape) i bogati srebrni nakit, rećine, špijode, ukrasne igle, đerdane, dofarice i ostalo. Djevojke umjesto čarapa nose klašnje, a obuća je vrlo slična muškoj (Grad Vrlika, 2019).

Prikaz 38 Vrlička narodna nošnja



Izvor: MHK, KUU Milan Begović, 2019

U prezentaciji narodnih nošnji, ali i običaja te ostalih karakteristika su vrlo bitne različite kulturne udruge. Tu se posebice ističu kulturno-umjetnička društva kojih na području Cetinske krajine postoji mnogo, a neki od njih su KUD Sinj, KUD Vrilo (Obrovac Sinjski), KUD Brnaze, KUD Župa Grab, KUD Glavice, KUD Milan Begović (Vrlika), KUD Izvori Cetine (Civljane), KUD Dinara (Kijevo) i mnogi drugi. Ovakve grupe prezentiraju narodne nošnje, stare zanate, plesove i ostale običaje diljem Hrvatske, ali i svijeta. Kao takve, bitni su nosioci kulturnog identiteta i njegovatelji tradicije, a posebno su zaslužne za prezentaciju nematerijalne kulturne baštine.

Nematerijalna kulturna baština je bitna i vitalna odrednica čuvanja kulturnog identiteta. Prenosi se iz generacije u generaciju, a društvo i zajednica ju stalno obnavljaju u skladu sa povijesnim, kulturološkim i socijalnim kontekstom. U procesu današnje

globalizacije ona je u opasnosti od zaborava i nekih drugih pojava (primjerice rat, turizam). Ona obuhvaća vjerovanja, običaje, znanje, vještine i pojavnosti duhovnog stvaralaštva (Carek, 2004: 70).

Područje cijele Hrvatske obiluje nematerijalnom kulturnom baštinom, a to dokazuje i činjenica da se na UNESCO-voj listi nematerijalne kulturne baštine čovječanstva nalazi čak 15 dobara nematerijalne kulturne baštine s područja Hrvatske. Osim toga, na listi nematerijalnih dobara kulturne baštine kojima treba hitna zaštita nalazi se još jedno dobro, a to je glazbeni izričaj ojkanje (Ministarstvo kulture, 2019). Sinjska alka, nijemo kolo, klapsko pjevanje i suhozidna gradnja su zaštićena dobra sa navedene liste, a koja se, između ostalih krajeva Dalmacije, vežu i za Cetinsku krajinu.

Jedino od navedenih nematerijalnih dobara koje se veže isključivo i samo za Cetinsku krajinu, odnosno njezino središte, grad Sinj je Sinjska alka. Alka je najpoznatiji kulturni događaj koji se odvija na području Cetinske krajine i stoga, uz blagdan Velike Gospe, privlači najveći broj domaćih i stranih turista.

Sinjska alka se održava u spomen slavne obrane od Turaka 1715. godine i u čast Čudotvornoj Gospi Sinjskoj koja je, prema predaji, otjerala Osmanlije. Alka je viteško natjecanje u kojem alkari, na konjima u punom galopu, pokušavaju pogoditi alku (točnije središte alke) drvenim kopljem željeznog vrha. Alka se sastoji od dvije koncentrične kružnice, a prostor među njima je podijeljen na tri jednaka dijela. Svaki dio nosi određen broj punata. Tako pogodak u središte (u sridu) nosi 3 boda, pogodak u donje dijelove po 1 bod i pogodak u gornji dio 2 boda. Pobjednik je alkar koji u tri trke sakupi najveći broj punata. Za Alku je specifična i alkarska povorka koja se sastoji od: harambaše, alkarskih momaka, buzdovandžije, štitonoše, vodiča edeka (zarobljenog turskog konja), barjaktara s pobočnicima, alkarskog vojvode, ađutanta i alkara kopljanika s alajčaušem na kraju. Alka, kao središnji događaj i ujedno zadnji dan alkarskih natjecanja, se održava prve nedjelje u kolovozu, a njoj prethode čoja i bara, te pripreme alkara kopljanika. Ovaj događaj se odvija u ulici Alkarsko trkalište. Za vrijeme odvijanja događaja, ulica je zatvorena, cesta je nasuta zemljom, a sa svake strane ceste postavljaju se tribine, takozvane palke. U novije vrijeme Sinjska alka okuplja i različite stare hrvatske postrojbe koje na dan alke dolaze i prezentiraju svoje odore, oružja i običaje (Sinjska alka, 2019).

Prikaz 39 Sinjska alka



Izvor: Sinjska alka, 2019

Sinjska alka u novije vrijeme privlači sve više turista, a činjenica da je pod zaštitom UNESCO-a dodatno pridaje na važnost. Osim toga, ovaj događaj je i televizijski popraćen što mu dodatno daje na popularnosti. U dane Alke i Velike Gospe središte Cetinske krajine postaje mjesto okupljanja brojnih turista, a turistička ponuda se dodatno poveća pa se u to vrijeme otvaraju štandovi, organiziraju različiti koncerti te kulturni i ostali događaji.

Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore je također na UNESCO-voj listi zaštićenih dobara nematerijalne kulturne baštine. Pojam Dalmatinske zagore je širi geografski prostor, a Cetinska krajina je dio tog prostora. Ovo kolo se najčešće izvodi bez glazbene pratnje, iako ona katkad i postoji. Njegova najveća specifičnost (u odnosu na ostale dijelove Hrvatske), je ta što se kolo povremeno razbija u parove ili se tijekom cijelog plesa izvodi u parovima koji se kreću kružno ili slobodno po prostoru. Tijekom zadnjih 20-ak godina koraci u kolu su se standardizirali pa su pokreti i figure fiksirani i ujednačeni. Ipak, još uvijek se nijemo kolo može vidjeti u originalnoj izvedbi i to uglavnom u selima Dalmatinske zagore. Nijemo kolo ima mnoštvo naziva, zavisno o kojoj se zajednici radi, pa se tako može pronaći i pod imenima kao što su: mutavo kolo, šuplje kolo, gluvo kolo, po naški, po starinski i staračko. Naziv se također mijenja s obzirom na mjesto izvođenja kola pa tako može biti poljičko gacko kolo, vrličko kolo ili sinjsko kolo (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Danas se ovo kolo najčešće može vidjeti po smotrama folklora, kulturnim događajima, proslavama blagdana, raznim seoskim feštama i dernecima.

Prikaz 40 Izvedba nijemog kola



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Klapsko pjevanje je tradicijsko višeglasno homofono a capella pjevanje, odnosno pjevanje bez pratnje instrumenata. Ovakav način pjevanja se formirao sredinom 19. stoljeća, u vrijeme kada se afirmirao kulturni i glazbeni identitet mediteranskih gradića u Hrvatskoj, a posebno u Dalmaciji. Riječ klapa ima korijen u sjevernotalijanskom dijalektu, a znači skupina ili grupa. Najčešća forma višeglasja je troglasje i četveroglasje. Tekstovi klapskih pjesama uglavnom su ljubavni, a stil pjevanja je evoluirao od tipično tradicijskog do stručno postavljenog i organiziranog oblika (Ministarstvo kulture, 2019). Na području Cetinske krajine klapsko pjevanje se često može čuti na proslavama blagdana, folklornim događajima, raznim slavljima i festivalima, a nerijetko se organiziraju i klapski koncerti. Tako se svake godine u Sinju održava festival klapa Gospi Sinjskoj koji okuplja klape iz različitih dijelova Dalmacije i Hrvatske. Važno je napomenuti i da je jedna od najdugovječnijih i najuspješnijih klapa na području Dalmacije i Hrvatske u cijelosti, klapa Sinj.

Prikaz 41 Klapsko pjevanje



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Posljednje od zaštićenih kulturnih dobara pod UNESCO-om je suhozidna gradnja. Umijeće suhozidne gradnje je umijeće izrade konstrukcija od lomljenog kamena koji najčešće nije obrađen. Specifičnost ovakve gradnje je u tome što se ne koristi vezivni materijal. Na jadransko-dinarskom području se prakticira od prapovijesti do današnjih dana i nezamjenjiva je tehnika za izradu prepreka, putova i zaklona. Ova tehnika se najčešće koristi za prilagodbu kamenitih terena u poljodjelstvu (Ministarstvo kulture, 2019). Suhozidna gradnja na području Cetinske krajine se može primijetiti na krškim poljima, a posebice u gorskim predjelima.

Osim navedenih dobara nematerijalne kulturne baštine pod zaštitom UNESCO-a, postoji još njih nekoliko koji se nalaze na listi zaštićenih nematerijalnih kulturnih dobara Republike Hrvatske (zaštita Ministarstva kulture), a s područja su Cetinske krajine. To su: umijeće gradnje cetinske lađe, rera i ojkanje, godišnji pokladni ophodi mačkara podkamešničkih sela te tradicijsko lončarstvo ručnoga kola u Potravlju.

Cetinska lađa može biti mala (za ribolov) i velika (za prijevoz tereta i ljudi). Lađe su izrađivane od jelovine, a stranice su zakrivljene ili napravljene od dvije sastavljene daske. Proces izrade cetinske lađe je kompleksan i sastoji se od mnogih koraka pa se tako daske za stranice prvo natapaju, a zatim se drže nad zapaljenom slamom. Zatim se dno lađe pokriva osušenom trskom radi sprječavanja prodora vode. Bočne stranice se povezuju čavlima, a na krajevima se postavljaju kute koje ojačavaju lađu i služe za postavljanje lanca za privezivanje. Dno se dodatno ojačava poprečnim letvama. Na jednom ili oba kraja se postavljaju daske u

obliku trokuta koje služe za sjedenje. Vesla se prave od drva vrbe (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Cetinska lađa je služila ljudima ovog kraja od davnih vremena. Njome su išli u ribolov, prelazili rijeku, prevozili stoku i teret. Po izradi cetinske lađe naročito je poznato selo Otok. Umijeće izrade cetinske lađe je danas zaštićeno od strane Ministarstva kulture, a postoje i napori da se ovaj zanat oživi jer je sve manje ljudi koji posjeduju ovo umijeće.

Prikaz 42 Cetinska lađa



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Karakterističan umjetnički izričaj za ovo područje su zvuci ojkavice i rere. Stihovi i način pjevanja su prenošeni s koljena na koljeno. Ojkavica je pjevanje „iz grla“ u kojem se koriste razne tehnike potresanja glasa, a dobila je ime po karakterističnom uzviku oj. Teme ojkavice su uglavnom ljubavne, geografske, religiozne i društvene, a pjesma traje koliko i dah glavnog pjevača. Ojkavica je karakteristična za vrlički kraj. Za sinjski kraj je posebno karakteristična rera, dvoglasno grleno pjevanje u kojem jedan pjevač vodi pjesmu, a ostali ga prate, odnosno reraju. Za razliku od ojkavice, teme rere ose vežu uz svakodnevne pojave kao što su trzavice među susjednim selima, karakterima i običajima, ismijava ljudske slabosti i mane. Za reru je karakterističan poseban rječnik, a šaljive i jasne poruke koje se rimuju, uglavnom se iznose u dvostihu (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Rera i ojkavica su oduvijek vezane za Cetinsku krajinu i izvodile su se najčešće na seoskim feštama, proslavama blagdana, druženjima i sličnim događajima. Za očuvanje ovog izričaja, najzaslužnija su kulturno-umjetnička društva koja čuvaju ovu tradiciju, a ujedno ju i prezentiraju u Hrvatskoj i inozemstvu.

Primjeri tekstova rere (Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019):

Ljubav mori i u groblje slaže,
i mene će, eto ti je vraže.

;

Curo mala nek ti je u glavi,
nikad momku prva se ne javi.

;

Svekrvice našla sam ti zgodu,
dubok bunar i studenu vodu.

Godišnji pokladni ophodi mačkara odvijaju se u selima podno Kamešnice, na području gradova Sinja, Trilja te općine Otok. Imaju dugu tradiciju održavanja, a karakteristični su po zvukovima zvona i popratnim ritualima. Pokladna povorka je poredana po strogim tradicijskim pravilima, a sastoji se od nekoliko skupina. Prva je skupina koju čine bile mačkare, barje i svatovi, zatim ide komedija, a na kraju crne mačkare. Svaka skupina i svi likovi imaju različita simbolička značenja, a predstavljaju razne tradicijske rituale i obrede. Najatraktivniji dio povorke su didi koji na glavama nose ovčje mišine, a oko struka zvona. Ovi šareni divovi utjelovljuju borbu dobrih duhova sa zimom, koju tjeraju skakanjem i bukom.

Prikaz 43 Didi s Kamešnice



Izvor: KUS, Galerija Galiotović, 2019

Selo Potravlje se nalazi u općini Hrvace i to je jedino selo u kojem se održala tradicija lončarstva ručnoga kola. Potravski lončari (*bakrari*) su svojim proizvodima snabdijevali Cetinsku krajinu i širi prostor Dalmacije tijekom prošlih stoljeća, a svoju robu su najčešće prodavali po sajmovima (prodaju i danas). Osim tradicijske izrade posuđa, danas se proizvode i neki novi oblici kao što su amfore, vaze, pitari te suveniri. Umijeće ručnog kola je poprilično jedinstveno s obzirom da se u ovim krajevima prakticira od 4. stoljeća prije Krista, a danas ga nema gotovo nigdje u Europi jer ga je zamijenilo nožno kolo. Danas u Potravlju postoje svega dvije obitelji koje se bave ovim zanatom (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Postoje napori da se ovo umijeće više prezentira i spasi od zaborava pa se često organiziraju radionice lončarstva ručnog kola.

Prikaz 44 Edukativna radionica „Tradicijsko lončarstvo ručnog kola“



Izvor: Ferata – Sinjski portal, 2016

Osim umijeća izrade cetinske lađe u Otoku i tradicijskog lončarstva u Potravlju, Cetinska krajina je obilovala i raznim drugim zanatskim umijećima i vještinama. Jedan od najpoznatijih zanata (čak i u europskim okvirima) je izrada lula u Zelovu koje se i danas izrađuju tehnikom najstarijih majstora. Osim lula, Zelovo je poznato i po izradi drvenih svirala i dječjih igračaka od drva. Opanci oputari su se izrađivali na Gljevu i u Glavicama, a gotovo svako selo je imalo vlastitog majstora za samare. Kovački zanat je bio najbolje razvijen na Biteliću gdje su se proizvodile i lađe, no nešto drugačije od onih otočkih. Čaporice su bile poznate po proizvodnji drvenih bačvi (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). U novije vrijeme, ovi zanati se sve manje prakticiraju i dolazi do pada interesa za njima. Stoga

postoji opasnost da se ovakvi zanati i procesi trajno zaborave. Ovakve zanate je potrebno zaštiti, a uz to ih prezentirati i promovirati kako bi se očuvali u modernom svijetu tehnologije. Osim toga, ovakvi zanati i umijeća imaju izrazit turistički potencijal.

Prikaz 45 Zelovska lula



Izvor: Etnografski muzej Zagreb, 2019

Važan dio kulturnog identiteta i baštine nekog naroda jesu stari narodni običaji. Narodni običaji Cetinske krajine vezani su uglavnom za važne životne događaje (rođenje, zaruke i svadba, pogreb) i proslave blagdana, a neki su se, prenošeni s koljena na koljeno, održali do danas (npr. paljenje i preskakanje svitnjaka za blagdan Svetog Ivana Krstitelja, mačkare, proslava očića i materica, babine, a najviše običaja koji su se održali i do danas se vežu uz svadbene rituale). Osim toga, gotovo svako naselje na području Cetinske krajine ima svoje narodne pjesme, molitve, igre, šale i priče koje su dio njihovog kulturnog identiteta. Između ostalog, u narodne običaje spada i proslava seoskih i gradskih derneka (slavlja), a najpoznatiji su Velika Gospa u Sinju, Gospa Rožarica u Vrlici, Sveti Mihovil u Trilju, Sveti Luka u Otoku, Sveti Filip i Jakov u Potravlju (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Gotovo svako naselje Cetinske krajine ima svoj dan (najčešće proslava svetca zaštitnika grada) kada se organiziraju koncerti, slavlja, folklorni nastupi i slično. Osim kulturnog, ovakvi događaji imaju i vjerski karakter jer je središnji događaj većinom misno slavlje pojedinog svetca. Može se reći da, uz Sinjsku alku, ovakva slavlja zapravo privlače najveći broj posjetitelja u Cetinsku krajinu.

Kako to obično biva, zub vremena i ostali vanjski utjecaji (ponajviše ratni sukobi) ostavili su trag na materijalnoj i nematerijalnoj baštini. Neki povijesni i arheološki lokaliteti

su nepovratno uništeni, a neki nisu dovoljno istraženi. Neki običaji su zaboravljeni, a neki su na pragu potpunog zaborava. Ipak, sveukupno gledano, narod Cetinske krajine ima iznimno bogatu i vrijednu kulturnu baštinu. Ovakva kulturna resursna osnova ima veliki potencijal u turističkom smislu. No, ovakvo bogatstvo i raznolikost je potrebno prvenstveno zaštititi kako bi se zanati, običaji, tradicija i materijalna baština očuvali od negativnih utjecaja.

3.2.3 OSTALE ATRAKCIJE

Od ostalih atrakcija na području Cetinske krajine, najviše se ističu manifestacije odnosno događaji različitog karaktera (zabavni, kulturni, vjerski i slično). Također, mnogo događanja i manifestacija je vezano uz gastronomiju koja ujedno postaje jedna od glavnih atrakcija ovog kraja. Kako je ovo područje izrazitih prirodnih atrakcija i raznolikosti, vrlo je pogodno za aktivni turizam pa postoji mnoštvo poligona, staza i ostalih atrakcija za prakticiranje aktivnog provođenja odmora.

Kulturne manifestacije i njima slični događaji su važan dio turističke ponude i valorizacije iste. Njihova važnost je prepoznata u cijelom svijetu pa „mnoge destinacije nastoje pokrenuti nove festivale i druge kulturne manifestacije kako bi animirali statičnu materijalnu i nematerijalnu baštinu i privukle turiste i produljile turističku sezonu.“ (Vrtiprah, Sentić, 2018: 280)

Već spomenuti događaji Sinjska alka i blagdan Velike Gospe (ali i proslave svetaca svih ostalih gradova i sela) su najveći događaji koji imaju kulturni i vjerski karakter te privlače najveći broj posjetitelja na ove prostore. Svake godine u Sinju se održava i niz manjih manifestacija koje se iz godine u godinu ponavljaju. Jedna od njih je Vučkovića dječja alka. To je svojevrsna simulacija prave Alke u kojoj se natječu djeca do 10 godina iz zaseoka Vučkovići. Za vrijeme dana Alke i Velike Gospe u Sinju se svake godine uprizori predstava opsade Sinja 1715. godine. Predstava je posebno zanimljiva jer se odvija na otvorenom na nekoliko atraktivnih i autentičnih lokacija. Još jedna predstava se odvija u ovim danima, a to je nogometna utakmica Delmata i Rimljana. Glavni povod je, već spomenuti, spomenik dječaka s loptom. Predstava je komičnog karaktera, s pravilima igre osmišljenim u duhu antičkog vremena, a mnogobrojni likovi nose izvorne kostime (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Jedna od najbitnijih kulturnih manifestacija na ovom području je izvedba opere Ero s onoga svijeta. Izvedba ove najpoznatije hrvatske opere pruža uistinu izuzetan doživljaj s obzirom da se izvodi na mjestu gdje je Milan Begović dobio inspiraciju za pisanje libreta, vrličkoj Česmi. Autentičnost dodatno pojačava vrličko kolo i vrlička nošnja u samom središtu

vrličkog kraja. Običaj čuvanja Kristova groba također je popularan u Vrlici. Grupa muškaraca pripadnika Bratovštine čuvara Kristova groba u narodnim nošnjama i s tradicionalnim oružjem čuvaju Kristov grob, sudjelujući u raznim obredima i ophodima. Ovaj običaj je postao ne samo crkvena manifestacija već i povijesna i kulturna baština vrličkog i hrvatskog puka (Turistička zajednica grada Vrlike, 2019). Osim navedenih koje se održavaju svake godine, u Cetinskom kraju se održava još niz kulturnih manifestacija od kojih su najčešće predstave, izložbe i slično.

Prikaz 46 Ero s onoga svijeta na vrličkoj Česmi



Izvor: Turistička zajednica grada Vrlike, 2019

Neke manifestacije na ovom prostoru imaju kulturno-gastronomski karakter, a najznačajnije su Sajam proizvoda sela u Sinju i Dani komina, pure i bronzina na Tijarici. Glavni cilj sajma je promocija tradicijskih domaćih proizvoda ruralne okolice grada Sinja gdje je naglasak na prehrambenim proizvodima (rakija, vino, med, sir i slično). Kulturni karakter ovog sajma proizlazi iz njegovanja kulturne baštine koje se očituje u prezentaciji tradicijskih suvenira, uporabnih predmeta, nakita i sličnog, ali i nastupa brojnih kulturno-umjetničkih društava (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Manifestacija Dani komina, pure i bronzina na Tijarici služi za prezentaciju tradicionalnog načina kuhanja i pripremanja specijaliteta. Osim toga, također nastupaju brojne folklorne skupine i društva.

Česti su i kulturno-glazbeni događaji kao što su na primjer Čačvina megdan fest i Vesta Festa. Oni nemaju čisto glazbeno-zabavni karakter jer su ovakve manifestacije uglavnom vezane za stare načine pjevanja (rera i ojkavica) i sviranja (diplarenje) te kao takve

njeguju i tradiciju. Osim toga, kulturni karakter proizlazi iz narodnih nošnji u kojima se nastupa te prikazivanju raznih zanata i običaja uz pripremanje tradicionalnih gastronomskih specijaliteta.

Među zabavnim manifestacijama se uglavnom ističu razni koncerti zabavne i duhovne glazbe. Tako se u Sinju svake godine održava već spomenuti Festival klape Gospi Sinjskoj gdje klape izvode duhovne, marijanske napjeve. Festival S.A.R.S. je festival alternativne kulture koji organizira udruga S.K.U.P. svake godine. Za vrijeme ovog festivala Sinjani i njihovi gosti mogu čuti neke od najpoznatijih bendova alternativne kulture, ali ovaj festival ujedno služi i za promicanje amaterskih, ne toliko poznatih bendova. U zabavno-glazbenoj ponudi ističe se i Gljevstock. Održava se na Gljevu, a ideja je druženje Sinjana i gostiju te kampiranje u prirodi uz nastupe nekolicine bendova. Ovaj festival je sve popularniji i svake godine napreduje, što u smislu broja posjetitelja, što organizacijski (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Važan događaj ovakvog karaktera se već tri godine odvija i u gradu Trilju. Naime, ondje se u mjesecu srpnju organizira Thrill blues festival u gradskom parku. Ovaj festival privlači najveća imena svjetskog bluesa (Turistička zajednica grada Trilja, 2019).

Što se tiče sportskih i avanturističkih događaja i manifestacija, mogu se izdvojiti: pustolovna utrka Cetina Adventure Race, gradski izazov Cetina Adventure, biciklijada Do izvora Cetine, Alkarski padobranski skup. Posebno zanimljiv događaj je Cetina Adventure Race, a podrazumijeva dugu utrku sa mnoštvom prepreka i izazova. Ovo je timsko (u paru) natjecanje u kojem natjecatelji kombiniraju discipline kajakinga, plivanja, bicikliranja, penjanja i slično kako bi došli do cilja. Osim ovoga, vrlo je zanimljiv i neobičan Alkarski padobranski skup. Održava se na sinjskom sportskom aerodromu, a ima obilježja avanturizma i tradicije. Pravila su poprilično slična kao i na pravoj Alki, a glavni cilj natjecatelja je skokom s padobranom ostvariti najveći broj bodova gađanjem u improviziranu alku postavljenu na strunjačama. Natjecanje traje tri dana (bara, čoja, alka), a posebno je zanimljivo publici (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Reljefna raznolikost i prirodna bogatstva služe kao odličan preduvjet razvoja aktivnog turizma, a sve više turista kao osnovni vid rekreacije koristi bicikle. To je i jedan od najboljih načina kako odmor provesti aktivno, a usput razgledati sve važne prirodne i kulturne atrakcije.

Prema tome, vrlo su važne biciklističke staze kojih na području Cetinske krajine ne nedostaje. Biciklističke staze sinjskog područja su biciklistička staza Cetina, biciklistička staza Aequum i biciklistička staza Orlove stine. Biciklističke staze na triljskom području su: Vinska staza, Staza Mlinice, Staza Žlabina, Staza Brodarić, Staza Tabia, Staza Nutjak. Na području Vrlike označene su staze Cetina, Golo brdo i Perućko jezero. Sve navedene

biciklističke staze su vrlo atraktivne jer prolaze krajevima iznimne ljepote i bogatstva. Mnoge od ovih staza prolaze uz same prirodne dragulje Cetinske krajine kao što su izvori rijeka i potočića dok druge prolaze uz najznačajnije monumente cetinske i hrvatske povijesti. Na stranicama turističkih zajednica se mogu naći karte koje prikazuju gdje određena biciklistička staza prolazi uz detaljan opis puta te atrakcija i infrastrukture uz samu stazu.

Prikaz 47 Biciklistička staza Mlinice



Izvor: Turistička zajednica grada Trilja, 2019

Uz biciklističke staze, za aktivni turizam Cetinske krajine bitne su i već spomenute planinarske staze i putovi. Planinarski putovi su označeni i održavani, a na planinama se nalaze i planinarski domovi. Osim toga, na području Cetinske krajine djeluje više planinarskih društava koji često organiziraju grupne uspone na najviše vrhove krških planina.

Kroz poglavlje o prirodnoj baštini, već su spomenuti razni načini provođenja aktivnog odmora u Cetinskoj krajini. Osim biciklizma i planinarenja, rijeke Cetinske krajine i Perućko jezero su vrlo pogodni za ribolov zbog izrazitog bogatstva ribom (kao što je viđeno u poglavlju o prirodnoj baštini), a planine i polja za lov. Uz to sve više turista i posjetitelja bira aktivan odmor na rijeci Cetini. S obzirom da ona ima svoje brze i divlje dionice, ali isto tako mirne i polagane, ovdje se sve više prakticiraju razne aktivnosti kao što su rafting, kanuing i kajaking. Ovakav tip aktivnog odmora na rijeci ne omogućava samo fizičku aktivnost, nego i razgledanje prirodnih bogatstava te flore i faune rijeke.

Avanturisti i aktivni turisti željni adrenalina se također mogu okušati u sve popularnijim aktivnostima kao što su paragliding, padobranstvo, vožnja i istraživanje

quadovima (četverokotačima), paintball, airsoft i sportsko penjanje na liticama tvrđave Prozor. Osim toga, u ponudi su jeep safari i kanu safari na Cetini.

Područje Sinja i Cetinske krajine oduvijek su usko vezani za uzgoj konja. Konji su na ovom području, kroz povijest, korišteni u razne svrhe. Također su neizostavan dio u glavnom kulturnom događaju po kojem je ovo područje i poznato, a to je naravno Sinjska alka. U Sinju se ujedno nalazi i drugi najveći hipodrom u Hrvatskoj, hipodrom konjičkog kluba Alkar. Osim toga, na području Cetinske krajine postoji i cijeli niz manjih privatnih ergela. Tako je sve popularnija turistička aktivnost jahanja. Jahanje pruža jedinstveno iskustvo i jedan je od najboljih i ujedno najaktivnijih načina istraživanja i uživanja u prirodnim ljepotama ovog kraja. Konjički klubovi organiziraju različite ture, a osim rekreacijskog jahanja nude i školu za polaznike i usluge terapijskog jahanja za osobe s invaliditetom. Sinj je također domaćin mnogim međunarodnim i domaćim galopskim i preponskim turnirima (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prikaz 48 Jahanje uz rijeku Cetinu



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Cetinska krajina postaje sve privlačnija destinacija za gurmane i one koji traže dobru i izvornu gastronomiju. Bogata povijest i razni utjecaji na ovaj kraj doveli su do spajanja raznih kuhinja i formirali jedinstvenu i cijenjenu gastronomsku oazu. Područje Cetinske krajine je nadaleko poznato po sinjskim arambašima. Neizostavni su obroci na svečanim slavljima i ručkovima za blagdane. Pripremaju se na tradicionalan način, a po sastavu i izgledu najsličniji su sarmama. Ostala glavna jela koja se pripremaju na tradicionalan način su: cetinski raci,

žabe na brudet, pripremanje divljači (pogotovo zeca), svatovski rižot, šiša, janjetina na razne načine i ostala.

Prikaz 49 Tradicionalno jelo sinjski arambaši



Izvor: Turistička zajednica grada Sinja, 2019

Najpoznatiji sinjski tradicionalni kolač su rafioli punjeni bademima, a osim toga česta je priprema slastice kotunjade (kolač od dunja). Od ostalih slastica mogu se izdvojiti triljska torta, odnosno padišpanja, kolač od žmara. Sinjski i vrlički kraj je nadaleko poznat i po pripremanju uštipaka, a u Vrlici se održava i Svjetsko prvenstvo u pripremi uštipaka.

Cetinski kraj je posebno poznat po proizvodnji raznih vrsta sireva te po proizvodnji pršuta. Ovdje do izražaja dolazi još jedna gastronomska manifestacija. Naime, Sinj je već dugi niz godina domaćin nacionalnom sajmu pršuta i suhomesnatih proizvoda. Sajam se održava svake godine u mjesecu travnju, a u sklopu sajma održava se niz aktivnosti. Ovaj sajam okuplja sve bitne subjekte u suhomesnatoj industriji i industriji proizvodnje pršuta (proizvođači, vladine agencije, promotori i slično). Proizvođači mogu izlagati svoje proizvode na štandovima, a posjetitelji ih mogu razgledati, kušati i kupiti. Svake godine se održava i ocjenjivanje kvalitete pršuta, a sajam, osim raznih natjecateljskih, ima i edukativne programe. Također se svake godine upriliče razni tradicijski običaji, rukotvorine te nastupi kulturno-umjetničkih društava (Turistička zajednica grada Sinja, 2019).

Prostor Dalmacije je oduvijek bio povezan s uzgojem vinove loze i pravljenjem vina. Ove navike su ostale još od doba starih Grka, Rimljana i Delmata. Rimljani su dali poseban doprinos razvoju uzgoja vinove loze po cijeloj Dalmaciji jer su za svojih pohoda prenosili

sadnice vinove loze i širili naviku pijenja vina. Glavna vinogradarska, odnosno vinska područja cetinskog kraja smještena su na pripoljske obronke s obje strane polja. U starim vinogradima prevladavale su uglavnom sorte crnog vina i to: glavinka, ninčuša, babić i plavina. Sorte bijelog vina su bile manje zastupljene, a najčešće su to bile: maraština, vugava, debit, domaća bijela, a bilo je i ponešto crljenka. Osnovna karakteristika tradicionalnog pripremanja vina je bila miješanje crnih i bijelih sorti nakon kojeg bi se dobila hrvaština (ili hrvašćina, rvašćina), svježe i pitko vino, svijetlo-crvene boje te umjerene trpkosti (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Ova sorta, uz mnoge ostale, je dostupna i mnogo cijenjena i danas, a može ju se kušati u raznim vinarijama diljem Cetinske krajine. Osim toga u vinarijama Cetinske krajine mogu se rezervirati vinske ture, obilazak vinograda i krajolika i naravno degustacije vina i tradicionalne hrane uz mnoštvo ostalih aktivnosti. Vinski turizam na prostoru Cetinske krajine, ali i Dalmacije u cijelosti, je tek u početku svog razvoja, a potrebno ga je razviti kao „poseban oblik turističke ponude koja će u svojim temeljima imati vino kao kulturni doživljaj i gastronomski užitak i poseban motiv dolaska turista na prostor Dalmacije.“ (Razović, 2015: 65)

Od preostalih atrakcija ovog područja može se izdvojiti nekoliko manjih kasina i povremeni zabavni parkovi koji se postavljaju za vrijeme većih slavlja (na primjer za dane održavanja Alke i Velike Gospe). Osim toga, Cetinska krajina je bogata otvorenim sportsko-rekreacijskim terenima (najčešće za nogomet, košarku i tenis), a posjeduje i nekoliko manjih i većih sportskih dvorana te nogometnih terena s umjetnom travom koji se mogu unajmiti na korištenje. Gradovi Sinj, Trilj i Vrlika imaju kino dvorane.

Za razliku od kulturne i prirodne baštine koje ima u izobilju, ostale atrakcije nisu dobro razvijene. Ovo može biti potencijalna slabost u vidu nedostatka zabavnih i drugih sadržaja za turiste, ali i prilika u vidu razvijanja istih. Razvijanjem dodatnih atrakcija upotpunila bi se turistička ponuda i produžio boravak turista na ovom području.

3.2.4 OSTALI IZRAVNI I NEIZRAVNI TURISTIČKI RESURSI

Osim samih turističkih atrakcija, za turizam određenog područja su vrlo bitni i njegovi ostali izravni i neizravni turistički resursi. U ostale izravne turističke resurse, prema već spomenutoj Kušenovoj klasifikaciji (2001: 6), spadaju: turističko-ugostiteljske građevine, turistički uređaji, turističke zone, turistička mjesta, turističke destinacije, turističke agencije, turističke informacije i promidžbeni materijali, turistički kadrovi, turistička educiranost lokalnog stanovništva, turistička organiziranost destinacije i sustav turističkog informiranja.

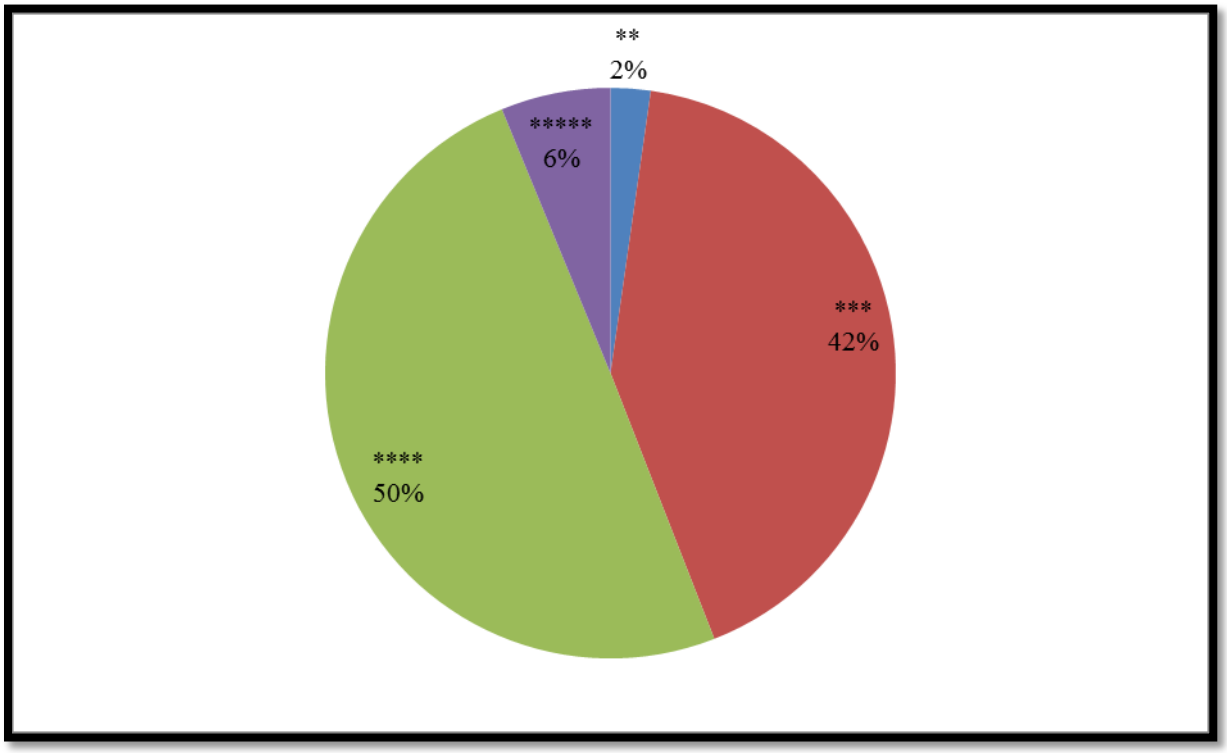
Najvažniji izravni resursi su svakako turističko-ugostiteljske građevine jer se one vežu i za primarne potrebe ljudi kao što su smještaj, hrana i piće te je bez njih razvoj turizma nezamisliv. Također, ovo su objekti koji generiraju najveću potrošnju turista jednom kada dođu u destinaciju.

Trenutno se na području Cetinske krajine nalaze samo dva hotela, a to su hotel Alkar u Sinju i hotel Sveti Mihovil u Trilju. Hotel Alkar ima 3 zvjezdice, a nalazi se u središtu Sinja, u gradskom parku. Osim soba za posjetitelje, hotel posjeduje ljetnu terasu, parkiralište, dvoranu za sastanke i konferencije te restoran. Sobe posjeduju telefon, televizor, Internet te klimu. Hotel broji 52 smještajne jedinice s ukupno 107 kreveta (Turistička zajednica grada Sinja, 2019). Hotel Sveti Mihovil ima također 3 zvjezdice, a nalazi se u središtu Trilja, uz obalu rijeke Cetine. Hotel raspolaže sa 28 soba i ukupno 56 kreveta, a svaka soba je klimatizirana i ima Internet. U sklopu hotela nalazi se restoran „Čaporice“ (Hotel Sv. Mihovil – Trilj, 2019).

U dijelu Cetinske krajine koji se nalazi u Splitsko-dalmatinskoj županiji, najbrojniji su smještajni objekti kod privatnih iznajmljivača, koji broje 157 smještajnih objekata. Smještajnih objekata kod ugostitelja je 10, a postoje i 4 seljačka domaćinstva, odnosno obiteljska poljoprivredna gospodarstva i 2 već spomenuta hotela. Prema kategorizaciji, 11 objekata ima 5 zvjezdica, od kojih je 9 objekata u domaćinstvu i 2 objekta kod ugostitelja. Broj objekata koji je kategoriziran sa 4 zvjezdice iznosi 85, a 83 od ukupnog broja su objekti u domaćinstvu i 2 objekta kod ugostitelja. Smještajnih objekata sa 3 zvjezdice postoji 69, od kojih su 62 objekta u domaćinstvu, a 7 objekata kod ugostitelja. Najniže kategorizirani (2 zvjezdice) su 4 smještajna objekta, od kojih su 3 u domaćinstvu, a jedan objekt kod ugostitelja. Ugostitelji se odnose na obrte i pravne osobe, dok se kućanstva odnose na privatne iznajmljivače (Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, 2019). Dio Cetinske krajine koji pripada Šibensko-kninskoj županiji (općine Kijevo i Civljane) broji svega 8 objekata za smještaj turista i to po 4 u svakoj općini. Svi objekti spadaju u objekte u domaćinstvu, a po kategorizaciji postoji 5 objekata sa 3 zvjezdice i 3 objekta sa 4 zvjezdice.

Svi objekti su kuće za odmor (Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 2019). Na sljedećem grafu je prikazana ukupna kvaliteta, odnosno kategorizacija svih smještajnih objekata na području Cetinske krajine.

Grafikon 4 Smještajni objekti Cetinske krajine prema kategorizaciji



Izvor: obrada autora

Smještajni objekti koji imaju 4 zvjezdice prednjače na prostoru Cetinske krajine, ali u stopu ih prate smještajni objekti osrednje kvalitete (s 3 zvjezdice). Dobar pokazatelj je svakako to da najmanje smještajnih objekata ima samo 2 zvjezdice. Dakle, smještajni objekti Cetinske krajine su uglavnom srednje i vrlo dobre kvalitete, no prostora za napredak u kvaliteti sigurno ima.

Sljedeća tablica prikazuje ukupne trenutne kapacitete, odnosno stalne i pomoćne postelje, na području Cetinske krajine (travanj, 2019.).

Tablica 3 Smještajni kapaciteti Cetinske krajine prema gradovima i općinama

GRAD/OPĆINA	STALNE POSTELJE	POMOĆNE POSTELJE
Grad Sinj	340	102
Grad Trilj	395	81
Grad Vrlika	78	4
Općina Hrvace	156	23
Općina Dicmo	187	45
Općina Otok	41	22
Općina Civljane	22	8
Općina Kijevo	21	12
UKUPNO	**1240**	**297**

Izvor: obrada autora prema podatcima Ureda državne uprave Splitsko-dalmatinske županije i Turičke zajednice Šibensko-kninske županije

Smještajni kapaciteti na području Cetinske krajine bilježe pozitivan trend, odnosno bilježe rast. Za razliku od 2017. godine, dogodio se ukupni porast od 468 stalnih postelja (ukupno 772 stalne postelje u 2017. godini) i 139 pomoćnih postelja (ukupno 158 pomoćnih u 2017. godini) (DZS, 2018). Također, rast se može primijetiti i kroz duže vremensko razdoblje, ali zbog nedostupnosti podataka za neke općine (pa čak i gradove, na primjer Vrlika) iz prijašnjih godina, nemoguće je odrediti točan rast.

Kao što se može vidjeti po prethodnim analizama, struktura smještaja Cetinske krajine je preslika smještaja Hrvatske općenito. U strukturi prevladavaju objekti u kućanstvima, a hotelskog smještaja je jako malo. Hotelski smještaj čak bilježi negativnu dinamiku jer je u prijašnjim vremenima na ovim prostorima bilo četiri hotela, a danas postoje samo dva. To je jedan od negativnih trendova u turizmu ovog područja. Osim potrebe za promjenom strukture smještaja, potrebno je dodatno podizati i kvalitetu istog. Što se tiče samih kapaciteta, oni imaju dinamiku rasta, što je svakako pozitivno. Međutim, kapaciteti su ipak nedostatni i u budućnosti će trebati rasti kako bi pratili eventualni rast turizma.

Što se tiče ugostiteljskih objekata na dijelu Splitsko-dalmatinske županije, najbrojniji su oni koji spadaju u kategoriju barova (caffe bar, noćni bar, konoba), a ima ih 166. Nadalje, u kategoriju restorana spadaju 73 objekta (restoran, gostionica, fast food, bistro, pizzeria, catering). Postoji i 10 jednostavnih ugostiteljskih objekata (klupe, kolica, šator) te 1 objekt koji spada u kategoriju kušaonica, a riječ je o degustaciji i prodaji voćnih rakija u Vrlici. Osim navedenog, postoje i 4 registrirana izletišta (Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske

županije, 2019). Na području općina Kijevo i Civljane postoji tek manji broj ugostiteljskih objekata.

Na području Cetinske krajine postoji 8 turističkih agencija i 25 registriranih turističkih vodiča (Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, 2019). Ovdje djeluju 3 turističke zajednice i to: Turistička zajednica grada Sinja, Turistička zajednica grada Trilja i Turistička zajednica grada Vrlike. Ove turističke organizacije su zadužene za organizaciju mnogih manifestacija i događaja na ovom području, a osim toga one imaju promotivnu i informativnu funkciju. One osiguravaju i turistički promidžbeni materijal, a Turističke zajednice grada Sinja i Trilja otvorile su turističke informativne centre koji služe za informiranje turista i distribuciju promotivnih materijala. Turizam Cetinske krajine nije ni približno iskoristio svoje potencijale razvoja pa se javlja problem (ujedno problem cijele države) nedostatnog stručnog kadra, a osim toga educiranost lokalnog stanovništva je na niskoj razini. Osim kroz obrazovni sustav, turističkoj educiranosti lokalnog stanovništva i kadrova pridonose i: „ugledni specijalizirani časopisi za slobodno vrijeme, kao i javne tribine, radionice i drugi skupovi vezani uz dokoličarsku turističku edukaciju.“ (Kušen, Katica, Kušen Tomljanović, 2018: 119)

Neizravni turistički resursi prema Kušenu (2001: 6) sadrže: očuvani okoliš, komunalna infrastruktura i sadržaji društvenog standarda, geoprometni položaj, prometna povezanost, dobra prostorna organizacija kraja, privlačno oblikovane zgrade, ulice, trgovi, perivoji, gradski parkovi i očuvani kulturni krajolik, mirnodopsko stanje i politička stabilnost te ostali resursi.

Očuvani okoliš je svakako jedan od glavnih atributa ove regije, a razlog tomu je što su ljudi na ovim prostorima uvijek živjeli u skladu s prirodom, a ne nauštrb nje. Nezagađeni zrak, čiste i pitke vode, plodno tlo te bogata flora i fauna ukazuju na visok stupanj očuvanosti. Osim toga, tu je važno podsjetiti i na postojanje 6 zaštićenih prostora na ovom području koji su zbog svoje očuvanosti, ljepote i biodiverziteta očiti primjeri uspješne zaštite i očuvanja prirodnih resursa i okoliša. Naravno, eventualno povećanje turističkog prometa zahtijevalo bi dodatnu zaštitu i brigu za okoliš i resurse, a posebno one prirodne.

Komunalna infrastruktura se odnosi na same temelje nekog sustava i kao takva je bitna za funkcioniranje općenito, a onda i u turističkom smislu. Tu se posebno ističu komunalne djelatnosti koje su bitne za normalan život lokalnog stanovništva. Vodoopskrba i odvodnja na području Cetinske krajine je u nadležnosti četiri poduzeća: Vodovoda i odvodnje Cetinske krajine d.o.o. (gradovi Sinj i Trilj te općine Otok, Hrvace i Dicmo), Vodoopskrbnog sustava Vrlika d.o.o. i tvrtke Usluga d.o.o. (grad Vrlika i općina Civljane) te Komunalnog društva Kijevo (općina Kijevo). Gradovi Sinj i Trilj, te općine Otok, Dicmo i Hrvace vodom se

opskrbljuju iz izvora Ruda-Kosinac, a grad Vrlika i općine Civljane i Kijevo se opskrbljuju vodom iz izvora Cetine (i to Vukovića vrelo). Kada je riječ o ovim komunalnim djelatnostima, a naročito sustavu odvodnje, važno je spomenuti da one nisu razvijene u cijelosti i ne pokrivaju cijeli prostor Cetinske krajine. Iako su urbani prostori Cetinske krajine uglavnom povezani sustavom kanalizacije (ili se na tome trenutno radi), mnogi ruralni prostori (pogotovo oni dalji i s manje stanovnika) funkcioniraju na sustavu septičkih (crnih) jama, a u nekim udaljenim i malenim naseljima ljudi još koriste bunare za vodoopskrbu. Ovi problemi se rješavaju raznim projektima za izgradnju ili poboljšanje kvalitete sustava odvodnje i vodoopskrbe, a jedan od njih je i projekt Aglomeracija Sinj. Opskrbu električnom energijom vrši Hrvatska elektroprivreda (HEP) sa distribucijskim područjima Elektrodalmacija Split (Terenska jedinica Sinj) i Elektra Šibenik (Terenska jedinica Knin). Elektroenergetski sustav Cetinske krajine je uglavnom temeljen na hidroelektranama, HE Peruća, HE Orlovac i HE Đale. Zbog svojih geomorfoloških i klimatskih predispozicija, ovaj kraj je izvrstan za proizvodnju energije i iz drugih obnovljivih izvora, a tu prednjači vjetar. Tako se na prostoru Cetinske krajine sve više postavljaju vjetrenjače i otvaraju vjetroelektrane, a postoje napori da se počnu koristiti i ostali obnovljivi izvori. Grad Sinj i Cetinska krajina su također dio projekta plinofikacije Dalmacije pa bi u budućnosti ovaj kraj trebao imati mogućnost korištenja plina u kućanstvu. Čistoća Cetinske krajine d.o.o. zadužena je za sakupljanje i odvoz komunalnog otpada na deponij Mojanka, a djeluje u gradovima Sinj i Trilj, te općinama Hrvace, Otok i Dicmo. Osim toga ovo trgovačko društvo upravlja gradskim grobljem u Sinju, održava i uređuje parkove i zelene površine te upravlja gradskom tržnicom u Sinju. Na području grada Vrlike, skupljanje i odvoz otpada obavlja tvrtka Eko Vrlika d.o.o., a otpad se odvozi na deponij Poljanka u Otišiću. U općini Kijevo ovaj posao obavlja Komunalno društvo Kijevo d.o.o., a u općini Civljane Komunalno društvo Biskupija d.o.o. Odlagalište za obje općine se nalazi u općini Biskupija, a zove se Mala Promina. Od same komunalne infrastrukture, može se reći da je mreža javne rasvjete poprilično dobro razvijena, a postoji i veliki broj javnih zelenih površina. Također postoji mnoštvo nerazvrstanih cesta. Javnih parkirališta nema mnogo pa se za vrijeme pojačanog turističkog prometa (na primjer Alka u gradu Sinju) mnoge gradske površine pretvaraju u improvizirana parkirališta. Osim toga, na području Cetinske krajine postoje i dva autobusna kolodvora, u Sinju i Vrlici. Između gradova i naselja u Cetinskoj krajini, ali i šire, postoje česte autobusne linije, a u novije vrijeme pojavio se i taksi prijevoz. Iako je komunalna infrastruktura napravljena prvenstveno zbog lokalnog stanovništva, ona mora pratiti razvoj turizma. Ukoliko se turizam Cetinske krajine bude sve više razvijao, komunalna infrastruktura će također

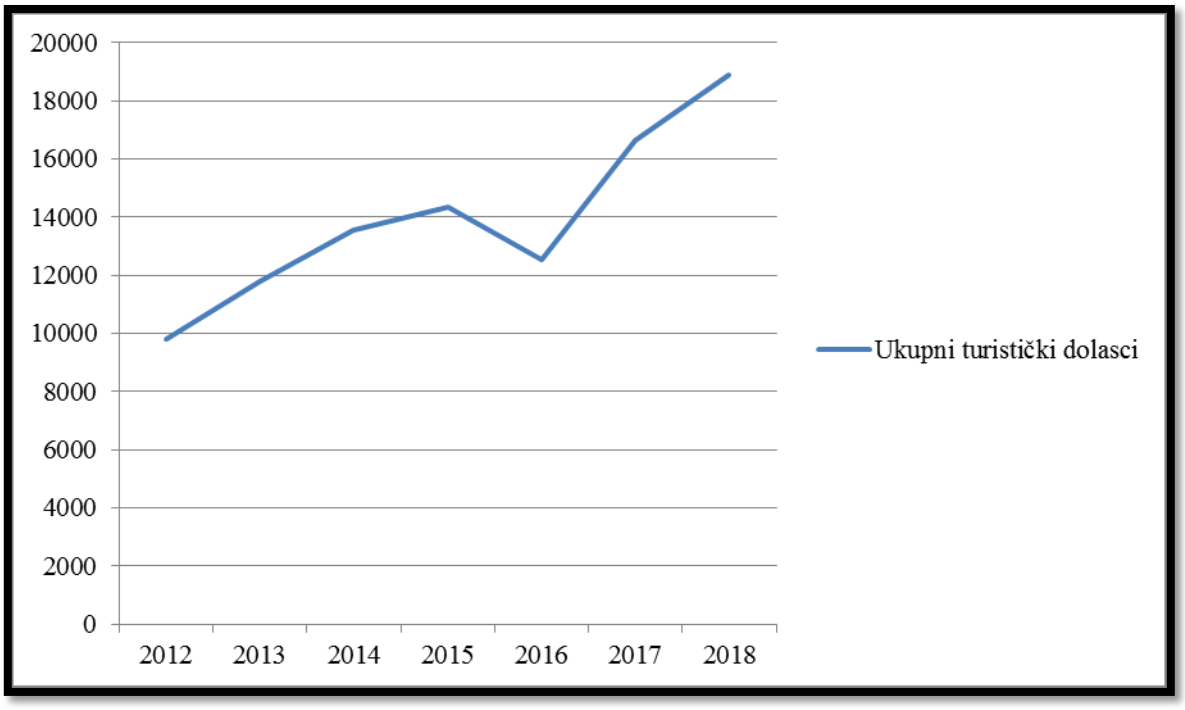
trebati rasti i poboljšavati se kako bi zadovoljila potrebe više ljudi. Ista situacija je i sa sadržajima i objektima društvenog standarda. Oni su također vrlo važni, a posebno za lokalno stanovništvo, te kao takvi pokazuju razvoj određenog društva. Kod obrazovnih objekata društvenog standarda najbrojnije su osnovne škole. Tri osnovne škole se nalaze u Sinju i jedna na Hanu, prigradskom naselju grada Sinja, a područne škole nalaze se na Radošiću i Gljevu, te u Glavicama, Lučanima, Karakašici, Čitluku, Turjacima i Bajagiću. Grad Trilj ima jednu centralnu osnovnu školu i čak jedanaest područnih škola u naseljima Košute, Grab, Velić, Jabuka, Ugljane, Čaporice, Bisko, Vedrine i Vojnić. Grad Vrlika ima jednu osnovnu školu kojoj gravitiraju djeca sa svih okolnih naselja. Općina Otok ima jednu centralnu osnovnu školu u Otoku i tri područne škole u naseljima Ruda, Udovičići i Gala. Općina Hrvace ima jednu centralnu školu u Hrvacama i dvije područne u Potravlju i Biteliću. Općina Dicmo ima jednu centralnu osnovnu školu u Dicmu i jednu područnu u naselju Krušvar. Općina Kijevo ima područnu osnovnu školu koja je dio Osnovne škole Knin, dok na prostoru općine Civljane nema osnovne škole. Što se tiče višeg stupnja obrazovanja, u Sinju postoje četiri srednje škole, a to su: opća gimnazija, klasična i jezična gimnazija, srednja strukovna škola te tehnička i industrijska škola. Općine Hrvace, Otok i Dicmo imaju po jedan dječji vrtić, dok općine Civljane i Kijevo nemaju dječje vrtiće. Grad Sinj ima četiri vrtića, a gradovi Trilj i Vrlika po jedan. Što se tiče medicinskih sadržaja i objekata, u gradu Sinju se nalazi Dom zdravlja Sinj, a ostali gradovi i središta općina (osim općine Civljane) imaju ambulante. Osim navedenog, na području Cetinske krajine postoji više stomatoloških ordinacija i nekoliko poliklinika (uglavnom u Sinju). Poštanske urede imaju sva središta općina (a čak i neka naselja unutar općina, na primjer Grab) osim općine Civljane i gradovi Cetinske krajine. Manje trgovine se nalaze u svim većim naseljima, a u gradu Sinju, kao središtu, mogu se naći i neki veći trgovački lanci i trgovine razne robe. Općenito gledano, objekti i sadržaji društvenog standarda su razvijeniji u središtu Cetinske krajine, gradu Sinju, a njihova kvaliteta i količina opada sa stupnjem urbaniziranosti prostora.

Ni ostali turistički neizravni resursi nisu ništa manje važni. Geoprometni položaj i prometna povezanost, o kojima je već bilo riječi, su iznimno povoljni. Cetinska krajina je dobro povezana cestovnim prometom s ostalim dijelovima Dalmacije i Hrvatske općenito, a za sve ostale vrste prometa bitna je blizina grada Splita. Osim toga, gradovi Cetinske krajine imaju uređene gradske parkove i trgove, a ruralni predjeli se ističu karakterističnim kamenim kućama.

3.3 TURIZAM CETINSKE KRAJINE U BROJKAMA

Najvažnije brojke, koje se odnose na turističku aktivnost jedne destinacije, su turistički dolasci i noćenja. Dinamika turističkih dolazaka pokazuje da u zadnjih nekoliko godina (od 2012. godine) turizam u Cetinskoj krajini bilježi porast. To se može vidjeti i na sljedećem grafu. Napomena: S obzirom da su od 2012. godine do danas u kontinuitetu bilježeni podatci samo za gradove Sinj i Trilj, prikazana je njihova dinamika kretanja ukupnih turističkih dolazaka kao dinamika cijele Cetinske krajine. Ova dva grada su ujedno i nositelji turizma Cetinske krajine kao što će se vidjeti u nastavku ove analize.

Grafikon 5 Ukupni turistički dolasci za Cetinsku krajinu (gradovi Sinj i Trilj) u razdoblju od 2012.-2018.



Izvor: obrada autora prema DZS, 2013-2019

Dakle, u razdoblju od 2012. godine do 2018. godine na području Cetinske krajine dolazi do porasta broja ukupnih (stranih i domaćih) turističkih dolazaka. Kontinuiran rast se prekida u 2016. godini kada dolazi do manjeg pada, no taj pad prelazi u rast već u sljedećoj godini.

Sljedeća tablica se odnosi na broj dolazaka stranih i domaćih turista u 2018. godini, prema gradovima i općinama Cetinske krajine.

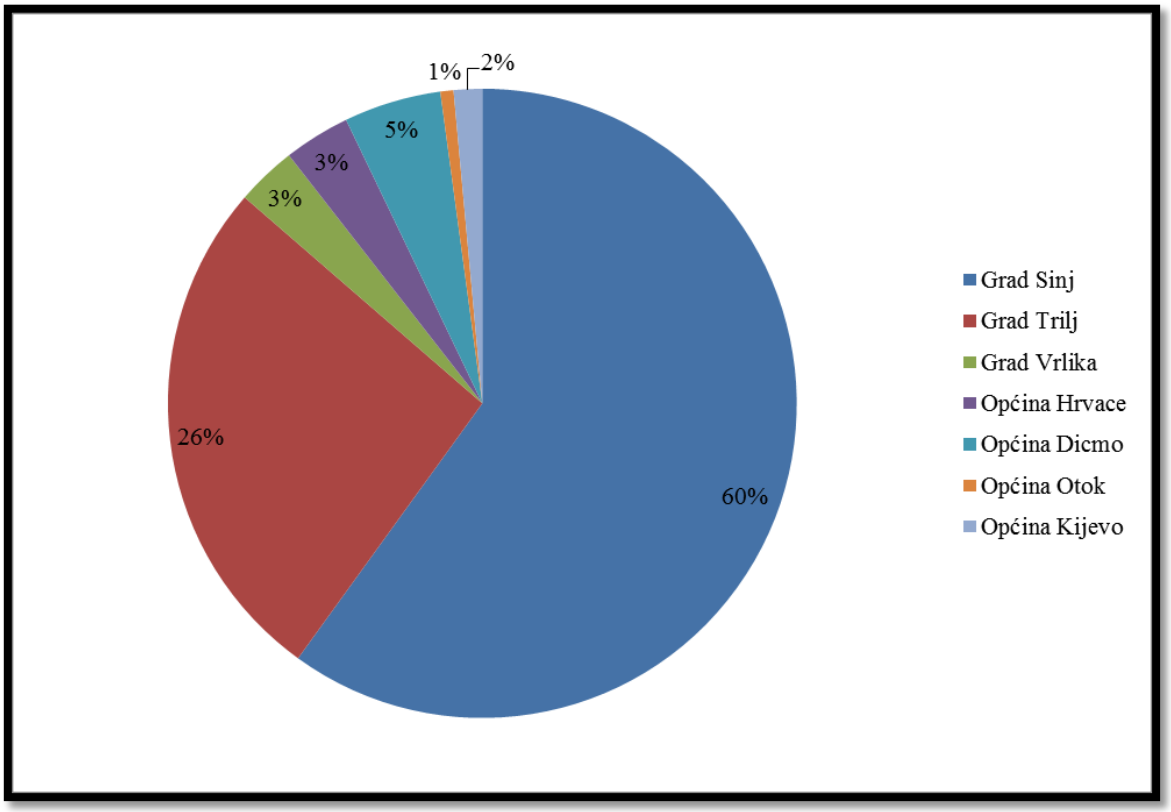
Tablica 4 Broj dolazaka stranih i domaćih turista prema gradovima i općinama u 2018. godini

GRAD/OPĆINA	STRANI TURISTI	DOMAĆI TURISTI	UKUPNO
Grad Sinj	8.898	4.218	13.116
Grad Trilj	4.812	961	5.773
Grad Vrlika	542	135	677
Općina Hrvace	542	204	746
Općina Dicmo	996	97	1.093
Općina Otok	143	4	147
Općina Kijevo	279	41	320
Općina Civljane	-	-	-
UKUPNO	**16.212**	**5.660**	**21.872**

Izvor: obrada autora prema DZS, 2019

Kako se navodi u službenim statistikama Državnog zavoda za statistiku, podatci za općinu Civljane nisu objavljeni zbog povjerljivosti. S obzirom da je općina Civljane po svom značaju, smještaju, infrastrukturi i turističkoj razvijenosti vrlo slična općini Kijevo, može se pretpostaviti da se brojke dolazaka (ali i druge turističke brojke) tih dviju općina ne razlikuju mnogo. Sukladno tome, ukupni broj turističkih dolazaka Cetinske krajine ne bi se mnogo promijenio. Naravno, grad Sinj, kao najveći grad i središte ovog kraja, prednjači po broju turističkih dolazaka. Razlog tomu su svakako glavne manifestacije po kojem je Cetinska krajina poznata, a to su Sinjska alka i proslava blagdana Velike Gospe. Te manifestacije privlače i veliki broj stanovništva susjednih gradova Dalmacije i gradova Hrvatske, što objašnjava iznimno velik udio domaćih turista u ukupnim dolascima (kao što je vidljivo u tablici). Udio svih gradova i općina u ukupnim turističkim dolascima, može se vidjeti na sljedećem grafikonu.

Grafikon 6 Udio pojedinog grada/općine u ukupnim turističkim dolascima za 2018. godinu



Izvor: obrada autora prema DZS, 2019

Osim Sinja, po broju turističkih dolazaka ističe se grad Trilj. Što se tiče turističkih noćenja, ona su prikazana u sljedećoj tablici.

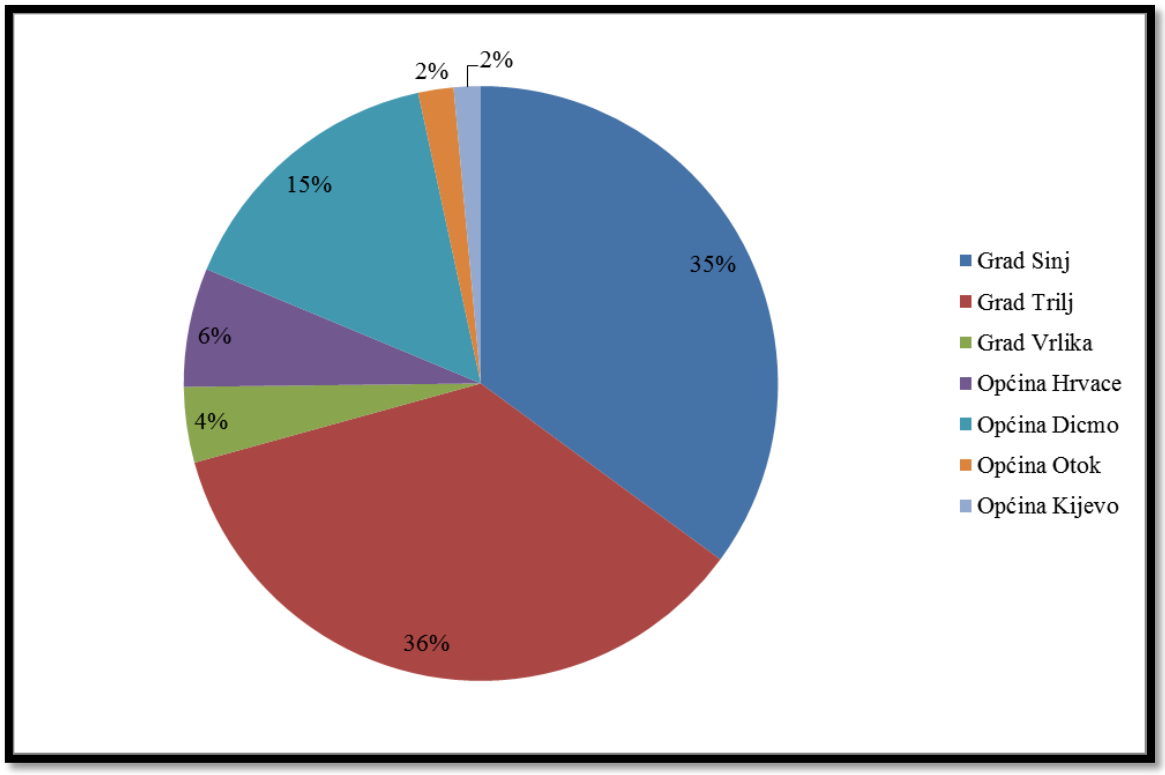
Tablica 5 Broj noćenja stranih i domaćih turista prema gradovima i općinama u 2018. godini

GRAD/OPĆINA	STRANI TURISTI	DOMAĆI TURISTI	UKUPNO
Grad Sinj	15.041	7.482	22.523
Grad Trilj	19.336	3.539	22.875
Grad Vrlika	2.251	385	2.636
Općina Hrvace	3.782	367	4.149
Općina Dicmo	9.321	526	9.847
Općina Otok	1.218	14	1.232
Općina Kijevo	890	50	940
Općina Civljane	-	-	-
UKUPNO	**51.839**	**12.363**	**64.202**

Izvor: obrada autora prema DZS, 2019

Grafički prikaz prethodne tablice izgleda ovako.

Grafikon 7 Udio pojedinog grada/općine u ukupnim turističkim noćenjima za 2018. godinu



Izvor: obrada autora prema DZS, 2019

Na prethodnim grafovima i tablicama, može se vidjeti ogroman nesrazmjer među noćenjima i dolascima pojedinih gradova, a najbolji primjer su gradovi Trilj i Sinj. Naime, iako grad Sinj ima dvostruko veći broj dolazaka, grad Trilj bilježi gotovo jednako (čak i nešto više) turističkih noćenja (objašnjeno u daljnjem tekstu). Prosječan broj noćenja po turistu za svaku općinu/grad se može vidjeti u sljedećoj tablici.

Tablica 6 Prosječan broj noćenja stranih i domaćih turista prema gradovima i općinama u 2018. godini

GRAD/OPĆINA	STRANI TURISTI	DOMAĆI TURISTI	UKUPNO
Grad Sinj	1.69	1.77	1.72
Grad Trilj	4.02	3.68	3.96
Grad Vrlika	4.15	2.85	3.89
Općina Hrvace	6.98	1.80	5.56
Općina Dicmo	9.36	5.42	9.01
Općina Otok	8.52	3.5	8.38
Općina Kijevo	3.19	1.22	2.94
Općina Civljane	-	-	-
UKUPNO	**3.20**	**2.18**	**2.94**

Izvor: obrada autora prema DZS, 2019

Dakle, može se primijetiti da najbolje rezultate po prosječnom broju noćenja bilježi općina Dicmo, a slijede ju općina Otok i Hrvace. Također se može vidjeti da je grad Sinj, koji inače ima daleko najviše turističkih dolazaka, najgori po ovom segmentu. Jedan od glavnih razloga su već spomenute manifestacije (Alka i Velika Gospa) koje u Sinj privlače turiste, no samo na kratko vrijeme. Razlog tomu je što turisti jednostavno dolaze na dan ili najviše dva, kako bi pohodili ove događaje, a onda idu na druge destinacije. Osim toga, ove manifestacije privlače još veći broj izletnika (uglavnom hodočasnici za blagdan Velike Gospe) koji na ovoj destinaciji ne ostvaruju niti jedno noćenje pa niti ne ulaze u statistiku. Tu su potrebni veliki napori turističke zajednice i ostalih subjekata u turizmu, ali i lokalnog stanovništva, kako bi se turisti i izletnici zadržali u samom gradu Sinju i ostvarili više noćenja. Osim ovog negativnog trenda, postoji i pozitivni, a pokazuju ga uglavnom nekoliko općina i grad Trilj. Razlog visokog prosječnog broja noćenja u ovim općinama je svakako fokus na razvoj ruralnog turizma. Tu upravo dolaze do izražaja kuće za odmor. Naime, kuće za odmor su u pravilu jedini smještajni objekti u ovim ruralnim područjima pa su ujedno i glavni razlog visokih prosječnih brojeva noćenja u destinacijama.

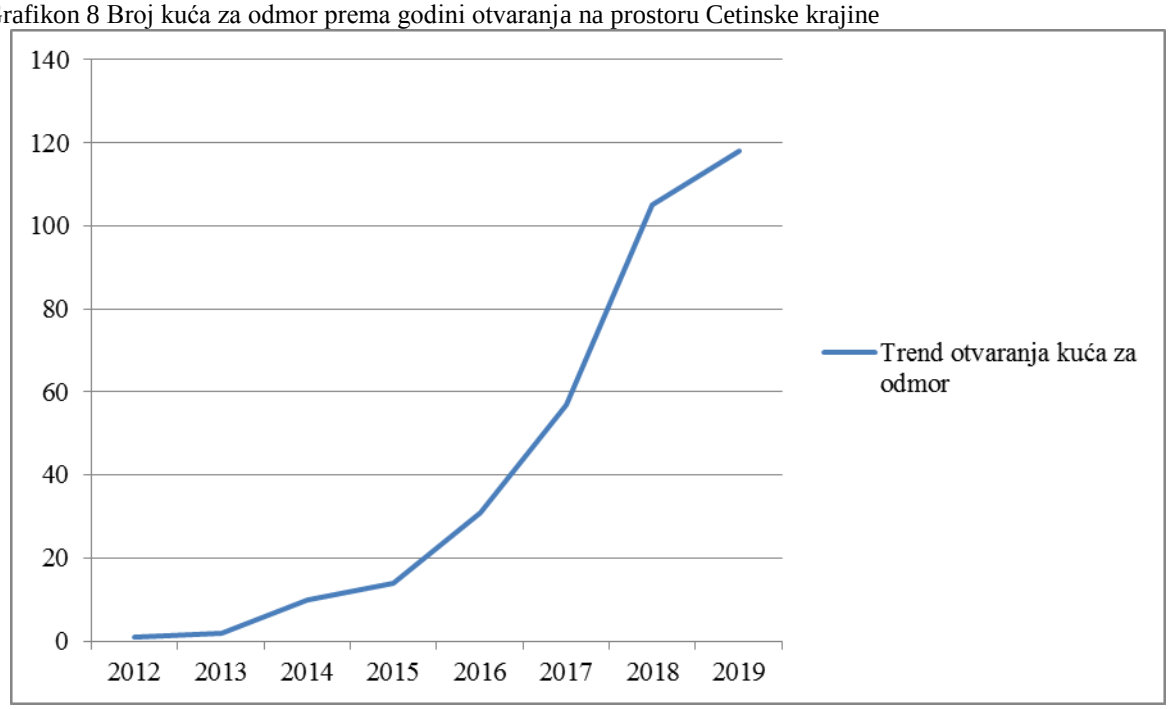
Gledajući ove brojeve, može se zaključiti da Cetinska krajina (po statistici) nije toliko važna kao turistička destinacija u širim okvirima. Na primjer, dio Cetinske krajine koji pripada Splitsko-dalmatinskoj županiji (gotovo cijela Cetinska krajina, ako se uzme u obzir da općine Civljane i Kijevo ionako nemaju turistički značaj u statistici) ostvaruje ukupno 21.552 turistička dolaska i 63.262 turistička noćenja. Kada se gleda ukupni udio tog dijela u odnosu na cijelu Splitsko-dalmatinsku županiju, dolazi se do zaključka da Cetinska krajina generira samo 0.6 % dolazaka i 0.3 % noćenja županije. Ipak, turizam na prostoru Cetinske krajine se tek počeo razvijati i njegov vrhunac tek slijedi, a osim toga ovaj prostor je još uvijek pod sjenom mora i primorskih destinacija koji su glavni turistički proizvod Hrvatske. Neupitno je da će ove brojke u budućnosti još rasti. Prilika turizma Cetinske krajine svakako leži u modernim trendovima turističke potražnje, a sukladno tome u razvoju ruralnog, aktivnog i kulturnog turizma za koje je atrakcijska osnova i više nego dobra. Razvojem različitih oblika turizma, odgovornim i pametnim upravljanjem, dobrom promocijom, razvijanjem i ulaganjem u turističku infrastrukturu ova destinacija može dobiti važan dio turističkog kolača županije, ali i države u cijelosti.

3.4 KUĆE ZA ODMOR NA PODRUČJU CETINSKE KRAJINE

Kao što je već navedeno, trend otvaranja kuća za odmor u Hrvatskoj je pojava novijeg vremena. Ljudi sve više grade ili preuređuju svoje nekretnine u velebne vile koje zatim nastoje valorizirati kroz turizam. Ovaj trend je posebno očit na području Cetinske krajine.

Prema podatcima iz Ureda državne uprave Splitsko-dalmatinske županije i Turističke zajednice Šibensko-kninske županije (2019) na području Cetinske krajine se, u trenutku pisanja rada (travanj 2019.), nalazi 118 kuća za odmor. Sami broj od 118 kuća za odmor ukazuje koliko su one bitne za razvoj turizma ovog prostora, a osim toga ukazuje i da su kuće za odmor najbrojnija vrsta smještaja u Cetinskoj krajini. Prva kuća za odmor je otvorena 2012. godine, a godinu nakon je otvorena još jedna. U sljedeće dvije godine otvoreno ih je 12, a u 2016. godini otvoreno ih je 17. Godine 2017. otvoreno je 26 kuća za odmor. Najveći napredak se vidi 2018. godine kada ih je otvoreno 48, a u tekućoj godini (2019.) otvoreno ih je 13. Ovdje se radi o kućama za odmor koje su još uvijek aktivne od svog otvaranja. To je potrebno napomenuti jer se tijekom navedenog razdoblja nekoliko kuća za odmor zatvorilo i one nisu dio ovih analiza niti rada općenito. Sljedeći graf prikazuje trend porasta otvaranja kuća za odmor i na njemu se najbolje vidi veliki napredak, odnosno porast kuća za odmor na području Cetinske krajine.

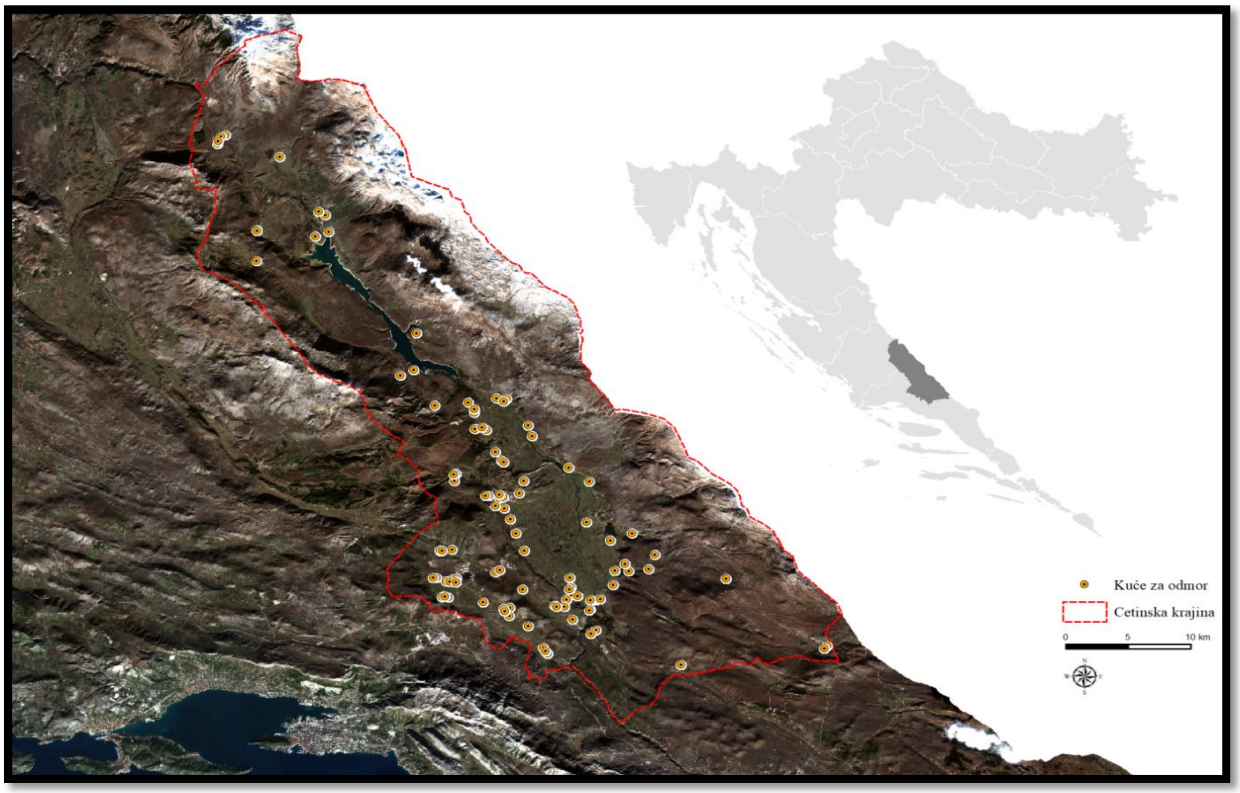
Grafikon 8 Broj kuća za odmor prema godini otvaranja na prostoru Cetinske krajine



Izvor: obrada autora prema Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, 2019; Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 2019

Kuće za odmor su uglavnom smještene u ruralnim predjelima općina i gradova, odnosno manjim ruralnim naseljima u blizini gradova ili središta općine. Karta prikazuje točne lokacije, odnosno razmještaj svih kuća za odmor na prostoru Cetinske krajine.

Prikaz 50 Geografski položaj svih kuća za odmor na području Cetinske krajine



Izvor: izrada autora

Dodatno pojašnjenje karte pruža sljedeća tablica koja pokazuje koji broj kuća za odmor pripada određenom gradu, odnosno općini.

Tablica 7 Broj kuća za odmor prema općini/gradu kojem pripada

Grad Sinj	Grad Trilj	Grad Vrlika	Općina Hrvace
26	33	7	13
Općina Otok	**Općina Dicmo**	**Općina Civljane**	**Općina Kijevo**
6	25	4	4

Izvor: obrada autora prema Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, 2019; Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 2019

Naravno, ovakav razmještaj prikazuje kuće za odmor prema jedinici kojoj administrativno pripadaju. U stvarnosti, kuće za odmor se ne nalaze u samom središtu grada ili općine, nego su uglavnom raspoređene u obližnja ruralna naselja, a to se najbolje vidi na karti. Kao što je vidljivo iz tablice, grad Trilj ima najviše kuća za odmor što je i logično s obzirom da taj grad administrativno obuhvaća najveći broj naselja, odnosno najveću okolnu površinu.

Iako prethodni podatci pružaju dobar uvid u brojnost i razmještaj ovih smještajnih objekata, mnogo važniji podatak je kapacitet kojeg ovi objekti generiraju. Obradom podataka dobivenih iz Državnog ureda Splitsko-dalmatinske županije i Turističke zajednice Šibensko-kninske županije dolazi se do zaključka da kuće za odmor na području Cetinske krajine generiraju ukupno 767 stalnih kreveta i 200 pomoćnih kreveta, odnosno pružaju ukupan kapacitet od 967 kreveta. Kada se ovaj podatak usporedi s prijašnjim podatcima o ukupnim kapacitetima Cetinske krajine, dolazi se do zaključka da su kuće za odmor iznimno važni pokretači turizma na ovom prostoru. Naime, kuće za odmor na području Cetinske krajine generiraju čak 62% od ukupnih stalnih kreveta, 67% od ukupnih pomoćnih kreveta, odnosno 63% od ukupnih kapaciteta Cetinske krajine. Ovakav podatak zapravo najbolje govori o smjeru razvijanja turizma na ovom prostoru i kolika je važnost ovih smještajnih objekata za razvoj tog istog turizma.

Naravno, najviše kreveta u kućama za odmor nalazi se na području grada Trilja, grada Sinja i općine Dicmo, a sljedeća tablica se odnosi upravo na razmještaj kapaciteta prema gradovima i općinama.

Tablica 8 Udio smještajnih kapaciteta kuća za odmor prema općinama/gradovima

	Grad Sinj	Grad Trilj	Grad Vrlika	Općina Hrvace
Stalni kreveti	155	224	56	88
Pomoćni kreveti	46	49	2	19
Ukupno	201	273	58	107
	Općina Otok	**Općina Dicmo**	**Općina Civljane**	**Općina Kijevo**
Stalni kreveti	37	164	22	21
Pomoćni kreveti	20	44	8	12
Ukupno	57	208	30	33

Izvor: obrada autora prema Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, 2019; Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 2019

Dakle, sami smještajni kapaciteti kuća za odmor se ne razlikuju mnogo od razmještaja samih objekata prema općinama, odnosno gradovima. Najviše kreveta ima grad Trilj koji ujedno ima i najviše kuća za odmor, a slijede ga grad Sinj i općina Dicmo. Iako se na prostoru grada Sinja nalazi jedna kuća za odmor više nego na prostoru općine Dicmo, općina Dicmo generira više ukupnih kapaciteta. Razlog toga je što kuće za odmor na prostoru općine Dicmo mogu primiti više gostiju, u prosjeku 8,3, za razliku od Sinja 7,7. Kuće za odmor na području gradova Trilj i Vrlika te općine Kijevo također mogu primiti 8,3 gostiju. Kuće za odmor na području Hrvaca mogu primiti 8,2 gostiju, dok kuće za odmor na području općine Civljane mogu primiti najmanje gostiju, 7,5. Kuće za odmor koje mogu primiti najviše gostiju nalaze se u općini Otok, 9,5 gostiju. Napomena: Brojevi su u decimalnom prikazu jer prikazuju prosjek smještajnih kapaciteta po jednoj kući.

Prikaz 51 Manja kuća za odmor u Turjacima, za 4 osobe



Izvor: NOVASOL, 2019

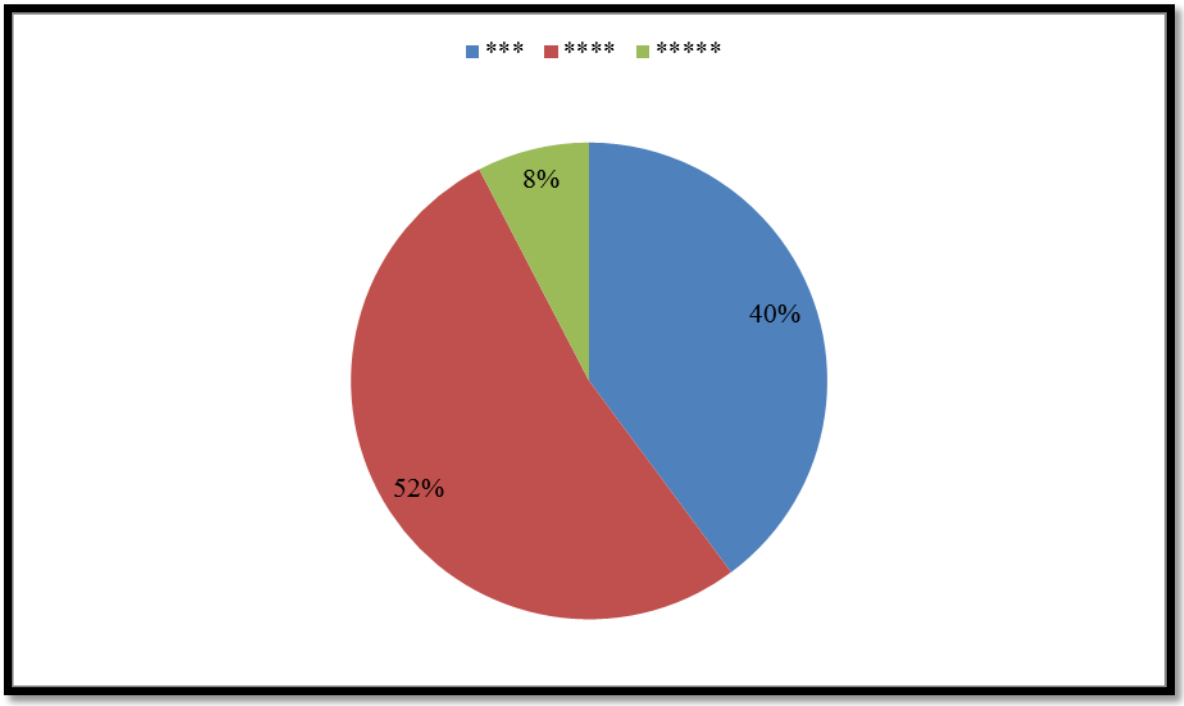
Prikaz 52 Kuća za odmor u Dicmu, za 17 osoba



Izvor: NOVASOL, 2019

Osim same strukture smještaja i ukupnih kapaciteta, vrlo važna je i sama kvaliteta smještaja u kućama za odmor. To se naročito očituje u današnje vrijeme kada su turisti sve zahtjevniji glede kvalitete. Kvaliteta smještaja postaje jedna od ključnih konkurentskih prednosti svakog prostora. Osim toga, viša kvaliteta opravdava naplaćivanje viših cijena. Kao što je već viđeno, na prostoru Cetinske krajine prevladava smještaj srednje i vrlo dobre kvalitete. Situacija kod samih kuća za odmor je mnogo bolja. Naime, kuće za odmor na prostoru Cetinske krajine uglavnom imaju 4 zvjezdice, točnije njih 62. Slijede kuće sa 3 zvjezdice kojih ima 47. Pozitivna stvar je što ne postoje kuće sa najnižom kvalitetom, a kuća za odmor najviše kvalitete, odnosno sa 5 zvjezdica, ima čak 9. Također je bitno naglasiti da se sa vremenom podiže i kvaliteta, odnosno vlasnici kuća za odmor često podižu kvalitetu i kategoriju svog objekta pa udio kuća za odmor manje kvalitete pada dok onih više kvalitete posljedično raste.

Grafikon 9 Struktura kuća za odmor prema kategorijama, odnosno broju zvjezdica



Izvor: obrada autora prema Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, 2019; Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 2019

Također, važno je napomenuti da su objekti ranije gradnje u privilegiranom položaju u odnosu na novije objekte prilikom kategorizacije. Na primjer, po provedbenim propisima zahtijevani broj sanitarnih jedinica (broj kupatila) u kući za odmor je veći kod objekata novije gradnje, u odnosu na postojeće (legalizirani objekti). Stoga, mnogi objekti koji imaju 3 zvjezdice po uređenosti, kvaliteti i opremljenosti realno spadaju u skupinu objekata više

kategorije, ali tu kategoriju ne mogu dostići zbog spomenutog razloga. Dakle, realna slika kvalitete ovog smještaja je viša, nego što se to prvotno čini po statistici.

S obzirom da se radi o smještajnim objektima kojima je vrlo važna lokacija, one su smještene uglavnom na mjestima manje napučenosti, okružene zelenilom i prirodom, ali postoji i nekoliko koje su smještene u samom središtu grada, odnosno općine. Neke od njih se nalaze na posebno atraktivnim mjestima, uz rijeku, potok, izvor i slična prirodna bogatstva.

Prikaz 53 Kuća za odmor u Hrvacama, tipična lokacija kuće za odmor



Izvor: NOVASOL, 2019

Prikaz 54 Kuća za odmor Waterfall house u Grabu, atraktivna lokacija uz rijeku Grab



Izvor: Booking.com, 2019

Visoka kvaliteta ovih smještajnih objekata ovisi, između ostalog, o raznim dodatnim sadržajima koji pružaju dodatno zadovoljstvo gostima. Jedan od najčešćih i najvažnijih dodatnih sadržaja je svakako bazen. Od 118 kuća za odmor koje se nalaze na području Cetinske krajine, čak 93 kuće imaju bazen (odnosno 79%). Gotovo svaka kuća za odmor posjeduje privatni parking, klima uređaje, televizije, roštilj ili kamin, Internet te slične osnovne sadržaje. Od ostalih dodatnih sadržaja, kuće za odmor posjeduju: uređeni vrt ili voćnjak, ljetnu kuhinju, teretanu (ili nekoliko sprava), razne zabavne uređaje (na primjer playstation), igrališta za djecu (tobogani, ljuljačke i slično), opremu za stolne sportove (biljar, stolni tenis, stolni nogomet), sportska igrališta (košarka, nogomet, tenis), bicikle, wellness, saunu i slično. Naravno, uz samu lokaciju kuće za odmor, dodatni sadržaji su jedan od važnijih elemenata ponude.

Prikaz 55 Bazen kuće za odmor Villa Elegance u Sinju



Izvor: Booking.com, 2019

Što se tiče izgleda kuća za odmor Cetinske krajine s arhitektonskog i građevinskog aspekta, one se mogu podijeliti u dvije grupe. Prva grupa se odnosi na stare kamene kuće koje su karakteristične za ovaj kraj, a prilagođene i preuređene danas služe za prihvat i smještaj gostiju. Druga grupa su kuće za odmor moderne arhitekture, odnosno kuće za odmor modernijeg izgleda izgrađene od materijala novije upotrebe. Iznimka je Villa Tripalo u Sinju koja je izgrađena početkom 20. stoljeća u stilu secesije, a ujedno je i jedan od spomenika kulturne baštine ovog kraja.

Prikaz 56 Kamena kuća za odmor Villa Irma, Udovičići



Izvor: Booking.com, 2019

Prikaz 57 Kuća za odmor Sara u Košutama, moderniji stil gradnje



Izvor: NOVASOL, 2019

Iako su kuće za odmor fenomen novijeg vremena, na prostoru Cetinske krajine već su zauzele važno mjesto u turizmu. Može se reći da one i jesu pokretač turizma na ovom prostoru uzevši u obzir da je turizam ovdje u početcima, a one generiraju 64% ukupnog smještaja. Osim toga, broj i kvaliteta kuća za odmor raste iz godine u godinu. Nadalje, kuće

za odmor u ovom kraju su visoke kvalitete, a ističu se svojim lokacijama i dodatnim sadržajima. Kada se uzme u obzir sve navedeno, dolazi se do zaključka da kuće za odmor pozitivno utječu i imaju veliko značenje za razvoj turizma ovog kraja, a osim toga pozitivno utječu na razvoj ruralnog turizma čijem se razvoju u ovom kraju teži.

Sumirano, Cetinska krajina je regija smještena u srcu Dalmacije. Značajan položaj i razna prirodna bogatstva razlog su naseljavanja ovog prostora od davnih dana. Tijekom vremena, Cetinska krajina se sve više razvijala i dobivala na važnosti, a danas je vrlo važno prometno područje i poveznica kontinentalnih prostora s obalom. Središte Cetinske krajine je grad Sinj, a uz njega postoje još dva grada, Vrlika i Trilj. Kako gospodarski i kulturno, Cetinska krajina se razvijala i u turističkom smislu (naročito u novije vrijeme). Rijeka Cetina uz pritoke, Perućko jezero, velebne planine, mnoga krška polja, reljefni fenomeni, bogata flora i fauna samo su neka od prirodnih bogatstava koja imaju izrazit turistički potencijal. Osim toga, duga i burna povijest ovih prostora ostavila je bogato kulturno i tradicijsko naslijeđe. Uz sve atrakcije (kulturne, prirodne i ostale) ovaj prostor ima izniman turistički potencijal koji nije u potpunosti iskorišten, ali je prepoznat i na njemu se radi. Turističke brojke iz godine u godinu bilježe poraste, a grad Sinj i Cetinska krajina se razvijaju u prepoznatljiv turistički proizvod. Ovome mnogo pridonose i kuće za odmor. U zadnjih nekoliko godina na području Cetinske krajine primjetan je njihov izraziti porast. Danas su one svojevrstan pokretač i iznimno važan dio turizma ovog prostora jer svojim kapacitetima generiraju većinu smještaja Cetinske krajine. Kuće za odmor Cetinske krajine su karakterizirane visokom kvalitetom, atraktivnim lokacijama i raznim dodatnim sadržajima.

4 EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Empirijsko istraživanje je najvažniji dio diplomskog rada. Cilj ovog poglavlja je odgovoriti na glavno istraživačko pitanje: „Zašto se posljednjih godina u Cetinskoj krajini registrira sve više kuća za odmor kao smještajni objekt u domaćinstvu?“. Za početak je potrebno objasniti metodologiju istraživanja (alati, ispitanici i postupci), a nakon toga slijede rezultati i rasprava rezultata.

4.1 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Za prikupljanje primarnih podataka u ovom istraživanju korištena je metoda intervjua. S obzirom na problematiku istraživanja te veličinu i raznovrsnost uzorka, intervju je u ovom slučaju najprikladniji način za prikupljanje informacija. Dakle, radi se o polustrukturiranom individualnom dubinskom intervjuu. Intervjuiranje se provodilo osobno ili putem telefona, a ispitivač je autor ovog rada.

Kako je navedeno u samom uvodu, intervjuom se nastojala dobiti potpuna slika vezana za istraživačko pitanje i problematiku ovog rada pa je tako ispitano više grupa ispitanika. Intervju se tako može podijeliti na četiri dijela: intervjuiranje vlasnika kuća za odmor, intervjuiranje iznajmljivača ostalih objekata, intervjuiranje lokalnog stanovništva te intervjuiranje ostalih važnih dionika u turizmu. Iz prve tri grupe intervjuirano je po pet ispitanika, a iz zadnje grupe (ostali dionici u turizmu) ispitana su dva ispitanika. Što se tiče odabira uzorka, veća je pažnja posvećena pri odabiru vlasnika kuća za odmor i dionika u turizmu. Kako bi se dobio potpuni uvid u situaciju, glavni uvjet kod odabira vlasnika kuća za odmor je bio raznolikost po kategorizaciji i lokaciji objekata. Iz grupe ostalih dionika u turizmu ispitani su predstavnik/zaposlenik Turističke zajednice grada Sinja te državni službenik na poslovima ugostiteljstva i turizma, a čiji je posao usko vezan za poslovanje ovih objekata (kategoriziranje i otvaranje). Kod preostale dvije grupe nije postojao poseban uvjet kod odabira ispitanika. Svaka grupa ispitanika je imala prilagođena pitanja i potpitanja, a redoslijed pitanja nije posebice bitan pa se prilagođavao samom tijeku intervjua.

4.2 REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

Rezultati istraživanja, odnosno odgovori, bit će prikazani redom po pitanjima za sve četiri grupe ispitanika. Nakon svakog pitanja slijedi analiza rezultata. Ispitanici će se u ovom dijelu označavati slovima (na primjer Ispitanik A) s obzirom da je intervju i cijelo istraživanje anonimno. Prvi su na redu vlasnici kuća za odmor i njihovi intervjui.

Vlasnicima kuća za odmor, kao glavnoj grupi ispitanika, postavljeno je 9 pitanja i odgovarajuća potpitanja. Intervjuom se nastojalo saznati koji su razlozi otvaranja kuća za odmor, koliki je stupanj zadovoljstva vlasnika, općenite značajke poslovanja, konkurentne prednosti i ostalo.

1. KOLIKO ZVJEZDICA IMA VAŠA KUĆA ZA ODMOR? KOJA JE PROSJEČNA CIJENA NOĆENJA U SEZONI?

Ispitanik A: „*Kuća je kategorizirana sa 3 zvjezdice. Prosječna cijena noćenja je 800 kuna.*“

Ispitanik B: „*Moja kuća za odmor ima 4 zvjezdice, a prosječna cijena u sezoni je 1700 € za tjedan.*“

Ispitanik C: „*Kuća za odmor ima 4 zvjezdice. Cijena je 1500 € za jedan tjedan.*“

Ispitanik D: „*Kuća za odmor je kategorizirana sa 4 zvjezdice, a prosječna cijena noćenja u sezoni je 200 €.*“

Ispitanik E: „*Naša kuća za odmor ima 5 zvjezdica. Prosječna cijena u sezoni je 190 €, oko 1400 kuna.*“

Na prvi pogled se može uočiti kako su cijene noćenja uglavnom izražene okruglim brojkama u valuti euro (€) pa se iz toga izvodi zaključak kako su vlasnici kuća za odmor uglavnom fokusirani na strane turiste. Osim toga ovdje su izražene prosječne cijene u sezoni, a one u dužem razdoblju imaju dosta varijacija. Za primjer se može uzeti kuća za odmor Ispitanika A koji navodi kako cijena kuće za odmor od 15.06. do 01.07 iznosi 500 kuna po danu, od 01.07. do 15.07. iznosi 800 kuna, a od 15.07. do 15.08. iznosi 1100 kuna po danu, pa je stoga prosječna cijena 800 kuna u sezoni. Nadalje, neki vlasnici iznose svoje cijene uz napomenu da se radi o cijeni tjednog boravka. Naime, mnogi vlasnici kuća za odmor prakticiraju tjedno iznajmljivanje svojih objekata na način da gosti moraju unajmiti kuću za odmor na minimalno tjedan dana. Uspoređujući cijene (Prilagođeno: Ispitanik A: 800 kn/noć, Ispitanik B: oko 1800 kn/noć, Ispitanik C: 1600 kn/noć, Ispitanik D: 1500 kn/noć, Ispitanik E: 1400 kn/noć) dolazi se do zaključka da cijene kuća za odmor sa 4 zvjezdice uglavnom

variraju od 1500 do 1800 kuna po noćenju. Kuća za odmor sa 3 zvjezdice ima poprilično nižu cijenu od ostalih kuća za odmor, a isti je slučaj i s kućom za odmor sa 5 zvjezdica koja ima niže cijene noćenja od onih koje su niže kategorizirane (1400 kn<1500 kn, 1600 kn, 1800 kn). Rješenje ove nedoumice leži u činjenici da se neke kuće za odmor same oglašavaju, odnosno rade bez posredništva agencija. Na taj način, vlasnici ne moraju podizati cijene kako bi im bilo isplativo poslovati uz proviziju agencije, nego suprotno, vlasnici mogu postavljati niže cijene svojih objekata i na taj način ostvariti bitnu konkurentnu prednost.

2. KOJI SU VAŠI GLAVNI RAZLOZI I MOTIVI OTVARANJA KUĆE ZA ODMOR?

Ispitanik A: „*Glavni razlog otvaranja je naravno dodatna zarada, a ostali motivi su uključivanje djece u svijet rada na svom kućnom pragu i njihovo prakticiranje i učenje stranih jezika. Osim toga, posjedovali smo i višak stambenog prostora koji je trebalo nekako iskoristiti. Na kraju krajeva, na odluku o otvaranju je dosta utjecala i sama blizina mora te pretpostavka, odnosno saznanje da turisti radije biraju spavanje u povoljnijim i mirnijim uvjetima, dalje od gradova.*“

Ispitanik B: „*Već sam duže vrijeme u ovom poslu. Iskreno, glavni razlog otvaranja je taj što sam se nadao boljoj popunjenosti, a i dužoj sezoni. Prije sam iznajmljivao sobe turistima i smatrao sam kako je kuća za odmor mnogo bolja opcija poslovanja.*“

Ispitanik C: „*Glavni razlog je financijske prirode. Kuća za odmor činila se kao vrlo isplativ i dobar potez te kao jedan vid sigurnog izvora financija u budućnosti.*“

Ispitanik D: „*Nekretninu smo kupili jer smo i sami ponekad htjeli pobjeći od gradske vreve i buke. Kada smo sve stavili na papir, shvatili smo da će sama sebe isplaćivati (kada se uključimo u turizam i iznajmljivanje). Dakle, primarni motiv nam nije bio prihod za cijelu godinu.*“

Ispitanik E: „*Razlozi za otvaranje kuće za odmor su bili odlazak u mirovinu i dva člana obitelji su ostala bez posla. Prema tome, ideja je bila otvaranje kuće za odmor kao dodatan izvor financija i financijska sigurnost u budućnosti.*“

Ovo je pitanje vrlo važno u analizi jer ono dijelom odgovara na glavno istraživačko pitanje, a to je: zašto se posljednjih godina u Cetinskoj krajini registrira sve više kuća za odmor kao smještajni objekt u domaćinstvu. Prema navedenim odgovorima vidi se da je

najčešći razlog, odnosno motiv otvaranja kuće za odmor, dodatna zarada i prihod koji ona donosi. Zbog raznih sadržaja i ostalih kvaliteta koje posjeduju, kuće za odmor su skuplji tip smještaja i kao takve donose dobru zaradu, ali zahtijevaju i veća ulaganja. Osim toga, većina ispitanika se slaže i sa tvrdnjom da je to dugoročno isplativ projekt. Posjedovanje kuće za odmor tako pruža jednu financijsku sigurnost u budućnosti, a već opisane promjene u trendovima turista idu ovakvom tipu poslovanja u korist. Od ostalih razloga i motiva ističe se i onaj posjedovanja dodatne nekretnine. Mnogi iznajmljivači se odlučuju na otvaranje ovakvog tipa smještajnog objekta zbog toga jer već imaju objekt, a potrebno ga je prilagoditi potrebama turista i urediti.

3. KOLIKA JE POPUNJENOST VAŠIH KAPACITETA I JESTE LI ZADOVOLJNI POSLOVANJEM? KOJE KORISTI IMATE U ODNOSU NA IZNAJMLJIVAČE DRUGIH VRSTA SMJEŠTAJA?

Ispitanik A: „*Izuzetno smo zadovoljni poslovanjem. Kuća je popunjena od 15. lipnja do 01. listopada. S obzirom da posjedujemo i apartman u gradu, iz prve ruke mogu reći da su gosti u kućama za odmor mnogo zadovoljniji, a osim toga i aktivniji. Oni mnogo više iskazuju interes za branje plodova iz vrta, odnosno okućnice, odlaske na izlete u prirodu i upoznavanje mještana i njihovih navika. Osim toga, oni inzistiraju i da im se sve te usluge dodatno naplate pa su kao takvi vrlo zahvalni gosti.*“

Ispitanik B: „*Popunjenost nije na zadovoljavajućoj ili barem onoj očekivanoj razini. Tek drugu godinu poslujem kao kuća za odmor i zasad ne vidim neke koristi u odnosu na drugi smještaj. Dapače, do otvaranja kuće za odmor i ja sam „držao“ sobe za iznajmljivanje i po mom iskustvu to je bolji posao.*“

Ispitanik C: „*Ove godine je popunjenost 78 dana i mogu reći da sam izrazito zadovoljna poslovanjem. Za iznajmljivače je glavna korist ta što turisti u kućama za odmor borave puno duže za razliku od apartmana, a za turiste je korist što imaju potpunu slobodu i mir.*“

Ispitanik D: „*Popunjenost je 50-ak dana. Poslovanjem sam zadovoljna iako bi popunjenost mogla biti malo veća. Što se tiče koristi za turiste koje ne mogu dobiti u drugom smještaju, navela bih svakako mir i potpunu privatnost, a to je ono što oni danas često traže.*“

Ispitanik E: „*Popunjeni smo otprilike 12 tjedana i popunjenošću smo zadovoljni, ali ne i cijenama. Ova kuća za odmor ima 5 zvjezdica pa prema tome se može reći da se iznajmljuje ispod svoje vrijednosti. Ipak je ovo još uvijek lokacija kojoj je glavna konkurentska prednost*

niža cijena smještaja pa se ni ne mogu postaviti previsoke cijene. Prednosti su definitivno mir i mogućnost rekreacije uz dodatne sadržaje.“

Prikazani odgovori daju dojam da je većina iznajmljivača zadovoljna (osim ispitanika B), pa čak i izrazito zadovoljna svojim poslovanjem. Oni su popunjeni uglavnom ljetnim mjesecima, no također su otkrili i kako se popunjenost povećava iz sezone u sezonu. Tijekom intervjua većina ispitanika je iskazala i zadovoljstvo poslovanjem u mjesecima izvan sezone. Naime, trend otvaranja kuća za odmor nije ostao neprimijećen ni od strane lokalnog stanovništva pa se ovi objekti često znaju iznajmljivati izvan sezone za razne prigode, a najčešće slavlja poput djevojačkih i momačkih večeri. Ipak, neki iznajmljivači nisu u potpunosti zadovoljni cijenama po kojima moraju iznajmljivati. Cetinska krajina je još uvijek nova destinacija i jedna od glavnih konkurentskih prednosti smještaja na ovom području je njegova niska cijena (između ostalih) pa mnogi iznajmljivači moraju katkad iznajmljivati svoje objekte i po nižoj cijeni nego što oni uistinu vrijede (uglavnom slučaj kod najviše kategorizacije). Iznajmljivači se također slažu da ovaj tip smještaja ima mnoštvo prednosti za turiste (za razliku od ostalih: apartmani, sobe, hoteli i slično), a najčešće će kao glavnu prednost navesti mir, slobodu i potpunu privatnost koje turisti imaju. Ostale važne prednosti koje iznajmljivači navode su korištenje okućnice, korištenje dodatnih sadržaja (najčešće privatni bazen), rekreacija. Vlasnici također navode i da je velika korist koju oni imaju spram ostalih iznajmljivača duži boravak gostiju i njihova spremnost da uvijek plate više.

4. JESTE LI KORISTILI NEKE POTICAJE, SREDSTVA ILI KREDITE PRILIKOM OTVARANJA KUĆE ZA ODMOR?

Ispitanik A: „*Stjecajem okolnosti, ja i supruga smo u radnom odnosu, na dobro plaćenim poslovima pa smo opremanje kuće financirali sami.*“

Ispitanik B: „*Kod izgradnje kuće za odmor koristio sam poticaje i kredite. Za izgradnju bazena sam koristio poticaj Ministarstva turizma, a za uređenje i opremanje kuće sam koristio kredit kod banke.*“

Ispitanik C: „*Koristila sam poticaj za izgradnju bazena od Ministarstva turizma.*“

Ispitanik D: „*Nismo koristili nikakve poticaje.*“

Ispitanik E: „*Nismo koristili nikakve poticaje niti kredite. Opremanje kuće za odmor smo financirali isključivo sami.*“

Iako su se u prethodnim poglavljima spominjali razni poticaji koji olakšavaju izgradnju i opremanje kuća za odmor, zanimljivo je da su tek 2 od 5 ispitanika koristili poticaj i to za izgradnju bazena. Dakle, većina iznajmljivača je kuću za odmor financirala isključivo sama. Razlog ovomu je što je dosta vlasnika kuća za odmor zapravo neupućeno, odnosno ne znaju za razne poticaje, a i poticaji su uglavnom ograničeni određenim iznosom pa se vrlo brzo iskoriste u potpunosti.

5. KAKVA JE STRUKTURA VAŠIH GOSTIJU? (DOMAĆI/STRANCI, MLAĐI/STARIJI, GRUPE PRIJATELJA/OBITELJI S DJECOM)

Ispitanik A: „*Gosti su nam uglavnom obitelji s djecom ili grupe sa po nekoliko prijatelja. Uglavnom su to strani turisti, a najčešće Francuzi, Nijemci i Finci.*“

Ispitanik B: „*Uglavnom su to strani turisti i to obitelji s djecom. Mi smo takozvana XXL kuća za odmor i registrirani smo za prihvat 18 osoba stoga nam često dolaze mnogobrojne obitelji.*“

Ispitanik C: „*Naši gosti su stranci. To su najčešće 2 obitelji s djecom ili grupa prijatelja.*“

Ispitanik D: „*Gosti su strane obitelji s djecom.*“

Ispitanik E: „*Naši gosti su uglavnom stranci. To su uglavnom obitelji s djecom ili skupine prijatelja.*“

Svi vlasnici kuća za odmor na području Cetinske krajine imaju isti profil gostiju. To su gotovo uvijek strani turisti i to obitelji s djecom ili grupe prijatelja.

6. KOJE SADRŽAJE POSJEDUJETE U VAŠOJ KUĆI ZA ODMOR? KOJI SU NAJTRAŽENIJI I NAJČEŠĆE KORIŠTENI DODATNI SADRŽAJI KOJE GOSTI KUĆE ZA ODMOR PREFERIRAJU? ISKAZUJU LI GOSTI INTERES ZA REKREACIJU? AKO DA, KOJI OBLIK REKREACIJE? (VOŽNJA BICIKLOM, JAHANJE, KANU, RAFTING I SLIČNO)

Ispitanik A: „*Pored osnovnih sadržaja, posjedujem jednu prostoriju sa spravama za teretanu i biciklima za vanjsku vožnju. Osim toga, posjedujemo i bazen, voćnjak te vrt, a gosti upravo najviše preferiraju kupanje u bazenu i branje plodova iz vrta i voćnjaka te pripremanje domaćih autohtonih jela uz ubrane plodove. Gosti iskazuju interes za rekreaciju,*

istražuju i uživaju u prirodnim ljepotama i panorami, a jako vole slikati prirodne ljepote. Najveći avanturisti su zasigurno Francuzi.“

Ispitanik B: „*Osim bazena, nudimo bicikle, saunu, mali nogomet, boćalište, stolni nogomet, biljar, pikado, trampolin, organizaciju za rafting i jahanje. Dakle imamo uistinu široku paletu proizvoda koje možemo ponuditi našim gostima. Naši gosti su uistinu zadovoljni ovim dodatcima i gotovo ih sve prakticiraju. Kako su naši gosti uglavnom velike obitelji, ovakvim sadržajima su oduševljena posebno djeca kojima je boravak tako ispunjen i zabavan. Gosti iskazuju interes za rekreaciju, a naročito jahanje i rafting.*“

Ispitanik C: „*Od dodatnih sadržaja nudimo saunu, biljar, stolni nogomet, stolni tenis, pikado, bazen, zog za balote i igralište za djecu. Turisti koriste doslovno sve sadržaje, a najviše bazen i igralište. Što se tiče rekreacije, turisti najčešće koriste bicikle, a nerijetko odlaze i na jednodnevne izlete u okolicu, a naročito Split, Trogir, Omiš i nacionalne parkove.*“

Ispitanik D: „*U našoj kući za odmor posjedujemo bazen, jacuzzi, stolni tenis te sprave za igru djece, točnije tobogan i ljuljačke. Gosti najčešće od svega koriste bazen. Ne iskazuju poseban interes za rekreaciju, ali vole odlaziti na jednodnevne izlete na dalmatinske otoke.*“

Ispitanik E: „*Od dodatnih sadržaja posjedujemo jednu teretanu, odnosno prostoriju sa spravama za vježbanje, bazen, jacuzzi, okućnicu. Osim toga imamo i 6 bicikala te stolni tenis. U okućnici imamo i sadržaje za zabavu djece. Dosta naših gostiju iskazuju interes za rekreaciju i to najčešće jahanje i rafting. Oni tim putem istražuju i uživaju u ljepotama našeg kraja i uvijek su puni dojmova i iznimno zadovoljni ovim uslugama.*“

S obzirom na teoretsku podlogu iz prethodnih poglavlja može se reći da kuće za odmor u Cetinskoj krajini nalikuju onima u Hrvatskoj i svijetu. Mogu se pohvaliti zaista mnoštvom dodatnih sadržaja i usluga koje nude svojim gostima. Iznajmljivači tu najčešće ističu bazen, teretanu, saunu, igrališta za djecu, sportske terene, razne igre i bicikle. Gosti kuća za odmor u Cetinskoj krajini najviše koriste bazen od dodatnih sadržaja. Najčešće aktivnosti koje ovi gosti prakticiraju izvan kuća za odmor su rafting i jahanje, a to su ujedno i najpopularnije turističke rekreativne aktivnosti na ovom području. Vlasnici kuća za odmor su također tokom intervjua više puta naveli kako turisti ipak većinu svog vremena u Cetinskoj krajini borave u smještaju. Nažalost, kada nisu u smještaju (kući za odmor) oni su najčešće na

moru. Iako ima onih koji istražuju Cetinsku krajinu, velika većina koristi ovaj prostor samo za smještaj i uživanje u miru i tišini, a ostali dio svog novca opet troše na obali i otocima.

7. ŠTO BISTE ISTAKNULI KAO SVOJU GLAVNU PREDNOST? ODNOSNO, POSTOJI LI NEŠTO PO ČEMU STE DRUGAČIJI OD OSTALIH KUĆA ZA ODMOR I DRUGIH SMJEŠTAJNIH OBJEKATA?

Ispitanik A: „*Naše glavne prednosti su smještaj u blizini rijeke, odlična pristupna prometnica, kuća podosta udaljena od drugih objekata. Jedna stvar koja je posebna kod nas i kojom se posebno ponosimo je veliki voćnjak sa starim sortama raznog voća koji rado nudimo gostima na uslugu.*“

Ispitanik B: „*Osim što govorimo francuski, talijanski i engleski, svojim gostima nudimo domaću hranu, piće i kompletne turističke informacije mjesta, županije i šire. Dakle, gosti kod nas mogu dobiti potpuni doživljaj i sve potrebno za odmor. Gostima pružamo potpunu uslugu za razliku od „evo vam ključevi i uživajte“ načina poslovanja*.“

Ispitanik C: „*Svi imaju svoju kvalitetu i osobnost, možda to što imam više soba i kreveta (6 soba) od ostalih u susjedstvu, nemam kauč na izvlačenje (kao dodatni ležaj), dosta je prostora i sadržaja za 11 osoba.*“

Ispitanik D: „*Naime imamo samo dvije sobe i kao takve nas izabiru obitelj s dvoje, troje djece jer malih kuća za odmor nema puno. Uglavnom su to vile s 3-4 sobe pa za one koji putuju sami nema mnogo izbora.*“

Ispitanik E: „*Drukčiji smo po tome što imamo čak 1000 metara kvadratnih okoliša sa posađenom travom sa automatskim zalijevanjem. Posebni smo i po bazenu koji ima ugrađen sustav unutarnjeg grijanja i čišćenja pomoću robota. Osim navedenog, imamo i jacuzzi za 6 osoba koji nije tako čest u ostalim kućama za odmor.*“

Ovo pitanje najbolje pokazuje konkurentne sposobnosti pojedine kuće za odmor u odnosu na ostali ukupni smještaj. Ovdje je situacija najbolje opisana početkom prve rečenice Ispitanika C: „Svi imaju svoju kvalitetu i osobnost...“. Neki navode veličinu kuće za odmor kao prednost dok neki smatraju da je njihova glavna prednost upravo suprotnost pa mogu primiti individualne putnike ili male obitelji. Nadalje, dio se diferencira po lokaciji, kvaliteti usluge, pružanju informacija i baratanjem stranih jezika dok se ostatak diferencira po dodatnim sadržajima. Kuće za odmor u Cetinskoj krajini su uistinu visoke kvalitete sa raznim

prednostima, a to najbolje govori kombinacija njihovog porasta u broju i njihove popunjenosti.

8. NAMJERAVATE LI U BUDUĆNOSTI DODATNO UNAPRIJEDITI KVALITETU I DODATNE SADRŽAJE SVOG SMJEŠTAJA?

Ispitanik A: „*Naravno, naš plan je da novac koji zaradimo i vratimo u kuću za odmor, poboljšamo opremu i uredimo dodatne sadržaje na okućnici, a prvenstveno prostor za boravak i igru djece.*“

Ispitanik B: „*Svake godine namjeravamo kroz investicije poboljšati kvalitetu našeg doma, te tako gostima pružiti kvalitetniji odmor kroz još kvalitetnije sadržaje.“*

Ispitanik C: *„Namjeravam unaprijediti kvalitetu i dodatne sadržaje raznim investicijama.*“

Ispitanik D: „*Naravno. Mislim da je to i jedini pravi način ovakvog poslovanja. Dio od zarade svakako treba uložiti u podizanje kvalitete smještaja.*“

Ispitanik E: „*Namjeravamo. Ukoliko se ostvari naš plan kupnje dodatne parcele, mislimo napraviti teren za tenis i manji teren za ragbi. Na taj način ćemo dodatno podići svoju kvalitetu te raznovrsnost ponude.*“

Razmišljanje i pogledi u budućnost vlasnika kuća za odmor su iznimno pozitivni i pohvalni. Lijepo je vidjeti da oni uvijek podižu kvalitetu i uslugu svojih objekata. Ovakvim razmišljanjem i djelovanjem ne pomažu samo sebi, nego dižu i cijelu destinaciju Cetinske krajine na jednu višu razinu.

9. KAKO, PO VAŠEM MIŠLJENJU, KAO PRUŽATELJ OVE USLUGE, ODNOSNO VLASNIK KUĆE ZA ODMOR DOPRINOSITE I UTJEČETE NA RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik A: „*Mi (i drugi iznajmljivači) doprinosimo ekonomskom prosperitetu naše Cetinske krajine i popularizaciji naše zemlje u inozemstvu. Osim toga, primijetili smo da u posljednje vrijeme sve više mladih organiziraju djevojačke i momačke zabave u našim objektima (prvenstveno radi pogodnih lokacija, bazena i glasne glazbe koja nikom ne smeta). Ovo je pozitivno jer ovakav trend proširuje sezonu i kuće za odmor posluju i cijelu godinu i za domaće ljude.*“

Ispitanik B: „*Svi mi veliki ili mali sudionici u turističkoj ponudi naše regije, pomažemo razvoju turizma, a time još više promičemo prirodne ljepote Cetinske krajine. Većom brojnošću namećemo se kao turistička destinacija „Cetinska krajina", ili brend.*"

Ispitanik C: „*U gospodarskom smislu u svakom pogledu, gosti odlaze u obližnje restorane, picerije, pekare, trgovačke centre po namirnice, obilaze Muzej i alkarske dvore, idu na jednodnevne izlete u okolicu, okolna mjesta. Povećana je potrošnja, plaćam boravišnu pristojbu, porez, komunalije, turističku članarinu, vodu, struju, Internet.*"

Ispitanik D: „*Pa svaka promocija našeg kraja je doprinos za razvoj, jer svaki glas koji izađe preko naše granice je reklama. Gosti su zadovoljni, tišinom, gastronomijom, blizinom Splita, Trogira, a to najbolje pokazuju njihove recenzije i te obećanje da će nas preporučiti svojim prijateljima i obitelji.*"

Ispitanik E: „*Samim postojanjem i kreiranjem ponude utječemo na to da se Cetinska krajina razvija u turističkom smislu. Veliki poticaj u daljnjem radu, a ujedno i veliki pokazatelj našeg utjecaja na razvoj destinacije su i izvrsne recenzije zadovoljstva turista.*"

Vlasnici kuća za odmor su uistinu svjesni koliko znače za razvoj turizma ovog prostora. Svi se slažu da oni samim svojim postojanjem i brojnošću utječu na stvaranje destinacije. Osim toga, svojom potrošnjom i potrošnjom turista koji kod njih borave, oni doprinose ekonomskom prosperitetu te donose novac u naše krajeve. Također navode i pozitivna iskustva i recenzije turista te posljedičnu promociju destinacije izvan granica države (preko preporuka). Njihova važnost je uistinu neupitna i može se reći da su vlasnici ovih objekata podigli turizam ovog kraja na višu razinu iako je on tek u svojim povojima.

Sljedeća grupa ispitanika su iznajmljivači ostalih smještajnih objekata na prostoru Cetinske krajine. Kao što se vidjelo i u analizi smještajnih kapaciteta na području Sinja i Cetinske krajine, to su uglavnom iznajmljivači soba ili apartmana. Postavljeno im je ukupno 5 pitanja. Intervjuom se nastojalo utvrditi kako ostali konkurenti iz usluge smještaja promatraju kuće za odmor, smatraju li ih konkurentima ili partnerima, koja su ograničenja i mogućnosti pri registraciji ovih objekata te kakav je interes za ove objekte od strane poduzetnika u turizmu Cetinske krajine.

1. JESU LI VAM KUĆE ZA ODMOR KONKURENTI ILI KOMPLEMENTI?

Ispitanik F: „*Kuće za odmor su nam komplementi u smislu potrebne raznovrsnosti i dodatnih kreveta za našu destinaciju, inače, pošto se svako bori za gosta može se reći i da su konkurenti.*“

Ispitanik G: „*Kuće za odmor su nam komplementi. Svi mi doprinosimo turizmu našeg kraja i smatram da bi trebali surađivati kako bi turizam ovdje još više zaživio. Budemo li se gledali isključivo kao konkurencija, razvoj će biti sporiji i otežan.*“

Ispitanik H: „*Iako sam na prvu pomisao zaključio apsolutni konkurenti, oni ipak sudjeluju u obogaćivanju naše destinacije i čine ju boljom i bogatijom pa ona tako dobiva na vrijednosti. Dakle, rekao bih da su kuće za odmor, nama iznajmljivačima, i konkurenti i komplementi.*“

Ispitanik I: „*Kuće za odmor su mi konkurencija jer mi odnose dio tržišta i to onog kvalitetnijeg (imućnijeg).*“

Ispitanik J: „*Kuće za odmor ne smatram konkurentima jer oni imaju nešto drugačije tržište nego ostali iznajmljivači. Rekla bih da su oni komplementi jer izgrađuju, uljepšavaju, unaprjeđuju i podižu naš kraj.*“

Kao što se vidi iz priloženog ostali iznajmljivači imaju različite poglede kada govore o kućama za odmor. Iznenađuje činjenica da ih rijetki iznajmljivači vide isključivo kao konkurente. Ovakvo razmišljanje je u isto vrijeme i iznimno pohvalno jer su svi iznajmljivači svjesni činjenice da je turizam Cetinske krajine tek u svojim početcima razvijanja i da trebaju djelovati kao partneri (a ne konkurenti) kako bi to razvijanje išlo u pravom smjeru. Na ovaj način se stvara pozitivna klima oko turizma i gleda se dobrobit cijele zajednice što, na kraju krajeva, i jest jedna od glavnih pretpostavki održivosti turizma. Ispitanici iz ove grupe također navode kako su svjesni da se profili njihovih gostiju i gostiju vlasnika kuća za odmor razlikuju pa ni po tome nisu baš direktni konkurenti. Otkrivaju i kako su gosti kuća za odmor ipak imućniji i spremni su platiti više za kvalitetniju uslugu.

2. KOJE SU, PREMA VAŠEM MIŠLJENJU, PREDNOSTI I OGRANIČENJA KUĆA ZA ODMOR U ODNOSU NA OSTALE VRSTE SMJEŠTAJA?

Ispitanik F: „*Prednosti kuća za odmor u odnosu na vrstu sobe su te da nude mogućnost spremanja obroka, kupanja u bazenu, korištenja okućnice radi boravka na svježem zraku i korištenja raznih dodatnih sadržaja. Nedostatak je zahtjevno financijsko ulaganje, a naročito u okoliš objekta (vrt, bazen, okućnica i slično).*“

Ispitanik G: „*Prednosti su: fleksibilnost kod kreiranja cijene, nema potrebe za velikim brojem zaposlenika, ista osoba može odrađivati više poslova i nema obveze služenja obroka. Nedostatci su: nema uvida u ponašanje gostiju, velika mogućnost kvarova i lomova inventara te mogućnost uznemiravanja susjeda.*“

Ispitanik H: „*Prednost je ta što su one sigurno privlačnije turistima zbog raznih dodataka koje nude, ljudi imaju privatnost i cijelu kuću za sebe. Mislim da se radi takvih kvaliteta mogu privući ljudi „debljih“ novčanika i može se naplatiti viša cijena. Glavni nedostatak je prevelika financijska ulaganja da bi se kuća za odmor opće otvorila.*“

Ispitanik I: „*Prednosti su što nude mnogo više sadržaja i što za te sadržaje mogu naplatiti visoku cijenu. Također mislim da su kuće za odmor trenutni trend i turisti ih mnogo više preferiraju. Rekao bih da im običan apartman više nije „napet“. Glavni i jedini nedostatak kuća za odmor su visoka ulaganja i visoki troškovi održavanja kuće, ali i okućnice.*“

Ispitanik J: „*Prednost su okućnice koje posjeduju, privatni bazeni, teretane i slično. Imam dojam da se turisti u takvim objektima osjećaju puno slobodnije, bolje rečeno „kao kod kuće“. Glavni i jedini nedostatak kojeg se trenutno mogu sjetiti je visoko ulaganje koje ne garantira isplativost.*“

Iznajmljivači ostalih smještajnih objekata se uglavnom slažu da su glavne prednosti dodatni sadržaji koje kuće za odmor imaju u svom sklopu. Dakle, one nude razne mogućnosti svojim gostima i tako povećavaju svoju dodatnu vrijednost. Osim toga, ostali iznajmljivači su svjesni da te dodatne vrijednosti osiguravaju i višu cijenu boravka, a posljedično i bolju zaradu. Naravno, do te razine treba nekako i doći, a tu se nailazi na glavni nedostatak odnosno ograničenje kuća za odmor (kako ostali iznajmljivači navode) – preveliki financijski izdatci i zahtjevno održavanje. Iako postoje mnogi poticaji i mjere koje olakšavaju izgradnju i opremanje kuće za odmor, to je vrlo skup projekt i potrebni su visoki novčani iznosi.

3. KAKO, PO VAŠEM MIŠLJENJU, KUĆE ZA ODMOR DOPRINOSE I UTJEČU NA RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik F: „*Pozitivno utječu jer predstavljaju dodatni izvor zarade stanovništvu, upoznavanju turista s našom kulturom i običajima, a doprinose i u raznim gospodarskim sferama.*“

Ispitanik G: „*Pozitivno utječu jer je za goste uvijek dobro da imaju veći izbor tipova smještaja u nekoj destinaciji, a osim toga produžuje se sezona i nismo više vezani za Alku i Veliku Gospu.*“

Ispitanik H: „*Mislim da kuće za odmor pozitivno utječu na razvoj svih destinacija pa tako i Cetinske krajine. Kao što sam već naveo, one obogaćuju destinaciju ponudom i raznim sadržajima, a to samo može biti plus za određenu destinaciju.*“

Ispitanik I: „*Kuće za odmor su vodeći smještajni objekti na ovim prostorima prema tome rekao bih da pozitivno utječu na razvoj turizma ovdje. Također bih nadodao da su one već počele stvarati nekakav brend ladanjskih kuća i vila u Cetinskom kraju.*“

Ispitanik J: *„Mislim da utječu dobro na razvoj cijele destinacije i turizma cijele Dalmacije, pa i Hrvatske. Drago mi je što se turizam sve više pomiče s obale na unutrašnjost i da naš kraj ima dosta toga za ponuditi. Raznolikost ponude i to baš na našim prostorima je svakako veliki plus.*“

Svi ispitanici se slažu da otvaranje kuća za odmor na području Cetinske krajine donosi razne pozitivne efekte na destinaciju. Tako navode pozitivne ekonomske efekte koji dolaze s potrošnjom turista, raznolikost ponude, stvaranje brenda destinacije Cetinske krajine, produživanje sezone, promociju i slične rezultate. Naravno, kao što se vidjelo u poglavlju o turizmu, pojačana turistička aktivnost može stvoriti i neke negativne efekte, no ispitanici smatraju da je Cetinska krajina daleko od takvog ishoda jer se to veže prvenstveno uz masovni turizam.

4. SMATRATE LI DA SU KUĆE ZA ODMOR BUDUĆNOST TURIZMA RURALNIH KRAJEVA?

Ispitanik F: „*Kuće za odmor svakako predstavljaju budućnost turizma ruralnih krajeva, a pogotovo ako se povežu sa djelatnostima domaćih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i udrugama za prezentaciju naše kulture i običaja.*“

Ispitanik G: „*Smatram i mislim da su naši ruralni krajevi vrlo pogodni za to*.“

Ispitanik H: *Zašto ne?! Kuće za odmor i odgovaraju ruralnim, pomalo nenaseljenim mjestima i mislim da radi tog razloga i jesu privlačne današnjim stranim gostima. Mislim da sela Cetinske krajine, ali i Dalmacije općenito, imaju priliku iskoristiti ovaj trend i dobro zaraditi na njemu.*“

Ispitanik I: „*Itekako. Strancima su sve privlačnije kao alternativa ostalom smještaju, a osim toga vrlo su im privlačni naši ruralni krajolici u kojima se ove kuće uglavnom i nalaze. Takav spoj je obećavajući za ruralne krajeve cijele Hrvatske, a kamoli prirodom bogate i prekrasne Cetinske krajine.*“

Ispitanik J: „*Smatram da ruralni krajevi imaju budućnost u turizmu jer ih ljudi sve više traže i žele se potpuno odmoriti u prirodi i na svježem zraku. Naravno da su kuće za odmor najprikladniji objekti za prakticiranje ovakvog tipa turizma pa bih rekla da jesu budućnost ovih krajeva.*“

Ispitanici prepoznaju veliki turistički potencijal ruralnih krajeva. Osim toga, ispitanici navode neke glavne turističke trendove (kao što je navedeno u teoretskom dijelu o trendovima turista) kao što su boravak na svježem zraku, boravak na osami u prirodi, upoznavanje lokalnog načina života i kulture i slične. Navedeni trendovi su sadašnjost i budućnost turizma, a ispitanici zaključuju da se oni upravo mogu realizirati u ovakvom tipu smještaja i turizma. Dakle, ruralna područja Cetinske krajine, ali i cijele Hrvatske (kojoj ne nedostaje prirodnih ljepota i atrakcija) imaju budućnost u ovakvom tipu turizma i to trebaju iskoristiti. Naravno, ne treba otići predaleko pa početi s divljom gradnjom, preizgrađivanjem i sličnim jer tada to ne bi više bio održivi turizam nego uništavanje okoliša i odlazak u krivom smjeru.

5. JESTE LI RAZMIŠLJALI, ODNOSNO NAMJERAVATE LI, U BUDUĆNOSTI OTVORITI KUĆU ZA ODMOR?

Ispitanik F: „*Iskreno, nisam razmišljao o tome, no zašto ne jednog dana.“*

Ispitanik G: *„Za sada smo zadovoljni poslovanjem našeg objekta i nismo razmišljali o toj mogućnosti.“*

Ispitanik H: *„Razmišljao sam o otvaranju kuće za odmor. Trenutno to nije financijski izvedivo, ali mislim da ću u skorijoj budućnosti to realizirati.*“

Ispitanik I: „*Ponavljam, kuće za odmor su vodeći smještaj u Cetinskom kraju i smatram da ne postoji osoba koja se bavi turizmom, a da nije barem razmišljala o registriranju kuće za odmor. Ipak, troškovi su preveliki, pa možda u daljoj budućnosti.*“

Ispitanik J: „*Kao dugogodišnja iznajmljivačica ,naravno da sam razmišljala o otvaranju vile, međutim to je jedan veliki iskorak i ekonomski zahtjevan pothvat pa je za sada sve ostalo na razmišljanju. Možda se u budućnosti i odlučim na taj potez.*“

Odgovori ispitanika na posljednje pitanje zapravo pokazuju koliki su kuće za odmor trend u ovom kraju i koliko su pobudile interes privatnih poduzetnika u turizmu. Gotovo svi ispitanici smatraju da bi se jednog dana mogli odlučiti na registriranje ove vrste objekta, no ovo se pitanje može povezati i s glavnim navedenim nedostatkom kuća za odmor, a to su financije. Svi ispitanici navode kako su troškovi izgradnje i opremanja zapravo glavna zapreka za taj poslovni pothvat. Iako je interes za kućama za odmor velik i njihove brojke samo rastu, ne bi bilo dobro da tržište postane prezasićeno i da jednog dana u ponudi budu samo kuće za odmor. Potreban je raznolik smještaj koji će podići sveukupnu ponudu.

Treća skupina ispitanika je lokalno stanovništvo. Tijekom intervjua postavljeno im je 5 pitanja i odgovarajuća potpitanja. Intervjuom se nastojalo saznati koliko su lokalni stanovnici uistinu upućeni ili uopće svjesni postojanja i poslovanja navedenih objekta, kako ti objekti utječu na razvoj destinacije Cetinske krajine te kakva je turistička poduzetnička klima među lokalnim stanovništvom.

1. KAKO KOMENTIRATE ČINJENICU DA KUĆE ZA ODMOR GENERIRAJU 63% UKUPNIH SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U TURIZMU CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik K: „*Mislim da ta činjenica pokazuje zapravo više manjak ostalih smještajnih objekata, na primjer hotelskog kojih je svega dva. Po mom mišljenju, kuće za odmor su budućnost turizma i imaju više perspektive nego hotelski smještaj jer turisti sve više traže doticaj s prirodom, mirom i tišinom pa je stoga bolje da ih ima i više.*“

Ispitanik L: „*Turizam u Cetinskoj krajini je doživio nagli razvoj posljednjih 5 godina. Prije jedini smještaj su nudili hoteli. U novonastaloj situaciji najbolje su se snašli privatnici koji su uložili novac i izgradili privatne smještaje s određenim sadržajima i ponudama. Vođeni dobrim primjerom i popularnošću, ostali su uložili novac te izgradnjom kuća za odmor premašili kapacitete hotela.*“

Ispitanik M: „*Pa iskreno, iznenadio me taj postotak, ali mi je drago da se naša krajina sve više razvija u turističkom smislu pa tako što se tiče i sve većeg broja kuća za odmor na ovom području. To je samo dobar pokazatelj da sve više turista privlači ovakva vrsta odmora.*“

Ispitanik N: „*Taj postotak je pohvalan, a i logičan. Pohvalan jer su iznajmljivači i turisti sami prepoznali veliki potencijal Cetinske krajine u kontekstu turizma i sukladno tome mogućnost zarade. Logičan, jer Cetinska krajina kao kontinentalni dio Hrvatske ima itekako što za ponuditi turistima, počevši od očuvane prirode, mira i tišine, kulturne baštine. Kuće za odmor su idealne za iskorištavanje takvih resursa, možda više nego apartmani i hoteli.*“

Ispitanik O: „*Taj podatak me malo iznenadio jer nisam očekivao da je udio kuća za odmor toliko velik. Sviđa mi se što je situacija takva jer smo mi ipak kontinentalni dio (za razliku od priobalnih gradova) Dalmacije pa se moramo po nečemu razlikovati od obale.*“

Ispitanici iz ove grupe su uglavnom ostali iznenađeni činjenicom da se čak 63% ukupnih smještajnih kapaciteta Cetinske krajine nalazi u kućama za odmor. Lokalni stanovnici također pozitivno gledaju na ovu situaciju i smatraju ove objekte „kao stvorene“ za Cetinski kraj. Lokalno stanovništvo smatra da je trend otvaranja zapravo produkt nekolicine privatnih poduzetnika koji su pokušali s ovim poslom i uspjeli. Oni su poslužili kao dobar primjer za kojim su se ostali poveli.

2. KAKO, PO VAŠEM MIŠLJENJU, KUĆE ZA ODMOR DOPRINOSE I UTJEČU NA RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik K: „*Prvenstveno pozitivno na kapacitet (kojeg fali), zatim utječu na razvoju aktivnog turizma u Cetinskoj krajini. Osim toga, kao što sam već rekao kuće za odmor su budućnost, prema tome stvaraju dodatan turistički potencijal za budućnost.*“

Ispitanik L: „*Kuće za odmor pomažu Cetinskoj krajini u stvaranju turističke slike u kojoj gosti su udaljeni od užurbane i prenapučene obale u ljetnim mjesecima. U kućama za odmor, domaćini nude gostima mir, ponudu lokalnih gastronomskih specijaliteta i uživanje u netaknutoj prirodi. Opet, sam položaj Cetinske krajine omogućava potencijalnim gostima da su na sat vremena vožnjom udaljeni od mora, što može poslužiti kao još jedan mamac za privlačenje. Jutro na moru, večer u ugodnom okruženju u ruralnim krajevima.*“

Ispitanik M: „*Kuće za odmor sigurno doprinose i utječu na razvoj Cetinske krajine kao turističke destinacije. Ekonomska dobit utječe i na razvoj ostalih popratnih sadržaja i aktivnosti koje samim time doprinose što boljem doživljaju turista, ali isto tako i promociji Cetinskog kraja.*“

Ispitanik N: „*Kuće za odmor doprinose razvoju turizma u prvom redu s obzirom na porast smještaja. Okoliš okružen zelenilom, idealan za opuštanje i rekreaciju je glavni adut Cetinske krajine i nosi u sebi potencijal za razvoj ruralnog turizma čemu bi Cetinska krajina trebala težiti.*“

Ispitanik O: „*Samim registriranjem kuće za odmor utječu na povećanje broja kreveta kojih Cetinskoj krajini baš fali. Kuće za odmor svojim zdanjima uljepšavaju turistički prostor Cetinske krajine i pokreću turizam na ovom području.*“

Može se zaključiti da među lokalnim stanovništvom vlada pozitivna klima glede kuća za odmor. Lokalno stanovništvo smatraju kako kuće za odmor pozitivno utječu i razvijaju Cetinsku krajinu. Lokalno stanovništvo su svjesni da je jedan od najvećih problema za razvoj turizma Cetinske krajine nedostatak smještajnih kapaciteta pa podržavaju otvaranje bilo kakvog smještaja, a posebno kuća za odmor. Jedan od lokalnih mještana navodi i blizinu mora kao mamac za privlačenje turista što svakako i je velika konkurentna prednost Cetinske krajine spram daljih lokacija. Ovakva situacija je, može se reći, u isto vrijeme i prednost i nedostatak. Naime, već je napomenuto da turisti koji borave u kućama za odmor, svoju

potrošnju (osim smještaja) uglavnom realiziraju na obali. Te turiste je potrebno zadržati u destinaciji, a za to je potreban sustavan razvoj destinacije. Lokalno stanovništvo također smatra kako je Cetinska krajina prepuna atraktivnih lokacija, kulturne baštine, prirodnih ljepota, gastronomskom ponudom i slično te da je, kao takva, destinacija sa iznimno velikim turističkim potencijalom.

3. KOJE SU, PREMA VAŠEM MIŠLJENJU, PREDNOSTI I OGRANIČENJA KUĆA ZA ODMOR U ODNOSU NA OSTALE VRSTE SMJEŠTAJA?

Ispitanik K: „*Glavno ograničenje je viša cijena najma. Prednosti su privatnost i sloboda, boravak u čisto i nezagađenoj prirodi za razliku od grada i buke. Prednost je i što ih domaći gosti mogu koristiti za organiziranje nekih događaja i slavlja.*“

Ispitanik L: „*Glavna prednost kuća za odmor je privatnost, osamljenost, dok bi glavni nedostatak bio manjak smještajnih kapaciteta u smislu mogućnosti veće zarade.*“

Ispitanik M: „*Po mom mišljenju, prednosti kuća za odmor u odnosu na ostale vrste smještaja su mir i privatnost, a što se tiče ograničenja, mislim da je cijena ta koja često presudi kada turist bira smještaj.*“

Ispitanik N: „*Prednost je što stavljaju u prvi plan netaknutu prirodu, ono što Cetinska krajina prvo ima za ponuditi. Prednost je i ta što nude intimu i izoliranost za turiste koji takvo nešto traže. Nedostaci su eventualno nemogućnost ponude društvenih sadržaja osim prirode i eventualna udaljenost.*“

Ispitanik O: „*Glavna prednost, za razliku od ostalog smještaja, je sloboda koju nude. Turistima pružaju osjećaj kao da su u vlastitom domu, a osim toga imaju i mnoštvo materijala (aparata, igrališta, sprava, bazen, saune i ostalo) za razonodu turista. Nedostatak je viša cijena najma koja je uostalom i logična.*“

Svi ispitanici se slažu da su glavne prednosti kuća za odmor intima, sloboda i izoliranost koje one nude. Navedene kvalitete zapravo i jesu ono što kuće za odmor dijeli od ostalih vrsta smještaja i zbog čega su tražene. Zanimljivo je da lokalni stanovnici kao prednost nisu (osim jednog) navodili dodatne sadržaje koje kuće za odmor imaju. Uz spomenute manje nedostatke, svi se slažu da su visoke cijene najma glavno ograničenje ovih objekata, iako ih svi i opravdaju jer kako kažu kvaliteta i luksuz se moraju naplatiti.

4. JESTE LI RAZMIŠLJALI, ODNOSNO NAMJERAVATE LI, U BUDUĆNOSTI OTVORITI KUĆU ZA ODMOR? ZAŠTO?

Ispitanik K: „*Za sada ne jer takvi tipovi investicija mogu realizirati u zrelijoj dobi (jer su ogromna ulaganja) i u budućnosti možda da, ukoliko bi se lokalna zajednica potrudila promovirati specifične oblike turizma koji se vežu za preferencije turista koji iznajmljuju kuće za odmor (na primjer cikloturizam, treking, općenito avanturizam)*“

Ispitanik L: „*Možda, ne u bližoj budućnosti. Ako se popravi situacija u cijeloj Cetinskoj krajini što se tiče kulturnih događanja i proširenja kulturnih sadržaja. Zasad je turistička sezona u Cetinskoj krajini svedena na kolovoz, na dane Alke i Velike Gospe, centralnog događaja u cijeloj godini, i možda obilazak starog dijela grada, pokojeg muzeja i malo sportskih aktivnosti. Za mene, gledajući iz perspektive gosta, to nije dovoljno da bi se zadržao više od 15 dana u Cetinskoj krajini.*“

Ispitanik M: „*Trenutno sam premlada za takve planove, ali u budućnosti ako bude sredstava, zašto ne.*“

Ispitanik N: „*Ne namjeravam jer radim u drugom sektoru, točnije u zdravstvu. Ali vidim potencijal Cetinske krajine i u razvoju zdravstvenog turizma. Formula je: priroda + čisti zrak + mir = zdravlje.*“

Ispitanik O: „*Nikada se nisam bavio turizmom pa to i nije baš toliko izgledno, no mislim da je to odlično ulaganje i da se nakon nekog vremena isplati.“*

Prema odgovorima mještana, može se reći da su vrlo dobro upućeni u zahtjevnost i opće funkcioniranje otvaranja smještajnog objekta, u ovom slučaju kuće za odmor. Svjesni su kao i ostale grupe ispitanika da su ulaganja prije otvaranja velika i da to nije lagan pothvat. Naročito su zanimljivi odgovori prva dva ispitanika koji na ovaj problem gledaju šire. Oni navode da bi se općenito odnos ključnih aktera prema turizmu Cetinske krajine trebao promijeniti. Dakle, smatraju da bi se prvo trebali stvoriti pozitivni uvjeti, odnosno prvo treba stvoriti i promovirati ili unaprijediti već postojeće atrakcije te razvijati razne specifične oblike turizma, a tek onda razmišljati o otvaranju smještajnih objekata. Ovakav pogled je više usredotočen na čitavu zajednicu Cetinskog kraja, nego na osobne koristi privatnih iznajmljivača, i kao takav je mnogo ispravniji. Raduje i činjenica da ispitanici ne odbacuju ideju o uključivanju u turizam jednoga dana.

5. TREBA LI KONTROLIRATI OTVARANJE KUĆA ZA ODMOR NA PODRUČJU CETINSKE KRAJINE? AKO DA, NA KOJI NAČIN I ZAŠTO?

Ispitanik K: „*Ne treba kontrolirati u smislu broja kuća nego ljude koje namjeravaju takve kuće otvoriti, potrebno je možda savjetovati i usmjeriti za otvaranje nekih drugih objekata (npr. tematske kuće/sela, ostale sadržaje koji idu uz takav tip smještaja: bagije, kanue...) kako ne bi došlo do zasićenja tržišta (da su samo kuće za odmor u ponudi)*“

Ispitanik L: „*Mislim da ne treba puno odstupati od trenutne kontrole koja se provodi jer kuće za odmor za koje ja znam su uglavnom visoke kvalitete, lijepo uređene i dobro posluju. Ne treba raditi promjene tamo gdje nisu potrebne. Što se tiče broja kuća za odmor, njega se ni ne može kontrolirati.*“

Ispitanik M: „*Mislim da bi trebalo kontrolirati kvalitetu pri otvaranju i regularnost poslovanja kuća za odmor, no mislim da su kuće za odmor Cetinske krajine poprilično visokih standarda kada se govori o kvaliteti. Što se tiče ograničavanja broja kuća za odmor, mislim da to nema smisla. Dapače, bilo bi bolje kad bi ih bilo još više.*“

Ispitanik N: „*Mislim da ne u smislu količine smještajnih jedinica. Veća konkurencija podrazumijeva i bolju ponudu, u smislu kontrole kvalitete, svakako.*“

Ispitanik O: „*Ne bih ograničavao broj kuća za odmor. Kontrola kvalitete se i ovako provodi prije otvaranja, a regularnost poslovanja bi trebale provoditi inspekcije.*“

Ispitanicima je postavljeno pitanje u vezi kontrole kuća za odmor, gdje se kontrola promatra na više načina (kao ograničavanje broja kuća za odmor, kontrola kvalitete, poslovanja i slično). Ispitanici se svi slažu da kontrola u smislu ograničavanja broja kuća za odmor nije potrebna. Dapače, smatraju da bi se praksa registriranja kuća za odmor (a kako neki kažu i ostalih raznolikih objekata) trebala potencirati jer to ima samo pozitivne učinke na ovaj kraj. Lokalni stanovnici su svjesni i upoznati sa tvrdnjom da se kontrola kvalitete vrši pri samom otvaranju, a prema svojim iskustvima prosuđuju da je kvaliteta ovih objekata i više nego odlična. Kontrola poslovanja, kako kažu neki ispitanici, je prijeko potrebna jer se često zna desiti da se prakticira neki oblik sive ekonomije i da se ne posluje regularno.

Posljednja grupa ispitanika su ostali dionici u turizmu Cetinske krajine. Ova grupa se sastoji od dva člana: predstavnik/zaposlenik Turističke zajednice grada Sinja te državni

službenik na poslovima ugostiteljstva i turizma. Postavljeno im je po 5 pitanja na koje su dali stručne i temeljite odgovore.

1. S OBZIROM NA VELIKI PORAST OTVARANJA KUĆA ZA ODMOR I NJIHOV VELIKI UDIO U SVEUKUPNIM SMJEŠTAJNIM KAPACITETIMA, POSTOJI LI POTREBA ZA KONTROLOM OTVARANJA KUĆA ZA ODMOR NA PODRUČJU CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik TZ: „*Gledajući iz aspekta Turističke zajednice grada Sinja, sigurno da postoji potreba za kontrolom i to kontrolom poslovanja, a prvenstveno radi problema naplate boravišne pristojbe. Naime, neki od objekata uredno rade, a ne plaćaju boravišnu pristojbu. Srećom se ova praksa s vremenom smanjuje i nadamo se da će se to tokom ove godine u potpunosti iskorijeniti. Također mislim da inspekcije nisu dovoljno učinkovite, a postoji problem i neprijavljivanja turista pa turističke zajednice gradova ne dobivaju potpunu sliku broja turista što je još jedan od problema u poslovanju ovih objekata. Što se tiče kontrole broja i porasta kuća za odmor, mislim da ga nije potrebno sputavati, nego dapače stimulirati. Turistička destinacija ne može biti turistička bez turističkih objekata. Lijepo je vidjeti napredak i povećavanje broja iz godine u godinu.* “

Ispitanik DS: „*Što se tiče samog broja kuća za odmor, mislim da ga nije potrebno ograničavati, a u svakom slučaju se ni ne bi smjelo. Dakle, ukoliko potencijalni vlasnik ispunjava uvjete za otvaranje ovakvog smještaja, njemu to nitko ne može zabraniti. Osim toga, kuće za odmor nose mnoge prednosti i njihov rast je poželjan. Možda bi ih bilo potrebno savjetovati i usmjeriti pri otvaranju kuća za odmor sa sadržajima koji manjkaju, kao na primjer razni oblici rekreacije, te da više nude usluge prehrane, i to u vidu domaće gastronomije, u tim objektima. Što se tiče kontrole kvalitete, ona se najbolje ogleda u broju zvjezdica kod izdavanja odobrenja za rad i izlaženja na terenski uvid. Prema mom mišljenju kuće za odmor na području Cetinske krajine su izrazito dobre kvalitete i istom su daleko ispred ostalih smještajnih objekata.* “

Oba ispitanika, kao i prethodne grupe ispitanika, se slažu da kuće za odmor u Cetinskoj krajini donose pozitivne efekte i da je njihov rast potrebno poticati. Nadalje, Ispitanik TZ navodi kako na području Cetinske krajine ima iznajmljivača koji ne rade sve po zakonu pa izbjegavaju plaćati boravišnu pristojbu. Iako je taj problem sve rjeđi, on još uvijek postoji i treba se suzbijati na adekvatan način. Drugi je problem neprijavljivanje gostiju. Ovaj

problem, između ostalog, utječe i na to da su službene statistike turističkog prometa manje vjerodostojne, odnosno broj turista u Cetinskoj krajini je vjerojatno veći nego što statistika pokazuje. Za rješavanje navedenih i ostalih problema, potrebni su viši napori odgovarajućih organizacija, a naročito inspekcija koje bi trebale mnogo temeljitije kontrolirati i nadzirati poslovanje objekata u turizmu. Što se tiče kontrole kvalitete smještaja, ona se vrši pri samom kategoriziranju i o njoj ovisi broj zvjezdica koje će kuća za odmor dobiti. Kako kaže Ispitanik DS, kuće za odmor na području Cetinske krajine su objekti vrlo visokog standarda i mogli bi poslužiti kao primjer ostalim turističkim objektima. Uostalom, to se može vidjeti i u poglavlju koje se bavi ovom tematikom.

2. POSTOJE LI KREDITI, POTICAJI ILI INVESTICIJSKE LINIJE ZA OTVARANJE KUĆA ZA ODMOR?

Ispitanik TZ: „*Postoji mnogo poticaja, što na lokalnoj, što na županijskoj pa i na državnoj razini. Tokom godine se dodjeljuju razni poticaji i mjere od strane Hrvatske turističke zajednice, županija, Turističke zajednice Splitsko dalmatinske, raznih ministarstava i ostalih strana.*“

Ispitanik DS: „*Trenutno postoje dvije vrste poticaja i to od Ministarstva turizma RH u vidu sufinanciranja izgradnje bazena i od Splitsko-dalmatinske županije za postojeće iznajmljivače s namjerom podizanja kvalitete smještaja i za buduće iznajmljivače s namjerom stvaranja uvjeta za iznajmljivanje. Neke od lokalnih samouprava razmatraju mogućnost uvođenja poticaja na lokalnoj razini za iznajmljivače (npr. grad Sinj).*“

Uistinu postoje razni poticaji i mjere koje olakšavaju privatnim poduzetnicima opremanje i izgradnju kuća za odmor. Ovakva pozitivna poduzetnička klima poprilično pomaže potencijalnim vlasnicima kuća za odmor jer, kao što se pokazalo, financije i ulaganja su uvijek glavna prepreka. Pozitivno je i to što čak i lokalne samouprave, poput grada Sinja, razmatraju uvođenje poticaja. Ovakve pomoći su vrlo bitne u turizmu, a naročito za destinaciju koja se tek razvija. Nažalost, ovakva sredstva su ipak ograničena i ne mogu svi dobiti poticaje pa mnogo iznajmljivača na kraju ipak sami financiraju projekt u potpunosti. Osim toga, još jedan (već spomenuti prije) problem je njihova nedovoljna upućenost i needuciranost o navedenim poticajima.

3. JE LI VEĆINA SMJEŠTAJA U KUĆAMA ZA ODMOR (63%) PREDNOST ILI NEDOSTATAK TURIZMA CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik TZ: „*Smatram da je to prednost. Kuće za odmor su ipak smještaji za turiste više platežne moći za razliku od drugih koji će prvo posegnuti za apartmanom, jeftinijim hotelom, hostelom i slično. Cetinskoj krajini inače nedostaje mnogo smještajnih kapaciteta, tako da je bitno samo da se otvaraju pa čak i neovisno o vrsti smještajnog objekta. Osim toga, mi iz TZ-a mislimo da će turizam u podsezoni i predsezoni na ovim krajevima napredovati, prvenstveno jer Split ne može više primati toliko gostiju što dokazuju i studije koje su rađene početkom godine, a shodno tome, ljudi će dolaziti ovamo. Kuće za odmor su dakle prednost, ali i svaka druga vrsta smještaja bi vrijedila. Na kraju krajeva, uz velebne vile i kuće za odmor Cetinska krajina izgleda ljepše.*“

Ispitanik DS: „*Po mom mišljenju je to prednost. Gosti koji dolaze ovdje, dolaze s obitelji ili prijateljima i u kućama za odmor imaju savršenu slobodu, dok hotelski smještaj se može više vezati uz poslovnu aktivnost turizma. Naše kuće za odmor su u prirodnom ambijentu s velikim okućnicama i turisti imaju mogućnost boravka na svježem zraku i rekreacije, što uglavnom nije moguće u hotelskom i sličnom smještaju. Ključno je to što je ovakav način provođenja odmora sve popularniji u svijetu. Osim toga, Cetinska krajina je iznimno prostorno i prirodom bogat kraj, prema tome ovakva vrsta smještaja i objekata upravo savršeno odgovara ovakvoj destinaciji, zasigurno više nego hoteli koji su za masovniji turizam, apartmani i slično. Prirodna bogatstva i resursi se izvrsno slažu s ovakvim tipom smještaja. Prednost je i ta što se na ovaj način diferenciramo od gradova na moru čiji su glavni smještajni objekti apartmani bez svih dodatnih sadržaja.*“

Ispitanici govore kako je većina kuća za odmor u ukupnom smještaju prednost Cetinske krajine. Iako je poznato da hotelski smještaj ima možda i najviše pozitivnih efekata za lokalnu zajednicu on je ipak prikladniji za neke druge destinacije. Ispitanici smatraju kako kuće za odmor privlače goste više platežne moći koji će više i potrošiti. Osim toga, smatraju i kako ovakav tip smještaja upravo odgovara ovoj destinaciji te kako je velika prednost u tome što je takav tip odmora, odnosno smještaja sve popularniji u svijetu (trend). Otvaranjem ovakvih objekata, Cetinska krajina se i diferencira od ostalih konkurentskih destinacija u okolici. Zanimljiva su i istraživanja koja spominje prvi ispitanik, a koja predviđaju da grad Split neće više moći prihvaćati turističke poraste pa da će dio turista obitavati i u obližnjim

destinacijama. Ovakva potencijalna situacija, uz moderne trendove turista, idealna su prilika za turistički procvat Cetinskog kraja.

4. MOŽE LI SE TURIZAM CETINSKE KRAJINE, U BUDUĆNOSTI, TEMELJITI NA SMJEŠTAJU U KUĆAMA ZA ODMOR?

Ispitanik TZ: „*Ne vidim zašto ne. To se vidi na primjeru Imotske krajine, kako je buknulo. Oni polako napreduju, a po ponudi i atrakcijama, što prirodnim što kulturnim nisu ni blizu nama (sportske aktivnosti, kultura i znamenitosti i slično). Opet ponavljam, nama trebaju kapaciteti pa kakvi bili. Iako ne bi bilo pogrešno ni da se temelje ni da se ne temelje.*"

Ispitanik DS: „*Itekako. Prvenstveno radi već spomenute prirode i njezinih resursa, koji iznimno dobro utječu na potražnju za ovakvim smještajem.*"

Ispitanici smatraju da se turizam cetinske krajine može temeljiti na smještaju u kućama za odmor. Navode kako su kuće za odmor idealna vrsta smještaja s obzirom na prirodu i resurse Cetinskog kraja. Apartmani, sobe i sličan sadržaj su više produkti masovnog turizma od kojeg je Cetinska krajina jako daleko. Stoga, Cetinska krajina bi trebala temeljiti turizam na smještaju u kućama za odmor i na imućnijoj klijenteli.

5. KAKO, PO VAŠEM MIŠLJENJU, KUĆE ZA ODMOR DOPRINOSE I UTJEČU NA RAZVOJ TURISTIČKE DESTINACIJE CETINSKE KRAJINE? IMAJU LI KUĆE ZA ODMOR POSEBAN UTJECAJ NA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA CETINSKE KRAJINE?

Ispitanik TZ: „*Poseban utjecaj vjerojatno ne, ali zasigurno pospješuju ruralni turizam i oplemenjuju ovaj kraj. Mislim da takvi objekti pozitivno utječu i razvijaju Cetinsku krajinu u dobrom smjeru međutim postoji jedan problem. Ljudi koji odsjedaju u kućama za odmor Cetinske krajine (7 do 10 dana) zapravo samo odsjednu ovdje, a onda svaki dan idu negdje drugdje, odnosno ne zadržavaju se i ne troše u destinaciji. Prema tome, mislim da se nije bitno samo fokusirati na smještaj turista nego kako te turiste zadržati u destinaciji. Ponuda postoji, ali agencije i slični subjekti kao da zaobilaze Sinj. Također smatram da bi se mi morali profilirati kao destinacija koja će usluživati goste više moći, a onda im i naplatiti tu kvalitetu.*"

Ispitanik DS: „*Pozitivno utječe jer rješava jedan od glavnih problema Cetinske krajine, a to je nedostatak smještaja. Osim toga, one su sve više tražene jer turisti traže*

izoliranost i bijeg od gužve pa im ovakav sadržaj savršeno odgovara što ujedno povećava turistički potencijal ove destinacije u budućnosti. Trenutno je ruralni turizam na ovom prostoru u svojim povojima. No kuće za odmor imaju veliki potencijal i utjecaj na daljnji razvoj ruralnog turizma. Uz suradnju sa OPG-ovima, veliki agrarni potencijal ovog područja može poslužiti kao izvrstan način za razvoj ruralnog turizma."

Zaključak ispitanika je sličan kao i kod drugih grupa ispitanika, a taj je da kuće za odmor pozitivno utječu na razvoj turizma i općenito Cetinske krajine. Nagađanja su da će tako utjecati i u budućnosti s obzirom na, već nekoliko puta spomenute, trendove modernih turista. Kao što je navedeno i u prethodnom pitanju, tržišna niša iznajmljivača Cetinske krajine bi trebali biti imućniji turisti koji su spremni platiti iznimnu kvalitetu smještaja, ali i usluge u kućama za odmor. Što se tiče utjecaja na ruralni turizam, razvoj ruralnog turizma ima veliki potencijal na ovim prostorima i kuće za odmor mogu pomoći u tom razvoju. Kako navodi drugi ispitanik, ukoliko bi privatni iznajmljivači surađivali s OPG-ovima i sličnim subjektima, ruralni turizam bi zasigurno imao veliki značaj na ovom prostoru. Posebno je zanimljiv osvrt prvog ispitanika na jedan problem koji Cetinska krajina ima sa svojim gostima, a koji su kroz razgovor spomenuli i neki drugi ispitanici. Naime, turisti koji odsjedaju na prostoru Cetinske krajine u kućama za odmor uglavnom su tu samo zbog smještaja. Dakle, oni prostor Cetinske krajine koriste isključivo za smještaj, a svoju aktivnost i potrošnju odnose u priobalne gradove i na otoke. Svakako tu ne pomaže činjenica da je Hrvatska još uvijek destinacija sunca i mora pa to ne čudi. Ipak, potrebni su veliki napori lokalne zajednice, turističkih i gradskih tijela i ostalih odgovornih da utječu na turizam, stvaraju, ili bolje rečeno, uređuju i promoviraju društvene i prirodne atrakcije kojih ovaj kraj ima i previše. Cilj je, dakle, zadržati goste unutar Cetinske krajine, a ne im samo pružiti smještaj.

Nakon prikaza rezultata istraživanja i analize odgovora potrebno je dati sumiranu analizu i predložiti smjernice daljnjeg sustavnog razvoja turističke ponude u vidu poboljšanja kvalitete usluga kuća za odmor i turizma što i jest jedan od ciljeva ovog rada.

Dakle, stavovi svih aktera (lokalno stanovništvo, iznajmljivači, turistička struka) prema kućama za odmor su iznimno pozitivni. Ljudi smatraju kako kuće za odmor pozitivno utječu na turističku destinaciju Cetinske krajine. Oni navode da kuće za odmor donose ekonomski prosperitet, turističku potrošnju, obogaćuju kraj u estetskom smislu, privlače turiste, vrše dobru promociju i podižu kvalitetu i brojnost smještaja, stvaraju konkurentnu prednost i diversifikaciju, razvijaju neke oblike turizma (ruralni, aktivni i slično). Ukratko,

razvijaju turizam i destinaciju. Vlasnici kuća za odmor su uglavnom zadovoljni poslovanjem svojih objekata, a njihov broj svake godine raste. Razlozi njihovog naglog porasta su razni, a najčešći motiv je dodatna zarada za iznajmljivače. Mnogo se iznajmljivača odlučilo na registriranje kuće za odmor jer su posjedovali dodatnu nekretninu i u njoj su vidjeli dobru priliku za zaradu. Naglom porastu je svakako pridonio i trend te pozitivni primjeri iz vlastite, ali i susjednih destinacija. Kuće za odmor Cetinske krajine su visoke kvalitete i odstupaju od ostalih smještajnih objekata, a raduje i stav vlasnika koji iz godine u godinu ulažu dodatne financije u svoje objekte kako bi još više podigli kvalitetu. Također ih krasi mnoštvo dodatnih sadržaja koji samo pojačavaju konkurentnu prednost. Prednosti kuća za odmor, kako su navodili ispitanici, su uistinu razne. Mnogi smatraju da su mir, privatnost i sloboda glavni aduti ovih smještajnih objekata i razlozi zbog kojih ih turisti (uglavnom obitelji s djecom i grupe prijatelja) sve više traže. Dodatni sadržaji su također velika prednost ovih objekata i jedan od presudnih razloga kod odabira ove vrste smještaja. Iako nisu navodili mnogo ograničenja i nedostataka, ispitanici su se uglavnom složili da je glavno ograničenje visoko financijsko ulaganje (iz aspekta poduzetnika), a glavni nedostatak visoka cijena najma (iz aspekta gosta). Iako oko kuća za odmor, i općenito razvoja turizma, u Cetinskoj krajini vlada vrlo povoljna atmosfera, postoje i neki problemi. Naime, nekolicina privatnih iznajmljivača radi „izvan okvira zakona“ u vidu neplaćanja boravišne pristojbe i neprijavljivanja turista. Ovaj problem je sve rjeđi, no svakako treba težiti ka tome da se ljude educira i uputi da djeluju za korist čitave zajednice. Drugi problem je puno veći, no on izlazi iz okvira samih kuća za odmor. Cetinska krajina je destinacija koja se nalazi u unutrašnjosti Dalmacije, a ta činjenica je istovremeno prednost kao i mana. Iako je smještena blizu velikih turističkih kretanja (gradovi na moru i otoci), ona uglavnom služi kao destinacija za smještaj turista. Cetinska krajina bilježi turističke brojke na račun Sinjske alke i blagdana Velike Gospe što svakako nije dovoljno. Ipak, veseli činjenica da se u novije vrijeme ipak pojavljuju turisti i izvan tih dana, a naročito se to očituje u aktivnom turizmu (jahanje, rafting, kanuing, off road vožnje četverokotačima).

Dakle, potreban je nastavak sustavnog razvijanja i promocije turističkih atrakcija kojih uistinu ne nedostaje, a sve s ciljem koristi cjelokupne zajednice. Ukoliko se ulože dodatni napori u promociju i razvoj turizma, Cetinska krajina može postati svojevrsni brend koji će se temeljiti na smještaju u luksuznim kućama za odmor. Tako će se privući imućnija klijentela koja će potrebu za odlaskom na more zamijeniti ostankom u okvirima Cetinskog kraja. Kao što je već navedeno, kvaliteta kuća za odmor je poprilično visoka kada se govori o uređenju i

dodatnim sadržajima unutar tih objekata. Jedna od smjernica za daljnji razvoj je povećanje usluga prehrane (lokalna jela) u kućama za odmor. Naime, vlasnici kuća za odmor bi se mogli povezati s lokalnim OPG-ovima i na taj način pobuditi interes kod turista za branjem i pripremanjem plodova. Na taj način bi profitiralo više strana i turistička potrošnja bi porasla. Nadalje, vlasnici (odnosno oni koji su u kontaktu s turistima) bi mogli animirati i zainteresirati goste organizacijom raznih aktivnosti (na primjer odlazak biciklima na turu po Cetinskom kraju), dijeliti promotivne letke svojim gostima i slično. Sumirano, sve interesne strane bi trebale raditi na promociji turizma Cetinske krajine kako bi destinacija zaživila i dobila atribut turistička.

5 ZAKLJUČAK

Cetinska krajina je dugo bila, a može se reći i još uvijek jest, pod sjenom priobalnih destinacija. Novije vrijeme je donijelo i svojevrsne promjene. Moderni turisti sve više traže odmak od masovnog turizma. Traže mir, slobodu i privatnost za vrijeme svoga odmora, sve više se osvrću ka prirodi i rekreaciji, zdravoj prehrani, upoznavanju različitih kultura i slično. Zbog ovakvih preferencija modernog gosta, mnoge destinacije koje prije nisu bile „in“ sada lagano uzimaju svoj dio turističkog tržišta i stječu zasluženo priznanje.

Navedene trendove i prilike su prepoznali mnogi privatni iznajmljivači na kontinentalnom dijelu Hrvatske, pa tako i u samoj Cetinskoj krajini. Pravi odgovor na moderne turističke trendove i preferencije su kuće za odmor. Naime, u zadnjih nekoliko godina na određenim područjima Hrvatske (na primjer unutrašnjost Istre, Imotska krajina, Cetinska krajina) buknula je izgradnja luksuznih građevina i vila koje se danas nazivaju kuće za odmor. Prije 7 godina na području Cetinske krajine postojala je svega jedna kuća za odmor, a danas ih se na tom prostoru nalazi čak 118. Razlozi takvog porasta su razni. Najčešći razlog za otvaranje ovih objekata je dodatna zarada koju ovi objekti donose. Ljudi ih otvaraju prvenstveno zbog dobre zarade i sigurnog izvora prihoda kroz budućnost. Pozitivni primjeri privatnih poduzetnika u susjednim destinacijama (na primjer Imotska krajina), ali i onih iz Cetinske krajine, potaknuli su privatne iznajmljivače Cetinske krajine da i sami otvore kuću za odmor i na taj način obogate svoje poslovanje. Kod velikog broja vlasnika kuća za odmor, odluka je donijeta i iz razloga postojanja zemljišta ili nekretnine koje su inače bile prazne. Većina njih su danas zadovoljni svojim potezom jer dobro posluju, a shodno tome od ovih objekata imaju dobru zaradu. Gotovo svaka kuća za odmor ima svoju konkurentnu prednost pa će tako neki vlasnici reći da je njihova prednost što posjeduju male kuće za odmor (za manje obitelji i individualne putnike), dok će neki navesti neki dodatan sadržaj koji drugi nemaju i slično. Oko kuća za odmor, ali i turizma općenito, vlada iznimno pozitivno raspoloženje. Lokalni stanovnici, stručni turistički kadar te ostali iznajmljivači smatraju kako su kuće za odmor vrlo vrijedni objekti koji su turizam Cetinske krajine digli na višu razinu. Kako oni navode, ovi objekti donose ekonomski prosperitet i imaju razne pozitivne gospodarske, estetske i društvene efekte. Postoje i mnogi potencijalni vlasnici kuća za odmor koji su pokazali interes za registriranjem ovih objekata, no svi se oni slažu kako je to prije svega zahtjevna financijska investicija i da se to ne može napraviti „preko noći“. Ipak gotovo će se svi složiti da ovakav smještaj odgovara modernom turistu i da je tu prilika ovog kraja. Osim toga, svi se slažu da ovakav smještaj ima mnogo više prednosti od ostalih vrsta

smještaja i da privlači imućnije goste. Iako pozitivna klima oko kuća za odmor i turizma općenito u Cetinskoj krajini postoji, postoje i neki problemi koje je potrebno sustavno rješavati. Najveći problem seže puno dalje od kuća za odmor. Cetinska krajina je još uvijek destinacija koja se nalazi nedaleko od mora. Ova činjenica i jest razlog dobre popunjenosti kuća za odmor i to je sasvim u redu za vlasnike kuća za odmor, no ne i za lokalnu zajednicu u cjelini. Turisti u naše krajeve još uvijek dolaze (ne isključivo, ali uglavnom) radi sunca i mora i ovaj smještaj biraju upravo zbog povoljne pozicije, mira, tišine, a opet neposredne blizine mora. Turistička potrošnja se zbog toga malo osjeća u Sinju, Trilju, Vrlici i drugim mjestima (osim određenih dana u godini, na primjer Sinjska alka) jer ona odlazi na obalu i otoke. Dakle, potrebno je nastaviti sustavno razvijati i promovirati turističke atrakcije kojih uistinu ne nedostaje, a sve sa ciljem koristi cjelokupne zajednice. Ukoliko se ulože dodatni napori u promociju i razvoj turizma, Cetinska krajina može postati svojevrsni brend koji će se temeljiti na smještaju u luksuznim kućama za odmor. Tako će se privući imućnija klijentela koja će potrebu za odlaskom na more zamijeniti ostankom u okvirima Cetinskog kraja.

Kao što je već navedeno, kvaliteta kuća za odmor je poprilično visoka kada se govori o uređenju i dodatnim sadržajima unutar tih objekata. Jedna od smjernica za daljnji razvoj i podizanje kvalitete unutar kuća za odmor je povećanje usluga prehrane (lokalna jela) u kućama za odmor koje vlasnici slabije prakticiraju. Naime, vlasnici kuća za odmor bi se mogli povezati s lokalnim OPG-ovima i na taj način pobuditi interes kod turista za branjem plodova po krškim poljima i pripremanjem lokalnih specijaliteta. Na taj način bi profitiralo više strana, turistička potrošnja bi porasla, a vršila bi se i dobra promocija. Shodno tome, vlasnici (odnosno oni koji su u kontaktu s turistima) bi mogli animirati i zainteresirati goste organizacijom raznih aktivnosti (na primjer odlazak biciklima na turu po Cetinskom kraju), dijeliti promotivne letke svojim gostima i slično jer sve to utječe na cjelokupni dojam usluge unutar smještajnog objekta, a onda i sveukupnog dojma destinacije. Tako bi se unaprijedila kvaliteta usluge u kućama za odmor (koja je i ovako visoka), ali još važnije turiste bi se poticalo na ostanak i potrošnju unutar Cetinske krajine.

SAŽETAK

Turizam je društveno-ekonomski fenomen koji se danas raširio po cijelom svijetu. Turizam se stalno mijenja (evoluira) i sa sobom nosi razne promjene. Jedan od novijih trendova koje je turizam donio su kuće za odmor. Kuće za odmor su smještajni objekti koje turisti iznajmljuju u cijelosti, a krase ih mnogi dodatni sadržaji i druge odlike.

Cetinska krajina je prostor koji obuhvaća gornji i srednji tok rijeke Cetine. To je područje izrazitog kulturno-povijesnog nasljeđa i bogate prirode. Kuće za odmor su se posljednjih godina pojavile i u Cetinskoj krajini, a zatim je uslijedio ogroman porast i danas su one vodeći smještaj po udjelu smještajnih kapaciteta u Cetinskom kraju.

Cilj ovoga rada je kroz intervjuiranje interesnih skupina (lokalni stanovnici, vlasnici kuća za odmor, ostali iznajmljivači, dionici u turizmu) prikazati, glavne prednosti i nedostatke ove vrste smještaja, razloge zbog kojih je došlo do tolikog porasta kuća za odmor, stavove i zadovoljstvo svih skupina kućama za odmor, odrediti njihov utjecaj na razvoj destinacije.

Ključne riječi: turizam, kuća za odmor, Cetinska krajina

SUMMARY

The role of holiday houses in tourism development in Cetinska krajina region

Tourism is a socio-economic phenomenon which today has spread all around the world. Tourism is constantly changing (it evolves) and it brings many changes. One of the most recent tourism trends are holiday houses. Holiday houses are accommodation buildings where tourists rent the whole property for themselves and they are distinguished by many additional facilities and other features.

Cetinska krajina region is an area which includes upper and middle stream of river Cetina. This area is characterized by enormous cultural-historic patrimony and rich natural heritage. In recent years, holiday houses have also emerged in this area, but soon they became a leading type of accommodation after huge increase in numbers followed.

The objective of this thesis is to present main benefits and deficiencies of said accommodation objects, to present main reasons why this increase even happened, to present attitude and satisfaction of all stakeholders and to determine their influence on destination development; all that through interviewing main interest groups such as locals, holiday home owners, other renters and other key stakeholders.

Key words: tourism, holiday house, Cetinska krajina region

LITERATURA

KNJIGE:

1. Čavlek, N. et al. (2011). *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Zagreb, Školska knjiga
2. Kotler P., Bowen J.T., Makens J.C. (2010). *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Zagreb, Mate d.o.o.
3. Magaš D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
4. Morrison, A. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*, New York, Routledge
5. Pirjevec, B., Kesar, O. (2002). *POČELA TURIZMA*, Zagreb, Mikrorad
6. Senečić, J., Vukonić, B. (1997). *Marketing u turizmu*, Zagreb, Mikrorad
7. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001). *Rječnik turizma*, Zagreb, Masmedia

ZNANSTVENI I STRUČNI RADOVI:

1. Carek, R. (2004). *Nematerijalna kulturna baština: UNESCO i njegova uloga*, Informatica museologica, 35 (3-4), str. 69-71
2. Hajdaš Dončić, S., Pavelić, I., Zmajlović, M. (2018). *METODOLOŠKI PRISTUP ODREĐIVANJA KRITERIJA ZA DESTINACIJU ZDRAVLJA*, Acta Economica Et Turistica, 4 (1), str. 35-45
3. Klarin, T. (2017). *Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urabanim destinacijama Republike Hrvatske* (doktorat), Sveučilište u Rijeci, Rijeka
4. Kožić, I. (2013). *Kolika je sezonalnost turizma u Hrvatskoj?*, Ekonomski vjesnik, XXVI (2), str. 470-479
5. Krešić, D., Miličević, K., Marković, I. (2010). *Suvremeni turizam – popularni oblici turizma*, Turizam BiH – časopis za turizam i kulturu življenja, 2 (3); str. 96-111
6. Kuščević, D. (2015). *Kulturna baština – poticatelj dječjeg razvoja (likovni aspekt)*, Školski vjesnik, 64 (3), str. 479-491
7. Kušen, E. (2001). *Turizam i prostor Klasifikacija turističkih atrakcija*, Prostor, 9 (1(21)), str. 1-12.
8. Kušen, E., Katica, D., Kušen Tomljanović, N. (2018). *TURISTIČKA EDUCIRANOST LOKALNOGA STANOVNIŠTVA U TURISTIČKOJ DESTINACIJI*, 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu, Zbornik radova, str. 119-132

9. Ladkoo, A.D. (2016). *Vacation Home Rental Concept and Its Connection to Climate Change – A Literature Review*, Theoretical Economics Letters, 6, str. 889-896
10. Modrić, D. (2018). *Kako (je) tvornica mijenja(la) grad: primjer tvornice Dalmatinka*, Narodna umjetnost, 55 (2), str. 129-146
11. Nadilo, B., Regan, K. (2008). *STARE CRKVE U CETINSKOJ KRAJINI*, Časopis Građevinar, 60 (5), str. 441-452
12. Panasiuk, A. (2007). *TOURISM INFRASTRUCTURE AS A DETERMINANT OF REGIONAL DEVELOPMENT*, Ekonimika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 1 (8), str. 212-215
13. Radić Lakoš, T., Arbutina, A. (2017). *TURISTIČKA VALORIZACIJA RIJEKE CETINE*, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, (3-4/2017), str. 47-56
14. Razović, M. (2015). *VINSKI TURIZAM KAO POSEBNI OBLIK TURISTIČKE PONUDE DALMACIJE*, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, (3-4/2015), str. 51-67
15. Rudančić, A. (2018). *ZNAČAJ I ULOGA DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA – Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija*, Acta Economica Et Turistica, 4 (1), str. 97-118
16. Šošić, T.M. (2014). *Pojam kulturne baštine – međunarodnopravni pogled*, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, 51 (4), str. 833-860
17. Šverko Grdić, Z., Špoljarić, T. (2018). *UTJECAJ KLIMATSKIH PROMJENA NA TURISTIČKE TIJEKOVE – PRIMJER REPUBLIKE HRVATSKE*, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, 6 (1), str. 51-66
18. Vidak, N., Sindik, J. (2015). *Pravci razvoja suvremenog turizma – pretpostavke za održivi turizam u Hrvatskoj*, Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru, (9), str. 295-302
19. Vojnović, N. (2012). *OBILJEŽJA ŽIVOTNOG CIKLUSA ODABRANIH TURISTIČKIH DESTINACIJA ISTARSKOG PRIOBALJA*, Ekonomska misao i praksa, (2), str. 751-774
20. Vrtiprah, V., Sentić, S. (2018). *DOGAĐAJI U FUNKCIJI BOLJEG PLASMANA TURISTIČKE DESTINACIJE, PRIMJER DUBROVNIKA*, Ekonomska misao i praksa, (1), str. 267-284

INTERNET IZVORI:

1. Ban, B., Jutarnji vijesti (2018). *VRHUNAC INVESTICIJSKOG VALA U TURIZMU Najveći je broj kuća za odmor u malenoj općini u srcu Istre: „Svake godine se izgradi novih 15-20 vila“*, https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/vrhunac-investicijskog-vala-u-turizmu-najveci-je-broj-kuca-za-odmor-u-malenoj-opcini-u-srcu-istre-svake-se-godine-izgradi-novih-15-20-vila/7304917/ (10.02.2019.)
2. Bioportal – Web portal Informacijskog sustavazaštite prirode (2019). http://www.bioportal.hr/gis/ (18.03.2019.)
3. Državni zavod za statistiku, DZS (2001). *Popis stanovništva 2001.*, https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/Census2001/census.htm (03.03.2019.)
4. Državni zavod za statistiku, DZS (2012). *Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011.*, https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/censuslogo.htm (03.03.2019.)
5. Državni zavod za statistiku, DZS (2016). *Turizam u 2015. Statistička izvješća*, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/SI-1564.pdf (01.02.2019.)
6. Državni zavod za statistiku, DZS (2017). *Turizam u 2016. Statistička izvješća*, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/SI-1594.pdf (01.02.2019.)
7. Državni zavod za statistiku, DZS (2018). *Metodološka objašnjenja*, https://www.dzs.hr/Hrv/DBHomepages/Turizam/metodologija.htm (06.02.2019.)
8. Državni zavod za statistiku, DZS (2018). *Turizam u 2017. Statistička izvješća*, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf (01.02.2019.)
9. Eurokonzalting (2019). *Moja mala kućica za odmor i ruralni turizam – bespovratna sredstva - EU fondovi*, https://www.eurokonzalting.com/index.php/bespovratna-sredstva-i-krediti/item/430-moja-mala-kucica-za-odmor-i-ruralni-turizam-bespovratna-sredstva-eu-fondovi (25.02.2019.)
10. European Holiday Home Association (2017). *2017 winners and finalists*, https://www.holidayhomeaward.eu/winners-2017/ (27.02.2019.)
11. European Holiday Home Association (2018). *2018 winners and finalists*, https://www.holidayhomeaward.eu/winners-2018/ (27.02.2019.)
12. Eurostat – Statistics Explained (2019). https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page, (07.02.2019.)
13. French connections (2019). *Holiday gites in France*, https://www.frenchconnections.co.uk/accommodation/france/property_gite_11 (10.03.2019.)

14. Grad Sinj (2018). *Gospodarstvo u gradu Sinju*, http://www.sinj.hr/gospodarstvo/ (06.03.2019.)
15. Grad Vrlika (2014). *Vrlička tradicijska baština*, http://www.vrlika.hr/index.php/grad-vrlika/bastina (03.04.2019.)
16. Hotel news resource (2018). *Hospitality trends to look out for in 2019*, https://www.hotelnewsresource.com/article102650.html (08.02.2019.)
17. Hotel Sveti Mihovil (2007). *Hotel Sv. Mihovil – Trilj*, http://www.svmihovil.com/ (16.4.2019.)
18. Hrturizam.hr-Turistički news portal (2018). *Splitsko-dalmatinska županija objavila javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava za podizanje kvalitete turističke ponude u obiteljskom smještaju*, https://hrturizam.hr/splitsko-dalmatinska-zupanija-objavila-javni-poziv-za-dodjelu-bespovratnih-sredstava-za-podizanje-kvalitete-turisticke-ponude-u-obiteljskom-smjestaju/ (25.02.2019.)
19. Muzej Cetinske krajine (2019). *O nama*, http://www.mck-sinj.hr/index.php/hr-hr/ (21.03.2019.)
20. Općina Kijevo (2015). *Speleološki objekti*, http://www.kijevo.hr/prirodna-bastina/speleoloski-objekti/ (15.03.2019.)
21. Sinjska alka (2019). *Upoznajte Sinjsku alku*, https://www.alka.hr/sinjska-alka (06.04.2019.)
22. Sinjsko pučko kazalište (2019). *O nama*, http://kazaliste-sinj.mreza.hr/stranica?p=sinjsko-pucko-kazaliste-1f25 (24.03.2019.)
23. Središnji državni portal – Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2019). *Kulturna baština*, https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6 (06.04.2019.)
24. Statista (2019). https://www.statista.com/ (06.02.2019.)
25. Turistička zajednica grada Sinja (2019). http://www.visitsinj.com/hr (07.03.2019.)
26. Turistička zajednica grada Trilja (2019). https://www.visittrilj.com/hr/ (13.03.2019.)
27. Turistička zajednica grada Vrlike (2019). https://www.visitvrlika.com/hr/ (13.03.2019.)
28. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2015). *Statistička analiza turističkog prometa 2014. godine*, https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-2014-godine (02.02.2019.)
29. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2016). *Statistička analiza turističkog prometa 2015. godine*, https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-2015-godine (02.02.2019.)

30. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2017). *Statistička analiza turističkog prometa 2016. godine*, https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-2016-godine (02.02.2019.)
31. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018). *Statistička analiza turističkog prometa 2017. godine*, https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini (02.02.2019.)
32. UNWTO (2018). *Annual Report 2017*, https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419807 (06.02.2019.)

ZAKONI:

1. Narodne novine (2016). *Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu*, broj 9
2. Narodne novine (2016). *Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu*, broj 54

OSTALI IZVORI:

1. Cvitanović, H. (2013). *Speleostatistika*, Subterranea Croatica, 11 (2), str. 58-59
2. Kolumbić, M. (2014). *Tradicijsko odijevanje urbane Dalmacije*, Prilozi povijesti otoka Hvara, XII (1), str. 251-261
3. Lokalna akcijska grupa Cetinska krajina (2013). *Lokalna razvojna strategija LAG-a „Cetinska krajina" za razdoblje 2014.-2020.*
4. Ministarstvo turizma (2013). *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, Vlada Republike Hrvatske, Zagreb
5. Ministarstvo turizma (2018). *TOMAS 2017 ljeto*, Institut za turizam, Zagreb
6. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije
7. Ured državne uprave Splitsko-dalmatinske županije, Služba za gospodarstvo, Ispostava Sinj

POPIS TABLICA

Tablica **Stranica**

1 NAJVEĆI POTROŠAČI U TURIZMU 8

2 STANOVNIŠTVO CETINSKE KRAJINE PREMA POPISU IZ 2011. 34

3 SMJEŠTAJNI KAPACITETI CETINSKE KRAJINE PREMA GRADOVIMA I OPĆINAMA 77

4 BROJ DOLAZAKA STRANIH I DOMAĆIH TURISTA PREMA GRADOVIMA I OPĆINAMA U 2018. GODINI 82

5 BROJ NOĆENJA STRANIH I DOMAĆIH TURISTA PREMA GRADOVIMA I OPĆINAMA U 2018. GODINI 83

6 PROSJEČAN BROJ NOĆENJA STRANIH I DOMAĆIH TURISTA PREMA GRADOVIMA I OPĆINAMA U 2018. GODINI 84

7 BROJ KUĆA ZA ODMOR PREMA OPĆINI/GRADU KOJEM PRIPADA 88

8 UDIO SMJEŠTAJNIH KAPACITETA KUĆA ZA ODMOR PREMA OPĆINAMA/GRADOVIMA 89

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS GRAFIKONA

Grafikon **Stranica**

1 KRETANJE BROJA SOBA I KREVETA U HRVATSKOJ U RAZDOBLJU OD 1980. – 2017. (U RAZDOBLJIMA OD 5 GODINA) 21
2 KRETANJE BROJA NOĆENJA STRANIH I DOMAĆIH TURISTA U HRVATSKOJ U RAZDOBLJU OD 1980. - 2017. (U RAZDOBLJIMA OD 5 GODINA) 22
3 BROJ KREVETA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA U HRVATSKOJ, U 2017. GODINI 23
4 SMJEŠTAJNI OBJEKTI CETINSKE KRAJINE PREMA KATEGORIZACIJI 76
5 UKUPNI TURISTIČKI DOLASCI ZA CETINSKU KRAJINU (GRADOVI SINJ I TRILJ) U RAZDOBLJU OD 2012.-2018. 81
6 UDIO POJEDINOG GRADA/OPĆINE U UKUPNIM TURISTIČKIM DOLASCIMA ZA 2018. GODINU 83
7 UDIO POJEDINOG GRADA/OPĆINE U UKUPNIM TURISTIČKIM NOĆENJIMA ZA 2018. GODINU 84
8 BROJ KUĆA ZA ODMOR PREMA GODINI OTVARANJA NA PROSTORU CETINSKE KRAJINE 87
9 STRUKTURA KUĆA ZA ODMOR PREMA KATEGORIJAMA, ODNOSNO BROJU ZVJEZDICA 91

POPIS PRIKAZA

Prikaz **Stranica**

1 MEĐUNARODNI TURISTIČKI DOLASCI 2017. GODINE 7

2 VRSTE PRIJEVOZA I MOTIVI TURISTA 8

3 DESTINACIJSKI PROIZVOD I NJEGOVE KOMPONENTE 11

4 ŽIVOTNI CIKLUS TURISTIČKE DESTINACIJE 13

5 KRETANJE BROJA NOĆENJA U SMJEŠTAJNIM OBJEKTIMA EUROPSKE UNIJE, EU-28, 2005-2017 (INDEX_2005=100) 16

6 MJESEČNA RASPODJELA UKUPNIH NOĆENJA U TURISTIČKOM SMJEŠTAJU PO VRSTI SMJEŠTAJA, EU-28, 2017 (%) 16

7 VELIČINA TRŽIŠTA GLOBALNE HOTELSKE INDUSTRIJE OD 2014-2017/U MILIJARDAMA AMERIČKIH DOLARA ($) 18

8 NOĆENJA I RASPODJELA SMJEŠTAJNIH JEDINICA ZA ZEMLJE EU U 2017. GODINI 19

9 RASPODJELA NOĆENJA PO LOKACIJAMA SMJEŠTAJNIH OBJEKATA, EU-28, 2017 (%) 20

10 STRUKTURA HOTELA PO KATEGORIJAMA U 2016. I 2017. GODINI 24

11 TIPIČNA LOKACIJA KUĆA ZA ODMOR 26

12 INTERIJER KUĆE ZA ODMOR 27

13 DODATNI SADRŽAJI I OKOLINA 27

14 VILLA PALMA – NAJBOLJA KUĆA ZA ODMOR NA PLAŽI 2018. 30

15 VILLA MILICA – NAJBOLJA EKO KUĆA ZA ODMOR 2018. 31

16 VILLA GREEN FRAME – NAJBOLJA KUĆA ZA ODMOR ZA TURISTE S KUĆNIM LJUBIMCIMA 31

17 GEOPROMETNI POLOŽAJ CETINSKE KRAJINE 34

18 PROSJEČNE MJESEČNE TEMPERATURE ZA SINJ I CETINSKU KRAJINU 37

19 PROSJEČNA MJESEČNA I GODIŠNJA KOLIČINA PADALINA ZA SINJ I CETINSKU KRAJINU 37

20 PLANINA DINARA 38

21 PLANINA KAMEŠNICA, VRH GLAVAŠ 39

22 POGLED SA VRHA SVILAJE NA PERUĆKO JEZERO 40

23 IZVOR RIJEKE CETINE 42

24 ZNAČAJNI KRAJOBRAZ SUTINA 43

25 GLAVA RIMSKE BOŽICE IZ 1. STOLJEĆA, ČITLUK (LAT. *AEQUUM*) 45

26 HERAKLOVA GLAVA, ČITLUK (LAT. *AEQUUM*) 46

27 STARI GRAD I UTVRDA KAMIČAK 48

28 Spomenik Gaja Laberija, rimskog dječaka s loptom iz 2. stoljeća, Gardun (lat. *Tilurium*) 49
29 Spomenik Alkaru na početku Alkarskog trkališta i zgrada Franjevačke klasične gimnazije u pozadini 50
30 Tvrđava Prozor 51
31 Kula Nutjak 52
32 Ostatci vojnog logora Tilurija 52
33 Crkva svetog Spasa 54
34 Unutrašnjost crkve Čudotvorne Gospe Sinjske 55
35 Djevojačka narodna nošnja sinjskog i triljskog kraja 56
36 Muška narodna nošnja sinjskog i triljskog kraja 57
37 Odora alajčauša 58
38 Vrlička narodna nošnja 59
39 Sinjska alka 61
40 Izvedba nijemog kola 62
41 Klapsko pjevanje 63
42 Cetinska lađa 64
43 Didi s Kamešnice 65
44 Edukativna radionica „Tradicijsko lončarstvo ručnog kola“ 66
45 Zelovska lula 67
46 Ero s onoga svijeta na vrličkoj Česmi 69
47 Biciklistička staza Mlinice 71
48 Jahanje uz rijeku Cetinu 72
49 Tradicionalno jelo sinjski arambaši 73
50 Geografski položaj svih kuća za odmor na području Cetinske krajine 87
51 Manja kuća za odmor u Turjacima, za 4 osobe 90
52 Kuća za odmor u Dicmu, za 17 osoba 90
53 Kuća za odmor u Hrvacama, tipična lokacija kuće za odmor 92
54 Kuća za odmor Waterfall house u Grabu, atraktivna lokacija uz rijeku Grab 93
55 Bazen kuće za odmor Villa Elegance u Sinju 94
56 Kamena kuća za odmor Villa Irma, Udovičići 95
57 Kuća za odmor Sara u Košutama, moderniji stil gradnje 95

PRILOZI

PITANJA ZA VLASNIKE KUĆA ZA ODMOR

1. Koliko zvjezdica ima Vaša kuća za odmor? Koja je prosječna cijena noćenja u sezoni?
2. Koji su Vaši glavni razlozi i motivi otvaranja kuće za odmor?
3. Kolika je popunjenost Vaših kapaciteta i jeste li zadovoljni poslovanjem? Koje koristi imate u odnosu na iznajmljivače drugih vrsta smještaja?
4. Jeste li koristili neke poticaje, sredstva ili kredite prilikom otvaranja kuće za odmor?
5. Kakva je struktura Vaših gostiju? (domaći/stranci, mlađi/stariji, grupe prijatelja/obitelji s djecom)
6. Koje sadržaje posjedujete u Vašoj kući za odmor? Koji su najtraženiji i najčešće korišteni dodatni sadržaji koje gosti kuće za odmor preferiraju? Iskazuju li gosti interes za rekreaciju, ako da, koji oblik rekreacije? (vožnja biciklom, jahanje, kanu, rafting i slično)
7. Što biste istaknuli kao svoju glavnu prednost? Odnosno, postoji li nešto po čemu ste drugačiji od ostalih kuća za odmor i drugih smještajnih objekata?
8. Namjeravate li u budućnosti dodatno unaprijediti kvalitetu i dodatne sadržaje svog smještaja?
9. Kako, po Vašem mišljenju, kao pružatelj ove usluge, odnosno vlasnik kuće za odmor doprinosite i utječete na razvoj turističke destinacije Cetinske krajine?

PITANJA ZA OSTALE PRUŽATELJE USLUGA U DOMAĆINSTVU

1. Jesu li Vam kuće za odmor konkurenti ili komplementi?
2. Koje su, prema Vašem mišljenju, prednosti i ograničenja kuća za odmor u odnosu na ostale vrste smještaja?
3. Kako, po Vašem mišljenju, kuće za odmor doprinose i utječu na razvoj turističke destinacije Cetinske krajine?
4. Smatrate li da su kuće za odmor budućnost turizma ruralnih krajeva?
5. Jeste li razmišljali, odnosno namjeravate li, u budućnosti otvoriti kuću za odmor? Zašto?

PITANJA ZA LOKALNO STANOVNIŠTVO

1. Kako komentirate činjenicu da kuće za odmor generiraju 63% ukupnih smještajnih kapaciteta u turizmu Cetinske krajine?
2. Kako, po Vašem mišljenju, kuće za odmor doprinose i utječu na razvoj turističke destinacije Cetinske krajine?
3. Koje su, prema Vašem mišljenju, prednosti i ograničenja kuća za odmor u odnosu na ostale vrste smještaja?
4. Jeste li razmišljali, odnosno namjeravate li, u budućnosti otvoriti kuću za odmor? Zašto?
5. Treba li kontrolirati otvaranje kuća za odmor na području Cetinske krajine? Ako da, na koji način i zašto?

PITANJA ZA DIONIKE U TURIZMU

1. S obzirom na veliki porast otvaranja kuća za odmor i njihov veliki udio u sveukupnim smještajnim kapacitetima, postoji li potreba za kontrolom otvaranja kuća za odmor na području Cetinske krajine?
2. Postoje li krediti, poticaji ili investicijske linije za otvaranje kuća za odmor?
3. Je li većina smještaja u kućama za odmor (63%) prednost ili nedostatak turizma Cetinske krajine?
4. Može li se turizam Cetinske krajine, u budućnosti, temeljiti na smještaju u kućama za odmor?
5. Kako, po Vašem mišljenju, kuće za odmor doprinose i utječu na razvoj turističke destinacije Cetinske krajine? Imaju li kuće za odmor poseban utjecaj na razvoj ruralnog turizma Cetinske krajine?

ŽIVOTOPIS

OSOBNE INFORMACIJE

Bitunjac Ante

Ulica Serdara Tomaševića, 21230 Sinj (Hrvatska)

(+385) 98 970 08 95

abitunjac138@gmail.com

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2009–2013

Franjevačka klasična gimnazija s pravom javnosti u Sinju, Sinj (Hrvatska)

2013–2016

Prvostupnik kulture i turizma

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Zadar (Hrvatska)

2016–danas

Diplomski studij Poduzetništva u kulturi i turizmu

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Zadar (Hrvatska)

OSOBNE VJEŠTINE

Materinskijezik: hrvatski

6

Ostalijezici	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govornainterakcija	Govornaprodukcija	7
engleski	C1	C1	C1	C1	C1
njemački	B2	B2	B2	B2	B2
talijanski	A2	A2	A1	A1	A1

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
Zajednički europski referentni okvir za jezike