Stavovi i preferencije turista prema agroturizmu na području grada Makarske i okolice

Gojak, Dina

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Agriculture / Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:204:695838

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

Repository Faculty of Agriculture University of Zagreb







SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET

Dina Gojak

STAVOVI I PREFERENCIJE TURISTA PREMA AGROTURIZMU NA PODRUČJU GRADA MAKARSKE I OKOLICE

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2016.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
AGRONOMSKI FAKULTET
Ekološka poljoprivreda i agroturizam

DINA GOJAK

STAVOVI I PREFERENCIJE TURISTA PREMA AGROTURIZMU NA PODRUČJU GRADA MAKARSKE I OKOLICE

DIPLOMSKI RAD

Mentor: Prof. dr. sc. Marija Cerjak

Zagreb, 2016.

Ovaj diplomski rad je ocijenjen i obranjen dana _____
s ocjenom _____ pred Povjerenstvom u sastavu:

Prof. dr. sc. Marija Cerjak _____

Prof. dr. sc. Damir Kovačić _____

Prof. dr. sc. Ivo Grgić _____

SAŽETAK

Jedan od oblika ruralnog turizma je i agroturizam, koji u posljednje vrijeme dobiva sve više na važnosti. Makarsko primorje kao turistički primamljiva regija, koja iz godine u godinu privlači sve veći broj turista, nedovoljno iskorištava svoje prirodne i kulturne vrijednosti, te se oslanja samo na sezonski turizam. S obzirom na čist okoliš, mnogo prirode, te mnoštvo autohtone baštine, javlja se pitanje bi li agroturizam bio primjeren oblik turizma za područje Makarske i njene okolice, te ukoliko da, u kojoj mjeri bi bio posjećen. Upravo zbog toga, cilj ovog rada je istražiti motiviranost turista za korištenjem usluga agroturizma, utvrditi upoznatost turista s ponudom agroturizma, te donijeti zaključke za daljnji razvoj ovakvog oblika turizma na području Makarske i njene okolice. Anketirana su 183 turista, iz različitih zemalja, različitih dobnih skupina. Istraživanje je pokazalo da je 42,2% ispitanika jako zainteresirano, a 26,2% djelomično zainteresirano za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i njene okolice, te da bi njih čak 72,7% došlo i izvan turističke sezone, ukoliko bi agroturizam postao razvijen na tom području. Rezultati istraživanja pokazuju, da Makarska i njena okolica imaju velik potencijal za razvojem agroturizma, te proširenje svoje turističke ponude.

Ključne riječi: agroturizam, Makarsko primorje, anketa, turisti

SUMMARY

One of the forms of rural tourism is agro-tourism which has been getting more attention. Makarska Riviera as an attractive tourist region that each year attracts more and more tourists does not exploit its natural and cultural values and relies only on seasonal tourism. Due to the clean environment, diversity of nature and a multitude of indigenous heritage it is questionable whether agro tourism was an appropriate form of tourism for the area of Makarska and its surroundings and if so, to what extent it would be visited. The main reason and the aim of this work is to explore the motivation of tourists using the services of agro tourism, establish their familiarity with an offer and draw conclusions for the further development in this form of tourism in the area of Makarska and its surroundings. Surveyed are 183 tourists from different countries and different age groups. The survey showed that 42.2% of respondents are very interested and 26.2% are partially interested in using the services of agro tourism in Makarska and its surroundings and that 72.7% would come outside the tourist season, if the agro tourism became developed in this area. The research results show that the Makarska and its surroundings have a great potential for the development of agro-tourism, and the expansion of its tourist offer.

Key words: agrotourism, Makarska Riviera, survey, tourists

SADRŽAJ:

1. UVOD.....1

2. METODE I IZVORI PODATAKA.....3

3. RURALNI TURIZAM I NJEGOVA OBILJEŽJA.....4

3.1. Oblici ruralnog turizma.....6

3.2. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj.....12

3.3. Marketing u ruralnom turizmu.....15

4. MAKARSKA I NJENA OKOLICA.....17

4.1. Obilježja Makarskog primorja.....17

4.2. Naselja Makarskog primorja i njihova ponuda.....19

4.3. Swot analiza ruralnog područja Makarske i njene okolice.....29

4.4. Razvoj turizma na Makarskom primorju.....30

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....33

5.1. Opis uzorka.....33

5.2. Turistički boravak u Makarskoj i okolici.....35

5.3. Odnos prema ruralnom turizmu i agroturizmu.....36

5.4. Stavovi i preferencije prema agroturizmu u Makarskoj i okolici.....38

5.5 Utjecaj sociodemografskih obilježja ispitanika na njihovu zainteresiranost za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i okolice 43

5.6. Utjecaj sociodemografskih obilježja ispitanika na njihov dolazak na agroturizam na području Makarske i okolice i izvan turističke 45

6. ZAKLJUČAK.....47

7. POPIS LITERATURE.....48

1.UVOD

Razvoj ruralnog turizma na području Makarske i okolice ne bilježi značajne rezultate, s obzirom da se u prvi plan stavlja razvoj "morskog/sezonskog" turizma i njegova ponuda. Tako Makarska i njena okolica, jednostavnije rečeno- Makarsko primorje iz godine u godinu bilježi povećanje broja turista tijekom ljetnih mjeseci. Prema izvoru Makarske kronike iz 2015. godine, turističke destinacije na Makarskom primorju u ukupnom broju ostvarenih noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji sudjeluju s 37%, dok udio u turističkim dolascima iznosi 32%. Među destinacijama na Makarskom primorju, najveći broj noćenja ostvaruje se u gradu Makarskoj, a potom slijede Općina Baška Voda te Općina Tučepi (Makarska kronika,2015.g.). Zbog prirode, mora i očuvanog okoliša među poželjnim je destinacijama za ljetovanje turista u Republici Hrvatskoj. Upravo zbog takve situacije, cilj ovog rada je istražiti postoji li mogućnost za produljenjem turističke sezone, proširenjem turističke ponude i uvođenjem nove vrste turizma na području Makarske i njene okolice.

Na području Makarskog primorja nakon potresa 1962.g. dolazi do velikih promjena kako socijalnih tako i društvenih. Primorje koje je do tada bilo siromašna i periferna mikroregija postaje turistički atraktivna i urbanizirana destinacija. Osim potresa, značajnu ulogu u razvoju regije imala je i izgradnja Jadranske magistrale[1],te razvoj turizma koji je utjecao na sve segmente života lokalnih zajednica od zapošljavanja, stanovanja, prometne povezanosti, uređenja prostora i sl. Danas je Primorje prije svega prostor koji je preopterećen masovnim turizmom i masovnom izgradnjom objekata koji su vezani uz sezonski turizam. Iako takav oblik turizma unapređuje život zajednice i prostora, on sa sobom nosi i neke prijetnje; gube se tradicijske navike, dolazi do opće degradacije okoliša, i sl. Stoga se sve češće govori o održivom turizmu, koji je ponajprije promišljeni turizam, vezan usko uz razvoj lokalne zajednice-izveden iz tradicije i kulture prostora na kojem se odvija, a ne isforsiran i na silu prilagođen turistima, premda gosti uvijek na određeni način određuju ponudu. Podržava se turizam koji bi se vezao za snage i mogućnosti samog prostora, kao što su prirodne ljepote, lokalni i autohtoni proizvodi, mali i privatni poslovi i obrti. Ruralni razvoj moguć je i uz osnutak brojnih zadruga kako u stočarskoj proizvodnji tako i u voćarskoj, povrtnoj i vinogradarskoj. Nužno je ograničiti izgradnju, promišljeno i kvalitetno upravljati valorizacijom krajolika,obnoviti zapuštene dijelove prostora i obnoviti stara autohtona sela, te

[1] Jadranska magistrala (izgrađena u razdoblju od 1960. do 1965)predstavljala je, u doba centralno planirane ekonomije, modernizacijski infrastrukturni zahvat koji se povezao sva obalna naselja i učinio ih lakše dostupnima za turiste s tadašnjeg Zapada, Izvor: Poljanec-Borić, Šikić, 2012

se usmjeriti na kvalitetnije i unosnije oblike turizma, te ruralni i poljoprivredni razvoj (Podgorelec,Klempić-Bogadi,2012.).

Imajući u vidu prirodnu i kulturnu raznolikost, bogatu ponudu turističkih atrakcija te sačuvanu prirodu Makarska i njena okolica imaju sve preduvjete za razvoj ruralnog turizma, uključujući i agroturizam. Usprkos tome, i činjenici da to područje posjećuje veliki broj turista tijekom ljetnih mjeseci, agroturizam je slabo razvijen. Stoga je važno ispitati koliko su turisti upoznati s ponudom agroturizma u Makarskoj i okolici, smatraju li ga primjerenim oblikom turizma za područje Makarske te kakvi su njihovi stavovi i preferencije prema tom obliku turizma.

Tako su u radu postavljeni sljedeći ciljevi:

1. Utvrditi upoznatost turista s ponudom agroturizma na području grada Makarske i okolice
2. Ispitati zainteresiranost turista za korištenjem usluga agroturizma u ljetnoj sezoni i van sezone
3. Izraditi preporuke za daljnji razvoj agroturizma u Makarskoj i okolici

2. METODE I IZVORI PODATAKA

U istraživanju se koriste primarni i sekundarni izvori podataka. Od sekundarnih izvora korištena je relevantna znanstvena i stručna literatura, statistički izvori podataka, zakoni, te web stranice relevantnih institucija (npr. DZS RH, mint.hr, TZ Makarska). Primarni podaci su dobiveni anketnim ispitivanjem turista na području grada Makarske i njene okolice. Anketni upitnik je sastavljen na hrvatskom jeziku, i taj se koristio za ispitivanje domaćih turista, ali i turista iz Bosne i Hercegovine, te domaćih turista koji žive u inozemstvu. Osim toga, upitnik je preveden na engleski, njemački i talijanski jezik, radi anketiranja stranih turista.

Anketni upitnik sastojao se od 27 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Na pitanja otvorenog tipa ispitanici u odgovarali upisivanjem vlastitih odgovora, dok su na pitanja zatvorenog tipa odgovarali označavanjem jednog ili više ponuđenih odgovora. Anketni upitnik sastojao se od tri cjeline:

1) Turistički boravak u Makarskoj i okolici
2) Stavovi i preferencije prema agroturizmu u Makarskoj i okolici
3) Osobna pitanja

Istraživanje je provedeno tijekom mjeseca kolovoza i rujna 2015.godine, u gradu Makarskoj i njegovoj užoj okolici, Baškoj Vodi, Tučepima te Igranima, pretežito za vrijeme nekih događanja (ribarske noći, festivali i sl.). Ispitivanje je provedeno individualno na uzorku od 183 turista. Prosječno vrijeme trajanja ankete je bilo od 7 do 11 minuta.

Obrada podataka provedena je pomoću SPSS-programa (Statistic Package for Social Scienses 17.). Za analizu rezultata korištene su distribucije i frekvencije, Hi-kvadrat test, ANOVA, te su dobiveni podaci prikazani tablično i grafički.

3. RURALNI TURIZAM I NJEGOVA OBILJEŽJA

Da bi uopće mogli razjasniti pojam ruralni turizam i sve vezano uz njega, potrebno je prije svega posvetiti se samom pojmu "turizam". Kao najraširenija gospodarska grana nema točno određenu definiciju, pa ga tako Cooper i suradnici (1998.) definiraju kao privremeno kretanje u destinaciji izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada koje uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista. Prema UNWTO turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osobe izvan njegove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju (Bartoluci i sur. 2011.). Turizma ne bi bilo bez turista, pa tako Državni zavod za statistiku turista definira kao svaku osobu koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova (http://www.dzs.hr/).

U današnje moderno vrijeme koje je puno stresa, buke, nezdrave hrane, zagađenog okoliša, bolesti, ruralni turizam koji je protuteža svemu tome, privlači sve veći broj ljudi. Poznato je, još iz doba antičke Grčke, da su ruralna područja privlačila ljude i da su to bila mjesta za odmor i ugodan život. Od antičkog doba do pojave turističkih putovanja, navode se različiti i brojni primjeri odmora i rekreacije na ruralnom području (Weber, Mikačić, 1995).

Prema definiciji Vijeća Europe, ruralni turizam je "turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnije karakteristike takve vrste turizma su mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje seljačkih poslova" (Demonja, Ružić, 2010.). Ruralni turizam je najširi pojam koji obuhvaća sve turističke usluge/ aktivnosti/ vidove turizma unutar ruralnih područja, uključujući npr.lovni, ribolovni, seoski, ekoturizam.. (Baćac, 2011.).

Ružić (2009) kao početak razvoja ruralnog turizma uzima događanja kada je u kraljevskim porodicama, europskoj aristokraciji i visokoj buržoaziji selo postalo novi objekt interesa.

Ruralni turizam odvija se u ruralnom području, a ruralno područje može se definirati kao prostor izvan gradskih i upravnih središta, s malim brojem stanovnika čije je osnovno zanimanje poljoprivreda, a karakteriziraju ga posebni običaji i seoski identitet (Demonja, Ružić, 2010.). Mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, domaća hrana, upoznavanje s seljačkim poslovima i komunikacija s domaćinima su glavna obilježja ruralnog turizma

(Ružić, 2009.). U ruralnom prostoru su nastali i tradicijska sela, ruralne cjeline, tradicijska ruralna arhitektura i tradicijski interijeri, tradicijski vrtovi te ekološki, proizvodno i oblikovno uravnoteženi kulturni pejzaž. Pojedina područja ruralnog prostora u međuvremenu su proglašena zaštićenim dijelovima prirode te predstavljaju turistički vrlo privlačnu zaštićenu prirodnu baštinu (Kušen, 2006.).

Ruralni turizam zadire u dva gospodarska sektora -turizam i poljoprivredu- koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu. Kušen (2006.) pak nadodaje da je ruralni turizam "dodatni izvor prihoda, osobito žena i važan je u smanjivanju stope ruralne depopulacije".

Ruralna područja pružaju mogućnost različitih turističkih aktivnosti na strani potreba turista ili ponuda i želja na strani potražnje. Prema popisu koji je napravljen pri Vijeću Europe aktivnosti se svrstavaju u 7 skupina : ture, aktivnosti na vodi, aktivnosti u zraku, sportske aktivnosti, aktivnosti otkrivanja zanimljivosti radnih procesa, kulturne aktivnosti i aktivnosti zdravstvenog karaktera (Demonja, Ružić, 2009.).

Turistička seljačka gospodarstva uglavnom se smatraju obrascem ruralnog turizma. Međutim, za razvoj ruralnog turizma nisu dovoljna samo turistička seljačka gospodarstva već i drugi smještajni objekti u ruralnom prostoru. Potrebna je i ostala ugostiteljska infrastruktura: restorani, kušaonice vina, uređene turističke atrakcije, osmišljene vinske ceste, biciklističke staze, hodočasnički putovi, receptivne turističke agencije, tj. potrebne su osmišljene i organizirane ruralne turističke destinacije (Demonja, Ružić, 2010.).

Ruralni turizam ima svoje i pozitivne i negativne strane, pa tako od pozitivnih možemo izdvojiti:

- Nova zapošljavanja
- Može se razviti s malim ulaganjem kapitala i znanja, te pruža razvojne mogućnosti malim poduzetnicima
- Promovira se regija/kraj i jača lokalna kultura
- Dodatni je izvor prihoda za gospodarstvo
- Mogućnost ponovnog naseljavanja mjesta koja teže depopulaciji
- Poboljšanje javnih usluga i kvalitete života,

a od negativnih:

- Zagađenje okoliša (problem otpada)
- Uništavanje flore i faune

- Promjena lokalne kulture radi prilagođavanja potrebama tržišta
- Konkurencija u vidu ostalih oblika turizma (industrija)
- Omogućuje brz ekonomski rast, ali je često i uzrokom njegovom brzom padu
- Sezonski karakter (Petrić, 2006; Kesar, 2014.).

Ružić (2009.) u svojoj knjizi daje kriterije koji su potrebni za definiranje okvira ruralnog turizma, a to su:

- Položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu (manje od 5000 stanovnika)
- Ruralno okruženje, s izraženim karakteristikama tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima
- Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolici
- Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja
- Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta
- Gostoljubivost-osobna briga domaćina o gostu
- Mali kapacitet smještajne jedinice (do 40 kreveta)
- Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju
- Društvena i socijalna održivost u kontekstu multi-funkcionalnih aktivnosti u ruralnom području
- Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom
- Lokalni proizvodi i gastronomija
- Kultura (folklor, običaji, nasljeđe…)

3.1. Oblici ruralnog turizma

S obzirom na značajke pojedinih dijelova ruralnog prostora, osobito s obzirom na strukturu njihove atrakcijske osnove, mogu se javljati različite osnovne ili složene vrste turizma (Kušen,2006.):

Agroturizam (seljački turizam) je oblik turizma kod kojega je osnovna aktivnost (djelatnost) poljoprivredna proizvodnja, dok turističke usluge smještaja i prehrane gostiju čine dodatnu aktivnost. Vlasnik gospodarstva sa svojom obitelji, u pravilu, živi na samom gospodarstvu dok se za turističke usluge koristi višak prostora unutar gospodarstva (Baćac, 2011.). S obzirom na usluge i objekte razlikuje se nekoliko varijanti oblika agroturizama.

Prema uslugama, razlikuju se agroturizmi u kojima se pružaju a) samo usluge prehrane, b) samo usluge smještaja, i c) usluge i smještaja i prehrane. S obzirom na objekte, razlikuju se oblici agroturizama za odmor: a) u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture, b) u obiteljskom ruralnom hotelu, c) u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture, d) u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture, i e) na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom (Demonja, Ružić, 2010.).

Tablica 1.Specifičnosti seoskog turizma naspram gradskoga i odmorišnog turizma

Gradski/odmorišni	**Seoski**
Naselja s više od 10 000 stanovnika	Naselja s manje od 10 000 stanovnika
Izgrađen (urbaniziran okoliš)	Prirodni okoliš
Intenzivna infrastruktura	Slaba infrastruktura
Značajni zabavni i trgovački sadržaji	Snažne individualne aktivnosti
Veliki objekti	Mali objekti
Kompanije u nacionalnom/međunarodnom vlasništvu	Posao koji je u lokalnom vlasništvu
Samopodržavajući turistički interesi	Turizam podržava ostale interese
Zaposlenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta	Zaposlenici često žive blizu radnog mjesta
Rijetko je pod utjecajem čimbenika sezonalnosti	Često je pod utjecajem faktora sezonalnosti
Odnosi s gostima su nepersonalizirani	Odnosi s gostima su personalizirani
Profesionalni menadžment	Amaterski menadžment
Etika rasta i razvoja	Etika očuvanja/ograničavanja rasta

Izvor: Jelinčić D. A., Agroturizam u Europskom kontekstu, Pregledni rad, 348.48 (4-22), str.273, 2007.

Rezidencijalni turizam predstavlja boravak i odmor u sporednom stanovanju (u vlastitim objektima-vikendicama) gradskih stanovnika u dane vikenda, blagdana, godišnjeg odmora. Uobičajeno je da se ti objekti nalaze u ruralnom prostoru u blizini gradova ili značajnih prirodnih i drugih atrakcija. U tim objektima, smještenima u selima ili izvan njih, borave njihovi vlasnici, ali se mogu iznajmiti i drugima, te predstavljaju značajni turistički potencijal (Demonja, Ružić, 2010.). Koristi od ovog oblika turizma su ti da korisnici ostvaruju turističku potrošnju, plaćaju takse i poreze, omogućuju dodatno zapošljavanje, kod izgradnje sudjeluju u financiranju komunalne infrastrukture, te cjelogodišnji turistički potencijal (Mesić, 2014.).

Zavičajni ili nostalgični turizam temelji se na osobnoj vezi pojedinaca i određenih mjesta i krajeva. Riječ je o vezi stanovništva koje je doselilo u grad s njihovim zavičajem. Iz tih veza nastaju česta putovanja gradskog stanovništva u zavičaj u kojem spavaju, hrane se kod rodbine ili u lokalnim ugostiteljskim objektima, troše u trgovini i sl. Ovaj oblik turizma često prelazi u rezidencijalni (Demonja, Ružić, 2010.).

Sportsko-rekreacijski turizam je boravak i odmor temeljen na sportsko zabavnim aktivnostima u prirodi kao što su: šetnje, vožnja biciklom, skijanje, skijaško trčanje, jahanje, klizanje, plivanje, veslanje, badminton, igre loptom, te na posebno opremljenim i izgrađenim igralištima za skijanje, streličarstvo, tenis, odbojku, rukomet, nogomet, košarku i sl. (Demonja, Ružić, 2010.). Turizam i sport oduvijek su međusobno povezane društvene pojave. Dok je u starom Rimu i Grčkoj sport bio pokretač ljudi na putovanje u cilju posjeta velikim sportskim priredbama, u suvremenom turizmu sport je dobio mnogo širu ulogu. On je važan sadržaj boravka tijekom kojega su turisti aktivni sudionici u različitim sportskim aktivnostima. Očito je da sportsko-rekreacijske potrebe koje nastaju kao posljedica suvremenog načina rada i života, snažno utječu na potražnju sportsko-rekreacijskih usluga u turizmu. To je ujedno i poticaj za razvoj sportsko-rekreacijskih sadržaja u turizmu (Bartoluci i sur.,2007.).

Avanturistički turizam je oblik rekreacijskog turizma kojemu je temelj rekreacija, ali s mnogo rizika, uzbuđenja, a od sudionika zahtijeva veliku fizičku i psihičku pripremljenost. U taj oblik turizma ubraja se alpinističko penjanje, treking[2], vožnja brdskim biciklom, akrobatsko skijanje, rafting, letenje zmajem i slično. Avanturistički turizam dobiva sve više na važnosti. Danas je taj oblik turizma u punoj ekspanziji, jer današnji turist traži uzbuđenja, nešto novo i nesvakidašnje, dobro i jeftino. Ako se tome može udovoljiti, turisti će zadovoljni odlaziti i ponovo dolaziti u odredišta koja pružaju spomenuta zadovoljstva (Demonja, Ružić, 2010.). Ciljni segment ovakvog oblika turizma su menadžeri, poduzetnici, brokeri i ostali poslovni ljudi, koji su pod svakodnevnim pritiskom i dolaze u stresne situacije (Mesić, 2014.).

Zdravstveni turizam je složena gospodarska aktivnost u kojoj se stručno i kontrolirano koriste prirodni ljekoviti činitelji, postupci fizikalne medicine i programirane

[2] Treking-mješavina pješačenja i hodanja gdje je potrebno od točke A do točke B doći u najkraćem mogućem vremenu, Izvor: http://www.plivazdravlje.hr/aktualno/clanak/9090/Trekking-aktivnost-za-opustanje-i-adrenalin.html

fizičke aktivnosti u svrhu održavanja i unapređenja fizičkog, mentalnog i duhovnog zdravlja turista te poboljšanje kvalitete njihova života (Kesar, 2014.). U ovom obliku turizma usluge smještaja i prehrane, te medicinski nadzor turistima se osiguravaju u posebnim objektima-lječilištima (Demonja, Ružić, 2010.). Zdravstveni turizam spada među najstarije oblike turizma, a prednosti su mu: mogućnost odvijanja aktivnosti tokom cijele godine, individualni izbor usluge (terapije), spajanje zdravlja, zabave i aktivnog života, komplementarnost s drugim specifičnim oblicima turizma te očekivana daljnja ekspanzija potražnje za zdravstveno-turističkim uslugama (Kesar, 2014.).

Kulturni turizam predstavlja putovanje radi obilaska spomenika kulture, muzeja, galerija i kulturnih manifestacija. Kulturni turizam u prvi plan stavlja kulturu, obrazovanje, doživljaje i iskustva kao zahtjeve aktivnog i sadržajnog odmora (Demonja, Ružić, 2010.). Kulturni resursi dijele se na: znamenitosti, spomenike, muzeje, rute, kulturno-zabavne centre, kulturno-povijesne lokalitete i manifestacije. Neke od prednosti razvoja kulturnog turizma su: povećanje potrošnje i produljenje boravka, privlačenje potražnje više platežne moći, očuvanje kulturnih vrijednosti lokaliteta i kulturnog identiteta i slično (Kesar, 2014.).

Vjerski turizam može se definirati kao oblik turističkih kretanja kojima turisti nastoje zadovoljiti potrebe religijskog i duhovnog karaktera. Ovaj oblik se često naziva i hodočasnički turizam. U centru zbivanja je posjet hodočasnika sakralnim objektima (crkvama, hramovima i dr.) koji na taj način putem turističke potrošnje izravno potpomažu očuvanju kulturne i povijesne baštine (Hegeduš, Koščak, 2014.). Ovaj oblik turizma ima i neke negativne učinke poput izuzetno velikih gužvi, opasnosti od terorizma, prekomjerno opterećenje infrastrukture te zagađenja okoliša (Kesar, 2014.).

Lovni turizam je tipični oblik turizma karakterističan za ruralni prostor na čijim poljoprivrednim, ostalim zemljišnim i vodenim površinama se provodi. Ovom obliku turizma posebno pogoduju geografski, hidrografski i klimatski uvjeti, te biljni pokrivač koji čine posebne pogodnosti za uzgoj i rast divljači, te se tako stvaraju pretpostavke za lovni turizam. Sudionici ovog oblika turizma su lovci, ali i članovi njihovih obitelji (Demonja, Ružić, 2010.). Oblik je turizma koji je privlačan sudionicima više platežne moći, te ima odlike ekoturizma i cjelogodišnjeg turizma (Kesar, 2014.). Današnji problemi lovstva i lovnog turizma u Hrvatskoj odnose se na neadekvatnu smještajnu ponudu, nesređene statističke

izvore, nestručnost zaposlenih u području lovnog turizma, izostanak promocije, marginaliziranje uloge lovnog turizma u strategijama razvoja (Kušen, 2006.).

Ribolovni turizam je tipični oblik turizma koji se ostvaruje na ruralnom prostoru, na njegovim vodenim površinama. Ribolovci kao sudionici u ribolovnom turizmu vole, i traže, čiste i zdrave vode i ribe. Za njih je ribolov sport, hobi, rekreacija i očuvanje prirodne okoline. Jedan od osnovnih preduvjeta za razvoj ribolovnog turizma je briga za očuvanje kvalitete voda i njihova zaštita od onečišćenja. Također, uz čiste vode daljnji uvjet za razvoj ovog oblika turizma je lijepa okolina, kvalitetna riba, mogućnosti odgovarajućeg smještaja i osiguranje drugih sadržaja u prostoru za ugodan i zdrav boravak turista (Demonja, Ružić 2010.).

Gastronomski turizam temelji se na gastronomskoj ponudi koja je na ruralnom prostoru vrlo zanimljiva. Za gastronomski turizam je važna raznovrsna i "uočljiva" ponuda hrane. U okviru te ponude trebaju biti vidljive posebnosti i raznovrsnosti, kao što su nacionalna i regionalna jela i ona tradicijske kuhinje. Te posebnosti treba prezentirati specifičnim potrošačima, na primjer vegetarijancima, ljubiteljima biološki uzgojene hrane, lovcima, ribolovcima, ali i onima koji uživaju u hrani- gurmanima ili onima koji vole probati jela kraja u koji odlaze. U okviru ovog oblika turizma mogu se ponuditi tematska gastro-putovanja (kroz stoljeća, plemenitašku i seljačku kuhinju, berba šparoga ili tartufa, kolinje, degustacija pršuta, zabave, natjecanja, i slično), od jednodnevnih do višednevnih, s obilaskom cijele zemlje ili samo neke regije (Demonja, Ružić, 2010.). Prednosti razvoja gastronomije su: stvaranje cjelovitog i kvalitetnog turističkog proizvoda i obogaćivanje ukupne turističke ponude, razvoj turizma u unutrašnjosti i izvan glavne turističke sezone, razvoj ruralnih područja, zapošljavanje, prednosti za vinare i poljoprivrednike, poticaj za očuvanjem kulture i tradicije i slično (Drpić, Vukman, 2014.).

Vinski turizam promatra se u uskoj vezi s gastronomskim, jer je vino pratitelj hrane. Za razvoj ovog turizma potrebna su, prije svega vinogorja (Demonja, Ružić, 2010.). Može se definirati kao i posjet vinogradima, vinarijama, vinskim cestama i vinskim festivalima i izložbama, pri čemu kušanje vina i/ili doživljaj atrakcija vinogradarske regije predstavljaju primarne motivirajuće čimbenike za posjetitelje. Koristi od vinskog turizma su: povećava prodaju vina, educira posjetitelje, privlačenje novih tržišnih segmenata, povećani broj

posjetitelja i potrošnja, očuvanje lokalnog načina života, zaštita prirodne sredine i tradicijskih krajolika (Panenić, 2013.).

Ekoturizam za razliku od ostalih oblika turizma izravno pridonosi očuvanju prirode. Pored ove prednosti, ekoturizam kao i ostali oblici turizma otvara mogućnosti za ostvarenje bolje ekonomske uspješnosti, zapošljavanje novih zaposlenika te ostvaruje sredstva za financiranje i upravljanje zaštićenim prirodnim područjima (Demonja, Ružić,2010.). Održiv je oblik turizma čiji se razvoj temelji na očuvanim prirodnim resursima, a putovanja često podrazumijevaju uključenost rekreacije, obrazovanja, pustolovine i volonterstva (Kesar, 2014.). Načela ekoturizma: kvaliteta prostora (čist od svakog zagađenja), ograničenost iskorištavanja ekosustava, zaštita prirodnih bogatstava treba imati lokalni karakter, korist treba pripasti lokalnom stanovništvu (Mesić, 2014.).

Edukacijski turizam je oblik turizma temeljen na programu upoznavanja polaznika s obilježjima ruralnog prostora, stjecanju iskustva za vrijeme boravka u prirodi i drugih spoznaja u vezi s ruralnim prostorom. Polaznici u edukacijskom turizmu mogu biti đaci/učenici, kojima su organizirana izletnička putovanja s boravkom u improviziranim kampovima, i turisti koji u tu svrhu provode različite oblike posjeta i koriste različite oblike smještaja (Demonja, Ružić, 2010.).

Kamping turizam je oblik ruralnog turizma u kojem turisti za smještaj i boravak odabiru kampiranje. Kampiranje u ruralnom prostoru ostvaruje se, uglavnom, u malim, često improviziranim kampovima, smještenima u okviru druge ugostiteljske ponude ili seljačkog gospodarstva, ali u blizini prirodnih ljepota i kulturno povijesnih znamenitosti. Kampovi u ruralnom prostoru mogu se podijeliti na: a) kampovi namijenjeni tranzitnom turizmu(u blizini prometnica), b) kampovi u blizini velikih gradova(korisnici su niskih platežnih mogućnosti, smeta ih gradska buka i gužva), i c) kampovi smješteni na atraktivnim lokacijama u ruralnoj sredini(klasični kampovi, i za naturiste). U ovoj vrsti turizma potrebno je osim usluge smještaja, osigurati i restorane, trgovine, različite mogućnosti za sport i rekreaciju i slično (Demonja, Ružić,2010.).

Nautički turizam je plovidba i boravak turista-nautičara na plovnim objektima, kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije[3] U posljednjih nekoliko desetljeća dvadesetog stoljeća razvijao se takvim tempom da je danas prerastao u masovnu pojavu, odnosno prestao je biti privilegij visokih slojeva društva iako po svojoj socijalnoj strukturi obuhvaća pretežno klijantelu s višim prihodima. Njegove negativne posljedice su te da ima sezonski karakter, onečišćavanje i okupacija mora i obale, uništavanje vodene flore i faune, privatizacija obala, devastacija krajolika, smanjena sigurnost ljudskih života na moru i slično. Nautički turizam ima svoje primarne i sekundarne receptivne kapacitete. Od primarnih to su: luke nautičkog turizma, brodogradilišta i parkirališta, uslužni kapaciteti, a od sekundarnih: tereni i objekti za sport i rekreaciju, zabavu, i slično (Bartoluci i sur. 2007.).

3.2. Ruralni turizam u Republici Hrvatskoj

Mnoge europske zemlje sustavno se - negdje dulje od stoljeća, negdje kraće - bave razvitkom ruralnog područja, osobito razvojno osjetljivijih dijelova, kao strateškim nacionalnim ciljem. Ruralni prostori Hrvatske njezin su prirodni kapital i konkretni razvojni potencijal, osobito u suvremenom europskom kontekstu. Hrvatska kao mala zemlja, raspolaže velikim i razmjerno dobro očuvanim ruralnim prostorom, s velikom raznolikošću u tom prostoru, sa sve većim neravnomjernostima u razvoju, mnogim neiskorištenim prirodnim, ljudskim, naseljskim i infrastrukturnim potencijalima. Zahvaljujući tradicionalnim tipovima naseljenosti i lokalnim tradicionalnim djelatnostima, neka su ruralna područja u Hrvatskoj tijekom stoljeća poprimala specifičnosti koje se danas prepoznaje kao jedinstven spoj prirodnog i kulturnog naslijeđa (Štambuk, 2012.). Ruralni prostor Hrvatske, u sjeni hrvatskoga maritimnog prostora, ostao je vrlo slabo turistički iskorišten. Tek je blokada znatnog dijela hrvatskog Jadrana za Domovinskog rata skrenula pozornost na cjelokupni kontinentalni prostor Hrvatske, u kojem se nalazi i pretežiti dio njezina ruralnog prostora, kao na alternativni ili komplementarni turistički resurs hrvatskom maritimnom prostoru (Kušen, 2006.). Tada je započeto niz akcija na poticanju razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj. Nakon političkih promjena, osamostaljenja Hrvatske i vojne blokade Jadrana, početkom 90-ih godina prošlog stoljeća i promjena na europskom turističkom tržištu, koje su se naglašenije počele javljati desetak godina ranije, u Hrvatskoj je porastao interes za razvoj ruralnog turizma (Kušen, 2006.).

[3] Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14), IV. Turističke usluge u nautičkom turizmu, članak 44, 2014.

Primjenom OECD kriterija, prema kojemu se područja klasificiraju kao ruralna ili urbana temeljem praga od 150 stanovnika na km^2 , kada je riječ o ruralnim područjima u Hrvatskoj, 91,6% ukupnog područja Republike Hrvatske klasificira se kao ruralno, a 8,4% kao urbano. Čak 88,7 % naselja smješteno je u ruralnim područjima, a 11,3% u urbanim s 35% stanovništva u 14 gradova s više od 30 000 stanovnika. Od ukupnog broja stanovništva Republike Hrvatske njih 47,6% živi u ruralnim područjima, a 52,4% u urbanim (Demonja, Ružić, 2010.). Izračunom toga dobivamo činjenice: a) Hrvatska kao država pokazuje visok stupanj ruralnosti, b) većina (14 od 21) županija je klasificirana kao uglavnom ruralna regija, c) pet županija (Sisačko-Moslavačka, Karlovačka, Ličko-Senjska, Virovitičko-Podravska i Šibensko-Kninska) imaju vrlo visok stupanj ruralnosti, d) u 6 županija udio ukupnog stanovništva koje živi u ruralnim zajednicama varira između 15-50% i e) samo jedna županija (odnosno Grad Zagreb) se može opisati kao uglavnom urbana (IPARD, 2011.).[4] Prirodno i kulturno najzanimljivije i često vrlo lijepe dijelove ruralnog prostora, Republika Hrvatska je zaštitila: ukupno 8% svoje površine. Najviše zaštićenog prostora pripada parkovima prirode, 3,7% (Štambuk, 2012.). S obzirom na raznolikost prirodnih resursa te obilježja ruralne arhitekture i tradicije u Hrvatskoj, može se izdvojiti sedam ruralnih područja: 1) Slavonija, Baranja i Srijem, 2) Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina, 3) Posavina, Pokuplje, Moslavina, 4) Gorski Kotar i Žumberak, 5) Lika i Kordun, 6) Istra i Hrvatsko primorje i 7) Dalmacija (Demonja, 2014.).

Turistička seljačka obiteljska gospodarstva, na kojima se ostvaruje agroturizam ili seljački turizam, u proteklom desetljeću zaživjela su u jedan novi turistički proizvod ruralnog prostora Hrvatske, čijem brzom kvantitativnom rastu i kvalitativnom razvoju svjedočimo iz godine u godinu. Pa tako vidimo da je broj registriranih turističkih seljačkih gospodarstava u 2007-oj godini iznosio 352 (Demonja, Ružić, 2010.), a zadnji podatak iz 2013. godine govori da se broj uspeo na 447 (Grgić i sur; 2015.). Najveći broj njih nalazi se u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, a zatim u Istarskoj (Demonja,Ružić, 2010.). Iako je iz godine u godinu prisutan rast turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava, oni nisu ravnomjerno raspoređeni u svim županijama. Čak 3/4 od ukupnog broja gospodarstava nalazi se u županijama s izlazom na more i tamo je ostvareno oko 90% od ukupnog broja noćenja na turističkim seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj (prednjači Istra) (Lukić, 2002). Od ostalih oblika turizma, možemo spomenuti i zdravstveni,koji iz godine u godinu raste, a primjer toga je da je u 2013.godini u svim hrvatskim lječilištima i specijalnim bolnicama ostvareno oko milijun

[4] IPARD program,Zagreb, 2011.Plan za poljoprivredu i ruralni razvoj 2007-2013.

noćenja (Ministarstvo turizma, 2014.).[5] Kulturni turizam temelji se na bogatstvu materijalne i nematerijalne kulturne baštine, koje je u Hrvatskoj puno, pa se tako 40% kulturno-povijesnih dobara nalazi samo u unutrašnjosti Hrvatske. Broj posjetitelja kulturnih turističkih atrakcija 2007. godine bio je 7,9 milijuna (Demonja,Ružić, 2010.). Ukupno lovno područje u Hrvatskoj iznosi 5,6 milijuna ha, pa tako Hrvatska ima velike mogućnosti plasmana lovnog turizma na europsko područje (Kesar, 2014.). Gastronomski i vinski imaju izvrsne razvojne mogućnosti, s obzirom da je raznolika ponuda. Ekoturizam vrlo je popularan u Hrvatskoj , jer se turisti sve više zanimaju za prirodu, a tu su najzanimljiviji zaštićeni dijelovi prirode kojih u Hrvatskoj ima u većem broju. Kamping turizam nije razvijen u dovoljnoj mjeri, te broji samo 560 do 1000 mjesta, a nautički se razvio u ograničenom opsegu na rijekama, te se koriste manji čamci, na kraćim relacijama, pretežno u sportsko-rekreacijske svrhe. Potražnja na ruralnom turističkom tržištu Hrvatske je mala, ali u stalnom porastu. Prema ostvarenoj posjeti turista na ruralnom području u Hrvatskoj, procjenjuje se da je potražnja danas na razini 838 000 posjetitelja. Od ukupne potražnje ruralnog turističkog proizvoda Hrvatske, 42% odnosi se na domaće, a 58% na strane turiste (Demonja, Ružić, 2010.).

Važno je i objasniti činitelje koji pogoduju razvoju ruralnog turizma u Hrvatskoj. To su činitelji potražnje i činitelji ponude. Činitelji potražnje dijele se na objektivne i subjektivne. U objektivne spada: radna i životna sredina, prirodni ambijent, slobodno vrijeme i slobodna sredstva te ostali objektivni čimbenici (razne pogodnosti i povlastice koje daju država i krupna poduzeća). Subjektivni predstavljaju subjektivno ponašanje pojedinaca kojima se pojačava djelovanje objektivnih činitelja. Činiteljima ponude se privlače turisti, vrši njihov transport i prihvat, odnosno omogućava im se boravak u turističkom odredištu i stvara se cjelovitost turističke ponude. Oni se dijele na privlačne ili atraktivne, prometne ili komunikativne i prihvatne ili receptivne (Demonja, Ružić, 2010.).

Hrvatska ima značajne izglede za razvoj ruralnog turizma. Podjednako je atraktivna kao i ostale europske zemlje u okruženju (Slovenija, Austrija, Mađarska i Italija) koje su zavidno razvile svoj ruralni turizam, dapače, ona svojim atrakcijskim bogatstvom svoga ruralnog prostora nadilazi mnoge od njih. Dio zaostajanja razvoja hrvatskog ruralnog turizma vezan je za političko i imovinsko-pravno agrarno naslijeđe i raniju nezainteresiranost poljoprivrednog sektora za razvoj ruralnog prostora i ovu vrstu turizma u njemu (Kušen, 2006.). Međutim, u okviru priprema za ulazak Hrvatske u EU, ruralni prostor došao je u središte pozornosti, a započeo je i proces okrupnjavanja obiteljskih seljačkih gospodarstava,

[5] Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf

što je osnovni uvjet za razvoj ruralnog turizma (Kušen, 2006.). Razvoj ruralnog turizma temelji se na održivom razvoju, i on se mora rješavati strategijom dalekosežnih procjena, što će spriječiti njegove negativne utjecaje. Podizanje kvalitete života i sprječavanje depopulacije bi trebali biti glavni ciljevi turizma u ruralnom prostoru Hrvatske, pa je tako potrebno za svaku ruralnu regiju Hrvatske odrediti koncepciju razvoja uz uvjet očuvanja njezinih izvornih obilježja, prirode i kulturnog nasljeđa. Održivi turizam, dakle, treba biti onaj dio gospodarstva koji na ruralnom prostoru pokreće sve ostale gospodarske djelatnosti (Demonja, Ružić, 2010.). U cilju jačanja ruralnog turizma Program Ruralnog razvoja RH za razdoblje 2014.-2020. predvidio je raspodjelu sredstava od 2,4 milijarde eura, te su u planu brojne investicije, potpore i programi za obnovu, očuvanje i povećanje bio-raznolikosti, poticanje ekološkog uzgoja i proizvodnji energije iz obnovljivih izvora (Ministarstvo turizma, 2013.).

3.3 Marketing u ruralnom turizmu

Pod pojmom marketinga u turizmu razumijeva se sustavno i koordinirano prilagođavanje politike turističkih poduzeća i turističke politike na lokalnoj, regionalnoj i međunarodnoj razini, da bi se postiglo optimalno zadovoljenje potreba određenih skupina potrošača i tako stvorio profit. Uspjeh marketinga mjeri se profitom, a marketing suvremenog društva podređen je ciljevima i zadacima toga društva. Nositelji marketinga u turizmu su svi subjekti uključeni u turističku ponudu (Demonja,Ružić, 2010.). Marketing i promocija turističkog seoskog obiteljskog gospodarstva pa tako i cjelokupnog ruralnog turizma su najvažniji koraci što se tiče poslovanja (Baćac, 2011.).

Za početak treba odrediti ciljeve te marketinšku strategiju koja će dovesti do ostvarenja postavljenih ciljeva.

Uspješno vođenje marketinške strategije zahtjeva:

- Analizu tržišnih prilika
- Odabir ciljnog tržišta
- Razvoj marketinškog spleta
- Uspješno upravljanje marketingom

Za postizanje cilja potrebno je iskoristiti mogućnosti koje nam ruralni prostor pruža kao što su što su; atraktivnost prirodnih resursa, opsežni agrokulturni identitet, bogata lokalna

gastronomija, brendirani gastronomski proizvodi, obnova i izgradnja nove infrastrukture te sve ekonomski valorizirati.

Neke moguće ciljne skupine ruralnog turizma su: posjetitelji na jednodnevnim izletima, turisti za kratki odmor, obitelji s malom djecom, treća dob, osobe s posebnim interesima, obrazovne skupine, osobe s invaliditetom (Cerjak, 2014.).

Svako turističko gospodarstvo/regija bi trebalo definirati elemente marketinškog spleta:

- Proizvod- je srce svih marketinških aktivnosti. Uvijek mora biti onakav kakvog ga potrošači očekuju da bude. Proizvod može biti: roba, usluge, mjesto, ideje i osobe. Za prodaju ruralnog turističkog proizvoda neophodno je osmisliti odgovarajuću prodajnu strategiju u kojoj prodavatelj mora posjedovati različite kreativne, inovativne sposobnosti, zatim znanja, vještine i drugo (Demonja, Ružić, 2010.).
- Distribucija- ili fizičko prenošenje proizvoda od proizvođača do krajnjeg potrošača. Zadaća je distribucije dostaviti traženi proizvod ili uslugu do kupca u pravo doba, u pravom obliku, na pravo mjesto, u traženim količinama i uz najniže moguće troškove (Kotler, 2001.). Specifičnost distribucije u turizmu ogleda se u tome što se proizvod ne dostavlja do potrošača, nego potrošač mora doći u destinaciju, te se proizvodi i usluge koji se nude na turističkom tržištu ne mogu odvojiti od prostora na kojem se "proizvode" već su za njega čvrsto vezani. Postoje izravni i neizravni distribucijski kanali. U izravne spada prodaja u vlastitim prodavaonicama, preko interneta, na sajmovima i slično, dok neizravni kanali uključuju prodaju preko agencija, turoperatora, i ostalo.
- Cijena- pri određivanju prodajne cijene najvažnije je što se želi postići određenim proizvodom/uslugom na tržištu. Kod određivanja cijena neophodno je poznavati troškove proizvodnje, konkurentske cijene, te utjecaj cijena na odluke turista.
- Promocija- komunikacija s turistima i širom javnošću. Zbog sve veće konkurencije na turističkom tržištu, promidžbene aktivnosti zauzimaju sve važnije mjesto u odabiru strategije marketinškog spleta. Opće karakteristike promidžbenih aktivnosti u turizmu su da moraju biti: smišljene, istinite, informativne, kontinuirane, i ispravno tržišno orijentirane (Demonja,Ružić, 2010.).

4. MAKARSKA I NJENA OKOLICA

4.1. Obilježja Makarskog primorja

Makarsko primorje, dio srednjodalmatinske regije, je u geografskom smislu jasno izdiferenciran prostor. Pruža se u dužini od pedesetak kilometara od Velike vrulje kod Dubaca na sjeverozapadu do rta Kokuljica na jugoistoku, u širini od 4 do 7 km, a od zaleđa ga odvajaju vapnenački strmci Biokova i Rilića (Mišetić, Bara, 2012.). U tom se prostoru danas nalazi 19 naselja razvrstanih u jednom gradu (Makarska) i pet općina (Brela, Baška Voda, Tučepi, Podgora i Gradac) Splitsko-dalmatinske županije. Odlikuje se s dva različita geografska područja, uskim obalnim pojasom i podbiokovskom zonom (Mišetić, Bara, 2012.). Taj kraj, zanimljiv povijesno i geografski, u zadnjim desetljećima razvojem turizma svakodnevno postaje još zanimljiviji tako da bilo koje znanje o njemu, a posebno o toponomastici[6] njegovih privlačnijih naselja, biva ne samo za starosjedioce nego i za tisuće domaćih i stranih posjetioca-kulturna potreba. Geografske, ekološke i hidrološke osobine Makarskog primorja vrlo rano su omogućile egzistenciju čovjeka. Obronci Biokova pogodni su za razvoj stočarstva i ograničenog broja poljoprivrednih kultura kojih je kultiviranje započelo u antici, a još i danas predstavljaju važne komponente poljoprivrede ovog kraja (maslina, vinova loza). Više uvjeta za život pružali su tereni s plodnom zemljom u uvalama uz more i na blagim padinama Biokova gdje se kroz povijest vršila veća koncentracija stanovništva i formirala prva naselja (Jurišić, 1970).

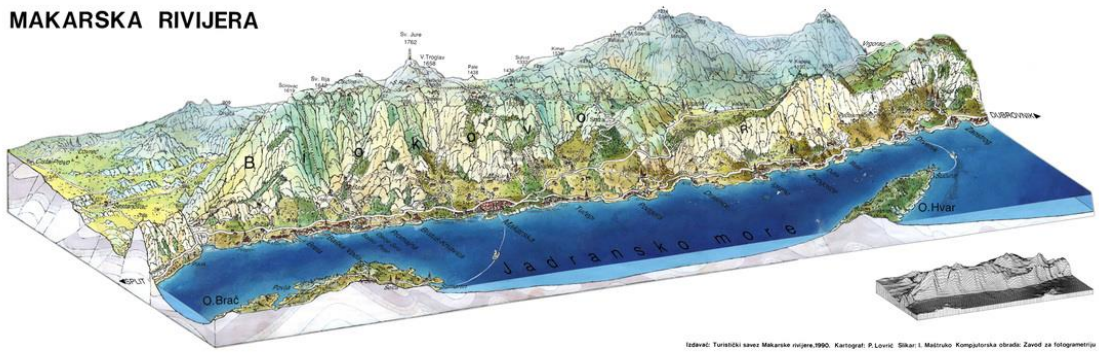
Samo središte primorja, grad Makarska smjestio se na 43° 17' 38" sjeverne zemljopisne širine i na 17° 1' 20" istočne zemljopisne dužine. Grad od unutrašnjosti oštro dijeli planina Biokovo, a sa srednjodalmatinskim otocima Bračem i Hvarom povezuje ga Jadransko more, koje je upravo na području Makarskog primorja izmodeliralo neke od najljepših hrvatskih plaža (www.wikipedia.hr) . Područje Makarskog primorja karakterizira mediteranska klima, ali u pomalo izmijenjenom obliku. Planina Biokovo klimatska je pregrada prema osojnom prostoru Makarske koji se spušta do mora. Radi velike razlike u apsolutnim visinama i blizine mora, javljaju se specifične klimatske prilike. Na klimu ovog područja povrh izmjena sunca, morskih struja i vjetrova, utječe podjednako i planina i more. Stoga su i onako vrlo visoke prosječne temperature kroz cijelu godinu, u zimskim mjesecima oko 10ºC, a u proljetnim i ljetnim 21 º C, sklone prilagođavanju visinskim stupnjevima

[6] Toponomastika je znanost o zemljopisnim nazivima toponima, dok su toponimi imena mjesta

planine, a nagib njenih litica pogoduje kutu padanja sunčevih zraka, ponekad reflektirajući njihovu toplinu. Kiše su stabilne, ali rijetke. Snijeg koji se zimi zadržava na planini i njenim obroncima prema moru, još je jedan osebujan ukras Makarskog primorja. Zračna strujanja oblikuju ružu vjetrova. Jugo je glasnik kiše i neverina, tramuntana udara frontalno, jugo-istočnjaci i istočnjaci, rijetki lebići, levanti i garbinade, olujni su vjetrovi. No nijedan se ne može mjeriti sa sjevercem, makarskom burom, koja za zimskih i proljetnih mjeseci zna doseći snagu orkana (Barbieri, 1990.). Šljunčane plaže, po kojima je Makarsko primorje poznato nastale su djelovanjem valova i morskih struja.

Prvi važniji opći popis stanovništva u Dalmaciji nastao je u Dubrovačkoj Republici 1673./74. godine., dok popis stanovništva Makarskog primorja iz 1695.godine vremenski ne zaostaje mnogo za tim popisom. Popisi domova Makarskog primorja 1475.-1477. i oko 1626. godine nastali su zbog potreba turske vlasti, dok su prvi popisi stanovništva u nas nastali zbog potreba mletačke vlasti. Popis stanovništva Makarskog primorja iz 1695.g. prvi je detaljniji i cjelovito sačuvani popis stanovnika ovoga kraja. Prema tom popisu na području Makarskog primorja živjele su 1834 osobe, dok prema popisu iz 1770.godine taj broj raste na čak 6005. Prvi popis u 19.st. bio je onaj 1802.godine kada je Makarsko primorje brojalo 8725 stanovnika (Ujdurović, 2002.). Prema Državnom zavodu za statistiku 1948.godine na Makarskom primorju boravilo je 13 522 stanovnika, a prema zadnjem popisu iz 2011.godine 26 095 stanovnika. Vidljivo je da se između ova dva popisa broj stanovnika ovoga prostora udvostručio (porast od 93%). Razlog tome je i širenje prometne infrastrukture, izgradnja Jadranske magistrale (1964.) i smještajnih kapaciteta kao osnova za ubrzani razvoj turizma. Jačanjem turizma na obali te pojačanom litoralizacijom, napose 1960-ih, raste broj sezonskih radnika. Makarsko primorje je pružalo znatne mogućnosti za zapošljavanje, pa je dio sezonskih radnika okončao sezonske migracije definitivnim preseljenjem u mjesta rada. Usporedba 1948. i 2011. otkriva da se u gradu Makarskoj i općinama Baška Voda, Brela, Tučepi i Gradac broj stanovnika povećao, a u općini Podgora smanjio. Najveći porast je u Makarskoj (indeks 431,3), dok se depopulacijom ističe općina Podgora (indeks 77,0). Godine 1948. u gradu Makarskoj živjela je približno jedna četvrtina (24%) ukupnog stanovništva Primorja, dok 2011., prema privremenim rezultatima, na tom području živi više od polovine (53,6%) ukupnog stanovništva Makarskog primorja. Na području općine Podgora 1948. živjela je također jedna četvrtina (24,1%) ukupnog stanovništva Makarskog primorja. Međutim, 2011. udio stanovnika općine Podgora u ukupnoj populaciji pao je na manje od jedne desetine (9,6%) ukupne populacije. Makarsko primorje ima u kontinuitetu (1961.–2011.) pozitivan prirodni prirast, iako se, uz istodobno smanjenje mehaničkog priljeva

stanovništva, uočava postupni pad njegova intenziteta na razini mikroregije. Za očekivati je da će se ovakvi trendovi kretanja stanovništva i dalje nastaviti, a jedna od izravnih posljedica bit će starenje ukupnog stanovništva (Mišetić, Bara, 2012.). Valja naglasiti da je u prošlosti stanovništvo Makarskog primorja živjelo u selima smještenima duž cijele flišne zone od mora do Biokova, unutar koje su se izdvajale tri zone naseljenosti: podbiokovskim odsjekom, pored uzdužne primorske ceste i uz morsku obalu. Naseljenost podbiokovskim odsjekom zadržala se dugo, prije svega zbog mogućnosti istodobne obrade zemlje i stočarenja. Danas stanovništvo Makarskog primorja uglavnom živi u urbaniziranim naseljima na obali i bavi se, u najvećem broju, poslovima vezanim uz turizam, trgovinu i ugostiteljstvo (Podgorelec, Klempić-Bogadi, 2012.).



Slika 1. Makarsko primorje

Izvor: http://www.dinarskogorje.com/biokovo.html

4.2 Naselja Makarskog primorja i njihova ponuda

Naselja na padinama Biokova raštrkana su i čini ih niz zaselaka koji nose ime po prezimenu ili imenu pretka stanovnika. Takav položaj naselja u prvome redu uvjetuje tektonika tla. Posjedi obradive zemlje često su nedaleko od stambeno-gospodarskih jedinica kako u zabiokovskom pojasu, tako i u podbiokovskom (Hrstić, 2008).

- Brela se pod nazivom "to Beroyllia" prvi put u povijesti spominju oko 950-te godine, dok "Brela" na hrvatskom jeziku prvi put 1601.godine u bosanskom pismu(Jurišić, 1970). Nalaze se 15 km sjeverozapadno od Makarske, te po svom položaju i čarobnim prirodnim ljepotama, predstavljaju najromantičniji dio Makarskog primorja. Kao

početak turizma u Brelima navodi se godina 1933. kada je otvoren prvi pansion "Soline" (Urlić, 2008.). Prema posljednjom popisu stanovništva iz 2011.godine Brela broje 1643 stanovnika. Prelijepe i čiste na daleko poznate šljunčane i sunčane plaže, bistro more i blagodat odmora u hladovini stoljetne borove šume priskrbili su Brelima međunarodna priznanja: Plave zastave plaži Rat od 1999., te plažama Berulia i Stomarica od 2004. U izboru časopisa Forbes 2004. plaža Rat svrstana je među deset najljepših plaža svijeta, a za dostignuća u turizmu Brela su 1968. proglašena Šampionom Jadrana. U akciji Turistički cvijet 2004. Brela su proglašena najljepšim turističkim mjestom na hrvatskom Jadranu, a nositelji su i visokog međunarodnog priznanja Brončani cvijet Europe za 2005. Turizam je zakoračio i u Brela Gornja, koje je gotovo u cjelini unutar Parka prirode Biokovo. Obiluje krškim fenomenima, biljnim endemima i bogatom florom i faunom te sakralnim i ruralnim graditeljstvom (http://www.opcina-brela.hr). Brojne su i planinarske staze, te poznato penjalište Brela za one voljne avanture. Od kulturne baštine Brela raspolažu s kompleksom zgrada Bekavci-Ivandić na predjelu Gornji Kričak s antologijskim graditeljskim osobinama koji su reprezentativni primjer pučkog graditeljstva, te kamenom Brela koji je zaštićeni spomenik prirode.

- Bast je sagrađen na brežuljcima koji leže uz podnožje Biokova i produžujući se prolaze iza grada Makarske stalno naslonjeni na planinu (Fortis, 1774.). Selo se prvi put spominje 1434. godine, a ime mu potječe od imena antičkog grada Biston (Jurišić, 1970.). Selo je primjerak izvrsno očuvane dalmatinske arhitekture,bogato raznim crkvicama iz 15.st., a sjeverno od sela se nalazi arheološko nalazište. Uz tradicionalne poljoprivredne poslove mjesto je godinama živjelo od kamenoloma, ali se krajem 20. stoljeća okreće turizmu, pa nudi sobe i apartmane, privatne kuće, te gastronomske užitke u dalmatinskim konobama (http://opcinabaskavoda.com/hr.).

- Baška Voda bila je naseljena već u antičko doba, a Bašćani su je počeli naseljavati poslije 1684. godine (Jurišić, 1970.). Baška Voda ima dugu povijest, koja je vidljiva kroz brojne kulturne znamenitosti koje se nalaze u mjestu. Iz malog ribarskog naselja izrasla je u turističku meku i administrativni centar općine. Poznata je po svojim plažama i čistom moru, te tipičnoj mediteranskoj arhitekturi i duhu malog mjesta, koji je uspjela zadržati usprkos razvoju turizma.. Baška Voda se diči dvjema značajnim muzejskim zbirkama u staroj jezgri mjesta: arheološkom zbirkom i iznimno bogatom i

kvalitetnom malakološkom zbirkom, crkvom sv.Lovre iz 1750.godine, raznim kulturnim manifestacijama od praznika rada, ribarskim večerima i sl. Danas je Baška Voda mjesto sa preko 2000 stalnih stanovnika, čiji se broj gotovo pa i udvostruči ljeti, u jeku turističke sezone. Turizam je glavna djelatnost u Baškoj Vodi. Baška Voda je uspjela zadržati sve čari malog dalmatinskog mjesta, a ujedno i promovirati turizam na masovnoj razini (http://opcinabaskavoda.com/hr).

- Topići su planinski zaselak Baške Vode na samom podnožju Biokova, naseljeno od 17og stoljeća. Zanimljivost mjesta je iznimno dobro očuvana dalmatinska arhitektura i cijelo mjesto je zaštićeni spomenik kulturne baštine, a Topići su uključeni i u županijski projekt etno - eko sela (http://opcinabaskavoda.com/hr).



Slika 2. Bast -Topići

Izvor: www.makarska-rivijera.

- Baško polje je u prošlosti označavalo smo dio tla između Basta i mora, a danas označuje poznato turističko naselje otvoreno 26. lipnja 1966, koje je obuhvaćalo više hotela s preko tisuću kreveta. Ime je dobilo po nazivu tla na kome je podignuto. Baško polje znači: polje sela Basta (Jurišić, 1970.). Na području Baškog polja smjestio se vinograd Zlatana Plenkovića, koji se prostire na 45 ha i gdje je zasađeno pet sorti loza. Turiste sve više privlači koncept Vinskih cesta i tu Makarsko primorje ima dosta prostora za razvijanje kao i za suradnju s okolnim područjima.

- Promajna je mlađe naselje na moru, koje je nastalo u 18. st. Nalazi se 4 km južno od Baške Vode. Turistički kapaciteti Promajne iznose oko 1000 postelja u privatnim sobama i apartmanima. Početkom 21. stoljeća Promajna dobiva nekoliko priznanja kao jedno od najuređenijih malih turističkih mjesta na Jadranu ("Plavi cvijet") (http://opcinabaskavoda.com/hr).

- Bratuš je nastao nekako u isto doba kad i Promajna, a prvi put se spominje 1674. godine (Jurišić, 1970.). U naselju živi 50 stalnih stanovnika.U središtu je mjesta lijepi prostor između kuća nazvan Kačićevi dvori. Iznad Bratuša nalazi se predhistorijsko nalazište Gradina sa dominantnom centralnom stijenom i nekoliko manjih oko nje. Danas je Bratuš malo ribarsko mjesto orijentirano turizmom, čijim centrom dominiraju stare kamene kuće (http://opcinabaskavoda.com/hr).

- Krvavica se prvi put spominje tek 1792.godine, i to u "Makarskom ljetopisu" koji se čuva u franjevačkom samostanu u Makarskoj (Jurišić, 1970.). Smještena je 6 km južno od Baške Vode i na jedinstven način povezuje planinu Biokovo i more. Počeci turizma u Krvavici datiraju iz 1960. godine kada se uz samo more gradi istoimeni turistički kompleks s glavnim objektom specifičnoga kružnog oblika (http://opcinabaskavoda.com/hr). Nautički turizam je jako zastupljen u Krvavici. Marina "Ramova" s preko 150 vezova jedina je na relaciji od Splita do Dubrovnika.

- Makarska kao centar Makarskog primorja ime je dobila po obližnjem naselju Makar "*Muccurum*" koji se prvi put spominje 4. svibnja 533. godine (Jurišić, 1970.). Smještena je u prirodnoj zaštićenoj luci, zatvorenoj s jedne strane rtom Osejava, a s druge polutokom Sv. Petrom, te broji približno 14 000 stanovnika. Posebnost Makarske je u njenom smještaju podno Biokova. Čisto more, očuvan krajolik, prekrasne šljunčane plaže i dobro domaćinstvo Makarsku čine atraktivnom turističkom destinacijom. U Makarskoj se nalazi najpoznatiji malakološki muzej u Hrvatskoj utemeljen 1963. godine te Institut planina i mora iz 1979. godine. Glavni gradski trg posvećen je Andriji Kačiću Miošiću gdje se nalazi i njegov spomenik, te crkva Sv. Marka iz 1700-te godine. Pokraj crkve nalazi se česma sagrađena 1775.godine. Svetište Vepric osnovano 1908. godine nalazi se na ulazu u grad i veoma je posjećeno tijekom cijele godine (http://makarska.hr/). Iznad svetišta smjestilo se malo naselje s kamenim kućicama, potokom i lijepom prirodom koje ima perspektive za ruralni turizam. U gradu se još može posjetiti zvjezdarnica, gradski muzej, razni parkovi te brojne manifestacije poput ribarskih noći, noći vina i hrane, dani filma i sl. Turizam je u Makarskoj glavna gospodarska grana, te upravo zbog svojih prirodnih ljepota iz godine u godinu broji sve veći broj turista. U sklopu grada nalaze se i sela Veliko Brdo, Makar i Kotišina. Veliko Brdo poznato je po restoranu lokalne hrane i

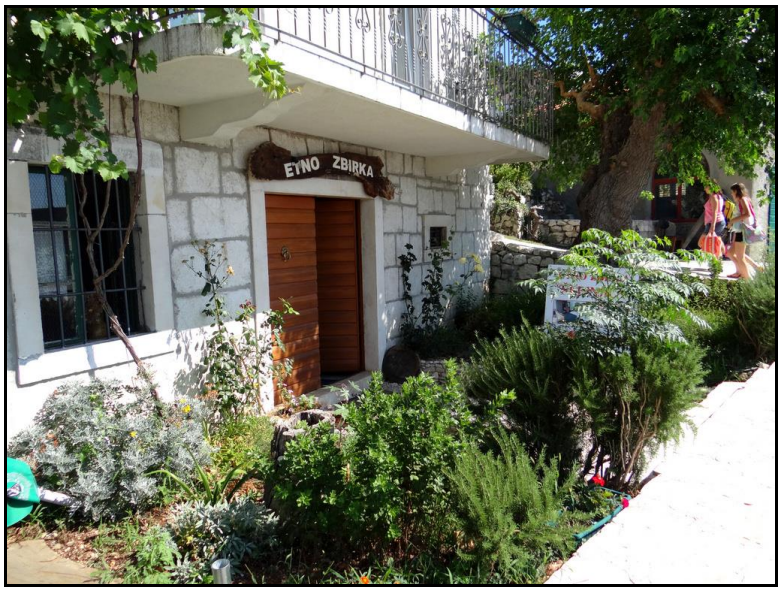
pića, tradicijskih igara, domaćih životinja te prekrasnom panoramom cijele Makarske. Makar i Kotišina su stara sela sa sačuvanom kamenom arhitekturom i prirodom koja broje svega po 30ak stanovnika, dok se u Kotišini nalazi i botanički vrt s istoimenim nazivom.



Slika 3. Botanički vrt Kotišina

Izvor: http://www.planinarstvo.bloger.index.hr/

- Općina Tučepi prvi put se spominje 1434. godine (Jurišić,1970.), dok su se današnje Tučepi počele jače razvijati 60-ih godina i danas imaju 1760 stanovnika. Tučepi su poznati po najdužoj plaži na Makarskom primorju (više od 3 km), a imaju i marinu za brodove. Turizam u općini počinje gradnjom prvog hotela "Jadran" 1950. godine (http://www.makarskainfo.com/hr/tucepi/). Zapravo su najpoznatija mala sela u Gornjim Tučepima koji ljeti nude bezbroj sadržaja i koja privlače velik broj turista. U Tučepima gosti mogu posjetiti i agroturizam "Feniks", konobu s etnografskim predmetima, autohtonim jelima i domaćim životinjama. Također turistima se pruža i mogućnost korištenja zip-linea.



Slika 4. Izletište "Feniks"-Tučepi

Izvor: http://makarskacroatia.eu/oglasi/konoba-i-izletiste-tucepi-feniks-opg/

- Prema Fortisu,1774. Podgora se nalazi na maloj udaljenosti od Tučepi, te se uzdiže na brežuljku. Prvi put se spominje 1571. godine, a sam naziv znači "naselje koje je podignuto pod gorom"(Jurišić, 1970). Naselje se počelo jače razvijati nakon potresa 1962. godine te danas broji oko 2 880 stanovnika. Podgora je od davnine poznato ribarsko središte. Gornju Podgoru, stanovnici su povezali modernom cestom kako bi mogli održavati prastare maslinike i vinograde, te obnavljaju djedovinu dovodeći često i svoje goste da uživaju u prelijepom pogledu, domaćim specijalitetima i vinima. Poznat je spomenik "Galebova krila" podignut 1962. godine u znak sjećanja na osnivanje pobjedničke antifašističke dalmatinske mornarice u Drugom svjetskom ratu. Važniji povijesni spomenici su i Crkva Svih Svetih, sagrađena 1764. i Kapela Svetog srca Isusovog koje je 1804. dala sagraditi obitelj Mrkušić (http://www.makarskainfo.com/hr/podgora/).

- Udaljene 3 kilometra od Podgore, naselje Drašnice spominje se prvi put 1523. godine u turskom dokumentu, a danas broje oko tristotinjak stanovnika. Ono po čemu su Drašnice specifične su odlično očuvane kamene kuće iz podbiokovskog pojasa, u kojem se živjelo do velikog potresa 1962. godine. Iste godine počela se graditi i Jadranska magistrala, koja je uvjetovala seljenje stanovništva u priobalje i jačanje turizma. Drašnice su mali lokalni ″Pompeji″, jer se u podbiokovskom pojasu može osjetiti duh vremena kakav je stoljećima bio dominantan na ovom tlu. Tu se nalaze

spomenute stare kuće od kamena, ispred nekih se nalaze drevna oruđa za obradu maslina - turnji, a unutar svake kuće i danas se nalazi autentičan interijer (http://www.drasnice.hr).

- Prema Makarskom zborniku Igrane se prvi put spominju 1466. godine kao selo sa 50 seljaka. Nizovi starih obnovljenih kuća na strmom obronku, čine skladnu cjelinu naselja sa 400 stanovnika koje se spušta prema moru, luci i dugoj šljunčanoj i pješčanoj plaži. Igrane su danas poznato turističko mjesto s brojnim hotelima, kućama za odmor i apartmanima, prekrasnom plažom, te sportskim i zabavnim priredbama. Uzduž duge plaže prema Živogošću uza šetnicu, izgrađene su komforne kuće i vile, kafići, trgovine i restorani. Najznačajniji srednjovjekovni spomenik Makarskog primorja nalazi se upravo u Igranima, to je crkva Sv.Mihovila iz 11. stoljeća (http://www.makarskainfo.com/hr/igrane/). U igranima je jako poznata kulturno zabavna manifestacija "Noć kralja Arthura" o kojoj se priča ne samo u Hrvatskoj nego i van naših granica.

- Živogošće, naselje od 460 stanovnika, poznato je turističko mjesto koje se sastoji od nekoliko naselja uza samu obalu izgrađenih nakon šezdesetih godina: Porat, Duba i Blato. Naselje se prvi put spominje u 13. stoljeću. Na predjelu Dole nalazi se komforni autokamp s teniskim terenima i drugim turističkim sadržajima. Franjevački samostan Sv. Križa, u blizini hotela 'Nimfa' izgrađen je 1616. u prekrasnom prirodnom ambijentu, na mjestu nekadašnje 'villae rusticae' iz rimskog doba (http://www.makarskainfo.com/hr/zivogosce/).

- Drvenik se prvi put spominje također sredinom 13. stoljeća kao i Živogošće,a naziv potječe od riječi drvo (Jurišić, 1970.). Danas Drvenik broji oko 500 stanovnika. Stanovništvo se u prošlosti bavilo zemljoradnjom te ribarstvom, dok se u novije vrijeme turizam izdignuo kao primarna djelatnost. Nekoliko kilometara duga šetnica, lungomare do susjednog mjesta Zaostrog te putokazima obilježen planinski šetališni krajolik omiljeni su sadržaji svakog izletnika. Mjesto krase kilometri pješčanih plaža u samom mjestu ali i na malo usamljenijim mjestima nedaleko od samog centra. Drvenik je važno prometno središte s trajektnom lukom koja povezuje otok Hvar s obalom (http://www.drvenik.hr). U starom naselju nalazi se crkva Sv. Jurja iz 15. stoljeća. Na glavici iznad naselja tvrđava je Drvenik iz vremena borbi sa turcima.

Kuća na obali u središtu Donje Vale uza samu plažu predstavlja ambijentalnu i kulturno-povijesnu vrijednost i zbog činjenice da su u njoj rođeni Mate i Stjepan Ivičević, značajne ličnosti iz prošlosti ovog kraja (http://www.makarskainfo.com).

- Zaostrog se prvi put spominje 1494. godine, i u sastavu je općine Gradac. Nekad naselje od 700 stanovnika, danas tek 350. Danas je Zaostrog omiljeno turističko odredište, prvenstveno zbog prekrasnih pješčanih i šljunčanih plaža koje prati aleja borova, ugostiteljskih i turističkih objekata. Najpoznatije kulturno, vjersko i prosvjetno središte Gornjeg Makarskog primorja je Franjevački samostan Sv. Marije upravo u Zaostrogu. Posjetiteljima je u samostanu otvoren muzej, etnološka zbirka, galerija i velika knjižnica s preko 30.000 naslova, značajnim dijelom iz starije hrvatske književnosti (http://www.makarskainfo.com/hr/zaostrog/).

- Podaca koja se prvi put spominje 1477. godine i Brist iz 1571. godine mala su naselja na putu između Zaostroga i Gradaca (Jurišić, 1970). Udobne kuće, vile i apartmani, nekoliko ugostiteljskih objekata osnova su turističkog razvoja ovih mjesta.

- Gradac, najveće mjesto Gornjeg Makarskog primorja i općinsko središte s 3615 stanovnika smjestilo se na samom kraju Makarskog primorja. Gradac se pod današnjim imenom prvi put spominje 1649. godine. Ime je dano po utvrdi koja se nalazila na uzvisini iznad današnje crkve sv. Mihovila. Prvi hotel izgrađen je davne 1919.g. (http://www.gradac.hr/hr/27/gradac). Danas osim privatnog smještaja u kućama, vilama i apartmanima u Gracu postoji nekoliko hotela visoke kategorije. Danas je Gradac poznato turističko mjesto sa svim potrebnim ugostiteljskim i turističkim sadržajima, te brojnim načinima za opuštanje, odmor i rekreaciju.

Zasebnu cjelinu čini planina Biokovo, sa svojim najvišim vrhom Sv.Jure (1762 m nm). Prvi spomen imena Biokovo nalazimo tek 1640. godine, dok se starije ime Mosn Slavorum spominje u 10.-11. stoljeću. Još je stariji antički naziv Adrion. Današnje ime Biokovo je vjerojatno dobilo po snježnoj bjelini (Bil, Bilkovo, Biokovo), što nije neobično ako se zna da snijega na njom ima u izobilju veći dio godine. U prošlosti Biokovo je bilo važno za uzgoj krumpira i žitarica, ali ipak najvažnije za stočarstvo. Poslije 2.svjetskog rata Primorci su počeli napuštati, a poslije potresa 1962.g. posve napustili svoje torove i stanove u Biokovu. Poslije potresa stanovništvo je naglo i masovno sišlo iz podnožja brda na more, pa je i počeo

jači razvoj turizma, što se poklopilo s razvojem turizma na cijeloj dalmatinskoj obali (Šunde, 2008.). Fortis (2004.) piše kako je "planina sastavljena od pješčenjaka i obična bjeličasta mramora, te da u podnožju planine koja se pruža duž mora s jednog kraja makarskog područja na drugi u njezinoj litografiji pripadaju svi fosili". Barbieri (1990.) pak opisuje floru i faunu Biokova, pa tako nabraja divlju maslinu, lovor, crnobor, primorski bor, te razne biokovske endeme poput biokovskog zvonca, biokovske i makarske zečine, biokovske oštrike, runjike i sl. Nabraja i različite vrste insekata, gmazova, ptica i sisavaca, od čega je najpoznatija divokoza koja je zaštitnik planine. Pa tako vezano uz divljač na Biokovu postoje svi uvjeti za razvoj lovnog turizma. Jedan od posebnih vidova turizma u budućnosti bit će već samo postojanje populacije krupne divljači, posebno vrlo rijetke divokoze te mogućnost posjetitelja da dožive susrete s tom iznimnom rijetkom i vrijednom životinjskom i lovnom vrstom. Lov i lovna divljač prisutni na prostorima biokovskog masiva od vremena prvih naseljavanja ljudi na to područje. Prvi odstrijeli izvršeni su davne 1976.g. od kada se bilježi stalan porast, tako da je do 1991., pred početak Domovinskog rata, ostvareno preko tisuću komercijalnih izlučivanja i ostvaren je izravan prihod od lovnog turizma od preko 500 000 eura. Usto, ostvareno je preko tisuću lovnih dana s prihodima smještaja i prehrane te ostalih usluga (Šabić, 2008.). Također, Biokovo je jako poznato po svojim planinarskim stazama. Prvi pisani planinarski uspon na Biokovo zabilježen je u travnju 1640.g. kada preko planine putuje franjevac Pavao Rovinjanin na putu od Makarske do samostana u Prološkom blatu. Planinarstvo je vrlo složena organizirana ljudska djelatnost, proizvod civilizacije, sastavni dio i mjera kulture pojedinog naroda te pokazatelj stupnja urbanizacije. Ono je i oblik turizma jer je svaki planinar turist, ali nije svaki turist ujedno i planinar. Sezona planinarenja na Biokovu započinje krajem travnja i traje do konca listopada (Ozimec, Bušelić, 2008.). Letjelište «Biokovo» nalazi se u Parku prirode Biokovo i službeno je registrirano temeljem Rješenja Ministarstva mora , turizma, prometa i razvitka, a namijenjeno je letenju ovjesnih jedrilica i parajedrilica u svrhu sportskog i rekreativnog letenja. Uz put se mogu zamijetiti i jedinstveni oblici krških stijena, duboke krške jame, kao i niz drugih prirodnih fenomena znakovitih za krš. Ipak, posjetitelje Biokova najviše mame prekrasni vidici na Makarsku rivijeru u podnožju s njezinim prekrasnim plažama i slikovitim naseljima. S Biokova se mogu vidjeti i svi veliki otoci srednjodalmatinske skupine, osobito Brač i Hvar, a pogledi sežu i na drugu stranu, na krševitu i šumovitu unutrašnjost Dalmatinske zagore. U sklopu PP Biokovo nalazi se i Botanički vrt Kotišina. Smješten je na primorskim obroncima planine Biokovo, iznad sela Kotišina na nadmorskoj visini od 350 do 500 metara. Vrt je utemeljio dr.fra Jure Radić franjevac i znanstvenik, sa svrhom znanstvenog istraživanja i motrenja, zaštite i očuvanja, te

popularizacije i upoznavanja biljnog svijeta Biokova. Na površini od 16,5 ha utvrđeno je 300 samoniklih biljnih svojti od tipično mediteranskih do planinskih. Biokovski botanički vrt nije botanički vrt u klasičnom smislu gdje se svaka biljka unosi prema određenim pravilima, već je zamišljen kao „ograđeni dio prirode“ gdje će se zadržati prirodni oblici vegetacije sa samorodnom florom (http://www.pp-biokovo.hr/). Također na Biokovu se nalazi i kuća ruralnog turizma obitelji Prgomet bogata domaćim životinjama i lokalnom gastronomskom ponudom (domaća peka, biokovski sir i pršut, domaća loza i sl.).



Slika 5. Pogled na grad Makarsku i planinu Biokovo

Izvor: http://www.dinaridestrails.org/

4.3. Swot analiza ruralnog područja Makarske i njene okolice

SNAGE	SLABOSTI
✓ Područje povoljnih klimatskih uvjeta ✓ Ekološka očuvanost prostora (potoci, pitka voda,endemske vrste) ✓ Velika područja očuvanih krajobraza s biološkom raznolikošću ✓ Blizina PP Biokovo ✓ Bogatstvo ruralne baštine (stara tipična sela, bunari) ✓ Bogatstvo kulturne i povijesne baštine ✓ Dobar geoprometni položaj ✓ Bogatstvo lokalne tradicionalne gastronomije (pršut, vino) ✓ Postojanje tradicijskog obrta-iskustvo ✓ Iskustvo u pružanju usluga u turizmu ✓ Razvijena mreža javnih i obrazovnih ustanova ✓ Povećanje razine svijesti stanovništva o važnosti očuvanja prirodnih i kulturnih resursa ✓ Povoljne cijene proizvoda/usluga (u odnosu na konkurentske gradove/države)	✓ Nedovoljno iskorištene prirodne i klimatske prednosti područja ✓ Nedostatak mjera za očuvanjem okoliša i krajobraza ✓ Neadekvatno gospodarenje otpadom ✓ Opća infrastruktura zahtjeva poboljšanje (vodovod, kanalizacija) ✓ Nedovoljno iskorištena prednost geoprometnog položaja ✓ Nedovoljna iskorištenost kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma ✓ Još uvijek nerazvijen brand ruralnog turizma ✓ Zapuštenost poljoprivredno obradivih površina ✓ Nemotiviranost lokalnog stanovništva za rad u poljoprivredi ✓ Izoliranost zaselaka i naselja ✓ Nedovoljna promocija kulturnih događaja i manifestacija ✓ Starenje stanovništva ✓ Nedostatak smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu

MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
✓ Industrijska neočišćenost ✓ Rastući interes ulagača u obnovljive izvore energije i obnovu tradicijske baštine ✓ Bolje korištenje biomasa i alternativnih izvora energije ✓ Razvoj selektivnih oblika turizma (zdravstveni, eko-etno, sportski) ✓ Povećana svijest o zaštiti prirodnih i kulturnih vrijednosti ✓ Mogućnost trenutnog poticanja ruralnog turizma ✓ Poticaji EU fondova ✓ Sakupljanje i prerada aromatičnog bilja ✓ Rastući interes šire javnosti o potrebi zaštite okoliša i očuvanja krajolika ✓ Poticajne mjere za marketinške aktivnosti razvoja destinacija i novih turističkih proizvoda	✓ Neriješeni imovinsko-pravni odnosi ✓ Opasnost od ekstenzivnog i neplaniranog korištenja prirodnih resursa ✓ Zagađenost mora i narušavanje morskog eko-sustava ✓ Zapuštanje poljoprivrednih površina ✓ Odumiranje starijeg stanovništva u ruralnim predjelima ✓ Ovisnost turizma o klimatskim uvjetima ✓ Konkurencija u obliku masovnog turizma

4.4. Razvoj turizma na Makarskom primorju

U turizmu jedino čovjek može stvoriti priču i događaj te osigurati ambijent koji će drugom čovjeku -turistu- omogućiti spokoj i ugodan boravak u turističkom mjestu te ponuditi motiv i razlog da se isti ponovo vraća. Fenomen turizma na našim prostorima prisutan je nešto više od jednog stoljeća, ali snažan zamah na Makarskom primorju dobio je tek nakon Drugog svjetskog rata (Lahman,1970). Da je Makarsko primorje kao i grad Makarska turističko područje poznato od davnina govori podatak Turističkog saveza općine Makarska koji je 1905-tu/1906-tu godinu uzeo kao službeni početak turizma, kad su prve grupe turista više dana boravile u Makarskoj (Franić, 2006.). Turizam je u Makarskoj prošao nekoliko različitih razvojnih faza, od pojedinačnih posjeta u drugoj polovici 19. st.,boravka prvih nekoliko grupa posjetitelja početkom 20. st. do masovnih posjeta nakon 60-ih godina, od kada postaje

pretežna gospodarska djelatnost, a Makarska i njena rivijera suvremena i afirmirana turistička destinacija domaćih i inozemnih turista u posljednjim desetljećima 20.st. Početak razvoja turizma u Makarskoj, kao i na cijelom Makarskom primorju, uvjetovan je ne samo izuzetnom atraktivnošću prirode i drugih privlačnih elemenata nego i geoprometnim položajem, razvojem parobrodskog prometa, odnosom tadašnje državne vlasti i interesom financijskih krugova (Franić 2006).

Godina 1923. može se smatrati prekretnicom makarskog turizma u razdoblju između dva rata. Te je godine, povodom održavanja Svesokolskog sleta u Ljubljani, posjetilo primorska turistička mjesta preko 30 000 Čehoslovaka. U narednih nekoliko godina preko 80% turista su bili domaći posjetitelji, da bi 1929. njihov broj bio smanjen ispod 50% u korist inozemnih posjetitelja (Franić, 2006.). Valja napomenuti da je prvi hotel na Makarskom primorju izgrađen u Makarskoj godine 1914., zatim 30-ih godina 20.st braća Sikovica podižu prvi hotel u Baškoj Vodi, te 1932.g. prvi pansion "Soline" u Brelima (www.as-adria.hr) . Prema Kranjčević (2012.) turizam je nakon Drugog svjetskog rata poprimao neočekivane razmjere koji su se očitovali u spontanom ali naglom porastu turističkih smještajnih kapaciteta, snažnom porastu domaćeg i inozemnog turističkog prometa i porastu investicijskih zahvata u turizmu. Od 1949. do 1950. smanjuje se inozemni turistički promet kao posljedica zategnutih odnosa sa SSSR-om, a 1951. počinje ponovo rasti. Osjetno raste broj gostiju iz Austrije, zapadne Njemačke, Engleske, Francuske i Švicarske, uz relativno smanjeno učešće Čeha i Mađara, ali koji i dalje čine 60% prometa stranaca. Godine 1952. osniva se društvena organizacija Turističko društvo Makarska, kao javna služba od općeg interesa za razvitak i unapređenje turizma s operativnim zadatcima. Izrazita pozitivna prijelomnica u razvoju bila je Jadranska turistička cesta koja je građena od Rijeke do Dubrovnika. Do Makarske je izgrađena 1965., a označila je skokovit i ustaljen rast turističkog prometa. Taj rast trajat će sve do 1990-te godine za početka Domovinskog rata. Tek početkom 2000. obnavlja se interes turističke potražnje, a trebalo je deset godina nakon Oluje da se dostigne predratni turistički promet (Franić, 2006). Od 2006. do danas turizam iz godine u godinu sve više raste. Turizam je privukao mnoge da ulože svoj kapital u ugostiteljske i druge objekte i nekretnine, ne samo iz poslovnih nego i spekulativnih razloga. Sve se to odrazilo na priliv novih stanovnika u Makarsko primorje pri čemu je turizam u najširem smislu odigrao najvažniju ulogu.

Prema zavodu za statistiku u 2015 g. Splitsko-dalmatinska županija ostvarila je 13 288 805 noćenja, te 2 473 538 dolazaka turista, dok je na području Makarskog primorja zabilježeno 4 289 324 noćenja. Makarsko primorje sudjelovalo je s 44% udjela gostiju koji ljetuju u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Samo središte primorja, grad Makarska prema

podacima iz turističke zajednice grada Makarske u 2015.g. ostvarilo je 1 206 662 noćenja, dok broj dolazaka turista iznosi 190 369. Najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz BIH, Poljske i Njemačke, dok je zabrinjavajući podatak da su Talijani sudjelovali sa svega 39 252 noćenja što je manje nego protekle dvije godine.

Tablica 2. Dolasci i noćenja turista

	2005.g.		**2015.g.**	
	dolasci	noćenja	dolasci	Noćenja
HRVATSKA	9 995 000	51 421 000	14 343 323	71 605 315
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA	1 505 000	8 029 000	2 604 000	14 648 000
MAKARSKO PRIMORJE	518 651	3 575 700	769 107	4 289 324
MAKARSKA	96 915	640 353	190 369	1 206 662

Izvor: Državni zavod za statistiku, Ministarstvo turizma, 2015.

Iz tablice je vidljivo da turizam kao gospodarska grana raste iz godine u godinu što na području Republike Hrvatske pa tako i na samom Makarskom primorju.

5. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

5.1. Opis uzorka

Od ukupnog broja (183) ispitanika, 53% čine muškarci, a nešto manje (47%) žene. Najveći broj je onih od 18 do 30 godina (24,5%), a čak 13,7% čine osobe više starosne dobi (više od 61 godinu). Najveći postotak ispitanika ima završenu višu ili visoku školu (38,8%), njih 35,5% ima završenu srednju stručnu spremu, a 3,3% čine oni sa završenom osnovnom školom. S obzirom na radni status, od 183 ispitanika, 128 njih (69,9%) se izjasnilo kao zaposlene osobe, 16 (8,7%) kao nezaposlene, a ostatak su umirovljenici te učenici/studenti (Tablica 3).

Tablica.3. Obilježja ispitanika

SPOL	**%**
Muško	53,0
Žensko	47,0
GODINE	
18-30	24,5
31-40	23,5
41-50	22,4
51-60	15,3
>61	13,7
ŠKOLSKA SPREMA	
OŠ	3,3
SSS	35,5
Viša ili visoka škola	38,8
Magisterij/doktorat	21,9
RADNI STATUS	
Zaposlen	69,9
Nezaposlen	8,7
Učenik/student	5,5
Umirovljenik	15,3
MJESTO ODRASTANJA	
Grad	68,9
Selo	31,1
OSOBNI PROSJEČNI MJESEČNI PRIHODI	
Do 500 €	19,7
500-800 €	21,9

800-1000 €	15,3
1000-1500 €	14,8
>1500 €	25,1
BROJ DJECE DO 14.GODINA	
Niti jedno	71,6
1	18,0
2	7,1
3	3,3
SKUPINA PRIMANJA	
Niska	3,3
Srednja	70,5
Viša	14,8
Visoka	11,5

Izvor: Vlastito ispitivanje

Najveći postotak ispitanika (68,9%), kao mjesto odrastanja navelo je grad, a 31,1 % selo. Samo 28,4 % ispitanika ima jedno ili više djece mlađe od 14 godina. Iz dobivenih podataka saznajemo da od ukupnog broja ispitanika, najveći broj (46 ili 25,1%) čine oni čiji su mjesečni prihodi veći od 1500 eura (većim dijelom ispitanici Njemačke), dok je najveći broj ispitanika iz BIH, čiji su osobni mjesečni prihodi manji od 500 eura. Čak 3/4 ispitanika (70,5%), odgovorilo je da njihovo kućanstvo spada u srednju skupinu primanja, 14,8 % u skupinu viših primanja, 11,5% u skupinu visokih primanja, i 3,3 % ispitanika u skupinu niskih primanja (Tablica 3).

Tablica 4. Geografska obilježja ispitanika i udio turista iz pojedinih zemalja u 2015.godini

DRŽAVA	**Broj ispitanika u anketi**	**%**	**Broj dolazaka 2015.godine**	**%**
HRVATSKA	24	13,1	17,243	9,1
BIH	42	23,0	25,158	13,2
ITALIJA	14	7,7	6,832	3,6
NJEMAČKA	15	8,2	18,060	9,5
POLJSKA	13	7,1	24,198	12,7
OSTALE ZEMLJE	65	35,5	98,878	51,9
TOTAL	183	100	190,369	100

Izvor: Vlastito istraživanje, Turistička zajednica grada Makarske, 2015.g.

Ispitanici su podrijetlom iz 23 različite zemlje. Najveći broj čine ispitanici iz Bosne i Hercegovine (23%), što je u skladu i s podacima iz Turističke zajednice grada Makarske, koji pokazuju da turisti iz BIH sudjeluju s 13,2% u ukupnim dolascima svih turista. Zatim slijede ispitanici iz Njemačke, Italije i Poljske. Udio domaćih ispitanika iznosi 13,1%, dok u ukupnom broju dolazaka sudjeluju s visokih 9,1% (Tablica 4.). Od ostalih zemalja iz kojih dolaze ispitanici možemo spomenuti i Švedsku (6,0% ispitanika), Austriju (4,9% ispitanika), te Švicarsku i Srbiju s po 3,8% ispitanika.

5.2. Turistički boravak u Makarskoj i okolici

Više od polovice ispitanika (57,4%) je 3 i više puta boravilo u Makarskoj i njenoj okolici kao turist u posljednjih 7 godina, dok je podjednak broj onih koji su po prvi ili drugi put u Makarskoj i njenoj okolici (21,3%). Prevladavaju oni turisti čiji boravak u Makarskoj i okolici traje 7 dana (41,5%). Njih 21,9% planirali su ostati 4-6 dana, 15,8% dva tjedna, te je podjednak udio (9,3%) onih koji su planirali ostati duže od dva tjedna kao i samo 2-3 dana. Znatno manji dio ih je planirao ostati samo jedan dan (2,2%).

Kao razlog njihovog odabira Makarske i njene okolice kao turističke destinacije, ispitanici su u najvećem broju (86,3%) odgovorili da je to upravo sunce, more i plaža. Čest razlog je i lijep okoliš (Biokovo, šume; 48,1% ispitanika), blizina od doma (27,9%), te navika (26,8%) i preporuka od prijatelja/poznanika (24,0%). Povoljne cijene manje utječu na odabir Makarske i njene okolice kao turističke destinacije, svega 19,1% ispitanika je to navelo kao motiv dolaska u Makarsku i okolicu. Povijesni i kulturni, te vjerski motivi su najmanje važni razlozi odabira (8,2% i 4,9%). Od ostalih motiva, ispitanici su naveli: arhitektura u kamenu, blizina ostalih mjesta (Hvar, Brač), noćni život (zabava), prijateljski ljudi, vlastita vikendica, posao te obitelj (Tablica 5).

Tablica 5. Razlozi za odabir Makarske i njene okolice kao turističke destinacije

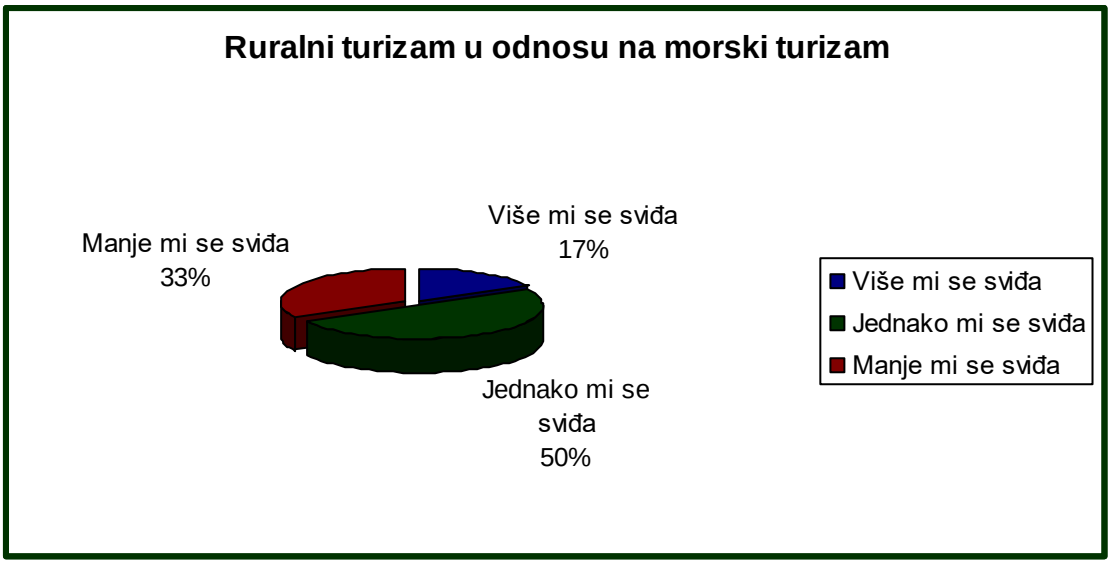
RAZLOZI	**%**
Sunce, more, plaža	86,3
Lijep okoliš (Biokovo, šume)	48,1
Blizina od doma	27,9
Navika	26,8
Preporuka prijatelja/poznanika	24,0
Povoljne cijene	19,1
Povijesni i kulturni motivi	8,2
Vjerski motivi	4,9
Ostalo	7,1

Izvor: Vlastito ispitivanje

Na pitanje o turističkim proizvodima/uslugama koje su ispitanici koristili na odmoru u Makarskoj i njenoj okolici, 96,7% njih navelo je upravo more i plažu, 68,9% gastronomiju, te zabavni i kulturni program (49,2%). Znatno manje ispitanika (16,4%) koristilo je rekreacijske usluge, te agroturizam i edukacijske programe (7,1% i 1,6%).

5.3. Odnos prema ruralnom turizmu i agroturizmu

Polovica ispitanika izjavili su da im se ruralni turizam podjednako sviđa kao i morski, njih 33 % više preferira morski turizam, dok je 17 % onih kojima se ruralni turizam sviđa više od morskog turizma (Grafikon 1).



Grafikon 1. Ruralni turizam u odnosu na morski turizam

Izvor: Vlastito istraživanje

U posljednjih 5 godina, većina ispitanika (njih 78,1%) nikada nije posjetilo agroturizam u Makarskoj i okolici. Nadalje njih 59% nikada nije posjetilo agroturizam u Hrvatskoj, a 39,3% ih nije posjetilo niti agroturističko gospodarstvo u inozemstvu. Među onima koji su u proteklih 5 godina posjetili agroturizam 1-2 puta najviše ih je bilo na agroturističkim gospodarstvima u inozemstvu (30,1%), budući da je značajan udio ispitanika iz inozemstva. Oko četvrtine ispitanika (25,7%) je posjetilo neki agroturizam 1-2 puta bilo gdje u Hrvatskoj, a najmanje je takvih koji su bili na agroturizmima u Makarskoj i okolici (13,7%) (Tablica 6).

Tablica 6. Broj posjeta ispitanika u posljednjih 5 godina na nekom agroturizmu

BROJ POSJETA	**HRVATSKA**	**INOZEMSTVO**	**MAKARSKA**
Nikad	59,0	39,3	78,1
1-2	25,7	30,1	13,7
3-4	7,1	13,7	3,3
5-9	2,2	3,3	1,6
>10	5,5	10,9	2,2

Izvor: Vlastito istraživanje

U pitanju vezanom za razloge odlaska na agroturizam, ispitanici su mogli izabrati više odgovora. Kao najčešći razlog ispitanici su naveli opuštanje (bijeg od gužve/stresa) 78,1%, zdrava hrana i uživanje u specijalitetima (52,5%), izravan dodir s prirodom (43,2%), te upoznavanje lokalnih običaja (33,9%). Osim tih najčešćih razloga, navedeni su ostali razlozi poput "želim isprobati nešto novo" (24,0%), kontakta s domaćinima (23,5%), uživanje u vlastitim hobijima (13,7%), te kontakta s domaćim životinjama (11,5%) (Tablica 7).

Tablica 7. Razlozi za odlazak na agroturizam

RAZLOZI ZA ODLAZAK NA AGROTURIZAM	**%**
Opuštanje (bijeg od gužve/stresa)	78,1
Zdrava hrana i uživanje u specijalitetima	52,5
Izravan dodir s prirodom	43,2
Upoznavanje lokalnih običaja	33,9
Želim isprobati nešto novo	24,0
Kontakt s domaćinima	23,5
Uživanje u vlastitim hobijima	13,7
Kontakt s domaćim životinjama	11,5
Nešto drugo?-ništa	1,1

Izvor: Vlastito istraživanje

5.4. Stavovi i preferencije prema agroturizmu u Makarskoj i okolici

Na pitanje o upoznatosti s ponudom agroturizma na području Makarske i okolice, ispitanicima je ponuđena skala od 1 do 5, gdje je 1 značilo da uopće nisu upoznati s ponudom agroturizma na području Makarske i okolice, a 5 da su u potpunosti upoznati. Njih 53,6% uopće nije upoznato s ponudom agroturizma na području Makarske i okolice, a samo 3,8% ispitanika je u potpunosti upoznato s ponudom. Onih koji su djelomično ili malo upoznati je 42,1%. Vezano uz to, 27,9% ispitanika su dobili preporuke od prijatelja/rodbine za agroturizam u Makarskoj i okolici, a 21,3% ispitanika su se upoznali s ponudom preko interneta. Preko turističkih agencija 9,8% ispitanika, 6,0% preko TV-a ili novina. Najmanje je onih (3,3%) koji su upoznati preko oglasa uz cestu.

Tablica 8. Primjereni oblik agroturizma za područje Makarske i njene okolice

OBLIK AGROTURIZMA	**%**
Gastronomski turizam	48,6
Vinski turizam	39,3
Eko turizam	38,8
Avanturistički turizam	25,7
Ne znam	23,0
Naturizam	14,8
Niti jedan	3,8

Izvor: Vlastito istraživanje

Na zatvoreno pitanje "*Koji oblik agroturizma mislite da bi bio primjeren za Makarsku i njenu okolicu*?", pri čemu su ispitanici mogli izabrati više odgovora, najveći postotak ispitanika odabrao je gastronomski turizam (48,6%), vinski turizam (39,3%), eko turizam (38,8%), avanturistički turizam (25,7%), i naturizam (14,8%). Veliki postotak je onih koji ne znaju koji bi oblik agroturizma bio primjeren za Makarsku i njenu okolicu (23,0%), a 3,8% ispitanika misli da niti jedan oblik agroturizma nije primjeren za područje Makarske i njene okolice (Tablica 8).

Jedan od glavnih ciljeva ovog rada bio je ispitati zainteresiranost turista za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i njene okolice. Rezultati ankete su pokazali da je većina ispitanika jako ili djelomično zainteresirana za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i njene okolice, tj. njih 47,6%. Srednje zainteresiranih je 25,7% ispitanika, dok je djelomično nezainteresiranih 14,2%. Najmanji postotak (12,0%) čine oni ispitanici koji su potpuno nezainteresirani za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i njene okolice.

Za posjet jednom od oblika agroturizma u Makarskoj i okolici, ispitanici bi u velikoj većini posjetili gastronomski turizam (63,9%), zatim vinski (53,0%) te eko turizam (43,2%). Manji dio bi posjetio naturizam (19,7%), a 4,4% ispitanika ne bi posjetilo nijedan oblik agroturizma na području Makarske i njene okolice. Pod ostalo, 2,2% ispitanika napisali su da bi to bio avanturistički turizam, te je zabilježen jedan odgovor-upoznavanje planina.

Više informacija o ponudi (49,7%), povoljne cijene (47,0%) kao i dobra promocija (45,9%) uvelike bi potaknule ispitanike na odlazak na izlet na agroturizam u Makarskoj i okolici. Nešto manje su to lokalni eno-gastro specijaliteti (43,2%) i organizirane ture (42,1%). Lokalni/ruralni ambijent te dobra prometna povezanost imaju manju važnost kod ispitanika,

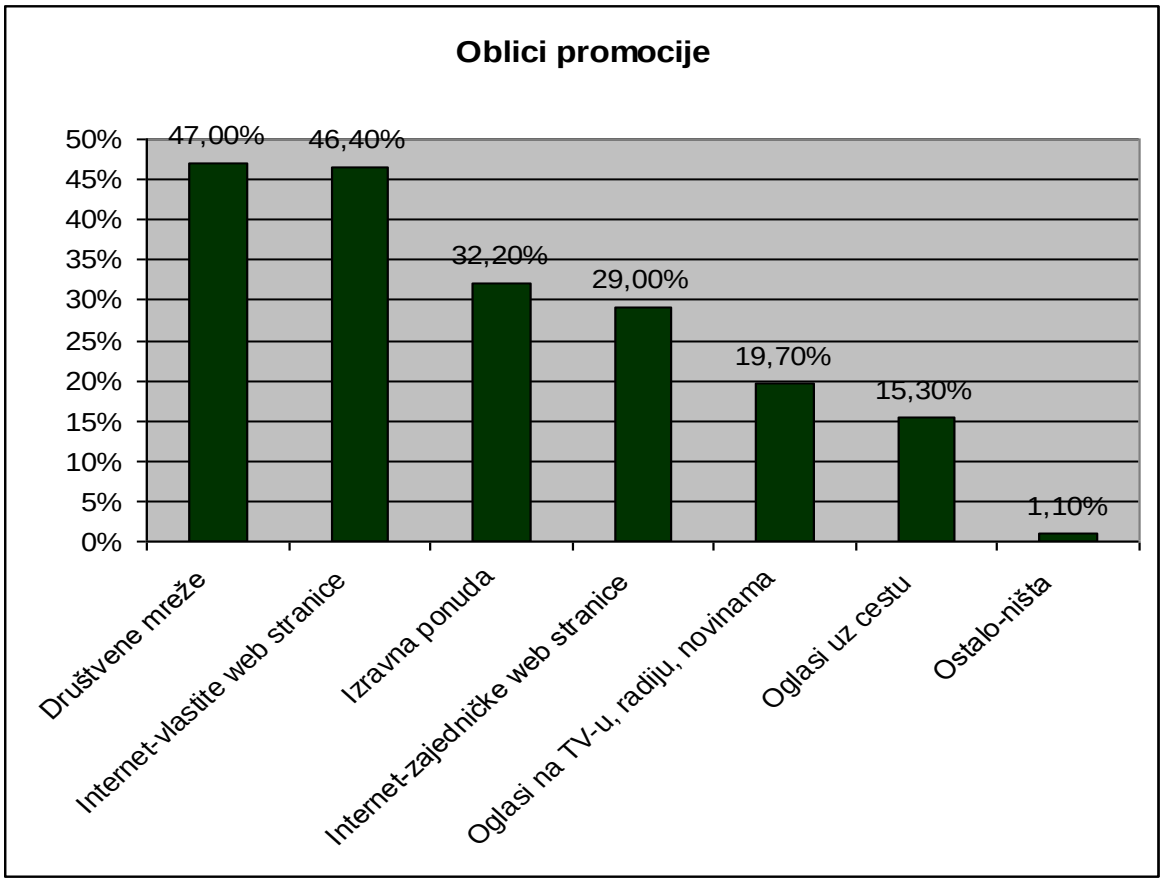
svega 24% odnosno 16,9%. Onih ispitanika koje ništa ne bi potaknulo na izlet na agroturizam na području Makarske i okolice je 3,8% (Tablica 9).

Uz sve navedeno, ljubaznost domaćina jedan je od glavnih činitelja koji bi ispitanike potaknuo na boravak (barem jedno noćenje) na agroturizmima u Makarskoj i okolici (54,6%). Relativna blizina mora (49,7%), kao i cijena noćenja niža od one na moru (37,2%) još su jedan od glavnih elemenata koje bi ispitanike potaknuo na boravak na agroturizmima. Za trećinu ispitanika osama bi bila pravi razlog njihovog boravka, dok je sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima (16,4%) i kontakt s domaćim životinjama (15,8%), nešto manje zastupljen razlog. Internet kao važan čimbenik u životu svakog čovjeka, za agroturiste nema veliki značaj, pa bi tako Internet veza u sobama za samo 12,6% ispitanika bila dovoljan razlog za njihovim boravkom na agroturizmima. Isti udio ispitanika smatra da bi to bila vrsta smještaja, dok je najmanji udio (2,7%) onih s dodatnim sadržajima. Onih ispitanika koje ništa ne bi potaknulo na boravak na agroturizmima na području Makarske i okolice je 7,7% (Tablica 9).

Tablica 9. Motivi ispitanika za odlazak na izlet na agroturizam, te boravak na agroturizmu na području Makarske i njene okolice

Izlet na agroturizam	**%**	**Boravak na agroturizmu**	**%**
Više informacija o ponudi	49,7	Ljubaznost domaćina	54,6
Povoljne cijene	47,0	Relativna blizina mora	49,7
Dobra promocija	45,9	Cijena noćenja niža od one na moru	37,2
Lokalni eno-gastro specijaliteti	43,2	Osama	33,3
Organizirane ture	42,1	Sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima	16,4
Lokalni/ruralni ambijent	24,0	Kontakt s domaćim životinjama	15,8
Dobra prometna povezanost	16,9	Internet veza u sobama	12,6
Ništa	3,8	Vrsta smještaja	12,6
		Ništa	7,7
		Dodatni sadržaji	2,7

Izvor: Vlastito istraživanje



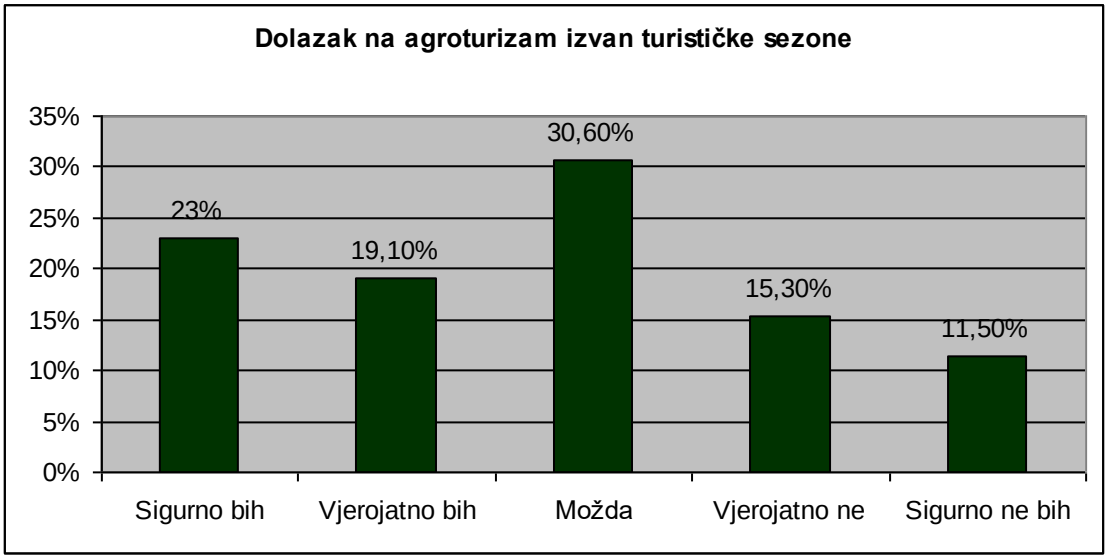
Grafikon 2. Oblik promocije koji najviše privlači ispitanike
Izvor: Vlastito istraživanje

Većinu ispitanika (njih 47%) bi najviše privukla promocija preko društvenih mreža, a zatim promocija na vlastitim web stranicama (46,4%). Izravna ponuda privukla bi 32,2% ispitanika, a zajedničke web stranice njih 29,0%. Oglasi na TV-u, radiju i novinama, te oglasi uz cestu su manje poželjni oblici promocije, svega (19,7% i 15,3%) (Grafikon 2).

Na pitanje "*U kojim aktivnostima biste voljeli sudjelovati na agroturizmima u Makarskoj i okolici*?" bilo je moguće dati više odgovora. Najveći postotak ispitanika (62,8%) izabralo je šetnju kao oblik aktivnosti, dok više od polovice ispitanika (51,4%) želi upoznati narodne običaje, i lokalno stanovništvo (41%). Vođene ture kao oblik aktivnosti izabralo je 38,8% ispitanika, dok je podjednak udio (32% ispitanika) izabralo jahanje te biciklizam. Aktivnosti koje su manje privlačne ispitanicima su kulturni sadržaji (31,7%) te sudjelovanje u poljoprivrednim radovima (15,8%).

Najveći postotak ispitanika (njih 47,5%) voljelo posjetili bi agroturizam na području Makarske i okolice sa svojim vlastitim automobilom, dok bi s organiziranim turama

agroturizam posjetilo 38,3% ispitanika. Paket-aranžmani su privlačni za 7,7% ispitanika, dok je najmanji postotak (6,6%) onih ispitanika koji bi agroturizam posjetili preko turističkih agencija.



Grafikon 3. Dolazak na agroturizam izvan turističke sezone na području Makarske i okolice
Izvor: Vlastito ispitivanje

Jedan od ciljeva ovog rada bio je ispitati zainteresiranost dolaska turista izvan turističke sezone, ukoliko agroturizam postane razvijen na području Makarske i okolice. Ispitanicima je ponuđena skala od 1 do 5, gdje je 5 značilo da bi sigurno došli izvan turističke sezone, a 1 da sigurne ne bi. Najveći postotak ispitanika (30,6%) izjavili su da bi možda došli izvan turističke sezone. Onih ispitanika koji bi sigurno i koji bi vjerojatno došli je 23,0% odnosno 19,1%. Pozitivna analiza ove ankete je upravo mali postotak onih ispitanika koji vjerojatno ne bi i koji sigurni ne bi dolazili na agroturizam na području Makarske i okolice, i izvan turističke sezone (15,3% i 11,5%) (Grafikon 3.).

5.5. Utjecaj sociodemografskih obilježja ispitanika na njihovu zainteresiranost za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i okolice

Usporedbom hrvatskih i stranih turista koji najčešće dolaze u Makarsku i okolicu (turisti iz Bosne i Hercegovine, Italije, Njemačke i Poljske) je utvrđeno da postoji značajna razlika između njihove zainteresiranosti za korištenjem usluga agroturizma u Makarskoj i okolici. Statistička analiza (ANOVA) je pokazala da su turisti iz Italije u većoj mjeri zainteresirani za korištenjem tih usluga, dok su turisti iz Poljske i BIH u najmanjoj mjeri zainteresirani za korištenjem usluga agroturizma na tom području. Iako samo 13,1% od ukupnog broja ispitanika su domaći turisti, oni su u podjednakoj mjeri zainteresirani za korištenjem agroturizma na području Makarske i okolice, kao Talijani i Njemci (Tablica 10).

Tablica 10. Usporedba domaćih i stranih turista na njihovu zainteresiranost za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i okolice

DRŽAVA	**SREDNJA VRIJEDNOST**	**SIG***
HRVATSKA	3,58	0,002
BOSNA I HERCEGOVINA	3,12	
ITALIJA	4,36	
NJEMAČKA	3,60	
POLJSKA	2,46	

Izvor: Vlastito istraživanje, Anova*

Daljnjom analizom je utvrđeno da postoji razlika između muškaraca i žena, te da su žene (3,61) u većoj mjeri zainteresirane za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i okolice od muškaraca (3,14; $p<0,05$). Isto tako i godine utječu na stupanj zainteresiranosti, pa je tako mlađa populacija manje zainteresirana u odnosu na osobe starije dobi. Osobe sa završenim magisterijem/doktoratom su više zainteresirane za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i okolice od ostalih turista ($p< 0,05$). S obzirom na radni status, vidljiva je razlika između zaposlenih i nezaposlenih osoba, pri tome da učenici/studenti i umirovljenici spadaju u grupu nezaposlenih osoba. Analiza je pokazala da su nezaposlene osobe nešto više zainteresirane za agroturizam od zaposlenih osoba Što se tiče primanja kućanstva, oni ispitanici s višim primanjima u većoj mjeri su zainteresirani za korištenjem usluga agroturizma (4,11), za razliku od niskih ili srednjih (2,17 i 3,28; $p<0.05$). Varijable mjesto odrastanja ispitanika, kao i njihovi mjesečni prihodi i broj djece do 14. godina ne utječu na stupanj zainteresiranosti ($p> 0,05$) (Tablica 11).

Tablica 11. Povezanost sociodemografskih obilježja ispitanika na njihovu zainteresiranost za korištenjem usluga agroturizma na području Makarske i okolice

		SREDNJA VRIJEDNOST	SIG*
SPOL	M	3,14	**0,018**
	Ž	3,61	
GODINE	18-30	3,13	**0,048**
	31-50	3,25	
	>51	3,74	
STRUČNA SPREMA	OŠ	3,17	**0,044**
	SSS	3,20	
	Viša/visoka	3,23	
	Magisterij	3,90	
RADNI STATUS	Zaposlen	3,20	**0,015**
	Nezaposlen	3,73	
ODRASTANJE	Grad	3,43	0,302
	Selo	3,21	
MJESEČNI PRIHOD (u eurima)	Do 500	3,28	0,447
	500-800	3,50	
	800-1000	3,15	
	1000-1500	3,78	
	>1500	3,37	
BROJ DJECE DO 14.god	Nijedno	3,36	0,986
	1 i više	3,37	
SKUPINA PRIMANJA KUĆANSTVA	Niska	2,17	**0,003**
	Srednja	3,28	
	Viša	4,11	
	Visoka	3,25	

Izvor: Vlastito istraživanje, Anova*

5.6. Utjecaj sociodemografskih obilježja ispitanika na njihov dolazak na agroturizam na području Makarske i okolice i izvan turističke sezone

S obzirom na blizinu i kraći vremenski tijek putovanja, vjerojatnije je bilo da će domaći turisti biti u većoj mjeri zainteresirani za dolaskom na agroturizam na području Makarske i izvan turističke sezone. Međutim statistička analiza je pokazala da su strani turisti u nešto većoj mjeri zainteresirani za dolazak i izvan turističke sezone, ukoliko bi agroturizam bio razvijen na području Makarske i njene okolice. Pokazalo se da samo turisti iz Poljske (2,08) ne bi dolazili na područje Makarske i izvan turističke sezone (Tablica 12).

Tablica 12. Usporedba domaćih i stranih turista na njihov dolazak izvan turističke sezone

DRŽAVA	**SREDNJA VRIJEDNOST**	**SIG***
HRVATSKA	3,13	0,002
BOSNA I HERCEGOVINA	3,50	
ITALIJA	3,93	
NJEMAČKA	3,40	
POLJSKA	2,08	

Izvor: Vlastito istraživanje, Anova*

Za razliku od utjecaja spola na zainteresiranost za korištenjem usluga agroturizma, spol ne utječe na voljnost dolaska na agroturizam izvan turističke sezone, ukoliko on postane razvijen na području Makarske i okolice. Također, ni godine ispitanika nemaju veliki utjecaj na dolazak turista izvan turističke sezone. S obzirom na stručnu spremu, postoji značajna razlika, pa su tako ispitanici sa završenim magisterijem u većoj mjeri zainteresirani za dolazak i izvan turističke sezone (3,82), dok su oni ispitanici sa završenom samo osnovnom školom u dosta manjom mjeri zainteresirani (1,83). Razlika je vidljiva i u radnom statusu, pa bi tako nezaposleni ispitanici (umirovljenici i studenti) u većoj mjeri dolazili i izvan turističke sezone na područje Makarske, ukoliko agroturizam postane razvijen. Tome pridonosi i činjenica da nezaposlene osobe imaju više slobodnog vremena, od onih zaposlenih. Mjesto odrastanja, mjesečni prihodi ispitanika, te broj djece u obitelji ne utječu na njihov dolazak izvan turističke sezone na području Makarske i njene okolice. Vidljiva je razlika i u primanjima kućanstva, pa su tako ispitanici s višim primanjima u većoj mjeri (4,85) zainteresirani za dolazak na područje Makarske i njene okolice i izvan turističke sezone, od onih ispitanika s niskim (1,67), srednjim (3,25) i visokim (3,10) primanjima (Tablica 13).

Tablica 13. Povezanost sociodemografskih obilježja ispitanika i voljnosti za dolazak izvan turističke sezone na agroturizam na područje Makarske i okolice

		SREDNJA VRIJEDNOST	SIG*
SPOL	M	3,10	0,064
	Ž	3,46	
GODINE	18-30	3,24	0,306
	31-50	3,14	
	>51	3,49	
STRUČNA SPREMA	OŠ	1,83	**0,000**
	SSS	3,37	
	Viša/visoka	3,00	
	Magisterij	3,82	
RADNI STATUS	Zaposlen	3,13	**0,031**
	Nezaposlen	3,58	
ODRASTANJE	Grad	3,28	0,868
	Selo	3,25	
MJESEČNI PRIHOD (u eurima)	Do 500	3,36	0,564
	500-800	3,28	
	800-1000	3,37	
	1000-1500	3,63	
	>1500	3,11	
BROJ DJECE DO 14.god	Nijedno	3,23	0,527
	1 i više	3,37	
SKUPINA PRIMANJA KUĆANSTVA	Niska	1,67	**0,001**
	Srednja	3,25	
	Viša	4,85	
	Visoka	3,10	

Izvor: Vlastito istraživanje, Anova*

6. ZAKLJUČAK

Turizam kao jedan od glavnih gospodarskih grana, na području Makarske i njene okolice predstavlja jedan od glavnih pokretača razvoja, a primjer tome je, što se svake godine izgradi stotinjak novih apartmana za turiste. Da bi ostala konkurenta na Mediteranskom tržištu, Makarska i njena okolica mora se okrenuti nekim novim selektivnim oblicima turizma. Tako bi se produžila turistička sezona, poboljšao imidž područja, te ono najbitnije- stvorio bi se dodatni prihod. Makarsko primorje raspolaže sa svim resursima koji su potrebni za razvoj selektivnih oblika turizma, pa tako i agroturizma.

U prilog tome govore i rezultati ovog istraživanja koji pokazuju da je 73,7% ispitanika djelomično ili potpuno zainteresirano za korištenje usluga agroturizma na području Makarske i njene okolice. Čak 72,7% ispitanika došli bi na područje Makarske i njene okolice i izvan turističke sezone, ukoliko se na tom području agroturizam razvije.

S druge strane, javljaju se i problemi koji koče razvoj agroturizma, a to su: neriješeni imovinsko- pravni odnosi, izoliranost zaselaka i naselja, lokalno stanovništvo nije dovoljno educirano, velika konkurencija u vidu masovnog turizma i mnogi drugi. Jedan od glavnih problema je i to, što su turisti nedovoljno informirani o uslugama agroturizma na području Makarske i okolice. Tako je u provedenom istraživanju čak 53,6% ispitanika reklo da nisu uopće upoznati s ponudom agroturizma na području Makarske i okolice. Međutim, 49,7% ispitanika odgovorilo je da bi ih više informacija o ponudi, navelo na odlazak na agroturizam na području Makarske i okolice, a 47% ispitanika je navelo društvene mreže kao oblik promocije, koji bi ih najviše privukao. Sve navedeno ukazuje na to, da je potrebna puno snažnija promocija postojeće agroturističke ponude te da je i u budućnosti potrebno sustavno raditi na promociji, posebice preko društvenih mreža. Ljubaznost domaćina, relativna blizina mora, dobra promocija i lokalni eno-gastro specijaliteti su glavni uvjeti za razvoj agroturizma na području Makarske i okolice. Osim toga, jedan od glavnih motiva, kojeg su turisti naveli za dolazak u Makarsku i njenu okolicu, osim mora, sunca i plaža, je i lijep okoliš (Biokovo, šume). Prema tome, i ovo istraživanje je potvrdilo da Makarska i njena okolica, ima sve mogućnosti za daljnjim razvojem agroturizma, i proširenjem svoje turističke ponude, a da to prepoznaju i turisti. Da bi se taj potencijal u potpunosti iskoristio, potrebno je proširiti agroturističku ponudu, unaprijediti promociju, informirati domaće stanovništvo o selektivnim oblicima turizma, podići kapacitet lokalnih zajednica da formuliraju razvojne projekte, te ograničiti masovnu izgradnju.

7.POPIS LITERATURE

1. Aleksandar Lukić, Turizam na seljačkim gospodarstvima u Hrvatskoj, Izvorni znanstveni članak, Izvor: file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/URN-NBN-SI-doc-DW4YJY7X.pdf
2. Baćac R.,(2011). Priručnik za bavljenje seoskim turizmom, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb
3. Barbieri V., (1990). Makarsko primorje, Motovun, Ljubljana
4. Cooper C., J. Fletcher, D. Gilbert i S. Wanhill (1998.). Tourism- Principles and Practice, Second edition, Longman, Harlow
5. Cerjak M., (2014).- nastavni materijali iz modula Ruralni turizam, Agronomski fakultet Zagreb
6. Demonja Damir (2014). The Overview and Analysis of the State of Rural Tourism in Croatia, Sociologija i prostor, 52 (2014) 198 (1): 69-90, UDK 338.48:63(497.5)
7. Demonja D., Ružić P. (2010). Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima, Meridijani, Zagreb
8. Drpić K., Vukman M., (2014). Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj, Praktični menadžment, Vol.V, br.1., str. 62-67, UDK 379.8:910.4:641.5
9. Fortis Alberto (2004). Put po Dalmaciji, Marjan tisak,.Split, 2004
10. Grgić I., Zrakić M., Gudelj-Velaga A.,(2015.). „ Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske Unije“, Agronomski glasnik, str.69
11. Hrstić Igor, (2008). Svjetovna arhitektonska naština Biokovskog područja u: Biokovo, Graphis, Makarska
12. Hegeduš I., Koščak I. (2014). Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj, Stručni rad, UDK 338.48:2 (497.5), Međimursko veleučilište u Čakovcu
13. Jelinčić D. A. (2007). Agroturizam u Europskom kontekstu, Stud. ethnol. Croat., vol. 19, str. 269-291, Zagreb, UDK 348.48 (4-22), str.273, 2007
14. Jurišić Karlo (1970). Nazivi naselja Makarskog primorja, u:Makarski zbornik,Jurišić, Franjo Kluz, Omiš
15. Kesar O. (2014). -nastavni materijali iz modula Specifični oblici turizma, Ekonomski fakultet Zagreb
16. Kotler, P. (2001). Upravljanje marketingom, Analiza, primjena i kontrola, Mate, Zagreb

17. Kranjčević J., (2012). Turizam u prostornim planovima Makarskog primorja od 1945. do 1990. u : Makarsko primorje danas (Mustapić M., Hrstić I.), Institut državnih znanosti, Zagreb, 2012.
18. Kušen E. (2006). Ruralni turizam u:Hrvatski turizam-plavo,bijelo,zeleno (Čorak S., Mikačić V., ur.), Institut za turizam, Zagreb, 188
19. Makarska kronika (2015). List Makarske rivijere, zabiokovlja i otoka, Makarska
20. Mesić Ž. (2014).-nastavni materijali iz modula Ruralni turizam, Agronomski fakultet Zagreb
21. Mišetić R., Bara M., (2012). Stanovništvo Makarskog primorja : demografsko kretanje u vrtlogu društvenih promjena od 1945. do 2011. u : Makarsko primorje danas (Mustapić M., Hrstić I.), Institut državnih znanosti, Zagreb, 2012.
22. Ozimec R., Bušelić S. (2008). Planinarstvo i alpinizam na Biokovu u: Biokovo (Ozimec Roman), Graphis, Makarska
23. Panenić T.(2013). Vinski turizam, prezentacija, Zagreb
24. Petrić L., (2006). Izazovi razvoja ruralnog turizma : Dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku
25. Podgorelec S., Klempić-Bogadi S., (2012). Socio-geografske promjene u naseljima Makarskog primorja u: Makarsko primorje danas (Mustapić M., Hrstić I.), Institut državnih znanosti, Zagreb, 2012.
26. Poljanec-Borić S., Šikić L., (2012). Makarsko primorje- od rivijere do mikroregije u: Makarsko primorje danas (Mustapić M., Hrstić I.), Institut državnih znanosti, Zagreb, 2012.
27. Ružić P. (2009). Ruralni turizam, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula
28. Šabić Vilim F. (2008). Lovstvo na Biokovu u :Biokovo (Ozimec Roman), Graphis, Makarska
29. Štambuk M. (2012). Makarsko zaleđe u razvojnoj ulozi u: Makarsko primorje danas (Mustapić M., Hrstić I.), Institut državnih znanosti, Zagreb, 2012.
30. Šunde Smiljana (2008). Etnologija i tradicionalno gospodarstvo Biokova u: Biokovo (Ozimec Roman), Graphis, Makarska
31. Ujdurović Miroslav (2002). Stanovništvo Makarskog primorja od 15.-19.st., Marjan tisak, Gradac
32. Urlić Velimir (2008). Počeci turizma u Makarskoj i Primorju do 1940. godine, Gradski muzej Makarska, Slobodna Dalmacija d.d.

Web izvori:

33. http://www.dzs.hr/
34. http://www.plivazdravlje.hr/aktualno/clanak/9090/Trekking-aktivnost-za-opustanje-i-adrenalin.html
35. https://www.nn.hr
36. http://www.mint.hr/UserDocsImages/150608_AP_%20Zdravstveni%20turizam.pdf
37. www.wikipedia.hr
38. http://www.dinarskogorje.com/biokovo.html
39. http://opcinabaskavoda.com/hr
40. www.makarska-rivijera
41. http://makarska.hr/
42. http://www.planinarstvo.bloger.index.hr/
43. http://www.makarskainfo.com/hr/tucepi
44. http://www.makarskainfo.com/hr/podgora/
45. http://www.drasnice.hr
46. http://www.makarskainfo.com/hr/zaostrog
47. http://www.makarskainfo.com/hr/zivogosce
48. http://www.gradac.hr/hr/27/gradac
49. http://www.pp-biokovo.hr/
50. http://www.dinaridestrails.org
51. http://www.mint.hr/
52. http://makarskacroatia.eu/oglasi/konoba-i-izletiste-tucepi-feniks-opg/

Prilog

Anketni upitnik-Ruralni turizam u Makarskoj i okolici

kolovoz/rujan 2015.

Poštovani, za potrebe diplomskog rada provodim anketno ispitivanje na temu agroturizma u Makarskoj i okolici. Zamolila bih Vas da izdvojite nekoliko minuta svog vremena i iskreno i kratko odgovorite na sva pitanja.

Dina Gojak

TURISTIČKI BORAVAK U MAKARSKOJ I OKOLICI

1. Koliko često ste boravili u Makarskoj i okolici kao turist u posljednjih 7 godina?

❑ prvi put ❑ dva puta ❑ tri i više puta

2. Koji su Vaši razlozi za odabir Makarske i njene okolice kao turističke destinacije (moguće više odgovora)?

❑ blizina od doma ❑ sunce, more, plaža ❑ lijep okoliš (Biokovo, šume)
❑ povoljne cijene ❑ navika ❑ preporuka prijatelja/poznanika
❑ povijesni i kulturni motivi ❑ vjerski motivi
❑ nešto drugo, što? _____

3. Koliko dugo ćete boraviti u Makarskoj i okolici na ovom odmoru (jedan odgovor)?

❑ jedan dan/izlet ❑ 2-3 dana ❑ 4-6 dana ❑ 7 dana
❑ dva tjedna ❑ duže od dva tjedna

4. Koje turističke proizvode/usluge ste koristili/ planirate koristiti na OVOM odmoru u Makarskoj i okolici (moguće više odgovora)?

- ❑ more, plaža
- ❑ gastronomija
- ❑ agroturizam
- ❑ rekreacijske usluge,koje_____
- ❑ zabavni i kulturni program
- ❑ edukacijski program
- ❑ nešto drugo, što_____

5. Ruralni turizam su svi oblici turizma i turističkih aktivnosti u ruralnim područjima. Koliko Vam se sviđa ovakav oblik turizma u odnosu na morski turizam?

❑ više mi se sviđa ❑ jednako mi se sviđa ❑ manje mi se sviđa

AGROTURIZAM-oblik ruralnog turizma- povremeni boravak u seoskoj sredini koji posjetiteljima osim čistog zraka i prirodnog ambijenta, pruža različite mogućnosti aktivnog sudjelovanja u životu i radu na seoskom gospodarstvu, sudjelovanje u lokalnim običajima i manifestacijama, te upoznavanja s lokalnom gastronomijom.

6. Koliko često ste bili na agroturizmima u posljednjih 5 godina (izlet ili boravak) (po jedan odgovor u svakom stupcu) ?

U HRVATSKOJ	U INOZEMSTVU	U MAKARSKOJ
❑ nikad	❑ nikad	❑ nikad
❑ 1-2 puta	❑ 1-2 puta	❑ 1-2 puta
❑ 3-4 puta	❑ 3-4 puta	❑ 3-4 puta
❑ 5-9 puta	❑ 5-9 puta	❑ 5-9 puta
❑ 10 i više puta	❑ 10 i više puta	❑ 10 i više puta

7. Koji su (koji bi bili – ako nisu do sad bili na agroturizmima) vaši razlozi za odlazak na agroturizam (moguće više odgovora) ?

- ❑ opuštanje (bijeg od gužve/stresa)
- ❑ upoznavanje lokalnih običaja
- ❑ kontakt s domaćinima
- ❑ uživanje u vlastitim hobijima
- ❑ želim isprobati nešto novo
- ❑ izravan dodir s prirodom
- ❑ zdrava hrana i uživanje u specijalitetima
- ❑ kontakt s domaćim životinjama
- ❑ nešto drugo, što _____

STAVOVI I PREFERENCIJE PREMA AGROTURIZMU U MAKARSKOJ I OKOLICI

8. Jeste li upoznati s ponudom agroturizma u Makarskoj i okolici ?

u potpunosti				uopće ne
5	4	3	2	1

9. Na koji način ste se upoznali s ponudom agroturizma u Makarskoj i okolici?

- ❑ Internet
- ❑ TV, novine
- ❑ oglasi uz cestu
- ❑ turističke agencije
- ❑ preporuke od prijatelja/rodbine
- ❑ nešto drugo, što? _____

10. Koji oblik agroturizma mislite da bi bio primjeren za Makarsku i njenu okolicu (moguće više odgovora) ?

- ❑ niti jedan
- ❑ eko turizam
- ❑ vinski turizam
- ❑ avanturistički
- ❑ gastronomski turizam
- ❑ naturizam
- ❑ ne znam
- ❑ nešto drugo, što _____

11. Koliko ste zainteresirani za korištenje usluga agroturizma na području Makarske i okolice?

jako zainteresiran potpuno nezainteresiran

5 4 3 2 1

12. Koji oblik agroturizma biste posjetili u Makarskoj i okolici (moguće više odgovora) ?

❑ nijedan ❑ eko turizam ❑ vinski turizam

❑ naturizam ❑ gastronomski ❑ ostalo,što _____

13. Što bi Vas potaknulo na odlazak na izlet na agroturizam u Makarskoj i okolici (moguće više odgovora) ?

❑ više informacija o ponudi ❑ organizirane ture ❑ dobra promocija

❑ lokalni eno-gastro specijaliteti ❑ lokalni/ruralni ambijent ❑ povoljne cijene

❑ dobra prometna povezanost ❑ ništa

❑ nešto drugo, što_____

14. Što bi Vas,uz gore navedeno, potaknulo na boravak na agroturizmima u Makarskoj i okolici (barem jedno noćenje) (moguće više odgovora) ?

❑ vrsta smještaja, kakva _____ ❑ Internet veza u sobama

❑ cijena noćenja niža od one na moru ❑ kontakt s domaćim životinjama

❑ sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima ❑ relativna blizina mora

❑ dodatni sadržaji,što_____ ❑ osama

❑ ljubaznost domaćina ❑ ništa

❑ nešto drugo, što _____

15. Koji oblik promocije agroturizma u Makarskoj i okolici bi Vas najviše privukao (moguće više odgovora) ?

- ❑ Internet-vlastite web stranice
- ❑ Internet-zajedničke web stranice
- ❑ društvene mreže
- ❑ oglasi uz cestu
- ❑ oglasi na TV-u, radiju, novinama
- ❑ izravna ponuda
- ❑ nešto drugo, što _____

16. U kojim aktivnostima biste voljeli sudjelovati na agroturizmima u Makarskoj i okolici (moguće više odgovora) ?

- ❑ vođene ture
- ❑ biciklizam
- ❑ šetnje
- ❑ jahanje
- ❑ sudjelovanje u poljoprivrednim radovima
- ❑ kulturni sadržaji
- ❑ upoznavanje narodnih običaja
- ❑ upoznavanje lokalnog stanovništva
- ❑ nešto drugo,što_____

17. Kako bi ste najviše voljeli otići na posjet agroturizmu u Makarskoj i okolici (jedan odgovor) ?

- ❑ vlastiti automobil
- ❑ organizirane ture
- ❑ paket-aranžman
- ❑ s agencijom

18. Ukoliko agroturizam postane razvijen na ovom području , biste li dolazili i izvan turističke sezone?

Sigurno bih Sigurno ne bih

5 4 3 2 1

OSOBNA PITANJA

19. Država iz koje dolazite? _____

20. Koliko imate godina? _____

21. Spol

❑ M ❑ Ž

22. Vaša školska sprema

❑ OŠ ❑ SSS ❑ viša ili visoka škola ❑ magisterij/doktorat

23. Radni status?

❑ zaposlen/a ❑ nezaposlen/a ❑ učenik/student ❑ umirovljenik

24. Mjesto odrastanja?

❑ grad ❑ selo

25. Osobni prosječni mjesečni prihodi?

❑ do 500 € ❑ 500- 800 € ❑ 800-1000 €

❑ 1000-1500 € ❑ > 1500 €

26. Broj djece do 14 godina u obitelji?

27. U koju skupinu primanja spada Vaše kućanstvo?

❑ niska primanja ❑ viša primanja

❑ srednja primanja ❑ visoka primanja

ŽIVOTOPIS

Dina Gojak rođena je 02.08.1991. godine u Makarskoj, gdje završava osnovnu školu Petra Perice, te upisuje srednju ekonomsku školu fra Andrije Kačića Miošića. Preddiplomski studij Mediteranska poljoprivreda završava u Splitu, 2013.godine s odličnim uspjehom. Iste godine nastavlja diplomski studij na Agronomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, smjer ekološka poljoprivreda i agroturizam.