

Obilježja ponude ruralnog turizma dalmatinskih turističkih regija

Kristina Svrznjak¹, Mario Šarić², Sandra Kantar¹, Silvije Jerčinović¹

¹Visoko gospodarsko učilište u Križevcima, Milislava Demerca 1, Križevci, Croatia

(ksvrznjak@vguk.hr)

²Student diplomskog sveučilišnog studija Povrčarstvo i cvjećarstvo, Poljoprivredni fakultet Osijek, Vladimira Preloga 1, Osijek, Croatia

SAŽETAK

U radu se istražuju obilježja ponude seoskog turizma Dalmacije na osnovu registriranih ruralno-turističkih gospodarstava navedenih u Nacionalnom katalogu ruralnog turizma Hrvatske. Cilj rada je utvrditi sadašnje stanje i potencijal Dalmacije u razvoju ruralnog turizma te ukazati na (ne)iskorištene mogućnosti kroz usporedbu između četiri dalmatinske turističke regije: Dalmacija – Zadar, Dalmacija – Šibenik, Dalmacija – Split, Dalmacija – Dubrovnik.

Rezultati istraživanja ukazuju da sve istraživane regije obiluju prirodnom i kulturnom baštinom, što je osnovni preduvjet za razvoj ruralnog turizma. Razlike se uočavaju kod broja registriranih objekata za ruralni turizam i usluga koje se nude, što je prilika za pokretanje investicijskih projekata i programa u cilju očuvanja i razvoja ruralnog područja.

Ključne riječi: ruralni turizam, ruralno-turistička ponuda, dalmatinske turističke regije

UVOD

O važnosti razvoja ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj govori i činjenica da više od 92 % prostora zemlje otpada na ruralni prostor, što predstavlja golemi potencijal u razvoju ruralnog turizma. Najčešća definicija ruralnog turizma na koju se može naići kada se iščitavaju radovi vezani uz ovu tematiku jest definicija Vijeća Europe iz 1986. godine koja glasi da se radi o turizmu na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnija su obilježja takva turizma mirna sredina, odsutnost buke, očuvanost okoliša, komunikacija s domaćinima, domaća hrana i

upoznavanje sa seljačkim poslovima. To znači da ruralni turizam zadire u dva gospodarska sektora – turizam i poljoprivredu, koji zajedno oblikuju specifičnu turističku ponudu, koja se može ostvarivati unutar seljačkog gospodarstva ili u seoskoj sredini (Demonja i Ružić, 2010.). Ruralni turizam nije nužno dopunska djelatnost na poljoprivrednom gospodarstvu kojem se stvara dodatni prihod, već može biti i profesionalna djelatnost (npr. mali obiteljski hotel, konjanički centar).

Ruralni turizam odvija se u ruralnom području, koji već dugi niz godina nastoje definirati sociolozi, geografi, planeri i

ekonomisti. Pritom sam pojam ruralnog područja nije strogo definiran, već se pod njim podrazumijevaju područja u kojima prevladavaju: prirodno okruženje, seoski okoliš, mala naselja i sela, zaseoci, izdvojena poljoprivredna gospodarstva, s poljoprivredom i šumarstvom kao glavnim gospodarskim granama (Baćac, 2011). Ružić (2011) ističe da se danas odnos prema ruralnoj sredini potpuno promijenio, s obzirom na to da ruralni krajolik potpuno osvaja gradsko stanovništvo, odnosno ponovno se javlja težnja, koja se potvrđuje željama, za susretom sa selom, ali i više sa širokim ruralnim prostorom i divljom prirodom. Strah od prirode koja se smatrala opasnom je nestao, a izoliranost, opasnost i rizik sve više privlači današnjeg čovjeka koji lako svladava surovost prirodnog krajolika, što su pozitivne činjenice za razvoj ruralnog turizma.

Ruralni turizam značajan je čimbenik u aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovu održivog razvoja pa ga s pravom možemo nazvati budućnošću svjetskog turizma (Kantar, 2016). Svržnjak i sur. (2014) naglašavaju kako je općenito turizam velikim dijelom zaslužan za spoznaje o potrebi održivog razvoja jer je najviše zainteresiran za održivost svih resursa koji su temelj njegova razvoja i održivosti. Stoga isti autori s aspekta održivog razvoja ruralni turizam zamišljaju kao čistu i održivu gospodarsku aktivnost koja ne oštećuje okoliš kao što ga oštećuje proizvodnja, rudarstvo, sječa šuma i intenzivna agrarna proizvodnja.

Prema priručniku „Kako ugostiti turiste na seoskom imanju“ (Kušen, 2007) utvrđeno je da bi u ruralnim prostorima održivi razvoj turizma trebao imati uglavnom pozitivne učinke:

- vlasnicima turističkih seljačkih gospodarstava turizam treba osigurati dodatne prihode i vratiti im njihovo dostojanstvo jer su postali predmet zanimanja uglednih ljudi koji kod njih odsjedaju; osim toga, tim vlasnicima turizam omogućava da u "vlastitom dvorištu", pod znatno povoljnijim uvjetima, prodaju svoje poljoprivredne proizvode
- dijelovima ruralnog prostora u kojima se razvija turizam treba donijeti blagostanje, osobito putem izgradnje kvalitetnije komunalne i društvene infrastrukture te osiguranjem drugih uvjeta za poboljšanje kvalitete i lokalnog stanovništva, a da se pri tome ne degradira prirodni okoliš.

S obzirom na različitosti prirodno-resursne osnovne i obilježja ruralne arhitekture, prema Svržnjak i sur. (2014) u Hrvatskoj je moguće razlikovati sedam ruralnih cjelina¹, gdje Dalmaciju nalazimo kao cjelovitu regiju, dok je u Nacionalnom katalogu ruralnog turizma Hrvatske (Mandić i sur., 2015) Dalmacija podijeljena na četiri zasebne turističke regije: Dalmacija – Zadar, Dalmacija – Šibenik, Dalmacija – Split i Dalmacija – Dubrovnik. Ta podjela prati administrativnu podjelu Dalmacije na četiri županije, pri čemu svaku županiju rese obilježja koja su gotovo istovjetna u svakoj od njih (Bosna i Krajnović, 2015.). Stoga isti autori u analiziranom radu postavljaju hipotezu da se Dalmacija kao povijesno-geografska

¹ - Slavonija, Baranja i Srijem, 2. Hrvatsko zagorje, Prigorje, Međimurje i Podravina, 3. Posavina, Pokuplje i Moslavina, 4. Gorski kotar i Žumberak, 5. Lika i Kordun, 6. Istra i Hrvatsko primorje i 7. Dalmacija.

² - Zbog jednostavnosti, u daljnjem tekstu za navedenu publikaciju koristit će se izraz „Nacionalni katalog“.

cjelina sa svojim jedinstvenim obilježjima može razvijati kao turistički regionalni brend ostvarujući pri tome višestruke koristi. Turistička regionalizacija treba voditi računa o prirodnim i o društveno-gospodarskim obilježjima, međutim Klarić (2005) naglašava da se suvremeni turizam sve manje zasniva na prirodnim obilježjima, a sve više na društveno-gospodarskim čimbenicima. Stoga je za razumijevanje važnosti ruralnog turizma od velike važnosti poznavanje osobitosti ponude na turističkim seljačkim gospodarstvima, gdje se mogu uočiti razlike dalmatinskih regija u razvoju ruralnog turizma, što se može postaviti kao hipoteza ovog rada.

MATERIJAL I METODE

Istraživanje se provodi na temelju podataka iz Nacionalnog kataloga „Ruralni turizam Hrvatske“ (Mandić i sur., 2015)², koji domaćem i stranom tržištu sveobuhvatno predstavlja ponudu vezanu uz ruralni turizam Hrvatske prema sedam ruralnih regija, od kojih je jedna – Dalmacija, podijeljena na zasebne ruralno turističke regije prema većim gradovima, a to su Zadar, Šibenik, Split, Dubrovnik.

U radu se analizira dalmatinska ruralna regija s ukupno 81 turističkim seljačkim gospodarstvom te se uspoređuju četiri ruralne cjeline (Zadar, Šibenik, Split i Dubrovnik). Ponuda svake analizirane regije je opisana kroz osnovne informacije (kontakti, adresa, nadmorska visina, GPS), kapacitete gospodarstva (broj smještajnih jedinica, broj postelja, kategorizacija, površina u ha, broj sjedećih mjesta u objektu i izvan objekta), aktivnosti koje se nude na gospodarstvu (npr. kuharske prezentacije, ribolov, jahanje i slično) te ostale informacije (radno vrijeme, govorni jezik i načini plaćanja na gospodarstvu).

Također se uspoređuje prirodna i kulturna baština navedena u Nacionalnom katalogu kroz poučne staze, etnozanimljivosti, kulturne događaje te kroz tzv. specifična i drugačija mjesta vrijedna posjeta.

Na osnovu navedenih podataka prikazat će se karakteristična obilježja ponude seoskog turizma Dalmacije, a komparativnom analizom definirat će se jake i slabe strane ruralnog turizma po pojedinim dalmatinskim ruralnim cjelinama.

U radu se koristi deskriptivna metoda obrade podataka (uređivanje prikupljenih podataka, tablično prikazivanje te opisivanje pomoću numeričkih apsolutnih i relativnih vrijednosti te postotaka).

REZULTATI I RASPRAVA

Ruralni prostor Dalmacije bogat je tradicijskom baštinom naslijeđenom iz prošlosti, koja se na različite načine prikazuje današnjim naraštajima kako bi se u „što boljem stanju“ predala budućim generacijama. Prirodna i kulturna baština je osnovni preduvjet za razvoj ruralnog turizma pa se može reći kako je navedeni osnovni preduvjet za Dalmaciju zadovoljen s ukupno 158 zabilježenih atrakcija u obliku prirodne i kulturne baštine podijeljene na 33 specifična i drugačija mjesta za posjetu turista, 33 poučne staze, 45 etnozanimljivosti i 47 kulturnih događaja (tablica 1). Od analiziranih dalmatinskim regija u broju etnozanimljivosti i kulturnih događaja prednjači regija Dalmacija – Split, po broju poučnih staza Dalmacija – Zadar i Dalmacija – Split, dok Dalmacija – Šibenik obiluje tzv. specifičnim i drugačijim mjestima za posjetiti. No, treba se naglasiti da na osnovu popisanog broja tih atrakcija sve dalmatinske regije imaju odlične preduvjete za daljnji razvoj ruralnog turizma.

Tablica 1. Usporedba prirodne i kulturne baštine dalmatinskih regija

	Dalmacija – Zadar	Dalmacija – Šibenik	Dalmacija – Split	Dalmacija – Dubrovnik	DALMACIJA – UKUPNO
Specifična i drugačija mjesta	7	10	8	8	33
Poučne staze	9	7	9	8	33
Etnozanimljivosti	13	9	15	8	45
Kulturni događaji	10	14	15	8	47
UKUPNO	39	40	47	32	158

Izvor: Šarić (2016) prema podacima iz Nacionalnog kataloga

Razlike se uočavaju promatrajući gospodarske značajke objekata u ruralnom turizmu (tablica 2). Prema Nacionalnom katalogu u Dalmaciji ima 81 registrirano ruralno turističko gospodarstvo, koja svakako doprinose cjelokupnoj turističkoj ponudi i općenito ruralnom razvoju. Većini tih gospodarstava bavljenje seoskim turizmom predstavlja dopunsku djelatnost uz primarnu djelatnost – poljoprivredu. Na taj način poljoprivrednici proširuju svoju gospodarsku djelatnost i kroz turizam njihovi proizvodi dobivaju dodatnu vrijednost čime se i stvara dodatni izvor prihoda. U broju registriranih objekata za ruralni turizam prednjači regija Dalmacija – Dubrovnik koja ima nešto manje od polovice ukupnih registriranih objekata u Dalmaciji (39). Slijedi Dalmacija – Šibenik (20), zatim Dalmacija – Split (15), a iznenađujuće malo registriranih objekata za ruralni turizam ima regija Dalmacija – Zadar (7). S obzirom na površinu, ruralno turistička gospodarstva Dalmacije su prosječne veličine oko 3,6 ha.

Dalmacija od ukupnog broja ruralno turističkih gospodarstava ima nešto više od trećine onih koja imaju i smještajne kapacitete. Promatrajući regije u tom smislu, vidljivo je da ima velikih razlika jer npr. regija Dalmacija – Dubrovnik ukupno ima najviše registriranih gospodarstava koja se bave ruralnim turizmom, kao što je već rečeno – 39, ali samo

12 objekata imaju i smještajne kapacitete što u postotku iznosi 30,8 %. S druge strane, regija Dalmacija – Zadar ima najmanje registriranih objekata za ruralni turizam, ali najveći postotak gospodarstava koja imaju smještajne kapacitete, čak 71,4 %, čime bi se mogao nametnuti zaključak da se u regiji Dalmacija – Zadar postupno razvija ruralni turizam s tendencijom paralelnog razvoja i smještajnih i ugostiteljskih objekata na ruralno-turističkim objektima.

Od vrste smještajnih kapaciteta na ruralnom prostoru Dalmacije prevladavaju sobe (72) i apartmani (33), dok ruralnih kuća ima samo tri, a kampova samo pet u sve četiri promatrane regije. Iznenađujuće je da se u regiji Dalmacija – Šibenik nalazi najveći broj soba (33) i postelja (112)³ u odnosu na ostale regije, a naročito je to iznenađenje zbog toga što ta regija ima samo 5 gospodarstava koja imaju smještajne kapacitete (25 %). Uglavnom su to četverokrevetne sobe (i apartmani), čime se nameće zaključak da su ciljna skupina gostiju u toj regiji – obitelji s djecom. Regija Dalmacija – Dubrovnik ima najveći broj apartmana (15) i ruralnih kuća (2) u odnosu na ostale regije. Regija Dalmacija – Zadar ističe se najvećim brojem kampova u koje se može smjestiti ukupno 45 gostiju, odnosno od ukupno pet gospodarstava koja imaju smještajne kapacitete, tri gospodarstva pružaju mogućnost ruralnog kampa.

Što se tiče kategorizacije, ruralno turistički

Tablica 2. Usporedba gospodarskih značajki ruralno turističkih objekata dalmatinskih regija

	Dalmacija – Zadar	Dalmacija – Šibenik	Dalmacija – Split	Dalmacija – Dubrovnik	DALMACIJA – UKUPNO
Broj registriranih objekata za ruralni turizam	7	20	15	39	81
Gospodarstva koja imaju smještajne kapacitete*	5 (71,4 %)	5 (25,0 %)	6 (40,0 %)	12 (30,8 %)	28 (34,6 %)
- <i>sobe</i>	5	33	18	16	72
- <i>apartmani</i>	6	10	2	15	33
- <i>ruralne kuće</i>	1	0	0	2	3
- <i>kampovi</i>	3	1	0	1	5
Broj postelja u sobama, apartmanima i ruralnim kućama	55	112	44	101	312
Broj mjesta u kampovima	45	4	0	50	99
Broj sjedećih mjesta u objektima	56	69	43	47	215
Broj sjedećih mjesta izvan objekata	91	84	63	53	291
Prosječna cijena smještaja (kn/osobi)	205	220	173	195	198
Prosječna površina pod turističkim seljačkim gosp. (ha)	1,65	3,6	5,41	3,6	3,6
Prilagođeno za osobe s posebnim potrebama	0	7 (35 %)	5 (33,3 %)	10 (25,6 %)	22 (27,1 %)
Prilagođeno za starije osobe	4 (57,1 %)	11 (55 %)	8 (53,3 %)	17 (43,5 %)	40 (49,3 %)
Prilagođeno gostima s malom djecom	5 (71,4 %)	14 (70 %)	9 (60 %)	22 (56,4 %)	50 (61,7 %)
Prilagođeno gostima s kućnim ljubimcima	5 (71,4 %)	14 (70 %)	5 (33,3 %)	14 (35,8 %)	38 (46,9 %)

* U zagradi je postotni udio gospodarstava sa smještajnim kapacitetima od ukupnog broja ruralno-turističkih gospodarstava u odnosnoj regiji ili ukupno za Dalmaciju

Izvor: Šarić (2016) prema podacima iz Nacionalnog kataloga

objekti Dalmacije u prosjeku su kategorizirani s 3 sunca što je zadovoljavajuće, s tim da se u tome ističe regija Dalmacija – Dubrovnik gdje prevladavaju objekti kategorizirani s maksimalnih 4 sunca. Prosječna cijena smještaja u ruralno turističkim objektima Dalmacije je oko 198,00 kn/po osobi⁴.

Prilagođenost objekata za različite skupine gostiju, kao što su osobe s posebnim potrebama, starije osobe, gosti s malom djecom i gosti s kućnim ljubimcima, postala je jedan od važnijih čimbenika za odabir destinacija, odnosno

u ovom slučaju ruralnih gospodarstava od strane gostiju. Dalmatinska ruralno turistička gospodarstva nisu u velikoj mjeri prilagođena za različite skupine gostiju, odnosno samo 61,7 % gospodarstava je prilagođeno za goste s malom djecom, dok je manje od polovice gospodarstava prilagođeno za starije osobe (49,3 %), goste s kućnim ljubimcima (46,9 %) te osobe s posebnim potrebama (27,1 %). Naročito je zabrinjavajuće što u regiji Dalmacija – Zadar nema niti jednog gospodarstva prilagođenog za osobe s posebnim potrebama. Izneseni

podaci su signali za donositelje odluka da na nacionalnoj i regionalnoj razini kreiraju mjere za buduću razvoj ruralnog turizma u smjeru investiranja i prilagodbe ruralno turističkih objekata za navedene različite skupine gostiju.

Komunikacija s gostima i oglašavanje su jako važni čimbenici u razvoju turizma, a analiza u tom smislu obuhvaća samo one kanale koji su navedeni u Nacionalnom katalogu (tablica 3). U Nacionalnom katalogu vidljivo je da 81 ruralno turističko gospodarstvo Dalmacije ima prije svega naveden mobilni telefon (98,7 %), zatim službenu e-mail adresu (91,3 %), fiksni telefon (86,4 %), službenu internetsku stranicu (54,3 %) i faks uređaj (46,9 %)⁵. S obzirom na to da je Internet postao glavni izvor informacija o putovanjima i glavni prodajni kanal, naročito u turizmu, negativna je činjenica što samo nešto više od polovice ruralno turističkih gospodarstava Dalmacije ima izrađenu službenu internetsku stranicu, pa to svakako predstavlja prostor za buduće unapređenje.

Nešto manje od dvije trećine gospodarstava (61,7 %) otvorena su za turiste cijele godine na ruralnom području Dalmacije, a ostala gospodarstva, koja su većinom u neposrednoj blizini mora, povezuju svoje radno vrijeme s ljetnom morskom sezonom. Na većini gospodarstava Dalmacije govori se engleski jezik (96,2 %), što je vrlo dobar podatak s obzirom na činjenicu da je engleski najčešće korišten jezik u komunikaciji sa stranim gostima, naročito u vrijeme turističke sezone. Za hrvatski turizam poželjna je komunikacija na njemačkom jeziku jer prema podacima Ministarstva turizma godišnje Hrvatsku posjeti više od dva milijuna turista s njemačkog govornog područja. Prema analiziranim

podacima u ovom radu, vidljivo je da je na 40,7 % ruralno turističkih gospodarstava Dalmacije moguća komunikacija na njemačkom jeziku.

Broj aktivnosti koje se pružaju gostima na ruralno turističkim gospodarstvima je jedan od značajnijih atraktora ruralnog turizma. Na gospodarstvima Dalmacije u prosjeku se odvija 13 različitih aktivnosti, što je vrlo zadovoljavajuće i više od hrvatskog prosjeka. Najčešće aktivnosti koje se odvijaju na gospodarstvima su: sudjelovanje u poljoprivrednim poslovima (vinogradarstvo i vinarstvo, maslinarstvo, povrčarstvo i voćarstvo, stočarstvo), usluge kušanja proizvoda, sakupljanje ljekovitog i aromatičnog bilja, kuharske prezentacije, prezentacije starih običaja i vještina, branje gljiva i drugih šumskih plodova, pješačenje, planinarenje, promatranje ptica, vožnja plovilima, ribolov i biciklizam. U manjini su zabilježene aktivnosti kao što su: uzgoj riba, seoski wellnes, lov, sportsko penjanje, aktivan stari zanat, bavljenje tenisom i bazensko kupanje. Zbog brojnih planina i šuma koje se nalaze u okolici dalmatinskih gospodarstava, naročito postoje mogućnosti za pojačanje ponude aktivnosti kao što je sportsko penjanje i lov, možda kroz povezivanje sa sportskim i lovnim udrugama koje se nalaze na području Dalmacije ili na neki sličan način. Aktivnosti kao što su seoski wellnes, izgradnja bazena i teniskih terena zahtijevaju buduća ulaganja i angažman vlasnika da se prijave na investicijske projekte namijenjene za tu svrhu. Ono što svakako treba aktivirati jesu tradicijski zanati zbog očuvanja dalmatinske kulturne baštine te uzgoj riba kao očekivana aktivnost u dalmatinskom području.

³ - To iznosi nešto više od trećine od ukupnog broja postelja u sobama, apartmanima i ruralnim kućama Dalmacije.

⁴ - Najniža je u regiji Dalmacija – Split od 173,00 kn/osobi, a najviša u regiji Dalmacija – Šibenik od 220,00 kn/osobi.

⁵ - Može se reći da ovaj najniži postotni podatak i nije problem jer korištenje telefaksa sve više gubi na značaju zbog razvitka modernijih oblika komunikacije.

Tablica 3. Usporedba načina komunikacije, prilagođenosti objekata i broja dodatnih aktivnosti na ruralno turističkim objektima dalmatinskih regija*

	Dalmacija – Zadar	Dalmacija – Šibenik	Dalmacija – Split	Dalmacija – Dubrovnik	DALMACIJA - UKUPNO
Gospodarstva koja imaju fiksni telefon	6 (85,7 %)	16 (80,0 %)	11(73,3 %)	37 (94,9 %)	70 (86,4 %)
Gospodarstva koja imaju telefaks	4 (57,1 %)	12 (60 %)	8 (53,3 %)	14 (35,8 %)	38 (46,9 %)
Gospodarstva koja imaju mobilni telefon	7 (100,0 %)	20 (100 %)	15 (100 %)	38 (97,4 %)	80 (98,7 %)
Gospodarstva koja imaju službenu e-mail adresu	6 (85,7 %)	20 (100 %)	11(73,3 %)	37 (94,8 %)	74 (91,3 %)
Gospodarstva koja imaju službenu internetsku stranicu	4 (57,1 %)	14 (70 %)	6 (40 %)	20 (51,2 %)	44 (54,3 %)
Gospodarstva koja imaju mogućnost rada cijele godine	5 (71,4 %)	15 (75 %)	9 (60 %)	21 (53,8 %)	50 (61,7 %)
Gospodarstva na kojima se govori strani jezik: engleski	7 (100 %)	19 (95 %)	14(93,3 %)	38 (97,4 %)	78 (96,2 %)
Gospodarstva na kojima se govori strani jezik: njemački	5 (71,4 %)	15 (75 %)	2 (13,3 %)	11 (28,2 %)	33 (40,7 %)
Prosječan broj dodatnih aktivnosti po gospodarstvu	12	14	12	14	13

* U zagradi je postotni udio gospodarstava sa smještajnim kapacitetima od ukupnog broja ruralno-turističkih gospodarstava u odnosnoj regiji ili ukupno za Dalmaciju

Izvor: Šarić (2016) prema podacima iz Nacionalnog kataloga

ZAKLJUČAK

Rezultati istraživanja pokazuju da četiri analizirane dalmatinske regije prema Nacionalnom katalogu ruralnog turizma Hrvatske (Dalmacija – Zadar, Dalmacija – Šibenik, Dalmacija – Split i Dalmacija – Dubrovnik) imaju odlične pretpostavke za razvoj ruralnog turizma promatrajući bogatstvo kulturne i prirodne baštine i atrakcija koje se nude na cijelom dalmatinskom ruralnom području.

Ako se promatra ponuda ruralno turističkih gospodarstava, može se zaključiti da je ona zadovoljavajuća uz nekoliko regionalnih razlika

kao što su:

1. U Dalmaciji je registrirano 81 ruralno turističko gospodarstvo, u čemu prednjači regija Dalmacija – Dubrovnik s 39 registriranih gospodarstava. S druge strane, takvih gospodarstava ima najmanje u regiji Dalmacija – Zadar (7).

2. Samo 34,6 % ruralno turističkih gospodarstava ima smještajne kapacitete, s tim da se u regiji Dalmacija – Zadar uočava najbravnomjerniji razvoj i smještajnih i ugostiteljskih objekata u ruralnom području.

3. Od smještajnih kapaciteta u ruralnom području Dalmacije ima najviše soba (72) i apartmana (33). Zabilježene su samo tri ruralne kuće i pet kampova. Regija Dalmacija – Zadar

* - Iz tablice 3. je vidljivo da taj prosjek zasigurno „ruše“ regija Dalmacija – Split i Dalmacija – Dubrovnik gdje se na manje od trećine gospodarstava govori njemački jezik.

ističe se u ponudi smještaja u kampovima, što predstavlja dobar primjer u daljnjem razvoju takvog oblika smještajnih jedinica na cijelom ruralnom području Hrvatske.

4. Ruralno turistički objekti u prosjeku su kategorizirani s tri sunca, u čemu se ističe regija Dalmacija – Dubrovnik, gdje prevladavaju objekti kategorizirani s maksimalna četiri sunca.

5. Prosječna cijena smještaja u ruralno turističkim objektima je najviša u regiji Dalmacija – Šibenik (220,00 kn/osobi), a najniža u regiji Dalmacija – Split (173,00 kn/osobi).

6. Prosječna površina gospodarstava je najmanja u Dalmaciji – Zadar (1,65 ha), a najveća u Dalmaciji – Split (5,41 ha).

7. Samo 61,7 % gospodarstava je prilagođeno za goste s malom djecom, 49,3 % za starije osobe, 46,9 % za goste s kućnim ljubimcima te 27,1 % za osobe s posebnim potrebama. Naročito je zabrinjavajuće što u regiji Dalmacija – Zadar nema niti jednog gospodarstva prilagođenog za osobe s posebnim potrebama.

8. Službenu internetsku stranicu ima samo 54,3 % gospodarstava, što je premalo s obzirom da je to postao glavni prodajni kanal u turizmu općenito. Dalmacija – Split je jedina regija gdje manje od 50 % gospodarstava ima službenu internetsku stranicu (samo 40 %).

9. Skoro na svim gospodarstvima se govori engleski jezik (96,2 %). Ostali jezici su zastupljeni u puno manjem postotku. Uspoređujući regije prema gospodarstvima na kojima se govori njemački jezik, na gospodarstvima regije-Split i regije-Dalmacija je taj postotak ispod 30 %.

10. Na gospodarstvima ruralne Dalmacije gosti mogu sudjelovati u prosjeku u 13 različitih aktivnosti, međutim uočeni su nedostaci sadržaja kao što je sportsko penjanje, lov, prezentacija starih zanata i uzgoja riba, bazeni,

teniski tereni i seoski wellnes.

Razvidno je da svako analizirano ruralno turističko gospodarstvo pridonosi razvoju ruralnog turizma i ruralnog područja Dalmacije te da se još bolja ruralno turistička ponuda može razviti edukativnim programima i investicijskim projektima povoljnim za vlasnike. Investicijskim projektima trebalo bi utjecati na povećanje broja smještajnih kapaciteta, trebalo bi potaknuti izgradnju bazena, teniskih terena i seoskog wellnesa te bi trebalo poraditi na povećanju prilagodbe gospodarstava za starije osobe, goste s kućnim ljubimcima, a naročito za osobe s posebnim potrebama. Osmišljavanjem različitih turističkih edukativnih programa trebalo bi potaknuti vlasnike da porade na izradi službene internetske stranice i učenju stranih jezika, da se potaknu da se aktiviraju tradicijski zanati i uzgoj riba te da se umreže sa sportskim i lovnim udrugama kako bi se ponudile još raznovrsnije aktivnosti na gospodarstvu. Na taj način većina gospodarstava radila bi cijelu godinu, a ne samo u ljetnoj sezoni, što pretpostavlja ostanak ljudi na ruralnom području.

Iz svega navedenog može se zaključiti da daljnji razvoj agroturističke ponude Dalmacije, a i cijele Hrvatske, predstavlja gospodarsku razvojnu polugu u smislu očuvanja i razvoja demografskog, društvenog, prirodnog i kulturnog kapitala ruralnog područja.

NAPOMENA

Rezultati prikazani u radu dio su istraživanja završnog rada studenta Maria Šarića, bacc. ing. agr. „Obilježja ponude seoskog turizma u Dalmaciji“.

LITERATURA

- Bosna J., Krajnović A. (2015). Prijedlog modela izgradnje i upravljanja regionalnim turističkim brendom Dalmacije. *Tranzicija* br. 36: 93-105.
- Demonja D., Ružić, P. (2010). Ruralni turizam u Hrvatskoj, Somek P. (ur.), str. 12-27. Zagreb, Hrvatska: Meridijani
- Kantar S., (2016). Razvoj održivoga ruralnoga turizma: potencijali Koprivničko-križevačke županije: doktorski rad, str. 76-89. Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
- Klarić Z., (2005). Geografski aspekti turističke regionalizacije svijeta prema konceptu Svjetske turističke organizacije. *Hrvatski geografski glasnik* 77/2: 76-89.
- Kušen E. (2007): Kako ugostiti turiste na vlastitom imanju: priručnik, str. 3-14.
- Mandić I., Horvat M., Šimunković M., Elez L., Jeremić J., Dražić M. (2015). Ruralni turizam Hrvatske, Nacionalni katalog, Krešić-Jurić L. i Rajković V. (ur.), str. 38-174. Zagreb, Hrvatska: Hrvatska gospodarska komora, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
- Ružić P. (2011). Ruralni turizam Istre, str. 2-39, Poreč, Hrvatska: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Zavod za turizam
- Svržnjak K., Kantar S., Jerčinović S., Kamenjak D. (2014). Ruralni turizam – uvod u destinacijski menadžment, Husinec R. (ur.), str. 8-27. Križevci, Hrvatska: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima
- Šarić M. (2016). Obilježja ponude seoskog turizma u Dalmaciji: završni rad. str. 1-40. Visoko gospodarsko učilište u Križevcima

Characteristics of rural tourism supply in Dalmatian tourist regions

ABSTRACT

The paper deals with the characteristics of Dalmatia's rural tourism supply based on the registered rural-tourist farms listed in the National Catalog of Rural Tourism of Croatia. The aim of this paper is to determine the present state and potential of Dalmatia in the development of rural tourism. Moreover, the intention is to point out the unexploited possibilities of the area by comparing the four Dalmatian tourist regions: Dalmacija – Zadar, Dalmacija – Šibenik, Dalmacija – Split, Dalmacija – Dubrovnik. The research results indicate that all the explored regions are rich in natural and cultural heritage, which are crucial for the development of rural tourism. There are differences in the number of registered facilities for rural tourism and the services offered. This is seen as an opportunity for launching investment projects and programs with the goal of preserving and developing those rural areas.

Key words: rural tourism, rural tourist supply, Dalmatian tourist regions