

20. travanj 2009.

Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije

Konačni izvještaj

NARUČITELJ:

**Turistička zajednica Splitsko-
dalmatinske Županije**
Prilaz Braće Kaliterna 10/1
Split 21000

2009. sva prava pridržava HORWATH CONSULTING ZAGREB

Sva prava pridržana; niti jedan dio ovog izdanja ne može biti ponovo izdan, pohranjen u sustav za pretraživanje ili prenesen bilo kojim sredstvom: elektronskim, mehaničkim, preslikom, snimanjem ili kakvim drugim načinom bez prethodnog pismenog odobrenja Horwath Consultinga Zagreb ili bez dozvole za ograničeno umnožavanje. Ovo izdanje se ne može posuditi, ponovo prodati, iznajmiti niti se njime može trgovati na bilo koji način u bilo kakvom uzevu osim u onom u kojem je originalno izdano, bez prethodnog pismenog pristanka Horwath Consultinga Zagreb.

SADRŽAJ

A. POLAZNE OSNOVE	1
1. ZADACI	1
2. PROCEDURE	3
B. SMJERNICE USVOJENIH STRATEŠKIH DOKUMENATA	5
1. PROGRAM VLADE REPUBLIKE HRVATSKE U MANDATNOM RAZDOBLJU 2008. - 2011.....	5
2. STRATEŠKI OKVIR ZA RAZVOJ 2006. - 2013.	6
3. STRATEGIJA RURALNOG RAZVOJA REPUBLIKE HRVATSKE ZA RAZDOBLJE OD 2008. DO 2013. GODINE.....	6
4. STRATEGIJA RAZVOJA HRVATSKOG TURIZMA DO 2010. GODINE	8
5. GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE	8
C. RURALNI TURIZAM	10
1. ŠTO JE RURALNI TURIZAM?	10
2. KONCEPT RURALNOG TURIZMA.....	11
D. RURALNI TURIZAM U HRVATSKOJ.....	13
1. INSTITUCIONALNO PRAVNI OKVIR	13
1.1. Institucije turističkog sustava u Republici Hrvatskoj	13
1.2. Zakonska regulativa ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj	14
1.3. Zaključak.....	18
2. KATEGORIZACIJA.....	19
3. PROGRAMI POTPORE I POTICAJA ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA	20
4. STANJE RURALNOG TURIZMA U HRVATSKOJ	24
E. DALMATINSKA ZAGORA – ANALIZA SITUACIJE.....	28
1. TERITORIJALNI OBUHVAT I POLOŽAJ.....	28
2. RELJEF	29
3. KLIMA	30
4. VODE.....	31
5. INFRASTRUKTURA.....	31
6. STANOVNIŠTVO	33
7. GOSPODARSTVO	37
8. POLJOPRIVREDA DALMATINSKE ZAGORE	39
9. TURIZAM DALMATINSKE ZAGORE.....	43
9.1. Turistička ponuda i potražnja	43
9.2. Resursno-atraktivna osnova	44
9.2.1. Prirodna baština	44
9.2.2. Zaštićena kulturna baština	46
9.2.3. Evaluacija resursno-atraktivne osnove.....	47
F. SWOT ANALIZA	51
G. TRENDOVI.....	56
1. RELEVANTNI GLOBALNI TRENDOVI	56
H. ANALIZA OGLEDNIH PRIMJERA U PRAKSI	59
1. ANALIZA OGLEDNIH PRIMJERA ORGANIZACIJE I STANDARDIZACIJE RURALNOG TURIZMA U EUROPI.....	59
1.1. Europa	59

1.2. Slovenija	61
1.3. Italija (Toskana)	63
1.4. Francuska	65
1.5. Španjolska (Andaluzija)	68
1.6. Austrija	70
1.7. Hrvatska (Istra)	72
2. ANALIZA OGLEDNIH PRIMJERA RURALNIH DESTINACIJA.....	75
2.1. Umbrija.....	76
2.2. Sardinija	80
2.3. Istra	82
2.4. Zaključak.....	84
3. ZAKLJUČAK ANALIZE OGLEDNIH PRIMJERA	85
I. STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA.....	86
1. KLJUČNI FAKTORI USPJEHA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA.....	86
2. OSNOVNE ODREDNICE STRATEGIJE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA.....	87
3. TURISTIČKA ISKUSTVA I DOŽIVLJAJI DALMATINSKE ZAGORE	88
4. ISKUSTVENO STRUKTURIRANJE PROSTORA DALMATINSKE ZAGORE.....	90
5. PROIZVODI RURALNOG TURIZMA DALMATINSKE ZAGORE.....	91
6. KATEGORIJE OBJEKATA RURALNOG TURIZMA SDŽ	98
6.1. Kategorije smještajnih kapaciteta i turističke infrastrukture	98
6.2. Prikaz kapaciteta u prostoru Dalmatinske Zagore	114
7. PROGRAMI KONKURENTNOSTI	116
7.1. Uvod	116
7.2. Programi konkurentnosti	117
J. MARKETING PLAN.....	123
1. UVOD.....	123
2. CILJEVI MARKETING PLANA.....	124
3. MARKETING PLAN TURISTIČKIH PROIZVODA RURALNOG TURIZMA ZAGORE	125
4. INTEGRIRANA MARKETING KOMUNIKACIJA	132
4.1. Stvaranje tržišne marke ruralnog turizma Zagore	132
4.2. Oblici promocije i promotivni materijali	133
4.3. Aktivnosti vezane uz komunikaciju	134
4.4. Praćenje provedenih aktivnosti	135
4.5. Marketing organizacija	135
K. ORGANIZACIJSKO-UPRAVLJAČKI MODEL.....	137
1. ZADACI UPRAVLJAČKE STRUKTURE RURALNOG TURIZMA	137
2. PRIJEDLOG RAZVOJNO-UPRAVLJAČKOG MODELA.....	137
2.1. Opcija 1:.....	138
2.2. Opcija 2.....	138
2.3. Opcija 3.....	139
2.4. Prijedlog organizacijsko-upravljačkog modela	139
L. FINANCIRANJE ORGANIZACIJE RURALNOG TURIZMA	140
1. CILJEVI FINANCIRANJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA.....	140
2. MODEL 1 – BESPOVRATNE POTPORE.....	140
3. MODEL 2 - SUBVENCIONIRANJE KAMATA PO KREDITNOJ LINIJI	141
4. MODEL 3 - FOND ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA	141
5. KORISNICI FINANCIRANJA, SREDSTVA I NAMJENA SREDSTAVA	142

M. MODEL RASTA	144
1. DIMENZIONIRANJE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA RURALNOG TURIZMA DALMATINSKE ZAGORE	144
N. PROVEDBENI PLAN	151
1. UVOD.....	151
2. PROVEDBENI PLAN	152
O. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	161

A. POLAZNE OSNOVE

1. Zadaci

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske zajednice je dana 03.12.2007. godine u Narodnim novinama, u Oglasniku javne nabave br. 49, objavila Javni natječaj za podnošenje ponuda za izradu projekta "Strategije ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske županije".

Temeljem podnesene ponude od 11 siječnja 2008. "Horwath i Horwath Consulting Zagreb" d.o.o. izabran je za najpovoljnijeg izvođača, te je 23. ožujka 2008. godine sklopljen ugovor sa Turističkom Zajednicom Splitsko-dalmatinske Županije o izradi "Strategije ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske županije".

Ova je Strategija rezultat inicijative Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske Županije na provedbi ključnih koraka definiranih u Glavnom planu razvoja turizma Splitsko-dalmatinske Županije, koja definira turizam kao jedan od ključnih novih proizvoda ovog područja.

Prema tome, Strategija ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske županije predstavlja okvir za provedbu razvoja ovog potencijalno izuzetno atraktivnog, ali nedovoljno iskorištenog oblika turizma na području Splitsko-dalmatinske županije.

Osnovni ciljevi Strategije ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske županije su sljedeći:

- identificirati koncept i strategiju razvoja kao i provedbeni program razvoja ruralnog turizma u Županiji sa naglaskom na Dalmatinsku zagoru te kontinentalne dijelove otoka
- na praktičnim temeljima stvoriti osnovu za poticanje razvoja ruralnog turizma kao dijela ukupne turističke ponude Županije, a sa svrhom oblikovanja konkurentnog i na tržištu prepoznatljivog proizvoda ruralnog turizma Županije.

Dakle, Strategija ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske županije predstavlja okvir za perspektivan razvoj ruralnog prostora Županije te za osiguranje kvalitete života stanovništva na ovom području.

Napomena: *Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije izrađuje se na primjeru Dalmatinske Zagore, čiji se prijedlog strategije razvoja i s time vezani ključni koraci kasnije mogu primijeniti na razvoj ruralnog turizma ostalih područja Županije (npr. unutrašnjost otoka SDŽ).*

Strategija razvoja ruralnog turizma koja se ovdje predstavlja također se mora promatrati u kontekstu Plana razvoja turizma Dalmatinske Zagore koji je trenutno u izradi, a gdje se definira cjelokupni razvoj turizma Dalmatinske Zagore.

Obuhvat Strategije definiran je projektnim zadatkom, koji uključuje zadatke prikazane u sljedećoj tabeli:

PROJEKTNI ZADATAK	
ANALIZA USVOJENIH STRATEŠKIH DOKUMENATA I INSTITUCIONALNO-PRAVNE OSNOVE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA	Analiza usvojenih strateških dokumenata: Strateški i razvojni planovi na razini Republike Hrvatske i Splitsko-dalmatinske Županije
	Analiza institucionalno-organizacijskog okvira za razvoj ruralnog turizma
	Analiza regulativno-pravnog okvira za razvoj turizma
ANALIZA UVJETA ZA RAZVOJ I RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA RURALNOG TURIZMA DALMATINSKE ZAGORE	Analiza socio-ekonomskog stanja Dalmatinske Zagore
	Analiza teritorijalnih, demografskih i gospodarskih uvjeta za razvoj ruralnog turizma
	Analiza resursno-atraktivne osnove za razvoj ruralnog turizma
	Analiza razvoja ruralnog turizma u Hrvatskoj / SDŽ
	SWOT analiza
	Ključni faktori uspjeha za razvoj ruralnog turizma
ANALIZA OGLEDNIH PRIMJERA NAJBOLJIH PRAKSI	Analiza razvojnih modela, ponuda, potražnje i proizvoda ruralnog turizma u oglednim destinacijama
STRATEGIJE RAZVOJA PROIZVODA RURALNOG TURIZMA	Razvoj proizvoda ruralnog turizma
	Razvoj programa konkurentnosti
	Prijedlog projekata
	Integrirani marketinški plan
	Prijedlog organizacijsko-upravljачkog modela
	Prijedlog financiranja razvoja ruralnog turizma
PROCJENA TRŽIŠNOG POTENCIJALA	Prijedlog modela rasta smještajnih kapaciteta ruralnog turizma
PROVEDBENI PLAN	Prijedlog provedbenog plana za razvoj ruralnog turizma

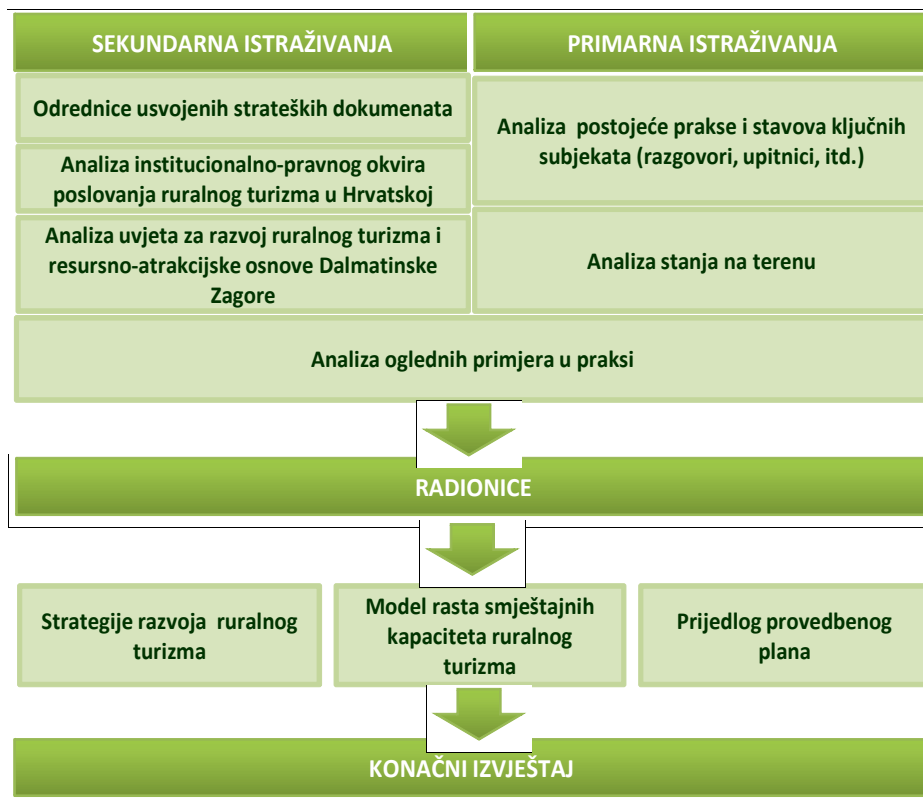
2. Procedure

U svrhu dobivanja pouzdanih rezultata, prijedloga i rješenja, vezano na prethodno navedene zadatke, za potrebe ovog projekta provedene su standardne metodološke i radne procedure karakteristične u međunarodnoj praksi planiranja i razvoja ovakvih projekata.

Osim sekundarnih i terenskih istraživanja, za potrebe ovog projekta izvedena su i dodatna istraživanja pomoću intervjua i radionica sa ključnim interesnim subjektima s ciljem prikupljanja dodatne argumentacije za različita problemska područja, kao i provjeru primjerenosti predloženih rješenja.

Osim toga, radni tim Horwath Consultinga održao je nekoliko internih radionica u svrhu iznalaženja optimalnih rješenja za postavljene zadatke ovog projekta.

Program istraživanja uključuje sljedeće:



U tom kontekstu daje se detaljni opis svih provedenih aktivnosti primarnih i sekundarnih istraživanja u procesu izrade ove Strategije:

- Analiza relevantne dokumentacije i statističkih podataka vezano na područje Splitsko-dalmatinske Županije, odnosno Dalmatinske Zagore
- Analiza strateških i razvojnih dokumenata Republike Hrvatske i Splitsko-dalmatinske Županije, relevantnih za razvoj ruralnog turizma
- Analiza Prostornog plana SDŽ, te Prostornih planova uređenja gradova i općina na području Dalmatinske Zagore
- Analiza svih za turizam važnih statistika Republike Hrvatske i Splitsko-dalmatinske Županije
- Analiza ostalih istraživanja, statistika i baza podataka
- Analiza oglednih primjera iz prakse drugih sličnih destinacija u svijetu, te njihovi modeli regulacije, upravljanja i razvoja ruralnog turizma
- Analiza raspoložive kartografske i prostorno-planerske osnove i s time u vezi tehnička obrada terena
- Analiza zakonskih dokumenata vezanih za regulacija poslovanja u turizmu
- Analiza ostalih elemenata institucionalno-pravnog okvira vezanih za razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj
- Inicijalna radionica i prezentacija ključnih rezultata analize sa predstavnicima lokalne samouprave i sa predstavnicima Turističkih zajednica gradova, mjesta i općina na području Dalmatinske Zagore.
- Specijalistički semi-strukturirani intervjui sa ključnim subjektima svih destinacija Dalmatinske Zagore
- Terenska istraživanja destinacije Dalmatinska Zagora

B. SMJERNICE USVOJENIH STRATEŠKIH DOKUMENATA

Obzirom da ruralnim područjima pripada oko 90% teritorija Republike Hrvatske, na kojima živi preko 40% stanovništva, a ta su područja prostrana i rijetko naseljena, dok broj stanovnika kontinuirano pada, razvoj tih područja postaje prioritetom u segmentu gospodarstva, rada i poduzetništva, te turizma. U tom smislu, u nastavku se identificiraju postojeći relevantni razvojno-strateški okviri koji usmjeravaju budući razvoj ruralnih krajeva.

1. Program Vlade Republike Hrvatske u mandatnom razdoblju 2008. - 2011.

Program Vlade Republike Hrvatske u mandatnom razdoblju 2008. - 2011. godine ¹ definira razvojne prioritete Vlade Republike Hrvatske u različitim razvojnim segmentima, a ključni segmenti koji se osobito odnose na razvoj ruralnog turizma uključuju *Selo, poljoprivreda i hrana, Turizam, te Hrvatska kultura i baština*.

Prema Programu, u segmentu *Selo, poljoprivreda i hrana*, kao jednu od provedbenih mjera Vlada navodi povećanje zaposlenosti i dohotka u ruralnom prostoru, što će se ostvariti, između ostalog, i kroz ulaganje u razvitak ruralnog turizma, te ulaganja u tradicionalne obrte u ruralnim područjima. Provedbenom mjerom Zaštite i očuvanja kulturnog nasljeđa poticati će se i unaprijediti obnova objekata i područja značajnih povijesnih, kulturnih i tradicijskih vrijednosti, raditi će se na očuvanju i obnovi kulturnog nasljeđa, ruralnih običaja i manifestacija, te će se promicati kvalitetni autohtoni i tradicijski poljoprivredni kao i obrtnički proizvodi.

Nadalje, kako bi se postigao novi razvojni skok hrvatskog turizma, Vlada se u segmentu *Turizam* obavezuje sustavno usmjeravati na uključivanje kopnenih područja Hrvatske u integralnu turističku ponudu. Prvi cilj je izrada glavnog plana razvitka primorskog i kontinentalnog turizma koji treba definirati vrste i sadržaj, te prostornu i vremensku distribuciju novih turističkih kapaciteta. Sljedeći cilj Vlade u turizmu je financijsko i stručno podupiranje kontinentalnih i drugih turistički slabije razvijenih županija i općina u izradi glavnih planova razvoja turizma i realizaciji konkretnih turističkih projekata.

Jedna od značajnih provedbenih mjera Vlade vezana za dinamičniji razvoj ruralnih prostora i ruralni turizam je stvaranje novih 300 seljačkih turističkih gospodarstava, kroz program poticaja razvoja turizma na selu.

Nadalje, jačanjem ukupnih promotivnih i marketinških aktivnosti na svjetskom turističkom tržištu s naglaskom na izrade image brošura i nastupa na inozemnim

¹ Program Vlade Republike Hrvatske u mandatnom razdoblju 2008. - 2013.

tržištima, poglavito za sve posebne oblike turističke ponude (zdravstveni turizam, ruralni turizam, pustolovni turizam, itd.)

Vlada kao jedan od ciljeva u navedenom Programu postavlja i produljenje trajanja turističke sezone i bolju iskorištenost kapaciteta kroz snažnije promotivne i distribucijske aktivnosti u sustavu turističkih zajednica, te kroz profesionalizaciju iznajmljivača privatnog smještaja putem kreditnih programa izgradnje obiteljskih hotela i pansiona i ruralnih gospodarstava.

U segmentu Hrvatske kulture i baštine, Vlada će u razdoblju od 2008. - 2011. godine posebno ustrajati na očuvanju narodne graditeljske baštine, kao što su kamene kuće u Primorju ili Zagori, drvenih kuća u Posavini, te ruralnih gospodarstava u Slavoniji i Baranji. U suradnji sa lokalnom samoupravom nastaviti će se sustavno očuvanje urbanih i ruralnih spomeničkih cjelina i tako omogućiti njihovo uključivanje u turističku ponudu, čime će se još više povezati kultura i gospodarstvo.

2. Strateški okvir za razvoj 2006. - 2013.

Strateškim okvirom za razvoj 2006. - 2013.² Hrvatska kreira viziju i postavlja strateške prioritete kao temelje za vođenje usklađene ekonomske politike u tom razdoblju. Glavni strateški ciljevi su rast i zapošljavanje u konkurentnom tržišnom gospodarstvu, a ostvariti će se istodobnim i usklađenim djelovanjem u deset strateških područja, a u svakom od njih utvrđuje se niz mjera i akcija koje je potrebno poduzeti za postizanje cilja. Ključni ciljevi, odnosno mjere koje direktno oblikuju i utječu na daljnji razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj su:

Razvoj turizma u skladu sa kriterijima gradnje i prostornim planovima kao temeljnim polazištem održivog razvoja

Razvoj cjelovite turističke ponude koja promovira komplementarnost turističkih potencijala obale i kontinentalnih krajeva te bogatstvo i raznolikost kulturno-povijesne baštine. Prema tome, turistička ponuda biti će raznolikija, i to u pravcu ekoturizma, kulturnog, zdravstvenog, športskog i tematskog turizma, nautičkog turizma i kružnih putovanja, odnosno onih vrsta koje povezuju mogućnosti kontinentalnog i priobalnog područja u jedinstven proizvod.

3. Strategija ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje od 2008. do 2013. godine

Republika Hrvatska je trenutno suočena s novim izazovima u svom sadašnjem stadiju razvoja, u procesu integracije s Europskom unijom. Stupanjem u punopravno članstvo u Europskoj uniji, Republici Hrvatskoj otvorit će se mogućnost korištenja strukturnih fondova Europske unije, uključujući i EAFRD. U ovom pretprijetnom razdoblju, korištenjem pretprijetnih fondova za poljoprivredu i ruralni razvoj, Republika Hrvatska stječe neophodno iskustvo kroz pripremu programa za poljoprivredu i ruralni razvoj koji sadrže načela programiranja mjera ruralnog razvoja, njihove provedbe, praćenja, kontrole i ocjene, koja su važeća i za trenutne zemlje članice. U tom kontekstu, donošenje Strategije ruralnog razvoja jedan je od ključnih koraka u tom procesu.

² Vlada Republike Hrvatske, Strateški okvir za razvoj 2006. - 2013.

Strategija polazi od pretpostavke da korjenite promjene u razvoju ruralnog prostora Hrvatske traže bitno poboljšanje uvjeta za rad i život stanovništva na tom prostoru.

U tom smislu, Strategija predlaže viziju razvoja ruralnog prostora Hrvatske:

Kvaliteta življenja ruralnog stanovništva neprekidno se poboljšava, a razlike u životnom standardu između ruralnog i urbanog stanovništva se smanjuju; Ruralna područja su vitalna i privlačna mjesta za život i rad, s razvijenim raznolikim gospodarskim mogućnostima u skladu s lokalnim uvjetima i obilježjima; Dinamičkim vezama između sela, manjih gradova i gradskih područja, ruralna područja doprinose razvoju gospodarstva u cjelini; Ruralna područja sposobna su brzo se prilagoditi gospodarskim, društvenim, kulturnim, ekološkim i tehnološkim promjenama i potpuno se integrirati u tržišno gospodarstvo; Ruralna područja razvijaju se održivo održavanjem ravnoteže između gospodarskog napretka, očuvanja okoliša i društvene stabilnosti ruralnih zajednica.

Strateški ciljevi koji odgovaraju postavljenoj viziji su:

- Poboljšanje konkurentnosti poljoprivrednog i šumarskog sektora
- Očuvanje, zaštita i održiva uporaba okoliša, krajolika, prirodnog i kulturnog naslijeđa
- Poboljšanje kvaliteta života u ruralnim područjima i proširenje gospodarskog programa ruralnog gospodarstva
- Poboljšanje učinkovitosti institucijsko okruženja

Ključni koraci u ostvarenju ovih ciljeva i vizije u ovoj se Strategiji definiraju na sljedeći način:

Poboljšanje konkurentnosti poljoprivrednog i šumarskog sektora

- Poboljšanje kvalitete poljoprivredne proizvodnje i trženja poljoprivrednih proizvoda
- Poboljšanje konkurentnosti poljoprivrednog i šumarskog sektora
- Olakšavanje pristupa istraživanjima, korištenje inovacija i informacijsko komunikacijskih tehnologija (IKT)
- Poboljšanje izobrazbe, promicanje znanja i poboljšanje ljudskog potencijala

Očuvanje, zaštita i održiva uporaba okoliša, krajolika, prirodnog i kulturnog naslijeđa

- Održivo korištenje poljoprivrednog i šumskog zemljišta
- Očuvanje i obnova kulturnog naslijeđa, tradicijskih vrijednosti

Poboljšanje kvaliteta života u ruralnim područjima i proširenje gospodarskog programa ruralnog gospodarstva

- Proširenje proizvodnog programa ruralnog gospodarstva
- Poboljšanje kvaliteta života u ruralnim područjima

Poboljšanje učinkovitosti institucijskog okruženja

- Institucijska podrška gospodarskim aktivnostima
- Povećanje stupnja motiviranosti i svijesti lokalne zajednice

4. Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine

Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine³ definira turizam kao granu koja značajno pridonosi gospodarskom rastu RH i blagostanju njenih građana, a bazirajući se na održivom korištenju prirodnih i kulturno-povijesnih potencijala te aktivno sudjelujući u njihovom očuvanju i razvoju. Strategija kao mogućnosti Hrvatske, a obzirom na razvoj suvremenih tipova turizma, identificira ekoturizam, kulturni turizam, tematski turizam, avanturistički turizam, vjerski turizam, kružna putovanja, nautički turizam, zdravstveni turizam i poslovna putovanja kao glavne segmente turističkog profiliranja Hrvatske u budućnosti.

Kao jedan od glavnih proizvoda kontinentalne Hrvatske, navedena strategija razvoja identificirala je ruralni turizam, proizvod koji se potencira i u načelima održivog razvoja turizma kroz načelo poštovanja lokalne kulturne vrijednosti i različitosti lokaliteta i rezidenata.

U Strategiji se navodi i pregled mjera za rješavanje postojećih problema, uklanjanje prepreka i postizanje strateških ciljeva, od kojih su sljedeće izravno povezane s razvojem ruralnog turizma:

- ustanoviti namjenska sredstva za projekte kulturnog turizma,
- razvijati selektivne oblike turizma (ruralni, kulturni, zdravstveni, lovni, izletnički, itd.),
- subvencionirati uređenje tradicijskih kuća i izgradnju novih u tradicijskom stilu,
- staviti sva vrijedna područja pod neki oblik zaštite,
- poticati plasman domaće robe i usluga putem turističke ponude,
- poticati proizvodnju i upotrebu ekološke hrane,
- izraditi bazu podataka sa svim relevantnim turističkim parametrima.

5. Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske Županije

Glavni plan turizma Splitsko-dalmatinske županije⁴ prihvaćen je 13. ožujka 2007. godine, a temeljni cilj Plana je bio stvaranje regulatornog okvira za ravnotežu ekonomskog napretka i održivosti razvoja, te stvaranje osnove za osiguranje suglasnosti javnog i privatnog sektora oko razvojnih usmjerenja i projekata u turizmu kao novog modela upravljanja Županimom.

³ Ured za strategiju razvitka Republike Hrvatske; Hrvatska u 21. stoljeću – turizam, studeni 2003.

⁴ Glavni plan razvoja turizma Splitsko-Dalmatinske Županije, Horwath Consulting Zagreb, 2006.

U okviru Plana postavila se vizija razvoja turizma Županije kojom se srednja Dalmacija usmjerava u preobrazbu u turističku destinaciju koja posluje u većem dijelu godine i na taj način osigurava dugoročnu profitabilnost i održivost turizma u interesu svih uključenih subjekata. Srednja Dalmacija će također postati miljenicom turističkog tržišta ujedinjene Europe nudeći iskreno domaćinsko gostoprimstvo, te jedinstvena i neponovljiva iskustva boravka na kopnu i na moru.

Nadalje, unutar cjelovitog prostora srednje Dalmacije strukturirani su klasteri koji nude različite doživljaje i iskustva koja će se koristiti kao marketinško-komunikacijski ključevi prostornih cjelina koje su se povijesno kristalizirale kao turističke mikrodestinacije, pa je prema tome Dalmatinska Zagora klaster koji će svojom cjelokupnom turističkom ponudom omogućiti i nuditi doživljaj tradicije, kulture i neotkrivene prirode.

Za isporuku te vizije, u Glavnom planu se predlažu razvojni scenariji za svaki klaster, pa se tako Dalmatinska Zagora mora fokusirati na tržišno orijentirani razvoj, koji se u prvom redu temelji na tradicijskoj i ekološkoj tematizaciji turističkih sadržaja i usluga. U tom smislu glavni turistički proizvodi za Dalmatinsku Zagoru uključuju ture, posebne interese (između ostalog, ovdje se izdvaja ruralni turizam, zatim eko/etno sela, itd.), kratke odmore, *wellness i spa*, te susrete, incentive i događanja.

Glavnim planom razvoja turizma SDŽ, za područje Dalmatinske zagore predlažu se sljedeće investicijske aktivnosti: Razvoj visokokvalitetnih novih proizvoda i ograničenog broja novih smještajnih kapaciteta, kao što su gradnja terena za golf i pratećih smještajnih objekata na Sinjskom polju, uređenje etno-eko sela na području cijele županije, gradnja tematskog parka "101 dalmatiner" u blizini autoceste Zagreb–Split i gradnja športsko-rekreativnog centra Cetina kod Omiša.

Od usvajanja ovog plana, pokrenuto je nekoliko projekata u skladu sa prijedlozima iz Glavnog plana, a ova Strategija je jedan od njih.

Ključne smjernice Glavnog plana razvoja turizma Splitsko-dalmatinske Županije koje su vezane na razvoj ruralnog turizma Dalmatinske Zagore, i koje će usmjeriti / oblikovati strategiju njegovog razvoja su sljedeće:

- Tržišno orijentirani razvoj temeljen na tradicijskoj i ekološkoj tematizaciji
- Turistička valorizacija zaleđa kao antipod razvojnoj matrici na obalnom pojasu.
- Vrijednosno usmjerenje na tradicijskoj matrici i sustavu takvih rekreacijskih aktivnosti kao nadopuna obali i kao razvoju samostalnih proizvoda visoke vrijednosti.

C. RURALNI TURIZAM

Tradicionalni izvori prihoda u ruralnim područjima u najviše slučajeva su djelatnosti iz primarnog sektora - poljoprivreda, šumarstvo, rudarstvo i slično, no danas se lokalne zajednice u ruralnim područjima suočavaju sa potrebom diversifikacije lokalne ekonomije, a jedna od mogućnosti kojoj se stanovnici ruralnih područja okreću svakako jest turizam.

Sljedeće poglavlja osvrće se na definiranje ruralnog turizma i kratak pregled koncepta ove vrste turizma.

1. Što je ruralni turizam?

Stručna literatura nudi različite definicije ruralnog (seoskog) turizma, od onih koje ga promatraju kroz prizmu prostora, odnosno definiraju ga kao 'turizam koji se događa na ruralnom području', do onih koje uključuju široki spektar aktivnosti i elemenata cjelovitog proizvoda ruralnog turizma, kao što je rekreacija i aktivnosti u ruralnom okruženju, uživanje u ruralnom ambijentu, užitak u prirodi i ljepoti krajolika, kulturnom turizmu, turizmu na seoskim domaćinstvima, i tako dalje.

Za potrebe ovog plana, a uzimajući u obzir činjenicu da se između ostalog ruralni (seoski) turizam temelji i na različitim aktivnostima, okvir za definiranje ruralnog turizma temelji se na sljedećem:

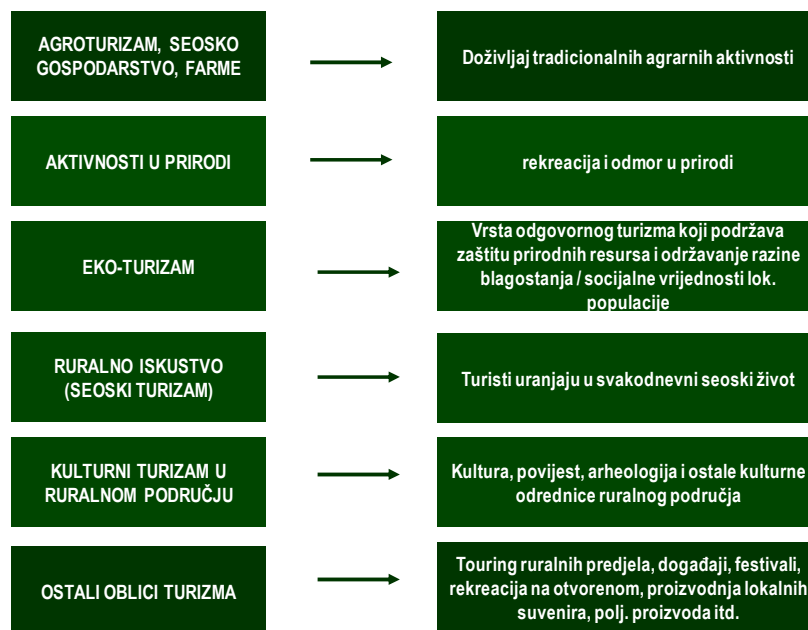
'Pojam 'ruralni turizam' koristi se onda kada je ruralna kultura ključna komponenta proizvoda u ponudi destinacije.' (WTO)

'Razlikovna karakteristika turističkih proizvoda ruralnog turizma jest nastojanje da se gostima omogući personalizirana usluga, te da im se približe fizičke i ljudske karakteristike ruralnog područja, i da im se što je više moguće omogući sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnih ljudi.' (OECD)

'Unutar ekonomije turizma, ruralni turizam definira se kao turistička valorizacija agrarnih područja, prirodnih resursa, kulturnog nasljeđa, ruralnih naselja, lokalnih tradicionalnih običaja i proizvoda kroz posebno oblikovane turističke proizvode koji reflektiraju identitet područja i zadovoljavaju potrebe gostiju u smislu smještaja, usluga hrane i pića, rekreacije i aktivnosti, animacije i ostalih usluga, sa ciljem održivog lokalnog razvoja, ali i pružanjem adekvatnih odgovora na potrebe današnjeg gosta unutar novostvorenih odnosa grada i sela (ruralnog područja).' (EuroTer)

Obzirom na visoku gustoću naseljenosti u Europi, priroda i kultura su usko povezane, te se iz tog razloga često unutar ruralnog turizma ističe agroturizam (odmor na farmama), turizam u prirodi (*nature tourism*), zeleni (*green*) turizam, specijalni interesi (gastonomija i vino, promatranje biljnog i životinjskog svijeta, itd.), i aktivni odmor (jahanje, biciklizam, šetnje, itd.), te povijesni i kulturni oblici turizma.

U tom smislu, danas je moguće identificirati najprisutnije oblike turističkih aktivnosti na ruralnim područjima:

Slika 1: Oblici turističkih aktivnosti u ruralnim područjima

Obzirom na raznolikost mogućnosti i aktivnosti vezanih uz ruralno područje i turizam, jasno je da se elementi nekih od navedenih oblika ruralnog turizma isprepliću u praksi (na primjer, doživljaj tradicionalnih agrarnih aktivnosti može biti jedna od aktivnosti kojom gosti sudjeluju u svakodnevnim aktivnostima života na selu i time doživljavaju ruralno iskustvo).

2. Koncept ruralnog turizma

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, ruralni turizam temelji se na prirodnim resursima, ruralnom nasljeđu, ruralnom načinu života i ruralnim aktivnostima, odnosno, aktivnostima u ruralnom prostoru:

Slika 2: Koncept ruralnog turizma

Izvor: Svjetska turistička organizacija

Uzmemo li dalje u obzir činjenicu da se poimanje ruralnog turizma razlikuje u zemljama Europe (na primjer, u Sloveniji je ključni oblik ruralnog turizma onaj na obiteljskim domaćinstvima, u Mađarskoj su to usluge i aktivnosti koje se nude u ruralnom ambijentu, itd.). No, zajednički ključni elementi ruralnog turizma u svim europskim zemljama / destinacijama su:

- Ruralno okruženje / mirna sredina
- Očuvani okoliš
- Smještaj u tradicionalnim seoskim domaćinstvima
- Bed & Breakfast ili smještajne jedinice sa mogućnošću samostalne pripreme hrane
- Komunikacija sa domaćinima
- Tradicionalna ruralna gastronomija
- Upoznavanje / sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima i ostalim aktivnostima vezanim uz smještaj
- Eksterne usluge (aktivnosti u ruralnom okruženju, gastronomija, kulturno-povijesna baština, itd.)

Dakle, ključni elementi ruralnog turizma su:

	Lociran je u ruralnim područjima
	Funkcionalno je seoski - utemeljen je na malom poduzetništvu, na otvorenom prostoru, u izravnom dodiru sa prirodom, temelji se na nasljeđu i tradicionalnim aktivnostima
	Pretpostavlja / dozvoljava sudjelovanje u aktivnostima, tradicijama i načinu života lokalnog stanovništva
	Osigurava personalizirani kontakt
	'Ruralni' je u opsegu - naselja i građevine su manjeg razmjera
	Tradicionalan je po karakteru, raste sporo i organski, povezan je sa lokalnim obiteljima. Često se razvija kontrolirano od lokalne zajednice i za dugoročnu dobrobit područja
	Različitih je vrsta, predstavlja kompleksni uzorak ruralnog okruženja, ekonomije, povijesti i lokacije
	Visok udjel prihoda od turizma koristi lokalnoj zajednici

Izvor: Roberts, Hall, 2001

D. RURALNI TURIZAM U HRVATSKOJ

1. Institucionalno pravni okvir

Cjelokupni institucionalno pravni okvir za djelovanje ruralnog turizma uključuje zakone i propise koji određuju djelovanje cijelog sektora turizma Republike Hrvatske, ali i one koji su primjenjivi samo na praksu u ruralnom turizmu. Ovdje se daje samo kratak pregled zakonske regulative na razini sektora turizma, a detaljnije se prikazuje okvir specifičan za ruralni turizam.

1.1. Institucije turističkog sustava u Republici Hrvatskoj

Institucije turističkog sustava u Republici Hrvatskoj obuhvaćaju nekoliko tijela na nacionalnoj, županijskoj i lokalnoj razini, koje sudjeluju i doprinose cjelokupnom turističkom sustavu Republike Hrvatske, a uz to postoji i niz institucija, odnosno organizacija koje oblikuju djelovanje ruralnog turizma:

INSTITUCIJE TURISTIČKOG SUSTAVA RH
Ministarstvo turizma
Upravni odjeli za turizam i gospodarstvo pri Županiji
Hrvatska turistička zajednica
Turističke zajednice Županije
Turističke zajednice mjesta
Hrvatska gospodarska komora (sektor za turizam)
Hrvatska obrtnička komora
Udruge: Udruga hrvatski putničkih agencija, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, kamping udruženje Hrvatske, itd.

INSTITUCIJE / ORGANIZACIJE - RURALNI TURIZAM
Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, Ministarstvo kulture i ostala resorna ministarstva
Hrvatska gospodarska komora (Zajednica ruralnog turizma)
Hrvatski farmer d.d.
Ruralis – konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre
Klub članova 'Selo'
Slavonika – udruga za razvoj sela
Zagora – zadruga agroturizma i ruralnog turizma Dalmatinske zagore

Razvoj ruralnih područja i povezano s time razvoj turizma u ruralnim područjima postaje prioritetom razvojne politike na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, a zbog svojih karakteristika ruralni turizam je od interesa različitih državnih resora, a osobito Ministarstva turizma, Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja, te Ministarstva kulture. Ova Ministarstva trenutno zakonskim provedbenim propisima reguliraju razvoj kapaciteta u ruralnom području, te osiguravaju sredstva u okviru različitih programa investicijske podrške i poticanja razvoja ruralnog turizma.

U okviru Ministarstva turizma posluje Uprava za posebne oblike turizma i turizam na kontinentu, koja se dijeli na tri odjela, od kojih je jedan i Odjel za ruralni turizam, a koji se fokusira na donošenje i provođenje mjera i programa ruralnog turizma, te nadzor i praćenje učinaka mjera i programa.

Pri Hrvatskoj gospodarskoj komori posluje Zajednica ruralnog turizma (do sredine 2008. godine radi pod nazivom Zajednica turističkih seljačkih obiteljskih gospodarstava), čiji je osnovni zadatak registracija i praćenje turizma na seljačkim gospodarstvima.

Razvojem ruralnog turizma u Hrvatskoj bave se institucije od kojih su najaktivnije Hrvatski farmer d.d., Ruralis – konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre i Klub članova 'Selo'.

1.2. Zakonska regulativa ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj

Ključni zakonski propisi koji reguliraju poslovanje u turizmu su:

ZAKONSKA REGULATIVA RURALNOG TURIZMA U RH	
Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 30/94)	Ovaj zakon uređuje ustrojstvo i način rada turističkih zajednica, te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja. Ključni ciljevi TZ su unapređivanje općih uvjeta boravka turista, podizanje kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimstva na području za koje su osnovane; promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane; razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša.
Zakon o članarinama u turističkim zajednicama (NN 35/95)	Ovim zakonom utvrđuju se kriteriji za razvrstavanje turističkih mjesta u razrede, skupine gospodarskih djelatnosti i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici.
Zakon o boravišnoj pristojbi (NN 27/91)	Ovaj zakon regulira obavezu građana da plaća boravišnu pristojbu, ako u turističkom mjestu izvan svog prebivališta koriste uslugu noćenja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska ili turistička djelatnost.
Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06)	Ovaj zakon regulira način i uvjete pod kojima pravne i fizičke osobe mogu obavljati ugostiteljsku djelatnost, što podrazumijeva pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka te pružanje usluga smještaja, kao i pripremanje hrane za potrošnju na drugom mjestu i opskrba tom hranom. Ugostiteljskom djelatnošću mogu se baviti pravne i fizičke osobe, odnosno trgovačka društva, zadruge, trgovci pojedinci i obrtnici, fizičke osobe, a rješenje o odobrenju za pružanje usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu upisuje se u Upisnik o obavljanju ugostiteljskih usluga građana u domaćinstvu / seljačkom domaćinstvu.

<p>Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07)</p>	<p>Ovim se Zakonom uređuje način i uvjeti za pružanje usluga u turizmu, a koje podrazumijevaju pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, turističkog pratitelja, turističkog animatora, turističkog zastupnika, turističke usluge u nautičkom turizmu, turističke usluge u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, turističke usluge u ostalim oblicima turističke ponude i ostale usluge koje se pružaju turistima u svezi s njihovim putovanjem i boravkom. Usluge u turizmu mogu pružati trgovačka društva, zadruge, trgovci pojedinci i obrtnici, te fizičke osobe. Vezano na turističke usluge u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, definira se sljedeće: (1) Turističke usluge radi odmora i rekreacije turista mogu se pružati u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu upisanom u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i u šumama šumoposjednika upisanih u Upisnik šumoposjednika (2) Turističke usluge koje se mogu pružati u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu su poljoprivredne, šumarske i slične aktivnosti koje su vezane za seljačko gospodarstvo (berba voća i povrća, ubiranje ljetine, iznajmljivanje konja za jahanje i sl.).</p>
<p>Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 5/08)</p>	<p>Pravilnik je donesen u skladu sa Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti, te propisuje vrste, minimalne uvjete za vrste, kategorije, uvjete za kategorije, oznake za kategorije, način njihovog označavanja, način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge smještaja, definira vlastitu proizvodnju, tipična jela, pića i napitke kraja u kojem je seljačko domaćinstvo, te vrste proizvoda koje ne moraju biti iz vlastite proizvodnje. Objekt u seljačkom domaćinstvu, prema ovom pravilniku, jest funkcionalna cjelina na seljačkom gospodarstvu u kojem se gostima pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka, uobičajenih za kraj u kojem se nalazi seljačko domaćinstvo, iz poljoprivrednih proizvoda pretežito vlastite proizvodnje, usluge smještaja, te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje.</p>
<p>Pravilnik o pružanju turističkih usluga na seljačkim domaćinstvima (sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu)</p>	<p>U procesu donošenja.</p>

Zakonski propisi kojima se, između ostalog, specifično regulira poslovanje u okviru ruralnog turizma su *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti*, *Zakon o pružanju usluga u turizmu* i *Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u turizmu*, dok je trenutno u pripremi novi Pravilnik o pružanju turističkih usluga na seljačkim domaćinstvima, a sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu. U nastavku slijede ključne odrednice navedenih propisa:

ZAKON O UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI	
UGOSTITELJSKE USLUGE U DOMAĆINSTVU I SELJAČKOM DOMAĆINSTVU	
DOMAĆINSTVO	SELJAČKO DOMAĆINSTVO
Ugostiteljske usluge u domaćinstvu može pružati fizička osoba koja nije obrtnik ili trgovac pojedinac (iznajmljivač)	Seljačko domaćinstvo u smislu ovog zakona je seljačko gospodarstvo ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i koje pruža ugostiteljske usluge.
<p>Usluge podrazumijevaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor, kojih je iznajmljivač vlasnik, do najviše 8 soba, odnosno 16 kreveta (bez pomoćnih kreveta). • Usluge smještaja u kampu, organiziranom na zemljištu kojeg je iznajmljivač vlasnik, s najviše 7 smještajnih jedinica, odnosno za 25 gostiju istodobno, u koje se ne ubrajaju djeca u dobi do 12 godina. • Usluge doručka, polupansiona ili pansiona gostima kojima iznajmljivač pruža usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor. 	<p>U seljačkom domaćinstvu mogu se pružati sljedeće ugostiteljske usluge:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela i pića te napitaka iz pretežito vlastite proizvodnje za najviše 50 gostiju (izletnika) istodobno. • Usluživanje (kušanje) mošta, vina, voćnih vina, drugih proizvoda od vina i voćnih vina, jakih alkoholnih i alkoholnih pića te domaćih narezaka iz vlastite proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili gospodarskog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru za najviše 50 gostiju (izletnika) istodobno. • Usluge smještaja u sobi i apartmanu do najviše 10 soba odnosno za 20 gostiju istodobno, odnosno usluge smještaja u kampu s najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno, samo za goste kojima se pružaju usluge prehrane, točenja pića i napitaka (doručak ili polupansion ili puni pansion) iz pretežito vlastite proizvodnje. • Jela, pića i napici koji se uslužuju u seljačkom domaćinstvu moraju biti uobičajeni za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo.
<p>Za pružanje ugostiteljskih usluga koje su definirane ovim zakonom, iznajmljivač u domaćinstvu / seljačkom domaćinstvu mora ishoditi rješenje o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu / seljačkom domaćinstvu.</p>	

ZAKON O PRUŽANJU USLUGA U TURIZMU	
TURISTIČKE USLUGE U SELJAČKOM GOSPODARSTVU ILI OBITELJSKOM POLJOPRIVREDNOM GOSPODARSTVU	
Turističke usluge radi odmora i rekreacije turista mogu se pružati u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu upisanom u odgovarajuće Upisnike.	
Turističke usluge koje se mogu pružati u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu su: poljoprivredne, šumarske i slične aktivnosti koje su vezane za seljačko gospodarstvo (berba voća i povrća, ubiranje ljetine, iznajmljivanje konja za jahanje, i slično).	
Turističke usluge mogu se pružati za najviše 50 turista istodobno	
Za pružanje turističkih usluga koje su definirane ovim zakonom, član seljačkog gospodarstva mora ishoditi rješenje o odobrenju za pružanje turističkih usluga u seljačkom gospodarstvu.	

PRAVILNIK O PRUŽANJU UGOSTITELJSKIH USLUGA U SELJAČKOM DOMAĆINSTVU

Objekt u seljačkom domaćinstvu, prema ovom pravilniku, jest funkcionalna cjelina na seljačkom gospodarstvu u kojem se gostima pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka, uobičajenih za kraj u kojem se nalazi seljačko domaćinstvo, iz poljoprivrednih proizvoda pretežito vlastite proizvodnje, usluge smještaja, te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje.

Vlastita proizvodnja podrazumijeva:

- poljoprivredne proizvode na seljačkom domaćinstvu,
- poljoprivredne proizvode sa drugih seljačkih gospodarstava,
- šumske proizvode, samoniklo biljem glijive, puževe, žabe, ribe i druge vodene i morske organizme, te divljač koje član seljačkog domaćinstva ulovi, ubere ili kupi

VRSTE OBJEKATA

Vinotočje/ kušaonica	Objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju vina, voćna vina, proizvodi od vina / voćnih vina, ostala alkoholna pića, naresci (suhomesnati proizvodi, sirevi i slično) za najviše 50 gostiju istodobno	Umjesto naziva Vinotočje / Kušaonica mogu se koristiti nazivi Vinotočje (uslužuju se pretežito vina, naresci, namazi...) ili Kušaonica (uslužuju se pretežito naresci, namazi, pića ...)
Izletište	Objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju topla i hladna jela te pića i napici za najviše 50 gostiju istodobno	
Soba	Objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja	U objektu ove vrste moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka, polupansiona, pansiona)
Apartman	Objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja, opremljen tako da gost može sam pripremati i konzumirati hranu	U objektu ove vrste moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka, polupansiona, pansiona)
Kamp	Objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja, uz korištenje pokretne opreme za kampiranje.	U objektu ove vrste moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka, polupansiona, pansiona) Na prostoru kampa mogu se nalaziti i trgovački objekti u funkciji turističke potrošnje

Vrste soba, apartman i kamp kategoriziraju se u tri kategorije: jedno sunce (☀), dva sunca (☀☀), tri sunca (☀☀☀). Za sve vrste objekata pravilnikom se propisuju minimalni uvjeti.

Osim ovih zakonskih propisa koji direktno ili indirektno reguliraju poslovanje i obavljanje djelatnosti ruralnom turizmu, postoji još niz propisa koji indirektno utječu na poslovanje seljačkih domaćinstava i drugih objekata u ruralnom turizmu, kao što su:

- Zakoni iz poljoprivrede, lova, ribolova i dr. te njihovi provedbeni propisi
- Zakoni i pravilnici o hrani
- Zakoni i pravilnici o veterinarstvu i sl.
- Zakoni i propisi iz zaštite okoliša i prirode
- Propisi koji reguliraju obavljanje sportskih djelatnosti
- Ostali propisi o poljoprivredi, hrani, vinu, ribarstvu, lovstvu, itd.

Ruralni turizam je dakle od interesa različitih resora države, a osim navedenih propisa, te uslijed trenutnih tranzicijskih procesa i usklađivanja sa Europskim zakonskim regulativama, prisutna je visoka razina ograničavajućih faktora i mnogi od propisa nisu međusobno usklađeni, što upućuje na potrebu suradnje svih resornih ministarstava.

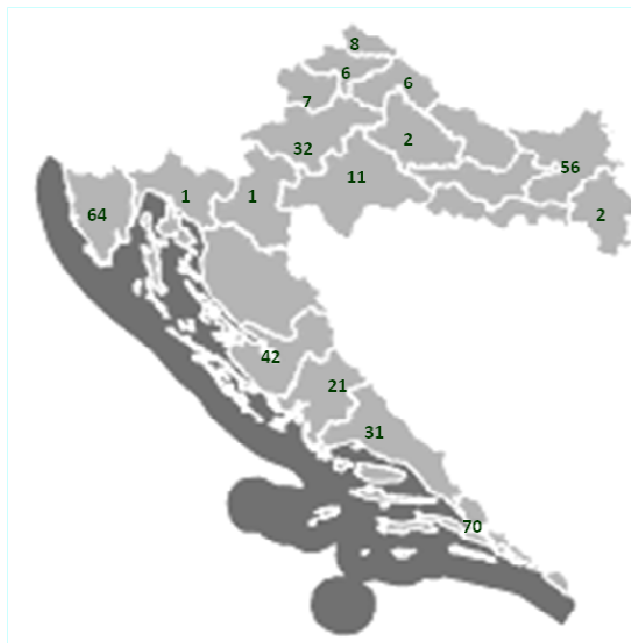
1.3. Zaključak

- Analizom navedenih zakonskih propisa te analizom iskustava u praksi, identificiran je niz ograničavajućih faktora zakonske regulative, kao na primjer činjenica da se ruralnim turizmom (odnosno pružanjem ugostiteljskih i turističkih usluga) mogu baviti isključivo domaćinstva koja su registrirana kao poljoprivredni proizvođači.
- Nadalje, objekti koji konceptom nisu u potpunosti u okvirima definicija seljačkih domaćinstava i usluga na njima, suočavaju se sa problemima poput ograničavanja kapaciteta usluživanja hrane i pića, nemogućnosti zapošljavanja djelatnika za pomoć pri obavljanju potrebnih aktivnosti i slično. To ih često dovodi do odluke da se registriraju kao na primjer ugostiteljski objekti (npr. pansioni, restorani sa sobama za iznajmljivanje i slično).
- Ovakva situacija dovodi do toga da zakonska regulativa i realno stanje poslovanja u ruralnom turizmu na terenu nisu u skladu, odnosno, u praksi postoji diversifikacija ponude usluga na ruralnim prostorima, međutim ona nije praćena zakonskom regulativom, a što je jedan od ključnih razloga otežanog praćenja razvoja kapaciteta ruralnog turizma, odnosno u konačnici otežanog sustavnog razvoja.
- Zakonska regulativa uglavnom ne ide u prilog razvoju usluga na seljačkim domaćinstvima, odnosno otežava razvoj ruralnih kapaciteta i usluga koje se na njima mogu pružati na način kako to čine značajne europske destinacije ruralnog turizma.

2. Kategorizacija

U Hrvatskoj je prisutna kategorija turističkih seljačkih gospodarstava (čiji se status i razvoj regulira zakonskim propisima). Na prostoru republike Hrvatske trenutno posluje 360 registriranih seoskih gospodarstava, sa svega 875 kreveta, što znači da je njihova ponuda uglavnom orijentirana na pružanje usluga hrane i pića. Sljedeća karta prikazuje distribuciju seljačkih domaćinstava u Hrvatskoj.

Slika 3: Distribucija turističkih seljačkih gospodarstava u republici Hrvatskoj



Izvor: HGK, 2007 i tematska sjednica 'Ruralni turizam – stanje, poteškoće i perspektive razvoja', 2008.

Iz prethodne analize zakonskih propisa je dakle vidljivo da na nacionalnoj razini postoje pravilnici kojima se propisuju vrste, kategorije i uvjeti za objekte i usluge u seljačkim domaćinstvima, no postoji niz određenih ograničavajućih elemenata (na primjer, minimalna visina prostorija, i slično), koji često nisu primjenjivi na tipičnu tradicionalnu ambijentalnu arhitekturu.

Upravo je to razlog što je trenutno u Hrvatskoj razvijena neoficijelna marketinška kategorizacija / tipologija kapaciteta u ruralnom turizmu, koja se temelji na prevladavajućim pojavnim oblicima smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta ove vrste turizma:

- Agroturizam
- Bed and breakfast
- Ekoturizam
- Odmor na vinskoj cesti
- Ruralna kuća za odmor
- Ruralni obiteljski hotel
- Sobe i apartmani
- Stancija (vila)
- Restorani, konobe, kleti, i slično.

Istra je prva regija u Hrvatskoj koja je primijenila ovu tipologiju, a uglavnom je upotrebljava u marketinškoj prezentaciji objekata ruralnog turizma.

Činjenicu da je situacija na hrvatskom tržištu ruralnog turizma nedovoljno organizirana i sustavno vođena, potvrđuju i rezultati ankete provedenu u prvom tromjesečju 2008. godine od strane Hrvatske gospodarske komore, koji evidentiraju sljedeće vrste objekata na ruralnom prostoru Hrvatske:

- Turistička seljačka obiteljska gospodarstva
- Vinotočja / Kušaonice
- Izletišta / restoran
- Smještaj na ruralnom prostoru (tradicijske i druge ruralne kuće za odmor, sobe i apartmani, kampovi)
- Eko-etno sela i gospodarstva sa etno zbirakama
- Eko gospodarstva i eko proizvodnja
- Tematske ceste i putovi, staze i itinerari na ruralnom prostoru.

Prema tome, ukazuje se potreba za u praksi primjenjivom zakonskom regulacijom, kao i sustavnim upravljanjem razvoja proizvoda ruralnog turizma na nacionalnoj, pa onda i na regionalnim razinama.

3. Programi potpore i poticaja za razvoj ruralnog turizma

Financiranje razvoja ruralnog turizma i poduzetnika u ruralnom turizmu i ruralnim područjima provodi se u okviru poticaja (npr. državne potpore ministarstava turizma i poljoprivrede, potpore pojedinih županija i jedinica lokalne samouprave, te potpore međunarodnih institucija), kao i kreditnih linija.

Ministarstvo turizma trenutno provodi sljedeće programe potpora i poticaja u turizmu, a koji su direktno ili indirektno vezani uz razvoj ruralnog turizma:

MINISTARSTVO TURIZMA	
PROGRAMI POTPORA I POTICAJA TURIZMU I RURALNOM TURIZMU	
Program kreditiranja malog obiteljskog poduzetništva "Poticaj za uspjeh"	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Krediti za ulaganja u obnovu starih (postojećih) kuća sagrađenih u skladu sa izvornom, tradicijskom i ambijentalnom arhitekturom -"Pod stoljetnim krovovima" ▪ Krediti za ulaganja u manje objekte za smještaj vrste: hotel, pansion, aparthotel s restoranom i kamp ▪ Program „Poticaj za uspjeh“ temelji se na kreditnim sredstvima banaka i sredstvima za subvencioniranje kamata Ministarstva ▪ Sredstva Ministarstva predstavljaju državnu potporu malim i srednjim poduzetnicima za poticanje njihovih početnih ulaganja u turizmu. Visina državne potpore izračunava se temeljem opravdanih troškova ulaganja, a to su troškovi početnih ulaganja (materijalna ulaganja: zemljišta, zgrade i oprema). ▪ Iznos državne potpore malim poduzetnicima može se dodijeliti u postotku do 15% opravdanih troškova, dok je za srednje poduzetnike u postotku do 7,5% opravdanih troškova

Program kreditiranja seoskog turizma "Razvoj turizma na selu"

- poticajna mjera kreditiranja seoskog turizma na ruralnim područjima Republike Hrvatske uz državnu subvenciju kamata
- Sredstva su namijenjena za stvaranje smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta za seoski turizam kroz:
 - obnovu tradicijskih kuća s pripadajućim gospodarskim objektima, kušaonica, podruma
 - izgradnju novih, te dogradnju, nadogradnju, i adaptaciju postojećih objekata, koji neće narušiti vrijednosti i nasljeđe hrvatske tradicijske arhitekture i života na selu
 - kupnju postojećih tradicijskih objekata i drugih nekretnina potrebnih za funkcioniranje seoskog turizma
 - opremanje objekata
- Sredstva su također namijenjena za stvaranje uvjeta za dodatne sadržaje i atrakcije u seoskom turizmu kroz:
 - izgradnju, obnovu i uređenje športsko-rekreativnih i gospodarskih sadržaja (štale, gatori, ribnjaci, pješačke, biciklističke staze i dr.)
 - obnovu, izgradnju i opremanje objekata i radionica tradicijskih obrta
 - uređenje pripadajućeg okoliša
 - i druge sadržaje koji nadopunjuju ukupnu ponudu seoskog turizma
- Obrtna sredstva mogu se odobriti najviše do 20% od iznosa kredita, koji iznosi od 10.000 EUR do 200.000 EUR, sa rokom otplate do 15 godina te počekom do 2 godine. Kamatna stopa za korisnika kredita je fiksna od 8% godišnje uz fiksnu subvenciju Ministarstva od 6% godišnje

Program poticanja zaštite, obnove i uključivanja u turizam baštine u turistički nerazvijenim područjima „Baština u turizmu“

- Sredstva državne potpore male vrijednosti dodjeljuju se za sufinanciranje razvoja turističke ponude na područjima na kojima turizam nije dovoljno razvijen, a posebno na ruralnim, brdsko-planinskim područjima, područjima od posebne državne skrbi i otocima, koja imaju turističke potencijale u kulturnoj i prirodnoj baštini, zatim za zaštitu, obnovu i vrednovanje kulturne baštine uključivanjem u turističku ponudu, te zaštitu, obnovu i vrednovanje prirodne baštine uključivanjem u turističku ponudu
- U 2008. Godini, ukupna proračunska sredstva za ovaj Program iznosila su 8.000.000,00 kn, a potpora je dodijeljena za ukupno 219 projekata (najveći iznos potpore pojedinom projektu jest 70 tisuća kuna, a najmanji je 20 tisuća kuna).

Program 'Zelena brazda' - bespovratni financijski poticaji za razvoj selektivnih oblika turizma na kontinentu (lovni, ribolovni, planinski i ostali oblici turizma na kontinentu)

- Sredstva su namijenjena udrugama, pravnim i fizičkim osobama.
- Ministarstvo sufinancira do 50% ukupnih troškova provedbe pojedinačnog programa ili projekta, a najviše do 300.000,00 kn po pojedinom korisniku.

Program poticanja unapređenja izrade i plasmana izvornih suvenirâ „Izvorni suvenir“

- Poticanje izrade, afirmacije i promoviranja izvornih suvenirâ kroz oživljavanje tradicijskih i umjetničkih obrta i domaće proizvodnje kroz sredstva državne potpore male vrijednosti
- Dodijeljena sredstva po pojedinom korisniku ne mogu prijeći iznos od 100.000,00 kn.
- Sredstva državne potpore mogu se koristiti isključivo za sufinanciranje projekata kojima se ostvaruje unapređenje izrade i plasmana izvornih suvenirâ:
 - projekti ulaganja za uređenje proizvodnih i prodajnih prostora
 - nabavku strojeva i alata
 - projekti opremanja suvenirâ za plasman na tržište (prikladna ambalaža, promotivni materijal)
 - projekti ulaganja u organizaciju sajmova i prodajnih izložbi
 - projekti ulaganja u stručni dizajn i redizajn

Program poticanja razvoja tematskih turističkih putova „Tematski putovi“

- Sredstva se koriste za usmjeravanje turističke potražnje/prometa prema područjima na kojima turizam nije dovoljno razvijen, a posebno prema ruralnim, brdsko-planinskim područjima, područjima od posebne državne skrbi i unutrašnjosti otoka; za zajedničko oblikovanje i promidžba regionalnog turističkog proizvoda više mjesta, općina, gradova i županija koje povezuje ista tema; za vrednovanje kulturne, povijesne i prirodne baštine ruralnih krajeva uključivanjem u turističku ponudu; za gospodarsko povezivanje više područja; za povezivanje s europskim tematskim putovima
- Dodijeljena sredstva po pojedinom korisniku ne mogu prijeći iznos od 250.000,00 kn
- Sredstva državne potpore mogu se koristiti isključivo za sufinanciranje projekata kojima se ostvaruju navedeni ciljevi programa i to za:
 - a) projekte utemeljene na turističkoj valorizaciji kulturne, povijesne i prirodne baštine
 - b) projekte utemeljene na ponudi proizvoda poljoprivrednih/agraranih gospodarstava i gastronomiji ruralnih krajeva
 - c) projekte utemeljene sportsko-rekreativnoj ili zdravstvenoj ponudi

Program poticaja ulaganjima u javnu turističku infrastrukturu u funkciji razvoja turizma na određenoj destinaciji u 2008 - "Turizam kroz regije"

- Ovim programom bespovratnih sredstava financiraju se projekti i izrada projektne dokumentacije za javnu infrastrukturu u funkciji turizma čime se omogućuje stavljanje u funkciju dodatnih turističkih sadržaja. Sredstva po ovom natječaju se odnose na:
 - projekte uređenja postojeće javne turističke infrastrukture i obogaćivanje sadržaja,
 - izgradnju javne infrastrukture koja omogućava uspostavu tematskih turističkih putova (biciklističkih, pješačkih, vinskih i dr.),
 - stavljanje u funkciju turizma objekata kulturno – povijesne i prirodne vrijednosti,
 - uređenje ostale javno turističke infrastrukture.
- Ministarstvo sufinancira do 50% ukupnih troškova provedbe pojedinačnog projekta, a najviše do 500.000,00 kuna.
- Sredstva su namijenjena tijelima područne (regionalne) uprave (županije) i lokalne samouprave (gradovi, općine). Iznimno nositelji projekta mogu biti i pravne i fizičke osobe, uz suglasnost jedinica područne (regionalne) i lokalne samouprave, ukoliko se projekt odnosi na javnu infrastrukturu.

Program poticajnih mjera za povećanje konkurentnosti turističkog tržišta**Sufinanciranje turističkih projekata kojima su odobrena sredstva iz međunarodnih fondova****Program poticaja za formiranje multisektorskih klastera za potrebe turizma****Program poticaja manifestacijama i drugim promotivnim aktivnostima u funkciji razvoja turizma**

Osim Ministarstva turizma, **ostala resorna ministarstva** također pružaju potporu i poticaje razvoju ruralnog turizma, kao na primjer:

POTPORE I POTICAJI TURIZMU I RURALNOM TURIZMU OSTALIH MINISTARSTAVA	
Ministarstvo gospodarstva	Različiti projekti poticanja obrtništva i poduzetništva, kao na primjer: <ul style="list-style-type: none"> - Zadržno poduzetništvo, - Jačanje konkurentnosti malog gospodarstva, - Inovacije i novi proizvodi, - Obrazovanje za poduzetništvo
Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projekt „Za razvoj ruralnih krajeva“ (različiti programi potpore unutar ovog projekta): ▪ „Razvoj seoskog, lovnog i ribolovnog turizma“, pod nazivom „Poboljšanje turističke ponude na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima“ (Ministarstvo poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja sufinancira 80 % opravdanih troškova uređenja i opremanja objekata ili prostora na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, a najviše do 80.000,00 kuna, odnosno do 100.000,00 kn za uređenje starih tradicijskih kuća namijenjenih za turističku djelatnost). Ovaj program realiziran je u toku 2008. godine

Kreditne linije resornih ministarstava provode se u suradnji sa Hrvatskom bankom za obnovu i razvoj, Hrvatskom agencijom za malo gospodarstvo (HAMAG) i poslovnim bankama.

Splitsko-dalmatinska županija u okviru Odjela za turizam nudi nekoliko programa poticaja projekata u turizmu i ostalih uz turizam vezanih projekata:

SPLITSKO DALMATINSKA ŽUPANIJA	
PROGRAMI POTPORA I POTICAJA TURIZMU I RURALNOM TURIZMU	
Program etno-eko sela	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ovim programom se odobravaju sredstva za poticanje obnove raseljenih i zapuštenih sela u Splitsko-dalmatinskoj županiji, u cilju stvaranja etno-eko sela i obogaćivanja turističke ponude. ▪ Korisnici sredstava iz ovog programa su udruge rađana, te gradovi i općine, koji u suradnji sa Županijskim zavodom za prostorno planiranje ili drugim nadležnim institucijama pokreću inicijativu za obnovu napuštenih i devastiranih naselja. ▪ Sredstva iz programa namijenjena su za izradu geodetskih podloga, izradu katastra objekta, tješenje imovinsko-ravnih odnosa, izgradnju i uređenje prometnica, prilaza i ostalih komunikacija, uređenje odvodnje, dovođenje vodovodnih, telefonskih i električnih instalacija, uređenje okoliša, i dr.
Subvencije poljoprivrednicima, obrtnicima i poduzetnicima	
Potpore turističkim manifestacijama i udrugama	
Potpore razvoju kulturnog turizma	
Financiranje izrade biciklističkih brošura	
Promocija ruralnog turizma i ostalih selektivnih oblika turizma	
Financiranje turističke signalizacije	
Izrada projekata iz Glavnog plana razvoja turizma SDŽ (poseban fokus je stavljen na razvoj ruralnog turizma – Strategija razvoja ruralnog turizma županije je u procesu izrade)	

Republika Hrvatska kao zemlja kandidat za članstvo u Europskoj Uniji, uz navedene poticaje resornih ministarstava, također može koristiti sredstva međunarodnih fondova koja se uglavnom odnose na izgradnju institucija, prekograničnu suradnju, regionalni razvoj, razvoj ljudskih potencijala i ruralni razvoj. Prema tome, projekti koji su financirani od strane **međunarodnih fondova**, a potiču razvoj ruralnog turizma su:

MEĐUNARODNI FONDOVI
PROGRAMI POTPORA I POTICAJA TURIZMU I RURALNOM TURIZMU
CARDS program - „Razvoj ruralnog turizma u južnoj Dalmaciji i graničnim područjima Bosne i Hercegovine“
Instrument pretprijetne pomoći (Instrument for Pre-accession Assistance - IPA) – prekogranična suradnja, pomoć u tranziciji i izgradnja institucija, razvoj ljudskih potencijala, regionalni razvoj, ruralni razvoj (IPARD)
AMAMO - preko mora i planina – valorizacija proizvodnje tipičnih proizvoda
IPARD - plan Republike Hrvatske za poljoprivredu i ruralni razvitak

Analizom cjelokupne strateške, institucionalne i dokumentacije poticaja, evidentno je da postoji izvjestan nesklad između raspoloživih mehanizama poticaja i sredstava s aktualnim institucionalnim okvirom za razvoj ruralnog turizma. Iz tog razloga, razvoj projekata ruralnog turizma je spor, a uz dodatnu činjenicu da trenutno ne postoje regionalni centri za stručnu podršku poduzetništvu u ovoj grani, rezultat je još uvijek nedovoljna ekonomija obujma ovog poslovnog sektora koji bi se mogao lakše i brže komercijalizirati na lokalnom i internacionalnom tržištu.

Prema tome, Županija treba biti odgovorna za pragmatičnu podršku i koordinaciju programa i poticaja.

4. Stanje ruralnog turizma u Hrvatskoj

Ruralni prostor čini oko 90% ukupne površine Republike Hrvatske, od čega je nešto više od 50% površina poljoprivredno, a oko 30% je šumsko zemljište. Na ruralnim prostorima u Hrvatskoj živi oko 40% ukupnog broja stanovnika, iako je broj stanovnika u kontinuiranom padu.

Kao što je elaborirano u prethodnim poglavljima ove Strategije, razvoj ruralnih područja postaje razvojno-strateškim prioritetom koji predstavlja temelj gospodarskog i društvenog napretka zemlje. Jedna od ključnih djelatnosti kojom se postiže razvoj ruralnih krajeva jest turizam, odnosno ruralni turizam.

Organizirani razvoj ruralnog turizma započeo je početkom 1990.tih, na inicijativu tadašnjeg Saveza seljaka Hrvatske, Instituta za turizam, Ministarstva turizma i tvrtke Hrvatski farmer d.d., kada se postavljaju prvi temelji koji definiraju bavljenje ruralnim (seoskim) turizmom u Hrvatskoj.

U periodu od 1995. godine do 1999. godine Vlada donosi Nacionalni program 'Razvoj malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, s naglaskom na održivi razvoj turizma u ruralnom prostoru'. Tada Istarska županija prva kreće u organizirani razvoj ruralnog turizma, što je i podržano od strane poglavarstva Istarske županije, te započinje edukacija potencijalnih seoskih domaćinstava, ugovara se kreditna linija za seoska domaćinstva sa subvencioniranom kamatom, te se u suradnji sa TZ Istre povezuju seoska domaćinstva sa tržištem.

Dubrovačko-neretvanska županija također poduzima korake za razvoj ruralnih područja kroz tadašnju Zajednicu seljačkih gospodarstava (danas Zajednica ruralnog turizma) pri Hrvatskoj gospodarskoj komori, a ostale županije također bilježe manje pojedinačne inicijative, iako nedostaju potpore resornog ministarstva. Početkom 2004. godine Vlada Republike Hrvatske kroz ministarstva poljoprivrede i turizma nastavlja pružanje intenzivnije podrške razvoju ruralnog turizma.

Hrvatska gospodarska komora definira različite ruralne cjeline, a koje se temelje na različitosti i specifičnostima prirodno resursne osnove, te specifičnim karakteristikama ruralne arhitekture i običaja pojedinih predjela Hrvatske, pa tako postoje sljedeće cjeline:

- Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina
- Posavina, Pokuplje, Moslavina
- Slavonija, baranja, Srijem
- Gorski Kotar i Žumberak
- Lika i Kordun
- Istra i hrvatsko primorje
- Dalmacija

Temeljni oblik ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj je turizam na turističkim seljačkim gospodarstvima, a prema broju registriranih seljačkih domaćinstava, najrazvijenije su Istarska i Dubrovačko-neretvanska županija:



ŽUPANIJA	BROJ TSG	BROJ POSTELJA
Zagrebačka	30	41
Krapinsko-Zagorska	7	20
Sisačko-Moslavačka	11	33
Varaždinska	6	6
Koprivničko-Križevačka	6	22
Bjelovarsko-Bilogorska	2	12
Osječko-Baranjska	56	192
Vukovarsko-Srijemska	2	0
Međimurska	8	10
Zadarska	42	248
Šibensko-Kninska	21	16
Splitsko-Dalmatinska	31	12
Istarska	64	253
Dubrovačka-Neretvanska	70	10
Primorsko-Goranska	1	0
Grad Zagreb	2	0
Karlovačka	1	0
UKUPNO	360	875

Dakle, u 360 registriranih turističkih seljačkih gospodarstava u Republici Hrvatskoj ima ukupno 875 ležajeva, koji ostvaruju oko 120.000 noćenja. Prema podacima Ruralisa - Konzorcija agorturizma i ruralnog turizma Istre za 2008. godinu, 81% registriranih TSG nudi usluge prehrane, a 59% njih nudi kušanje vina. 85% ukupnog volumena ruralnog turizma lociran je u Istri, koju slijede Konavle. Od ukupnog broja gostiju ruralnog turizma u Hrvatskoj, 11% su strani gosti, a 89% domaći, što je upravo suprotno situaciji u europskim destinacijama ruralnog turizma, čiji su gosti uglavnom sa domaćeg tržišta (preko 90%). Ukupni prihodi ruralnog turizma u Hrvatskoj iznose preko 4 milijuna Eura.

Kao što je već prethodno napomenuto, zakonski određenim kriterijima, temeljni oblik u ruralnom turizmu su turistička seljačka gospodarstva, dok se u praksi pojavljuju i drugi oblici kapaciteta, koji se stoga ne registriraju na nacionalnoj razini, niti je moguće efikasno pratiti njihov razvoj. Prema tome, gore prikazani podaci o broju kapaciteta u ruralnom turizmu znatno se mijenjaju, što pokazuje primjer Istre koja bilježi sljedeće:

- U Istri je registrirano ukupno 263 domaćinstva, koje nude 2.221 ležajeva
- Od ukupnog broja ruralnih kapaciteta, najbrojnije su ruralne kuće za odmor, te čine oko 75% ukupnih kapaciteta
- Ruralni turizam u Istri temelji se na cjelogodišnjem poslovanju

- Uveden je sustav kvalitete i označavanja kvalitete seoskih domaćinstava (šparoge)
- U 2007. godini, ruralni turizam Istre zabilježio je 14.000 turističkih dolazaka, odnosno 100.000 noćenja, te ukupni prihod od smještaja od 2,5 milijuna Eura, odnosno 1,6 milijuna Eura prihoda od usluga hrane i pića

Usporedimo li aktivnosti u ruralnom turizmu Hrvatske sa Europom, evidentno je da je Hrvatska danas na početku razvoja ruralnog turizma (prema podacima EuroGites, 2008.):

- U Europi je registrirano više od 400.000 smještajnih jedinica, sa više od 3.600.000 ležajeva
- Ruralni turizam kreira ukupno oko 900.000 radnih mjesta (direktno i indirektno zapošljavanje)
- Ukupni prihodi od turizma u ruralnim područja iznose više od 41.000 milijuna Eura.
- Najveća receptivna kao i emitivna tržišta ruralnog turizma su Francuska, Njemačka, Austrija, Velika Britanija i Italija, koje zajedno čine oko 80% ukupnog tržišta ruralnog turizma u Europi.

E. DALMATINSKA ZAGORA – ANALIZA SITUACIJE

1. Teritorijalni obuhvat i položaj

Dalmatinska Zagora je termin za gorsko zaleđe od Šibenika do Ploča odnosno od Drniške krajine na zapadu do Vrgoračke krajine na istoku. U ovom planu se pod tim terminom podrazumijeva prostor zaobalja Splitsko dalmatinska županije, površine 2.924. km², odnosno 64% teritorija Županije.

Tabela 1: Osnovni parametri

Područje	Stanovnika 2001.	Površina km ²	Naselja broj	Gustoća stan. / km ²
Imotska krajina	36.215	714	49	50,7
Poljica	5.867	223	20	26,3
Sinjska krajina	48.727	832	64	58,5
Vrgoračka krajina	7.593	280	24	27,1
Vrlička krajina	2.705	244	9	11,1
Splitska zagora	10.534	630	44	16,7
Dalmatinska Zagora	111.641	2.924	210	38,2
SD županija	463.676	4.540	368	102,1

Kartogram 1: Područje obuhvata projekta



Kartogram 2: Prostorne cjeline DZ



Prostorni plan Splitsko dalmatinske županije dijeli teritorij na tri osnovne prostorne cjeline:

- **Priobalje** - 14% teritorija
- **Otoci** - 20% teritorija
- **Zaobalje** - odnosno Dalmatinska Zagora 64% teritorija Županije,

odnosno na dvanaest manjih cjelina u kojima su prepoznate fizionomske posebnosti pojedinih prostora (*ne uvažavajući podjelu na jedinice lokalne samouprave*).

Zaobalno područje dijeli se na šest cjelina koje prate prostornu razdiobu priobalja, odnosno:

Zagora splitske konurbacije

- Lećevecica, Prgomet, Primorski Dolac, Muć, Marina - dio; Seget - dio. Klis - dio;

Poljica - zaleđe omiškog primorja

- Omiš - dio

Zabiokovlje se povijesno i prostorno dijeli na:

Vrgoračka krajina

- Vrgorac

Imotska krajina

- Cista Provo, Imotski, Lokvičići, Lovreč, Podbablje, Proložac, Runovići, Zagvozđ, Šestanovac, Zmijavci , Zadvarje (*Napomena: Zadvarje je zbog specifičnosti zadatka izuzeto iz Makarskog primorja i dodano Imotskoj krajini*)

Sjeverozapadni dio, orijentiran na gornji tok rijeke Cetine objedinjuje dvije prostorne cjeline:

Sinjska (cetinska) krajina

- Dicmo, Hrvace, Otok, Sinj, Trilj

Vrlička (cetinska) krajina

- Vrlika

2. Reljef

Osnovne konture reljefa nastale su u tercijaru kada se formirao Dinarski planinski sistem. Korozijom atmosfere vode u vapnencima nastale su brojne kraške forme rasprostranjene čitavim područjem. Najveća su kraška polja: Cetinsko, Hrvatačko, Sinjsko, Mućko-postinjsko, Konjsko, Dugopolje, Dicmansko i Imotsko polje te polja Rastok i Vrgorsko jezero.

Kartogram 3: Reljef i vode

U Zagori se nalaze najviše planine Hrvatske:

- Dinara (1831 m n/v)
- Kamešnica (1.809 m n/v)
- Biokovo (1.762 m n/v)
- Svilaja (1.508 m n/v) i druge.

Pružanje planinskih lanaca paralelno s obalom otežava povezivanje sa zaobalnim prostorima. Prijevoji koji povezuju ova dva prostora su:

- Labin (360m.n.m.),
- Malačka (480m.n.m.),
- Klis (360m.n.m.) i
- Dubci (250m.n.m.).

3. Klima

Planinske barijere priobalja priječe veći utjecaj mediteranske klime na zagorsko područje iako se uz otvorene doline i preko nižih brdskih prevoja osjeća njezin utjecaj. Stoga prevladava kontinentalna klima s oštrim i vrlo hladnim zimama te vrućim ljetima s čestim lokalnim pljuskovima.

Temperatura najhladnijeg mjeseca se kreće između -3°C i $+18^{\circ}\text{C}$, dok je srednja temperatura najtoplijeg mjeseca veća od 22°C . Temperature ispod 0°C pojavljuju se od listopada do svibnja, uobičajene su od -10°C , a apsolutna minimalna temperatura može biti niža i od -20°C . Sinj ima najnižu srednju godišnju temperaturu zraka u Županiji (12.6°C) i najnižu srednju godišnju minimalnu temperatura (7.0°C). Vrgorac s 40.5°C je mjesto s najvišom izmjerenom apsolutnom maksimalnom temperaturom zraka u Županiji, a Sinj s -24.2°C s najnižom izmjerenom apsolutnom minimalnom temperaturom zraka.

Količina oborine se postupno povećava od pučine prema zaobalju, odnosno s povećanjem nadmorske visine. U Dalmatinskoj zagori najviše količine oborine padne tijekom jeseni a najmanje tijekom ljetnog razdoblja. Na području Vrgorca najviše oborine padne tijekom zime gdje je zabilježena i najviša prosječna količina (1589.7 mm).

Pojava snijega, posebno na većim nadmorskim visinama je normalna pojava. Na Dinari, Kamešnici i Biokovu visina snježnog pokrivača je viša od 3 m. Snijeg se u Sinju pojavljuje 7,1 dana godišnje.

Prevladavajući vjetrovi su bura i jugo.

4. Vode

Kraško područje Županije karakteristično je po obilju oborina, ali ipak oskudijeva vodom jer se voda gubi i najvećim dijelom otječe podzemnim tokovima. Kraška polja čine slivna područja u kojima se voda skuplja, podzemnim tokovima drenira, te na pojedinim mjestima izvire dajući obilne količine vode. Podzemne vode područja su Vrela Cetine, Rumina, Rude i Jadra i baza su za vodoopskrbu kako dijelova Zagore tako i priobalnog područja. S obzirom na rezerve i izdašnost mogućnost buduće vodoopskrbe je praktički iscrpljena.

Površinski tokovi su vezani uz **Cetinu** s pritocima: **Vrba, Grab, Ruda, Karakašica** (Cetinska krajina) i drugi, te **Ričina, Vrljika, Matica** (Imotska krajina i Vrgorac).

Jezera Dalmatinske zagore su: Peručko (akumulacija), **Ričice, Prološko, Crveno i Modro oko**.

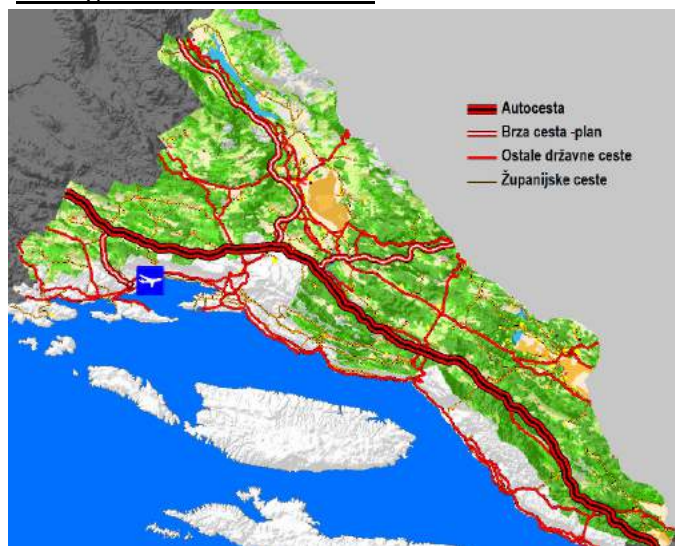
5. Infrastruktura

Promet

Kvalitetna prometna pristupačnost preduvjet je za razvoj svih gospodarskih djelatnosti, a posebno turizma. Postojeća magistralna cestovna mreža uglavnom omogućava kvalitetan pristup Dalmatinskoj zagori iz svih pravaca.

Završetkom Jadransko-jonske autoceste koja prolazi južnim dijelom Zagore u potpunosti će se osigurati transverzalna okosnica zapad – istok. Planirana izgradnja i rekonstrukcija magistralnih državnih pravaca (Solin – Klis) - Sinj - Hrvace – Vrljika, odnosno ceste Bisko – granica BiH poboljšat će pristup Zagori i sa sjeverne strane.

Kartogram 4: Cestovna mreža



Izvor: PP SDŽ

Lokalna mreža ima pretežno nezadovoljavajuće tehničke i sigurnosne karakteristike. U cilju poboljšanja situacije planira se izgradnja obilaznica slijedećih naselja: Vrlika, Sinj, Trilj, Cista Provo, Lovreć, Zagvozd, Vrgorac, Muć, odnosno rekonstrukcija i modernizacija ostale mreže.

Kvalitetni pristup Dalmatinskoj Zagori moguć je i preko ostalih prometnih sustava državnog značaja:

- **Međunarodni aerodrom Split**
- **Luka Split**
- **Željeznička stanica Split**

Vodoopskrba

Vodni resursi Zagore koriste se ili se planiraju za vodoopskrbu obalnog područja. Veća središnja naselja i gušće naseljena područja Zagore imaju djelomično riješenu vodoopskrbu kroz vlastite sustave (Vodoopskrba Grada Imotskog, Vodoopskrba Grada Vrgorca, Vodovodni sustav Sinja i Vrlički vodovod). Ostala manja naselja lokalno rješavaju vodoopskrbu ovisno o lokalnim uvjetima (cisterne, lokalni izvori).

S obzirom na poznate rezerve i izdašnost korištenih izvora mogućnost buduće vodoopskrbe je gotovo iscrpljena. Glavni ciljevi razvitka vodoopskrbe su: Zaštita i očuvanje kvalitete površinskih i podzemnih vodnih resursa, proširenje, rekonstrukcija i modernizacija postojećih vodoopskrbnih sustava, te istražni radovi za osiguranje potrebnih količina vode u budućnosti. Planira se i izvedba manjih lokalnih sustava gdje za to postoje mogućnosti.

Odvodnja i pročišćavanje otpadnih voda

Na čitavom području nije u potpunosti riješeno pitanje odvodnje i potrebnog pročišćavanja otpadnih voda, odnosno zaštita vrlo vrijednih vodnih resursa. U raznim fazama izvedbe, proširenja i rekonstrukcije ili planiranja su sustav grada Vrlike s naseljima Kosare, Vinalić, Kukar i Podosoje, dogradnja sustava grada Sinja, sustav grada Trilja, dogradnja sustava na području Imotskog, kanalizacijska mreža naselja Proložac, sustav grada Vrgorca.

Otpadne vode manjih naselja uglavnom se odlažu u propusne septičke jame koje odlaze u podzemlje te postojećim podzemnim vodotocima odlaze i na nekoliko desetaka kilometara udaljene prostore.

Prikupljanje i obrada otpada

Sadašnje stanje s odlaganjem otpada ne zadovoljava što također predstavlja opasnost za vodne resurse. Rješenje se očekuje kroz planirani centar za gospodarenje otpadom na nivou Županije.

6. Stanovništvo

Ocjena osnovnih karakteristika stanovništva i očekivana kretanja jedno su od polazišta planiranja svakog razvoja.

Broj stanovnika Splitsko dalmatinske županije povećao se je u razdoblju 1981. – 2001. za 27.000. U istom razdoblju Dalmatinska zagora kontinuirano bilježi gubitak stanovništva tako da se broj stanovnika smanjio za 25.000 ili gotovo 20%.

Tabela 2: Kretanje broja stanovnika

Područje	Broj stanovnika		
	1981.	1991.	2001.
Imotska krajina	45.602	42.662	36.215
Poljica	8.080	7.134	5.867
Sinjska krajina	53.036	54.589	48.727
Vrgoračka krajina	8.228	7.497	7.593
Vrlička krajina	6.262	5.621	2.705
Splitska zagora	15.605	12.168	10.534
Dalmatinska zagora	136.813	129.671	111.641
SD županija	436.680	474.019	463.676

Relativni gubitak stanovništva po pojedinim područjima iznosi:

Značajan gubitak

- Vrlička krajina (3.557; 57%),
- Splitska zagora (5.071; 32%)

Osjetan gubitak

- Poljica (2.213; 27%)
- Imotska krajina (9.378; 21%)

Manji gubitak

- Sinjska krajina (4.309; 8%)
- Vrgoračka krajina (635; 8%)

Izvor: DZS, Popis 2001.; PP SDŽ

Tabela 3: Planirani broj stalnih stanovnika

Područje	Broj stanovnika	
	2001.	2015.
Imotska krajina	36.215	49.350
Poljica	5.867	8.600
Sinjska krajina	48.727	65.500
Vrgoračka krajina	7.593	8.500
Vrlička krajina	2.705	6.400
Splitska zagora	10.534	14.250
Dalmatinska zagora	111.641	152.600
SD županija	463.676	562.435

Prostornim planom Županije (polazni podaci 'Popis 1991.) prognozirano je za Županiju rast broja stanovnika na preko 560.000.

Prema procjenama Državnog zavoda za statistiku Županija je 2006. godine imala gotovo 480.000 stanovnika.

Istim planom planirano je zaustavljanje gubitka stanovništva u Dalmatinskoj zagori i povećanje broja stanovnika na preko 150.000.

Planirane projekcije se ne ostvaruju i Popis st. iz 2001. je pokazao da veliki dijelovi Zagore i dalje gube stanovništvo.

Tabela 4: Povremeni stanovnici

Područje	Povremeni stanovnici	
	2001.	2015.
Imotska krajina	4.580	10.760
Poljica	2.116	2.800
Sinjska krajina	3.316	7.400
Vrgoračka krajina	2.160	1.800
Vrlička krajina	264	800
Splitska zagora	4.724	7.500
Dalmatinska zagora	17.160	31.060

Na području Zagore registrirano je 2001. 4.290 stanova za odmor što uz pretpostavku 4 ležaja po stanu čini preko 17.000 povremenih stanovnika.

Prostornim planom Županije predviđeno je da će se taj broj do 2015. skoro udvostručiti.

Popis 2001. godine pokazuje da su na području Poljica i Vrgoračke krajine te prognoze već ostvarene, pogotovo što je do danas došlo do daljnjeg povećanja broja stanova za odmor.

To ukazuje na veliku atraktivnost područja za razvoj turizma.

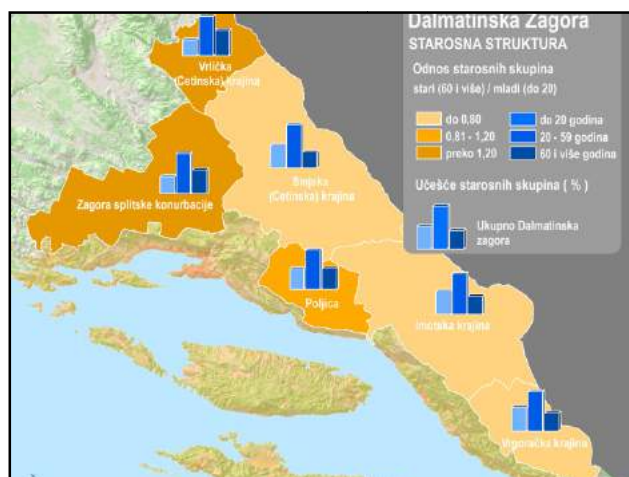
Izvor: DZS, Popis 2001.; PP SDŽ

Starosna struktura stanovništva Zagore na nivou je Županije. Odnos starog i mladog stanovništva je 0,81 u Zagori, prema 0,78 u Županiji.

Tabela 5: Starosna struktura

Područje	do 19 godina		20-59 godina		60 i više godina		Koefficient 3 / 1
	1		2		3		
Imotska krajina	10.152	28,3%	17.805	49,6%	7.974	22,2%	0,79
Poljica	1.501	25,7%	2.819	48,3%	1.521	26,0%	1,01
Sinjska krajina	13.577	28,0%	25.668	52,9%	9.283	19,1%	0,68
Vrgoračka krajina	2.213	29,3%	3.645	48,2%	1.701	22,5%	0,77
Vrlička krajina	539	20,0%	1.306	48,4%	851	31,6%	1,58
Splitska zagora	2.228	21,3%	5.153	49,3%	3.081	29,4%	1,38
Dalmatinska zagora	30.210	27,2%	56.396	50,8%	24.411	22,0%	0,81
SD županija	118.027	25,6%	251.601	54,5%	91.874	19,9%	0,78

Izvor: DZS, Popis 2001.; PP SDŽ

Kartogram 5: Stanovništvo prema starosti

Splitsko dalmatinska županija s 20% stanovnika starijih od 60 godina pripada, prema demografskom kriterijima, tipu „demografske starosti“ (područja s više od 12% starog stanovništva).

Starosna struktura stanovništva Zagore negdje je na nivou Županije. Učešće mladog stanovništva u većini je područja povoljnije nego u Županiji i veće je od učešća starog stanovništva. **To ukazuje na značajne mogućnosti demografske revitalizacije tih područja** (Vrgoračka, Imotska i Sinjska krajina). Učešće zrelog stanovništva Zagore (20–59 godina) bilo je 2001. nešto nepovoljnije u odnosu na

Županiju što je posljedica, između ostalog, većeg učešća mladog stanovništva (27,2 %). S obzirom na vrijeme proteklo od popisa ovi odnosi su se poboljšali.

Vrlička i Splitska zagora imaju znatno lošije demografske karakteristike u odnosu na prosjek Zagore.

Stanovništvo prema aktivnosti

Starosna struktura odražava se i na aktivnost stanovništva. Uzdržavano stanovništvo čini 35,9% ukupnog, što gotovo je jednako aktivnom stanovništvu (38,4%).

Kućanstva

Gotovo 32.000 kućanstava ima prosječnu veličinu od 3,5 članova što je bolje od prosjeka Županije (3,2). Posebno se ističu Imotska i Sinjska krajina s 3,6 članova te Splitska zagora sa samo 2,9 članova.

Prema Popisu 2001. učešće kućanstava sa zemljom (64%) dvostruko je veće nego u Županiji (31%).

Naseljenost

Dalmatinska zagora u ukupnosti pripada rijetko naseljenim područjima sa samo trećinom gustoće naseljenosti Županije.

Tabela 6: Naseljenost

Područje	Stanovnika 2001.	Površina km ²	Naselja broj	Gustoća stan. / km ²
Imotska krajina	36.215	714	49	50,7
Poljica	5.867	223	20	26,3
Sinjska krajina	48.727	832	64	58,5
Vrgoračka krajina	7.593	280	24	27,1
Vrlička krajina	2.705	244	9	11,1
Splitska zagora	10.534	630	44	16,7
Dalmatinska zagora	111.641	2.924	210	38,2
SD županija	463.676	4.540	368	102,1

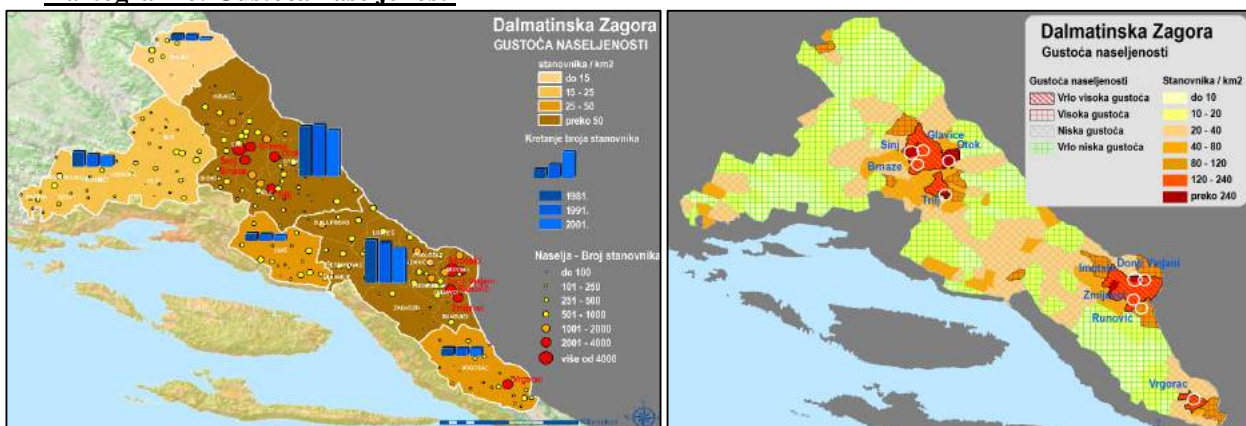
Vrlička krajina sa samo 11,1 st./km² vrlo je rijetko je naseljeno područje što je prvenstveno posljedica Domovinskog rata.

Splitska zagora je također rijetko naseljen prostor.

Razlog je velika privlačnost obalnog prostora Splitske konurbacije koja je "usisala" znatan broj stanovnika tog područja.

Izvor: DZS, Popis 2001.

Kartogram 6: Gustoća naseljenosti



Značajno drugačija je gustoća na nivou naselja. Vidljive su velike koncentracije stanovništva na prostorima razvijenih centara. Prepoznajemo prostore kao:

Vrlo gusto naseljene (240 st/ km²)

- 5,7% površine; 41% stanovnika odnosno šira područja Sinja s 23.900; Imotskog s 15.700, Trilja s 4.133 i Vrgorca s 2.200 stanovnika.

Gusto naseljene (prosj. 100 st/ km²)

- 4,3% površine; 11% stanovnika

Rijetko naseljene (prosj. 35 st/ km²)

- 37,6% površine; 34% stanovnika.

Vrlo rijetko naseljene (prosj.10 st/ km²)

- 52% površine; 14% stanovnika

Zaključak

Ocjenjujući naseljenost kao resursnu osnovu za razvoj ruralnog turizma možemo zaključiti sljedeće:

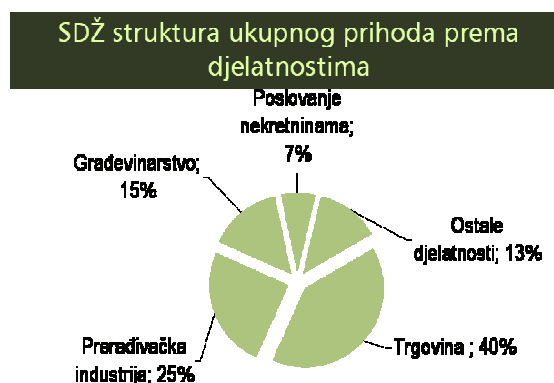
- Zagora u cijelosti pripada vrlo rijetko naseljenim područjima Županije. Analiza naseljenosti pokazuje da je preko 50% stanovništva koncentrirano je na manje od 6% teritorija. Rijetko i vrlo rijetko naseljeni ruralni prostori (gotovo 90% teritorija Zagore) s očuvanim prirodnim krajolikom atrakcijska su osnova za razvoj turizma.
- Specifičan oblik naseljenosti je sekundarno stanovanje (stanovi za odmor). Procjene su da je broj povremenih stanovnika 2001. iznosio preko 15% broja stalnih stanovnika. Ovaj podatak ujedno pokazuje atraktivnost prostora Zagore za taj oblik turističkog korištenja.
- Specifičnost Zagore je i naseljenost brdsko planinskog područja. Na nadmorskim visinama preko 600 m još uvijek egzistira dvadesetak naselja s preko 8.000 stanovnika što pruža mogućnosti za razvoj vrlo specifične ponude.
- Postojeća regionalna središta osiguravaju osnovnu prateću društvenu infrastrukturu potrebnu za podršku kvalitetnom turizmu. Prostori Splitske zagore, Poljica i dijela Zabiokovlja nemaju izrazitih središta. Stoga je potrebno ojačati funkcije i sadržaje manjih lokalnih središta na tim područjima kako bi mogla biti podrška razvoju turizma.
- Prosječna veličina kućanstva je 3,5 članova (Županija 3,2) a učešće kućanstava sa zemljom dvostruko je veće nego u Županiji. To je također značajno za mogući razvoj ruralnog turizma koji se prvenstveno bazira na obiteljskom gospodarstvu.

7. Gospodarstvo

Gospodarstvo Splitsko dalmatinske županije

Karakteristike gospodarskih kretanja Splitsko-dalmatinske Županije odnose se na oživljavanje, odnosno rast građevinske djelatnosti, turističkog prometa i drugih djelatnosti, izuzevši prerađivačku industriju koja je na razini Županije ostvarila pad obujma proizvodnje u 2007. godini.

Nepovoljan element gospodarskih kretanja i dalje je visoka inflacija, visoka stopa nezaposlenosti u Županiji, te nepokrivenost uvoza izvozom. U nastavku se prikazuje struktura djelatnosti prema učešću u ukupnom županijskom prihodu, koji je iznosio 46,8 milijardi kuna u 2007. godini.



izvor: FINA, 2008.

- Ukupna inflacija SDŽ u 2007. godini iznosi 2,9% što je najveća stopa inflacije u zadnjih 5 godina.
- U prvom polugodištu 2008. godine ukupni prihodi županije su veći od ukupnih rashoda za 896 milijuna kuna.
- U ukupnom županijskom prihodu najviše je sudjelovala trgovina s približno 40%, prerađivačka industrija s 26% i građevinarstvo s 15%.
- Prosječna neto plaća zaposlenih u 2007. godini iznosila je 3.904 kune.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku na dan 31.12.2007. godine ukupan broj zaposlenih bio je 110.882, a prema podacima FINE broj poduzetnika u županiji iznosio je 8.692. Županijski zavod za zapošljavanje krajem kolovoza 2008. evidentirao je 28.609 nezaposlenih osoba.

Gospodarstvo Dalmatinske Zagore

U tabeli koja slijedi prikazani su ukupni prihodi za općine u Dalmatinskoj Zagori, u usporedbi sa prihodima Splitsko dalmatinske županije za 2007. godinu.

Prihodi općina u 2007. g	
VRGORAC	1.064.354
IMOTSKI	787.301
SINJ	645.442
PROLOŽAC	167.300
TRILJ	150.973
PROLOŽAC	144.980
MUĆ	133.736
DALMATINSKA ZAGORA	5.955.663
SDŽ	46.810.375

Izvor: FINA, 2008.

* u tisućama kuna

- Dalmatinska Zagora je u 2007. godini ukupno ostvarila oko 5.9 milijardi kuna i tako sudjelovala u županijskim prihodima sa oko 13%.
- Osnovne gospodarske djelatnosti Dalmatinske Zagore su trgovina, proizvodnja, građevinarstvo i poljoprivreda.
- Prema ostvarenim prihodima najveći gospodarski centri Zagore, su Vrgorac, Imotski i Sinj. Samo ove tri općine ostvaruju preko 40% ukupnih prihoda, što ukazuje na slabiju razvijenost ostalih općina i visoku koncentraciju gospodarskih djelatnosti oko ovih centara. Upravo se za te općine vežu i najveći gospodarski subjekti Zagore, kao što je mesna industrija u Vrgorcu, vinarije u Vrgorcu i Imotskom, tekstilna industrija u Sinju i Imotskom, te građevinari i poljoprivredni proizvođači. Još uvijek su veća poduzeća u državnom vlasništvu, te čekaju privatizaciju. Nekoliko ih je privatiziranih, ali radi zastarjelih pogona koji iziskuju velika ulaganja, proizvode u smanjenom kapacitetu te su u problemima sa poslovanjem ili pred stečajem.
- Rezultat toga je veliki broj nezaposlenih osoba na ovom području koji je iznosio oko 9.300 u 2007. godini.
- Broj zaposlenih je svega nešto veći te iznosi oko 10.500 osoba.

Zaključak

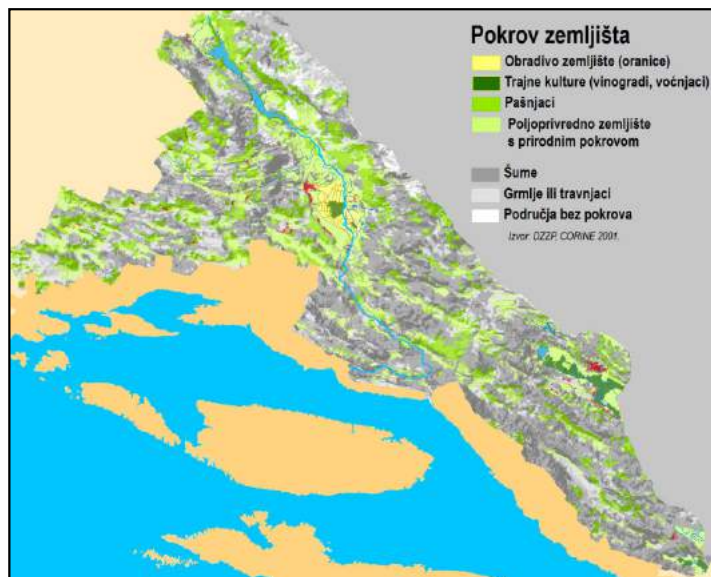
- Unatoč svjetskoj ekonomskoj krizi te visokoj inflaciji, Županija je u prvom polugodištu 2008. registrirala dobit prije oporezivanja od 896 milijuna kuna.
- Glavne gospodarske grane u županiji su trgovina, prerađivačka industrija i građevinarstvo.
- Broj nezaposlenih osoba u županiji je visok te iznosi približno 12% ukupnog broja nezaposlenih u Hrvatskoj.
- Zagora je slabo razvijen prostor koji većinu prihoda ostvaruje u svega tri centra: Vrgorcu, Imotskome i Sinju.
- Prihode temelji na trgovini, proizvodnji, građevinarstvu i poljoprivredi.
- Nekadašnji veliki proizvođači tekstila (Sinj i Imotski), vinarije (Imotski, Vrgorac) i ostalih poljoprivrednih proizvoda, veliki su gospodarski potencijal za koji do sada nije pronađena prava formula uspjeha.

8. Poljoprivreda Dalmatinske Zagore

Revitalizacija i unapređenje poljoprivrede značajan je razvojni pravac razvoja Zagore. Podaci o raspoloživim i stvarno korištenim poljoprivrednim površinama se , ovisno o izvoru, značajno razlikuju.

Prema studiji pokrova zemljišta Republike Hrvatske (Agencija za zaštitu okoliša, Projekt CORINE, 2001.) na prostoru Zagore je putem satelitskih snimaka dobivena slijedeća struktura poljoprivrednih površina:

Kartogram 7: Pokrov zemljišta



Izvor: AZO; Projekt CORINE, 2001.

- **Obradive površine** (navodnjavane i nenavodnjavane oranice) – **32,6 km²**
- **Trajne kulture** (vinogradi, maslinici, voćnjaci) – **36 km²**
- **Pašnjaci** – **474 km²**
- **Raznorodna ostala poljoprivredna područja** (složeni uzorak uzgojnih parcela, pretežno poljoprivredno zemljište sa značajnim udjelom prirodnog biljnog pokrova) – **505 km²**

Ostatak čine šume (1193 km²), grmlja i travnjaci (515 km²), te neobraslo zemljište (125 km²). Vode pokrivaju 22 km² prostora.

** analizirane su cjelovite homogene plohe površine veće od 25 ha.*

Prema Popisu poljoprivrede 2003. kućanstva su raspolagala s 19.618 ha poljoprivrednog zemljišta, od kojeg je u momentu popisa korišteno 11.298 ha ili 58%.

Tabela 7: Raspoloživo zemljište prema korištenju

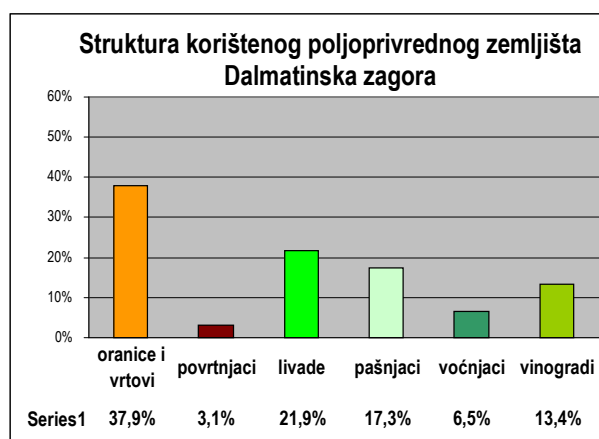
Područje	Raspoloživo zemljište	Korišteno zemljište		Ostalo zemljište	
	ha	2		3	
Imotska krajina	6.086	2.656	43,6%	3.430	56,4%
Poljica	992	405	40,8%	587	59,2%
Sinjska krajina	6.440	4.575	71,0%	1.865	29,0%
Vrgoračka krajina	1.267	583	46,1%	683	53,9%
Vrlička krajina	1.090	686	62,9%	404	37,1%
Splitska zagora	3.744	2.393	63,9%	1.351	36,1%
Dalmatinska zagora	19.618	11.298	57,6%	8.320	42,4%

Izvor: DZS; Popis poljoprivrede 2003.

Tabela 8: Korišteno zemljište - struktura

Područje	Ukupno korišteno	oranice i vrtovi	povrtnjaci	livade	pašnjaci	voćnjaci	vinogradi
	ha						
Imotska krajina	2.656	907	89	586	281	71	721
Poljica	405	155	28	19	32	104	66
Sinjska krajina	4.575	2.567	137	1.025	551	83	211
Vrgoračka krajina	583	155	15	8	8	117	280
Vrlička krajina	686	163	17	349	118	23	17
Splitska zagora	2.393	340	62	482	962	334	213
Dalmatinska zagora	11.298	4.287	348	2.469	1.952	732	1.509

Izvor: DZS; Popis poljoprivrede 2003.

Tabela 9: Struktura korištenog poljoprivrednog zemljišta

Izvor: DZS; Popis poljoprivrede 2003.

Na području Zagore pretežu površine pod oranicama i vrtovima. Značajno je učešće livada i pašnjaka a trajne kulture (vinogradi, maslinici, voćnjaci) čine petinu korištenog zemljišta.

Poljoprivredna kućanstva

Područje	Broj		Članovi prema godinama starosti		
	Kućanstva	Članovi	do 25	25 - 64	65 i više
Imotska krajina	7.149	24.858	30,0%	49,0%	20,1%
Poljica	1.480	5.513	28,6%	48,6%	21,4%
Sinjska krajina	7.220	27.571	30,5%	50,6%	17,5%
Vrgoračka krajina	1.414	4.499	28,8%	47,4%	23,3%
Vrlička krajina	611	1.811	23,5%	46,1%	29,7%
Splitska zagora	3.270	9.951	22,4%	52,7%	24,2%
Dalmatinska zagora	21.144	74.203	28,8%	49,9%	20,2%
	66,2%	66,8%			
SD županija	31.953	111.162	27,2%	51,3%	20,5%

Izvor: DZS; Popis poljoprivrede 2003.

Poljoprivredna kućanstva čine dvije trećine poljoprivrednih kućanstava Županije što potvrđuje orijentaciju na poljoprivredu. Starosna struktura tog stanovništva je nešto povoljnija ud županijske zbog većeg učešća mladih.

Struktura korištenog poljoprivrednog zemljišta po pojedinim područjima ukazuje na pedološke i klimatske razlike koje opredjeljuju pretežnu poljoprivrednu proizvodnju. Karakter poljoprivredne proizvodnje utjecat će na osnovnu profilaciju ponude seoskih gospodarstava koja će se baviti ruralnim turizmom.

Prema popisu poljoprivrede iz 2003. godine SDŽ bilježi 39.372 hektara ukupne raspoložive površine poljoprivrednog zemljišta. Približno pola ukupne površine zauzima Dalmatinska Zagora. Prema istom popisu, ukupna raspoloživa površina poljoprivrednog zemljišta Dalmatinske Zagore iznosi 19.618 hektara. Od ukupne raspoložive površine koristi se 11.298 hektara ili oko 58%.

Najveći dio korištenih poljoprivrednih površina Zagore zauzimaju oranice i vrtovi. Ostatak poljoprivrednog zemljišta najviše pokrivaju livade ili pašnjaci, a najmanje voćnjaci i povrtnjaci koji se koriste za vlastite potrebe. Ukoliko pogledamo unutar svake krajine situacija se mijenja. Na primjer u Vrgoračkoj krajini poljoprivredno zemljište najviše je pokriveno vinogradima (približno 50%). U Poljici se zemljište najviše koristi u svrhu voćnjaka sa preko 25%, a Sinjska krajina ima iznimno visok postotak (oko 55%) oranica i vrtova u ukupnom korištenom poljoprivrednom zemljištu.

Zemljišni posjedi su većinom vrlo usitnjeni i rascjepkani te na taj način onemogućavaju iskorištavanje potencijala ovog područja. Obiteljska gospodarstva s posjedom manjim od 1 ha čine oko 50% ukupnog broja gospodarstava županije. Obradivo zemljište je u privatnom vlasništvu sa više od 95%, kao i stočni fond. Obiteljska gospodarstva su osnova poljoprivredne proizvodnje i daljnjeg razvoja kako županije tako i Dalmatinske zagore.

Stočni fond županije sastoji se od približno 50.000 ovaca, 7.000 koza i 4.000 krava. Uzgajaju se i pčele, te županija broji oko 29.000 zajednica (košnica) pčela. Farme su u prosjeku manje te se sastoje od 30 do 40 grla. Šire Sinjsko područje je najrazvijenije u stočarstvu. Na području rade četiri mljekare i to u Runoviću, Otoku Sinjskom, Bosniću i Splitu. Čak tri mljekare se nalaze u Dalmatinskoj zagori, te su lokalno poznate po proizvodnji sira.

Poljoprivreda, lov i šumarstvo	Prihodi	
	2006	2007
Uzgoj povrća, cvijeća, ukrasnoga bilja i sadnoga materijala, osim skupljanja šumskih gljiva	126.899	112.436
Vinogradarstvo	51.685	33.700
Uslužne djelatnosti u biljnoj proizvodnji	40.939	47.437
Uzgoj peradi	29.231	42.429
Uzgoj ostalih životinja	11.241	16.729
Ostale djelatnosti	15.007	20.292
Ukupno	275.002	273.023

Izvor: HGK, komora Split, 2008

* u tisućama kuna

Prema Hrvatskoj gospodarskoj komori, županijskoj komori Split u 2007. godini prihodi od poljoprivrede, lova i šumarstva iznosili su 273 milijuna kuna. Najveći dio prihoda ostvaren je uzgojem povrća, cvijeća, ukrasnog bilja i sadnoga materijala te iznosi približno 112 milijuna kuna. Usporedbom 2006. sa 2007. godinom vidljivo je smanjenje ukupnih prihoda djelatnosti poljoprivrede za približno 2 milijuna kuna. Podaci ukazuju na najveće povećanje prihoda od uzgoja peradi za približno 13 milijuna kuna, a najveće smanjenje prihoda od vinogradarstva od približno 18 milijuna kuna.

Zaključak

- U Dalmatinskoj Zagori se koristi oko 60% ukupno raspoloživih poljoprivrednih površina.
- Najveći dio korištenog poljoprivrednog zemljišta u Vrgoračkoj krajini zauzimaju vinogradi, u Poljici voćnjaci, a u Sinjskoj krajini oranice i vrtovi.
- Zemljišni posjedi su većinom u privatnom posjedu te su usitnjeni i rascjepkani (manje od 1 ha je 50% gospodarstava).
- Ukupni prihodi poljoprivrede, lova i šumarstva Dalmatinske Zagore u 2007. godini iznose 273 milijuna kuna.
- Iste godine uzgoj povrća, cvijeća, ukrasnog bilja i sadnog materijala nosi najveće prihode, približno 112 milijuna kuna.
- Prema visini prihoda slijede uslužne djelatnosti u biljnoj proizvodnji i uzgoj peradi, te vinogradarstvo.
- Šire Sinjsko područje je najrazvijeniji dio Dalmatinske Zagore u stočarstvu, pretežito se uzgajaju ovce, koze i krave i to na manjim farmama.
- Orijentiranost na poljoprivrednu proizvodnju, velik broj poljoprivrednih kućanstava i još uvijek relativno prihvatljiva demografska struktura poljoprivrednog stanovništva čine realnu podlogu za razvoj ruralnog turizma.
- Specifičnosti pojedinog područja uvjetovat će izbor primarne ponude sadržaja.

9. Turizam Dalmatinske Zagore

9.1. Turistička ponuda i potražnja

Dalmatinska zagora je u 2007. godini zabilježila neto manje od 39.000 noćenja i oko 16.000 noćenja što čini manje od 1% ukupnog turističkog prometa splitsko-dalmatinske županije.

Gradovi koji se izdvajaju kao turistički najprometnija mjesta Dalmatinske zagore su Sinj, Imotski i Trilj.

Turistički promet gradova i općina dalmatinske zagore u 2007. godini

	Dolasci			Noćenja		
	domaći	strani	ukupno	domaća	strana	ukupno
Sinj	5.207	3.482	8.689	13.717	4.433	18.150
Imotski	2.912	331	3.243	5.328	638	5.966
Trilj	2.457	714	3.171	7.396	2.476	9.872
Vrgorac	261	101	362	1.588	131	1.719
Hrvace	205	12	217	1.166	12	1.178
Dicmo	110	-	110	1.560	-	1.560
Lečevica	1	88	89	1	228	229
Vrlika	13	2	15	26	2	28
Ukupno	11.166	4.730	15.896	30.782	7.920	38.702

Izvor: Državni zavod za statistiku

Hotelska ponuda u Dalmatinskoj zagori ograničena je na veće gradove i općinska središta, a njen ukupni kapacitet je 148 smještajnih jedinica i 322 kreveta.

Hoteli u Dalmatinskoj Zagori			
	Hotel	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta
Imotski	Zdilar	24	66
	Venezia	20	43
Sinj	Alkar	52	89
	Matanovi dvori	12	36
Trilj	Sv. Mihovil	30	64
Vrgorac	Prvan	10	24
UKUPNO		148	322

Izvor: HTZ, 2008

Turistička proizvodna struktura Dalmatinske zagore uglavnom se za sada temelji na gradovima, dakle tranzitnom i poslovnom turizmu, dok od ostalih vrsta turizma valja spomenuti Sinjsku alku te proizvode specijalnih interesa vezane uglavnom za rijeku Cetinu (rafting i slični proizvodi) te u manjoj mjeri ruralni turizam.

Dalmatinska zagora je danas turistički slabo razvijeno područje s manje od 1% turističkog prometa županije i nekoliko promila ukupnih smještajnih kapaciteta županije. Turistička aktivnost se većinom odvija u najvećim gradovima (Sinj, Imotski, Trilj).

9.2. Resursno-atraksijska osnova

Atraktivnost prirodnih i od čovjeka stvorenih vrijednosti nezaobilazni su resursi u turističkoj valorizaciji svakog prostora. Pri tome zaštićena prirodna i kulturna baština imaju posebnu ulogu.

9.2.1. Prirodna baština

Dalmatinska Zagora, u odnosu na susjedna područja, ima relativno malo do sada u potpunosti valoriziranih i zakonski zaštićenih objekata prirode. To je prvenstveno posljedica nedovršene znanstvene i krajobrazne valorizacije tog prostora.

Turizam je jedan od najznačajnijih “korisnika” ovih vrijednosti. Razvojem turizma omogućit će se kako objektivna valorizacija tako i, kroz gospodarsku valorizaciju, ekonomska podloga za očuvanje njegove vrijednosti.

Uz Park prirode Biokovo, zaštićeni su sedam krajolika, dva ihtiološka rezervata i dva geomorfološka spomenika.

Kartogram 8: Zaštićena prirodna baština



Izvor: PP SDŽ; DZZP

Park prirode Biokovo

- Prostor od prijevoja Dupci - (Vrulja) do naselja Drašnice i Gornje Igrane površine 19.550 ha.
- Sadrži rezervate šumske vegetacije, bogat je biljnim vrstama i faunom. U znatnom broju zastupljeni su zanimljivi i atraktivni geomorfološki oblici (ponori, spilje, jame).
- Ulaz u park je s ceste Makarska – Vrgorac i preko označenih planinarskih staza.

- Zbog atraktivnosti Park je izuzetno privlačan kako sportašima (zaletišta za paraglajdere, alpinisti, speleolozi, planinari) tako i turistima i izletnicima.
- Crkvica - svetište Sv. Jure na istoimenom vrhu je privlačna vjernicima u vrijeme određenih vjerskih blagdana.

Tabela 10: Zaštićena prirodna baština

Zaštićeni krajolik	
Kanjon Cetine	<ul style="list-style-type: none"> • Kanjon od ušća uzvodno do Radmanovih mlinica cca (8 km), najizrazitiji od geomorfoloških fenomena Cetine. Usječen u vapnenačku podlogu između Mosora i Omiške Dinare tvori kanjonske strane i do 300 m visine. • Od velike znanstvene vrijednosti kao primjer stalnog postojanja površinskog toka u kršu i djelovanja diferencirane erozije. • Uzvodno, kod Radmanovih mlinica, postoji pravi fluvijalni ambijent. Rijeka je okružena bujnim zelenilom, mjestimično posve mirna, s više prekrasnih otočića.
Prološko blato (jezero)	<ul style="list-style-type: none"> • Poplavno područje u dijelu Imotskog polja, dio godine pod vodom, a mali dio pod vodom cijele godine (Prološko jezero). • Tipičan primjer poplavnih krških polja u Dalmaciji, kakva su uglavnom uništena odvodnjom u svrhu proširenja poljoprivrednih površina. • Visoke estetske i ekološke vrijednosti (obitavište ptica močvarica, uglavnom na zimovanju i preletu). • U krajobraznom smislu područje do sada nije oštećeno.
Imotska jezera – Gaj	<ul style="list-style-type: none"> • Značajni krajobraz obuhvaća geomorfološke spomenike prirode Modro i Crveno jezero, te veći kompleks zemljišta, uglavnom pod šumom crnog bora.
Izvor rijeke Rude	<ul style="list-style-type: none"> • Slikoviti riječni kanjon, te stara mlinica, najkarakterističnija su obilježja zaštićenog izvorišnog dijela rijeke.
Kanjon Sutine	<ul style="list-style-type: none"> • Slikoviti kanjon i okolno područje u gornjem toku potoka Sutina, obraslo bjelogoričnom šumom.
Potok Grab	<ul style="list-style-type: none"> • Pritok Rude, zaštićen zbog estetske vrijednosti izvora, gornjeg toka i područja oko mlinica. • Stara mlinica, kao primjer pučke arhitekture, skladno se uklapa u prirodni predio.
Potok Rumin	<ul style="list-style-type: none"> • Pritok Cetine, zaštićen zbog ljepote i krajobrazne vrijednosti izvorišnog dijela. • Vrijednost prirodnog predjela dopunjena je starom mlinicom, koja se uklapa u krajobraz, kao tipičan primjer lokalne pučke arhitekture.
Posebni rezervat – ihtiološki:	
Izvor i gornji tok rijeke Jadro	<ul style="list-style-type: none"> • Vodotok rijeke Jadro od izvora do Uvodića mosta. • Prisutna endemična podvrsta mekousne pastrve (<i>Salmothymus obtusirostris salonitana</i>), koja živi jedino na ovom lokalitetu, rijetka i potencijalno ugrožena.
Rijeka Vrljika	<ul style="list-style-type: none"> • Izvorišni dio i obalni pojas rijeke Vrljike od 100 m od izvora do mosta Perinuši. • Više endemičnih rodova i vrsta riba, koji nisu svi ovi dovoljno proučeni. Osim mekousne pastrve (<i>Salmothymus obtusirostris</i>) zaštićena cjelokupna fauna i flora uključujući i rakove.

Geomorfološki spomenik	
Crveno jezero	<ul style="list-style-type: none"> • Jedinstvena prirodnoznanstvena pojava i primjer specifične hidrografije i morfologije našeg krša. Vapnenačke strane su gotovo sasvim okomite i djelomično crveno-smeđe boje, po čemu je dobilo ime. • Duboko je cca 500 m, a od toga 320 m samo jezero. Dno je samo 19 m iznad razine mora te je jedan od najdubljih stalno potopljenih speleoloških objekata u svijetu.
Modro jezero	<ul style="list-style-type: none"> • Smješteno uz Imotski u provaliji dubokoj cca 200 m. i jama cca 800 x 500 m. • Dimenzije (800 x 500) promjenjive su tijekom godine, za velikih suša čak i presuši. U dnu se nalaze otvori koji se za vrijeme kiša ponašaju kao vrela, a u sušnom razdoblju kao ponori.

Izvor: PP SDŽ, DZZP

Brdsko planinska područja sa svojim prirodnim krajolikom vrlo su atraktivna za razvoj turizma. Na nadmorskim visinama preko 600 m još uvijek egzistira dvadesetak naselja s preko 8.000 stanovnika što pruža mogućnosti za razvoj vrlo specifične ponude.

S obzirom na karakteristike poljoprivredne proizvodnje na području, osim dolinskih dijelova, nema značajnije vrednovanih kultiviranih krajolika.

Područje Zagore obiluje izrazitom raznolikošću staništa s ekološkim, biocenološkim, florističkim i faunističkim osobitostima. Razna vodena i vlažna staništa (rijeke, potoci, jezera, periodična jezera u kraškim poljima, močvarne i vlažne livade), ugrožena su i sve više nestaju kaptiranima izvora, kanaliziranjem vodotoka, potapanjem riječnih dolina, melioracijama, zatrpavanjima i onečišćenjima.

Šumska fauna i šumska staništa u cjelini nisu ipak kritično ugrožena, za razliku od faune pašnjaka i livada košanica, osobito na planinama, gdje nestaju tradicionalna gospodarstva.

Autohtona fauna strada unášanjem stranih vrsta, a ptice i ribe pretjeranim lovom i ribolovom te krivolovom kao i uznemiravanjem gnjezdarica u doba podizanja mladih.

9.2.2. Zaštićena kulturna baština

Dalmatinska zagora izuzetno je bogata kulturnim naslijeđem koje je većim dijelom neopravdano zapušteno. Za razvoj ruralnog turizma važne u kako urbane cjeline, tako posebno i vrijedna ruralna naselja.

Urbane cjeline nacionalne i županijske razine značaja:

- Sinj, Imotski,

Poluurbane i ruralne cjeline nacionalne i županijske razine značaja:

- Zadvarje, Šestanovac, Grabovac, Krivodol, Poljica, Podbablje, Zmijavci, Proložac, Slivno, Lokvičići, Lovreč, Studenci, Cista Provo, Velika Cista, Karadže, Trilj, Voštane, Ugljane, Čaporice, Otok, Hrvace, Vrlika, Ružić, Muć, Ogorje, Dicmo, Klis, Lečevica, Prgomet, Primorski Dolac, Bristivica.

Kartogram 9: Zaštićena kulturna baština

Izvor: PP SDŽ, DZZP

Od objekata nacionalnog i županijskog značaja potrebno je, uz velik broj sakralnih objekata spomenuti:

- **Fortifikacije:** Tvrđave i kule u Vrgorcu (tvrđava u Vrgorcu, kula Tina Ujevića, kula Cukarinovića i Elezova kula, Serdarova kula, Raosova kula), tvrđava Nutjak kod Sinja, tvrđava Travnik iznad Potravlja kod Sinja, tvrđava Badnjevića kod Proložca, kule na Gradini kod Kostanića, tvrđava Prozor u Vrlici.
- **Mlinice:** mlinica Stara mostina kod Obrovca na Cetini, mlinica Uršića u Grabu kod Sinja, Runjina mlinica u Demerovcu kod Sinja, Bugarinova mlinica u Grabu kod Sinja, mlinice Marčikuša i Perinuša kod Kamenmosta kod Imotskog.
- **Etnozone:** Veliki prostori ruralnih naselja Dalmatinske zagore, koja je stoljećima bila politički i kulturno odvojena od zapadnomediterranskih i zapadnoevropskih procesa, ostavili su bogatu etnološku baštinu. Stoga se kao etnozone vrednuju sve općine Zagore i prostori Sinja, Imotskog i Vrgorca bez urbanih područja.

9.2.3. Evaluacija resursno-atraksijske osnove

Evaluaciji atrakcijsko-resursne osnove pristupa se na način da se inventariziraju prirodne, kulturne i arheološke cjeline kao i događaji ovog prostora.

Svaki resurs/atrakcija analizira se kroz dva elementa - značaj odnosno razinu privlačenja gostiju (lokalna, regionalna i nacionalna), te značaj u razvoju ruralnog turizma (ocjene 1, 2 i 3, gdje 3 predstavlja najveći, a 1 najmanji značaj).

Prostor Dalmatinske Zagore je specifičan po bogatoj prirodnoj osnovi koja se očituje prvenstveno kroz bogatstvo vode, rijeka posebno Cetine i jezera. Nadalje radi se o vrlo atraktivnom prostoru kojeg karakteriziraju brojne planine, posebno Biokovo, Kamešnica, Svilaja, dio Dinare, itd.

Od elemenata kulture i arheologije posebno se ističu mnoge utvrde i tvrđave koje se prostiru po cijelom prostoru Zagore od Vrlike uz Cetinu sve do Vrgorca. U prostoru se nalaze brojne crkve i kapelice i to gotovo u svim općinama, te se uz to vežu vjerska događanja koja pohodi velik broj ljudi (Velika Gospa, Sv. Mihovil, itd.). Od arheoloških nalazišta ističu se posebno ona iz rimskog doba, a kao posebni spomenici kulture mlinice na rijeci Grab stare nekoliko stoljeća.

Događanja su većinom lokalnog karaktera, no sa velikim potencijalom da u budućnosti budu mnogo značajnija. Najatraktivnija i najposjećenija događanja su Sinjska alka, Međunarodne galopske utrke, Glumci u Zagvozdu i Seoska olimpijada u Radošiću.

Sljedeća tabela prikazuje evaluaciju postojeće resursno-atraktivne osnove:

POSTOJEĆA ATRAKCIJSKA OSNOVA		Značaj / Razina			Značaj u razvoju ruralnih turizma
		Lokalni / Regionalni	Nacionalni	Internacionalni	
PRIRODA					
Planine	Jugoistočni dio Dinare		✓		
	Kamešnica		✓		
	Svilaja	✓			
	Kozjak	✓			
	Mosor	✓			
	Rilić	✓			
	Park prirode Biokovo		✓		
Rijeke	Cetina s pritocima			✓	
	Vrba	✓			
	Ruda	✓			
	Grab		✓		
	Ričina	✓			
	Vrlička	✓			
	Karakašica	✓			
	Matica	✓			
Jezera	Crveno			✓	
	Modro			✓	
	Peručko (akumulacija)		✓		
	Ričice	✓			
	Prološko		✓		
	Dva oka	✓			
Spilje	Amfora (Biokovo)	✓			
	Stara škola (Biokovo)	✓			
	Vilimova jama (Biokovo)	✓			
	Gospodska spilja (Vrlika)	✓			

POSTOJEĆA ATRAKCIJSKA OSNOVA		Značaj / Razina			Značaj u razvoju ruralnih turizma
		Lokalni /	Nacionalni	Internacionalni	
KULTURA I ARHEOLOGIJA					
Sakralni objekti	crkva sv. Spasa i groblje (9 st.)	✓			
	crkva sv. Petra (Muć)	✓			
	crkva sv. Marije	✓			
	crkva sv. Frane	✓			
	Franjevački samostan (Imotski)	✓			
	Sakralni objekti Gata	✓			
	Crkva Navještenja Blažene Djevice Marije (Vrgorac)	✓			
	Arheološki park Koteze (Vrgorac)	✓			
	Crkva sv. Mihovila	✓			
	Crkva gospe Sinjske	✓	✓		
Muzeji	Gradski i franjevački Sinj	✓			
	Muzej grada Imotskog	✓			
	Samostanska muzejska zbirka (Imotski)	✓			
	Muzej Poljičke republike (Gata)	✓			
	Muzej triljskog kraja	✓			
Tvrđave	Vrlički Prozor Gradina	✓			
	Tvrđava Gradina (Vrgorac)	✓			
	Kule Vrgorac (sedam)	✓			
	Tvrđava Badnjeвица kod Prološća	✓			
	Tvrđava Topana	✓			
	Kamičak kod Sinja	✓			
	Tvrđava s grobljem i crkvom u Sinju	✓			
	Čačvina	✓			
	Nužjak	✓			
	Klis	✓			
Rimska nalazišta	Potravnik	✓			
	Aequm (Sinj)	✓			
	Pontem Tiluri (most preko Cetine)	✓			
	Tiluri Gardun (Trilj)	✓			
	Sinodium	✓			
	Rimske ceste (npr. via Gabiniana)	✓			
Ostalo	Ostali rimski artefakti	✓			
	Grabske mlinice		✓		
	Mlinice Kamenmost (Imotski)	✓			
	Stara napoleonova cesta	✓			
	Branimirov natpis (Muć)	✓			
Narodne nošnje i običaji (Vrlika)	✓				

DOGAĐANJA					
Događaji i festivali	Sinjska alka		✓		
	Međunarodne galopske utrke		✓		
	Velika Gospa	✓			
	Ero s onoga svijeta	✓			
	Glumci u Zagvozdu		✓		
	Seoska olimpijada (Radošići)	✓			
	Gospa od Anđela i dan mjesta	✓			
	Dani Jagoda (Vrgorac)	✓			
	S Tinom u Vrgorcu		✓		
	Biklijada (Vrgorac)	✓			

F. SWOT ANALIZA

SWOT analiza (analiza snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnji) odnosi se na ključne elemente koji karakteriziraju atraktivnost Dalmatinske Zagore kao turističke destinacije, te one elemente koji trenutno utječu na razvoj turizma ove destinacije, s time da se u ovom procesu fokus stavi na ruralni turizam.

SWOT analiza predstavlja standardizirani postupak, koji je prilagođen za potrebe ove Strategije, te kao takav predstavlja indikativan okvir za definiranje ostalih segmenata Strategije.

Analiza trenutnih snaga, slabosti, mogućnosti i prijetnji (ruralnog) turizma područja Dalmatinske Zagore izvedena je temeljem:

- *Radionica sa ključnim interesnim subjektima turizma Dalmatinske Zagore*
- *Obavljenih intervjua sa ključnim interesnim subjektima turizma Dalmatinske Zagore*
- *Analize trenutne situacije ('desk' istraživanje)*
- *Obilazaka terena*
- *Baze podataka i ekspertize Horwath Consultinga Zagreb*

SWOT analiza koja je prikazana u nastavku izvršena je temeljem analize sljedećih područja:

- Resursi, atrakcije i prirodni uvjeti
- Infrastruktura (prometna, opća i turistička)
- Turističko poslovanje
- Organizacija i upravljanje turizmom

RESURSI, ATRAKCIJE I PRIRODNI UVJETI
SNAGE
Ljepota prirode i raznolikost pejzaža (planine, rijeke, jezera, itd.)
Ekološka očuvanost Dalmatinske Zagore (i unutrašnjosti otoka SDŽ)
Rijeka Cetina, jezera i planine kao glavni elementi koji karakteriziraju cijelo područje
Bogatstvo ruralne baštine (stara tipična sela)
Ugodna klima
Bogatstvo kulturne / povijesne baštine
Bogatstvo lokalne tradicionalne gastronomije (sir, pršut, med, itd.)
Područje sa niskim stupnjem zagađenja (zraka, vode, nema buke, itd.)
Prepoznata vrijednost ambijentalne arhitekture
Visoko učešće poljoprivrednog st. - mogućnost za razvoj agroturističkih kapaciteta i ponude
Rast i razvoj ključnih događaja na području Dalmatinske Zagore (npr. Sinjska alka, Glumci u Zagvozdu i ostali lokalni događaji)
SLABOSTI
Nedovoljna valorizacija prirodnih resursa u turističke svrhe
Nedovoljna valorizacija kulturno-povijesne baštine u turističke svrhe
Nedovoljna uredenost okoliša
Nedovoljna zaštita i održavanje prirodnih i kulturnih resursa i atrakcija
Onečišćenje voda (npr. Cetina)
PRIJETNJE
Opasnost od devastacije prostora (neplanskom i neodrživom gradnjom i razvojem)
Mijenjanje vizualnog identiteta seoskih sredina
Komercijalnost na uštrb ambijentalnosti
Opasnost od esktenzivnog i neplaniranog korištenja prirodnih resursa (npr. za kamenolome, itd.)
MOGUĆNOSTI
Prirodni resursi pružaju mogućnost razvoja raznovrsne ponude aktivnosti
Obzirom na startnu poziciju Dalmatinske Zagore (destinacija na početku), postoji mogućnost izbora najprimjerenijeg smjera turističkog razvoja
Mogućnost prekogranične i međuregionalne saradnje u razvoju turizma, a osobito ruralnog turizma
Sveukupna povećana svijest o zaštiti prirodnih i kulturnih vrijednosti
Mogućnost integracije agrikulturnog identiteta područja u turističku ponudu
Mogućnost diversifikacije ponude
Bogatstvo i atraktivnost lokalne gastronomije, te mogućnost brendiranja gastronomskih lokalnih proizvoda

INFRASTRUKTURA (PROMETNA, OPĆA I TURISTIČKA)
SNAGE
Veća dostupnost tržišta (izgradnja autoceste Split - Dubrovnik)
Projekti turističke infrastrukture u tijeku (biciklističke i pješačke staze, i sl.)
Blizina aerodroma u Splitu
Povoljan prometni položaj unutar regije
SLABOSTI
Dionice prometne infrastrukture su zastarjele i loše održavane
Nedostatak i devastacija prometne i turističke signalizacije
Usluge lokalnog javnog prijevoza nedovoljno pouzdane, frekventne i nedovoljno kvalitetne
Opća infrastruktura (vodovod, el. energija, kanalizacija) zahtjeva poboljšanje
Nedostatak sustava za reciklažu otpada
PRIJETNJE
Smanjena dugoročna lojalnost gostiju kao posljedica negativnog iskustva mobilnosti unutar destinacije
Gubitak potencijalnog tržišta uslijed zaostajanja za konkurencijom
MOGUĆNOSTI
Postoje mogućnosti za unapređenje i proširenje opće infrastrukture (vodovod, el. energija, kanalizacija)
Mogućnost boljeg povezivanja destinacije uslijed razvoja novih prometnica
Dobra pozicija unutar regije i korištenje prometnih poveznica sa lokacijama na području regije

TURISTIČKO POSLOVANJE
SNAGE
Postojanje lokalnih TZ-a na području Zagore
Određena uloga koordinatora za cjelovitu destinaciju Dalmatinske zagore
Postojanje privatnih operatera koji razvijaju i komercijaliziraju neke od aktivnosti u prirodi
Potencijal nove destinacije (unutar destinacije velikih različitosti)
Senzibilizirano lokalno stanovništvo u vezi ruralnog turizma
Restorani sa ponudom lokalnih specijaliteta
SLABOSTI
Još uvijek nerazvijen / neprepoznatljiv brand ruralnog turizma
Nedostatak smještajnih kapaciteta u ruralnom turizmu i općenito
Nedostatak destinacijskog menadžment sustava
Nedostatak proizvoda odmah spremni za internacionalnu komercijalizaciju
Atrakcije i događaji uglavnom su poznati lokalnom / domaćem stanovništvu
Nedostatak inovacija i specijalizacije turističkih proizvoda i ponude
Nedovoljno razumijevanje internacionalnih tržišta, distribucije i marketinške komunikacije
Ograničeni interni resursi i ekspertiza
Slab angažman stručnjaka (arhitekata, pejzažista, dizajnera, etnologa) kod uređenja ruralnih kapaciteta
Nerazvijenost paketa proizvoda i usluga, te povezanost sa ostalim oblicima tur. Ponude
Premali budžeti i ljudski resursi lokalnih turističkih ureda
PRIJETNJE
Ubrzane aktivnosti konkurenata na razvoju turističkih proizvoda i mogućnost slabljenja startne pozicije Dalmatinske zagore
'Industrijalizacija' proizvodnje tradicionalnih proizvoda
Nepostojanje standarda gradnjenovih tur. objekata u ruralnim područjima
MOGUĆNOSTI
Mogućnost trenutne institucionalizacije ruralnog turizma
Uključivanje županijskih institucija u razvoj (TZ, Odjel za turizam pri SDŽ)
Velika mogućnost / potencijal razvoja ruralnog turizma zbog nesaturacije područja
Mogućnost kreiranja diversificirane turističke ponude

ORGANIZACIJA I UPRAVLJANJE TURIZMOM
SNAGE
Postojanje aktivnih TZ-a na području Dalmatinske zagore
Određena uloga koordinatora za cjelovitu destinaciju Dalmatinske zagore
Izražena volja na županijskoj i lokalnoj razini da turistički razvije područje Dalmatinsku zagoru
Početak zajedničke promocije destinacija unutar Dalmatinske zagore
Izraženi interes lokalnog stanovništva za razvojem ruralnog turizma
SLABOSTI
Nedostatak provedbe zaštite prirodnih i kulturnih resursa
Nedovoljno čvrsta suradnja javnog i privatnog sektora na području Dalmatinske zagore
Nedostatak destinacijskog menadžmenta
Nedovoljno čvrsto i jasno udruživanje na području klastera
Nedovoljno kvalitetni i nedovoljno konzistentni promotivni materijali
PRIJETNJE
Još uvijek prisutna niska razina osjećaja prema javnom dobru i javnim interesima
Otežan dogovor o prioritetima zbog sukoba lokalnih interesa
MOGUĆNOSTI
Izrada Strategije razvoja ruralnog turizma
Dalmatinska Zagora kao destinacija je na početku razvoja, te ima mogućnost koristiti iskustva i greške drugih destinacija
Stvaranje DMO-a za upravljanje i organizaciju (ruralnog) turizma
Stvaranje sustava poticaja za razvoj (marketinških, finansijskih, stručnih)

Zaključak

Obzirom na evaluaciju elemenata iz SWOT analize, ključni zaključci su:

- Destinacija Dalmatinska Zagora je područje sa jakim potencijalima, osobito u smislu prirodnih, kulturno-povijesnih i tradicionalnih vrijednosti, ali u dosadašnjem periodu nije prepoznala (ruralni) turizam kao jednu od opcija generiranja gospodarskog rasta lokalne zajednice
- Kao što je često slučaj sa destinacijama na početku svog turističkog razvoja i iskoraka na turističko tržište, tako je i za destinaciju Dalmatinske Zagore indikativan relativno izražen intenzitet unutarnjih slabosti, pa je stoga na tim područjima potrebno strateški djelovati kako bi ih se minimiziralo.
- Drugim riječima, bez obzira na trenutnu povoljnu situaciju u okruženju, destinacija Dalmatinska Zagora mora najprije pristupiti izgradnji čvrstog i kompletnog lanca vrijednosti u ruralnom turizmu.
- Destinacija Dalmatinska Zagora mora pristupiti odabiru optimalnog organizacijsko-upravljačkog modela, a neke od inicijativa su već započete, kako bi se razvoj proizvoda ruralnog turizma na najbolji mogući način usmjeravao i poticao.

G. TRENDVI

1. Relevantni globalni trendovi

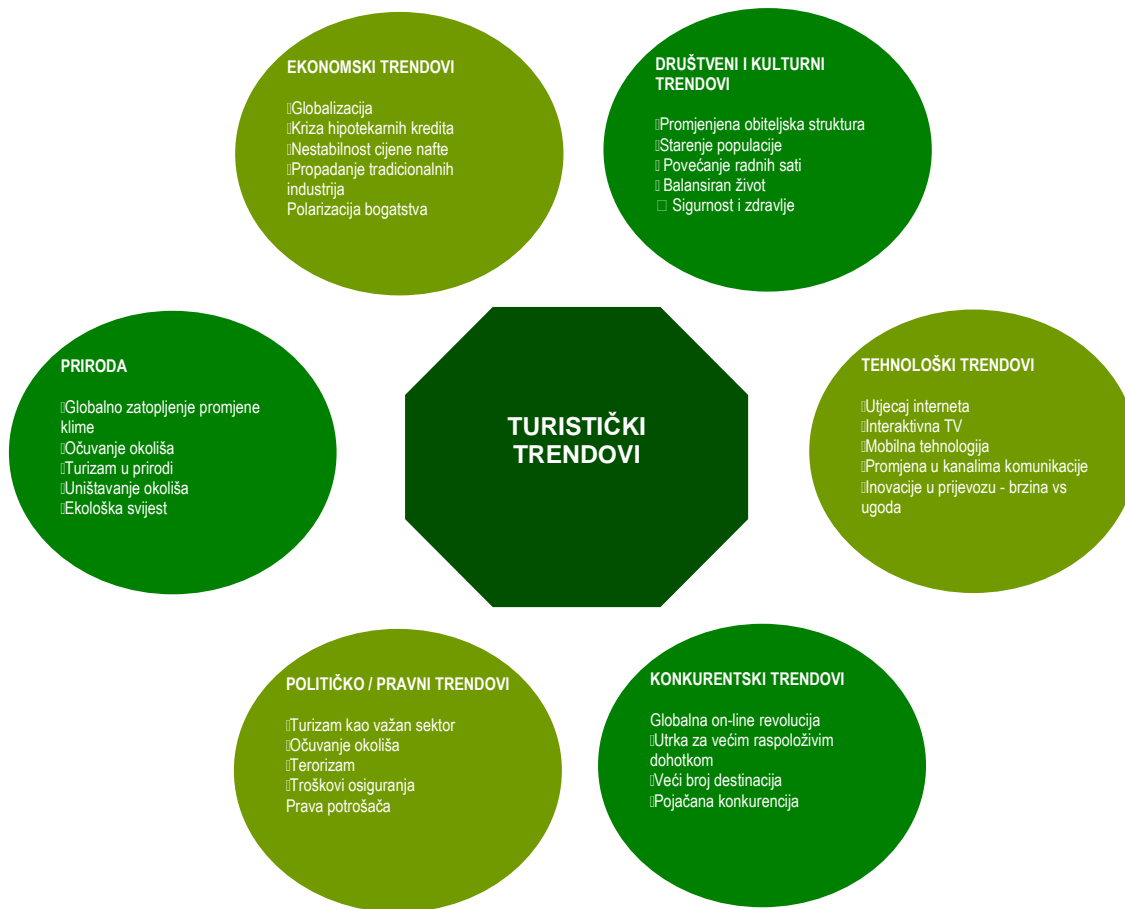
Turizam u Europi je u 2007. godini zabilježio još jednu pozitivnu godinu sa povećanjem broja dolazaka i noćenja, ali turistički prihodi nisu pratili povećanje prometa.

Regionalne europske analize bilježe pad potražnje za Centralnom i Istočnom Europom, dok Zapadna Europa bilježi lagani rast u dolascima, a potražnja za destinacijama Sjeverne Europe ostaje nepromijenjena.

Južna - Mediteranska Europa za razliku od ostatka kontinenta finansijski prosperira sa Francuskom, Italijom i Španjolskom kao regionalnim liderima.

Uspjeh tih destinacija osobito se reflektira u ravnoteži u ponudi turističkih proizvoda. Francuska, Italija i Španjolska u svojoj ponudi obuhvaćaju vrlo razvijene obalne destinacije, ali i destinacije u ruralnim dijelovima te planine.

U nastavku je prikazana shema koja prikazuje ključne elemente iz globalnih kvalitativnih trendova koji utječu na trendove u turizmu. Njihovom analizom kristaliziraju se ključni turistički trendovi, te ključni trendovi specifični za ruralni turizam.



Izvor: European Travel Commission, *Tourism Trends in Europe, 2007*



Analiza trendova se u nastavku upotpunjuje sa trendovima iskustvenog strukturiranja viših vrijednosti koje se odnose na razvoj destinacija⁵. Prikazani trendovi su primjenjivi kada se govori o razvoju ruralnog turizma neke destinacije u generalnom smislu, te kao takvi daju dobru sliku relevantnih vrijednosti za tržišnu utemeljenost budućeg razvoja.

- **Kreativnost i dizajn su bitniji nego ikad** - danas kada se veliki broj novih destinacija (tropski otoci, daleke izolirane destinacije, novi neotkriveni udjelovi svijeta) natječu oko istog dijela 'kolača' na turističkom tržištu izuzetno je bitno diferencirati se od konkurencije na kreativan i inovativan način;
- **Najveći luksuz na svijetu je prostor** - gosti / turisti sve više zahtijevaju privatnost, prostranost i ugodu u prostoru koji im pruža autentično iskustvo određenog područja;
- **Potruga za novim znanjima i zadovoljstvo samim sobom** - je vrlo visoko na ljestvici osobnih potreba;
- **Vrijednost prije cijene** - za proizvode koji imaju predznak visoke vrijednosti i kvalitete, gostima / turistima je važnija mogućnost izbora od cijene koju plaćaju;
- **Održivi pristup okolišu** - gostima / turistima koji su sve svjesniji potrebe očuvanja okoliša, ovaj aspekt poslovanja turističkih kompanija postaje sve bitniji;

Zaključak

- Globalni turistički trendovi kao i specifični trendovi u ruralnom turizmu dugoročno imaju pozitivan utjecaj na razvoj ruralnog turizma;
- Dalmatinska Zagora visokovrijedan prostor i povijesno nasljeđe treba ponuditi tržištu kroz ponudu novih i kreativnih proizvoda;
- Turistifikaciji prostora Dalmatinske Zagore mora se pristupiti sa aspekta principa održivog razvoja.

⁵ Locum Consulting "Delivering the luxury experience", with the focus on developments in the Mediterranean area; and "The changing face of luxury travel" - trends in product development and marketing

H. ANALIZA OGLEDNIH PRIMJERA U PRAKSI

Analiza oglednih primjera uspješnih destinacija ruralnog turizma definirana je dvojnim pristupom, u smislu analize primjera organizacije i definiranja ključnih kriterija standardizacije ruralnog turizma na razini Europe, te ključnih destinacija ruralnog turizma u Europi s jedne strane, i analizi oglednih primjera modela razvoja ruralnih destinacija koje su proizvodnim, geografskim i prirodnim karakteristikama slične destinaciji Dalmatinska Zagora. Na ovaj način dobiva se jasna slika o ključnim faktorima uspjeha razvoja ruralnog turizma, te uspješno primijenjenim modelima razvoja unutar odabranih destinacija.

1. Analiza oglednih primjera organizacije i standardizacije ruralnog turizma u Europi

Obzirom na uspjeh u komercijalizaciji i poslovanju u sektoru ruralnog turizma na području cijele Europe, a onda i njenih ključnih destinacija, potrebno je sagledati na koji način su ove već razvijene i prepoznate ruralne destinacije pristupile organizaciji i standardizaciji ovog kompleksnog sektora. Naime, na razini europskih destinacija i Europe u cjelini, već su postavljeni kriteriji standarda poslovanja u ruralnom turizmu, postoje organizacije koje potiču i kontroliraju razvoj, postavljeni su sustavi i kriteriji kvalitete u ruralnom turizmu, te sustav njihovog označavanja. U Hrvatskoj je pak ovakvu praksu počela provoditi Istra, što se u ovoj analizi također prikazuje.

U nastavku slijedi prikaz ovakve prakse na razini Europe, a zatim i Slovenije, Italije (Toskana), Francuske, Španjolske (Andaluzija), Austrije i Hrvatske (Istra).

1.1. Europa

EUROPA	
KONCEPT STANDARDIZACIJE	<p>EUROGITES – europska federacija ruralnog turizma na Skupštini održanoj 29. rujna 2005. godine donijela je opće (generalne) standarde identične za cijelo područje Europe, koje su članice federacije dužne uvrstiti i uklopiti u standarde i kriterije koje su propisali za svoje područje.</p> <p>Kako je, zbog specifičnosti i raznolikosti europskog teritorija nemoguće donijeti detaljne zajedničke standarde za seoska domaćinstva, identične za sve članice (države i regije), prišlo se izradi i prihvaćanju minimuma kriterija (opći kriteriji) koji su identični za cijeli ruralni prostor Europe i koji su implementirani u nacionalne i/ili regionalne standarde</p>

Opći kriteriji europske standardizacije ruralnog turizma:

1. Položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom gradu: manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima
2. Ruralno okruženje, s izraženim karakteristikama tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima: izuzetne prirodne vrijednosti = park prirode ili slično. "Tradicionalno poljodjelstvo" isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici, ogromni proizvodni objekti slično)
3. Turizam nije glavna ili preovlađujuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini: odnos broja turističkih kreveta i broja stanovnika u ruralnim područjima ne smije prijeći 1:1
4. Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja: prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju
5. Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta
6. Gostoljubivost – osobna briga domaćina o gostu
7. Mali kapacitet smještajne jedinice: gornji limit kapaciteta je 40 kreveta, ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice
8. Društvena i socijalna održivost u kontekstu multi-funkcionalnih aktivnosti na ruralnom području
9. Povezanost sa lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom: minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja, gosti imaju mogućnost da ostvare kontakt sa lokalnom realnošću ukoliko to žele
10. Lokalni proizvodi i gastronomija: dostupni u okruženju
11. Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe...): dostupni u okruženju
12. Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju: poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete

Isključujući kriteriji

1. Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolina: tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi
2. Područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma: tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi
3. Buka, vidljiva i druga zagađenja: tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi

EUROGITES - European federation for farm and village tourism



PROFESIONALNO
UDRUŽENJE

1.2. Slovenija

SLOVENIJA	
KONCEPT STANDARDIZACIJE	<p>Standardi kvalitete - minimalni uvjeti za kategoriju (klasifikacija) obvezatni su, odnosno propisani su zakonom</p> <p>Oznaka kvalitete (klasifikacija) odnose se na opremanje smještajne jedinice ili objekta</p> <p>Minimalnim uvjetima obuhvaćeni su dodatni sadržaji na domaćinstvu (prvenstveno za kategoriju 4)</p> <p>Znak obilježavanja za seljačka domaćinstva (agroturizam) je: jabuka (jabolka)</p> <p>Seljačka domaćinstva označavaju se sa 1 - 4 jabuke (1 - najniža kategorija; 4 - najviša kategorija)</p> <p>Ruralne kuće za odmor i B&B ne označavaju se jabukama već zvjezdicama jer se tretiraju kao domaćinstva bez poljoprivredne proizvodnje</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 1 jabuka</i>: jednostavno uređene sobe sa zajedničkim kupatilom i sanitarnim čvorom - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 2 jabuke</i>: dobra ponuda, jednostavno uređene sobe (najmanje polovica soba ima svoju vlastitu kupaonicu i sanitarni čvor) - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 3 jabuke</i>: jako dobra ponuda, dobro opremljene sobe (većina soba ima svoju vlastitu kupaonicu i sanitarni čvor) - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 4 jabuke</i>: natprosječna ponuda, velike i prostrane sobe (svaka sa svojom vlastitom kupaonicom i sanitarnim čvorom), široka ponuda jela (tradicijski specijaliteti), predstavljanje lokalnih običaja i folkloru na domaćinstvu, različiti dodatni sadržaji kao što su tenisko igralište, bazen, jahanje itd.)
VRSTE DOMAĆINSTVA	<p>Zakonom propisane vrste (tipovi) seljačkih domaćinstava:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>domaćinstva sa smještajem</i>: gostima se nudi smještaj u sobama ili apartmanima te ponuda prehrane. Gosti mogu birati u dogovoru s vlasnikom žele li usluge noćenje s doručkom, polupansiona ili punog pansiona. Gostima se mogu ponuditi i dodatne usluge ukoliko su na domaćinstvu organizirane - <i>izletišta</i>: domaćinstva koja nude samo usluge prehrane. Ovakva vrsta domaćinstava obično su otvorena vikendom (petak, subota, nedjelja), uz prethodnu najavu. Nemaju smještajnih jedinica - <i>vinotočje</i>: domaćinstva na kojima se nude isključivo hladni naresci, bezalkoholna pića i vino, odnosno naglasak ponude je na vinu kao tradicionalnom proizvodu. Vinotočja su obično otvorena vikendom (petak, subota, nedjelja) uz prethodnu najavu. Vinotočja mogu biti otvorena sve dok se ne proda vlastito vino - <i>osmica</i>: poljoprivredna domaćinstva koja nisu uređena kao seljačka domaćinstva za poslovanje tijekom cijele godine, već prema zakonskim propisima mogu biti otvoreni najviše dva puta godišnje po deset dana kada im je dozvoljena direktna prodaja svojih vlastitih proizvoda bez oporezivanja. Osmice mogu nuditi također i jednu vrstu specijaliteta karakterističan za kraj u kojem se domaćinstvo nalazi

	<ul style="list-style-type: none"> - <i>planšarija</i>: domaćinstva koja nude sir, mlijeko i mliječne proizvode, hladne nereske, na domaćinstvu proizvedena alkoholna i bezalkoholna pića i jednu vrstu jela spravljena u kotliću. Planšarija je otvorena samo u vrijeme sezone ispaše stoke. - <i>kamp</i>: na seljačkom domaćinstvu moguće je organizirati prostor za kampiranje uz sve dodatne priključke koji su obavezni za uređenje kampa <p>Marketinške kategorije seljačkih domaćinstava:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ekološko seljačko domaćinstvo - seljačko domaćinstvo s programom zdravog življenja - seljačko domaćinstvo za obitelji s djecom - seljačko domaćinstvo za djecu bez pratnje roditelja - seljačko domaćinstvo za bicikliste - vinsko seljačko domaćinstvo - seljačko domaćinstvo za osobe s posebnim potrebama (invalidima)
SIMBOL OZNAČAVANJA	
PROVOĐENJE STANDARDIZACIJE	<p>Standardizaciju provodi država - nadležno ministarstvo</p> <p>Kontrola se vrši svake tri godine</p> <p>Cijena koštanja kontrole - 130 € po domaćinstvu (trošak snosi samo domaćinstvo)</p> <p>Domaćinstvo dobiva rješenje - certifikat o kontroli kvalitete i oznaci domaćinstva (1 - 4 jabuke ili 1 - 4 zvjezdice ako se radi o kući za odmor i B&B)</p>
PROFESIONALNO UDRUŽENJE	<p>Združenje turističkih kmetij Slovenije (nacionalno udruženje)</p>  <p>Association of tourist farms of Slovenia</p>

1.3. Italija (Toskana)

ITALIJA (TOSKANA)

KONCEPT STANDARDIZACIJE

Klasifikacija domaćinstava, odnosno standardi kvalitete - minimalni uvjeti za kategoriju obvezatni su, odnosno propisani su zakonom regije Toscana. U Italiji postoji nacionalni okvirni zakon o agroturizmu (Legge quadro) kojim se okvirno ozakonjuje agroturizam kao vrsta turističke usluge, dok svaka regija ima mogućnost donijeti svoj vlastiti zakon o agroturizmu (uvažavajući specifičnosti) te propisati obveznu klasifikaciju i standardizaciju.

Standardi kvalitete podijeljeni su na obvezne standarde (koja moraju imati sva domaćinstva) i dodatne standarde koji utječu na klasifikaciju.






Obvezni standardi obuhvaćaju prvenstveno minimalne uvjete za smještaj i usluge te normative u svezi registracije, usklađivanja sa sanitarno-higijenskim normama i osiguranja gostiju i objekata.

Dodatni standardi obuhvaćaju aktivnosti (dodatni sadržaji i usluge) koje se na domaćinstvu nude kao i dodatnu opremu i komfor.

Znak obilježavanja seljačkih domaćinstava (agroturizam) je: **klas žita** (spigha)

Seljačka domaćinstva označavaju se sa 1 - 3 klasa (1 - najniža kategorija; 3 - najviša kategorija).

- **klasifikacija 1 klas žita** obuhvaća sve propisane obvezatne standarde (minimalni uvjeti)
- **klasifikacija 2 klasa žita** obuhvaća sve propisane obvezatne standarde i slijedeće dodatne standarde:
 - a) imati direktnu prodaju svojih poljoprivrednih proizvoda
 - b) posjedovati najmanje pet od 40 uvjeta iz popisa „uvjeta po izboru“ (kao npr. didaktički vrt, jahanje, škole kuhanja, organizaciju kušanja itd.)
 - c) objekte od povijesne i arhitektonske vrijednosti (tradicionalna gradnja)
 - d) proizvoditi tradicionalne proizvode i/ili posjedovati biološku proizvodnju
 - e) posjedovanje certifikata o osposobljenosti voditelja imanja za agroturističkog tehničara
- **klasifikacija 3 klasa žita** obuhvaća sve propisane obvezne standarde i slijedeće dodatne standarde:
 - a) imati direktnu prodaju svojih poljoprivrednih proizvoda
 - b) posjedovati najmanje devet od 40 uvjeta iz popisa „uvjeta po izboru“ kao npr. didaktički vrt, jahanje, škole kuhanja, organizaciju kušanja itd.)
 - c) posjedovanje certifikata o osposobljenosti voditelja imanja za agroturističkog tehničara
 - d) postojanje botaničkih, arhitektonskih i povijesnih vrijednosti na domaćinstvu
 - e) proizvoditi tradicionalne proizvode i/ili posjedovati biološku proizvodnju

<p>VRSTE DOMAĆINSTVA</p>	<p>Zakonom je propisana samo jedna vrsta domaćinstva: agriturismo (agroturizam)</p> <p>Razlika između domaćinstava ogleda se u usmjerenju prema konkretnoj organizaciji dodatnih turističkih usluga pa se tako razlikuju domaćinstva koja organiziraju:</p> <ul style="list-style-type: none"> - didaktičke aktivnosti (edukacijske programe) - sportske aktivnosti - kulturne i tradicionalne aktivnosti - vjersko-kulturne aktivnosti - rekreativne aktivnosti (outdoor aktivnosti) - ekskurzije - aktivnosti vezane uz jahanje
<p>SIMBOL OZNAČAVANJA</p>	
<p>PROVOĐENJE STANDARDIZACIJE</p>	<p>Standardizacija i klasifikacija provodi se po principu samocertificiranja. Vlasnik seljačkog domaćinstva popunjava propisani obrazac za klasifikaciju i upućuje ga općinskom uredu zaduženom za poljoprivredu koji uvidom na terenu provjerava istinitost upisa.</p> <p>Kontrola se vrši svake tri godine</p> <p>Domaćinstvo dobiva odobrenje - certifikat o kontroli kvalitete i oznaci domaćinstva (1 - 3 klasa žita)</p>
<p>PROFESIONALNO UDRUŽENJE</p>	<p>Agriturist (nacionalno udruženje – regionalne podružnice) </p> <p>Turismo Verde (nacionalno udruženje – regionalne podružnice) </p> <p>Terranostra (nacionalno udruženje – regionalne podružnice) </p> <p>Anagritur – konzorcij nacionalnih udruženja </p>

1.4. Francuska

FRANCUSKA

KONCEPT STANDARDIZACIJE

Zakonom nije propisana obvezna klasifikacija te standardi kvalitete za seljačka domaćinstva, već je klasifikaciju i standardizaciju donijelo nacionalno udruženje ruralnog turizma Gites de France uz suglasnost nadležnih ministarstava.

Druga nacionalna udruga koja okuplja poljoprivredna gospodarstva (agroturizam) - u suradnji s poljoprivrednom komorom, nije donijelo posebnu standardizaciju i klasifikaciju već znak udruge kojima su obilježena domaćinstva koja čine networking, garantira kvalitetu usluga.

Gites de France razradio je minimalne uvjete koji se prvenstveno odnose na lokaciju domaćinstva, uređenje, komfor i ljubaznost.

Znak obilježavanja domaćinstava je klas kukuruza (étis).

Ruralne kuće obilježavaju se sa 1 – 5 klasa kukuruza, B&B označavaju se sa 1 – 4 klasa kukuruza, gites d'étape označavaju se sa 1 – 3 klasa kukuruza.

Gites Ruraux - ruralna kuća za odmor

- *klasifikacija 1 klas kukuruza* obuhvaća: vanjski prostor (okućnica), vrtni namještaj; jedno kupatilo i sanitarni čvor za smještaj do 6 osoba; drugo kupatilo i sanitarni čvor za smještaj od 7 osoba naviše; grijač vode, mali štednjak, kuhinjski stol, ekspres lonac, frižider, sredstva za čišćenje, dječja sjedalica na upit
- *klasifikacija 2 klasa kukuruza* obuhvaća: isto kao i 1 klas kukuruza uključujući i vanjski roštilj (osim u područjima gdje vanjski roštilj nije dozvoljen), perilica rublja (za smještaj od 6 gostiju i naviše), miješalica tople i hladne vode, električna mašina za kavu, TV, stolnjaci i ručnici na upit
- *klasifikacija 3 klasa kukuruza* obuhvaća: isto kao i 2 klasa kukuruza uključujući i poseban prilaz objektu i privatni vrt, 2 sanitarna čvora (za smještaj više od 7 osoba i više), perilica rublja, perilica suda (za smještaj 5 ljudi i više), pećnica, TV u boji, telefon, čišćenje prostora na upit
- *klasifikacija 4 klasa kukuruza* obuhvaća isto kao i 3 klasa uključujući i poseban objekt za smještaj, unutarnje uređenje prema kriterijima visokog standarda (komfora), kamin ili peć na drva (ukoliko nije zabranjeno lokalnim propisima), mikrovalna pećnica, hladnjak s lednicom, sušilica rublja (za smještaj od 6 osoba i više)
- *klasifikacija 5 klasa kukuruza* obuhvaća isto kao i 4 klasa uključujući i privatni parking ili uređen vrt, rekreacijske sadržaji (npr. teniski teren, bazen, sauna, jacuzzi), garaža, za smještaj od 3 osobe i više: perilica rublja, sušilica rublja, hi-fi, video player

Chambres d'hotes - B&B

- *klasifikacija 1 klas kukuruza* obuhvaća: jednostavno uređene sobe
- *klasifikacija 2 klasa kukuruza* obuhvaća: ugodno uređene sobe svaka najmanje sa svojom kupaonicom
- *klasifikacija 3 klasa kukuruza* obuhvaća: dobro uređene sobe svaka sa svojom kupaonicom koja sadrži tuš kabinu, kadu i sanitarni čvor
- *klasifikacija 4 klasa kukuruza* obuhvaća: luksuzno uređene sobe svaka sa svojom kupaonicom koja sadrži tuš kabinu, kadu i sanitarni čvor. Smještaj je organiziran u objektu koji je ukusno uređen. Dodatne usluge su često dostupne

Gites d'étape

- *klasifikacija 1 klas kukuruza* obuhvaća: dnevni boravak, blagovaonicu, opremljenu kuhinju ili malu kuhinju koju mogu koristiti gosti
- *klasifikacija 2 klasa kukuruza* obuhvaća: telefon, prostor za sušenje odjeće, podrum
- *klasifikacija 3 klasa kukuruza* obuhvaća: prostor za relaksaciju, perilica posuđa, sušilica rublja, posteljina i ručnici dostupni na upit

U Francuskoj se razlikuju sljedeći tipovi domaćinstava:

1. Gites Ruraux – ruralna kuća za odmor koja se tematski dijeli na:

- a) Gites de charme - domaćinstva uređena u tradicijskim zdanjima
- b) Gites à la Ferme – poljoprivredno domaćinstvo
- c) Gites de peche – ribolovno domaćinstvo
- d) Gites Panda – domaćinstva smještena u parkovima prirode i nacionalnim parkovima
- e) Gites de niege – domaćinstva sa zimskim sadržajima

2. Chambres d'hotes (B&B) – noćenje s doručkom koji se tematski dijeli na:

- a) Chambers d'hotes charmes et chateau - domaćinstva uređena u tradicijskim zdanjima i u dvorcima
- b) Chambers d'hotes à la niege – domaćinstva sa zimskim sadržajima
- c) Chambers d'hotes Panda – domaćinstva smještena u parkovima prirode i nacionalnim parkovima
- d) Chambers d'hotes de peche – ribolovno domaćinstvo
- e) Chambers d'hotes à la Ferme – poljoprivredno domaćinstvo

**VRSTE
DOMAĆINSTVA**

3. Gites d'étape – velika domaćinstva (za prihvata 12 do 50 ljudi), prikladna za obitelji i grupe prijatelja (pansioni)

- a) Gites d'étape / séjour pêche – ribolovno domaćinstvo
- b) Gites d'étape / séjour de neige – domaćinstva sa zimskim sadržajima
- c) Gites d'étape / séjour Panda – domaćinstva smještena u parkovima prirode i nacionalnim parkovima
- d) Gites d'étape / séjour à la Ferme – poljoprivredno domaćinstvo

4. Campings - Kamp

- a) Les campings „nature“ – prirodni kamp, odnosno kamp uređen na travnjaku do maksimalno 25 osoba, smješten blizu domaćinstva
- b) Les campings „tradition“ – tradicionalni kamp uređen na domaćinstvu do maksimalno 150 osoba
- c) Les villages des chalet et mobil-homes – nekoliko kamp kućica ili mobil home-a (svaka s kapacitetom od 4 – 6 osoba) postavljeno na jednom mjestu, obično ruralnom prostoru. Omogućuje prakticanje outdoor aktivnosti (mountain biking, ribolov, trekking, biking, gađanje lukom i strijelom itd.)

5. Gites d'enfants – domaćinstva specijalizirana za djecu u dobi od 4 – 15 godina na kojima se organiziraju različite aktivnosti: edukacije, zanatstvo, sportovi itd.

SIMBOL OZNAČAVANJA



PROVOĐENJE STANDARDIZACIJE

Standardizaciju i klasifikaciju provodi Gites de France za svoje članove

Kontrola se vrši svakih pet godina - kontrolu vrše inspektori nacionalne udruge

Ukoliko domaćinstvo stekne uvjete za višu kategoriju, može zatražiti izvanredni inspekcijski nadzor

PROFESIONALNO UDRUŽENJE

Fédération Nationale des Gîtes de France (nacionalno udruženje)



Bienvenue à la Ferme (nacionalno udruženje)



1.5. Španjolska (Andaluzija)

ŠPANJOLSKA (ANDALUZIJA)	
KONCEPT STANDARDIZACIJE	<p>Zakonom nije propisana obvezna klasifikacija i standardizacija domaćinstava već je uvjete za klasifikaciju i standarde kvalitete donijelo regionalno udruženje ruralnog turizma Andaluzije.</p> <p>Standardi kvalitete detaljno su razrađeni i podijeljeni u sedam cjelina za sve tri vrste klasifikacije:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) opći uvjeti b) smještajne jedinice c) ostali prostori u objektu (dnevni boravak i dr.) d) kuhinja e) kupaonica i sanitarni čvor f) ostali uvjeti g) vođenje domaćinstva <p>Znak obilježavanja domaćinstva je: maslina (aceituna)</p> <p>Sva domaćinstva označavaju se sa 1 – 3 masline (1 – najniža kategorija, 3 – najviša kategorija)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 1 maslina</i>: minimum za registraciju turističkih usluga na domaćinstvima propisane od strane vlade Andaluzije - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 2 masline</i>: smještajni objekt je dobro uređen u smislu komfora i dekoracije i to iznad minimalno propisanih kriterija za registraciju turističkih usluga na domaćinstvu. Većina soba ima svoju vlastitu kupaonicu. Ovom kategorijom označavaju se domaćinstva za kraći boravak (kao B&B) i kraće godišnje odmore (od nekoliko dana) - <i>minimalni uvjeti za kategoriju 3 masline</i>: smještajni objekt odlično je uređen u smislu komfora i dekoracije. Vidljiv je tradicionalan pristup uređenju prostora (poštivane su ambijentalne vrijednosti) Na domaćinstvu su organizirane rekreativne aktivnosti. Svaka soba ima svoju kupaonicu. Domaćinstva su idealna za duži boravak
VRSTE DOMAĆINSTVA	<p>Zakonski nisu propisane vrste seoskih domaćinstava već regionalno udruženje Andaluzije, sukladno različitosti u uređenju i pružanju usluga razlikuje slijedeće tipove domaćinstava:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Unidad completa (Casa rural)</i> – ruralna kuća za odmor 2. <i>Habitaciones</i> – ruralna kuća u kojoj se zasebno iznajmljuju sobe, a može se zakupiti i u cijelosti. Pod ovu vrstu domaćinstva spada i B&B. Obično gosti koriste aktivnosti u okolici te zajednički bazen na domaćinstvu 3. <i>Albergue</i> – ruralni hotel 4. <i>Camping</i> – ruralni kampovi (kampovi na seljačkim domaćinstvima)

SIMBOL OZNAČAVANJA	
PROVOĐENJE STANDARDIZACIJE	<p>Standardizaciju i klasifikaciju provodi regionalno udruženje za svoje članove.</p> <p>Kontrola se vrši svake dvije godine - kontrolu vrše inspektori regionalne udruge</p> <p>Ukoliko domaćinstvo želi biti klasificirano i certificirano, dostavlja popunjeni obrazac, odnosno zahtjev regionalnom udruženju te nakon toga inspektori udruge izlaze na teren i utvrđuju uvjete za klasifikaciju (broj maslina). Inspektor udruge ima diskrecijsko pravo odstupiti od propisanih uvjeta standardizacije jedino u slučajevima ako je domaćinstvo arhitektonski značajno, odnosno ako se radi o izvornoj tradicijskoj gradnji gdje ponekad nije moguće ispuniti standarde. U tom slučaju, takvom domaćinstvu može se dati i veća kategorija.</p> <p>Kontrola domaćinstava vrši se svake dvije godine</p>
PROFESIONALNO UDRUŽENJE	<p>Red Andaluz de los alojamientos rurales RAAR (regionalno udruženje)</p> 

1.6. Austrija

AUSTRIJA

KONCEPT STANDARDIZACIJE

Zakonom nije propisana obvezna klasifikacija i standardizacija domaćinstava već je uvjete za klasifikaciju i standarde kvalitete nacionalna federacija ruralnog turizma Austrije uz podršku nadležnih ministarstava. Zakonom su propisani samo minimalni uvjeti koji se moraju zadovoljavati kako bi domaćinstvo/farma mogla dobiti registraciju za bavljenje ruralnim turizmom.

Detaljno je razrađeno 150 uvjeta koji se odnose na standarde kvalitete, kojima se evaluira kvaliteta farme/domaćinstva, udobnost i usluge na domaćinstvu i podijeljeni su u slijedeće cjeline:

1. *kvaliteta farme/domaćinstva* – obuhvaća položaj domaćinstva, proizvodnju na domaćinstvu, postojanje vrta, način zbrinjavanja otpada
2. *kvaliteta opremanja* – odnosi se na uređenju unutarnjih prostora namijenjenih gostima: sobe, sanitarni čvorovi i kupaonice, dnevni boravak, prostor za služenje hrane, štednja energije i sl.
3. *kvaliteta dodatnih usluga* – obuhvaća usluživanje hrane u sobama, doživljaj farme, rekreacijske aktivnosti i sl.



Svaki od 150 kriterija boduje se tako da broj bodova utječe na klasifikaciju (kategoriju). Domaćinstvo može dobiti maksimalno 250 bodova.

Znak obilježavanja domaćinstva je: cvijet margarite (Margarite)

Sva domaćinstva označavaju se sa 2 – 4 margarite (2 – najniža kategorija, 4 – najviša kategorija).

Domaćinstva (agropansioni) koja imaju mogućnost ugostiti više od 30 gostiju, označavaju se dodatno još i s znakom kuće pored margarite.

- *minimalni uvjeti za kategoriju 2 margarite*: minimalno 140 bodova, ugodno i funkcionalno uređen smještaj kao i cijelo domaćinstvo. Jedan sanitarni čvor, kupaonica i tuš na katu
- *minimalni uvjeti za kategoriju 3 margarite*: minimalno 170 bodova, komforno uređen smještaj kao i cijelo domaćinstvo. Većina soba ili apartmana ima svoj vlastiti sanitarni čvor, kupaonicu i tuš. Domaćinstvo je u potpunosti okruženo mirom i spokojem.
- *minimalni uvjeti za kategoriju 4 margarite*: minimalno 200 bodova, smještaj uređen u posebnom objektu, kvalitetno opremljen i vrlo komforno uređen (veličina prostorija). Svaka smještajna jedinica, soba ili apartman ima svoju vlastitu kupaonicu, sanitarni čvor i tuš.

<p>VRSTE DOMAĆINSTVA</p>	<p>Zakonski je propisana kategorija Urlaub am Bauernhof (agroturizam), no obzirom na specifičnost pružanja turističkih usluga, odnosno usmjerenja domaćinstava za konkretne usluge, nacionalna federacija tematski je podijelila domaćinstva na slijedeće (marketinške) tipove:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. biološke farme/domaćinstva (bio proizvodnja) 2. wellness farme/domaćinstva 3. baby & child friendly farme/domaćinstva 4. farme/domaćinstva s organiziranim jahanjem 5. vinske farme/domaćinstva 6. farme/domaćinstva prilagođene osobama s posebnim potrebama (invalidima) 7. bike (cyclist) friendly farme/domaćinstva 8. farme/domaćinstva specijalizirane za održavanje seminara 9. farme/domaćinstva specijalizirana za prikupljanje ljekovitog i aromatičnog bilja
<p>SIMBOL OZNAČAVANJA</p>	
<p>PROVOĐENJE STANDARDIZACIJE</p>	<p>Standardizaciju i klasifikaciju provodi nacionalna federacija za svoje članove.</p> <p>Kontrola se vrši svake dvije godine - kontrolu vrši komisija od tri člana organizirana od strane nacionalne federacije.</p> <p>Članovi komisije (kontrolori) osim što provjeravaju postojanje uvjeta i propisanih kriterija imaju i savjetodavnu ulogu, odnosno na licu mjesta daju savjete domaćinstvima kako u vezi standarda, tako i u vezi poslovanja i marketinga.</p> <p>Ukoliko domaćinstvo želi biti klasificirano i certificirano, dostavlja popunjeni obrazac, odnosno zahtjev nacionalnoj federaciji.</p> <p>Na osnovu kontrole, domaćinstvo dobiva certifikat o kvaliteti te klasifikaciju domaćinstva (brok margarita).</p> <p>Kontrola domaćinstava, odnosno certifikacija vrši se svake dvije godine</p>
<p>PROFESIONALNO UDRUŽENJE</p>	<p>Urlaub am Bauernhof (nacionalna federacija)</p> 

1.7. Hrvatska (Istra)

HRVATSKA (ISTRA)

KONCEPT STANDARDIZACIJE

Zakonom su propisani **minimalni uvjeti za seljačka domaćinstva** (agroturizam) i **kategoriju koja se označava sa znakom sunce** (1 – 3 sunca). Označavanje i kategorizacija domaćinstva odnosi se samo na osnovu smještajnih uvjeta. Dodatne aktivnosti i sadržaji na domaćinstva nisu uključeni pri dodjeli kategorizacije.

Izvan ovih propisanih uvjeta ostao je veliki broj pružatelja usluga, koji zakonski nisu prepoznati kao posebne kategorije na ruralnom području (ruralne kuće, B&B itd.) za koje je bilo potrebno donijeti interne standarde kvalitete poradi što boljeg plasiranja na tržište.

Stoga je u Istri **Ruralis** – konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre u suradnji s Turističkom zajednicom Istre donijelo internu standardizaciju i klasifikaciju seoskih domaćinstava u Istri.

Standardizacija predstavlja definiranje pojedinačnih specifičnih uvjeta odnosno standarda koje domaćinstvo posjeduje. S jedne strane standardi su usmjereni prema vlasniku domaćinstva u cilju isticanja tipičnosti domaćinstva i motivaciji ka povećavanju razine kvalitete usluga. S druge strane standardi su usmjereni prema gostu u cilju lakše usporedbe očekivanja gostiju i konkretne ponude usluga i aktivnosti na osnovu propisanih parametara. Mjerljivost standardizacije ogleda se u bodovanju parametara (boduju se samo dodatni standardi na način da svaki standard donosi određen broj bodova u rasponu od 1 – 5) na osnovu kojih se domaćinstva označuju definiranim znakom (kategorijom) kvalitete domaćinstva.

Standardi su podijeljeni u tri osnovne grupe:

- *opći (generalni) standardi* (sukladno odluci Eurogitesa – europske federacije ruralnog turizma – ne boduju se
- *obvezni (obligatorni) standardi* – ne boduju se i sva domaćinstva ih moraju posjedovati
- *dodatni standardi* – boduju se i na osnovu bodova određuje označavanje

Dodatni standardi detaljno su razrađeni sukladno specifičnostima i podijeljeni su u nekoliko tematskih cjelina:

- a) položaj domaćinstva
- b) interijer domaćinstva
- c) eksterijer domaćinstva
- d) usluge prehrane
- e) poljoprivredna proizvodnja i uzgoj životinja
- f) osposobljenost na domaćinstvu (certifikati)
- g) organizirane aktivnosti za goste

Znak obilježavanja domaćinstva je: šparuga

Sva domaćinstva označavaju se sa 1, 3 i 5 šparuga (1 – najniža kategorija, 5 – najviša kategorija)

	<p>Agroturizam (maksimalni broj bodova iznosi 337)</p> <p>1 šparuga – svi obvezni standardi</p> <p>3 šparuge – svi obvezni standardi i najmanje 150 bodova dodatnih standarda</p> <p>5 šparuga – svi obvezni standardi i najmanje 250 bodova dodatnih standarda</p> <p>Ruralni B&B (maksimalni broj bodova iznosi 191)</p> <p>1 šparuga – svi obvezni standardi</p> <p>3 šparuge – svi obvezni standardi i najmanje 70 bodova dodatnih standarda</p> <p>5 šparuga – svi obvezni standardi i najmanje 140 bodova dodatnih standarda</p> <p>Ruralna kuća za odmor (maksimalan broj bodova iznosi 155)</p> <p>1 šparuga – svi obvezni standardi</p> <p>3 šparuge – svi obvezni standardi i najmanje 60 bodova dodatnih standarda</p> <p>5 šparuga – svi obvezni standardi i najmanje 120 bodova dodatnih standarda</p> <p>Odmor (smještaj) na vinskoj cesti (maksimalan broj bodova iznosi 167)</p> <p>1 šparuga – svi obvezni standardi</p> <p>3 šparuge – svi obvezni standardi i najmanje 70 bodova dodatnih standarda</p> <p>5 šparuga – svi obvezni standardi i najmanje 130 bodova dodatnih standarda</p> <p>Ruralni obiteljski hotel (maksimalan broj bodova iznosi 157)</p> <p>1 šparuga – svi obvezni standardi</p> <p>3 šparuge – svi obvezni standardi i 60 bodova dodatnih standarda</p> <p>5 šparuga – svi obvezni standardi i 120 bodova dodatnih standarda</p> <p>Stancija (maksimalan broj bodova iznosi 92)</p> <p>3 šparuge – svi obvezni standardi</p> <p>5 šparuga – svi obvezni standardi i minimalno 50 bodova dodatnih standarda</p> <p>Određeni su i negativni bodovi ukoliko domaćinstva imaju:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PVC kao i aluminijsku unutarnju ili vanjsku stolariju - na ukupni broj bodova oduzeti će se 25 bodova - objekte izrađene od neožbukane cigle te objekte i pomoćne objekte prekrivene cementnim (salonit) pločama te plastičnim pločama – na ukupni broj bodova oduzeti će se 50 bodova
<p>VRSTE DOMAĆINSTVA</p>	<p>Zakonskim propisima nije propisana posebna tipologija ruralnih domaćinstava. Zakonom se prepoznaju samo seljačko domaćinstvo (agroturizam) koji može imati pojavne oblike kao vinotočje/kušaonica, izletišta, soba, apartman ili kamp.</p> <p>Razvojem turističkih usluga na seoskim domaćinstvima Istre, profilirala se specifičnost te organizacijska različitost od domaćinstva do domaćinstva. Ove specifičnosti uvjetovane su resursnim osnovama, povremenim ili permanentnim boravkom vlasnika domaćinstva u ambijentu pružanja usluga, strukturi usluga, organizacijskim modelima kao i uvjetovanost poljoprivrednoj proizvodnji. Polazeći od ovih činioca u Istri su se profilirali slijedeći tipovi seoskih domaćinstva (marketinška tipologija):</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Agroturizam - Kušaonica - Ruralna kuća za odmor - Ruralni B&B (bed and breakfast – noćenje s doručkom) - Ruralni obiteljski hotel - Odmor (smještaj) na vinskoj cesti - Stancija <p>Ovakva tipologija sadržava sve posebnosti i tipičnosti koje razlikuju domaćinstva između sebe, ali i koji razlikuju agroturističku i ruralno-turističku ponudu od klasične receptivne ponude. Tipologija domaćinstva potaknuta je specifičnim elementima i uslugama valoriziranih na samom mjestu odvijanja, što čini odmak od klasične podjele turističkih usluga. Ova tipologija ukazuje na prodigiranje i selekcioniranje ponude ruralnog turizma u unutrašnjosti Istre te na uvažavanje specifičnosti ponude unutar agroturizma i ruralnog turizma, ali i gledajući ukupnost turističke ponude.</p>
<p style="text-align: center;">SIMBOL OZNAČAVANJA</p>	
<p style="text-align: center;">PROVOĐENJE STANDARDIZACIJE</p>	<p>Procedura se provodi na način samocertificiranja domaćinstva, odnosno samoregistriranja domaćinstva na propisanom obrascu. Vlasnik domaćinstva ispunjeni certifikacijski obrazac s prijedlogom kategorije dostavlja u RURALIS. Istinitost ocjenjivanja provjerava komisija sastavljena od tri člana.</p> <p>Komisiju imenuju zajednički Ruralis - konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre kao profesionalno udruženje i Turistička zajednica Istre</p> <p>Nakon provjere istinitosti samocertificiranja od strane komisije direktno na domaćinstvu u formi zapisnika, vlasnik domaćinstva pismenim putem obavještava se o kategoriji domaćinstva. Tada dobiva i oznaku kategorije (šparugu)</p> <p>Ukoliko u toku poslovanja domaćinstva i već izvršene standardizacije dođe do promjene strukture aktivnosti koja neminovno mijenja kategoriju domaćinstva prema gore ili prema dolje, vlasnik domaćinstva podnosi zahtjev komisiji da se utvrdi nova kategorija.</p> <p>Svake dvije godine komisija provjerava parametre standarda na domaćinstvima, utvrđuje odstupanja te potvrđuje ili mijenja postojeću kategoriju.</p> <p>Procedura standardizacije i klasifikacije je za domaćinstva besplatna</p>
<p style="text-align: center;">PROFESIONALNO UDRUŽENJE</p>	<p>RURALIS - konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre</p> 

2. Analiza oglednih primjera ruralnih destinacija

Splitsko-dalmatinska Županija svoj dosadašnji turistički razvoj temeljila je na proizvodu 'sunca i mora' u priobalnom dijelu, dok su njeni kontinentalni dijelovi u turističkom smislu bili nedovoljno razvijeni.

Dalmatinska Zagora je prostor izuzetnih prirodnih vrijednosti, sa manjim urbanim centrima, koji su umreženi sa selima tipične pučke arhitekture i prepoznatljivog kulturno povijesnog nasljeđa. Kao takva, Zagora je prostor sa izuzetnim potencijalom za oživljavanje gospodarstva kroz poljoprivredu i turizam, odnosno kroz njihovu integraciju.

Pri odabiru svoga razvojnoga puta vrlo je korisno analizirati kako su se razvijale druge uspješne, primjerom prikladne destinacije, što je i cilj analize oglednih primjera. S obzirom da ova Strategija uključuje cijelo područje Županije, a obrazlaže se na primjeru Dalmatinske Zagore, u analizi oglednih primjera, uz uspješne kontinentalne destinacije ruralnog turizma, predstavlja se i jedna otočka turistička destinacija, koja uspješno razvija model ruralnog turizma u unutrašnjosti otoka, kao suprotnost, odnosno nadopuna turističkom razvoju na obali.

Odabrane su slijedeće destinacije:

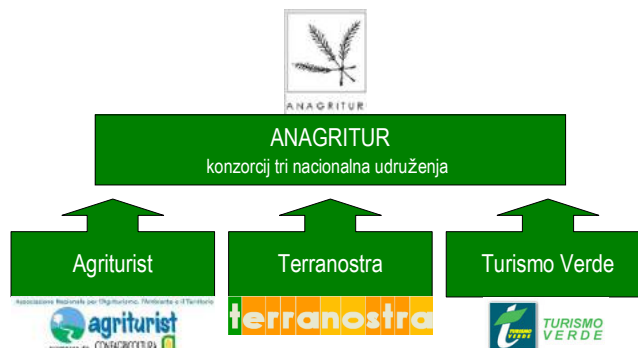
1. Umbrija, Italija;
2. Sardinija, Italija;
3. Istra, Hrvatska.

Kriterij odabira analiziranih destinacija:

- Odabrane destinacije nalaze se u Mediteranskom dijelu Europe;
- Sličnost u geografskoj i prirodnoj osnovi uključujući očuvane elemente kulture i povijesti;
- Destinacije koje su uspješno razvile ponudu proizvoda u unutrašnjem ruralnom djelu kao 'antipod' obalnoj ponudi;
- Kontinentalne destinacije odabrane su zbog sličnosti u prirodnoj i geografskoj osnovi, a otočka destinacija odabrana je kao primjer razvoja ruralnog turizma u unutrašnjosti destinacije koja je okarakterizirana visokom sezonalnošću zbog osnovnog turističkog proizvoda 'sunca i mora'. Na ovaj način Dalmatinskoj Zagori se daje primjer modelskog pristupa i razvoja proizvoda ruralnog turizma sa dva različita aspekta:
- Istra je, za razliku od drugih analiziranih destinacija, relativno nova destinacija ruralnog turizma, pa je stoga ključno sagledati njen način i odabir modela razvoja.

2.1. Umbrija

Organizacijski model razvoja ruralnog turizma u Italiji



Izvor: Web stranice: www.terranostra.it, www.agriturist.it, www.turismoverde.it, www.anagritur.com, 2008.

Razvoj ruralnog turizma u Italiji započinje u regijama gdje je poljoprivreda razvijena (Toscana, Trentino Alto Adige, Bolzano) i gdje su poljoprivrednici imali proizvodnu snagu i ambiciju krenuti u nove izazove i dodatne izvore zarade. Organizirani pristup razvoju započinje osnivanjem prvog nacionalnog udruženja ruralnog turizma, ambijenta i teritorija – Agriturist, 1965. godine.

Agriturist je osnovan preko udruženja ("Confagricultura"), organizacije koja predstavlja Povjerenstvo talijanskih poljoprivrednih poduzetnika. Osnovna misija Agriturista je promocija i organizacija ruralnog turizma, nacionalnih i regionalnih enogastronomskih proizvoda, ambijenta, pejzaža i ruralne kulture. Model se bazira na iskustvima u Francuskoj i Velikoj Britaniji. Udruženje okuplja oko 5.000 poduzetnika koje se bave ili se planiraju baviti ruralnim turizmom. Ovim poduzetnicima udruženje pomaže u standardizaciji, organizaciji i promociji. Najvažniji promotivni kanali su: Godišnji vodič ruralnog turizma Italije, dvogodišnje izdanje na njemačkom - Odmor u ruralnom prostoru Italije, rezervacijska agencija "Farm Holidays", te internet stranica www.agriturist.it.

Terranostra je nacionalno udruženje agroturizma, ambijenta i teritorija koju je osnovala 1973. godine nacionalna udruga ("Coltivatori Diretti") - direktni uzgajivači. Uloga ovog udruženja je promocija i podrška odnosa između prostora, ruralnog turizma i kulture. Nadalje valorizacija ruralnog prostora, kroz inicijative zaštite prirode i tipičnog pejzaža te agrarnog i šumskog prostora. Uz promociju i podršku izrađuju se razni projekti podrške i razvoja ruralnog turizma kroz pomoć pri organizaciji smještajnih aktivnosti, uslužnih aktivnosti hrane i pića tipičnih za određeni prostor, organizaciju rekreacijskih kulturnih, sportskih i ostalih aktivnosti.

Turismo verde je nacionalno udruženje poljoprivrednika koji se bave ruralnim turizmom. Osnovana je preko talijanskog udruženja poljoprivrednika ("Confederazione italiana agricoltori"). Osnovni cilj udruženja je predstavljati interese poljoprivrednika koji se bave ruralnim turizmom. Kroz ovu ulogu udruženje potiče razvoj i rast cijelog sektora ruralnog turizma.

Početkom 1981. godine nacionalna udruženja se radi bolje sinergije udružuju u jedinstven konzorcij Anagritur. Osnovni cilj je istraživanje, planiranje, projektiranje i pomoć obrtnicima kao i javnoj administraciji. Konzorcij koristi spomenute tri nacionalne udruge te preko njih utječe na razne sektore i aktivnosti kako bi što bolje bili zastupljeni interesi subjekata u ruralnom turizmu.

Pravna regulativa




Talijanski je Parlament 20. veljače 2006. godine prihvatio zakon 'Legge 20 febbraio 2006, n.96' "Disciplina dell'agriturismo", koji uređuje poslovanje u ruralnom turizmu. Zakon definira sljedeće:

1. Aktivnosti subjekata u ruralnom turizmu
2. Objekte u kojima se vrši aktivnost u ruralnom turizmu
3. Kriterije i ograničenja aktivnosti u ruralnom turizmu
4. Sanitarne i higijenske norme
5. Administrativno discipliniranje (zabranjivanje)
6. Porezi i porezne olakšice
7. Periode rada i tarife
8. Klasifikaciju
9. Prodaju proizvoda
10. Programiranje i razvoj objekta ruralnog turizma
11. Slanje informacija statistikama

Ovaj je zakon donesen na državnoj razini, no u Italiji svaka regija može regionalnim zakonima/regulama dalje definirati pravila, pa tako i u sektoru ruralnog turizma.

- Iz organizacijskog modela vidljivo je da je ruralni turizam razvijen po principu 'bottom-up' od strane lokalnih poduzetnika koji su se udružili u regionalna udruženja, a kasnije su formirana nacionalna udruženja i na kraju konzorcij koji ih sve udružuje na nacionalnom nivou.
- Svako udruženje je osnovano kroz već postojeća udruženja koja su zastupala interese poljoprivrednih poduzetnika, uzgajivača ili talijanskog udruženja poljoprivrednika.

Destinacija ruralnog turizma - Umbrija:

Umbrija	  
Opis i karakteristike	<p>Regija u centralnom dijelu Italije, graniči sa Toskanom na sjeveru, Laziom na jugu i Marche na istoku. Glavni administrativni centar je Perugia. U sklopu regije se nalazi nacionalni park Monte Sibillini veličine 71.000 ha, od kojih 10.000 u Umbriji. Specifičan je po vrlo divljem i šumovitom prostoru bogatom florom i faunom. Regija je najpoznatija po proizvodnji maslina i maslinovog ulja visoke kvalitete, vrhunskih vina, te u usponu kulutre šećerne repice, duhana, te voća i povrća. Pašnjaci pogoduju uzgoju goveda i ovci. Vrlo tipičan proizvod za Umbriju je i tartuf, pogotov crni koji je iznimno visoke kvalitete.</p>
Površina	8.456 km ²
Stanovnika	884.450 (procjena iz 2007.g), Perugia - 161.390 st.
Poznate ruralne destinacije	Umbrija se dijeli na dvije cijeline Perugiju i na Terni. Najpoznatija mjesta / destinacije su Assisi, Gubbio, Spoleto, Perugia i Terni.
Ruralni turizam	
Ponuda	1.064 smještajnih objekta oko 17.115 kreveta odnosi se na agroturizme
Potražnja	236.417 dolazaka 944.148 noćenja (33% od ukupnih noćenja)
Prihodi	oko 60 milijuna EUR Odnosi se na prihode smještaja, hrane i pića te raznih aktivnosti.

Izvor: web stranice: www.turismoverde.it, www.istat.it, 2008

* statistički podaci se odnose na 2007 godinu

Primjer objekata smještaja u ruralnom turizmu Umbrije:

La Querce di Assisi	
	
Opis	Smješten u blizini Assisi-a, velikog religioznog centra, ovaj objekt sagrađen je oko franjevačke mlinice iz 13.st. i okružen šumama. Ukupna površina posjeda je oko 35 ha. Koncipiran je kao mali ruralni resort u kojem se nudi smještaj, bazen, usluge hrane i pića te razne aktivnosti. Udaljenost do najbližeg aerodroma je 25 km (Perugia).
Ponuda	
Smještaj	Smještajna ponuda se sastoji od apartmana i soba. Nudi se 8 apartmana za ukupno oko 30 osoba i to u apartmanima od 2-4 osobe pa sve do 8 osoba. U ponudi ima još 10 dvokrevetnih soba.
Aktivnosti	Brdski biciklizam, stolni tenis, luk i strijela, bočanje, trekking, footing i plivanje (sezonski).
Ostalo	Eventi interno organizirani: srednjovjekovna večera, ljetne proslave na otvorenom, novogodišnja proslava, proslava uskrsa.
Poslovanje	Ne rade od 10.01 do 15.03, ostatak godine rade.
Cijena	
Apartment	od 550 do 1.400 EUR - cijena za tjedan dana (minimalna zauzetost)
Soba	od 45 do 100 EUR - ovisi o sezoni i paketu puni /polu pansion

Izvor: web stranice: www.lequerce.it, 2008

Fattoria del Cerretino Farmhouse	
	
Opis	Imanje se nalazi u gornjem djelu doline rijeke Tiber koja graniči sa Toskanom u jednom od najzelenijih dijelova Umbrije. Ukupna površina zemlje na kojoj se nalazi imanje je oko 20 ha. Na posjedu se domaćini bave organskim uzgojem vina, maslina i povrća. Vremenski je udaljen od Perugije, Assisija i Gubbija oko pola sata vožnje autom.
Ponuda	
Smještaj	U ponudi se nalazi 7 apartmana i 3 sobe. Svaki apartman je specifičan i zadovoljava potrebe određenih gostiju, svi su napravljeni kao zasebne jedinice. Ukupni kapacitet svih objekata je oko 40 osoba.
Aktivnosti	Plivanje, šetnje, bočanje, brdski biciklizam, nogomet, odbojka, tenis (u blizini), pecanje na malom umjetnom jezeru, jahanje, tečajevi kuhanja, tečajevi pripreme tjestenine, itd.
Ostalo	Golf, terme u blizini imanja; edukacijski tečaj o kultivaciji raznih poljoprivrednih kultura.
Poslovanje	cijela godina
Cijena	
Apartment	od 350 do 900 EUR - cijena za tjedan dana (minimalna zauzetost)
Soba	od 40 do 45 EUR - ovisi o sezoni

Izvor: web stranice: www.cerretino.it, 2008

2.2. Sardinija

Destinacija ruralnog turizma – Sardinija

<p>Sardegna Provincija Oristano</p>		
<p>Opis i karakteristike</p>	<p>Drugi po veličini otok u Mediteranskom moru poslije Sicilije. Prema podjeli ruralnih cijeline prostor se dijeli se na četiri provincije Sassari, Oristano, Nuoro i Cagliari.</p> <p>Provincija Oristano je najmanja na Sardiniji, sastoji se od 78 gradova. Ovaj prostor je arheološki vrlo bogat i to od neolitika pa do Feničana i Rimljana. Teritorij je većinom ravan, presjecan brežuljcima Montiferru, Monte Arci i drugima. Brežuljci su većinom stari ugašeni vulkani. Najbliži aerodrom je 90 km udaljen u Cagliariju. Gradovi u ovom kraju žive od poljoprivrede jer se nalaze na vrlo plodnoj zemlji na kojoj proizvode narande i masline, te vino 'vernaccia' (tipična sorta). Najpoznatiji obrti su proizvodnja tepiha i tapeta.</p>	
<p>Površina</p>	<p>Ukupno otok 24.090 km² Provincija Oristano 2.631 km²</p>	
<p>Stanovnika</p>	<p>Ukupno otok 1.660.165 Provincija Oristano 167.971</p>	
<p>Poznate ruralne destinacije</p>	<p>Palmas Arborea, Arborea, Sanvero Milis, Abbasanta, Cavras i Samugheo.</p>	
<p>Ponuda</p>	<p>106 smještajnih objekta oko 1.093 kreveta odnosi se na agroturizme Oristano.</p>	
<p>Potražnja</p>	<p>7.655 dolazaka* 52.511 noćenja*</p>	
<p>Prihodi</p>	<p>oko 6,5 milijuna EUR Odnosi se na prihode smještaja, hrane i pića te raznih aktivnosti.</p>	

Izvor: web stranice: www.turismoverde.it, www.istat.it, 2008

* statistički podaci su procjenjeni i odnose se na 2007. godinu

Primjer objekata smještaja u ruralnom turizmu Sardinije:

Agriturismo Santa Maria	
	
Opis	Smješten u gradiću Santa Maria u Oristanu na posjedu od oko 20 ha. Nalazi se u zaštićenom krajoliku Monte Grighine i Monte Arci, oazi zaštićenoj od WWF. Udaljenost od mora iznosi oko 2 km. Na posjedu se uzgajaju žitarice, masline, vino, agrumi i uzgajaju se ovce.
Ponuda	
Smještaj	Smještajna ponuda se sastoji od 2 dvokrevetne sobe.
Aktivnosti	Brdski biciklizam, pješačenje, plivanje (sezonski).
Ostalo	Organiziraju se edukativne radionice u poljoprivrednoj proizvodnji i spremanju lokalnih specijaliteta.
Poslovanje	Ne rade od 11 do 3 mjeseca, ostatak godine rade.
Cijena	
Soba	od 20 do 45 EUR - po osobi i noćenju, ovisi o sezoni i paketu puni /polu pansion

Izvor: web stranice: www.turismoverde.it, 2008

Agriturismo Villa degli Ulivi	
	
Opis	Imanje se nalazi u Oristanu (gradu) smješteno je u unutrašnjosti okruženo zelenilom, ali svejedno u blizini najlijepših plaža. Imanje se prostire preko više od 25 hektara. Bave se uzgojem vina, maslina i voća pogotovo agruma.
Ponuda	
Smještaj	U ponudi se nalazi 6 dvokrevetnih soba, postoji mogućnost iznajmljivanja cijelog objekta (ovisi o popunjenosti).
Aktivnosti	Na imanju nude igralište za djecu, jahanje (4 km od imanja), golf (3 km od imanja), izleti i najam brodice za sportski ribolov (sezonski).
Ostalo	Organiziraju izlete na Tharros, Cornus i Surachi, značajne arheološke iskopine rimskih i grčkih gradova.
Poslovanje	Ne rade od kraja 10 do početka 4 mjeseca.
Cijena	
Apartman	od 30 do 40 EUR - po osobi i noćenju




Izvor: web stranice: www.agriturist.it, 2008

2.3. Istra

Organizacijski model razvoja Istra

Razvoj ruralnog turizma započinje još 1996. godine s ciljem aktiviranja ruralnih sredina i stvaranja prepoznatljivog turističkog proizvoda. Intenzivnim razvojem ruralnog turizma tijekom preko deset godina došlo je do diversifikacije ponude usluga i razvoja tipologije domaćinstava. Kao rezultat donesena su pravila interne, marketinške standardizacije i klasifikacije seoskih domaćinstava. Standarde je izradio Konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre - Ruralis uz podršku Turističke zajednice Istarske Županije. Karakteristike ponude i potražnje, te financijski prihodi ruralnog i agroturizma u Istri u 2007. godini prikazani su u nastavku.

Destinacija ruralnog turizma - Istra:

<p>Istra</p>			
<p>Opis</p>	<p>Istra je smještena na sjevernom dijelu Jadranskog mora, najzapadnija je Hrvatska županija, te najveći jadranski poluotok. Istarski poluotok dijeli se na obalni dio i unutrašnjost. Unutrašnjosti Istre krasi brojni manji gradići i sela koji su tokom vremena uspjeli sačuvati svoju izvornost i tipične elemente. Prirodno okruženje izgleda vrlo pitomo sa blagim brežuljcima i padinama. Istra je poznata po proizvodima pršuta, sireva, maslina i vrhunskih maslinovih ulja, šparoga, tartufa, grožđa i vrhunskih vina, te raznih rakija.</p>		
<p>Površina</p>	<p>2.920 km²</p>		
<p>Stanovnika</p>	<p>200.000</p>		
<p>Poznate ruralne destinacije</p>	<p>Grožnjan, Motovun, Buje i Opatalj.</p>		
<p>Ruralni turizam</p>			
<p>Ponuda</p>	<p>263 objekta ukupno 2.221 krevet 75% ruralnih kuća za odmor (199)</p>		
<p>Potražnja</p>	<p>14.000 dolazaka 100.000 noćenja</p>		
<p>Prihodi Smještaj F&B</p>	<p>Ukupno 4,1 milijun EUR 2,5 milijuna EUR 1,6 milijuna EUR</p>		

Izvor: Ruralis Istra, 2008

Primjer objekata smještaja u ruralnom turizmu Istre:

Ruralna kuća za odmor - Katarina	
	
Opis	Smještena u šumama akacije i kestena u mjestu Sv. Katarina, 13 km udaljenom od Pazina. Udaljenost do mora je oko 25 km, a do najbližeg aerodroma u Puli oko 45 minuta.
Ponuda	
Smještaj	kapacitet je 6 osoba u jednoj bračnoj sobi i jednoj sa bračnim krevetom i dva ležaja
Aktivnosti	pješaćenje, biciklizam i stolni tenis
Ostalo	proizvodnja vlastitog vina i rakije
Poslovanje	Cijelu godinu
Cijena	50 do 82 EUR dnevno za cijelu kuću

Izvor: Ruralis, 2008.

Agroturizam Ograde	
	
Opis	Smješten u Katunu Lindarskom, kraju poznatom po uzgoju ovaca. Imanje se nalazi na površini 13.000 m ² . Postoje dva smještajna objekta, kućica i obiteljska kuća sa apartmanima. Udaljenost od Pazina je 10 km, a do Aerodroma u Puli 40 km.
Ponuda	
Smještaj	Ukupni kapacitet je 12 - 14 osoba, u zasebnoj kući 6 do 8 osoba u tri dvokrevetne sobe, te u obiteljskoj kući u apartmanu sa tri dvokrevetne sobe.
Aktivnosti	jahanje, radovi na imanju (sezonski poljoprivredni radovi), radionice po dogovoru (tradicionalna priprema jela, spremanje zimnice, pređenje vune, pletenje košara), vožnja biciklom, pješaćenje Kapacitet 25 do 30 osoba
Konoba	Tradicionalna jela: fuži, njoki, pljukanci, domaće kokoši, kobasice, čripnje, maneštre, šparoge, te vina malvazija i teran.
Poslovanje	Cijelu godinu
Cijena	dnevni najam kuće od 80 do 110 EUR noćenje u apartmanu 14 EUR

Izvor: Ruralis, 2008.

2.4. Zaključak

- Talijanske ruralne destinacije jaku osnovu za razvoj ruralnog turizma temelje na razvijenoj poljoprivrednoj proizvodnji, a pri tom je kontinentalna destinacija sjevernog dijela Italije (Umbrija) razvijenija u pogledu ruralnog turizma u usporedbi sa otočkom destinacijom (Sardinijom). Razlog tome leži u činjenici da je Sardinija kao otočka destinacija uglavnom bila fokusirana na tur. proizvod 'sunca i mora', te je kao dodatnu ponudu počela organizirano razvijati ruralni turizam, dok je Umbrija zbog svoje pozicije i strukture ruralni turizam razvijala kao prioritetni proizvod;
- Ekstenzivnu i kvalitetniju ponudu ruralnog turizma prate i više cijene smještaja i dodatnih usluga u Umbriji. Tako na primjer cijene smještaja po noći i osobi u Umbriji iznose od 40 do 100 EUR, a u Oristanu (Sardiniji) cijena sličnog smještaja iznosi od 25 do 45 EUR;
- U Umbriji ruralni objekti posluju cijelu godinu, a u Sardiniji rade u prosjeku 8 mjeseci;
- Umbrija je u 2007. godini ostvarila oko 944 tisuće noćenja i 60 milijuna EUR prihoda direktno od ruralnog turizma;
- Iste godine provincija Oristano (Sardinija) je ostvarila preko 52 tisuća noćenja i oko 6,5 milijuna EUR prihoda direktno od ruralnog turizma;
- Istra je u svojem razvoju u posljednjih 10-12 godina dosegla obim od 263 ruralna objekta u kojima se nudi preko 2.000 kreveta, a kontinuirano se radi na poticanju i osposobljavanju novih poduzetnika što je zasigurno pozitivan primjer za nove destinacije ruralnog turizma kao što je Dalmatinska Zagora. Vrlo bitan faktor u razvoju ruralnog turizma Istre ima konzorcij Ruralis koji zastupa interese agroturizama i ruralnog turizma županije;
- Smještajni objekti Istre se dijele na agroturizme, ruralne kuće za odmor, ruralne B&B, ruralne obiteljske hotele, odmor na vinskoj cesti i kušaonice. U ogleđnim primjerima prikazana su dva prevladavajuća oblika.
- Sa ostvarenih 100.000 noćenja i preko 4 milijuna Eura prihoda direktno od ruralnog turizma u 2007. godini, Istra je najuspješnija ruralna destinacija u Hrvatskoj.

3. Zaključak analize oglednih primjera

Analiza oglednih primjera uspješnih destinacija u ruralnom turizmu Europe, kao i analiza organizacijskog sustava i sustava standardizacije na razini europskih zemalja uspješnih u ovom sektoru ukazuje da su ključni faktori njihovog uspjeha sljedeći:

- *Jasna i efikasna institucionalna osnova za razvoj i poslovanje u ruralnom turizmu*
- *Postojanje centraliziranog upravljanja razvojem i marketingom ruralnog turizma*
- *Učinkoviti sustav financijske i savjetodavne podrške poduzetnicima u ruralnom turizmu*
- *Destinacije uspješno integriraju zeleni / agrikultutni identitet sa modelima turističke rekreacije, koji se očituju u razvoju odgovarajućih smještajnih kapaciteta i turističke infrastrukture*
- *Uspostavljena je jasna diferencijacija i tematizacija klastera (područja) ruralnog turizma unutar samih destinacija*

Prema tome, Dalmatinska Zaagora kao početnica u razvoju i komercijalizaciji proizvoda ruralnog turizma danas ima šansu temeljem primjera drugih uspješnih destinacija graditi svoju budućnost u ovom sketoru. Navedeni ključni faktori uspjeha analiziranih destinacija stoga moraju biti temeljne odrednice koje će oblikovati i usmjeriti njen budući razvoj.

I. STRATEGIJA RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

1. Ključni faktori uspjeha razvoja ruralnog turizma

Kompletna analiza situacije, zatim analiza trenutnog stanja ruralnog turizma u Hrvatskoj, te analiza oglednih primjera uspješnih destinacija ruralnog turizma u Europi identificirale su ključne faktore uspjeha, odnosno preduvjete razvoja ovog turističkog proizvoda, koji su kako slijedi:

- *Jasna i učinkovita institucionalna osnova*
- *Centralizirani menadžment razvoja i marketinga*
- *Sustav financijske i savjetodavne podrške poduzetnicima*
- *Inteligentna integracija zelenog / agro-kulturnog identiteta i modela turističke rekreacije*
- *Jasna diferencijacija i tematizacija klastera ruralnog turizma područja / destinacije*

U tom smislu, ključni koraci za minimizaciju trenutnih ograničenja, odnosno za uspostavu ključnih preduvjeta razvoja ruralnog turizma su sljedeći:

- *Koordinacija svih resornih ministarstava*
- *Usuglašavanje i kreiranje takve zakonske regulative koja prepoznaje, razlikuje i omogućava poslovanje na polju različitih oblika ponude ruralnog turizma – na primjer agroturizam, ruralna kuća za odmor, ruralni resort i slično.*
- *Uspostava jasnih uvjeta standardizacije i kategorizacije seoskih domaćinstava, te njihovo oblikovanje i regulacija kroz zakonski okvir*
- *Oblikovanje i uspostava sustava financiranja za kapacitete ruralnog turizma*
- *Osnivanje nacionalnog i regionalnih upravljačkih tijela za razvoj ruralnog turizma*
- *Kreiranje tima stručnjaka za savjetodavnu podršku poduzetnicima u ruralnom turizmu*
- *Kreiranje tržišnih marki na lokalnim / regionalnim razinama – za SDŽ to mogu biti ruralni resorti (eko-etno sela)*

2. Osnovne odrednice strategije razvoja ruralnog turizma

Polazeći od utvrđene situacije na području Dalmatinske Zagore, definiranih pravaca razvoja turizma na njenom području (gdje je ruralni turizam jedan od ključnih nosioca turističkog razvoja), te temeljem razgovora sa ključnim subjektima razvoja turizma u Dalmatinskoj Zagori, jasno je da su **ključni ciljevi razvoja ruralnog turizma** ovog područja sljedeći:

Tržišno orijentirani razvoj temeljen na tradicijskoj i ekološkoj tematizaciji

Turistička valorizacija zaleđa kao antipod razvojnoj matrici na obalnom pojasu

Vrijednosno usmjerenje na tradicijskoj matrici i sustavu takvih rekreacijskih aktivnosti kao nadopuna obali i kao razvoju samostalnih proizvoda visoke vrijednosti

Valorizacija postojećih resursa putem kreiranja dodatnih atrakcija i stvaranja sustava novih doživljaja

Očuvanje ruralnog prostora Splitsko-dalmatinske Županije i zaštita prirodnih, kulturnih i povijesnih resursa

Stvaranje preduvjeta za zadržavanje i povratak stanovništva u ruralnim predjelima kroz nove mogućnosti dodatne zarade

Očuvanje tradicionalne arhitekture

Oživljavanje poljoprivrede i proizvodnje zdrave hrane

Oživljavanje lokalnih starih zanata kroz turizam

Stvaranje internacionalno prepoznatljivog i konkurentnog proizvoda ruralnog turizma

Proizvod ruralnog turizma, osim što će se temeljiti na lokalnim karakteristikama (arhitektura, tradicionalni lokalni poljoprivredni i gastronomski proizvodi i slično), mora se organizirati i razvijati vodeći računa o zahtjevima suvremenih gostiju, uz visoki standard kvalitete. Dakle, proizvod ruralnog turizma SDŽ, odnosno Dalmatinske Zagore usmjeren je na razvoj kvalitete proizvoda i usluga.

Uzimajući u obzir prethodno definirane ključne faktore uspjeha razvoja ruralnog turizma, realizacija ovih ciljeva zahtijeva strateški pristup kroz sljedeće ključne odrednice:

- *Kreiranje sustava doživljaja i iskustava temeljem integracije ključnih značajki agri-kulturnog identiteta Dalmatinske Zagore (i Splitsko-dalmatinske Županije) sa modelima turističke ponude koja se temelji na kvaliteti i konkurentnosti*
- *Kreiranje kompletnog turističkog lanca vrijednosti ruralnog turizma kroz oblikovanje sub-klastera Dalmatinske Zagore, ključnih kategorija proizvoda ruralnog turizma i programa konkurentnosti*

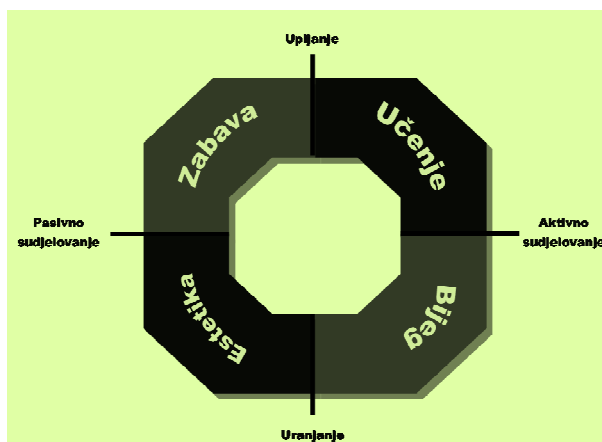
- *Stvaranje sustava integrirane marketinške komunikacije ruralnog turizma, koji je usmjeren na stvaranje prepoznatljivog proizvoda za nacionalno i internacionalno turističko tržište*
- *Stvaranje organizacijsko-upravljačkog modela za razvoj ruralnog turizma Dalmatinske Zagore (i SDŽ), koji sustavno i primjereno faznom razvoju usmjerava i podupire razvoj*
- *Stvaranje okvira za financiranje i poticaj razvoja ruralnog turizma na nacionalnoj i županijskoj razini koji podupire i intenzivira planirani razvoj ruralnog turizma područja*
- *Kreiranje i usuglašavanje provedbenog plana sa identificiranim aktivnostima / koracima, odgovornostima, prioritetima provođenja i vremenskim prioritetima.*

3. Turistička iskustva i doživljaji Dalmatinske Zagore

Da bi Dalmatinska Zagora kreirala svoj imidž ruralne turističke destinacije, nužno je da se pristupi strukturiranju i diferencijaciji ključnih doživljaja i iskustava koja će se nuditi gostima. Današnji gosti sve su zahtjevniji i u kontinuiranoj su potrazi za novim iskustvima i doživljajima koji su ključni elementi pri izboru destinacije koju će posjetiti. Dakle, proizvod ruralnog turizma Dalmatinske Zagore treba dati odgovor na ovakve zahtjeve modernih gostiju i kreirati spektar jedinstvenih vrijednosti – odnosno kreirati doživljaje i iskustva.

Naime, novi koncepti i modeli turističke ponude sve su više orijentirani na stvaranje, odnosno evociranje senzacionalnih osjećaja, što zahtjeva profesionalno upravljanje koje omogućava dinamičku personalizaciju svakog događaja u skladu sa potrebama, načinom prihvaćanja i tipovima ponašanja gostiju.

Proizvesti iskustvo pretpostavlja novu perspektivu turističke ponude, a temelji se na slijedećim tipovima iskustva:



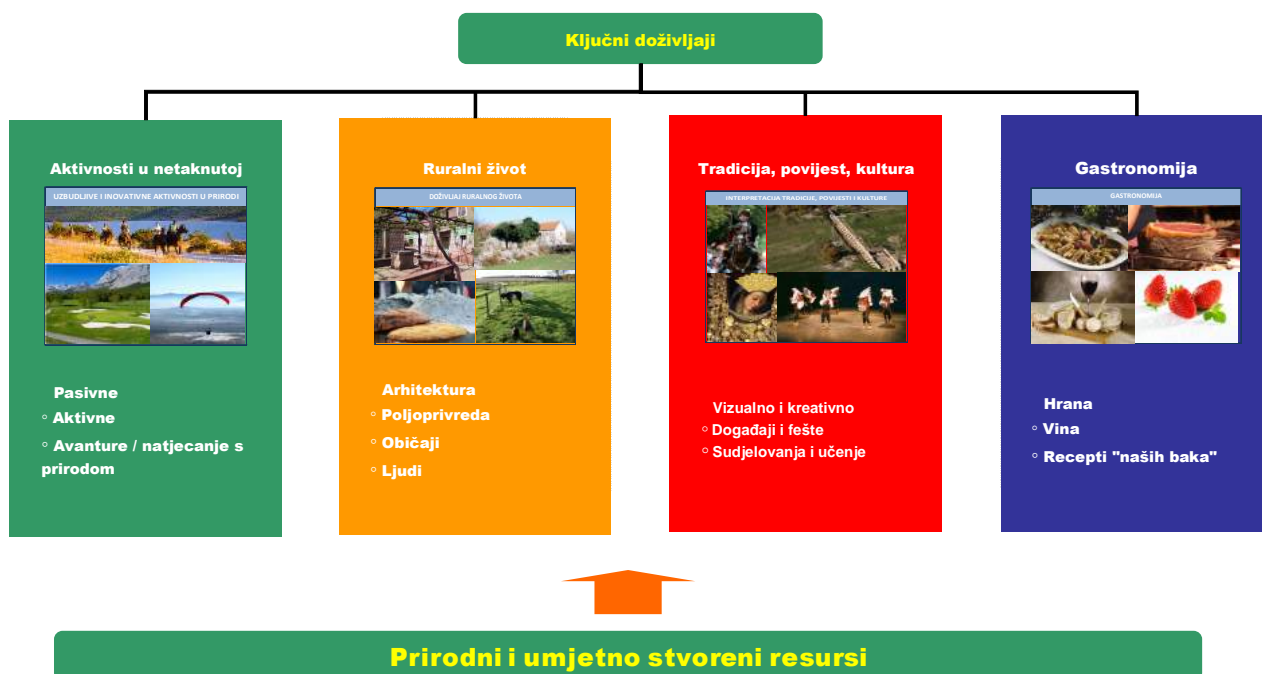
1. **Iskustvo zabave** – gosti su obično pasivni i žele iskusiti, odnosno doživjeti zabavu, tako da 'upijaju' prezentirane doživljaje. Primjeri doživljaja zabave su: uživanje u prirodnim ljepotama, uživanje u krajoliku, uživanje u lokalnim događajima (Alka, Ero s onoga svijeta, Glumci u Zagvozdu i slično)

2. **Iskustvo učenja (uz zabavu)** – gosti žele biti aktivni u prezentiranim doživljajima kroz aktivnu participaciju. Primjeri doživljaja učenja uz zabavu su: kušanje lokalnog vina i lokalnih proizvoda, jahanje, škole kuhanja i slično.
3. **Iskustvo estetskog doživljaja** – reflektira se kroz pasivno sudjelovanje gosta, gdje gosti samo fizički uranjaju u doživljaj (obično) prostora / okruženja. Primjer iskustva estetskog doživljaja je uživanje u ljepotama prirode kroz turu područja, tura / obilazak tvrđava Cetine i slično.
4. **Iskustvo bijega** – očituje se u potrazi za izraženim aktivnostima i uključenjem gostiju, koji nastoje biti dio tog doživljaja / aktivnosti, obično u nastojanju da se relaksiraju od svakodnevnih obaveza, odnosno žele biti dijelom događaja. Primjer doživljaja bijega je sudjelovanje u rekreacijskim aktivnostima kao što su biciklizam, pješačenje, paragliding, ribolov i slično.

Dakle, temeljem principa ekonomije iskustva, potrošači su sve više fokusirani na iskustvena tržišta te sustav doživljaja i iskustva, pa je stoga način izgradnje emotivne veze između potrošača (gosta) i proizvoda (destinacije) jedan od ključnih elemenata za uspjeh svake turističke destinacije. Dakle, proizvodi i usluge se kreiraju i nude kako bi zadovoljile potrebe potrošača, odnosno kako bi potrošačima pružile koristi koje oni očekuju ili trebaju. Prema tome, turistička ponuda treba pružiti percepciju tražene koristi, odnosno odgovoriti na očekivanja potrošača.

Ovakav pristup nam daje okvir pri definiranju proizvoda ruralnog turizma, te na kraju poziciju Dalmatinske Zagore u iskustvenom strukturiranju.

U skladu sa time, ključni doživljaji, koji se temelje na prirodnim i umjetno stvorenim resursima destinacije, a koje će Dalmatinska Zagora nuditi svojim gostima ruralnog turizma su kako slijedi:



Gore prikazani sustav doživljaja predstavlja neopipljivu komponentu cjelokupnog proizvoda ruralnog turizma Dalmatinske Zagore, koji je potrebno integrirati sa

opipljivom komponentom (prirodni i umjetno stvoreni resursi), što rezultira diversifikacijom unutar cjelokupnog proizvoda ruralnog turizma ovog područja u smislu segmenata proizvoda i svih njihovih komponenti koje će se gostima nuditi.

4. Iskustveno strukturiranje prostora Dalmatinske Zagore

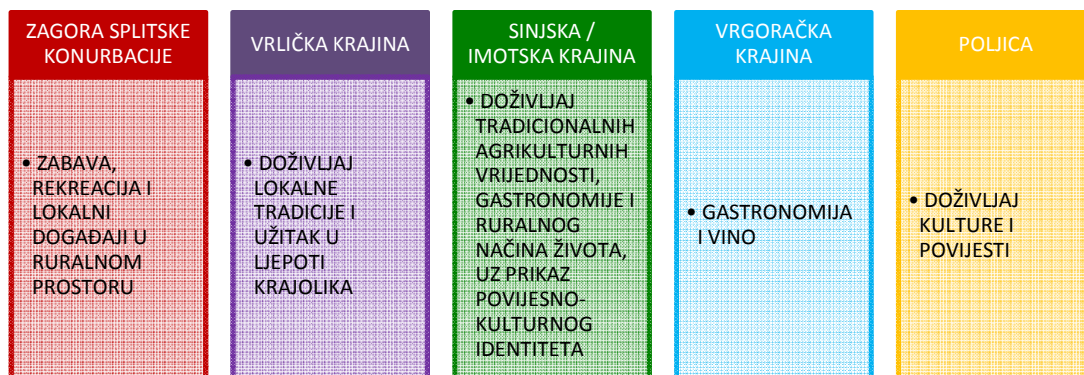
Temeljem prethodno ekspliciranih principa racionalnog upravljanja ekonomijom iskustva, svaka destinacija mora imati jasno uspostavljenu vezu između iskustvenog sklopa doživljaja (koristi zbog kojih gosti dolaze) i bazne atrakcijske strukture sa sadržajima i uslugama koji omogućavaju određenu razinu doživljaja. Na ovaj način destinacije grade svijest o sebi na turističkom tržištu i efikasno distribuiraju i komuniciraju svoje proizvode.

Što se Dalmatinske Zagore tiče, Planom razvoja turizma definiraju se doživljaji, iskustvena područja, odgovarajući proizvodi, sadržaji, usluge i aktivnosti u kontekstu cjelokupnog turističkog razvoja destinacije, dok se u ovoj Strategiji na sličan način pristupa iskustvenom strukturiranju unutar samo jednog proizvoda destinacije – ruralnog turizma. Naime, cijela destinacija Dalmatinske Zagore obiluje različitim i različito vrijednim kulturno-antropološkim i identitetskim vrijednostima, pa je stoga potrebno cijelo područje pobliže strukturirati temeljem dominantno izraženog karaktera. Tako izvedeni, a onda i uspostavljeni karakter daje osnovu oblikovanju svih potrebnih sadržaja i kompletnog turističkog lanca vrijednosti ruralnog turizma destinacije Dalmatinska Zagora.

Naš prijedlog je da se ovaj prostor strukturira na pet diferenciranih iskustvenih područja, prema sljedećoj shemi i zatim navedenim ruralnim iskustvima koja će svako od područja nuditi:

Slika 4: Iskustvena područja ruralnog turizma Dalmatinske Zagore





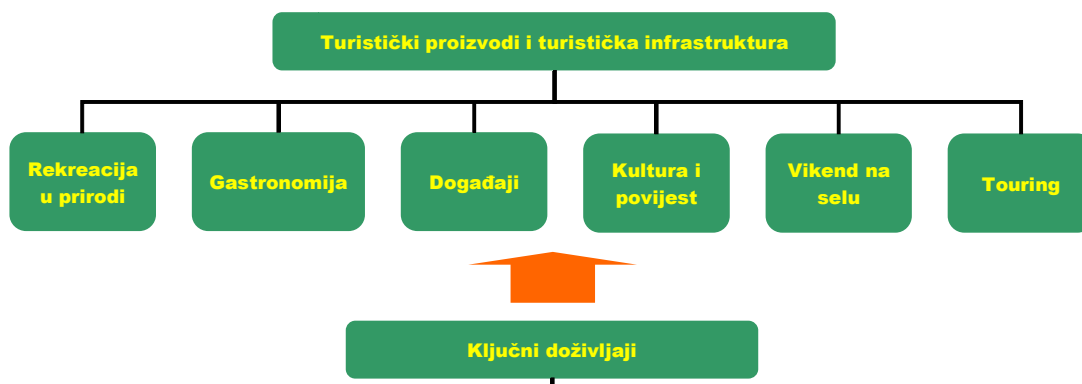
Da bi se ova iskustva mogla isporučiti, prvi korak je definiranje i profesionalizacija ključnih proizvoda ruralnog turizma Dalmatinske Zagore, koji pretpostavljaju razvoj proizvodne opreme, model upravljanja, elemente diferenciranja, a usporedno s time, potrebno je razvijati turističku infrastrukturu kao podršku proizvodima, a u konačnici i oblikovanju svakog od ovih iskustava.

U sljedećim točkama ove Strategije elaboriraju se ključni proizvodi, te kategorije smještajnih kapaciteta i turističke infrastrukture.

5. Proizvodi ruralnog turizma Dalmatinske zagore

Ruralni turizam Dalmatinske Zagore predstavlja skup turističkih proizvoda koji se temelje na postojećim prirodnim resursima, karakteristikama tradicionalnog ruralnog načina života, kulturno-povijene baštine, te tradicionalnim elementima lokalne arhitekture, i kao takav pretpostavlja definiranje onih oblika turističkih proizvoda koji se mogu profesionalno oblikovati i komercijalizirati na turističkom tržištu.

Temeljem analize resursno-atraktivne osnove, te već postojećih turističkih i gospodarskih aktivnosti, naš prijedlog proizvoda ruralnog turizma Dalmatinske Zagore, a koji se temelji na prethodno definiranim ključnim doživljajima jest:



Svaki od ovih turističkih proizvoda unutar cjelokupnog proizvoda ruralnog turizma ima specifična pravila razvoja i profesionalnog oblikovanja, ima svoje tržište i razvojni

trend, proizvodni hardver i opremu, turističku infrastrukturu i elemente diferenciranja. U tom smislu, u nastavku se daje okvir za svaki od definiranih proizvoda:

REKREACIJA U PRIRODI
OPIS PROIZVODA
<p>Rekreacija u prirodi sastoji se od nekoliko segmenata koji su identificirani temeljem postojeće resursno-atraksijske osnove. Prema tome, ovdje će se razvijati (i dodatno profesionalno oblikovati oni segmenti koji se danas u manjoj mjeri komercijaliziraju). Oblici proizvoda rekreacije u prirodi uključuju planinarenje, penjanje, jahanje, biciklizam, paragliding, rafting, splavarenje, ribolov, kajaking, kanuing, veslanje na jezeru i mnoge druge aktivnosti.</p>
OBLICI PROIZVODA
<ul style="list-style-type: none"> • Pješaćenje, biciklizam, šetnja, jahanje, itd. • Aktivnosti na jezerima i rijekama (rafting, ribolov, itd.) • Aktivnosti u zraku (paragliding i slično) • Obiteljski izleti • Team building aktivnosti u prirodi • Dječji izleti i radionice
SADRŽAJI, USLUGE I OPREMA
<ul style="list-style-type: none"> • Sadržaji i oprema za sportske / rekreacijske aktivnosti • Mogućnost najma / kupnje opreme potrebne za aktivnosti • Unutarnji i vanjski sportsko-rekreacijski sadržaji i oprema • Medicinska i spasilačka potpora • Škole, tečajevi, natjecanja, manifestacije i slično • Animacija, programi, koncerti sa temom • Ugostiteljski sadržaji u blizini • Odgovarajuća gastronomska ponuda zdrave hrane • Turistička infrastruktura / atrakcije povezane sa sportsko-rekreacijskim aktivnostima
UPRAVLJANJE
<ul style="list-style-type: none"> • Visoka razina sigurnosti, čistoće i higijene • Poslovanje koje ne ugrožava prirodni okoliš • Jednostavnost, transparentnost i jasnoća kod najma opreme • Visoko specijalizirani sportsko-rekreacijski nadzor • Mogućnost dobivanja informacija i rezervacije putem interneta • Profesionalnost i neposrednost osoblja
ELEMENTI DIFERENCIRANJA
<ul style="list-style-type: none"> • Mogućnost sudjelovanja grupa različitih sposobnosti i mogućnosti (početnici, djeca, i slično).

GASTRONOMIJA
OPIS PROIZVODA
<p>Gastronomija je turistički proizvod koji integrira tradicionalni način pripreme i usluživanja lokalnih specijaliteta sa sofisticiranijim pristupom komercijalizaciji za potrebe turista. Gastronomska ponuda Dalmatinske Zagore mora objediniti sve specijalitete ovog kraja: arambašiče, koštradina, raštika, pršut, sir, kruh ispod peke, soparnik, specijaliteti od žaba, pastrva, janjetine, itd. te je važno da se kreiraju tržišne marke specifičnih tradicionalnih gastronomskih proizvoda ovog kraja. Iznimno važna je integracija lokalnih vina i gastronomije.</p> <p>Osim što je turistički proizvod gastronomije profesionalno oblikovan i komercijaliziran kao samostalan proizvod, on će jasno biti značajan element u svim ostalim turističkim proizvodima Dalmatinske zagore.</p>
OBLICI PROIZVODA
<ul style="list-style-type: none"> • Dani posvećeni određenoj vrsti jela, pića, voću, povrću • Vinske ceste i kušaonice • Seoska gospodarstva / domaćinstva • Ruralne kuće za odmor
SADRŽAJI, USLUGE I OPREMA
<ul style="list-style-type: none"> • Prostor za prihvata grupa • Posebno oblikovani itinerari i rute sa temom gastronomije • Aktivnosti / tečajevi povezani sa procesom pripreme hrane • Certifikati porijekla (oznake) • Sustav sigurnosti • Mogućnost kupnje tipičnih proizvoda direktno od proizvođača • Mogućnost uzimanja pripremljenih specijaliteta • Kvalitetno dizajnirane trgovine • Tematski muzeji, izložbe, manifestacije, i slično • Sustav označavanja • Mogućnost naručivanja i dostave proizvoda telefonom, internetom • Mogućnost plaćanja kreditnim karticama
UPRAVLJANJE
<ul style="list-style-type: none"> • Promocija i informiranje o lokalnim specijalitetima • Mogućnost informiranja i rezervacije preko interneta • Informacije i učenje o postupku izrade i povijesti proizvoda • Kreiranje priča i mitova o proizvodima • Profesionalnost i neposrednost osoblja
ELEMENTI DIFERENCIRANJA
<ul style="list-style-type: none"> • Katalog / brošura najboljih gastronomskih specijaliteta destinacije • Manifestacije i događaji povezani sa lokalnim tradicijama (npr. Dani pršuta, Biklijada, Dani jagoda, i slično) • Vinske ceste • Kušaonice

DOGAĐAJI
<p style="text-align: center;">OPIS PROIZVODA</p>
<p>Svaki događaj ima svoju tradicijsku, kulturološku i povijesnu vrijednost, što ga čini iznimno atraktivnim za turističku valorizaciju. Dalmatinska zagora ima bogatu lepezu događaja, koji se mogu podijeliti na kulturno-povijesne događaje (npr. Alka), svetkovine (npr. Sinjska Gospa), i ostali događaji (npr. Derneci). Ključni faktori uspjeha ovog proizvoda su:</p>
<p style="text-align: center;">OBLICI PROIZVODA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Festivali, karnevali, vjerske proslave, parade, komemoracije • Koncerti, javne izložbe, ceremonije • Sajmovi, sportska natjecanja • Godišnjice, proslave, obiteljska okupljanja
<p style="text-align: center;">SADRŽAJI, USLUGE I OPREMA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Dobar pristup i mobilnost • Informativna dokumentacija, brošure, vodiči • Raznolika komplementarna ponuda • Sustav označavanja • Različite aktivnosti u sklopu događaja • Mogućnost kupnje lokalnih suvenira i memorabilije • Osigurani prostori za parkiranje • Deziigniranje i opremanje područja za piknik, rekreaciju i opuštanje • Kvalitetan smještaj u blizini mjesta održavanja događaja • Raznovrsna gastronomska ponuda sa lokalnim specijalitetima
<p style="text-align: center;">UPRAVLJANJE</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizirani vodiči / informatori • Profesionalnost i neposrednost osoblja • Mogućnost dobivanja informacija putem interneta • Profesionalizirana i specijalizirana usluga informiranja u turističkim uredima
<p style="text-align: center;">ELEMENTI DIFERENCIRANJA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Povijesno-kulturni događaji (Alka, Ero s onoga svijeta, Imota, Glumci u Zagvozdu, S Tinom u Vrgorcu itd.) • Ostali lokalni događaji (Biklijada, Derneci, Seoska olimpijada, 'Zagora gori', itd.)

KULTURA I POVIJEST
OPIS PROIZVODA
<p>Dalmatinska Zagora bogata je kulturno-povijesnim resursima, a neki od njih tek su u početku turističke komercijalizacije. Ovdje je potrebno izdvojiti tvrđave Cetinske krajine, stare mlinice, stare gradske jezgre urbanih centara Zagore, itd. Da bi se proizvod kulture i povijesti mogao profesionalno oblikovati, potrebno je značajno unaprijediti turističku infrastrukturu i uzeti u obzir sljedeće faktore uspjeha:</p>
OBLICI PROIZVODA
<ul style="list-style-type: none"> • Muzeji, arhive • Tvrđave, utvrde, kašteli • Knjižnice, biblioteke • Interpretacijski centri • Usmena predaja, festivali • Svetkovine • Arheološka nalazišta
SADRŽAJI, USLUGE I OPREMA
<ul style="list-style-type: none"> • Raznovrsnost ponude – kultura, povijest, interpretacija povijesnih događaja • Interpretacijski centri i muzeji (npr. IC Alka, Muzej Poljičke republike, i slično) • Organiziranje obilazaka kulturno-povijesnih atrakcija (tura tvrđava, i slično) • Sustav signalizacije specijaliziranih ruta • Informativna dokumentacija, brošure, vodiči, i slično • Mogućnost kupnje suvenira i memorabilije • Gastronomska ponuda • Ponuda tematske zabave (predstave, tradicionalne igre, prikaz načina života, kostimirani vodiči i slično) • Komplementarna ponuda • Dobro organizirani javni prijevoz • Područja za piknik, rekreaciju i opuštanje
UPRAVLJANJE
<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizirani vodiči / informatori • Profesionalnost i neposrednost osoblja • Profesionalni vodiči • Mogućnost dobivanja informacija putem interneta • Profesionalizirana i specijalizirana usluga informiranja u turističkim uredima • Uključenje u kataloge specijaliziranih turoperatora
ELEMENTI DIFERENCIRANJA
<ul style="list-style-type: none"> • Obilasci tvrđava, gradova, mlinica itd.

VIKEND NA SELU
<p style="text-align: center;">OPIS PROIZVODA</p>
<p>Vikend na selu je atraktivan proizvod za goste željne opuštanja i aktivnog/pasivnog odmora u prirodnom okruženju, daleko od gradskog stresnog načina života. Smještaj za goste ovog proizvoda organiziran je u agroturizmima, ruralnim kućama za odmor, ruralnim hotelima, te ruralnim resortima. Svi ovi smještajni kapaciteti moraju se razvijati tako da se poštuju elementi tradicionalne arhitekture u vanjskom i unutarnjem uređenju objekata. Turisti na vikend odmora će uživati u cjelokupnoj ponudi destinacije, a ključni faktori uspjeha za ovaj proizvod su kako slijedi:</p>
<p style="text-align: center;">OBLICI PROIZVODA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Vikend odmori • Aktivnosti u prirodi • Posjet interpretacijskim centrima • Radionice u prirodi i istraživanja • Specijalne prilike (medeni mjesec, novogodišnji praznici, okupljanja)
<p style="text-align: center;">SADRŽAJI, USLUGE I OPREMA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Raznovrsnost smještajnih kapaciteta (agroturizmi, ruralne kuće za odmor, ruralni obiteljski hoteli itd.) • Raznovrsnost gastronomske ponude • Ponuda dodatnih aktivnosti – rekreacija, sport, kultura itd. • Segmentirani doživljaji (za djecu, odrasle, grupe prijatelja, itd.) • Blizina trgovina i ugostiteljske ponude • Dodatna ponuda u smislu opremanja smještajnih kapaciteta (internet priključak i sl.)
<p style="text-align: center;">UPRAVLJANJE</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Jasan sustav standardizacije, oznaka i kvalitete smještajnih objekata • Promotivni materijali – brošure, mape, fotografije, itd. • Obiteljska atmosfera (profesionalnost i neposrednost) • Centralni ured za rezervacije – informacije o raspoloživosti, mogućnost rezervacije putem interneta i pružanje ostalih informacija
<p style="text-align: center;">ELEMENTI DIFERENCIRANJA</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Odmor u ruralnom resortu (eko-etno sela) • Specijalizacija u agroturizmu • Odmor u ruralnim kućama Dalmatinske Zagore / SDŽ • Posjeti kušaonicama

TOURING
OPIS PROIZVODA
<p>Touring proizvod će se za potrebe ruralnog turizma fokusirati na izgradnju ključnih tema i itinerara, pri čemu se mogu navesti neke od temeljnih kategorija ovog proizvoda poput: uživanje bez specifične teme, scenografija, proučavanje prirodnih, kulturnih i povijesnih atrakcija, istraživanje vlastitih preferencija i posebnih interesa itd. Ovaj proizvod se može komercijalizirati za grupe, ali i u obliku popularnog tzv. individualnog touringa, gdje gosti uzimaju automobil i samostalno kreću u razgledavanje šireg područja.</p>
OBLICI PROIZVODA
<ul style="list-style-type: none"> • Tura scenografije • Seoske ture i gastronomske ture • Ture proučavanja biljnog i životinjskog svijeta • Ture najljepših lokacija • Ture kulturološko povijesnih artefakata
SADRŽAJI, USLUGE I OPREMA
<ul style="list-style-type: none"> • Raznovrsnost ponude (gastronomija, kultura, povijest, i sl.) • Sustav turističke signalizacije prometnica • Sustav pristupa i mobilnosti • Informacije o itinerarima, vodiči, mape i slično • Deziignirana i opremljena područja za piknik, rekreaciju i opuštanje • Mogućnost kupovine suvenira i lokanih proizvoda • Ostali komercijalni sadržaji
UPRAVLJANJE
<ul style="list-style-type: none"> • Specijalizirani vodiči / informatori • Profesionalnost i neposrednost osoblja • Profesionalni vodiči • Mogućnost dobivanja informacija putem interneta • Profesionalizirana i specijalizirana usluga informiranja u turističkim uredima • Uključenje u kataloge specijaliziranih turoperatora
ELEMENTI DIFERENCIRANJA
<ul style="list-style-type: none"> • Vinske ceste Imotskog i Vrgorca, gastro tura Cetinske krajine, itd.

6. Kategorije objekata ruralnog turizma SDŽ

Uzimajući u obzir definiranu strategiju razvoja ruralnog turizma Dalmatinske Zagore, ključne proizvode koji se unutar njega integriraju, te temeljna iskustva i doživljaje koje će ruralna Zagora nuditi svojim gostima, jasno je da je potrebno definirati i postaviti jasne kategorije, standarde i strukturu ključnih tipova smještajnih objekata i turističke infrastrukture kojima će se ta iskustva oblikovati.

Naš prijedlog kategorija smještajnih kapaciteta i ključnih objekata turističke infrastrukture daje se za cijelu Splitsko-dalmatinsku Županiju, iako se u ovoj Strategiji njihov opis temelji na primjeru Dalmatinske Zagore kao ključne destinacije ruralnog turizma Županije.

6.1. Kategorije smještajnih kapaciteta i turističke infrastrukture

Temeljem analize prirodnih, kulturno-povijesnih, tradicijskih i antropoloških elemenata Dalmatinske Zagore, kao i temeljem analize najboljih primjera europskih praksi u ruralnom turizmu, naš je prijedlog da se oblikuju i razviju sljedeće kategorije kapaciteta / objekata u ruralnom turizmu ovog područja:



AGROTURIZAM

Koncept

Agroturizam – hrvatski: seljačko domaćinstvo; engleski: farmholidays; francuski: tourisme à la ferme; njemački: Urlaub am Bauernhof; talijanski: agriturismo;

Agroturizam predstavlja tip seoskog domaćinstva kod kojega je osnovna aktivnost (djelatnost) poljoprivredna proizvodnja, dok dodatnu aktivnost čine turističke usluge smještaja i prehrane gostiju. Pored osnovnih ugostiteljskih usluga smještaja i prehrane, na domaćinstvu mogu se organizirati i ostale turističke usluge (aktivnosti, paket usluga) koje imaju za cilj gostima pružiti mogućnost aktivnog odmora, odnosno maksimalno iskoristiti turistički potencijal domaćinstva. Vlasnik domaćinstva sa svojom obitelji, u pravilu, živi na domaćinstvu dok se za receptivne usluge koristi višak prostora unutar domaćinstva (gospodarstva). Stoga je gost u permanentnoj i direktnoj interakciji s domaćinom i njegovom obitelji tijekom posjeta domaćinstvu, te ima mogućnost iz prve ruke upoznati se s običajima, tradicijom, načinom i kulturom življenja, kulturološkim mikrosvijetom, kao i poljoprivrednom proizvodnjom, tipičnim proizvodima i lokalnom gastronomijom.

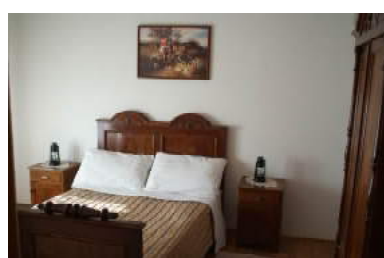
U agroturizmu postoje **tri podvrste domaćinstava**. Prvu i drugu podvrstu (otvoreni tip agroturizma) čine domaćinstva koja nude usluge prehrane izletnicima i grupama do max. 50 osoba, te domaćinstva koja nude usluge smještaja i prehrane gostima na smještaju (do max. 20 osoba, odnosno kampu do 30 osoba) kao i usluge prehrane izletnicima i grupama do max. 50 osoba. Treću podvrstu (zatvoreni tip agroturizma) čine domaćinstva koja nude usluge smještaja i usluge prehrane samo za goste na smještaju do max. 20 osoba, odnosno kampu do 30 osoba

Usluge smještaja mogu se nuditi u sobama, apartmanima ili posebnim kućama.

Za Splitsko dalmatinsku županiju preporučuje se stacionarni tip agroturizma (domaćinstva sa smještajem i prehranom gostiju na smještaju) te maksimalnim kapacitetom sjedećih mjesta do 30 osoba, ukoliko se domaćinstva organiziraju za pružanje usluga prehrane za vanjske goste, odnosno izletnike. Veličina prostora mora korespondirati broju registriranih sjedećih mjesta. Posebno se mogu brandirati domaćinstva koja nude specifični specijalitet poljičkog kraja: soparnik - jedinstven samo za taj dio Zagore.

Registracija agroturizma obavlja se sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06, čl. 38) i Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkom domaćinstvu (NN 5/08) kao seljačko domaćinstvo.

Prosječan boravak gostiju na smještaju: 3 - 10 dana; prosječan boravak gostiju-izletnika: 2 - 5 sati



Ključni elementi	Moguće aktivnosti / sadržaji
<ul style="list-style-type: none"> • poljoprivredno gospodarstvo (usmjerenost ka proizvodnji tipičnih proizvoda; plasiranje proizvoda kroz turističke usluge: usluge prehrane ili direktna prodaja na domaćinstvu) - proizvedeno i konzumirano na domaćinstvu • bliskost s prirodnim okruženjem, povezanost s lokalnom zajednicom, upoznavanje s tradicijskim i kulturnim vrijednostima • osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja) • stacionarni oblik turističke ponude (smještaj) - iskorištavanje postojećih struktura (ne vrši se pritisak na prostor za gradnju novih struktura) • uređenje domaćinstva u skladu s baštinom (ambijentalna arhitektura i opremanje) • postojanje standarda (el. energija, voda, sanitarni uvjeti) i izrazito visok stupanj čistoće i higijene • lokalna gastronomija (tradicionalni specijaliteti) • gostoljubivost - osobna briga domaćina o gostu 	<ul style="list-style-type: none"> • radionice tradicionalne kuhinje - škole kuhanja (min. 4, max. 10 osoba); gastro teambuilding za poslovne ljude • sezonski poljoprivredni radovi (sadnja, sjetva, ubiranje plodova, okopavanje, košnja i ubiranje sijena, sudjelovanje u proizvodnji tradicionalnih proizvoda, spremanje zimnice, itd.) • druženje sa životinjama: čišćenje štala, timarenje životinja, mužnja, čuvanje životinja) • stari zanati (pletanje košara, pređenje vune, uzgoj dudovog svilca, tkanje, kovačija, mljevenje žita, izrada grnčarije, izrada proizvoda od drva, stolarija, gradnja s kamenom itd.) • touring - organiziranje tematskih itinerera za svoje goste: pješačenje, biciklizam, tur obilaska utvrda, arheološki lokaliteti, planinarenje, sakupljanje ljekovitog bilja, outdoor sportovi, fly fishing na rijekama, kulturni itinereri, vinske ceste, ceste maslinovog ulja, itd.) • rekreativno jahanje i terapijsko jahanje • lokalne fešte, festivali i događanja • učenje hrvatskog jezika
Ciljne skupine	Smještaj
<ul style="list-style-type: none"> • obitelji s djecom (30 - 55 godina) • bračni parovi (35 - 75 godina) • poslovni ljudi (manageri) • vrtići, škole, fakulteti (u cilju edukacije) • udruženja (ljubitelji prirode, outdoor udruženja, gastro udruženja, ljubitelji starina, lovci, ribolovci, itd) • dnevni izletnici (zadržavaju se u mikrodestinaciji 8,4 sati) • vikend gosti • iseljenici (dijaspora) 	<ul style="list-style-type: none"> • smještajne jedinice mogu biti organizirane kao zasebne sobe, apartman, kuća ili kamp (ovisno o prostranosti struktura koje su namijenjene turističkim uslugama) • svaka soba mora imati svoje kupatilo, na svakih 4 osoba u apartmanu i kući potrebno je jedno kupatilo • jednokrevetna soba ne manja od 10m² bez kupatila (poželjno 15m²); dvokrevetna soba ne manja od 15m² bez kupatila (poželjno 20m²) • veličina kreveta u jednokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/80 cm; veličina kreveta u dvokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/140 cm • Sobni namještaj treba sadržavati krevet, ormar, noćni ormarić za svaki krevet, stolicu ili fotelju za svaki krevet. Sobni namještaj ne smije biti izrađen od PVC (plastičnih materijala) i mora biti nov ili obnovljen (ukoliko se koristi stari, tradicijski namještaj). Madraci na krevetu trebaju biti novi i kvalitetne izrade, bez tragova ulegnuća i nečistoće. • smještajni kapacitet apartmana ne veći od 5 osoba; smještajni kapacitet kuće ne veći od 8 soba

Obavezni uvjeti / standardi	Dodatni uvjeti / standardi
<ul style="list-style-type: none"> • rješenje nadležnog Ureda državne uprave o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkim domaćinstvima • ugovor sa Zavodom za javno zdravstvo o uzimanju briseva kuhinje • sanitarna knjižica za sve članove obitelji koji sudjeluju u pripremi i služenju hrane i uvjerenje Zavoda za javno zdravstvo da nosioc domaćinstva i članovi užeg domaćinstva nisu evidentirani u epidemiološkoj službi • uređen okoliš • osiguranje za odgovornosti prema trećim osobama odnosno gostima domaćinstva na smještaju kao i izletnicima (gosti koji koriste samo usluge prehrane) kao i osiguranje domaćinstva od osnovne štete • izvršen cjenik usluga • znanje najmanje jednog svjetskog jezika • dočekivanje gostiju od strane vlasnika ili nekog od članova domaćinstva • ukoliko domaćinstvo nudi usluge prehrane za goste izletnike (grupe koje se na domaćinstvu zadržavaju par sati) potrebno je organizirati poseban prostor za usluživanje obroka. Prostor za usluživanje hrane mora biti uređen prema ambijentalnim i tradicijskim elementima tradicionalne arhitekture karakteristične za kraj u kojem se domaćinstvo nalazi. Na jelovniku domaćinstva trebaju biti samo tradicionalna jela kraja u kojemu se domaćinstvo nalazi, odnosno jela spravljena od tipičnih proizvoda karakteristična za taj kraj. Za spravljanje jela organizirana je i posebna kuhinja. Također za goste izletnike potrebno je organizirati poseban sanitarni čvor za žene i za muškarce. 	<ul style="list-style-type: none"> • bazen (ukoliko je okućnica domaćinstva veća od 1000m²) • grijanje i hlađenje prostora (klima uređaj u smještajnim jedinicama ukoliko je potreban) • ograđeno domaćinstvo zelenom ogradom ili suhozidom • smještajne jedinice, sanitarni prostori kao i prostori za usluživanje jela prilagođeni za osobe s posebnim potrebama • informatička pismenost (komuniciranje on-line), postojanje turističkih informativnih brošura regije i knjige utisaka na domaćinstvu • prilagođen jelovnik osobama koje zbog zdravstvenih razloga, osobnih i religioznih uvjerenja ne konzumiraju proizvode životinjskog porijekla (vegetarijanci, makrobiotičari i ostali). U tom slučaju prilagođena jela moraju biti spravljena od namirnica s podneblja u kojem se domaćinstvo nalazi i u duhu tradicionalne kuhinje • konfekcioniranje proizvoda proizvedenih na domaćinstvu ("turistička" pakiranja) i prodajni punkt proizvoda proizvedenih na domaćinstvu (poseban prostor na domaćinstvu uređen kao prodajni punkt proizvodima iz vlastite proizvodnje) • osposobljenosti na domaćinstvu - certifikati (ekološka - biološka proizvodnja, registriran lov, registrirano ubiranje samoniklog bilja, registrirano ubiranje gljiva, osposobljenost za sommeliera ili enologa, stručni ispit za turističkog vodiča, certifikat o poznavanju jednog ili više svjetskog jezika) • osiguran parking
Prosječne cijene	Ključna tržišta
<ul style="list-style-type: none"> • 18 - 25 € po osobi za smještaj • dodatak za doručak 5 - 8 € po osobi; dodatak za ručak ili večeru 8 - 10 € za obrok (za goste na smještaju) • 15 - 30 € po osobi za obrok (za goste izletnike) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatska: Split - gosti izletnici; Zagreb i ostatak HR - vikendaši + blagdani + godišnji odmor u ljetnim mjesecima; Francuska; Velika Britanija; Njemačka; Skandinavija; Benelux; Austrija; SAD i Australija.

RURALNA KUĆA ZA ODMOR

Koncept

Ruralna kuća za odmor – hrvatski: ruralna kuća za odmor; engleski: self-catering house (ako se radi o kući prizemnici koja je usto još i pokrivena kamenim škrljama ili slamom onda se koristi naziv: cottage); francuski: gites ruraux; njemački: Landhäuser; talijanski: casa in campagna

Ruralna kuća za odmor predstavlja adaptiranu tradicionalnu kuću kod koje se poštuju uvjeti ambijentalne i tradicijske arhitekture i gradnje. Ruralna kuća za odmor može biti i vjerna kopija originalne tradicijske kuće koja je i vizualno i funkcionalno u skladu s nasljeđem kraja u kojem se domaćinstvo (kuća) nalazi. Specifičnost ove kategorije domaćinstva ogleda se u iznajmljivanju cjelokupne kuće (ne iznajmljuje se posebno po sobama ili apartmanima) s pripadajućim prostorom (okućnicom). To znači da se takva kuća po istoj cijeni iznajmljuje za cijeli kapacitet koji ona ima (npr. 6 kreveta) ili ako je popunjen npr. samo jedan krevet (iznajmljuje se jednoj osobi). Bitno za ruralnu kuću za odmor je to da se ona može organizirati u samom selu (može biti i jedan dio kuće u nizu ali ako funkcionira kao zasebna cjelina) ili može biti izdvojena iz sela kao samostojeća. Vlasnik u pravilu ne živi na tom domaćinstvu već može živjeti u drugom mjestu, ali postoji stalna komunikacija gost-domaćin (gost zna tko je vlasnik).

Registracija ruralne kuće za odmor obavlja se sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06, čl. 28. – 37.), Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 88/07) i Pravilniku o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 58/08), i to kao kuća za odmor ili apartman, odnosno popularno kao „privatni iznajmljivač“
Prosječan boravak gostiju: 5 – 7 dana



Ključni elementi	Moguće aktivnosti / sadržaji
<ul style="list-style-type: none"> • položaj domaćinstva u prirodnom okruženju ili selu i autentičnost smještajnog objekta i ambijenta; • osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja) • gostoljubivost - osobna briga domaćina o gostu • mali kapacitet smještaja (optimum 6 kreveta) • bliskost s prirodnim okruženjem, povezanost s lokalnom zajednicom, upoznavanje s tradicijskim i kulturnim vrijednostima • osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja) • postojanje standarda moderne civilizacije (el. energija, voda, sanitarni uvjeti) i izrazito visok stupanj čistoće i higijene • smještaj visoke kvalitete • organiziranje turističkih usluga u postojećim strukturama 	<ul style="list-style-type: none"> • bazen (ako je okućnica veća od 500m²) • osobni kuhar • angažman osobnog vodiča za touring po destinaciji • mogućnost najma bicikla • vinoteka ili mali vinski podrum u kući • wellness tretmani u kući (masaža, aromaterapija itd.) • učestvovanje na lokalnim feštama, festivalima i događanjima
Ciljne skupine	Smještaj
<ul style="list-style-type: none"> • bračni parovi bez djece (30 - 40 godina) • obitelji s djecom (35 - 55 godina) • poslovni ljudi (manageri) • grupe prijatelja • stanovništvo urbanih konglomeracija i okruženja • zaljubljenici u autentičnost i prirodu • vikend gosti 	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj je organiziran u sobama • jedno kupatilo na 4 osobe - poželjno da svaka soba ima svoje kupatilo (uvjet za visoku kategoriju) • jednokrevetna soba ne manja od 10m² bez kupatila (poželjno veća od 15m²); dvokrevetna soba ne manja od 15m² (poželjno veća od 20m²) bez kupatila • veličina kreveta u jednokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/80 cm (poželjno 200/80 cm); veličina kreveta u dvokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/140 cm (poželjno 200/160) • Sobni namještaj treba sadržavati krevet, ormar, noćni ormarić za svaki krevet. Sobni namještaj ne smije biti izrađen od PVC (plastičnih materijala) i mora biti nov ili obnovljen (ukoliko se koristi stari, tradicijski namještaj). Madraci na krevetu trebaju biti novi i kvalitetne izrade, bez tragova ulegnuća i nečistoće. • poželjan kapacitet kuće je za 4 sobe (najviše do 8 osoba) • kuća mora sadržavati kuhinju, blagovaonicu i dnevni boravak • smještajni kapacitet ne veći od 8 kreveta

Obavezni uvjeti / standardi	Dodatni uvjeti / standardi
<ul style="list-style-type: none"> • rješenje nadležnog Ureda državne uprave za pružanje usluga smještaja na domaćinstvu • uvjerenje Zavoda za javno zdravstvo da nosioc domaćinstva i članovi užeg domaćinstva nisu evidentirani u epidemiološkoj službi • osiguranje za odgovornost prema trećim osobama odnosno gostima domaćinstva i osiguranje domaćinstva od osnovne štete • dočekivanje gostiju od strane vlasnika ili nekog od članova domaćinstva • izvješten cjenik usluga • znanje najmanje jednog stranog jezika • uređen okoliš 	<ul style="list-style-type: none"> • grijanje i hlađenje prostora (klima uređaj u kući ukoliko je potreban) • ograđeno domaćinstvo zelenom ogradom ili suhozidom • kuća prilagođena osobama s posebnim potrebama • informatička pismenost (komuniciranje on-line) • certifikat o poznavanju jednog ili više stranih jezika • osposobljenost za turističkog vodiča • osiguran parking • bazen (ukoliko je okućnica domaćinstva veća od 500m²) • postojanje informativnih turističkih brošura regije i knjige utisaka na domaćinstvu
Prosječne cijene	Ključna tržišta
<ul style="list-style-type: none"> • 100 - 250 € za dnevni najam kuće bez bazena • 200 - 750 € za dnevni najam kuće s bazenom 	<ul style="list-style-type: none"> • Velika Britanija; Skandinavija; Njemačka; Austrija; Japan; Indija; Izrael; SAD; Rusija

KUŠAONICA – 'TRY & BUY' (vino, maslinovo ulje, sir, itd.)

Koncept

Kušaonica – hrvatski: kušaonica/kušaona; engleski: tasting room; francuski: liéu de degustation; njemački: Degustationsraum; talijanski: degustazione

Kušaonica predstavlja domaćinstvo na kojemu je poljoprivredna proizvodnja osnovna djelatnost, a koja je usmjerena ka profesionalnoj proizvodnji jednog ili najviše dva tipična proizvoda karakteristična za mjesto gdje se domaćinstvo nalazi, odnosno gospodarstvo je specijalizirano za konkretnu proizvodnju nekog od proizvoda (vino, rakije, ulje, med, sir, suhomesnati proizvodi, voće, bademi, tradicionalne slastice, proizvodi od brašna mljevenog na mlin na vodu itd.). Proizvodi se konfekcioniraju (pakiraju) te se pored direktne prodaje na mjestu proizvodnje organizira i turistička usluga kušanja proizvoda (package) koja se naplaćuje u za to organiziranom prostoru. Na domaćinstvu ne postoje smještajni kapaciteti već se nude isključivo usluge kušanja i prodaje tradicionalnih proizvoda. Kušanje se može organizirati za max. 50 osoba (izletnika) odjednom i ne mogu im se nuditi topla jela (kuhana jela kao u agroturizmu) već samo naresci.

Kušaonice, kao oblik seoskog domaćinstva, po principu „Try & Buy“ stvaraju mrežu punktova tipičnih proizvoda u destinaciji koji se mogu pribaviti direktno od proizvođača.

Registracija kušaonice obavlja se sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06, čl. 38) i Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkom domaćinstvu (NN 5/08) kao seljačko domaćinstvo/kušaona.

Prosječan boravak gostiju-izletnika: 1-2,5 sati

Preporuka za Splitsko-dalmatinsku županiju: organizirati kušaonice za max. 30 osoba. Veličina prostora mora korespondirati broju registriranih sjedećih mjesta. Brandirati "pušnicu" kao specifičnu kušaonicu - prostor gdje se tradicionalno suši meso, kao i tradicionalne mlinice u Cetinskoj krajini.



Ključni elementi	Moguće aktivnosti / sadržaji
<ul style="list-style-type: none"> • specijalizirana poljoprivredna proizvodnja • neposredna prodaja proizvoda u mjestu proizvodnje (prodajni punkt) - proizvedeno i prodano na domaćinstvu • konfekcioniranje (pakiranje) proizvoda • organiziranje turističkog package-a (prezentacija, upoznavanje s tradicijom, kušanje, kupnja) • bliskost s prirodnim okruženjem • autentičnost objekta • gostoljubivost - usmjerenost ka zadovoljstvu gosta • osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja) 	<ul style="list-style-type: none"> • upoznavanje s proizvodnjom • upoznavanje s karakteristikama proizvoda • mali tečaj degustacije za grupe • profesionalni tečajevi degustacije (sommelier, kušač maslinovog ulja, kušač pršuta, itd) za manje grupe do 10 osoba • etno zbirka • bio (ekološka) proizvodnja
Ciljne skupine	Smještaj
<ul style="list-style-type: none"> • gosti u destinaciji • gastro gosti • korporacije i poslovni ljudi • studijske grupe • grupe prijatelja • touring gosti • individualci • dnevni izletnici (zadržavaju s eu mikrodestinaciji 8,4 sati) 	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj nije nužan za ovaj oblik domaćinstva

Obavezni uvjeti / standardi	Dodatni uvjeti / standardi
<ul style="list-style-type: none"> • rješenje nadležnog Ureda državne uprave o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkim domaćinstvima/kušaoni • sanitarna knjižica za sve članove obitelji koji sudjeluju u pripremi i sluzenju hrane i uvjerenje Zavoda za javno zdravstvo da nosioc domaćinstva i članovi užeg domaćinstva nisu evidentirani u epidemiološkoj službi • uređen okoliš • osiguranje za odgovornosti prema trećim osobama odnosno gostima domaćinstva na smještaju kao i izletnicima (gosti koji koriste samo usluge prehrane) kao i osiguranje domaćinstva od osnovne štete • izvješten cjenik proizvoda i usluga • znanje najmanje jednog svjetskog jezika • poseban prostor organiziran za kušanje, uređen prema ambijentalnim i tradicijskim elementima tradicionalne arhitekture karakteristične za kraj u kojem se domaćinstvo nalazi. U sklopu kušaonice potrebno je organizirati poseban sanitarni čvor za žene i za muškarce. Izrazito visok stupanj čistoće i higijene. • adekvatan pribor i oprema za degustaciju (posebno za vino, ulje) • radno vrijeme kušaonice, osim po prethodnoj najavi i 2 sata dnevno ili određeni dani u tjednu s točno utvrđenim radnim vremenom 	<ul style="list-style-type: none"> • prostor prilagođen osobama s posebnim potrebama (invalidi) • stolovi i stolice umjesto klupa • uređen okoliš i pristup kušaoni • certifikat o znanju jednog ili više stranih jezika • stručni ispit za turističkog vodiča • ostali certifikati: sommelier ili enolog (za kušaonicu vina); kušač maslinovog ulja (za kušaonicu ulja); kušač pršuta (za kušaonicu pršuta) • informatička pismenost (komuniciranje on-line) • osiguran parking • knjiga utisaka
Prosječne cijene	Ključna tržišta
<ul style="list-style-type: none"> • 7-10 € za kušanje proizvoda • 15-20 € za kušanje s dodatnim programom (prezentacija, tečaj i sl.) • 45 € prosječan prihod po gostu (uključeno kušanje i kupnja proizvoda) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatska - domaći gosti • Hrvatska - strani gosti koji borave na godišnjem odmoru ili u posjeti

RURALNI BED & BREAKFAST

Koncept

Ruralni B&B: hrvatski: noćenje s doručkom; engleski: bed and breakfast; francuski: la chambre d'hotels; njemački: Übernachtung mit Frühstück; talijanski: pernottamento e prima colazione. **NAPOMENA:** za ovu kategoriju uvriježen je internacionalni naziv B&B koji se koristi i kao jak marketinški pojam.

Ruralni bed and breakfast (B&B) odnosno noćenje s doručkom predstavlja domaćinstvo koje pored osnovne usluge smještaja (sobe - svaka sa svojim zasebnim kupatilom ili apartmani) obavezno nudi i uslugu doručka gostima domaćinstva. Vlasnik domaćinstva nije profesionalni poljoprivredni proizvođač (ali može i biti), tj. poljoprivredna proizvodnja nije nužno vezana za turističke usluge, ali se zahtjeva da u ponudi doručka bude barem jedan proizvod vlastite proizvodnje, s obzirom da je domaćinstvo smješteno u ruralno područje i takova mogućnost postoji. Doručak se služi u posebnom prostoru organiziran za ugošćavanje. Vlasnik živi na tome domaćinstvu i praktički gost je smješten u kući domaćina, jedino ukoliko ne postoji zasebna kuća za potrebe smještaja. Životni prostori domaćina odvojeni su od prostorija koje gost koristi, tako da postoji zajamčena privatnost.

Posebna podvrsta kategorije ruralnog B&B je Bike&Bed namijenjena ciljnoj skupini biciklista. U tom slučaju domaćinstvo organizira još i sigurnu prostoriju pod ključem za spremanje i eventualan servis bicikli.

Registracija ruralnog B&B obavlja se sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06, čl. 28. – 37.), Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 88/07) i Pravilniku o izmjenama i dopunama Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 58/08), i to kao iznajmljivač soba ili apartmana s dopuštenjem usluživanja doručka gostima na smještaju, odnosno popularno kao „privatni iznajmljivač“

Prosječan boravak gostiju: 3 – 5 dana



Ključni elementi	Moguće aktivnosti / sadržaji
<ul style="list-style-type: none"> • položaj domaćinstva u selu ili malom gradu uz dobru zaštitu životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja i autentična bliskost s prirodnim okruženjem • stacionarni oblik turističke ponude (smještaj) - iskorištavanje postojećih struktura (ne vrši se pritisak na prostor za gradnju novih struktura) • mali kapacitet smještaja • postojanje standarda moderne civilizacije (el. energija, voda, sanitarni uvjeti) i izrazito visok stupanj čistoće i higijene • gostoljubivost – osobna briga domaćina o gostu • bliskost s prirodnim okruženjem, povezanost s lokalnom zajednicom, upoznavanje s tradicijskim i kulturnim vrijednostima 	<ul style="list-style-type: none"> • radionice pripreme i spravljanja tradicijskih doručaka (min 4 osobe, max 10 osoba) • touring - organiziranje tematskih itinerera za svoje goste: pješačenje, biciklizam, tur obilaska utvrda, arheološki lokaliteti, planinarenje, sakupljanje ljekovitog bilja, outdoor sportovi, fly fishing na rijekama, kulturni itinereri, vinske ceste, ceste maslinovog ulja, itd.) • lokalne fešte, festivali i događanja
Ciljne skupine	Smještaj
<ul style="list-style-type: none"> • parovi bez djece (30 - 35 i 55 - 70 godina) • individualci • biciklisti (25 - 49 godina - putuju u parovima i grupama od 6 i više osoba) • outdoor turisti (20 - 44 godine) • touring turisti • zaljubljenici u kulturne znamenitosti • posjetioци lokalnih festivala, fešti, događanja • poslovni ljudi (manageri) na teambuildingu 	<ul style="list-style-type: none"> • smještajne jedinice mogu biti organizirane kao zasebne sobe ili apartman. Za ovaj oblik domaćinstava preporučljivo je organizirati prostrane sobe koja svaka ima svoje zasebno kupatilo. • jednokrevetna soba ne manja od 10m² bez kupatila (poželjno 15m²); dvokrevetna soba ne manja od 15m² bez kupatila (poželjno 20m²) • veličina kreveta u jednokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/80 cm; veličina kreveta u dvokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/140 cm • Sobni namještaj treba sadržavati krevet, ormar, noćni ormarić za svaki krevet, stolicu ili fotelju za svaki krevet. Sobni namještaj ne smije biti izrađen od PVC (plastičnih materijala) i mora biti nov ili obnovljen (ukoliko se koristi stari, tradicijski namještaj). Madraci na krevetu trebaju biti novi i kvalitetne izrade, bez tragova ulegnuća i nečistoće • smještajni kapacitet ne veći od 12 kreveta

Obavezni uvjeti / standardi	Dodatni uvjeti / standardi
<ul style="list-style-type: none"> • rješenje nadležnog Ureda državne uprave o pružanju usluga smještaja i prehrane gostiju na smještaju • uvjerenje Zavoda za javno zdravstvo da nosioc domaćinstva i članovi užeg domaćinstva nisu evidentirani u epidemiološkoj službi i sanitarna knjižica za članove obitelji koji sudjeluju u pripremanju hrane • uređen okoliš • osiguranje za odgovornost prema trećim osobama odnosno gostima domaćinstva i osiguranje domaćinstva od osnovne štete • izvješten cjenik usluga • dočekivanje gostiju od strane vlasnika ili nekog od članova domaćinstva • doručak - u ponudi doručka trebaju biti namirnice tipične za lokalnu gastronomiju • prostor za usluživanje doručka - uređen prema tradicijskim i ambijentalnim karakteristikama • znanje najmanje jednog svjetskog jezika 	<ul style="list-style-type: none"> • grijanje i hlađenje prostora (klima uređaj u smještajnim jedinicama ukoliko je potreban) • smještajne jedinice, sanitarni prostori kao i prostor za usluživanje doručka prilagođeni za osobe s posebnim potrebama • prilagođen doručak osobama koje zbog zdravstvenih razloga, osobnih i religioznih uvjerenja ne konzumiraju proizvode životinjskog porijekla (vegetarijanci, makrobiotičari i ostali) • mogućnost kupnje proizvoda iz vlastite proizvodnje domaćinstva (npr. marmelade, skuta i sir, jaja itd) • informatička pismenost (komuniciranje on-line) • osposobljenosti na domaćinstvu - certifikati (ekološka - biološka proizvodnja, registrirano ubiranje samoniklog bilja, stručni ispit za turističkog vodiča, certifikat o poznavanju jednog ili više svjetskog jezika) • osiguran parking • postojanje informativnih turističkih brošura i knjige utisaka na domaćinstvu
<p style="text-align: center;">Prosječne cijene</p>	<p style="text-align: center;">Ključna tržišta</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 17 - 22 € za noćenje po osobi • 5 - 8 € za doručak po osobi 	<ul style="list-style-type: none"> • Francuska; Italija; Velika Britanija; Slovenija; Hrvatska; Austrija; Benelux

RURALNI OBITELJSKI HOTEL

Koncept

Ruralni obiteljski hotel: hrvatski: ruralni obiteljski hotel; engleski: rural family hotel; francuski: hotel familial rural; njemački: Ländliches Familienhotel; talijanski: albergo rurale familiare

Ruralni obiteljski hotel predstavlja domaćinstvo s većim brojem kreveta. Organizirano je u tradicionalnim objektima (autentična arhitektura) s atraktivnim prirodnim okruženjem (selo ili manje mjesto), koji po svojoj veličini i gabaritima mogu imati veći broj soba (cca. 10-15, odnosno ne manje od 5 soba). Takvi objekti ne mogu se dograđivati i nadograđivati već trebaju zadržati izvornu prostornu strukturu i oblik. Objekt za ruralni obiteljski hotel može biti i novo izgrađen objekt, ali pod uvjetom da su se kod izgradnje i opremanja poštivali svi elementi tradicijske gradnje (veličina, materijali, uređenje itd.). Domaćinstvo ima i recepciju kao i restoran te dodatne sadržaje ukoliko ih je moguće organizirati (wellness, bazen, itd.). Vlasnik domaćinstva ne bavi se profesionalno poljoprivredom, mada je poželjno da se na domaćinstvu, ukoliko je moguće proizvodi i neki od proizvoda (primjeri u Hrvatskoj: Istra i Slavonija) ili se vlasnik domaćinstva, zajedno sa svojom obitelji profesionalno bavi poljoprivredom ali raspolaže s većim kapacitetom smještaja koji je organiziran kao obiteljski hotel (iskustva Austrije i Italije: Toskana). Ruralni obiteljski hoteli mogu biti i tematski kao npr. ribolovni ako se nalazi uz rijeke ili jezera (primjer Engleska); vinski ako se nalazi u vinorodnom kraju itd.

Registraciju ruralnog obiteljskog hotela moguće je obaviti sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06) i Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hotela (pročišćeni tekst Pravilnika iz NN 88/07 i 58/08), kao hotel baština. Ukoliko se radi o novo izgrađenoj strukturi (objektu) ruralni obiteljski hotel registrira se sukladno navedenim propisima ali kao hotel.

Prosječni boravak gostiju: 4 - 6 dana



Ključni elementi	Moguće aktivnosti / sadržaji
<ul style="list-style-type: none"> • položaj domaćinstva u selu ili malom mjestu uz dobru zaštitu životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja i autentična bliskost s prirodnim okruženjem • očuvana vizura mjesta • stacionarni oblik turističke ponude (smještaj) • srednji kapacitet smještaja (do 35 kreveta) • smještaj visoke kvalitete • postojanje standarda moderne civilizacije (el. energija, voda, sanitarni uvjeti) i izrazito visok stupanj čistoće i higijene • osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja) • osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja) 	<ul style="list-style-type: none"> • otvoreni bazen i/ili zatvoreni bazen • teambuilding • wellness (sauna, masaže, aromaterapija korištenjem aromatičnih i ljekovitih biljaka kraja na kojem se domaćinstvo nalazi) • tematske večeri (gastro večeri, kulturne večeri, koncerti, izložbe itd.) vezane za tradicijske vrijednosti • sala za poslovne sastanke, manje seminare i konferencije • touring - organiziranje tematskih itinerera za svoje goste: pješačenje, biciklizam, ture obilaska utvrda, arheološki lokaliteti, planinarenje, sakupljanje ljekovitog bilja, outdoor sportovi, fly fishing na rijekama, kulturni itinereri, vinske ceste, ceste maslinovog ulja, itd.) • vinoteka • vlastita proizvodnja nekog od tipičnog proizvoda podneblja
Ciljne skupine	Smještaj
<ul style="list-style-type: none"> • individualci • parovi • grupe prijatelja • poslovni ljudi (manageri) - MICE • zaljubljenici u autentičnost i prirodu • gastro gosti • outdoor turisti (skupina od 20 - 44 godina) • touring gosti • vikendaši 	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj je organiziran isključivo u sobama koje imaju svaka svoje zasebno kupatilo • jednokrevetna soba 15 m² i veća (bez kupatila); dvokrevetna soba 20m² i veća (bez kupatila) • veličina kreveta u jednokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 200/90 cm; veličina kreveta u dvokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 200/160 cm • Sobni namještaj treba sadržavati krevet, ormar, noćni ormarić za svaki krevet. Sobni namještaj ne smije biti izrađen od PVC (plastičnih materijala) i mora biti nov ili obnovljen (ukoliko se koristi stari, tradicijski namještaj). Madraci na krevetu trebaju biti novi i kvalitetne izrade, bez tragova ulegnuća i nečistoće.

Obavezni uvjeti / standardi	Dodatni uvjeti / standardi
<ul style="list-style-type: none"> • rješenje o kategorizaciji hotela izdano od nadležnog ministarstva • osiguranje za odgovornost prema trećim osobama odnosno gostima domaćinstva • osiguranje domaćinstva od osnovne štete • vlasnik i njegova obitelj boravi na domaćinstvu ili u neposrednoj blizini domaćinstva • izvješten cjenik usluga • recepcija i restoran • znanje najmanje jednog svjetskog jezika • uređen okoliš i parking za goste 	<ul style="list-style-type: none"> • grijanje i hlađenje prostora (klima uređaj ako je potreban) • svi prostori prilagođeni osobama s posebnim potrebama (invalidima) • certifikat o poznavanju jednog ili više stranih jezika • osposobljenost za turističkog vodiča • informatička pismenost (komuniciranje on-line) • knjiga utisaka • ograđeno domaćinstvo zelenom ogradom ili suhozidom
Prosječne cijene	Ključna tržišta
<ul style="list-style-type: none"> • 30 - 40 € po osobi po danu (za usluge noćenja) • 15 - 20 € po osobi po obroku (za usluge prehrane) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatska; Austrija; Njemačka; Francuska; Velika Britanija; Skandinavija; SAD; Japan

RURALNI RESORT

Koncept

Ruralni resort – dislocirani hotel: hrvatski: ruralni resort (eko-etno sela) - dislocirani hotel; engleski: widespread hotel; francuski: hotel horizontal; njemački: horizontales Gasthaus; talijanski: albergo diffuso

Ruralni resort može se definirati kao horizontalni hotel smješten u povijesnoj jezgri nekog mjesta, može sačinjavati cjelokupno mjesto (selo) kao hotel ili više dislociranih smještajnih jedinica (soba, kuća) organizirani kao hotel s centralnom recepcijom i ostalim uslugama (npr. restoran).

Smještaj je organiziran u više različitih međusobno nepovezanih tradicijskih objekata (kuća) s cjelokupnim komforom koje pružaju i obiteljski ruralni hoteli. Gosti su u mogućnosti boraviti u zasebnim smještajnim jedinicama koje su raspršene po čitavom mjestu (selu) ili po čitavoj mikrodestinaciji. Svaka smještajna jedinica drugačije je uređena čime se razlikuje od ostalih. Servisne usluge kao usluge doručka, čišćenja objekata, mijenjanja posteljine moguće je organizirati u svakom pojedinom objektu koji čini ruralni resort, dok je usluge prehrane moguće organizirati u centralnom restoranu, što ga razlikuje od ruralnog obiteljskog hotela.

Osnovna ideja ruralnog resorta čini obnovu i stavljanje u funkciju postojećih napuštenih, starih građevina kojima se daje nova vrijednost kroz turističke usluge, a u isto vrijeme i onemogućava, štoviše i sprječava građenje novih objekata koji bi mogli narušiti autentično ruralno okruženje. Cilj je revitalizirati povijesna naselja kroz turističke usluge, odnosno potaknuti razvoj autentičnih turističkih usluga, a u isto vrijeme očuvati i popularizirati tradicijsku kulturu i generirati prihod u cijeloj zajednici (mjestu, selu). Dislocirani hotel idealan je za povijesna mjesta (sela) koja posjeduju umjetničku i arhitektonsku vrijednost i zanimljivost.

Ruralni resort integrira cjelokupni teritorij na kojem se organizira i to ne samo kroz usluge smještaja već i ostale usluge.

Vodenje i organiziranje ove vrste resorta moguće je kroz zajedničko udruživanje vlasnika (bottom up pristup) pojedinih smještajnih jedinica (min. 5 vlasnika objekata) koji stvaraju zajedničku upravljačku strukturu ili upravljačku strukturu može organizirati lokalna zajednica (uprava) kroz poseban DMC koji će okupiti vlasnike smještajnih jedinica kao dislocirani hotel (top down pristup).

Registraciju ruralnog resorta moguće je obaviti sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06) i Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (pročišćeni tekst Pravilnika

iz NN 88/07 i 58/08), kao hotel baština.

Prosječni boravak gostiju: 6 dana

Splitsko dalmatinska županija pokrenula je projekt Etno Eko sela kao model za zaustavljanje trenda rasprodaje djedovine, vraćanje života u davno napuštena sela povratkom domicilnog stanovništva i oživljavanjem tradicijske proizvodnje i starih obrta. S tim u vezi donosi se i prostorno planska dokumentacija, geodetska podloga kao i prepoznavanje sela kao kulturnih dobara, što svakako doprinosi zaštiti autentičnosti prostora bez mogućnosti gradnje novih struktura ili gotovo čitavih sela pored već postojećih ambijentalnih naselja.

Pojam Etno Eko sela može se koristiti kao razvojni program županije u cilju postizanja željenih rezultata, no davanjem dodane vrijednosti kroz turističke usluge, pojam je potrebno izmijeniti, odnosno koristiti pojam koji će na tržištima biti prepoznatljiviji.

Ruralni resort idealan je način da ovakav, tradicijski usmjeren, turistički koncept bude prepoznatljiv.

Stoga je takove ruralne resorte potrebno tematski definirati kako ponuda ne bi bila u svim selima ujednačena, kao npr.: planinski ruralni resort (dislocirani hotel) – kroz osmišljavanje turističke ponude vezane za život u planinskim selima; wellness ruralni resort (dislocirani hotel) – s osmišljenom ponudom wellness programa vezano za tradiciju kao npr. aromaterapija s ljekovitim biljkama podneblja; spravljanje čajeva s ljekovitim travama; narodna medicina; ruralni resort (dislocirani hotel) starih zanata – prikaz starih zanata regije; vinski ruralni resort (dislocirani hotel) – usmjeren na vino i ulje kao tradicionalni proizvod (pogodan za sela na otocima); glazbeni ruralni resort (dislocirani hotel) – s prikazom tradicijske glazbe i pjevanja regije itd.

Etno eko sela, odnosno ruralni resorti ne smiju biti muzealni tip organizacije turističkih usluga, nego aktivan prikaz i organizacija turističkih usluga koje su vezane uz baštinu.



Ključni elementi

- očuvanje ambijentalnosti, ruralnog prostora i originalna prezentacija tradicijske kulture
- autentičnost
- originalnost u ponudi (potenciranje specifičnosti)
- jednostavna upravljačka struktura
- stacionarni oblik turističke ponude
- postojanje standarda moderne civilizacije (el. energija, voda, sanitarni uvjeti) i izrazito visok stupanj čistoće i higijene
- osjetna očuvanost okoliša (nepostojanje vizualnog i auditivnog zagađenja)
- povijesni, kulturni, umjetnički i arhitektonski značaj

Moguće aktivnosti / sadržaji

- wellness
- eno-gastro happening
- staro zanatstvo
- tečajevi (škole kuhanja, glazbe, izrade tradicionalnih predmeta, itd.)
- festivali, fešte, događanja u mjestu i okolici
- posebno osmišljeni tematski dani i večeri

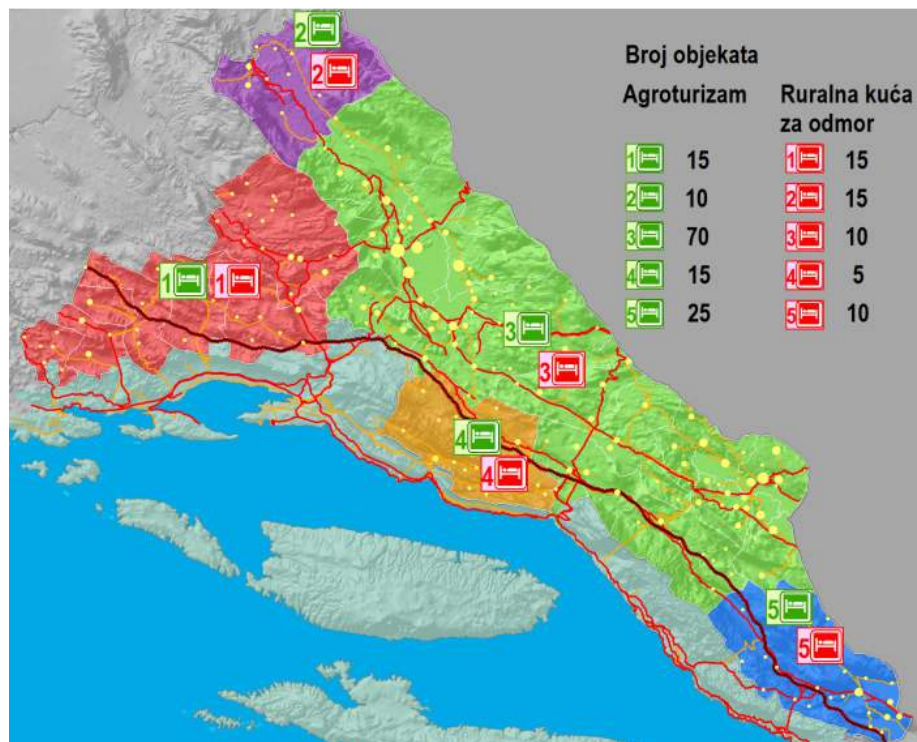
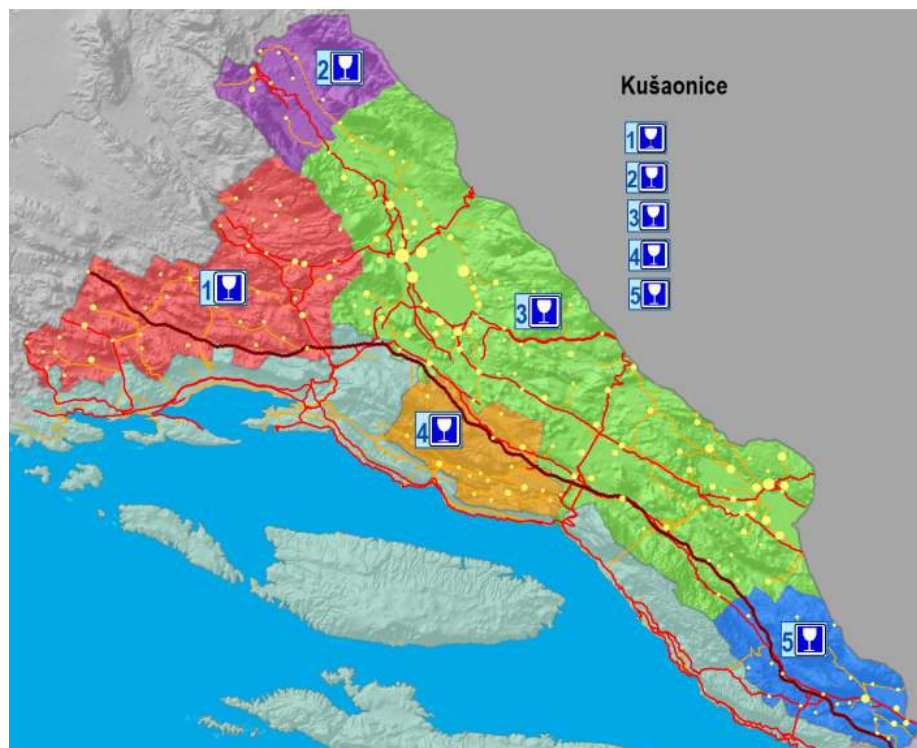
Ciljne skupine	Smještaj
<ul style="list-style-type: none"> • parovi • individualci • grupe prijatelja • poslovni ljudi (manageri) • MICE • zaljubljenici u eno-gastronomiju • zaljubljenici u prirodu i kulturu (40 - 65 godina) • touring gosti • hodočasnici 	<ul style="list-style-type: none"> • smještaj organiziran u posebnim kućama ili posebnim sobama (s kupatilom) • sobe: jednokrevetna soba ne manja od 10m² bez kupatila (poželjno veća od 15m²); dvokrevetna soba ne manja od 15m² (poželjno veća od 20m²) bez kupatila • veličina kreveta u jednokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/80 cm (poželjno 200/80 cm); veličina kreveta u dvokrevetnoj sobi ne smije biti manja od 190/140 cm (poželjno 200/160) • Sobni namještaj treba sadržavati krevet, ormar, noćni ormarić za svaki krevet. Sobni namještaj ne smije biti izrađen od PVC (plastičnih materijala) i mora biti nov ili obnovljen (ukoliko se koristi stari, tradicijski namještaj). Madraci na krevetu trebaju biti novi i kvalitetne izrade, bez tragova ulegnuća i nečistoće. • kuće: poželjan kapacitet kuće je za 4 osobe (najviše do 8 osoba) • kuće: smještajni kapacitet ne veći od 8 kreveta • kuće: kuća mora sadržavati kuhinju, blagovaonicu i dnevni boravak
Obavezni uvjeti / standardi	Dodatni uvjeti / standardi
<ul style="list-style-type: none"> • rješenje o kategorizaciji hotela izdano od nadležnog ministarstva • osiguranje za odgovornost prema trećim osobama odnosno gostima domaćinstva • osiguranje domaćinstva od osnovne štete • centralna recepcija, info punkt i centralni restoran • adekvatan pristupni put • osoblje osposobljeno za rad (recepționari, kuhari, konobari, guvernante, vodiči) 	<ul style="list-style-type: none"> • grijanje i hlađenje prostora • svi prostori prilagođeni osobama s posebnim potrebama (invalidima) • knjiga utisaka
Prosječne cijene	Ključna tržišta
<ul style="list-style-type: none"> • 50 - 70 € po osobi po danu (za usluge noćenja) • 25 € po osobi po obroku (za usluge prehrane) • 30 € po danu po osobi za dodatne usluge 	<ul style="list-style-type: none"> • Hrvatska; Italija; Francuska; Njemačka; Austrija; Skandinavija; SAD; Japan

6.2. Prikaz kapaciteta u prostoru Dalmatinske Zagore

Obzirom na definirana iskustvena područja Dalmatinske Zagore, odnosno definiranih iskustava i doživljaja koje će svako od tih područja nuditi, u nastavku se daje prikaz lokacija za objekte ruralnog bed & breakfasta, ruralnih resorta te obiteljskih hotela, odnosno raspored broja kapaciteta po područjima za objekte agroturizama, ruralnih kuća za odmor i kušaonica. Kvantifikacija objekata detaljnije je obrazložena u nastavku Strategije, pod točkom 'Dimenzioniranje smještajnih kapaciteta ruralnog turizma'.

Kartogram 10: Lokacije smještajnih objekata (resorti, B&B, obiteljski hoteli)



Kartogram 11: Broj ruralnih smj. objekata po iskustvenim područjima Dalm. Zagore**Kartogram 12: Kušaonice Dalmatinske Zagore**

7. Programi konkurentnosti

7.1. Uvod

Konkurentnost se definira kao sposobnost ostvarivanja više profitabilnosti u odnosu na prosjek drugih kompanija / destinacija koje prodaju isti proizvod istim klijentima kroz isti sistem komercijalizacije i distribucije te uz upotrebu istih tehnoloških alata.

Okvir u kojem se razvoja konkurentnost je kompleksan i raznovrstan, ponekad sa suprotnim interesima, iako socio-kulturološke i prirodne karakteristike destinacije, a osobito je to slučaj u razvoju ruralnog turizma, mogu značajno pridonijeti u intenziviranju potencijala turističkog razvoja.

Cilj programa konkurentnosti je poboljšanje uvjeta za razvoj turizma, odnosno minimiziranje onih nedostataka koji negativno utječu na konkurentnost turističkog sustava i učinkovitost javnog i privatnog sektora uključenog u razvoj turizma. Osim toga, uzimajući u obzir fokus na razvoj ruralnog turizma, namjena ovih programa jest stvaranje područja sa odgovarajućom atmosferom i uslugama te odgovarajućih standarda kvalitete, što rezultira ugodnom atmosferom i okruženjem za lokalnu zajednicu i turiste.

Nadalje, programi konkurentnosti u Strategiji ruralnog turizma samo su nadopuna kompletnom planu konkurentnosti u cjelokupnom Planu razvoja turizma Dalmatinske Zagore, i potrebno ih je promatrati kao integralnu cjelinu, a s obzirom da je ruralni turizam samo jedan od ključnih proizvoda destinacije. To znači da poboljšanje uvjeta za razvoj turizma na razini destinacije neminovno poboljšava uvjete za razvoj ruralnog turizma i njegovu konkurentnost, pa se iz tog razloga ovdje daje pregled selektiranih ključnih programa sa fokusom na ruralni turizam.

Dakle, odabir ključnih programa za podizanje konkurentnosti ruralnog turizma destinacije Dalmatinske Zagore temelji se na onim programima koji služe za poboljšanje područja aktivnosti i poslovanja koji su na bilo koji način povezani s razvojem ruralnog turizma kako bi se stvorile odgovarajuće pretpostavke kao konkurentne baze za razvoj prethodno definiranih turističkih aktivnosti, proizvoda i iskustava.

7.2. Programi konkurentnosti

Broj programa	Program
1	Organizacija za razvoj i upravljanje ruralnim turizmom *
2	Program edukacije lokalnog stanovništva o ruralnom turizmu
3	Specijalizacija gastronomske ponude destinacije
4	Razvoj komplementarne ponude destinacije
5	Razvoj ključnih tura Dalmatinske Zagore
6	Kušaonice vina i lokalnih proizvoda *

* Ovi programi se elaboriraju u drugim poglavljima ove Strategije, pa se stoga ovdje detaljno ne opisuju

1. ORGANIZACIJA ZA RAZVOJ I UPRAVLJANJE RURALNIM TURIZMOM (u kasnijoj fazi implementacije Strategije)

Upravljanje razvojem ruralnog turizmom Dalmatinske zagore, odnosno Splitsko-dalmatinske županije će se odvijati u nekoliko faza, pa se stoga i može očekivati da će organizacija i uspostava upravljačke strukture također biti izvedena u fazama.

Osnivanje Organizacije koju predlažemo u okviru Programa konkurentnosti očekuje se, dakle, tek u kasnijoj fazi razvoja ruralnog turizma ovog područja, jer trenutna situacija (zakonske mogućnosti, kapaciteti ljudskih resursa, organizacijski procesi i sl.) nameće nužnost faznog pristupa organizacijsko-upravljačkom modelu.

Prema tome, za izgradnju konkurentnosti ruralnog turizma, u kasnijoj fazi implementacije ove Strategije predlaže se osnivanje organizacije za razvoj ruralnog turizma na području županije, a koja sukladno pravilima i dosezima razvoja ruralnog turizma Hrvatske promiče i potiče razvoj turizma u ovoj destinaciji.

Ključni zadaci ove organizacije su sljedeći:

- upravljanje aktivnostima, intenzitetom i kvalitetom razvoja ruralnog turizma
- stvaranje pretpostavki za investiranje u razvoj seoskih gospodarstava
- selekcija objekata koji će biti uključeni u razvojni program ruralnog turizma
- savjetodavne usluge na terenu
- edukacija u ruralnom turizmu
- formiranje timova stručnjaka (arhitekti, dizajneri, pejzažist, konzervatori, etnolozi, itd.)
- formiranje ruralnog turizma kao posebnog turističkog proizvoda
- marketing i promotivne aktivnosti
- donošenje kriterija standardizacije i klasifikacije

Obzirom da se u nastavku ove Strategije detaljno predlaže model organizacije i njeni zadaci, ovaj se program konkurentnosti neće dodatno elaborirati u ovom poglavlju.

2. PROGRAM EDUKACIJE LOKALNOG STANOVNIŠTVA O RURALNOM TURIZMU

CILJ PROGRAMA

Cilj ovog programa konkurentnosti je podizanje svijesti i poticanje posvećenosti novom razvojnom modelu turizma destinacije Dalmatinske Zagora, te podizanje razine svijesti o značaju ruralnog turizma za ekonomiju ovog područja. Predanost i posvećenost lokalne zajednice turizmu je ključ zdravog i kvalitetnog razvoja turizma, jer na taj način cjelokupna destinacija gradi imidž o sebi u umovima svojih gostiju. Nadalje, informiranje o načinima razvoja kapaciteta u ruralnom turizmu, ključnim standardima, načinima financiranja, te izvorima savjetodavne potpore ključni su za ovu početnu fazu razvoja novog turističkog proizvoda.

KLJUČNE AKTIVNOSTI

Profesionalni trening i edukacija u ruralnom turizmu

- Ruralni smještajni objekti: cjelokupno upravljanje seoskim domaćinstvom
- Obilasci potencijalnih domaćinstava
- Podrška pri izradi poslovnih rješenja
- Informacije i podrška - izvori financiranja
- Načini povezivanja domaćinstava sa lokalnom, županijskom i državnom upravom
- Studijska putovanja za pružaoce usluga u ruralnom turizmu
- Usluge: kvaliteta, zadovoljavanje potreba i očekivanja turista, itd.
- Tehnike prodaje i komercijalizacije
- Komunikacijske tehnike
- Profesionalna i uslužna izvrsnost
- Jezici: njemački, engleski, francuski, itd.
- Upravljanje: ljudski resursi, ekonomija i financije, logistika, itd.

INFORMACIJE NA INTERNETU

- http://www.ruraltourisminternational.org/main.php?obj_id=676181603
- http://www.forestur.net/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=17&Itemid=51
- <http://woe.tsnsu.org.uk/rural>
- www.ste.edu.gr/uk/ste_uk.htm
- www.atec.ca/
- www.watourismawards.com.au/index.site.restaurants.restaurant.1424.html
- www.tourismti.com/home.html
- www.emerit.ca/eng/index.aspx
- <http://app.stb.com.sg/asp/ina/ina07.asp>

RAZINA PRIORITETA

Visoka

3. SPECIJALIZACIJA GASTRONOMSKE PONUDE DALMATINSKE ZAGORE

CILJ PROGRAMA

Lokalna gastronomija (hrana i vino) integralni su dio iskustva, odnosno doživljaja svake destinacije ruralnog turizma, i mnoge se destinacije natječu u pružanju što raznovrsnijih doživljaja tradicije svojih ruralnih krajeva. Nadalje, identitet lokalnog stanovništva reflektira se i jača kroz gastronomska iskustva koja destinacija nudi svojim gostima. Dalmatinska Zagora treba igrati na kartu kvalitetnih tradicionalnih vina Vrgoračke i Imotske Krajine, te organski uzgojene hrane kao i tradicionalnih proizvoda. Ovaj projekt potrebno je realizirati u suradnji privatnog i javnog sektora, s jedinstvenim ciljem osiguranja prepoznatljivosti proizvoda hrane i pića destinacije, pa je stoga potrebno brendirati one gastronomske proizvode koji su prepoznatljivi za ovo područje i izraz su njegove kulture, identiteta i načina življenja.

Gastronomija, sa svojom lepezom tradicionalnih jela različitih dijelova ovog područja (soparnik, arambašići, raštika, sir, pršut, itd.) izuzetno je važan resurs u turističkoj ponudi Dalmatinske Zagore. Ovaj program konkurentnosti pomoći će u specijalizaciji gastronomije kao i njenoj diferencijaciji u odnosu na druge destinacije ruralnog turizma u Hrvatskoj.

Ključni rezultati ovog programa su obogaćivanje iskustava / doživljaja Dalmatinske Zagore kreiranjem gastronomskih iskustava kroz:

- Kreiranje brendova lokalnih specijaliteta (pršut, sir, arambašići, soparnik, itd.)
- Sudjelovanje lokalnih proizvođača zdrave hrane u distribuciji svojih proizvoda na području cijele destinacije
- Specijalizacija i diferencijacija gastronomske ponude Dalmatinske Zagore

KLJUČNE AKTIVNOSTI

- **Kreiranje atributa sa dodatnom vrijednosti u sklopu gastronomske ponude Dalmatinske Zagore** - kreiranje odabranih specijalnih oznaka ova destinacija uspostaviti će diferencijaciju od ostalih destinacija ruralnog turizma u Hrvatskoj. Rezultat je ponuda različitih iskustava i doživljaja u regiji / destinaciji
- **Programi radionica 'Kuhaj i kušaj'** - kuharske radionice za turiste (individualce, grupe, parove, kompanije itd.) u trajanju od pola dana do nekoliko dana, organiziranje 'team building' radionica za korporativne goste i sl.
- **Program 'Lokalni proizvodi za lokalnu kuhinju'** - proizvodnja lokalne, organske hrane za upotrebu u lokalnim restoranima - ugovori lokalnih proizvođača organske hrane sa lokalnim restoranima i hotelima o kupoprodaji organskih proizvoda

INFORMACIJE NA INTERNETU

- http://www.pralognan.com/uk/forum_du_gout.php
- <http://www.anticacucinagenovese.it/eindex.htm>
- <http://www.cookandtaste.net/who.html>
- <http://www.frenchentree.com/france-food-cuisine/>
- <http://www.golfvillas-france.com/services-golf-villa/tourism-gastronomy-golf.php>
- http://www.atlas-euro.org/SIG/Gast/Gast_introduction.htm

RAZINA PRIORITETA

Visoka

4. RAZVOJ KOMPLEMENTARNE PONUDE DALMATINSKE ZAGORE

CILJ PROGRAMA

Komplementarna ponuda Dalmatinske Zagore vrlo je slabo razvijena - na primjer, iako ima lokalnih proizvoda (vino, lokalni prehrambeni proizvodi, lokalne rukotvorine, i sl.) koji se mogu uključiti u turističku ponudu, ipak postoji nedostatak lokalnih proizvođača koji svoje proizvode prodaju turistima i posjetiteljima. Kupovina lokalnih proizvoda je bitna komplementarna aktivnost gostiju, zbog njihove izražene potrebe da se lokalni suveniri, lokalni prehrambeni proizvodi i lokalne rukotvorine kupuju kao podsjetnik na boravak u destinaciji.

Ovim programom potiču se privatni subjekti u razvoju lokalnih proizvoda kao komplementarne ponude, koja se plasira na tržište turizma, i na ovaj način povratno se potiče poljoprivredna i ostala lokalna proizvodnja, te na koncu atraktivnost cijele destinacije. Stoga je važno da se u ovaj program realizira na način da se potakne poticajima i bespovratnim sredstvima u cilju poticanja malog lokalnog poduzetništva temeljem tipične lokalne proizvodnje.

KLJUČNE AKTIVNOSTI

- Identificiranje ključnih proizvoda lokalnih rukotvorina za komercijalizaciju
- Identificiranje ključnih lokalnih prehrambenih proizvoda za komercijalizaciju
- Identificiranje i kreiranje lokalnih suvenira
- Kreiranje 'ruralnih *shopping* područja' u urbanim centrima koji će imati ponudu lokalnih proizvoda tipičnih za svako iskustveno područje Dalmatinske Zagore
- Sustav lokalnih tržnica sa lokalnim područjima (uz mogućnost organizacija 'putujućih tržnica')
- Financijsko poticanje aktivnosti razvoja komplementarne ponude

INFORMACIJE NA INTERNETU

- <http://www.allrural.com/gastronomia/index.php?lingua=eng>
- <http://www.auvergne.visite.org/EN/tourism.php>
- www.geneva-tourism.ch/?rubrique=000000448&lang=_eng
- <http://www.frenchentree.com/france-food-cuisine/>
<http://www.frenchentree.com/france-food-cuisine/>
- http://www.liechtenstein.li/en/liechtenstein_main_sites/portal_fuerstentum_liechtenstein/fl-tou-tourismus/fl-tou-gastronomie.htm

RAZINA PRIORITETA

Visoka

5. RAZVOJ KLJUČNIH TURA DALMATINSKE ZAGORE

CILJ PROGRAMA

Visoka atraktivnost i potencijal za razvoj i organizaciju tura Dalmatinske Zagore omogućava njegovu brzu komercijalizaciju. Potrebno je pažljivo osmisliti, strukturirati te kvalitetno oblikovati itinerare za ključne ture destinacije u smislu iskustva i kvalitete, a sukladno ustanovljenim ključnim faktorima uspjeha ovog proizvoda. Dakle, u početnoj fazi, Dalmatinska Zagora mora profesionalno organizirati nekoliko uzbudljivih i neobičnih tura svog cjelokupnog područja, a na dugi rok, očekuje se razvoj destinacijskih menadžment kompanija, koje će u suradnji sa destinacijskom menadžment organizacijom Dalmatinske zagore omogućiti daljnji razvoj ovog proizvoda. Razvoj tura Dalmatinske zagore više je stvar umijeća i interesa organizatora nego velikih investicija u turističku supra i infrastrukturu.

KLJUČNE AKTIVNOSTI

- Identificiranje ključnih 3-4 tura (vinska tura, tura tvrđava, i sl.)
- Suradnja svih iskustvenih područja Dalmatinske Zagore na organizaciji i strukturiranju tura
- Uspostava sustava signalizacije za proizvod tura
- Suradnja svih iskustvenih područja Dalmatinske Zagore na definiranju kriterija za turističku signalizaciju (tur. Resursi i atrakcije, usluge, sadržaji, i sl.)
- Oblikovanje informacijskih i promotivnih materijala za proizvod tura
- Organizacija tura tako da uključuju lokalne događaje i manifestacije, posjete lokalnim tržnicama, itd.

INFORMACIJE NA INTERNETU

- http://www.ruralbritaintours.com/tour_france_it.htm
- http://www.ruraltour.org/emiliaromagna/cms/itinerary_of_freedom_itinerary_1
- http://www.infohub.com/vacation_packages/19792.html
- <http://www.cotswolds.info/cotswold-tours.shtml>

RAZINA PRIORITETA

Visoka

6. KUŠAONICE VINA I LOKALNIH PROIZVODA

Kušaonice se organiziraju u domaćinstvima gdje je poljoprivredna proizvodnja osnovna djelatnost, a koja je usmjerena ka profesionalnoj proizvodnji jednog ili najviše dva tipična proizvoda karakteristična za mjesto gdje se domaćinstvo nalazi, odnosno gospodarstvo je specijalizirano za konkretnu proizvodnju nekog od proizvoda (vino, rakije, ulje, med, sir, suhomesnati proizvodi, voće, bademi, tradicionalne slastice, itd.). Proizvodi se konfekcioniraju (pakiraju) te se pored direktne prodaje na mjestu proizvodnje organizira i turistička usluga kušanja proizvoda (package) koja se naplaćuje u za to organiziranom prostoru.

Potencijalne lokacije za razvoj kušaonica su na cijelom području Dalmatinske zagore, a posebno u Cetinskoj krajini, te Imotskoj i Vrgoračkoj krajini, zbog većeg potencijala poljoprivredne proizvodnje i već predstavljenih identiteta pojedinih iskustvenih područja. Marketing plan

Obzirom da se u nastavku ove Strategije detaljno predlaže koncept i organizacija Kušaonice, ovaj se program konkurentnosti neće dodatno elaborirati u ovom poglavlju.

J. MARKETING PLAN

1. Uvod

Razlog izrade marketing plana je ne samo povećanje svjesnosti svih sudionika o potrebi marketing planiranja i implementiranja, već i postavljanje sustava (formalnog i neformalnog) suradnje između turističkih djelatnika iz javnog i privatnog sektora kao i onih koji imaju uloge potpore i odlučivanja.

Glavna uloga je postaviti sve marketing alate na način da oni podupiru održiv razvoj područja Zagore, povećaju prihode lokalnog stanovništva i u krajnjoj instanci omoguće razvoj uporišta na osnovi kojih se ova regija pozicionira i nudi svoje turističke proizvode tržištu.

Zagora je na samom početku razvoja proizvoda ruralnog turizma gdje se promotivna aktivnost vezana na proizvod uglavnom temelji na individualnim naporima pojedinih ponuđača. Takve akcije su kvalitetne s obzirom na mogućnosti i resurse pojedinaca, ali ne postoji koordinacija niti odgovarajući integrativni pristup promociji ruralnog turizma kako Zagore tako niti Splitsko-dalmatinske županije, a s obzirom na kvalitetu, kreiranje imidža i prepoznatljivosti proizvoda.

Razvoj marketing strategije ruralnog turizma uključuje postavljanje ciljeva marketing plana na rok od 5 godina te definiranje strategije marketing miksa.

Očekivane koristi marketing plana:

- bolje shvaćanje aktivnosti, mogućnosti, stavova i prednosti koje postoje na području Zagore
- bolja koordinacija informacija i resursa, usklađivanjem velikog broja informacija od različitih involviranih subjekata
- identifikacija i privlačenje specifičnih vještina potrebnih za izvođenje plana
- promocija ruralnog turizma Zagore kao proizvoda prvenstveno za male poslovne subjekte (domaćinstva) ali i za srednje poslovne subjekte koji nalaze svoj interes
- koordinirani pristup marketingu sa sinergijskim efektima između putničkih agencija i turoperatora koji promoviraju ruralni turizam
- razvoj lokalnih marketing materijala i intra-regionalnih aktivnosti.

2. Ciljevi marketing plana

Svrha marketing plana je da komunicira viziju Zagore kao i da odredi glavne prioritete marketing sustava u sljedećih pet godina. Strateški prioriteti predstavljaju vodič za buduće planiranje kao i budući razvoj marketinških inicijativa i akcija. Strateški prioriteti marketing sustava za ruralni turizam Zagore su sljedeći:

1. *Stvaranje i razvoj tržišne marke ruralnog turizma Zagore*
2. *Integrirana marketinška komunikacija*
3. *Internet*
4. *Kreiranje DMO-a Dalmatinske Zagore*

1. Stvaranje i razvoj tržišne marke ruralnog turizma Zagora

Kreiranjem tržišne marke stvara se identitet ruralnog turizma na području Zagore u sklopu cjelokupne turističke ponude kako Zagore tako i SD Županije. Na ovakav se način Zagora kao i ruralni turizam pozicionira kao konkurentan proizvod na vrlo diversificiranom tržištu. Stvaranjem tržišne marke potencijalni gost dobiva dodatnu garanciju i sigurnost prilikom odabira destinacije.

Tržišna marka predstavlja jedinstvenu kolekciju iskustava / doživljaja koje omogućuju miks racionalnih, emocionalnih, socioloških i kulturoloških prednosti i koristi za gosta. Gosti stoga biraju tržišne marke odnosno destinacije prema emocionalnoj vrijednosti koju tržišne marke / destinacije predočuju.

2. Integrirana marketinška komunikacija

Dalmatinska Zagora je na samom početku razvoja profesionalnih turističkih proizvoda gdje se dosada promotivna aktivnost vezana na turističke proizvode uglavnom zasniva na individualnim naporima pojedinih ponuđača. Takve aktivnosti su kvalitetne s obzirom na mogućnosti i resurse pojedinaca, ali nisu u koordinaciji niti imaju integralni pristup promociji turizma Zagore. Stoga se u prvoj fazi razvoja integrirane marketinške komunikacije treba fokusirati na stvaranje osnovne baze turističkih proizvoda, te poslije stvaranja odgovarajućeg volumena i kvalitete, aktualizirati integrirani pristup marketinškoj komunikaciji iskustvenih / doživljajnih područja.

3. Internet

Internet stranice kao i e-mail / direktni marketing su u periodu od zadnjih desetak godina zauzeli permanentnu ulogu u turizmu kao i u planiranju marketinških strategija sa kontinuirajućim trendom preuzimanja sve veće uloge. Kao i ostali oblici medija i komunikacijskih alata, Internet marketing mora biti integriran u opću marketinšku strategiju, čime se daje najveća moguća razina iskorištenja mogućnosti i potencijala na turističkom tržištu.

4. Kreiranje DMO-a Dalmatinske Zagore

Kao jedan od prioriteta razvoja marketinške strategije javlja se potreba za organiziranim pristupom u upravljanju turizmom Dalmatinske Zagore kao i ruralnog turizma Zagore kao njegovog legitimnog dijela. Pošto se iz analize dosadašnjih aktivnosti moglo jasno identificirati želja svih sudionika marketing aktivnosti na prostoru Dalmatinske Zagore (TZ-ova) da postoji želja i volja za kreiranjem destinacijske management organizacije te su učinjeni prvi koraci u tom smjeru (prve koordinacije), smatramo da je u nadležnosti TZ SD Županije da podupre ovu inicijativu i počne organizirati jedinstveno tijelo za upravljanje marketingom, ali i proizvodima, sustavom istraživanja i ostalim aktivnostima na prostoru Dalmatinske Zagore.

3. Marketing plan turističkih proizvoda ruralnog turizma Zagore

Marketing plan proizvoda postavlja strategiju prilagođenu za svaki proizvod prema njegovim pojedinačnim uvjetima i izazovima. U svakom od prikaza proizvoda su obrađene šanse proizvoda, koji su pojavni oblici svakog od proizvoda, na koju vrstu gostiju se može računati u sklopu pojedinačnog proizvoda sa dodatnom strategijom nastupa prema geo tržištima. Na kraju svakog prikaza proizvoda su razrađeni alati komunikacije i distribucije prema tržištu. Svi elementi marketing plana proizvoda trebaju biti na međunarodnoj razini izvođenja.

1. Rekreacija u prirodi

U zadnjih 15 godina su se počeli razvijati prostori koji intenzivno promišljaju svoje kapacitete i programe tokom cijele godine. Programi se sastoje uglavnom od skupa različitih odmorišno-rekreativnih aktivnosti, zavisno od godišnjeg doba. Turistički proizvod rekreacije se može podijeliti bazično na ljetni (od lipnja do kraja rujna) i zimski odmor (od listopada do travnja). Najčešće ljetne aktivnosti su: "Sun & lake" ljetni programi (kupanje, sunčanje, wellness), pješaćenje i blage aktivnosti u prirodi, biciklizam, paragliding, zmajarenje, vodeni sportovi i aktivnosti (plov rijekama, ribolov). Najčešće zimske aktivnosti su sljedeće: lov, nordijsko skijanje, sanjkanje, klizanje, karling. Ovaj proizvod bi pogotovo bio interesantan ljeti dok je veliki interes za hrvatsku obalu gdje Zagora i ruralni turizam mogu uvelike "profitirati" postavljanjem većeg broja planiranih aktivnosti i njihovom promocijom na obali. Naravno da su za Zagoru određeni oblici aktivnosti nedostupni i stoga smo planirali strategiju ovog proizvoda na sljedeći način:

Rekreacija u prirodi



Šanse

Povoljni klimatski uvjeti cijele godine
Ljetni rekreacija predstavlja primarnu alternativu pasivnom odmoru na moru
Zimi rekreacija ima fokus na kvalitetu ponude dodatnih usluga i aktivnosti
Širok spektar aktivnosti

Oblici proizvoda

Obiteljski izleti
Dječji izleti i radionice
Pješaćenje, biciklizam, šetnja
Aktivnosti na jezerima i rijekama
Proučavanje prirode

Tip gostiju

Obitelji sa djecom
Dječje grupe
Aktivni individualci (do 45 godina)
Mlađa populacija (18 - 25 godina)
Grupe prijatelja

Geo tržišta

Sva primarna tržišta SDŽ
Hrvatska
BiH

Komunikacija

Publikacije
Oglašavanje
Promocijski paketi
Turistički sajmovi
Press putovanja i izleti upoznavanja

Distribucija

Turoperatori
Specijalizirane agencije
Rezervacijski sustavi
Informativni centri na obali
Direktni marketing

2. Gastronomija

Dalmatinska Zagora obiluje tradicionalnim oblicima hrane i piće, te ukoliko se da dodatni fokus na ruralni oblik turizma, dodatno se pronalaze elementi od samog početka procesa proizvodnje hrane (voće, povrće, mliječni proizvodi, mesni proizvodi, pića i napitci) preko prezentacije svih oblika i načina pripreve gastronomskih delicija pa sve do prezentacije na stolu. Fokus ovog proizvoda je kreiranje jedinstvene emocionalne veze sa gostima kroz prezentaciju hrane i pića, a koja se uobičajeno događa na raznim oblicima restorana, konoba, kušaonica, pa sve do pripreve i prezentacije gastronomije u prirodi. Za ovaj proizvod je važno konstantno usavršavanje i upravljanje sustavom kvalitete te rad na krajnjoj prezentaciji jela na stolu. Proizvod se može planirati na sljedeći način:

Gastronomija		
		
Šanse	Oblici proizvoda	
Zdrava i prirodna prehrana Revitalizacija starih recepata sa modernom interpretacijom Dodatni prihod seoskih domaćinstava Neograničeni broj vrsta i načina prezentacije hrane i pića	Dani posvećeni određenoj vrsti jela, pića, voću, povrću Vinske ceste i kušaonice Seoska gospodarstva / domaćinstva Ruralne kuće za odmor	
Tip gostiju	Geo tržišta	
Putnici u tranzitu Obitelji sa djecom Poslovni ljudi / poslovne grupe Izletnici Grupe prijatelja	Sva primarna i sekundarna tržišta SDŽ Hrvatska	
Komunikacija	Distribucija	
Specijalizirani magazini, časopisi Promotivni materijali Sjamovi prehrane Press putovanja	Specijalizirane agencije Restorani i hoteli na obali Informativni centri na obali Direktni marketing	

3. Događaji

Događaji su specifičan proizvod što se tiče sezonalnosti jer se uglavnom održavaju jednom godišnje, ali sve turističke destinacije intenzivno rade na kreiranju cjelogodišnjeg kalendara događaja tako da bi se popunila potražnju i u ostalim mjesecima izvan glavne sezone u godini. Događaji su za turiste obično treće ili četvrto putovanje u godini (ukoliko se dolazi baš zbog tog događaja) odnosno element popunjavanja vremena tijekom glavnog odmora drugog motiva. Ovaj proizvod ima veliki potencijal zbog višestrukih koristi koje doprinosi lokalnoj zajednici / destinaciji.

<h2>Događaji</h2>		
		
Šanse	Oblici proizvoda	
Povećana potrošnja Povećano znanje o Zagori Razvoj novih sadržaja i infrastrukture Pojačavanje regionalnih tradicijskih vrijednosti Povećani ponos lokalne zajednice	Festivali, karnevali, vjerske proslave, parade, komemoracije Koncerti, javne izložbe, ceremonije Sajmovi, sportska natjecanja Godišnjice, proslave, obiteljska okupljanja	
Tip gostiju	Geo tržišta	
Obitelji sa / bez djece Parovi Izletnici / individualni gosti Grupe prijatelja	Sva primarna i sekundarna tržišta SDŽ Hrvatska	
Komunikacija	Distribucija	
Publikacije Oglašavanje Turistički i specijalizirani sajmovi Press putovanja	Specijalizirane agencije Restorani i hoteli na obali Informativni centri na obali Direktni marketing	

4. Kultura i povijest

Kultura i povijest kao turistički proizvod ne dotiče samo kulturne spomenike, već se ovdje radi i o širokoj lepezi raznolike kulturološke ponude poput tradicionalnih festivala, umjetnosti, književnosti, slikarstva, proslava, običaja pa sve do izrade tradicionalnih predmeta. Ovaj proizvod omogućuje prije svega aktivno sudjelovanje javnog sektora sa svojim tijelima kulture, tako i lokalnog stanovništva svojim aktivnim sudjelovanjem i privatnom inicijativom, a sve sa glavnim ciljem očuvanja i njegovanja iskonske vrijednosti raznih oblika kulturne ponude Dalmatinske Zagore. Turistički proizvod kulture i povijesti planiran je na sljedeći način:

Kultura i povijest		
		
Šanse	Oblici proizvoda	
Dopuna primarnim aktivnostima Usko povezan sa ostalim proizvodima Mali troškovi profesionalizacije (resursi već postoje)	Muzeji, arhive Tvrđave, utvrde, kašteli Knjižnice, biblioteke Interpretacijski centri Usmena predaja, festivali Svetkovine	
Tip gostiju	Geo tržišta	
Obitelji sa / bez djece Stariji parovi Školske / sveučilišne grupe Grupe prijatelja	Primarna tržišta SDŽ Hrvatska	
Komunikacija	Distribucija	
Publikacije Oglašavanje Turistički sajmovi Press putovanja	Specijalizirane agencije Informativni centri na obali Muzeji, škole, učilišta Direktni marketing	

5. Vikend na selu

Vikend obično traje između jednog i tri dana, ponekad i duže, a predstavlja drugi, treći ili četvrti odmor u godini. Glavni motivi vikenda su bijeg od svakodnevnice, odmor i "punjenje baterija" te posvećivanje obitelji. Ovaj turistički proizvod nema sezonalni karakter, prvenstveno jer se veže na vrlo diversificiran broj motiva dolaska u destinaciju, ali je vrlo elastičan u odnosu na cijenu. Kratki odmori imaju sljedeće marketing strategije:

Vikend na selu		
		
Šanse	Oblici proizvoda	
<ul style="list-style-type: none"> Svjetski trend uzimanja više kraćih odmora (2 - 3 dana) Najbrže rastući turistički proizvod Visoki prihod po gostu Lak pristup tržištu 	<ul style="list-style-type: none"> Vikend odmori Aktivnosti u prirodi Posjet interpretacijskim centrima Radionice u prirodi i istraživanja Specijalne prilike (medeni mjesec, novogodišnji praznici, okupljanja) 	
Tip gostiju	Geo tržišta	
<ul style="list-style-type: none"> Bračni parovi bez djece Mlađi parovi Manje grupe prijatelja Individualni gosti 	<ul style="list-style-type: none"> Hrvatska Primarna i sekundarna tržišta SDŽ 	
Komunikacija	Distribucija	
<ul style="list-style-type: none"> Internet stranice Publikacije Oglašavanje Katalog proizvoda Izleti upoznavanja 	<ul style="list-style-type: none"> Turoperatori Putničke agencije Direktni marketing Rezervacijski sustavi Internet stranica ruralnog turizma Zagore 	

6. Touring / Kružna putovanja

Touring je jedan od najznačajnijih proizvoda u receptivnom turizmu, iako za potrebe ruralnog turizma je vrlo važno se fokusirati na izgradnju ključnih tema i itinerara ovog proizvoda. Uobičajena praksa je da se u željenu destinaciju dolazi autobusom ili autom nakon čega započinje određena tema ture. Većina tura traje od 2 do 3 noćenja (kad se govori o većim područjima poput Zagore), a prodaje se kroz široku mrežu tour operatora, operatora i agencija na području emitivnih tržišta. Obično svaka tura ima neku svoju temu, pri čemu je uobičajeno, ovisno od karaktera ture, navesti neke od temeljnih kategorija ovog proizvoda poput: uživanje bez specifične teme, scenografija, proučavanje prirodnih, kulturnih i povijesnih atrakcija, istraživanje vlastitih preferencija i posebnih interesa itd. U zadnje vrijeme je sve više popularan tzv. individualni touring, gdje gosti (poput gostiju na obali) uzimaju automobil i samostalno kreću u razgledavanje šireg područja. Ovdje se vidi velika šansa za ruralni turizam Zagore. Strategija ovog proizvoda se može sažeti na sljedeći način:

Touring / Kružna putovanja		
		
Šanse	Oblici proizvoda	
<ul style="list-style-type: none"> Male infrastrukturne potrebe za lansiranje proizvoda Individualni pristup kreiranju tura Veća fleksibilnost prilikom odabira Međusobna korelacija tura sa portfeljom ostalih proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> Tura scenografije Seoske ture i gastronomske ture Ture proučavanja biljnog i životinjskog svijeta Ture najljepših lokacija Ture kulturološko povijesnih artefakata 	
Tip gostiju	Geo tržišta	
<ul style="list-style-type: none"> Stariji parovi bez djece Mlađi parovi bez djece Grupe Individualni turisti 	<ul style="list-style-type: none"> Primarna i sekundarna tržišta SDŽ Hrvatska 	
Komunikacija	Distribucija	
<ul style="list-style-type: none"> Internet stranice Oglašavanje Katalog proizvoda Press putovanja i izleti upoznavanja Promocijski paket 	<ul style="list-style-type: none"> Turoperatora Turističke agencije Auto i moto udruženja Direktni marketing Specijalizirani portali 	

4. Integrirana marketing komunikacija

Suvremeni trendovi u marketingu nalažu integrirani pristup marketinškoj komunikaciji koja uključuje sustavni i koordinirani pristup promociji (oglašavanju, unapređenju prodaje, publicitetu i korištenju Interneta). Kako bi se naponi marketinške komunikacije mogli koordinirati i integrirati u optimalno prezentiranje proizvoda ruralnog turizma Zagore, treba početi od temeljnih ciljeva marketinške komunikacije ruralnog turizma. Oni su:

- uspostava usklađenog sustava ukupne marketinške komunikacije, koji se ostvaruje koordinacijom već postojećih oblika promocije ruralnog turizma te uvođenjem novih do sada nekorištenih aktivnosti marketinške komunikacije ruralnog turizma,
- integriranje različitih oblika marketinške komunikacije u pogledu postizanja konzistentnosti vizualnog identiteta korištenjem identitetskih konstanti, standardizacijom ključnih elemenata komunikacije i uspostavom paralelnog procesa stvaranja imidža i kreiranja tržišne marke ruralnog turizma Zagore,
- implementacija integrirane marketinške komunikacije ruralnog turizma provodi se sa svrhom ostvarivanja prepoznatljivosti proizvoda ruralnog turizma Zagore na tržištu, koji je utemeljen na konkurentnom standardu kvalitete proizvoda, vlastitom identitetu (baziranom na lokalnoj kulturno-povijesnoj i graditeljskoj tradiciji) i diferencijaciji od drugih, ostvarujući tako dodane vrijednosti.

Uzevši u obzir prethodno navedene ciljeve, predlažemo sljedeći sustav integrirane marketinške komunikacije ruralnog turizma Zagore:

Sustav integrirane marketinške komunikacije seoskog turizma Zagore			
Stvaranje tržišne marke <ul style="list-style-type: none"> ✓ Logo ✓ Ime marke ✓ Termin ✓ Zaštitne boje 	Promotivni oblici i materijali <ul style="list-style-type: none"> ✓ Brošure <ul style="list-style-type: none"> Opće brošure Brošure proizvoda Brošure seoskih domaćinstava Brošure specifičnih atrakcija ✓ Promotivni materijali <ul style="list-style-type: none"> Plakati, letci Turistička karta Karte itinerara s obzirom na proizvode Turistički vodič ✓ Internet stranica ✓ Suveniri i autohtoni proizvodi 	Aktivnosti vezane uz komunikaciju <ul style="list-style-type: none"> ✓ Unapređenje prodaje <ul style="list-style-type: none"> Sudjelovanje na sajmovima Posebne promocijske akcije Direktni marketing ✓ Odnosi s javnošću <ul style="list-style-type: none"> Novinarska putovanja Agencijska putovanja Bilten Tiskovne konferencije Obavijesti, novosti ✓ Oglašavanje <ul style="list-style-type: none"> Tisak (novine, časopisi) Internet oglašavanje ✓ Organizacija seminara i radionica 	Praćenje provedenih aktivnosti <ul style="list-style-type: none"> ✓ Standard kvalitete tiska brošura i ostalih promotivnih materijala ✓ Kvaliteta sadržaja Internet stranice s obzirom na ažurnost i točnost ✓ Kvaliteta nastupa na sajmovima

4.1. Stvaranje tržišne marke ruralnog turizma Zagore

Stvaranjem tržišne marke stvara se identitet ruralnog turizma Dalmatinske Zagore u sklopu cjelokupne turističke ponude Županije. Na ovakav način ruralni turizam se pozicionira kao konkurentan proizvod na vrlo diversificiranom tržištu ruralnog turizma. Kreiranjem tržišne marke potencijalni potrošač dobiva dodatno jamstvo i sigurnost prilikom odabira proizvoda ruralnog turizma.

Glavni elementi od kojih se sastoji tržišna marka:

- Logo - vizualni znak ruralnog turizma Dalmatinske Zagore;

- Ime marke - naziv proizvoda ruralnog turizma (npr. Gites de France);
- Termin - slogan kojim se ukratko predstavlja poanta ruralnog turizma (npr. Odmor na selu);
- Zaštitne boje - boje koje će predstavljati ruralni turizam i koristiti će se prilikom komunikacije.

Zagora bi trebala pristupiti kreiranju marke ruralnog turizma tek nakon što se stvori temeljna baza proizvoda i nakon što se dostigne određeni volumen potražnje za proizvodom ruralnog turizma. Razlog vremenskog odmaka kreiranja marke je prvenstveno što trenutno ne postoji dovoljan broj konzistentnih elemenata potrebnih za uvođenje tržišne marke, a koji će se početi kreirati operacionaliziranjem pojedinih akcija predloženih u ovoj strategiji.

Nastavno na vremenski odmak kreiranja tržišne marke, u dogledno vrijeme predložimo pristupanje stvaranju tržišnih pod-marki s obzirom na specifičnosti pojedinih sub-regija u sklopu Zagore (Vrgoračka, Imotska, Cetinska (Vrlička i Sinjska) krajina, Poljica...), gdje bi se kreirala dodana vrijednost integriranom marketinškom pristupu planiranja proizvoda i usluga.

4.2. Oblici promocije i promotivni materijali

Budući da je ruralni turizam još uvijek, prema životnom ciklusu proizvoda u fazi uvođenja, u promotivnom miksu ruralnog turizma tisak brošura će imati najvažniju ulogu stvaranjem svjesnosti i informiranjem potrošača o "novoj" marki ruralnog turizma Županije i svim njezinim kvalitetama. U početnom razdoblju komunikacija ruralnog turizma Zagore prema tržištu će se usredotočiti na tzv. strategije privlačenja⁶ koje će poticati potencijalne potrošače na potrošnju proizvoda ruralnog turizma. Sustav integrirane marketinške komunikacije ruralnog turizma će se sastojati od sljedećih temeljnih oblika i sredstava:

1. Brošure

1. Opća brošura ruralnog turizma Dalmatinske Zagore - brošura u kojoj su opisi raspoložive ponude ruralnog turizma, predstavlja opći pregled svih ruralnih domaćinstava;
2. Brošure koje predstavljaju pojedinačnu vrstu proizvoda s obzirom na diferencijaciju i specijalizaciju (rekreacija, gastronomija, vikend odmor, kultura i povijest, tradicionalni događaji i svečanosti, tradicionalni obrti, vikend na selu, kružna putovanja i obilazak) na razini Zagore.
3. Pojedinačne brošure ruralnih domaćinstava - opis domaćinstva sa glavnim sadržajima i aktivnostima koje ruralno domaćinstvo ima u ponudi.
4. Brošure s mapama specifičnih proizvoda (biciklističke, pješačke, planinarske i jahačke staze, povijesni putovi - utvrde, vinske ceste, duhovni putovi - crkve i sakralni objekti) na razini Zagore.
5. Brošure specifičnih atrakcija - stari obrti i zanati, muzeji, šume, spomenici, festivali, parkovi prirode itd.

2. Ostali promotivni materijali

1. Plakati i letci sa kvalitetnim fotografijama;
2. Turistička karta Zagore;

⁶ Engl. *pull strategies*

3. Turistički vodič kroz ruralni turizam koji objašnjava što je ruralni turizam.

3. Internet stranica

Internet kao novi oblik komunikacije ima veliki potencijal prilikom promoviranja ruralnog turizma Zagore. Putem Internet portala ruralnog turizma osim kvalitetnog pristupa prezentacije proizvoda i usluga, može se i razviti centralizirani rezervacijski sustav gdje potrošači mogu izravno odabrati i rezervirati smještaj odnosno elemente drugih proizvoda na ponudi (npr. rezervirati mjesto u restoranu ili kupiti e-kartu za interpretacijski centar). Internet stranica će se fokusirati na sljedeći sadržaj:

- Sadržavati će bazu podataka sa svim ruralnim domaćinstvima koja zadovoljavaju standarde s njihovim detaljnim opisima, fotografijama eksterijera i interijera
- Rezervacijski sustav za svako domaćinstvo koje je u bazi podataka na stranici
- Interaktivna mapa Zagore sa mogućnosti pronalaska pojedinačnog domaćinstva na mapi
- Interaktivna mapa svih atrakcija u Zagori sa njihovim detaljnim opisima
- Vrste i vrijeme događanja pojedinih lokalnih događaja sa opisom tradicije ili povijesti pojedinog događaja
- Vijesti, bilten (newsletter).

4. Suveniri i proizvodi

Oblik prezentacije koji uključuje osim standardnih suvenira koji su namijenjeni prodaji i razne suvenire i poklone koji se daruju (kemijske olovke, kalendari, naljepnice i sl.). Stvaranjem programa suvenira i proizvoda ruralnog turizma dodatno se izgrađuje i pojačava imidž ruralnog turizma Dalmatinske Zagore.

4.3. Aktivnosti vezane uz komunikaciju

Prema općem planu komunikacije ruralnog turizma Zagore s tržištem, predlažemo provođenje sljedećih aktivnosti vezane uz komunikaciju:

1. Unapređenje prodaje

Glavni oblik unapređenja prodaje je sudjelovanje na sajmovima gdje će se ruralni turizam Zagore promovirati u sklopu nastupa cjelokupnog turističkog proizvoda SD Županije. Odabir sajмова će se fokusirati prvenstveno na domaće i regionalne sajmove. Dodatno će se kreirati posebne promotivne akcije koje bi služile kao podloga segmentima od posebnih interesa ali i kao dodatna ponuda boravka turistima u najvećem bliskom emitivnom tržištu (gradovi Split, Šibenik, Makarska).

Posebni segment unapređenja prodaje je direktni marketing koji za podlogu koristi kreiranu bazu gostiju i Internet stranicu. Iz baze podataka dosadašnjih gostiju ili potencijalnih gostiju (koji su zatražili putem Internet stranice da im se dostavi brošura) se šalju specijalne ponude poštom i e-mailom.

2. Odnosi s javnošću

Vrlo je važno, s obzirom da je proizvod ruralnog turizma Zagore u fazi uvođenja, da se javnost što prije upozna sa postojanjem ovog proizvoda. Iz tog razloga se provode tzv. "Press trips" odnosno organizacija informativnih i studijskih putovanja za novinare. Na taj način se prezentiraju sve kvalitete i prednosti ruralnog turizma gdje novinari to prenose u svoje novine i časopise, ali i televiziji.

Na sličan način se organiziraju i "Familiarisation trips" odnosno studijska putovanja ne samo novinara već i raznih turoperatora i agencija koje se mogu uključiti u prodaju proizvoda ruralnog turizma Zagore. Te se grupe ovim putem detaljno upoznaju s pojedinim itinerarima i kvalitetama proizvoda.

Kreiranje i izdavanje biltena ruralnog turizma koji će dodatno upoznavati širu javnost sa proizvodom i novostima vezanim uz proizvod. "Newsletter" odnosno elektronički oblik biltena ruralnog turizma se distribuira javnosti (tisak, javne i državne organizacije) tako i osobama iz prikupljene baze.

3. Oglašavanje

Obuhvaća plasiranje oglasa u tisak, na radio ili televiziju. Posebnu pažnju treba posvetiti mogućnosti oglašavanja u specijaliziranim časopisima namijenjenim posebnim interesnim skupinama poput školske djece, planinara, ribolovaca i sl. Posebna vrsta oglašavanja je Internet oglašavanje gdje se mogu postaviti tzv. "banneri" na stranice koje koriste identificirana ciljna tržišta.

4. Organizacija seminara i radionica

U sklopu odjela koji je zadužen za ruralni turizam pri Turističkoj zajednici SD Županije organizirati će se razni seminari i radionice na kojima će biti prisutni ponuđači ruralnog turizma. Svrha ovih seminara i radionica će biti upoznavanje sa ciljem i svrhom ruralnog turizma pri Županiji, razne "benchmark" radionice gdje se mogu identificirati najbolje prakse iz regionalnog okruženja, informativna izobrazba u marketingu i operativnim procedurama, odnosu sa gostima, kao i upoznavanje sa raznolikim mogućnostima gospodarske djelatnosti u funkciji ruralnog turizma.

4.4. Praćenje provedenih aktivnosti

Potrebno je pratiti i analizirati sve medije u kojima se prezentira proizvod ruralnog turizma kako bi se moglo odrediti koji mediji najbolje prate taj proizvod ali i da bi se identificirali novinari koji vjerno prenose svoje utiske i iskustva s proizvodom.

Internet stranica uvijek mora imati ažuran i točan sadržaj kao i mogućnost da posjetitelji Internet stranice mogu uputiti svoje kritike i sugestije. Ti elementi se svakodnevno prate vlastitom kontrolom i upravljanjem Internet stranicom.

Također je potrebno pratiti nastupe na sajmovima s obzirom na postavljene upite o dodatnim informacijama u vezi sa ruralnim turizmom za vrijeme i nakon sajмова. Dodatno se može kreirati baza podataka s vrstama upita da bi se što bolje pripremili budući nastupi na sajmovima.

4.5. Marketing organizacija

Razvoj ruralnog turizma, kao jednog od značajnijih selektivnih oblika turizma, treba biti rezultat postignutog konsenzusa te usklađenih napora javnog i privatnog sektora. Naime, uspješan organizacijski model razvoja ruralnog turizma mora podrazumijevati zajedničko sudjelovanje javnog i privatnog sektora, uz uključivanje svih nadležnih subjekata u funkciji postizanja zajedničkog cilja.

Danas u operativnom turističkom sustavu SD Županije djeluju različiti subjekti i interesne skupine s različitim ulogama, a postojeći stupanj suradnje i koordinacije između javnog i privatnog sektora nije trenutno u fokusu za specifičnost ruralnog turizma. Različiti interesi, različiti smjerovi turističkog razvoja, kao i skromna suradnja između ključnih subjekata s lokalnom i regionalnom samoupravom utječe na općenito

nisku postojeću razinu konkurentnosti ruralnog turizma u Zagori. Osim toga, različita su upravna tijela koja su na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini povezana s turizmom, pri čemu njihova područja odgovornosti u razvoju turizma nisu odgovarajuće strukturirana i međusobno povezana. Stoga često dolazi do pomanjkanja koordinacije u usmjeravanju ukupnog razvoja turizma, pa tako i ruralnog.

Upravo radi ovih razloga kao zadnji cilj marketing plana ruralnog turizma Dalmatinske Zagore je osnivanje Destinacijske Management Organizacije za prostor Dalmatinske Zagore kao modela usklađivanja svih gore navedenih interesa kako javnog tako i privatnog sektora. Inicijalno glavni teret organizacije i ekipiranja će biti na TZ SDŽ no postupnim procesom prenošenja odgovornosti kao i znanja, DMO Dalmatinske Zagore će moći početi samostalno funkcionirati u koordiniranim marketing aktivnostima sa TZ SDŽ.

Bez obzira na oblike i veličinu destinacija ruralnog turizma, broj uključenih organizacija i subjekata, jačinu lokalne uprave/samouprave i njenu sposobnost preuzimanja odgovornosti za vodstvo u organizaciji razvoja, osnovni je uvjet za razvoj ruralnog turizma Dalmatinske Zagore **uspostava efikasne organizacijske strukture**, koja čini temelj za upravljanje pravicima, intenzitetom i kvalitetom razvoja.

K. ORGANIZACIJSKO-UPRAVLJAČKI MODEL

1. Zadaci upravljačke strukture ruralnog turizma

Za razvoj ruralnoga turizma u Splitsko-dalmatinske Županije potrebno je utemeljiti posebnu upravljačku strukturu kojoj bi ključni cilj bio strateški razvoj ruralnog turizma, kao nove ponude turizma Županije. Zadaci upravljačke strukture su sljedeći:

Zadaci upravljačke strukture ruralnog turizma

- upravljanje aktivnostima, intezitetom i kvalitetom razvoja ruralnog turizma
- stvaranje pretpostavki za investiranje (financiranje) seoskih gospodarstava za potrebe ruralnog turizma
- selekcioniranje objekata/domaćinstava (filtracija) koji će biti uključeni u razvojni program ruralnog turizma SDŽ i finansijski podupirani (prema detaljno donijetim kriterijima)
- savjetodavne usluge na terenu
- edukativni procesi (tematski) i studijska putovanja
- rješavanje konkretne problematike
- formiranje timova stručnjaka (arhitekti, dizajneri, pejzažist, konzervatori, etnolozi, itd.)
- povezivanje s ostalim institucijama kao što je HZPSS
- „one stop shop“ ruralnog turizma, odnosno referentni «centar» ruralnog turizma
- formiranje ruralnog turizma kao posebnog turističkog proizvoda
- marketing i promotivne aktivnosti (povezivanje i komunikacija s tržištem) u suradnji s TZSDŽ
- donošenje kriterija standardizacije i klasifikacije (quality scheme)

2. Prijedlog razvojno-upravljačkog modela

Uzimajući u obzir gore navedene zadatke i odgovornosti organizacije za upravljanje i razvoj ruralnog turizma na području Dalmatinske Zagore, odnosno Splitsko-dalmatinske Županije, moguće su tri opcije, čija će se implementacija odvijati u različitim fazama razvoja ruralnog turizma ovog područja:

2.1. Opcija 1:

Osnivanje posebnog odjela za ruralni turizam pri regionalnoj razvojnoj agenciji SDŽ

Zapošljavanje dvije osobe (dva trenera obučena za ruralni turizam): jedan zadužen za Zagoru, drugi zadužen za priobalje (podbiokovska sela) i otoke

Troškove zaposlenika snose: 50% SDŽ, 50% TZSDŽ

Odjel za ruralni turizam nakon 5 godina prerastao bi u profesionalno udruženje (konzorcij) seoskih domaćinstava te se izdvojio kao poseban pravni subjekt. U razdoblju od slijedećih 5 godina profesionalno udruženje bilo bi financirano od strane SDŽ i TZSDŽ (prva godina 80%; druga godina 60%, treća godina 40%, četvrta godina 20%, peta godina 20%), dok bi udio samofinanciranja (on-line booking, prodaja paket aranžmana, organizacija manifestacija, edukacija, predpristupni fondovi i sl.) rastao

2.2. Opcija 2

Formiranje posebnog DMO-a, s pravnom osobnošću, za razvoj ruralnog turizma koji bi vremenom prerastao u profesionalno udruženje (konzorcij) seoskih domaćinstava

Sve troškove poslovanja DMO-a (i najmanje dvoje zaposlenih trenera za ruralni turizam: jedan zadužen za Zagoru, drugi zadužen za priobalje (podbiokovska sela i otoke) u razdoblju od pet godina snosili bi: 50% SDŽ, 50% TZSDŽ.

Tijekom drugih pet godina udio financiranja DMO-a od strane SDŽ i TZSDŽ smanjivao bi se za 20% godišnje (prva godina 80%; druga godina 60%, treća godina 40%, četvrta godina 20%, peta godina 20%), dok bi udio samofinanciranja (on-line booking, prodaja paket aranžmana, organizacija manifestacija, edukacija, predpristupni fondovi i sl.) rastao

2.3. Opcija 3

Stalno zapošljavanje jedne osobe (trenera za ruralni turizam) pri TZSDŽ, odnosno Županiji. Financiranje zaposlenika snosi TZSDŽ / Županija, dok aktivnosti razvojnog programa zajednički snose SDŽ i TZSDŽ

2.4. Prijedlog organizacijsko-upravljačkog modela

Izbor optimalnog modela organizacije, razvoja i upravljanja ruralnim turizmom Dalmatinske Zagore, odnosno Splitsko-dalmatinske Županije definiran je sljedećim:

- Političkim stavom Županije u vezi potencijala, značaja i prioriteta kvalitetnog razvoja ruralnog turizma kao jednog od ključnih proizvoda Županije, odnosno Dalmatinske Zagore
- Trenutnim nastojanjima Županije i županijske Turističke zajednice da se uspostavi model destinacijskog upravljanja za područje Dalmatinske Zagore u smislu zajedničke destinacijske organizacije čitavog područja Zagore
- Trenutnim stanjem u smislu zakonskih mogućnosti i ograničenja vezano na institucionalno oblikovanje ovakve vrste organizacija
- Trenutnim kapacitetom u smislu ljudskih potencijala područja koji mogu preuzeti odgovornost za profesionalno provođenje ciljeva i zadataka razvoja ruralnog turizma
- Organizacijskim procesima koji se mogu očekivati u budućnosti vezano na strukturiranje i organizaciju kompletnog turističkog sustava upravljanja i razvoja turističkih destinacija

Dakle, logično je očekivati da će trenutni odabir optimalnog modela biti ona opcija koja u smislu navedenih činjenica na kratki / srednji rok daje mogućnost ostvarivanja najboljih rezultata, te da će se sukladno budućim procesima, kako u hrvatskom turističkom sustavu, tako i uslijed razvojnog napretka same destinacije vjerojatno prilagođavati ili reorganizirati.

Obzirom da će se, zbog gore navedenih mogućnosti i ograničenja, uspostava organizacijsko-upravljačkog modela za razvoj ruralnog turizma Dalmatinske zagore / Splitsko-dalmatinske županije odvijati u fazama, u prvoj fazi Županija već pokreće zapošljavanje osobe zadužene za razvoj ruralnog turizma u okviru Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije. U prvoj je fazi, dakle, važno da se koristi postojeća organizacijska infrastruktura i stručna osnova koja je na raspolaganju u sustavu Županije i Turističke zajednice.

Kasnije faze pretpostavljaju mogućnost kombinacije druge i treće opcije, odnosno poslovanje odjela za razvoj ruralnog turizma unutar cjelovite organizacije upravljanja razvojem Dalmatinske zagore, koji će stalno zaposliti trenera za ruralni turizam. Financiranje ovog modela obavlja se zajednički od strane Županije i županijske Turističke zajednice.

Ovaj prijedlog predmet je provjere i usuglašavanja sa klijentom i Županijom.

L. FINANCIRANJE ORGANIZACIJE RURALNOG TURIZMA

Slijedeći modeli financiranja razvoja ruralnog turizma predlažu se temeljem definiranja ključnih ciljeva financiranja i odgovornost su na razini Županije da uspostavi odgovarajući sustav financijske podrške poduzetništvu u ruralnom turizmu.

1. Ciljevi financiranja razvoja ruralnog turizma

Ciljevi financijskog poticanja razvoja ruralnoga turizma na ruralnim područjima Splitsko-dalmatinske županije temelje se na potrebi za:

- *Razvojem turističke ponude i usluga u ruralnim područjima, kao novog turističkog proizvoda*
- *Očuvanjem ruralnih područja*
- *Obnovi tradicijskih i ambijentalnih kuća s pripadajućim gospodarskim objektima za turističke svrhe*
- *Stvaranjem uvjeta za ostanak na selu, poglavito mladih*
- *Promoviranjem tradicionalnih vrijednosti kroz stvaranje atraktivnih sadržaja i doživljaja*
- *Omogućavanjem neposrednog plasmana tradicionalnih proizvoda kroz usluge gostima na smještaju*
- *Profiliranjem Splitsko-dalmatinske županije kao destinacije ruralnog turizma*

2. Model 1 – Bespovratne potpore

Model bespovratnih potpora odnosi se na određivanje godišnjeg budžeta od strane SDŽ i/ili TZ SDŽ (cca. 1,0 milijun kuna) koji bi prema sustavu javnog poziva i razrađenim kriterijima za dobivanje bespovratne potpore bio podijeljen domaćinstvima čije su projektne ideje za razvoj ruralnog turizma izabrane za financiranje.

Bespovratne potpore podijelile bi se jednom godišnje.

Prednost ovakvog modela je vrlo brza vremenska provedba od natječaja do podjele sredstava dok je osnovna poteškoća nemogućnost adekvatnog praćenja namjenskog trošenja financijske potpore. Poteškoća je i izbor adekvatnog i funkcionalnog sredstva

osiguranja koja bi domaćinstva trebala položiti kao sigurnost namjenskog trošenja sredstava.

Ovdje je potrebno na početku definirati u kojem vremenskom roku će se dodjeljivati bespovratne potpore (dvije godine, pet ili više ili permanentno) što će ovisiti o postizanju postavljenih ciljeva o održivom broju ruralnih domaćinstava.

3. Model 2 - Subvencioniranje kamata po kreditnoj liniji

Ovaj model financiranja odnosi se na ugovaranje kreditne linije s nekom od poslovnih banaka gdje bi u tom slučaju bila korištena sredstva banaka (kreditna masa) dok bi SDŽ i TZ SDŽ sufinancirali postotak dogovorene kamatne stope banke do iznosa od 1%.

Prednost ovog modela je što cjelokupan rizik osiguranja kredita preuzima banka, odnosno banka postavlja uvjete osiguranja i provodi kontrolu namjenskog trošenja sredstava te eventualnog aktiviranja osiguranja ukoliko se kredit ne plaća pravovremeno, odnosno ukoliko su se sredstva utrošila nenamjenski. SDŽ i TZ SDŽ plaćaju godišnju subvenciju u dogovorenom postotku za svo vrijeme trajanja kreditne linije (obično se radi o dugoročnoj kreditnoj liniji na 10 godina i više).

Poteškoća ovakvog modela su prevelika administracija od strane poslovnih banaka kao nefleksibilnost i prilagodljivost konkretnim potrebama, promjenjiva kamatna stopa te dugoročno opterećivanje financijskog plana SDŽ i TZ SDŽ, odnosno dugoročno planiranje financijskih sredstava u budžetu što neće biti moguće utvrditi točno zbog promjenjive kamate.

4. Model 3 - Fond za razvoj ruralnog turizma

Ovaj model financiranja ima za cilj pribavljanje povoljnih financijskih sredstava za potrebe dugoročnog financiranja (kreditiranja) ruralnih domaćinstava Splitsko dalmatinske Županije kroz poseban račun kod izabrane upravljačke strukture na kojem bi se nalazila sredstva za ovu namjenu.

SDŽ zajedno s TZ SDŽ bi određen broj godina (realan period je 5 godina) izdvajala godišnje određen iznos sredstava (cca 1,5 milijuna godišnje) u fond kao kapital za dodjelu sredstava. Sredstva bi se domaćinstvima dodjeljivala na osnovu kreditiranja s kamatnom stopom od 0,5 ili 1% i rokom vraćanja do 15 godina. Fond bi nakon 5 godina izdvajanja sredstava imao dovoljnog kapitala da postane samoodrživ, odnosno da se na osnovu vraćanja anuiteta domaćinstva koja su sredstva dobila uvećana za kamatu, stvore uvjeti da se permanentno (bez vremenskog ograničenja) financiraju projekti odnosno domaćinstava iz ovog fonda sukladno unaprijed postavljenim kriterijima i sukladno raspoloživim sredstvima na računu.

Prednost ovog sustava je jednostavnost poslovanja ali i bolja kontrola dobivenih sredstava obzirom da fond može preuzeti cjelokupni proces (s stručnjacima) izvedbe samog projekta, odnosno direktno financirati idejno rješenje i izvedbu projekata što bi u konačnici dovelo do razvoja kvalitetnih i konkurentnih turističkih gospodarstava.

Ovdje je potrebno i definirati adekvatna sredstva osiguranja naplate (zalag na nekretnini koja se obnavlja, garantni fond i sl.).

U kasnijoj fazi u financiranje fonda mogu se uključiti i lokalna samouprava, ukoliko takav interes postoji.

5. Korisnici financiranja, sredstva i namjena sredstava

Korisnici financijskih sredstava

Korisnici financijskih sredstava jesu fizičke i pravne osobe, hrvatski državljani s prebivalištem na području Splitsko-dalmatinske županije

Iznos financijskih sredstava

Sredstva koja je potrebno osigurati za poticanje razvoja ruralnog turizma iznose:

- Minimalno 10.000 €
- Maximalno 100.000 €
- Kamatna stopa 0,5 ili 1% (za krajnjeg korisnika)
- Rok povrata: 15 godina
- Početak: do dvije godine

Namjena sredstava

Sredstva su namjenska i mogu se koristiti za financiranje radova na neposrednoj realizaciji predloženog projekta koji su u funkciji razvoja ruralnog turizma kroz seoska domaćinstva s naglaskom na:

- Stvaranjem smještajnih kapaciteta isključivo kroz obnovu tradicijskih kuća kao ruralnih kuća za odmor, imanja - agroturizam (potencijalna seoska domaćinstva na kojima postoji poljoprivredna proizvodnja) ili B&B kategoriju (noćenje s doručkom)
- Stvaranje ruralnih resorta (etno-eko sela)
- Organizaciju kušaonica
- Uređenje pripadajućeg okoliša prilikom revitalizacije domaćinstva
- Opremanje objekata

Poticajna sredstva ne odnose se za: kupnju objekta

Način dodjele sredstava

Zainteresirani kojima je DMO ili odjel za ruralni turizam ili TZSDŽ (ovisno o izabranoj upravljačkoj strukturi) dalo pozitivno mišljenje o organizaciji turističkih usluga na domaćinstvu predaju zahtjev za financijska sredstva zajedno s potrebnom dokumentacijom.

Pored obrasca zahtjeva predlagatelji su dužni dostaviti i slijedeću dokumentaciju:

1. troškovnik i idejno rješenje obnove objekta
2. predugovor o angažiranju arhitektonskog ureda za izvođenje radova koji ima reference u obnovi tradicijske gradnje (uz predugovor priložiti i kopiju referenci). Prije isplate poticaja predlagatelji projekta koji su odabrani za dodjelu poticaja kroz bespovratne potpore, dužni su dostaviti pravovaljani ugovor s angažiranim arhitektonskim uredom za izvođenje radova
3. dokaz o vlasništvu

S korisnikom se sklapa ugovor o međusobnim pravima i obvezama u realizaciji projekta temeljem dodijeljenih sredstava.

Nadzor

Nadzor nad namjenskim korištenjem sredstava obavlja se:

- **kod modela 1:** komisija sastavljena od SDŽ i TZ SDŽ
- **kod modela 2:** komisija sastavljena od poslovne banke, SDŽ i TZ SDŽ
- **kod modela 3:** izabrana upravljačka struktura kod koje je otvoren poseban račun Fonda za razvoj ruralnog turizma

M. MODEL RASTA

1. Dimenzioniranje smještajnih kapaciteta ruralnog turizma Dalmatinske zagore

Pored vizije budućeg turističkog razvoja i izbora proizvoda, turistički razvojni plan podrazumijeva i kvantifikaciju budućeg razvoja, odnosno količine budućih smještajnih kapaciteta.

Broj i tip smještajnih kapaciteta ruralnog turizma čiji se razvoj predlaže u periodu od sljedećih 10 godina na prostoru ruralnih područja Splitsko-dalmatinske županije određen je na sljedećim metodološkim osnovama:

- Primjerima uzornih praksi ruralnog turizma koji određuju vrste i osobine smještajnih kapaciteta, ali i njihovu tipičnu veličinu (broj kreveta);
- Mogućnostima i ograničenjima prostora i ljudskog potencijala;
- Vršnim kapacitetima koje predmetni prostorni planovi reguliraju prema područjima;
- Očekivanjima lokalne zajednice i glavnih interesnih igrača koji upućuju i na poduzetnički kapacitet koji ima glavnu ulogu u razvijanju tih tipova turizma;
- I najvažnije od svega, tržišnom potencijalu i rezultatu koje pojedini tipovi ponude smještaja mogu polučiti kao dio ukupne turističke ponude Splitsko-dalmatinske županije.

Na temelju gore navedenog, naša je procjena da ruralna kontinentalna područja Splitsko-dalmatinske županije u sljedećih 10 godina imaju mogućnost razviti oko 3.000 novih kreveta u ruralnim tipovima turizma, i to sa sljedećom raspodjelom prema osnovnim tipovima ruralnog turizma:

	OBJEKATA	KREVETA
RURALNI RESORTI (Eko-etno sela)	7	500
AGROTURIZAM	150	1500
RURALNE KUĆE ZA ODMOR	70	300
OBITELJSKI RURALNI HOTELI	10	500
RURALNI B&B	15	200
UKUPNO	252	3000

U nastavku je dan pregled količina prema svakom tipu smještaja, njihova distribucija prema subregijama i ključne uloge svakog od tipova smještaja u proizvodnom smislu.

RURALNI RESORTI (Eko-etno sela)

REGIJA	LOKALITET	OBJEKATA	KREVETA
VRLIČKA KRAJINA	-	0	0
SPLITSKA ZAGORA	Lećevecica - Radošić	1	70
SINJSKA KRAJINA	Podi Grab Bugarski Gornje Voštane i Grubišići	2	150
POLJICA	Tugare Ume	1	60
IMOTSKA KRAJINA	Zmijavci - Karoglani Gornji Proložac Podi	2	150
VRGORAČKA KRAJINA	Veliki Godinjski	1	70
UKUPNO		7	500

Ruralni resorti (sada Eko-etno sela) nisu brojem najviše zastupljena u ukupno planiranim kapacitetima, ali su u razvojnom smislu najvažniji tip smještaja i to iz sljedeća dva razloga:

- Ruralni resorti (sada Eko-etno sela) svojom iskustvenom strukturom i jedinstvenom interpretacijom elemenata naslijeđa daju identitet, odnosno posebnost svakoj od subregija i kao takva imaju zadatak postati element raspoznavanja svake od subregija u turističkom smislu;
- Ruralni resorti (sada Eko-etno sela) su po količini kapaciteta najveći od svih tipova ruralnog turizma (tipično 50 do 100 kreveta), i prema tome traže najveće ulaganje i poduzetnički rizik, ali i nose najveći poslovni rezultat.

Lokaliteti za smještaj i kapaciteti ruralnih resorta odabrani su temeljem evaluacija potencijalnih lokacija i atrakcija te izvješća županijskog upravnog odjela za turizam o statusu razvojnih projekata i već izvršenim ulaganjima. Iz tih razloga, nije bilo moguće predvidjeti razvoj takvog tipa smještaja u Vrličkoj krajini budući da još nema razvojnih projekata vezanih uz ovakav tip smještaja. Vrlička krajina će se u razdoblju koje je obuhvaćeno ovim planom identificirati kroz druge tipove smještaja (prvenstveno ruralne kuće za odmor i male obiteljske hotele) što i jest u skladu s njenim geografskim osobinama i potencijalom rehabilitacije naslijeđa.

AGROTURIZMI

Agroturizmi su kao tip smještaja koji se temelji na mogućnosti iskustva proizvodnje hrane na tradicionalan način prvenstveno orijentirani na područja bogata obradivom zemljom, dakle Sinjsku zagoru (Sinjsko polje), Imotsku krajinu (Imotsko polje) i Vrgoračku krajinu (Vrgoračko polje) te proizvodnju vina (Vrgoračka i Imotska krajina).

Regije bliže moru (Poljica, Splitska zagora) imaju priliku svoju ponudu temeljiti i na proizvodnji maslina koja je uz vino jedan od najatraktivnijih proizvoda za ovaj tip turizma.

Distribucija agroturizama ovisna je i o ukupnoj naseljenosti svake od subregija, budući da je u područjima s više stanovnika veća i mogućnost poduzetničke inicijative potrebne za provođenje ovog tipa smještaja.

Obzirom na početnu fazu razvoja ruralnog turizma u predmetnom području, prosječna veličina objekata je nešto manja nego u primjerima uzorne prakse, kako bi se ipak donekle smanjio prag ulaska u ovaj tip poduzetništva i pospješio razvoj većeg broja domaćinstava.

	OBJEKATA	KREVETA
VRLIČKA KRAJINA	10	100
SPLITSKA ZAGORA	15	200
SINJSKA KRAJINA	35	400
POLJICA	15	150
IMOTSKA KRAJINA	35	300
VRGORAČKA KRAJINA	25	350
UKUPNO	135	1500

RURALNE KUĆE ZA ODMOR

	OBJEKATA	KREVETA
VRLIČKA KRAJINA	15	80
SPLITSKA ZAGORA	15	80
SINJSKA KRAJINA	5	50
POLJICA	5	25
IMOTSKA KRAJINA	5	25
VRGORAČKA KRAJINA	10	40
UKUPNO	55	300

Ovaj tip smještaja označava proizvod više i visoke kategorije i razine opremljenosti koji se proizvodno najčešće pozicionira kao „bijeg od gradskog života“ (hideaway). U tom smislu je identitetski drugačiji od ostalih tipova ruralnog turizma jer od ruralnog naslijeđa koristi samo arhitekturu smještajnog objekta i mir ruralnog okruženja. Ključni faktori uspjeha ovog tipa smještaja su:

- Idilično, mirno okruženje;
- Jedinstvena ambijentalna vrijednost krajolika smještaja, koja obavezno uključuje izuzetan pogled i time podrazumijeva smještaj na uzvisinama i blizinu jednog ili više prirodnih atraktora (more, jezero, planina.);
- Visoku opremljenost smještajnog objekta i dodatne sadržaje unutar samog objekta (bazen, bočalište, vrt...) pored destinacijske turističke infrastrukture (šetnice, biciklističke staze, vidikovci);

Iz tog su razloga Splitska zagora i Vrlička krajina zbog geografije (visina) i blizine mora, odnosno jezera prepoznate kao dominantne regije za ovaj tip ruralnog turizma. Tržište za ovakav tip turizma već je prepoznato u Hrvatskoj (Istra) gdje postoji već više desetaka objekata ovog tipa, čak i na prirodno manje vrijednim lokacijama.

RURALNI OBITELJSKI HOTELI

	OBJEKATA	KREVETA
VRLIČKA KRAJINA	1	50
SPLITSKA ZAGORA	2	100
SINJSKA KRAJINA	3	150
POLJICA	2	100
IMOTSKA KRAJINA	2	100
VRGORAČKA KRAJINA	0	0
UKUPNO	10	500

Ovaj tip hotela tipične veličine 50ak soba kombinira klasičan hotelski proizvod s elementima ruralnog turizma kako bi osigurao dodatni USP (Unique Selling Proposition) i iskoristila prilika da manjim tržišnim segmentima ponudi kombinaciju nekoliko proizvoda.

Ruralni obiteljski hoteli se prvenstveno vežu uz lokacije koje:

- Imaju najjače prirodne atraktore (slično kao i ruralne kuće za odmor);
- Kombiniraju ruralni turizam s dominantnim turističkim proizvodima (kod nas tipično sunce i more);
- Imaju potencijal razvoja proizvoda specijalnih interesa vezanih uz prirodne posebnosti (bogatstvo flore i faune);

- Imaju šansu razviti događaje regionalnog značaja.

Iz tog su razloga Sinj i Imotski (događaji), Poljica i Splitska zagora (blizina mora i mogućnost kombinacije sa proizvodom sunca i mora), ali i Vrlika (prirodne posebnosti) područja s najvećim potencijalom za razvoj ovog tipa smještaja.

Ipak, ovi tipovi smještaja zahtijevaju značajnije ulaganje, a nemaju takav utjecaj na kreiranje imidža pojedine regije, te je njihov intenzivniji razvoj planiran za zadnju fazu obuhvata ovog plana.

RURALNI B & B (BED & BREAKFAST)

	OBJEKATA	KREVETA
VRLIČKA KRAJINA	1	20
SPLITSKA ZAGORA	1	20
SINJSKA KRAJINA	3	60
POLJICA	3	60
IMOTSKA KRAJINA	1	20
VRGORAČKA KRAJINA	1	20
UKUPNO	10	200

Sukladno imenu, ovaj tip smještaja nudi samo prenoćište i doručak i tipično ima sljedeća obilježja:

- Nalazi se u krajevima sa snažno razvijenom turističkom infrastrukturom (usluge prehrane, aktivnosti) tako da u ovakvim objektima nema tržišnog prostora ni potrebe ponudu širiti dalje od smještaja i doručka;
- Uglavnom servisira proizvode različitih tura ili kraćih boravaka na događajima, a u pravilo je trajanje boravka jedna noć.

Na temelju prvog gore navedenog obilježja, jasno je da ovakav oblik smještaja nema osobit potencijal u prvim godinama razvoja ruralnog turizma, obzirom na još uvijek slabu turističku infrastrukturu te je za očekivati početak njegovog razvoja pred kraja obuhvata ovog plana.

ANALIZA UKUPNIH POKAZATELJA RAZVOJA

kreveti	VRLIČKA KRAJINA	SPLITSKA ZAGORA	SINJSKA KRAJINA	POLJICA	IMOTSKA KRAJINA	VRGORAČKA KRAJINA	UKUPNO
RURALNI RESORT (Eko-etno sela)	0	70	150	60	150	70	500
AGROTURIZMI	100	200	400	150	300	350	1.500
RURALNE KUĆE	80	80	50	25	25	40	300
RURALNI OBITELJSKI HOTELI	50	100	150	100	100	0	500
RURALNI B & B	20	20	60	60	20	20	200
UKUPNO	250	470	810	395	595	480	3.000
SADA (HOTELI)			189		109	24	322
SVEUKUPNO	250	470	963	395	661	504	3.322

	SVEUKUPNO	PR. PLAN	STANOVNIŠTVO	POVRŠINA KM ²	KREVETA / STANOVNIKU	NOĆENJA PO STANOVNIKU	KREVETA PO KM ²
VRLIČKA KRAJINA	250	300	2.705	244	0,09	11,09	1,02
SPLITSKA ZAGORA	470	1.450	10.534	630	0,04	5,35	0,75
SINJSKA KRAJINA	999	2.100	48.727	832	0,02	2,46	1,20
POLJICA	395	700	5.867	223	0,07	8,08	1,77
IMOTSKA KRAJINA	704	2.940	36.215	714	0,02	2,33	0,99
VRGORAČKA KRAJINA	504	500	7.593	280	0,07	7,97	1,80
UKUPNO	3.322	7.990	111.641	2.923	0,03	3,57	1,14

U gornjim tablicama dan je pregled pokazatelja razvoja prema predloženim kapacitetima. Može se zaključiti sljedeće:

- Distribucija ukupnih kapaciteta prema subregiji prati veličinu i broj stanovnika svake subregije;
- Ukupni predloženi kapaciteti ne prelaze ograničenja dana prostornim planovima;
- U svim subregijama koje imaju prilike za razvoj drugih tipova turizma je ostavljen prostor za razvoj i ostalih tipova turizma, obzirom na maksimum kapaciteta zacrtan prostornim planom;
- Pokazatelji upotrebe prostora (kreveti po km², noćenja po stanovniku) niti u jednoj od subregija ne prelaze vrijednosti iz primjera najboljih svjetskih praksi;

Dakle, uz prethodno elaboriranu tržišnu argumentaciju, može se zaključiti da je ova količina smještajnih kapaciteta optimalna, ali i tržišno izvediva, za razvoj ruralnog turizma u predmetnom području u idućih 10 godina, uz uvjet da se poštuje predložena distribucija prema regijama i tipu.

Što se tiče vremenskog rasporeda razvoja predloženih kapaciteta, koja je već spominjana za svaki tip kapaciteta, ona je detaljnije prikaza u donjoj tablici:

	FAZE			UKUPNO
	1 - 3 godine	3 - 6 godina	6 - 10 godina	
RURALNI RESORT (Eko-etno sela)	2	4	1	7
AGROTURIZAM	40	50	60	150
RURALNE KUĆE ZA ODMOR	20	20	30	70
OBITELJSKI RURALNI HOTELI	1	2	7	10
RURALNI B&B		5	10	15
UKUPNO	63	81	108	252

Gornja tablica služi kao orijentir za razvojne prioritete, odnosno:

- Ruralni resorti su identitetski najvažniji i najveći objekti i stožerni su za dalji razvoj ruralnog turizma i kao takvi imaju prioritet te je njihov razvoj predviđen pretežno u prve dvije faze ovog plana;
- Agroturizmi i ruralne kuće za odmor su u potpunosti u rukama male poduzetničke inicijative te se očekuje njihov linearan razvoj kroz vrijeme;
- Obiteljski ruralni hoteli i ruralni B&B će se razvijati prema kraju razdoblja obuhvata ovog plana budući da zahtijevaju razvoj tržišta, turističke infrastrukture, imidža područja, ali i poduzetničke snage na lokalnom nivou.

N. PROVEDBENI PLAN

1. Uvod

Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije po primjeru Dalmatinske Zagore predstavlja okvir za razvoj i rast novog turističkog proizvoda u području koje nije doživjelo značajan turistički razvoj. Ova se Strategija oslanja na uspješne modele organizacije i razvoja ruralnog turizma, a prijedlozi njene operacionalizacije pretpostavljaju izgradnju kompletnog turističkog lanca vrijednosti destinacije, održivu izgradnju novih turističkih iskustava i proizvoda uz naglasak na kvalitetu. Stoga je važno da se svi interesni subjekti u turizmu ovog područja dogovore i usuglase oko ključnih razvojnih koraka i odgovornosti.

Obzirom na trenutnu situaciju u smislu zakonskih mogućnosti i ograničenja, trenutni kapacitet ljudskih potencijala ovog prostora, te budućim organizacijskim procesima u upravljanju i razvoju turističkih destinacija u zemlji, ovaj provedbeni plan predlaže korake koji će se odvijati u fazama. To se prvenstveno odnosi na segment upravljanja razvojem ruralnog turizma, pa prema tome za operacionalizaciju i primjenu ove Strategije u prvoj fazi potrebno koristiti postojeću organizacijsku osnovu i stručne kapacitete koji su u sustavu Županije, a u kasnijoj fazi uspostaviti upravljačku organizaciju za razvoj ruralnog turizma, kako se predlaže u ovom dijelu Strategije.

Ključni koraci razvoja ruralnog turizma koji se predlažu u Provedbenom planu upravo su iz tog razloga svrstani u faze, a osim toga predlažu se u okviru različitih područja / segmenata upravljanja i razvoja (upravljanje, razvoj proizvoda, marketing i osnovni programi za razvoj). Ovdje je važno napomenuti da će se neke od aktivnosti odvijati paralelno / u isto vrijeme, odnosno, da će se nadopunjavati.

Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije, odnosno Dalmatinske Zagore operacionalizirati će se putem sljedećih prijedloga u okviru Provedbenog plana, a kojima se definiraju zadaci, odgovornosti, razina prioriteta, vremenski okvir te odgovornosti za financijsku podršku:

2. Provedbeni plan

UPRAVLJANJE RAZVOJEM RURALNOG TURIZMA				
Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
Zapošljavanje osobe zadužene za razvoj ruralnog turizma SDŽ (ova je aktivnost već započeta, te se u okviru Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije zapošljava osoba koja preuzima odgovornost za razvoj ruralnog turizma). Ovaj je korak u stvari početna faza razvoja i organizacije ruralnog turizma SDŽ, a u sljedećoj fazi potrebno je uspostavljanje organizacije za razvoj ruralnog turizma koja se predlaže u nastavku.	TZ SDŽ	Visok	Početak 2009. - kontinuirano	SDŽ i TZ SDŽ
Trening zaposlenika (obučavanje zaposlenika za rad na razvoju ruralnog turizma kroz konkretnu praktičnu edukaciju "Train the trainers" te odlazak na studijske ture u zemlje i regije s već organiziranim ruralnim turizmom s ciljem upoznavanja i stjecanja znanja o upravljačkim, organizacijskim, marketinškim i drugim procesima vezanih za ruralni turizam)	SDŽ, TZ SDŽ, Vanjski suradnici, konzultanti	Visok	Od 2009 - do sredine 2011	TZ SDŽ i SDŽ
Inventarizacija stanja na terenu (prvi terenski zadatak upravljačke strukture. Točno i detaljno prikupiti sve podatke na terenu tj. saznati do koje razine i u na kojim lokacijama već postoje inicijative za pružanje usluga u ruralnom turizmu – definiranje sadašnjeg stanja; uspostavljanje suradnje s lokalnom samoupravom poradi sinergijskog učinka na bržem razvoj proizvoda i usluga)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma	Visok	Od 2009 do kraja 2011	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma (odnosno SDŽ i TZ SDŽ)
Definiranje modela financiranja razvoja ruralnog turizma SDŽ (razvoj i shema definiranja poticajnih financijskih sredstava namijenjenih za razvoj proizvoda i usluga u ruralnom turizmu prema unaprijed utvrđenim kriterijima sukladno postavljenom modelu razvoja, kao što su bespovratne potpore, subvencionirane kreditne linije i sl.)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma	Visok	Od 2009 – do 2011	SDŽ, TZ SDŽ

	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
	Savjetodavne usluge na terenu (organizacija profesionalnih edukativnih tematskih programa za seoska domaćinstva, obilazak potencijalnih domaćinstava, izrada i prijedlog poslovnih rješenja, povezivanje domaćinstava s lokalnom, županijskom i državnom upravom za poslove iz njihove nadležnosti; organiziranje studijskih putovanja za vlasnike domaćinstava)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma	Visok	Od 2009	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, SDŽ, TZSDŽ
	Osnivanje samostalne upravljačke organizacije za razvoj ruralnog turizma SDŽ (postavljanje modela upravljanja za razvoj ruralnog turizma SDŽ kroz posebnu organizaciju zaduženu cjelokupan program ruralnog turizma). Organizacija treba funkcionirati kao "one-stop-shop" glede svih informacija vezano za organizaciju proizvoda i usluga u ruralnom turizmu.	SDŽ, TZ SDŽ	Visok	Kraj 2010	TZ SDŽ i SDŽ
F A Z A	Stvaranje pretpostavki za funkcioniranje samostalne upravljačke organizacije (osiguravanje financijskih sredstava za funkcioniranje upravljačke organizacije od strane utemeljitelja: SDŽ i TZSDŽ)	SDŽ, TZ SDŽ	Visok	Kraj 2010	TZ SDŽ i SDŽ
	Formiranje ureda (Ured ima zadatak obavljati sve zadatke prema strategiji kao i sve administrativne poslove)	SDŽ, TZ SDŽ	Visok	Kraj 2010	TZ SDŽ i SDŽ
2	Zapošljavanje djelatnika u samostalnoj upravljačkoj strukturi (zapošljavanje djelatnika za rad u upravljačkoj strukturi; definiranje voditelja organizacije/odjela zaduženog za koordiniranje rada, aktivnosti te izradu godišnjeg poslovnog plana sukladno pretpostavkama Strategije i Plana razvoja turizma Dalmatinske zagore I Master plana SDŽ te Plana rada i Proračuna SDŽ i TZSDŽ)	SDŽ, TZ SDŽ	Visok	Kraj 2010 - Početak 2011	TZ SDŽ i SDŽ

Napomena: Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma u prvoj fazi implementacije Strategije podrazumijeva osnivanje odjela za razvoj ruralnog turizma unutar Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, a u kasnijoj fazi je to samostalna organizacija za razvoj i upravljanje ruralnim turizmom

RAZVOJ PROIZVODA RURALNOG TURIZMA					
	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
F A Z A	Program revitalizacije autohtonih ruralnih kuća (izrada posebnog programa očuvanja s detaljno definiranim smjernicama zaštite i revitalizacije autohtonih ruralnih kuća za potrebe turizma. Program ima za cilj definirati i model financiranja kao i način izvođenja)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ	Visok	Studeni – prosinac 2009	SDŽ, TZ SDŽ (fond za financiranje razvoja ruralnog turizma), EU fondovi, državne potpore
	Program očuvanja baštine u funkciji ruralnog turizma (mlinice, stari zanati, etno zbirke, nematerijalna baština) (izrada posebnog programa očuvanja materijalne i nematerijalne baštine u funkciji ruralnog turizma. Cilj programa je istodobno s očuvanjem i zaštitom artikulirati i predstaviti baštinu kao turistički proizvod u smislu kvalitetne nadopune usluga u ruralnom turizmu. Cilj programa je i prezentacija kulturnog nasljeđa i tradicionalne kulture življenja na ruralnim područjima SDŽ)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ	Visok	Siječanj – veljača 2010	SDŽ, TZ SDŽ, EU fondovi, državne potpore
1	Ruralni resorti (etno-eko sela) (provođenje postojećeg programa revitalizacije etno-eko sela, te organizacija konkretnih aktivnosti u smislu turističkih usluga, odnosno artikuliranje ponude u selima kao ruralnog resorta. Suradnja sa nadležnim institucijama na izradi prijedloga poboljšanja postojećih zakona vezanih na poslovanje u ruralnom turizmu. Suradnja s lokalnim stanovništvom, vlasnicima te lokalnom samoupravom)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ	Visok	Listopad 2009 -	SDŽ, TZ SDŽ (fond za financiranje razvoja ruralnog turizma), EU fondovi, državne potpore
F A Z A	Agroturizam (pokretanje i implementacija smjernica strategije u formiranju poljoprivrednih domaćinstava za bavljenje turističkim uslugama kao dodatnom aktivnošću. Suradnja sa nadležnim institucijama na izradi prijedloga poboljšanja postojećih zakona vezanih na poslovanje u ruralnom turizmu. Suradnja s vlasnicima, registriranim poljoprivrednicima te lokalnom samoupravom)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ	Visok	Listopad 2009 -	SDŽ, TZ SDŽ (fond za financiranje razvoja ruralnog turizma), EU fondovi, državne potpore
2					

	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
	Razvoj ostalih domaćinstava (prema tipologiji) (pokretanje i implementacija smjernica strategije u formiranju ostalih vrsta seoskih domaćinstava: ruralna kuća za odmor, ruralni B&B, ruralni obiteljski hotel, za bavljenje turističkim uslugama. Suradnja sa nadležnim institucijama na izradi prijedloga poboljšanja postojećih zakona vezanih na poslovanje u ruralnom turizmu. Suradnja sa zainteresiranim vlasnicima te lokalnom samoupravom)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ	Visok	Ožujak 2010 -	SDŽ, TZ SDŽ (fond za financiranje ruralnog turizma)
F A Z A 1 i F A Z A 2	Izrada standarda kvalitete i klasifikacije domaćinstava (definiranje konkretnih i detaljnih kriterija standarda po svakom tipu seoskog domaćinstva u cilju postizanja potrebne kvalitete usluga i proizvoda za turističko tržište od samog početka implementacije razvoja ruralnog turizma. Klasifikacija domaćinstva omogućiti će diversifikaciju i razliku usluga po tipovima domaćinstava. Time će se omogućiti lakše planiranje promotivnih aktivnosti kao i prodaja na turističkom tržištu te minimum kvalitetnih kriterija koje svako domaćinstvo mora zadovoljavati)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ;	Visok	Listopad 2009 – siječanj 2010	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, SDŽ, TZSDŽ (fond za financiranje razvoja ruralnog turizma)
	Razvoj dodatnih usluga (poticanje razvoja ostalih usluga osim usluga smještaja i prehrane kako na domaćinstvu tako i u okolici kao što su: jahanje, timarenje životinja, sudjelovanje u poljoprivrednim radovima i proizvodnji tradicionalnih proizvoda, učenje starih zanata, škole kuhanja, tematske ture, biciklističke ture, ture po arheološkim nalazištima, planinske ture, vinske ture, ribolov na rijekama, aktivnosti u prirodi, aktivnosti na rijekama, ture po kulama i ostalim kulturnim i povijesnim znamenitostima itd.)	Privatne inicijative u suradnji i uz podršku Upravljačke strukture za razvoj ruralnog turizma i DMO-a	Visok	Ožujak 2010 -	Privatne inicijative uz podršku Upravljačke strukture, TZ SDŽ i SDŽ
	Razvoj paketa proizvoda i usluga (umrežavanje proizvoda i usluga u ruralnom turizmu kroz integralni paket tj. itinerer koji će se moći prodavati na tržištu. Tematski paket proizvoda treba povezati ponudu pojedinih domaćinstava s ponudom u okolici)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma	Visok	Ožujak 2010 -	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Organizacija lokalnih tržnica tradicijskih proizvoda / specijaliziranih prodavaonica – (rural market / shop) (povezivanje proizvođača tradicijskih proizvoda kroz organizaciju ponude na način kreiranja malih lokalnih tržnica po mjestima Zagore / Županije. Tržnica također može biti pokretna, odnosno određeni dan u tjednu u drugom mjestu)	Privatne inicijative, lokalna samouprava u suradnji i uz podršku Upravljačke strukture za razvoj ruralnog turizma	Srednji	2010. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Podrška i poticaji već postojećim tradicionalnim ruralnim sajmovima Dalmatinske zagore (na području Dalmatinske zagore već postoji niz tradicionalnih sajмова ruralnog stanovništva, koje je potrebno nastaviti razvijati i podržavati, te integrirati u turističku ponudu)	Lokalna samouprava, SDŽ, TZ SDŽ	Srednji	2009 - kontinuirano	Lokalna samouprava, SDŽ, TZ SDŽ

Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
Specijalizacija gastronomske ponude Dalmatinske Zagore (Kreiranje brendova lokalnih specijaliteta kao što su pršut, sir, arambašići, soparnik, itd. Sudjelovanje lokalnih proizvođača zdrave hrane u distribuciji svojih proizvoda na području cijele destinacije)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ; DMO	Visok	Sredina 2009.	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
Organizacija edukacijskih seminara / radionica o stvaranju i promociji novih proizvoda i usluga (Programi edukacije kojima se predstavlja pristup i način kreiranja novih i dodatnih proizvoda/usluga)	U prvoj fazi osoba zadužena za razvoj ruralnog turizma unutar TZ SDŽ, a u drugoj fazi upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ; DMO	Visok	Sredina 2009.	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma; SDŽ; TZSDŽ

Napomena: Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma u prvoj fazi implementacije Strategije podrazumijeva osnivanje odjela za razvoj ruralnog turizma unutar Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, a u kasnijoj fazi je to samostalna organizacija za razvoj i upravljanje ruralnim turizmom

MARKETING RURALNOG TURIZMA					
	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
F A Z A 1 F A Z A 2	Kampanja edukacije lokalnog stanovništva o ruralnom turizmu (Podizanje svijesti lokalnog stanovništva o značaju i koristima ruralnog turizma, predstavljanje koncepta ruralnog turizma, ključnih faktora uspjeha, itd.)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ, DMO	Visok	Od 2009. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Interni marketing (popularizirati proizvode i usluge ruralnog turizma kroz organiziranje obilaska domaćinstava od strane domaćih novinara. Organizirati PR aktivnosti za ruralni turizam SDŽ. i dalje provoditi akciju "Dan otvorenih vrata u ruralnim domaćinstvima". Medijski promovirati primjere dobre prakse. Uvesti sustav nagrađivanja i priznanja.)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, SDŽ, TZ SDŽ, DMO	Visok	Od 2009. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ
	Stvaranje tržišne marke ruralnog turizma SDŽ (kreiranje posebnog znaka i vizualnog identiteta ruralnog turizma SDŽ, poradi lakše komunikacije s tržištem, stvaranje tržišne ruralnih resorta Dalmatinske Zagore)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, SDŽ, TZ SDŽ, DMO	Visok	Travanj – rujan 2010	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Pozicioniranje ruralnog turizma SDŽ (organizacija i razvoj ruralnog turizma kao posebnog turističkog proizvoda SDŽ te s tim u vezi kreiranje posebnih marketinških i promotivnih aktivnosti u cilju predstavljanja ruralnog turizma kao integralnog proizvoda. Suradnja s relevantnim institucijama u EU i HR glede ruralnog turizma: udruženja, federacije, turistički 'kreatori mišljenja', donosioci odluka itd.)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ, DMO	Visok	Od 2009. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Internet promocija (kreiranje posebne internet stranice s ponudom ruralnog turizma SDŽ te teritorijalnim marketingom. Pored prezentiranja cjelokupne ponude ruralnog turizma SDŽ, kreirati i internet booking centar tj. mogućnost kupovine proizvoda i usluga ruralnog turizma SDŽ on-line. Povezivanje s ostalim turističkim internet portalima, kreiranje newsletter-a, mailing liste, rad na permanentnoj optimalizaciji stranice)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ, DMO	Visok	Od 2009. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Oglašavanje za inozemno i domaće tržište (kreirati kampanju oglašavanja u specijaliziranim vodičima, stručnim turističkim časopisima i magazinima, nastupi na specijaliziranim sajmovima: Grune Woche Berlin; International B&B Bruxelles; Fiera agriturismo Arezzo, itd. Organizacija putovanja upoznavanja u SDŽ za medije po pitanju ruralnog turizma)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ, DMO	Srednji	Od 2009. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma

	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
	Rad s agencijama i turoperatorima (kreirati mrežu suradnje sa specijaliziranim agencijama i turoperatorima. Za njihove predstavnike organizirati putovanja upoznavanja. Kreirati servis podrške agencijama i turoperatorima koji žele poslovati s domaćinstvima u ruralnom turizmu SDŽ a nemaju predstavništvo na području RH)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ, DMO	Srednji	Od 2009. - kontinuirano	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma
	Unapređenje prodaje (izrada suvenira i reklamnih materijala s znakom ruralnog turizma SDŽ, organizacija trgovina suvenira ruralnog turizma SDŽ)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, DMO	Srednji	Rujan – prosinac 2010	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, lokalna samouprava

Napomena: Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma u prvoj fazi implementacije Strategije podrazumijeva osnivanje odjela za razvoj ruralnog turizma unutar Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, a u kasnijoj fazi je to samostalna organizacija za razvoj i upravljanje ruralnim turizmom

OSNOVNI PROGRAMI ZA RAZVOJ RURALNOG TURIZMA					
	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
F A Z A 1 F A Z A 2	Kampanja edukacije lokalnog stanovništva o ruralnom turizmu (Podizanje svijesti lokalnog stanovništva o značaju i koristima ruralnog turizma, predstavljanje koncepta ruralnog turizma, ključnih faktora uspjeha, itd. Promocija ruralnog turizma putem lokalnih medija – lokalne novine, radio, tv)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ	Visok	Od sredine 2009.	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ
	Program integracije poljoprivredne proizvodnje i turističkih aktivnosti (povezivanje proizvođača tradicionalnih poljoprivrednih proizvoda kroz organizaciju turističke ponude – npr. lokalne tržnice itd. Sudjelovanje lokalnih proizvođača zdrave hrane u distribuciji svojih proizvoda na području cijele destinacije)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, TZ SDŽ	Visok	Permanently	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, SDŽ, TZ SDŽ, DMO
	Financijske olakšice i ostali financijski poticaji (podrška od strane javnog sektora u smislu financijskih olakšica za ruralni turizam – npr. različita davanja i porezi kojih se općina može odreći (npr. komunalna davanja po tur. noćenju i sl.)	Lokalna samouprava, SDŽ, TZ SDŽ	Visok	Permanently	Lokalna samouprava, SDŽ
	Uređenje krajolika / okoliša (Uređenje okoliša sa ciljem potenciranja doživljaja prirode i ruralnih sredina, te očuvanja ruralnih područja: čišćenje prostora oko cesta i putova, čišćenje smeća, granja i ostalih nečistoća u neposrednoj blizini putova, oplemenjivanje tla, itd.). Ove se aktivnosti u određenoj mjeri već provode, međutim potrebno je kontinuirano i intenzivnije provođenje programa ovakve vrste sa ciljem unapređenja ruralne sredine	Općine / gradovi, lokalna zajednica, seoska domaćinstva, TZ SDŽ, DMO	Visok	Početak 2009 -	Lokalna samouprava, SDŽ, TZ SDŽ, DMO
	Unapređenje infrastrukture (cestovna infrastruktura i signalizacija, sustav odvodnje otpadnih voda, vodoopskrbni sustav, sustav rasvjete uz poštivanje ekoloških normi kao što su npr: vodonepropusne sabirne jame, ekološka rasvjeta i sl.)	Općine / gradovi, lokalna zajednica	Visok	Permanently	Lokalna samouprava
	Ruralni dizajn (poboljšanje i unapređivanje vizualnog identiteta, odnosno estetike, gradića, mjesta i sela kroz uređenje, donošenje normi i uvjeta izgradnje novih građevina u ruralnom području, uređenju starih jezgri mjesta, uspostavljanje vizualne komunikacije u cilju stvaranja atraktivnog imidža; unapređenje krajolika; stvaranje dojma autentičnosti)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma, općine i gradovi, lokalna zajednica, seoska domaćinstva	Srednji	Permanently	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma

	Zadatak	Nositelji	Prioritet	Vremenski okvir	Financiranje / resursi
	Angažiranje arhitekata, etnologa, dizajnera, itd. (angažiranje tima stručnjaka koji bi izrađivali konkretne prijedloge revitalizacije i uređenja domaćinstava te koji imaju pozitivne reference s radom na tradicijskim objektima. Upravljačka struktura ruralnog turizma SDŽ s njima sklapa ugovor i snosi troškove njihovih usluga. Time se već unaprijed garantira da će domaćinstvo biti uređeno u skladu s ambijentom u kojem se nalazi kao i kvalitetu uređenja)	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma	Visok	Permanently	Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma

Napomena: Upravljačka struktura za razvoj ruralnog turizma u prvoj fazi implementacije Strategije podrazumijeva osnivanje odjela za razvoj ruralnog turizma unutar Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, a u kasnijoj fazi je to samostalna organizacija za razvoj i upravljanje ruralnim turizmom

O. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije (na primjeru Dalmatinske zagore) namijenjen je svim ključnim subjektima turističkog sektora i s njim povezanim djelatnostima, te svim subjektima koji izravno sudjeluju ili su povezani sa ruralnim turizmom na području Splitsko-dalmatinske Županije.

Ovim se planom predlaže strateški okvir za razvoj ovog ključnog i novog proizvoda područja, a pitanje odabira organizacijsko-upravljačkog modela i sustava financijske podrške razvoju predmet je dogovora i suglasnosti ključnih subjekata.

Prema tome, ova Strategija predstavlja provedbenu osnovu za dogovor o suradnji svih uključenih subjekata javnog i privatnog sektora oko ključnih koraka i odgovornosti oko razvoja proizvoda ruralnog turizma.