ANALIZA SEOSKOG TURIZMA U DALMACIJI

Gudelj, Trpimir

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:212080

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ANALIZA SEOSKOG TURIZMA U DALMACIJI

.

Mentor:
prof. dr. sc. Ante Rozga

Student:
Trpimir Gudelj

Split, lipanj 2016.

SADRŽAJ:

1.UVOD 3

1.1 Definiranje problema istraživanja 3

1.2 Cilj rada 3

1.3 Metode rada 3

1.4 Struktura (sadržaj) rada 3

2.TURIZAM 5

2.1 Osnovni turistički pojmovi 5

2.2 Statistička analiza turizma 6

3.SEOSKI TURIZAM 9

3.1 Općenito o seoskom turizmu u Hrvatskoj 9

3.2. Seoska turistička destinacija 15

3.3 Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj 17

3.3.1 Činitelji potražnje 18

3.3.2 Činitelji ponude 19

4. ANALIZA SEOSKOG TURIZMA U DALMACIJI 24

4.1 Dalmacija 24

4.1 Eko-etno sela u Dalmaciji 25

5.ZAKLJUČAK 29

LITERATURA 30

POPIS SLIKA 31

POPIS TABLICA 31

SAŽETAK 32

SUMMARY 33

1.UVOD

1.1 Definiranje problema istraživanja

Svrha ovog rada je analiziranje te podobnije upoznavanje jedne od najperspektivnijih grana turizma novijeg doba, a to je seoski turizam. Istražit će se utjecaj seoskog turizma na gospodarstvo te stil života ljudi u Dalmaciji. Turizam kao najvažnija grana gospodarstva dalamacije s vremenom se mijenja.Iako i danas dominiraju turisti koji na odmor dolaze u urbane turističke centre čije je glavno obilježje gužva i nemir, broj turista koji priželjkuju odmor u prirodi, u miru i tišini, dalje od užurbanih središta sve je veći.

1.2 Cilj rada

Cilj ovog rada je dokazati da razvoj seoskog turizma utječe na ravnomjerni regionani razvoj, samozapošljavanje i motiviranje mladih za ostanak na selu.

1.3 Metode rada

Za potrebe istraživanja, najprije će se analizirati domaća i strana literatura iz područja razvoja ruralnog turizma. Prikupljanje informacija dostupnih u različitim bazama podataka, stručnim knjigama, časopisima i internetu. Dokumentacija odabrane turističke zajednice kako bi se dobio uvid u dosadašnji rad. Anketiranje korisnika usluga turističke zajednice – privatnih iznajmljivača, inozemnih te ostalih domaćih turista, ispituje se njihovo zadovoljstvo radom turističke zajednice te načinom suradnje s ostalim sudionicama koji su usmjereni na ostvarenje ciljeva. Anketno istraživanje bit će provedeno na prigodnom uzorku, u kontekstu postavljenih hipoteza i ciljeva istraživanja. Kod prigodnog uzorka uzimaju se u obzir jedinke na temelju dostupnosti.

1.4 Struktura (sadržaj) rada

Rad se sastoji od teorijskog i istraživačkog dijela.

U uvodnom dijelu rada prikazani su problem, ciljevi, metode te struktura rada.
Drugi dio rada odnosi se na osnovne turističe pojmove. U njemu je obrađen pojam turizma općenito te uloga statističke analize u turizmu.
U trećem dijelu rada pojam sesoskog turizma razrađen je do detalja. Prikazana je uloga seoskog turizma u Dalmaciji, te važnost koju seoski turizam ima u gospodarstvu cijele Hrvatske.

U posljednjem dijelu prikazana su zaključna razmatranja, nakon čega slijedi sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku, popis literature i popis slika.

2.TURIZAM

2.1 Osnovni turistički pojmovi

Hrvatski turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske. Povijest turizma u Hrvatskoj seže do sredine 19. Stoljeća u razdoblje oko 1850.godine. Uspješno se razvijao sve do današnjih dana, a danas je Hrvatska jedno od najposjećenijih i najvažnijih turističkih odredišta Sredozemlja.

Naime, ne postoji jedinstvena definicija turizma. Moglo bi se reći da definicija turizma ima onoliko koliko ima i ljudi. Svatko će, polazeći od vlastitog iskustva taj pojam tumačiti na svoj način. Jedna od općeprihvaćenih definicija je: „Turizam je putovanje u svrhu rekreacije, ugode ili posla i najčešće je ograničenog trajanja."

Najčešće se turizam povezuje sa putovanjem izvan domicilne zemlje, ali se također može odnositi i na putovanje na druge lokacije u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja. Svjetska turistička organizacija definira turiste kao: **"ljude koji putuju i odsjedaju u mjestima izvan uobičajenog mjesta stanovanja na razdoblje ne dulje od jedne godine u svrhu zabave, posla ili drugih razloga".** Turizam je danas popularna aktivnost većine ljudi u razvijenom svijetu, te može biti domaći ili međunarodni, a međunarodni turizam ima istovremeno implikacije i na gospodarstvo polazišne i odredišne zemlje. Danas je turizam jedan od glavnih izvora prihoda u mnogim državama, a u brojnim odredištima je najvažnija gospodarska grana.

Svako putovanje koje pokreće jedan ili više specifičnih razloga putnika u turizmu smatra se turističkim putovanjem. Najčešći razlozi putovanja su: želja za odmorom i rekreacijom, poslovni razlozi, hodočašća, posjet rodbini ili prijateljima, želja za obilaskom prirodnih ljepota po različitim dijelovima svijeta, upoznavanja ljudi i običaja neke zemlje. Da bi se neko putovanje definiralo kao turističko ne smije biti kraće od 24 sata, u protivnom se smatra dnevnim posjetom, ali ne smije biti ni duže od 365 dana. Dva vrlo važna pojma u turizmu su također i pojam izletnika i pojam turista. Turistom se smatra osoba koja je ostvarila noćenje na određenom posjećenom mjestu, tj. zadržala se duže od 24 sata, dok su izletnici one osobe koje su ostvarile dnevni posjet tj. čije je putovanje trajalo manje od 24 sata.

Osnovne karakteristike turizma u Hrvatskoj su:
- raznovrsnost ponude i potražnje
- neproizvodan karakter rada
- sezonski karakter poslovanja
- visok stupanj elastičnosti potražnje

- turizam potiče neuobičajene aktivnosti koje se u domicilu inače ne prakticiraju
- turisti su potrošači koji troše a ne privređuju
- putovanje uvijek završava u mjestu u kojem je i počelo

2.2 Statistička analiza turizma

Statistika zauzima vrlo važno mjesto u turizmu. Ponuda u turizmu se bazira na određenim statističkim podacima a statističari ulažu velike napore da se što detaljnije prouče potrebe i kretanja turista. Statističko praćenje turizma je izuzetno značajno za javni i privatni sektor. Statistika se uglavnom bazira na prikupljanje podataka na strani turističke ponude i potražnje. U ranijem razdoblju statistika turističke ponude uglavnom se odnosila na praćenje sljedećih pokazatelja: broj kreveta, soba, mjesta u komplementarnim kapacitetima, a turistička potražnja na broj dolazaka i broj noćenja. Posljednjih godina uloženo je puno truda da se usavrši metodologija praćenja turizma i njegovih stvarnih učinaka u nacionalnom gospodarstvu, pa je razrađeno i više različitih sustava praćenja pokazatelja turističke ponude i potražnje, kao što su :

- Opći turistički informacijski sustav
- Turistička satelitska bilanca
- Istraživanje turističkog tržišta
- Indeksi turističke proizvodnje
- Turistički barometar

Kao što je prethodno spomenuto, postoje brojne definicije turizma. Jedna od brojnih je i definicija turizma na temelju statističkog kriterija koja pomaže u formiranju i sređivanju građe za istraživanje biti pojave i njenih aspekata. Statističke definicije preciziraju oblike turizma s obzirom na mjesto (domaći, inozemni turizam) putovanja ili boravka ili motive putovanja (zdravlje, kultura, hodočašće itd.)

Upravo prema statističkom kriteriju izvršena je klasifikacija pojavnih oblika turizma i to ovisno o porijeklu turista i zemlji koju se posjećuje. Prema tim kriterijima razlikujemo:

- DOMAĆI TURIZAM – stanovnici zemlje A putuju po zemlji A (npr. stanovnici Hrvatske putuju i borave unutar Hrvatske)

- ULAZNI TURIZAM – stanovnici zemlje B putuju po zemlji A (primjer stanovnici Njemačke borave u Hrvatskoj)
- IZLAZNI TURIZAM – stanovnici zemlje A putuju po zemlji B (npr. Hrvati odlaze na odmor u neku drugu zemlju).

Tablica 1: Dolasci turista na području Splitsko-dalmatinske županije u 2015.godini

Destinacije	Turisti			Indeksi 15./14.		
	DOMAĆI	STRANI	ukupno	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
Splitska rivijera s zaleđem	**101979**	**1025290**	**1127269**	113	113	113
Marina	1018	30612	31630	113	114	114
Seget	16236	102930	119166	116	97	99
Okrug	2263	67464	69727	117	113	113
Trogir	5007	115553	120560	84	123	120
Kaštela	6334	44000	50334	120	119	119
Solin	2830	10195	13025	114	127	124
Klis	20	388	388	2000	237	249
Split	48049	410416	458465	115	117	116
Podstrana	11449	85799	97248	108	108	108
Dugi Rat	1467	34143	35610	107	108	108
Omiš	4894	111494	116388	108	109	109
Šolta	2412	12316	14728	133	126	127
MAKARSKA RIVIJERA S ZALEĐEM	**48615**	**720494**	**769109**	107	106	106
Brela	4726	84734	108	106	108	108
Baška Voda	9003	143014	143014	116		110
Makarska	17055	188379	188379	102	110	107
Tučepi	5041	95670	95670	121	107	104
Podgora	3173	76468	76468	81	103	77
Živogošće	1038	35168	35168	92	77	98
Igrane	329	14112	14112	94	98	102
Gradac	6756	89603	89603	134	103	123
Drvenik	1494	41961	41961		122	
DALMATINSKA ZAGORA	**13021**	**37310**	**50331**	113	96	100
Sinj	4768	5995	10763	103	91	96
Trilj	2045	1292	3337	139	158	145
Dugopolje	3112	27369	30481	111	91	94
Vrgorac	504	727	1231	144	153	149
Imotski	2548	1811	4359	109	169	128
Vrlika	44	116	160	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

OTOK BRAČ	**18874**	**194682**	**213556**	106	109	109
Milina	592	7769	8361	116	91	92
Supetar	6590	63923	70513	95	110	108
Positra	1871	14013	15884	94	112	110
Pučišća	495	3225	3720	132	103	106
Sutivan	758	10558	11343	106	102	102
Bol	8150	86609	94759	116	113	113
Selca	391	8585	8976	134	101	102
OTOK HVAR	**19541**	**234830**	**254371**	109	106	106
Sućuraj	370	7055	7425	86	104	103
Jelsa	3673	42992	46665	133	103	104
Vrboska	2288	10684	12972	126	98	102
Stari Grad	5372	27396	32768	90	101	99
Hvar	7838	146703	154541	112	108	108
OTOK VIS	**10893**	**27622**	**38515**	104	106	106
Vis	5991	19228	24219	115	106	108
Komiža	4902	9394	14296	94	106	102
UKUPNO	**212923**	**2240228**	**2453151**	110	109	109

Izvor: TU TZ gradova, općina i mjesta Splitsko-dalmatinske županije

3.SEOSKI TURIZAM

3.1 Općenito o seoskom turizmu u Hrvatskoj

Seoski turizam se tumači kao „ turistička valorizacija agrarnih područja, prirodnih resursa, kulturnog nasljeđa, lokalnih tradicionalnih običaja i proizvoda kroz posebno oblikovane turističke proizvode koji reflektiraju identitet područja i zadovoljavaju potrebe gostiju u smislu smještaja, usluge hrane i pića, rekreacije i aktivnosti, animacije i ostalih usluga, s ciljem održivog lokalnog razvoja, ali i pružanjem adekvatnih odgovora na potrebe današnjeg gosta unutar novoostvarenih odnosa grada i sela.“

Seoski turizam je turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnija obilježja takvog turizma su mirna sredina, odsutnost buke, očuvana priroda, komunikacija s domaćinima i upoznavanje s njihovim načinom života, odnosno ruralnim poslovima. Dakle, seoski turizam podrazumijeva sve aktivnosti koje su usko vezane uz seoski način života, a to su: pješačenje, jahanje, folklori, sudjelovanje u raznim seljačkim poslovima i slično. Prva seljačka obiteljska gospodarstva su u RH registrirana 1998. Godine. Te godine ih je bilo 32 a posljednjih godina bilježi se značajan porast.

Tablica 2: Kriterij za označavanje turizma kao seoskog turizma

KRITERIJI	TUMAČENJE
Smještaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu	Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima
Ruralno okruženje s izraženim obilježjima tradicionalnog poljodjelstva ili s izuzetnim prirodnim vrijednostima	Izuzetne prirodne vrijednosti su park prirode ili slično. „Tradicionalno poljodjelstvo “ isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici, iznimno veliki proizvodni objekti, i slično.
Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolici	Odnos broja turističkih kreveta i stanovnika u ruralnim područjima ne smije prijeći 1:1
Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja	Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta	
Gostoljubljivost – osobna briga domaćina o gostu	
Mali kapacitet smještajne jedinice	Gornja granica kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice

Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju	Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multi-funkcionalnih aktivnosti na ruralnom području	Primjena kriterija iz „Agende 21“ za turizam kada budu osmišljenu
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom	Minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja, gosti imaju mogućnost ostvariti kontakt s lokalnom realnošću ako to žele
Lokalni proizvodi i gastronomija	Dostupni u okruženju
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe,...)	Dostupni u okruženju
Isključujući kriteriji su: gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolica, područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma, i buka, rizici/pasnosti, vidljiva ili druga zagađenja.	Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi

Izvor: Ruralis. Standardi kvalitete. URL: http://www.ruralis.hr/hr/standardi_standardizacija.html.

Ratna razaranja Hrvatske imala su velik utjecaj na gospodarstvo Hrvatske općenito a samim time i na turizam Hrvatske te je to jedan od glavnih razloga zašto se seoski turizam u Hrvatskoj nije razvijao jednako brzo i kvalitetno kao u nekim drugim Europskim zemljama. Međutim, posljednjih godina seoski turizam stječe sve veću popularnost te se užurbano razvija. Seoski turizam određen je prirodnim i kulturnim resursima koji se nalaze na ruralnim područjima, a oni predstavljaju dobar temelj za ruralni razvoj. Premda još uvijek u sjeni masovnog turizma, u posljednje vrijeme seoskom turizmu počinje se posvećivati sve veća pozornost jer ruralni prostor Hrvatske zauzima oko 90% njezine površine te na njemu živi oko 50% stanovništva Hrvatske što predstavlja ogromni potencijal za razvoj seoskog turizma. Aktivacijom neiskorištenih resursa omogućila bi obnovu i razvitak sela te bi se omogućio povratak mladih ljudi na selo koji su trbuhom za kruhom otišli u veće gradove.

U Dalmaciji, a posebice u Dalmatinskoj Zagori, posljednjih godina broj seoskih gospodarstava užurbano raste. Gosti seoskih domaćinstava uglavnom su strani turisti koji uviđaju da je odmor u uvjetima koje nude veliki turistički centri podjednako stresan kao i svakodnevnica koju nastoje barem nakratko zaboraviti. Kod odmora u prirodi uz svu ljepotu i mir ali i uz luksuz koji im domaćini nude, gosti sami mogu isplanirati svoje vrijeme. Seoska su domaćinstva uglavnom smještena u blizini naselja, gradova ali u gotovo netaknutoj prirodi tako da iako udaljeni od gužve gosti imaju mogućnost spuštanja u centre. Lokacije domaćinstava su sve poželjnije jer gosti nisu osuđeni na samo jednu alternativu kao što je npr.

odlazak na plažu, već mogu isplanirati vrijeme na način da obiđu i druge znamenitosti koje se nalaze u okolici.

Dalmacija se sastoji od brojnih mjesta koja obiluju prirodnim ljepotama, kao što su brojne rijeke, jezera, kulturna baština te ostale znamenitosti. Kuće za odmor nalaze se uglavnom u starim, napuštenim naseljima koja se renoviraju i pretvaraju u luksuzne vile sa bazenima koje se nalaze na sami. Ponuda seoskih domaćinstava također je raznolika; od domaćih gastronomskih specijaliteta, mogućnosti dolaska u kontakt sa domaćim životinjama, obilazak raznih mjesta vožnjom rijekom, šumskim putovima do mogućnosti zadovoljenja potreba za adrenalinom, što sve skupa izaziva oduševljenje kod gostiju kojima pomaže da zaborave na brige i uživaju.

Seoski turizam je usredotočen na različite koncepte selektivnih oblika turizma. A to su:

1. Agroturizam ili seljački turizam- predstavlja tip seoskog turizma koja posjetiocu omogućuje izravno sudjelovanje u sjetvi, žetvi i slično. Često farmeri nude i priliku za boravak na vlastitoj farmi te za obrazovanjem. Najveću dobrobit od agroturizma ostvaruje lokalno stanovništvo, a ne turistički radnici ili hoteli
2. Rezidencijalni turizam–predstavlja boravak stanovnika gradova vikendima, blagdanima i za vrijeme godišnjih odmora u vikendicama. Vikendice se uobičajeno nalaze u blizini gradova ili drugih značajnih atrakcija. U Hrvatskoj je nedovoljno iskorišten potencijal iznajmljivanja objekata u toj vrsti turizma
3. 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. Ovaj turizam često prijelazi u rezidencijalni (vikend kuća u zavičaju). Nostalgija za mirnim, idiličnim životom te "djetinjstvom provedenim na selu" privlači znatan dio gradskog stanovništva u ruralne krajeve
4. 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, tenis, igre loptom (odbojka, rukomet, nogomet, košarka i slično). Turizam i sport međusobno su povezani, a njihova veza poznata je iz najranije povijesti ljudskog društva, od „olimpijskih igara". Sport postaje važan sadržaj boravka tijekom kojeg su turisti uključeni u različite sportske aktivnosti (plivanje, jedrenje, ronjenje, veslanje, skijanje, tenis, golf, jahanje i druge). Takav

oblik aktivnosti naziva se sportskom rekreacijom, a najvažniji cilj joj je aktivni i sadržajni odmor turista

5. Edukacijski turizam je oblik turizma koji se temelji na programima upoznavanja polaznika s obilježjima ruralnog prostora, stjecanju iskustva za vrijeme boravka u prirodi i drugih spoznaja u vezi s ruralnim prostorom.
6. Tranzitni turizam – je veoma rasprostranjen u praksi, ali još uvijek ne postoji jasna definicija o tome što se podrazumijeva pod ovim vidom turizma, kako teorijski, tako i metodološki. Pod pojmom tranzitnog turizma se podrazumijeva skup odnosa i pojava koje nastaju kao kompleksan odraz svih relevantnih faktora u vezi sa kretanjem turista kroz pojedina mjesta, regije ili zemlje, ka odredištu svog putovanja, pri čemu je njihovo zadržavanje ograničeno ciljem zaustavljanja, a kreće se od nekoliko minuta do jednog ili više noćenja.
7. Kamping turizam–predstavlja pružanje usluga smještaja na otvorenom prostoru, odnosno uređenom prostoru za šatore, karavane, kampere ili tende koji je smješten u prirodnom okruženju (dobro očuvanoj prirodi) ili seoskom okruženju (atraktivna lokacija u selu ili neposredno van sela ili pak na samom turističkom seoskom obiteljskom gospodarstvu). Kamping turizam ne iziskuje blizinu velikih gradova niti njegovu povezanost s javnim prijevozom, već dapače, njegova atraktivnost počiva upravo na tome da je duboko uronjen u ruralni prostor, van urbanih središta te kao takav nudi prirodnu atraktivnost (povezanu s ponudom sela) kao faktor privlačenja.
8. Nautički turizam je oblik turizma obilježen kretanjem turista plovilima po moru ili rijekama uključujući njihovo pristajanje u lukama ili marinama i obuhvaća svu infrastrukturu u lukama i marinama potrebnu za njihov prihvat. Nautički turizam je jedan od najunosnijih oblika turizma za turistički receptivnu zemlju
9. Kulturni turizam obuhvaća posjete turista izvan njihovog mjesta boravka motivirane interesom za kulturom, što obuhvaća povijest, umjetnost, naslijeđe ili stil života na nekom lokalitetu ili u nekoj regiji. Kulturni turizam jest putovanje usmjereno prema iskustvu umjetnosti, baštine i posebnih osobina destinacije.
10. Vjerski turizam je jedan od najstarijih oblika turizma koji se kao specifični oblik turizma (uz zdravstveni turizam) počeo javljati u najranijoj povijesti kada su ljudi zbog obavljanja vjerskih/religijskih obreda posjećivali za to određena mjesta – svetišta, i pritom prelazili veće udaljenosti.
11. Lovni turizam – je turizam karakterističan za ruralni prostor na čijim poljoprivrednim, ostalim zemljišnim i vodenim površinama se provodi. Ovom obliku turizma 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. Lovni turizam je specifičan oblik turizma koji se razvio zahvaljujući strasti lovaca da love i izvan svojeg lovišta, lovne jedinice ili čak izvan države, za što plaćaju određene naknade.

12. Ribolovni turizam– je tipičan oblik turizma koji se ostvaruje na ruralnom prostoru, na njegovim vodenim površinama. Postoje više načina/primjera bavljenja ribolovom. Jedan je na mirnim vodama, a drugi oblik je „mušičarenje“ na brzim rijekama.
13. Vinski turizam– promatra se u uskoj vezi s gastronomskim, jer je vino pratitelj hrane. Za razvoj ovog oblika turizma potrebna su, prije svega vinogorja. Vinski turizam je posjeta vinogradima, vinarijama, festivalima vina i izložbama koje se organiziraju sa svrhom rekreacije.
14. Kongresni turizam- je specifični oblik turizma u kojemu glavni motiv putovanja nije odmor, već sudjelovanje pojedinaca na skupovima koji mogu imati različit karakter. Posjetitelji u okviru kongresnog turizma nisu dokoličari, jer putuju zbog specifične potrebe koja je najčešće vezana za njihovo radno mjesto.
15. Zdravstveni turizam- jedan je od najstarijih oblika turizma u okviru kojeg se kontrolirano koriste prirodni ljekoviti činitelji i postupci fizikalne terapije u cilju očuvanja i unapređenja zdravlja, te poboljšanja kvalitete života. Osnovu zdravstvenog turizma čini korištenje prirodnih ljekovitih činitelja koji mogu biti morski, topli̇čki i klimatski. S obzirom na konstantno opadajuću kvalitetu suvremenog života uzrokovanu stresom i zagađenjem, zdravstveni turizam poprima značajnu ulogu u revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti čovjeka.
16. Ekološki turizam je turizam u kojem osviješteni ljudi podupiru zaštitu prirode i okoliša na destinaciju koju su izabrali, kao i lokalnu i kulturnu baštinu. Ili, drugim riječima, takvi turisti ne razmišljaju samo o tome da za uloženi novac dobiju što više, već žele što manje utjecati na područje koje su odlučili posjetiti, pritom pazeći da i lokalna zajednica zauzvrat dobije odgovarajući prihod. To znači da će preferirati konzumaciju domaćih, autohtonih proizvoda iz ekološkog, odnosno organskog uzgoja kao i upoznavanje s običajima i kulturom tamošnjeg kraja.

Seoski turizam se uvelike razlikuje od svih ostalih oblika turizma. Zahvaljujući komunikaciji na relaciji domaćin-gost, prijateljskom odnosu prema gostu, personaliziranoj turističkoj

usluzi, samom načinu života na selu (mogućnosti korištenja velikog prostora, običajima i kulturi, domaćoj hrani, itd.) pruža jedinstven doživljaj za svakog turista. Razvija se na posebnom prostoru kojeg karakteriziraju različita obilježja kako prirodna tako i društvena. Postoji velika razlika koja ga razlikuje od gradskog ili odmorišnog turizma. On podrazumijeva različite aktivnosti i oblike turizma koji se javljaju izvan gradova i onih područja na kojima se razvio masovni turizam. Seoski turizam je uvjetovan turističkim atrakcijama koje se nalaze na ruralnim područjima. A s obzirom na to da u Hrvatskoj razvijeni gradovi i sela zauzimaju 8,4% površine, ruralnom prostoru i razvoju seoskog turizma ostaje jako veliki dio, koji je za sada premalo iskorišten.

Objekti u seoskom turizmu dijele se na:

1. Turistička seljačka obiteljska gospodarstva (TSOG)
2. Vinotočja na vinskim cestama
   Posjetiteljima najčešće nude:
   - degustaciju vina i domaćih tradicionalnih jela,
   - razgled vinograda, podruma,
   - smještaj na vinotočju
   - prodaju vina, suvenirnice
3. Kušaonice
   Nude kušanje :
   -vina, rakija, likera, pršuta, sira, maslina, kulena, kobasica, meda i ostalih pčelarskih proizvoda, maslinovog ulja, tartufa, i ostalih tradicionalnih specijaliteta.
4. Izletišta
   Objekti koji pripremaju i uslužuju tradicionalna jela i pića, te turiste pobliže upoznaju s običajima u određenom mjestu, često imaju i manje rančeve.
5. Smještaj u ruralnom prostoru
   Ovu vrstu čine objekti:
   - vinotočja sa ponudom smještaja
   - ruralni hoteli,
   - apartmani,
   - kampovi i slično.
6. Eko/Etno sela

7. Eko gospodarstva
8. Manje etnografske zbirke
9. Tradicijski zanati, različite kreativne radionice
10. Tematske putovi, staze, ceste na ruralnom prostoru

Tablica 3. Specifičnosti gradskog i odmorišnog turizma naspram seoskog turizma

Tipične značajke gradskog / odmorišnog turizma	Tipične značajke seoskog turizma
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 turistitički interesi	Turizam podržava ostale interese
Zaposlenici mogu živjeti daleko od radnog mjesta	Zaposlenici često žive blizu radnog mjesta
Rijetko je pod utjecajem faktora senzonalnosti	Često je pod utjecajem faktora senzonalnosti
Odnosi s gostima su nepersonalizirani	Odnosi s gostima su personalizirani
Profesionalni menadžment	Amaterski menadžment
Etika rasta i razvoja	Etika očuvanja/ograničavanja rasta

Izvor: Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj, prema Organisatio for Economic Co-operation and Development

3.2. Seoska turistička destinacija

Turistička destinacija je funkcionalno povezana prostorna cjelina sa svim turističkim obilježjima a sastoji se od jednog ili više turističkih mjesta. Ne postoje čvrste granice u prostoru jer ne postoje jedinstveni kriteriji za određivanje. Za turističku destinaciju bitan je tržišni odnos, jer ne postoji turistička destinacija bez određene potražnje, kao ni potražnja bez destinacije.

Glavna obilježja turističke destinacije su:

- **Prostor** – jer turističke destinacije mogu biti zemlje, regije, gradovi i druga područja koja posjećuju turisti što predstavlja prostornu cjelinu bez obzira na veličinu, i
- **Prirodne pogodnosti** – koje u turističkoj destinaciji tijekom cijele godine služe lokalnom stanovništvu, a u određeno doba godine i turistima, posjetiteljima.

Osnovni činitelji turističke destinacije su:

- Atraktivnost (prirodne ljepote i klima, kulturna i društvena obilježja, stav prema turistima, infrastruktura, razina cijena, mogućnosti za kupovinu, kapaciteti za sport, rekreaciju i edukaciju, i slično.)
- Prirodne pogodnosti, i
- Pristupačnost (dostupnost)

Kod definiranja seoske turističke destinacije treba uzeti u obzir:

- Riječ je o funkcionalnoj prostornoj cjelini sa svim određenim turističkim i drugim obilježjima.
- Složeni, cjeloviti turistički proizvod koji se plasira na tržište te na tržištu pronalazi svoje kupce
- Mjesto je intenzivnog okupljanja turista zbog različitih koristi koje im pruža, a one su odrednici njezine turističke aktivnosti.

Kod formiranja seoske turističke destinacije postoje brojne prednosti, kao što su:

- Veća prostorna jedinica koja je jamstvo turistima da će u njoj naći sadržajni boravak što je presudno pri odabiru mjesta,
- sadržajnija je ponuda, jer veći prostor podrazumijeva i više sadržaja te veći broj različitih turističkih aktivnosti,
- općenito je bolje korištenje prostora koji je namijenjen turizmu,
- bolja mogućnost prezentacije i plasmana takve prostorne jedinice na potencijalnom emitivnom tržištu
- bolja mogućnost stvaranja turističkog identiteta, brenda proizvoda, usluga i destinacije, te prepoznatljivosti na turističkom tržištu.
- mogućnost ekonomske valorizacije manje kvalitetnih turističkih resursa.

Unatoč prednostima, te definiranoj politici razvoja seoske turističke destinacije, u Hrvatskoj su još uvijek prisutne brojne poteškoće prilikom definiranja seoske turističke destinacije. Poteškoće se najčešće očituju prilikom operacionalizacije, zbog velike ovisnosti o odlukama lokalne ili šire društvene zajednice, o resursima koji u potpunosti ne mogu biti turistički, često ne postoje prostorno povezane cjeline, koje kao zajednica privlače posjetitelje.

3.3 Razvoj seoskog turizma u Hrvatskoj

Pretpostavke razvoja seoskog turizma su brojne: normativne, organizacijske, edukacijske, razvojne, financijske, promidžbene pretpsotavke i slično.

Normativne pretpostavke se odnose na brojne propise, zakone kojima se određuje način poslovanja, uređuju odnosi između subjekata u turizmu, stvaraju uvjeti za razvoj turizma u destinaciji i slično.
Organizacijske pretpostavke – Da bi se od turizma postigli što bolji učinci, i za turiste i za turističku ekonomiju, treba uspostaviti uspješan organizacijski sustav kojeg čine organizacije i službe u funkciji ostvarivanja i razvoja turizma.
Razvojne pretpostavke – Za razvoj svake gospodarske aktivnosti pa tako i seoskog turizma potrebno je strateško planiranje s konkretnim ciljevima, prioritetima i mjerama na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.

Edukacijske pretpostavke – edukacija igra vrlo važnu ulogu u seoskom turizmu, kako za vlasnike i ostale poduzetnike koji se bave seoskim gospodarstvima tako i za ostale članove turističkih gospodarstava.

Financijske pretpostavke – Veliku ulogu u financiranju razvoja ruralnog turizma ima država, odnosno nadležna tijela putem kojih se dolazi do financijskih potpora koje su prijeko potrebne za obnovu i izgradnju ne tako jeftinih objekata na seoskim gospodarstvima.

Promidžbene pretpostavke – Unatoč tome što se u posljednjih nekoliko godina seoski turizam ubrzano razvija, sustav promidžbe seoskih gospodarstava još uvijek nije dovoljno dobro razvijen. Što se tiče same promidžbe, u zadnje vrijeme se specifične agencije sve više i više specijaliziraju za promidžbu seoskih gospodarstava. Danas je internet je jedno od najvažnijih sredstava za promidžbu.

Za razvoj turizma, pa tako i seoskog, neophodni su činitelji ponude i potražnje. Logično je da se bez određene potražnje seoski turizam ne bi mogao razvijati. Osim potražnje mora postojati i odgovarajuća ponuda koju čine privlačni, prometni, prihvatni i drugi čimbenici.
U privlačne čimbenike ubraja se klima, reljef, flora i fauna, dok su društveni čimbenici kulturno povijesni spomenici, folklori i ostale zabavne i sportske priredbe, kulturne ustanove, i drugo. Privlačni činitelji potiču potražnju za putovanjem, dok prometni to putovanje omogućavaju. Prihvatni čimbenici su namijenjeni prihvatu turista u mjestu turističkog boravka, kao što su objekti za smještaj turista, prehranu, trgovinu i slično.

3.3.1 Činitelji potražnje

Činitelji potražnje (oni koji potiču turiste na putovanja) dijele se na objektivne i subjektivne.

Objektivni činitelji su oni koji su neovisni od ponašanja pojedinca, potencijalni turist je povezan s različitim društvenim, ekonomskim, psihološkim i drugim uvjetima u kojima živi i radi. Objektivne činitelje može se podijeliti na:

- Radnu i životnu sredinu

  - U današnje vrijeme, vrijeme urbanizaciji i industrijalizacije, većina stanovništva smještena je u velike gradove koje karakterizira ubrzani način života, stres, žurba, vrućine, smog i ostalo. Većina ljudi odlazi sa sela u potrazi za bolje plaćenim poslovima te se čovjek udaljava od prirode a priroda ima jako puno pozitivnih i važnih utjecaja na život svakog čovjeka. Upravo zbog toga, gotovo polovica Hrvatskog stanovništva putuje jednom ili više puta godišnje na kraći ili duži odmor u prirodu.
- Slobodno vrijeme

  - Modernizacijom i općim napretkom tehnologije ostvarila je se mogućnost za rad sa skraćenim radnim vremenom, mogućnost odlaska na odmore i slično. U današnje vrijeme radnici svoje slobodno vrijeme u sve većoj mjeri iskorištavaju odlascima u prirodu, u težnji da će barem na kratko pronaći mir i odmoriti se od ubrzanog načina života kakvim žive u velikim gradovima.
- Slobodna sredstva

  - Slobodna sredstva su izvor turističke potrošnje. Kada čovjek dosegne razinu standarda na kojoj mu nakon podmirenja svih fizioloških potreba ostaje višak sredstava, tada ih može koristiti u turizmu te tako postaje turistički potrošač. Ona su i izvor turističke potrošnje ali i temelj turističkog gospodarstva.

- Prirodni ambijent

  - Kroz povijest ljudi su mijenjali izgled prirode (izgradnjom gradova, uništavanjem šuma, industrijalizacijom….) te samim time poremetili prirodnu ravnotežu. S vremenom, ljudima je počeo nedostajati cjelokupni prirodni ambijent i raste želja za dolaskom u dodir s prirodom a to im omogućuje seoski turizam.
- Ostale objektivne činitelje.

  - U ostale objektivne činitelje se ubrajaju razne povlastice i pogodnosti koje daju veća poduzeća i država, kao što su: kalendari praznika, posebni popusti i tarife, i ostali.

Subjektivni činitelji potražnje

Subjektivni činitelji potražnje predstavljaju subjektivno ponašanje pojedinaca kojime se pojačava djelovanje objektivnih činitelja. Dakle, ne mogu djelovati ako ne postoje objektivni činitelji. Kao što je prethodno navedeno, objektivni činitelji se sastoje od: slobodnog vremena, dovoljne količine novca, radne i životne sredine i ostalih., međutim o subjektivnom ponašanju čovjeka ovisi hoće li on odlučiti te činitelje iskoristiti na turistički način. Subjektivni činitelji potražnje mogu biti racionalni ili pak iracionalni. Racionalni činitelji oblikuju se na način da se odluka temelji na razumnim razlozima i postupcima, odnosno da se novac troši razumno s prethodnim razmišljanjem kakve koristi će se imati od određenog načina potrošnje. S druge strane, čovjek puno puta postupa nesvjesno, bez nekih određenih razloga. Dakle, subjektivni činitelji potražnje temelje se na psihološkom ponašanju i značajno doprinose oblikovanju turističke svijesti, koja ima svrhu samo ako postoje objektivni činitelji potražnje.

3.3.2 Činitelji ponude

Činitelji ponude potiču potražnju za putovanjem, izazivaju kod čovjeka želju za odmorom ili rekreacijom. U činitelje ponude spadaju:

- Privlačni ili atraktivni činitelji
- Socijalne atrakcije seoskog turističkog odredišta
- Prihvatni odnosno receptivni.

Pomoću tih činitelja se privlače turisti. Prethodno navedeni činitelji ponude karakteriziraju općenito ponudu u turizmu, ali postoje i pojedini oblici turizma koji obuhvaćaju i neke druge,

posebne elemente. Tako primjerice, za ponudu seoskog turizma karakteristične su posebnosti za seoski turizam.

Privlačni ili atraktivni činitelji

Privlačni ili atraktivni činitelji ponude koji su bitni za seoski turizam su brojni, a neki od njih će se detaljnije analizirati u tekstu koji slijedi:

KLIMA

Uloga klime je značajna za svaku vrstu turizma tj. Planinska klima, niže temperature popraćene uz snježne padaline su karakteristični za zimski, skijaški turizam, s druge strane, umjerena i topla klima je pogodna za boravišni turizam, i tako dalje. Dalmacija se nalazi u umjerenom klimatskom pojasa, zbog toga su klimatske prilike Dalmacije povoljne i umjerene bez nekih ekstremnih temperatura. U Dalmaciji, najhladniji mjesec je siječanj s prosječnim temperaturama oko nule, nasuprot tome najtopliji mjesec je srpanj, kada se temperature kreću i oko 40°C, a prosjek je oko 25°C . Za vrijeme ljetne sezone u seoskim odredištima klima je jako ugodna te pogoduje turistima. Za razliku od većih turističkih centara, gdje zbog nedostatka šume i prirodne okoline te zbog sve više asfaltiranih površina temperatura je i tijekom noći vrlo visoka te se osjeća sparina, dok toga na selu nema, te noć bude znatno svježija od dana što turistima pruža poseban ugođaj.

HIDROGRAFSKI ELEMENTI

U hidrografske elemente spadaju sve vrste voda, a to su jezera, rijeke, mora, vrela i ledenjaci. U Dalmaciji more je najprivlačniji element turističkog odredišta. Velika pogodnost za većinu seoskih gospodarstava je blizina mora. More kod turista izaziva želju za osvježenjem u vrućim ljetnim danima, želju za zabavom, rekreacijom i slično. Upravo blizina mora i rijeka čini tu ponudu seoskog turizma vrlo atraktivnom, gdje turisti imaju priliku tokom dnevnih vrućina otići po osvježenje i zabavu a tokom noći se vrate u svoje seosko „ognjište“ koje karakterizira hladnija noć, veći prostor, mir i priroda. A također gotovo osnovni uvjet za uspješan rad u seoskom turizmu je da seosko gospodarstvo ima izgrađen bazen u luksuzno sređenu dvorištu, što pruža značajan ugođaj turistima tokom boravka. Nadalje, osim mora kopnene vode poput rijeka i jezera također predstavljaju velike izletničke atrakcije. One

predstavljaju značajan razvojni potencijal seoskog turističkog odredišta jer pružaju razne adrenalinske i ostale ugodne doživljaje.

Neke od najznačajnijih rijeka u Dalmaciji koje imaju važnu ulogu u razvoju seoskog turizma su : Neretva, Cetina, Zrmanja, Krka, Čikola i Vrljika.
Jezera značajna za razvoj seoskog turizma u Dalmaciji su: Vransko, Prokljansko, Visovačko, Baćinska jezera, Crveno i Modro jezero i Plitvička jezera. Brojni turisti kao glavni razlog dolaska navode želju za posjetom Crvenom i Modrom jezeru koja su jedna od najposebnijih jezera u Europi, te zbog želje da vide ljepotu koju pružaju plitvička jezera.

RELJEF

Zahvaljujući svojim različitim obilježjima kojima utječe na životinjski svijet, klimu, način života ljudi i na rasprostranjenost stanovništva, reljef je također jako bitan element atraktivnog turističkog odredišta. Hrvatska se dijeli na tri osnovne prirodne cijeline koje čine komplementarnost prostora:

- Nizinska ili panonska regija (obuhvaća 55% teritorija i na njoj živi oko 66% stanovništva),
- Primorska ili jadranska prirodna regija (obuhvaća 31% teritorija i ondje živi 31% stanovništva),
- Gorska ili dinarska prirodna regija (obuhvaća 14% teritorija i tamo obitava 3% stanovništva).

BILJNI I ŽIVOTINJSKI SVIJET

Biljni i životinjski svijet imaju veliki utjecaj u formiranju ponude. Brojne biljne vrste uvelike pridonose formiranju fizionomije krajolika. Netaknuta priroda, raznovrsni biljni svijet i bogatstvo biljnih vrsta čine da se čovjek osjeća ugodno i pružaju priliku za zdravijim načinom života, a upravo je to ono što ponudu seoskog turizma čini atraktivnom.
Kako biljni, tako i životinjski svijet ima utjecaja na atraktivnost ponude seoskog turizma. Različite vrste životinja bile one domaće ili divlje, čine određeno područje zanimljivijim, pružaju ljudima mogućnosti za lov i ribolov, fotografiranje u njihovoj blizini, istraživanje i promatranje životinja, brigu za njihovo preživljavanje i druge aktivnosti.

POLJOPRIVREDA

Poljoprivreda u seoskom turizmu često čini sastavni dio njegove ponude, dok za priobalni i gradski turizam predstavlja važnog snabdjevača turističke ponude. Na razvoj poljoprivrede utječu brojni čimbenici, kao što su:

- Postojanje poljoprivrednog zemljišta,
- Povoljni klimatski i drugi uvjeti potrebni za razvoj poljoprivrede
- Povoljno tržišno ekonomsko okruženje i slično.

U seoskom turizmu posebnu važnost ima ekološka poljoprivreda. Uglavnom, seoska domaćinstva koja pružaju usluge seoskog turizma, na svojem prostoru, u blizini svojih objekata uzgajaju razne poljoprivredne kulture a njihov proizvod često karakterizira ekološka proizvodnja. U seoskom turizmu postoji također veliki broj tkz. Obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kojima ekološka proizvodnja pruža nove proizvodne prilike, otvara radna mjesta i slično. Ekološka proizvodnja je proizvodnja uz minimalnu upotrebu svih kemijskih sredstava. Takva proizvodnja utječe pozitivno i na turizam i na gospodarstvo u cjelini, a uz to se čuva priroda što je od velikog značaja za seoski turizam.

Socijalne atrakcije seoskog turističkog odredišta

U socijalne atrakcije seoskog turističkog odredišta ubrajaju se: spomenici kulture, pučka kultura, stanovanje i prehrana, narodni pučki običaji i pučka materijalna kultura sa starim zanatima, proizvodima, suvenirima, kulturne ustanove i priredbe, te zabavne, sportske i gospodarske manifestacije.

Spomenici kulture predstavljaju atraktivne činitelje ponude svakog turističkog odredišta. Oni ukazuju na određeno razdoblje života društva, manifestiraju kulturu i fasciniraju fizičkim izgledom i pričom koju nose. Turistima su najzanimljivija arhitektonska djela kao pojedini objekti (crkve, zgrade..) ili kao urbanistički elementi cjeline. Osim njih vrlo zanimljiva su i druga umjetnička djela, kao što su kiparstvo i slikarstvo. U Dalmaciji postoje brojni spomenici kulture, od kojih svaki ima veliki broj zanimljivih činjenica.

Stanovanje kao sastavni element kulture seoske sredine podrazumijeva običaje stanovanja na određenim područjima. Načine stanovanja prikazuju objekti, materijali od kojih su izgrađena naselja, namještaji i ostalo. Etno/Eko sela najbolje prikazuju pučku kulturu, ona prikazuju

nekadašnji način života na određenom mjestu što kod brojnih turista izaziva divljenje raznim običajima, i samom načinu života koji se uvelike razlikuje od načina života kojim oni žive.

Pučka kultura je sačuvana kroz folklor, obuhvaća tkz. narodne nošnje, ples, pjevanje, glazbu, zanate, prehranu i sve ostale običaje starijih generacija određenog područja. Kultura se često dijeli na materijalnu i duhovnu.

1. Materijalna kultura se odnosi na detalje koji imaju materijalni karakter kao što su stanovanje, odjeća, proizvodi, i slično.
2. Duhovna kultura obuhvaća način govora, glazbu i ples, a u nju se ubraja i dio običaja, vjere i drugo.

Kulturne ustanove i priredbe također su važne za privlačnost turističkih odredišta. Svrha kulturnih ustanova i priredbi je čuvanje, poučavanje i činjenje pristupačnim široj javnosti umjetničkih, etnografskih i povijesnih vrijednosti određene sredine ili stanovništva. Turisti svoje vrijeme na odmoru žele iskoristiti za upoznavanje ljudi i sredine u kojoj borave. Kulturne ustanove same po sebi ne privlače turiste ali dopunjuju sadržaj turističkog boravka.

4. ANALIZA SEOSKOG TURIZMA U DALMACIJI

4.1 Dalmacija

Dalmacija je najveća turistička regija Hrvatske, a proteže se od Velebita na sjeveru do Konavala, odnosno rta Oštro na jugu, na moru uključujući Pag i sve istočno-jadranske otoke jugoistočno od Kvarneričkih vrata. Prostire se na površini od oko 12.260 km^2 ili na oko 22% površine Hrvatske, te se na prostoru Dalmacije prostiru 4 hrvatske županije (Zadraska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko neretvanska) gdje je prema posljednjem popisu stanovništva (2011.) živjelo oko 860 000 stanovnika ili 20% populacije Hrvatske. Prosječna gustoća naseljenosti niža je od prosjeka Hrvatske te iznosi 71.5 stan./km^2 (Hrvatska: 75.7 stan./km^2). Dalmacijom prevladava krški reljef i blaga mediteranska klima za koju su karakteristična vruća ljeta bez puno padalina te blage i vlažne zime. Dalmacija se dijeli na sjevernu, srednju i južnu Dalmaciju, a glavni grad regije je Split. Zahvaljujući tradicionalnim gospodarskim granama tj. stočarstvu, ribarstvu, i poljoprivredi te očuvanom okolišu sva tri dijela regije dobar su materijal za razvoj seoskog turizma.

U Dalmaciji su smještena tri velika turistička centra (Zadar, Split, Dubrovnik) te nekoliko manjih turističkih centara (Šibenik, Trogir, Makarska). Osim spomenutih, posjetitelje privlače brojna druga mjesta koja obiluju prirodnim ljepotama, bogatom kulturnom baštinom te ostalim blagodatima prirode, kao što su manji gradovi, sela, otoci i poluotoci. Zahvaljujući predivnim plažama, čistim morem, rijekama, jezerima, nacionalnim parkovima, šumama sa bogatim biljnim i životinjskim svijetom, ovu regiju se često naziva biserom hrvatskog turizma. Netaknuta priroda, brda i planine, zelena područja i prirodno oblikovane plaže imaju sve preduvjete za „odmor iz snova“ (u miru i tišini, daleko od buke, gužve i nereda) kakvom danas veliki broj turista teži. Iako i dalje glavni motiv dolaska predstavljaju „sunce i more“, turisti su željni novih iskustava i doživljaja. Velik broj njih zasitio je se užurbanih turističkih središta gdje borave u jednom mjestu, te svaki dan koriste na više-manje isti način. Zahvaljujući svemu tome, posljednjih godina u Dalmaciji se ubrzano razvija seoski turizam. Smještajni kapaciteti prelaze na jednu posve novu razinu, hotelske sobe i apartmane zamijenile su luksuzne vile u manjim područjima, uglavnom u starim, napuštenim selima, u brdima, luksuzne vikendice u prirodi. Umjesto formalnog odnosa s poslužiteljima u restoranima i kafićima, došlo je do veće povezanosti na relaciji domaćin-gost. Turisti se upoznaju sa tradicionalnim seoskim načinom života, domaćim jelima, poslovima, načinom

života. Imaju veliki izbor aktivnosti kojima se mogu baviti za vrijeme odmora u koje između ostalog spada i odlazak na plažu i u veće turističke centre.

Dalmatinska zagora bilježi najveći napredak u Seoskom turizmu, kapaciteti se posljednjih par godina drastično povećaju. Veliku ulogu u tome ima i država, koja nudi brojne poticaje za obnovu razrušenih i napuštenih sela, koja se pretvaraju u tkz. Eko ili Etno – sela. Također veliku ulogu igraju i poticaji za uređene starih kuća, za izgradnje bazena koji su postali najvažniji uvjet za mogućnost bavljenja seoskim turizmom.

Osim smještaja u mirnijoj sredini, na većoj površini i u luksuznijim objektima, ponudu seoskog turizma sačinjavaju i brojni drugi činitelji, kao što su: domaća hrana, vinski podrumi, kušaonice, cijeli seoski ambijent koji uključuje i obavljanje nekih poslova od strane turista kao što su branje voća i povrća, maslina, trganje grožđa itd., organizirani izleti koji obuhvaćaju upoznavanje sa brojnim zanimljivostima pojedinog mjesta, vožnje kanuima po rijekama i jezerima, adrenalinska zabava u planinama, na rijekama, igranje raznih seoskih igara i još brojne druge stvari.

4.1 Eko-etno sela u Dalmaciji

Eko-etno selo je ekonomski i ekološki održivo selo, koje je usklađeno po ekološkim kriterijima. To se prije svega odnosi na promet i na kuće koje su građene po energetskim normativima, koji su primjerice niskoenergetske kuće, pasivne kuće i regionalna energetska opskrba s obnovljivim izvorima energije i kogeneracijskih postrojenja. U posljednjih nekoliko godina eko-etno sela su postala fenomen kako u cijeloj Hrvatskoj, tako i u Dalmaciji. Turisti umorni od gradskih gužvi, prenapučenih turističkih područja, gužvi na turističkim odredištima, sve više se okreću upravo seoskom turizmu. Zbog užurbanog načina života, povratak prirodi, tradiciji, zdravom načinu života sve je izraženiji trend. Ciljevi razvijanja eko-etno turizma su višestruki: gospodarski razvoj sela, obnova starih napuštenih kuća, zaustavljanje raseljavanja stanovništva, poticaj za povratak iseljenog stanovništva, proizvodnja autohtone domaće hrane te njeno plasiranje na šire tržište. Eko-etno sela nastajala su stoljećima. Karakteristike eko-etno sela u Dalmaciji su kamene kuće građene od dalmatinskog krša, mir, tišina, čistoća zraka, zvukovi iz prirode, miris bilja i tome slično. Posjetiteljima se pružaju aktivnosti poput pješačenja, penjanja po stijenama, raftinga, ribolova, sudjelovanje u seoskim radovima, biciklizma, izleta na konjima i mnoge druge.

Splitsko-dalmatinska županija je 2005. godine prva u Hrvatskoj u okviru Odjela za turizam pokrenula je projekt eko-etno sela. Stanovnici ove županije mogu dobiti novac za razvoj ruralnog turizma kroz programe sufinanciranja razvitka seoskog turizma, te kroz županijski fond za poljoprivredu i stočarstvo. U Splitsko-dalmatinskoj županiji djeluje tridesetak eko-etno sela. Nalaze se u Dalmatinskoj Zagori, otocima i u priobalju. Čine ih: Gornje Voštane i Grubišići pokraj Trilja, Kokorić, Veliki Godinj u Vrgorcu, Karoglani (eko selo Ognjištar) u Zmijavcima, Murvica na Bolu, Gornja Podsrtana, Stara Podstrana, Lolić i Mijanovići pokraj Splita, Brdaci (Zec), Divojveići, Radošić u Lećevici, Botić-Opor u Prgometu, Naklo-tavnice u Lokvičićima, Jesenice, Duće u Dugom Ratu, Mala Rudina (Stari Grad), Bekavci Kričar na Brelima, Rušinovići, Drvenik Veli Kačine pokraj Trogira, Topići, Topići-Bast u Baškoj Vodi, Zorače, Malo Grablje, Velo Grablje, Brusje na otoku Hvaru, Humac u Jelsi, Podhumlje u Komiži, Tugare Ume, Čažin Dolac pokraj Omiša, Dol u Postirama na Braču, Gornji Proložac Grabovac, Blace pokraj Solina, Grohote na otoku Šolti, Podi Grab Bugarin.

Eko-etno selo Grabovac osnovano je s glavnom zadaćom oživljavanja sela Grabovci, koje je iseljeno početkom 90-ih godina prošlog stoljeća. Selo je ostalo pusto, ali zahvaljujući nekolicini nostalgičnih ljudi, kuće su se počele obnavljati i selo je otrgnuto zaboravu.
Eko-etno selo Grabovac se nalazi u Prološcu Gornjem,u blizini grada Imotskog. Izletište je udaljeno 8km od Modrog jezera i 6km od Crvenog jezera i u potpunosti se uklapa u turističku ponudu Turističke zajednice grada Imotskog. Obitelj Grabovac svojima gostima želi dočarati nekadašnji izvorni način života ovog kraja s posebnim naglaskom na izletničku destinaciju i gastronomsku ponudu koja uključuje rakiju, bijela i crna vina, uštipke, pršut, pancetu, mladi sir, pivca lešo s purom, pivca na ražnju, razne peke, janjetinu i kozletinu sa ražnja te tradicionalne kolače iz ovog kraja. Prvo su krenuli s obnovom svoje djedovine da bi na koncu svoje imanje proširili na 9 kamenih kućica koje tvore pravo malo dalmatinsko eko-etno selo. Gospodarstvo može primiti 38 osoba. Nekadašnje pojate, staje i seoski gospodarski objekti preuređeni su u ugodne objekte za noćenje i odmor. Cijelo izletište je na raspolaganju gostima. Ono što je zanimljivo jest da goste u ruralnom kompleksu, ukoliko oni izraze tu želju, ne poslužuju konobari. Svojim dolaskom oni prestaju biti gosti, poslužuju se sami, jedu, piju što žele, kada žele i gdje žele. Ovo eko-etno selo nudi jahanje, vožnju bicikla, boćanje i mnoge druge aktivnosti.



Slika 1: Etno selo Grabovac

Izvor: www.eko-selo.net

Prvo etno-eko selo u Dalmaciji osnovano je 1987. godine u selu Radošić pokraj Splita, a pokrenula ga je obitelj Škopljanac. Kompleks se sastoji od 20ak kuća te se prostire na području od 300 tisuća četvornih metara. Pored obnovljenog kamenog sela, kompleks obuhvaća šumu hrasta medunca koja je zaštićena kao spomenik prirodne baštine RH, etnografski zavičajni muzej sa 45 izvornih narodnih nošnji Dalmatinske zagore i 750 originalnih uporabnih seoskih predmeta, alata i posuđa. U sklopu kompleksa nalaze se također i razne farme (magarci, krave, konji, perad, divlji zečevi), prostori za šetnju, odmor, rekreaciju, ruralni team building, tereni za nogomet, košarku, prostor za piknik u prirodi. U središtu sela, čije su kuće obnovljene do najsitnijih detalja nalazi se pučki restoran, a hrana se priprema prema izvornim recepturama u pravoj dalmatinskoj kužini i kominu. Gostima se nude specijaliteti ispod peke i s ražnja, domaći sir, domaće maslinovo ulje, kruh ispod peke, pršut, pečenica, kulenica, kaštradina i divljač.



Slika 2: Etno selo Radošić

Izvor: www.culinary-heritage.com

Uz program etno-eko sela, upravni odjel za turizam Splitsko-dalmatinske županije nudi još nekoliko programa i projekata za razvoj seoskog turizma, a isti se odnose na subvencije poljoprivrednicima, obrtnicima i poduzetnicima, potpore turističkim manifestacijama i udrugama, potpore razvoju kulturnog turizma, financiranje izrade biciklističkih brošura, promocija ruralnog turzma i ostalih selektivnih oblika turizma te financiranje turističke signalizacije. Također, tu su i brojne aktivne vladine politike kojim se kroz različita ministarstva i programe pomaže u razvoju turističkog poduzetništva u ruralnim područjima.

5.ZAKLJUČAK

Masovni turizam kakav još uvijek prevladava u Hrvatskoj, u posljednje vrijeme sve slabije zadovoljava potrebe sve većeg broja ljudi. Riječ je o ljudima, turistima koji žele pronaći mir, žude za psihičkim ali i za fizičkim odmorom tako da u svakom slučaju taj odmor treba biti sadržajan. Upravo to je osnovna prednost seoskog turizma. Seoski turizam pruža mogućnost odmora u prirodnom okruženju, uz ekološke proizvode, daleko od buke, gužve, nemira i ostalih činitelja od kojih čovjek 21.stoljeća nastoji barem na kratko pobjeći. Zahvaljujući svemu tome, seoski turizam se ubrzano razvija širom Dalmacije, te uvelike utječe na život ljudi u Dalmaciji, i na samo gospodarstvo Dalmacije.

Seoski turizam omogućava povratak mladih ljudi na sela, u vrijeme kada se cijela Hrvatska nalazi u krizi, te kada se susreće sa manjkom radnih mjesta, seoski turizam je sjajna prilika za zapošljavanje velikog broja ljudi. Dolazi do obnavljanja kulturne baštine, starih napuštenih i razorenih sela, iskorištavaju se brojni poticaji iz EU-fondova, te iz Hrvatskog proračuna. Nadalje, upravo je seoski turizam jedan od najvažnijih oblika turizma, a turizam je najznačajnija grana Hrvatskog gospodarstva. Seoski turizam kao takav, privlači veliki broj turista iz cijelog svijeta, obogaćuje turističku ponudu, stvara nove turističke atrakcije i slično, što samo po sebi utječe na zapošljavanje dodatnog broja ljudi i omogućava razvoj slabije razvijenih mjesta ali i onih razvijenijih.

Seoski turizam u Dalmaciji ima još jako puno prostora za napredak. Dalmacija obiluje resursima pogodnim za razvoj seoskog turizma. Pokretanje seoskog gospodarstva trenutno je, zahvaljujući brojnim poticajima, velikoj potražnji i poprilično visokim cijenama u seoskom turizmu, jako isplatljiv posao.

LITERATURA

Knjige:

1. Demonja D., Ružić P., (2010.) Ruralni turizam u Hrvatskoj
2. Demonja D., Ružić P., (2013) Prirodna i antropogena osnova turizma Hrvatske
3. Jelinčić, D., A., (2007.) Agroturizam u europskom kontekstu
4. Lukić, A. (2000) Ruralni turizam
5. Weber, S., Mikačić. V. (2001.) Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb

Internet stranice:

https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj

https://hr.wikipedia.org/wiki/Dalmacija

www.hr-turizam

http://www.mint.hr/default.aspx?id=30725

http://www.radosic.com/

http://www.ecoselograbovica.com/hr/

http://www.dalmacija.hr/Portals/0/PropertyAgent/558/Files/409/strategija_ruralnog_turizma.pdf

POPIS SLIKA

Slika 1: Etno selo Grabovac 27
Slika 2: Etno selo Radošić..... …28

POPIS TABLICA

Tablica 1: Dolasci turista na području Splitsko-dalmatinske županije u 2015.godini.....**7**
Tablica 2: Kriterij za označavanje turizma kao seoskog turizma kao seoskog turizma....**9**
Tablica 3: Specifičnosti gradskog i odmorišnog turizma naspram seoskog turizma.…..**285**

SAŽETAK

U uvodnom dijelu rada prikazan je problem istraživanja, ciljevi rada, metode korištene u radu, i struktura rada. Zatim se je analizirao turizam u cjelini, te je prikazana značajnost statistike za turizam. U sljedećem dijelu rada detaljno je obrađena sama ideja seoskog turizma, prikazani su činitelji koji uvjetuju razvoj seoskog turizma, obilježja seoske turističke destinacije te razvoj seoskog turizma na području cijele Hrvatske a posebna je pozornost posvećena razvoju turizma u Dalmaciji. U posljednjem djelu rada analizirala je se regija Dalmacija kao i njene mogućnosti za razvoj seoskog turizma, te je definiran pojam eko-etno sela i spomenuta su eko sela koja se nalaze na području Dalmacije.

Seoski turizam je jedna od najperspektivnijih grana Hrvatskog gospodarstva. Za razvoj seoskog turizma potrebni su brojni prirodni resursi i činitelji ponude i potražnje koji su detaljno analizirani u trećem dijelu rada. Dalmacija obiluje poželjnim resursima za razvoj seoskog turizma, stoga je potrebno iste iskoristiti na najbolji mogući način da bi se stvorila atraktivna ponuda seoskog turističkog odredišta.

Ključne riječi: seoski turizam, Dalmacija

SUMMARY

The first part of this thesis presents the research problem, goals, the methods used in the thesis and thesis structure. Then analyzes the tourism in general and shows the importance of statistics for tourism. The next part of thesis deals with the idea of rural tourism, shows the factors that determine the development of rural tourism, the characteristics of rural tourism destination and the development of rural tourism in the entire Croatia especially in Dalmatian region. The last part of the thesis analyzes the region of Dalmatia and its possibilities for development of rural tourism. Concept of eco-ethnic villages is defined and also mentioned the eco-villages located in the region of Dalmatia.

Rural tourism is one of the most promising sectors of the Croatian economy. The development of rural tourism requires numerous natural resources and factors of supply and demand, which are analyzed in the third section of this thesis. Dalmatia has a lot of desirable resources for the development of rural tourism, it is therefore necessary to take advantage of the same in the best possible way to create an attractive offer of rural tourism destination.

Keywords: rural tourism, Dalmatia