ZADOVOLJSTVO KORISNIKA USLUGA PUSTOLOVNOG TURIZMA U OMIŠKOJ REGIJI

Juričić, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:700833

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ZADOVOLJSTVO KORISNIKA USLUGA PUSTOLOVNOG TURIZMA U OMIŠKOJ REGIJI

Mentor: **Studentica:**

Prof. dr. sc. Petrić Lidija **univ. bacc. oec. Juričić Josipa**

Split, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4

1.1. Problem istraživanja 5

1.2. Predmet istraživanja 9

1.3. Istraživačke hipoteze 11

1.4. Ciljevi istraživanja 12

1.5. Metode istraživanja 12

1.6. Doprinos istraživanja 13

1.7. Struktura rada 14

2. TEORIJSKI OKVIR PUSTOLOVNOG TURIZMA 15

2.1. Povijest razvoja pustolovnog turizma 15

2.2. Pustolovni turizam-pojam i sadržaj 17

2.3. Ponuda pustolovnog turizma 19

2.3.1. Institucije pustolovnog turizma 19

2.3.2. Izravna turistička ponuda u funkciji pustolovnog turizma 21

2.3.3. Neizravna turistička ponuda u funkciji pustolovnog turizma 22

2.3.4. Pustolovni turistički proizvodi 22

2.4. Turistička potražnja u pustolovnom turizmu 23

2.4.1. Analiza motiva pustolovnih turista 23

3. RAZVOJ PUSTOLOVNOG TURIZMA U SVIJETU I U REPUBLICI HRVATSKOJ 25

3.1. Dimenzije potražnje za pustolovnim turizmom u svijetu 25

3.2. Pustolovni turizam u RH 27

3.2.1. Povijest razvoja pustolovnog turizma u RH 28

3.2.2. Vrste pustolovnog turizma i važni lokaliteti u RH 30

3.2.3. Zakonodavno- institucionalni okvir pustolovnog turizma u RH 34

4. POTENCIJALI RAZVOJA PUSTOLOVNOG TURIZMA NA PODRUČJU OMIŠA 39

4.1. Osnovne informacije o Omišu kao turističkoj destinaciji 39

4.1.1. Analiza ponude 40

4.1.2. Analiza potražnje 41

4.2. Popularne pustolovne aktivnosti na Omiškom području 44

4.2.1. Rafting na Cetini 45

4.2.2. Canyoning 47

4.2.3. Kayaking i canoeing 48

4.2.4. Zipline 50
4.2.5. Slobodno penjanje 51
4.2.6. Hiking i treking 53
4.2.7. Tematske staze 54
4.2.8. Ronjenje 55
4.2.9. Jedrenje na dasci 56
4.2.10. Paragliding 57
4.2.11. Panoramska vožnja barkariolima rijekom Cetinom 58
4.3. Glavni dionici ponude pustolovnog turizma u Omišu 59
4.4. Analiza učinaka pustolovnog turizma u Omišu kao destinaciji 61
5. ZADOVOLJSTVO KORISNIKA USLUGA PUSTOLOVNOG TURIZMA NA PODRUČJU GRADA OMIŠA 63
5.1. Definiranje uzorka 63
5.2. Rezultati istraživanja i testiranje hipoteza 69
6. RAZVOJNI PROBLEMI I PREPORUKE BUDUĆEG DJELOVANJA 102
7. ZAKLJUČAK 104
LITERATURA 106
PRILOZI 115
SAŽETAK 121
SUMMARY 122

1. UVOD

Pustolovni turizam predstavlja jedan od najbrže rastućih sektora turizma. Privlači korisnike visoke platežne moći i podupire lokalnu ekonomiju. Na taj način daljnji rast ovog sektora stvara pozitivne učinke ne samo za turizam već i za ekonomiju destinacije, njene stanovnike i za okoliš[1].

Pod pojmom pustolovni turizam podrazumijevaju se istraživanja ili putovanja u udaljena egzotična područja, ali isto tako jedinstvena i izazovna iskustva prilikom odmora na kojima se putnici komunikacijom s lokalnom zajednicom nastoje povezati s njihovim temeljnim vrijednostima. „Pustolovni turizam je vid turizma koji nudi uzbudljiv odmor turistima koji kupuju pustolovno iskustvo osmišljeno i organizirano da osigura maksimalnu djelotvornost, a nudi zajedno putovanje, boravak te sport i rekreaciju u prirodi“[2]. ATTA (Adventure Travel Trade Association) avanturistički turizam definira kao putovanje koje treba sadržavati dva od tri sljedeća elementa: prirodno okruženje, fizičku aktivnost i dodir s lokalnom kulturom[3]. Pustolovni turizam može biti domaći ali isto tako i internacionalni pri čemu vrijedi pravilo da mora uključivati bar jedno noćenje i ne smije se manifestirat dulje od godine dana. Pustolovna putovanja uključuju brojne aktivnosti poput speleologije, penjanja, planinarenja, biciklizma, lova, raftinga i mnoge druge.

Ovaj vid turizma eksponencijalno raste diljem svijeta budući da se uvijek žele posjetiti neka nova, do sada neotkrivena mjesta. Tako je u periodu između 2009. i 2012. godine tržište Sjeverne i Južne Amerike te Europe zabilježilo prosječan godišnji rast od 65%[4]. Isto tako, prosječna potrošnja na pustolovna putovanja, ukoliko se isključe troškovi prijevoza i posrednika, porasla je za gotovo 20%[5].

Međutim, postojanje visokog rizika i nepredvidivih vremenskih uvjeta na ovim putovanjima ograničava rast samog tržišta. Suprotno tome, porast trenda društvenih medija predstavlja unosnu priliku za rast istog, budući da su društvene mreže postale omiljeno mjesto za razmjenjivanje informacija.

[1]UNWTO Global Report on Adventure Tourism dostupno na: https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf (pristupljeno 14.04.2018.)
[2]Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 295
[3]Ibid.
[4]http://www.tourismtattler.com/articles/marketing/adventure-tourism-rankings/59855 (pristupljeno 22.05.2018.)
[5]Ibid.

Samo tržište segmentirano je prema vrsti, aktivnostima, tipu putnika, dobnoj skupini, prodajnim kanalima i geografskom položaju. Kod podjele prema aktivnosti razlikuju se aktivnosti na kopnu, na vodi i aktivnosti u zraku, dok se prema tipu turista razlikuju oni koji putuju sami, s prijateljima ili u grupi, u paru ali i s obitelji. Prema dobnoj skupini razlikuju se putnici mlađi od trideset godina, od trideset pa do četrdeset jednu godinu života, četrdeset dvije pa do četrdeset devet godina starosti te oni od pedeset pa na više. Razlikuju se, također, izravni prodajni kanali i putničke agencije, a zemljopisno se tržište analizira diljem Sjeverne Amerike, Europe, Azije, Pacifika i LAMEA-e[6].

Hrvatska je zemlja velikog potencijala za razvoj pustolovnog turizma. U ovom radu, naglasak se stavlja na oblike pustolovnog turizma u Omišu, malom dalmatinskom gradiću na ušću rijeke Cetine.

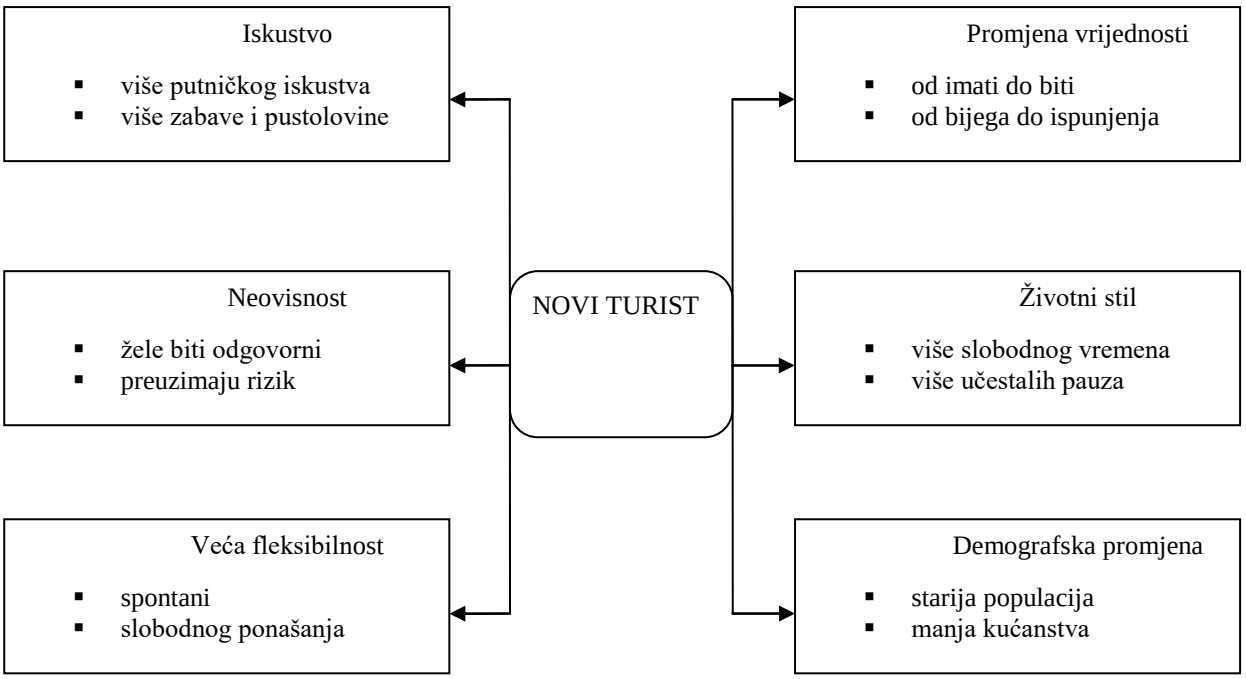
Iz prethodno navedenog jasno je da je pustolovni turizam iznimno privlačan i mlađoj i starijoj populaciji putnika turista. Širok je spektar aktivnosti pustolovnog turizma pa stoga i nije teško pronaći onu „pravu“ za svakog pojedinca.

1.1. Problem istraživanja

Tokom posljednjeg desetljeća, društvo je svjedok mnogih promjena ponašanja potrošača. Vidljiv je pomak ka zdravijem načinu života, povećana je osjetljivost na narušavanje okoliša, ali isto tako je povećana i svijest o kvaliteti pojedinih proizvoda, što zapravo predstavlja samo neke od promjena koje se odvijaju u suvremenom društvu. Takve promjene odrazile su se i na odabir odmora stoga se danas sve više ljudi opredjeljuje za aktivan odmor gdje se, među ostalim, ubraja i pustolovni turizam[7].

Današnji turisti, poznati kao „novi turisti“ svoju pozornost pridaju sadržajima u destinaciji ali i iskustvu koje mogu steći na putovanjima. Na sljedećoj slici prikazane su karakteristike koje krase „novog turista“[8].

[6]https://www.alliedmarketresearch.com/adventure-tourism-market (pristupljeno 14.05.2018.)
[7]Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 298
[8]Ibid.



Slika 1. Shematski prikaz prirode novog turista

Izvor: Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 299

Današnji turisti sve češće kao glavni motiv svog putovanja navode bijeg od svakodnevnice, oni žele pobjeći od svoje rutine, žele pobjeći u prirodu, u mir, okušati se u novim, zanimljivim i izazovnim aktivnostima, žele probati i doživjeti nešto drugačije te ovisno o svojim psihičkim ali i fizičkim sposobnostima te o svojim željama biraju one aktivnosti koje će omogućiti njihovo unutarnje ispunjenje i koje će im dati osjećaj potpune slobode.

Danas je slobodno vrijeme prepoznato kao veoma važan dio čovjekove egzistencije. Čovjek se nakon naporna radnog tjedna želi odmoriti i opustiti, riješiti se stresa. Budući da je na globalnoj razini prisutan trend prema kojem se od radnika zahtjeva apsolutna vjernost i raspoloživost poslodavcu, što radni angažman čini mnogo zahtjevnijim, sami tržišni principi daju do znanja da je svaki radnik zamjenjiv pa je pojedinac primoran prilagoditi se takvim odnosima kako bi opstao na tržištu rada. Tokom slobodnog vremena koje mu ostane, čovjek se okreće prirodi, želeći se odmaknuti od svoje svakodnevnice, rasteretiti se briga i problema, a to može učiniti obavljanjem fizičke aktivnosti. Baš te činjenice utjecale su na brzi rast

pustolovnog turizma[9]. Iz svega prethodno navedenog možemo zaključiti kako je upravo pustolovni turizam onaj pravi oblik turizma za današnje, nove turiste. Isto tako, prepoznata je važnost razvoja novih pustolovnih aktivnosti pa se tako svake godine može pronaći neka nova pustolovna aktivnost kojom turisti željni adrenalina „pune baterije“ kako bi se što lakše vratili svojoj nimalo jednostavnoj svakodnevnici.

Turizam predstavlja jedan od najvećih i najbrže rastućih sektora u svjetskoj ekonomiji koji ima veoma značajne učinke, ima ključnu ulogu u globalnoj ekonomskoj aktivnosti, stvaranju novih poslova, prihodu od izvoza i dodanoj vrijednosti te direktno doprinosi nacionalnim ekonomijama. U prilog navedenom idu i podatci OECD-a za 2017. godinu prema kojima turizam u prosjeku čini 4,2% BDP-a, 6,9% ukupne zaposlenosti i 21,7% izvoza usluga država članica OECD-a[10]. Isto tako, veoma je važno spomenuti kako je u 2016. godini nastavljen trend rasta broja turističkih dolazaka i to prelazeći brojku od 1,2 milijardi dolazaka, također, uz prognoze i daljnjeg rasta od 1,8 milijardi turističkih dolazaka do 2030. godine[11].

Zemlje Europske unije (EU-28), prema podatcima UNWTO-a iz 2017. godine, mogu se pohvaliti solidnim rastom internacionalnih dolazaka od preko 4% kao i povećanjem internacionalnih dolazaka s 21 milijun na gotovo 500 milijuna dolazaka, što čini 40% ukupnih svjetskih dolazaka te na taj način prekoračuje prosječnu stopu rasta u svijetu[12].

Svake godine broj posjetitelja u Hrvatskoj raste. Tako je 2017. godine Republiku Hrvatsku posjetilo 17,4 milijuna posjetitelja, što je za 13% više u odnosu na godinu prije istraživanja[13].

Hrvatska je prepoznala važnost i potencijal za razvoj ovog oblika turizma te je isti uvršten u Strategiju razvoja turizma i njene akcijske planove. Smatra se kako se radi o opsegom sve značajnijoj i veoma brzo rastućoj grupi proizvoda za koju neki operatori prijavljuju rast i do 30% godišnje. Iako se u brdovitom i obalnom dijelu Hrvatske ubrzano razvija široka ponuda različitih, uključivo nišnih pustolovno sportskih programa, Hrvatska

[9]Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split prema Juričić, J. (2016): Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam, Završni rad, Split. Dostupno na:https://zir.nsk.hr/islandora/object/efst%3A167/datastream/PDF/view (pristupljeno 15.05.2018.)
[10]OECD., 2018. Tourism Trends and Policies, str. 23 (pristupljeno 24.05.2018.)
[11]Ibid. (pristupljeno 24.05.2018.)
[12]UNWTO., 2017. European Union Short Term Tourism Trends, str.3 (pristupljeno 24.05.2018.)
[13]Dolasci i noćenja turista u 2017; Državni zavod za statistiku; dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180213_DZS_2017.pdf (pristupljeno 15.05.2018.)

ipak još nedovoljno koristi svoje komparativne prednosti za razvoj ove skupine proizvoda[14]. Isto tako, u Hrvatskoj djeluje i Sekcija zajednice pustolovnog turizma pri Županijskoj komori u Splitu koja svojim konferencijama nastoji ukazati na važnost pustolovnog turizma. Prepoznatljivosti istog ide u prilog činjenica da su na prvoj održanoj konferenciji prije dvije godine sudjelovala svega dva sudionika, dok je već ove godine, na trećoj održanoj konferenciji bila puna dvorana. Ističu kako su sve aktivnosti, osim onih na moru, cjelogodišnjeg karaktera, što našu destinaciju čini cjelogodišnjom destinacijom pustolovnog turizma[15].

U Hrvatskoj, također, postoje i zakoni koji omogućuju da se svaka djelatnost odvija poštujući određena pravila. Sukladno tome, zakoni kojih se treba pridržavati kod obavljanja avanturističkih aktivnosti jesu Zakon o pružanju usluga u turizmu, Zakon o zaštiti prirode kao i brojni drugi zakoni koji se rubno dotiču ovog oblika turističke aktivnosti.

Budući da je ovo rad u kojem će se provesti istraživanje kojim će se nastojati utvrditi stupanj zadovoljstva korisnika usluga pustolovnog turizma na području grada Omiša, nužno se osvrnuti i na način provođenja istog. Zadovoljstvo turista u nekoj destinaciji veoma je važan čimbenik za razvoj same destinacije posebice zbog toga što se na temelju zadovoljstva ili pak nezadovoljstva turista donose odluke o poboljšanju ponude same turističke destinacije. Kako bi se došlo do podataka o zadovoljstvu gostiju, provodi se istraživanje tržišta. „Istraživanje tržišta služi kao nužna podloga za modifikaciju osnovnih elemenata postojećeg turističkog proizvoda u sklopu napora da sudionici u turističkoj ponudi prilagode svoj proizvod potrebama potrošača, odnosno turista. Svaka turistička destinacija, odnosno "proizvod" koji se nudi turistima, mora se stalno prilagođavati njihovim potrebama i željama, kako bi ostala konkurentna, te se shodno tome provodi istraživanje razine zadovoljstva turista“[16].

Za utvrđivanje stupnja zadovoljstva gostiju, u ovom će se radu koristiti metoda anketnog upitnika koji će se sastojati od tri dijela. U prvom će se dijelu nastojati utvrditi sociodemografski profil gosta, u drugom dijelu način informiranja o destinaciji i primaran

[14]Strategija razvoja turizma dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija-turizam-2020-veljaca2013.pdf (pristupljeno 25.05.2018.)
[15]http://www.dalmacijanews.hr/clanak/5dcj-u-zk-split-odrzana-3-konferencija-pustolovnih-oblika-turizma-srednje-dalmacije#/clanak/5dcj-u-zk-split-odrzana-3-konferencija-pustolovnih-oblika-turizma-srednje-dalmacije (pristupljeno 25.05.2018.)
[16]Golob,M., Sirotić, T., Golob, M. (2014.): Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol.2, No.1, pp. 27-40

razlog dolaska u istu, dok će se u posljednjem, trećem dijelu pokušati utvrditi stupanj zadovoljstva konzumenata usluga pustolovnog turizma na području Omiša.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja rada proizlazi iz samog problema istraživanja. U radu se obrađuju trendovi kako na strani ponude tako i na strani potražnje, dat je pregled turizma općenito, a zatim i pustolovnog turizma dok je posebna pažnja obraćena na samo stanje u gradu Omišu.

Omiš je mali grad Splitsko-dalmatinske županije, smješten na ušću rijeke Cetine. Povijesni je to gradić koji ima kontinuitet postojanja još od antike pa sve do danas. Središte je omiškog primorja i veoma popularan turistički grad[17]. Nije ni čudo, budući da su dokazi burne i ponosne povijesti ovog grada vidljivi na svakom koraku. Naime, kroz povijest, Omiš je bio ozloglašeno gusarsko gnijezdo dok su omiški gusari bili jedni od najopasnijih na cijelom Mediteranu. Brojne crkvice i tvrđave kameni su podsjetnici snage i moći gusara koji su nekoć harali područjem. Omiš je danas središte rivijere iznimne ljepote, smještene u srcu Jadrana ali isto tako i centar hrvatskog aktivnog turizma[18].

Rafting, canyoning, kayaking, hiking i treking, tematske staze, Velika i Mala Gubavica, ronjenje, slobodno penjanje, jedrenje na dasci samo su djelić bogate avanturističke ponude na području grada Omiša.

Grad Omiš je u 2017. godini zabilježio 144 936 dolazaka, čime je ostvaren porast broja dolazaka za 13% u odnosu na 2016. i 22% u odnosu na 2014. godinu. Budući da postoji nezanemarivi rast u broju posjeta Hrvatskoj ali i u samom gradu Omišu, veoma je važno da se ti posjetitelji zadrže i da nam se ponovno vrate sljedećih godina. A kako ih zadržati?

Statističkih podataka o broju korisnika usluga pustolovnog turizma na području grada gotovo da i nema. Jedini pribavljeni, podaci su Javne Uprave. Prema istima, evidentiran je broj koncesionara za svega par avanturističkih aktivnosti, te broj jedinica kojim raspolažu. Brojke navedene u priloženim tablicama u stvarnosti su zasigurno i veće. U nastavku će se priložiti tablice s prethodno spomenutim podacima Javne Uprave „More i Krš“.

[17]https://hr.wikipedia.org/wiki/Omi%C5%A1 (pristupljeno 15.05.2018.)
[18]http://www.omisinfo.com/hr/ (pristupljeno 15.05.2018.)

Tablica 1. Broj koncesionara u granicama Značajnog krajobraza Kanjon rijeke Cetine 2017. godina

DJELATNOST	BROJ KONCESIONARA	BROJ PLOVILA	BROJ MJESTA
Rafting	27	145	1.007
Kajak-kanu	12	56	111
Canyoning	6	-	-
Prijevoz plovilima (barkarioli)	8	20	215

Izvor: Turistička zajednica grada Omiša prema podatcima Javne Uprave „More i Krš“ dostupno na http://www.dalmatian-nature.hr/

Iz same tablice vidljivo je kako na području grada Omiša djeluje dvadeset sedam koncesionara koji pružaju usluge raftinga i raspolažu sa sto četrdeset pet plovila te mogu prevest oko tisuću raftingaša. Također, dvanaest kajak i kanu registriranih pružatelja usluga koji raspolažu s oko šezdesetak plovila, na taj način osiguravajući oko sto deset mjesta. Šest je ovlaštenih canyoning organizatora, dok je njih osam koji pružaju uslugu prijevoza plovilima (barkariolima) kroz kanjon rijeke Cetine.

Ukoliko uzmemo u obzir da primjerice jedna rafting tura traje nekih tri do tri i pol sata, možemo zaključiti da se dnevno mogu odraditi minimalno dvije ture. Ako bi svaki od registriranih pružatelja usluga napravio te dvije ture dnevno, isto bi značilo kako bi se dnevno niz Cetinu u raftovima spustilo preko 2 000 turista. Kada bismo tom broju pridodali broj aktera ostalih sportova na omiškom području zasigurno bismo dobili poveći iznos korisnika usluga.

Iz sveg prethodno navedenog, možemo zaključiti kako grad Omiš ima izvrstan potencijal kojeg su posjetitelji prepoznali i na kojem se, možemo reći, ne isplati prestati raditi.

1.3. Istraživačke hipoteze

Hipoteze koje se dokazuju kroz ovaj rad glase:

H1: Grad Omiš prepoznat je kao destinacija pustolovnog turizma

H2: Postoji povezanost između demografskih obilježja ispitanika i zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma u Omišu

H2.1. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o dobnoj skupini posjetitelja

H2.2. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o spolu

H2.3. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o obrazovanju

H2.4. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o primanjima

H3: Korisnici usluga pustolovnog turizma u Omišu su pretežito zadovoljni prirodnim preduvjetima njegova razvoja

H4: Postoje značajne razlike u stupnju zadovoljstva korisnika ostalim (izvedenim) elementima usluge prema pojedinim vrstama pustolovnog turizma

Hipotezom H1 utvrđeno je je li grad Omiš prepoznat kao destinacija pustolovnog turizma, dok je H_2 hipotezom ustanovljeno postoji li veza između demografskih obilježja populacije koja konzumira usluge pustolovnog turizma na području grada Omiša i stupnja njihova zadovoljstva. Točnije, utvrđeno je postoji li značajna razlika u stupnju zadovoljstva uslugama s obzirom na dob, spol, stupanj obrazovanja i primanja. H3 hipotezom ustanovljen je stupanj zadovoljstva avanturističkih turista prirodnim datostima, ali isto tako i usluge koja im se pruža i za koju su izdvojili svoje vrijeme i novac. Posljednjom, H4 hipotezom, utvrđeno je postoje li značajne razlike u stupnju zadovoljstva korisnika izvedenim elementima usluge prema pojedinim vrstama pustolovnog turizma.

1.4. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja određen je problemom i predmetom istraživanja kao i prethodno postavljenim istraživačkim hipotezama. Prema tome, osnovni cilj rada je utvrditi razinu zadovoljstva korisnika usluga pustolovnog turizma na području grada Omiša. Samo istraživanje provedeno je anketnim upitnikom. Iz osnovnog cilja rada, također je moguće i definirati neke pomoćne ciljeve:

- Istražiti pojam i sadržaj pustolovnog turizma
- Utvrditi potencijale razvoja pustolovnog turizma u Omišu kao destinaciji
- Procijeniti okviran broj pustolovnih posjetitelja na području Grada
- Na temelju istraživanja zadovoljstva korisnika, uočiti dobre i loše strane usluga pustolovnog turizma
- Predložiti moguće mjere za podizanje kvalitete organizacije i sadržaja usluga pustolovnog turizma

1.5. Metode istraživanja

Kako bi se pružili odgovori na iznesena istraživačka pitanja te ostvarili ciljevi istraživanja, u radu će se koristiti sljedeće metode.

Metoda indukcije koja podrazumijeva sistematsku i dosljednu primjenu induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju posebnih ili pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu[19].

Metoda dedukcije pod kojom se podrazumijeva sustavna i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih stavova izvode pojedinačni i posebni pa se tako dolazi do konkretnih i pojedinačnih zaključaka[20].

Metoda analize podrazumijeva postupak znanstvenog istraživanja kao i objašnjenja stvarnosti raščlanjivanjem složenih misaonih tvorevina (sudova, pojmova i zaključaka) na

[19]Zelenika, R., 2000. Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Rijeka, str. 323.
[20]Ibid. Str.325.

njihove jednostavnije sastavne elemente i dijelove, ali isto tako i izučavanje svakog dijela i elementa zasebno i u odnosu na ostale dijelove, odnosno cjeline[21].

Metoda sinteze pod kojom se podrazumijeva postupak znanstvenog istraživanja, ali isto tako i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja i sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene, iz složenijih u još složenije, na taj način povezujući izdvojene elemente, pojave, odnose i procese u jedinstvenu cjelinu u kojoj su njeni dijelovi uzajamno povezani[22].

Povijesna metoda prema kojoj se na temelju različitih dokumenata ali i ostalih materijala može egzaktno saznati ono što se u prošlosti dogodilo[23].

Metoda anketiranja je postupak kojim se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja[24].

Za potrebe istraživanja diplomskog rada korišten je anketni upitnik kojim se tokom ljetnih mjeseci anketiralo osobe, pustolovne turiste, koji su konzumirali usluge avanturističkog turizma na području grada Omiša. Na taj način, utvrđen je sociodemografski profil gosta, zatim, u drugom dijelu, saznalo se kako su gosti doznali za samu destinaciju i koji je primaran razlog njihova dolaska u istu. U posljednjem, trećem dijelu utvrđen je stupanj zadovoljstva konzumenata usluga pustolovnog turizma na području Omiša. Rezultati istraživanja obrađeni su programskim paketom SPSS te su prezentirani na prikladan način.

1.6. Doprinos istraživanja

Ovim istraživanjem nastojalo se pružatelje usluga pustolovnog turizma na području grada Omiša potaknuti na proširenje njihove ponude jer je gostiju, ljubitelja avanturizma, svakim danom sve više. Isto tako, nastojalo se i ukazati na važnost vođenja evidencije o broju turista pustolovaca koji posjećuju Grad ali se i upuštaju u pustolovne aktivnosti.

[21]Zelenika, R., 2000. Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Rijeka, str.327.
[22]Ibid. Str.330.
[23]http://www.pfri.uniri.hr/~ines/MZiR/2013-2014%20Materijal%20za%20web/Znanstvene%20metode.pdf (pristupljeno 17.05.2018.)
[24]https://www.scribd.com/doc/23397592/Metoda-ankete-upitnika-i-intervjua-u-istra%C5%BEiva%C4%8Dkom-procesu-u-saobra%C4%87aju (pristupljeno 20.05.2018)

1.7. Struktura rada

Diplomski rad podijeljen je na sedam dijelova.

Na samom početku, u uvodnom dijelu rada predstavljeni su problem i sam predmet istraživanja na temelju kojih su definirane hipoteze koje su se potom nakon provedbe samog istraživanja i obrade podataka ili prihvatile ili pak odbacile. Nadalje, definirani su ciljevi istraživanja koje je provedeno u radu, metode koje su korištene prilikom pisanja samog diplomskog rada, doprinos istraživanja i naposljetku sam sadržaj diplomskog rada.

U drugom dijelu rada dan je povijesni pregled razvoja pustolovnog turizma, objašnjen je sam pojam ali i oblici istog. Budući da za ovaj oblik turizma nema jedinstvene definicije, u literaturi se mogu pronaći različita određenja i definicije istog. Isto tako, govori se o ponudi, točnije izravnoj i neizravnoj ponudi u funkciji pustolovnog turizma kao i turističkoj potražnji za ovim oblikom turizma gdje su analizirani motivi pustolovnih turista kao i navike potrošnje te mjerenje njihova zadovoljstva.

U trećem dijelu rada opisan je tijek razvoja pustolovnog turizma kako u svijetu tako i u Republici Hrvatskoj, dok se četvrtom dijelu govori o potencijalima razvoja pustolovnog turizma na području grada Omiša, ponudi i potražnji, te je dan pregled o aktivnim pustolovinama koje se mogu naći na Omiškom području. Nadalje, u ovom dijelu analizirani su glavni dionici ponude pustolovnog turizma u gradu Omišu kao i učinci ovog oblika turizma u Omišu kao destinaciji.

U petom dijelu diplomskog rada provelo se istraživanje anketnim upitnikom gdje je utvrđena razina zadovoljstva korisnika usluga pustolovnih aktivnosti na području grada Omiša.

U šestom dijelu govori se o problemima vidljivim iz rezultata istraživanja pa su dane i neke preporuke za buduće djelovanje dok se u sedmom, posljednjem dijelu daje pregled donesenih zaključaka te se izlažu sve relevantne činjenice ali i spoznaje do kojih se došlo provođenjem istraživanja.

2. TEORIJSKI OKVIR PUSTOLOVNOG TURIZMA

Osnova pustolovnog turizma leži u fenomenu pustolovine kao aktivnosti u kojima se sudionici dobrovoljno stavljaju u poziciju u kojoj vjeruju da poduzimaju korak u nepoznato. U želji za suočavanjem s brojnim izazovima htjeli bi iskusiti nešto novo što će naposljetku pamtiti kao jedno vrijedno i nezaboravno iskustvo. Pustolovni turizam bazira se na individualnoj percepciji svakog pojedinog sudionika, pa je prema tome subjektivna i jedinstvena. Avantura potiče izgradnju čovjeka kao osobe, više se temelji na emocionalnoj i psihičkoj percepciji nego na samim fizičkim sposobnostima. Avantura nije pasivna aktivnost, ona zahtjeva potpuno angažiranje osobe koja se u nju upušta. Karakteriziraju ju: neizvjestan ishod, opasnost i rizik, izazov, očekivana nagrada, novost, poticaj i uzbuđenje, bijeg i izdvajanje, istraživanje, otkriće i emocije[25]. Mnoge su od ovih karakteristika međusobno povezane te ovisne jedna o drugoj, tako primjerice, svaki novitet sa sobom donosi izazov i uzbuđenje. Pustolovina je poticajna aktivnost i ostvaruje snažne doživljaje i emocije. Ljudi su tijekom pustolovine izloženi različitim situacijama koje stimuliraju osjetila i emocije te okupiraju um i tijelo. Angažman sudionika tako može biti na fizičkoj, emocionalnoj, duhovnoj i intelektualnoj razini. Pustolovno iskustvo će biti[26]:

• Naglašene prirode - sadržaj će povećati razinu emocija koje nisu prisutne u svakodnevnom životu

• Intelektualnog značenja, puno rizika i izazova - što je privlačno sudionicima

• Istinski nagrađeno - osiguravajući priliku za uživanje, učenje i samoizgradnju.

2.1. Povijest razvoja pustolovnog turizma

U posljednjih nekoliko godina, dogodio se enorman porast avanturističkih putovanja, putovanja baziranih na prirodnim atrakcijama i kulturnim interesima. Odjednom se kod mnogih javila želja za pješačenjem, spuštatanjem niz rijeku, ribolovom, razgledavanjem

[25]Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, preuzeto iz Juričić, J. (2016): Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam, Završni rad, Split.
[26]Ibid.

divljine, ronjenjem, bicikliranjem, penjanjem, jahanjem. Isto tako, kod ljudi se pojavila želja za upoznavanjem i drugih zajednica širom svijeta.

Interes za pustolovnim aktivnostima, oduvijek postoji među nama. Pustolovna putovanja prisutna su još od ranog čovječanstva, i još od tada su u stalnom porastu. Prvi pustolovni putnici bili su istraživači koji su putovali u svrhu istraživanja još do tada nepoznatih zemalja, kultura i resursa.

Negdje nakon 1800. godine, putovali su samo oni bogati koji su željeli vidjeti svijet. Zbog vremena koje je bilo potrebno za putovanja ali isto tako i zbog troškova koja su ista uključivala, putovanja su bila luksuz koja si nije mogao svatko priuštiti[27].

Drugi svjetski rat otvorio je vrata mnogima željnima putovanja, što je dosta ironična činjenica. Ljudi su po prvi puta bili u mogućnosti putovati brzo i poprilično jeftino. Višak vojnih zrakoplova mnogima je omogućio da putuju i posjete udaljene krajeve svijeta. Isto tako, višak ostale ratne opreme postao je dostupan široj javnosti. Jeepovi, gumeni čamci, naprtnjače, zimska oprema za kampiranje, skije, oružje i ronilačka oprema isto kao i materijali poput aluminija, najlona, gume i plastike postali su svima dostupni i omogućili su ljudima da putuju do manje istraženih područja. Zbog učestalih putovanja tijekom rata, ljudi su upoznali druge krajeve, kulture i religije[28].

Američka ekonomija je nakon godina rata uživala izniman rast. Ljudi su imali dobro plaćene poslove, kupovali su kuće, automobile pa je i vrijeme kao i mobilnost za putovanja postao najmanji problem.

1960-ih, okoliš je predstavljao jedan od najvećih prioriteta za zemlju. Rasla je svijest ljudi o važnosti očuvanja okoliša pa je i potražnja za aktivnostima na otvorenom veoma brzo rasla. Zaštita divljine, života u divljini kao i zaštita rijeka postala je ključna[29].

1970-ih, društvene vrijednosti ali i građanska prava su se promijenila. Žene su počele napuštati svoje domove kako bi se upuštale u košarkaške i druge aktivnosti na otvorenom[30].

[27] Mallett, J., (2002.): The Evolution of Adventure Travel, The Adventure Travel Society, USA, dostupno na http://siteresources.worldbank.org/INTCEERD/Resources/II_01EvolutionofAdventureTravel.pdf (pristupljeno 20.08.2018.)
[28] Ibid.
[29] Ibid.
[30] Ibid.

Pustolovna putovanja postaju sve značajniji posao budući da ljudi sve više i bolje pronalaze ravnotežu između posla i rekreacije. Budući da potraga za uzbuđenjem i samoćom u divljim područjima i dalje raste, glavni cilj je očuvati ta područja za buduće generacije. Još uvijek se mogu pronaći neka neistražena područja na zemlji, ali međutim, takvih mjesta je sve manje i manje. Turisti će se i dalje penjati, spuštati niz rijeku, roniti, voziti bicikl, pješačiti, promatrati i uživati u prirodnim i kulturnim ljepotama te i dalje učestalo tražiti iskustvo koje obogaćuje, nagrađuje i koje je jedinstveno.

S porastom pustolovnih putovanja, oni koji se upuštaju u aktivnosti u prirodi počinju shvaćati da je za nastavak istih potrebno zaštititi resurse koje koriste.

Zanimljivo je da u mnogim zemljama, pustolovna putovanja postaju glavni ekonomski resurs i izvrsan poticaj za zaštitu divljih područja i kultura[31].

Prema izvješću objavljenom od Allied Market Research pod nazivom „Adventure Tourism Market by Type, Activity, Type of Traveler, Age Group, and Sales Channel: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2017-2023“ globalno tržište pustolovnog turizma u 2016. godini je procjenjeno na 444 850 milijuna dolara, dok se predviđa da će ta brojka do 2023. doseći 1 335 738 milijuna[32].

2.2. Pustolovni turizam- pojam i sadržaj

Pustolovni se turizam može definirati na različite načine, ali još uvijek ne postoji jedinstvena službeno određena definicija.

Adventure Travel Trade Association (ATTA) avanturistički turizam definira kao putovanje koje mora uključivati bar dva od sljedeća tri elementa: fizička aktivnost, prirodno okruženje i dodir s lokalnom kulturom. Pustolovni turizam može biti domaći i međunarodni i mora uključivati bar jedno noćenje, ali ne smije trajati više od godine dana[33].

[31] Mallett, J.: The Evolution of Adventure Travel, The Adventure Travel Society, USA, dostupno na http://siteresources.worldbank.org/INTCEERD/Resources/II_01EvolutionofAdventureTravel.pdf (pristupljeno 20.08.2018.)

[32] https://www.prnewswire.com/news-releases/global-adventure-tourism-market-expected-to-reach-1335738-million-by-2023-allied-market-research-672335923.html (pristupljeno 25.08.2018.)

[33] UNWTO Global Report on Adventure Tourism dostupno na: https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf (pristupljeno 25.08..2018.)

Pustolovni turizam predstavljaju istraživanja ili putovanja u udaljena egzotična područja. Isto tako uključuje jedinstvena i izazovna iskustva tijekom putovanja, u kojima putnici komuniciraju s lokalnim stanovništvom i povezuju se s njihovom kulturom.

Konzumenti pustolovnog turizma najčešće su mlađe, educirane, bogatije osobe u potrazi za avanturističkim aktivnostima na koje su spremni potrošiti pozamašne iznose novaca. Isti su najčešće jedni od najzahtjevnijih i najuviđavnijih potrošača dok su na odmoru, često putuju u neke od udaljenijih i ekstremnijih svjetskih sredina kako bi zadovoljili svoje potrebe za emocionalnim uspjehom, rizikom, izazovom, uzbuđenjem i avanturom[34].

Tržište pustolovnog turizma je segmentirano prema tipu, aktivnostima, tipu putnika, dobnoj skupini, prodajnim kanalima i geografskim obilježjima.

Prema tipu, tržište je klasificirano na:

- hard,
- soft,
- ostale aktivnosti;

Prema aktivnostima na:

- aktivnosti na kopnu,
- aktivnosti na vodi,
- aktivnosti u zraku;

Ovisno o tipu putnika podijeljeno je na:

- individualna,
- prijatelje/grupe,
- parove i obitelji;

Prema dobnoj skupini na:

- mlađi od 30 godina,
- 30-41 godinu,
- 42-49 godina,
- stariji od 50 godina;

[34]Williams, P., Soutar, G.M. (2009.): Annals of Tourism Research; Value, satisfaction and behavioral intentions in adventure tourism context, Vol.36, No.3., pp. 415

Što se tiče prodajnih kanala razlikuju se:

- izravna prodaja,
- prodaja putem agenata;

Geografski, tržište se analizira diljem Sjeverne Amerike, Europe, Azije i Pacifika i LAMEA-e (Latinska Amerika, Bliski Istok i Afrika)[35].

2.3. Ponuda pustolovnog turizma

U nastavku će se govoriti o institucijama pustolovnog turizma kao i o izravnoj i neizravnoj turističkoj ponudi u funkciji avanturističkog turizma ali isto tako i o pustolovnim turističkim proizvodima.

2.3.1. Institucije pustolovnog turizma

U odredištima pustolovnog turizma često se osnivaju regionalne udruge koje se zadužuju za regulaciju kvalitete i sigurnosti pustolovnog turizma na određenom području. Mnoge od takvih udruga, izdaju potvrde članovima koji zadovoljavaju sigurnosne kriterije.

U nastavku će se dati pregled nekih takvih organizacija iz svijeta[36].

- Aventure Ecotourisme Quebec- udruženje dionika u kanadskoj provinciji Quebec. Misija im je zaštita, zastupanje i promocija interesa profesionalnog pustolovnog turizma ali i proizvođača ekoturizma, a sve to u svrhu razvoja visoko kvalitetnog sektora pustolovnog i eko turizma.
- The Brazilian Adventure and Ecotourism Association (ABETA)- udruga koja svojim članovima izdaje potvrde ali isto tako zastupa i interese pustolovnog i eko turizma u Brazilu. Koristi avanturistički turizam kao alat za održivi razvoj zajednice i destinacije.

[35] https://www.prnewswire.com/news-releases/global-adventure-tourism-market-expected-to-reach-1335738-million-by-2023-allied-market-research-672335923.html (pristupljeno 25.08.2018.)

[36] UNWTO Global Report on Adventure Tourism dostupno na: https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf (pristupljeno 25.08..2018.)

- Tour and Safari Association (TASA)- tijelo privatnog sektora koje djeluje u ime svojih članova u svrhu poticanja razvoja i osiguranja standarda kao i pouzdanosti u namibijskom turističkom sektoru.
- The Mexican Association for Adventure Travel and Ecotourism (AMTAVE)- osnovana 1994., kako bi pomogla u predstavljanju i jačanju operatora, vodiča, konzultanata i drugih davatelja usluga ovog sektora u Meksiku.
- ATTA- međunarodna organizacija ponovno pokrenuta 2004., raspolaže uredima i članovima diljem svijeta. Okuplja različite dionike iz sektora pustolovnog turizma. Misija joj je inspirirati, povezati i ojačati globalnu putničku zajednicu kako bi osigurali iskustva koja štite prirodni i kulturni kapital i stvorili zajedničku ekonomsku vrijednost. Nastoji osigurati održivost i sigurnost kao normu avanturističke industrije.

Isto tako, postoje i skupine pustolovnih operatera koji su formirali konzorcije za promociju proizvoda avanturističkih putovanja. U nastavku će se navesti dva primjera istih.

- Adventure Collection- osnovan 2000. godine, savez najboljih klasičnih pustolovnih tvrtki za putovanja. Njenih devet članova, predstavljaju pionire pustolovnih putovanja osnovanih između 1966-e i 1992-e godine. Djeluju u skladu s načelima usmjerenim na smanjenje negativnih utjecaja na okoliš.
- PEAK Adventure Travel, osnovan 2011-e i predstavlja savez od dvanaest brendova pustolovnih putovanja koji su se obvezali pružiti nezaboravno iskustvo putnicima na odgovoran način. Ima dva glavna dioničara, a to su Interpid i TUI Travel PLC.

2.3.2. Izravna turistička ponuda u funkciji pustolovnog turizma

Turizam je veoma složen sektor u kojem sudjeluju mnogi da bi se u konačnici kreirao jedinstven proizvod.

Proizvodi pustolovnog turizma često zahtjevaju specijalne operacije i znanje. Jedan od glavnih razloga zbog kojih avanturistički turizam donosi brojne beneficije na lokalnoj razini je upravo mnoštvo veza unutar same ponude pustolovnog turizma.

Lanac turističke ponude je sustav ljudi, proizvoda, aktivnosti i materijala od kojih sam proizvod ili usluga od svog početnog stanja preko prodaje i distribucije nalazi svoj put do krajnjeg potrošača. Sam lanac ponude pustolovnog turizma vrlo je kompleksan i zahtjeva kvalitetno upravljanje i znanje o istom. Upravo te veze unutar samog lanca ponude avanturističkog turizma sežu vrlo duboko te kao takve doprinose samoj lokalnoj zajednici brojnim beneficijama. Lanac ponude pustolovnog turizma započinje od lokalnih nuditelja (hoteli, restorani), preko većih operatora u zemlji, pa se nastavljaju na one nuditelje usluga na emitivnim tržištima od kojih ta ponuda ide dalje preko agencija emitivnog tržišta do krajnjeg kupca. Isti lanac ne moraju uvijek činiti baš svi prethodno navedeni akteri, on prema potrebi može biti sveden na minimum što ovisi o vrsti samog proizvoda, udaljenosti destinacije i proizvoda, udaljenosti destinacije i kupca te o broju lokalnih nuditelja usluga.

Već ranije spomenuti nuditelji usluga na emitivnim tržištima, ponudu vezanu za avanturistički turizam nude upravo onim kupcima koji nemaju vremena ili volje da si sami kreiraju planove putovanja, te se odlučuju za već postojane itinerere. Emitivni nuditelji i nemaju uvijek svo potrebno znanje o lokalnoj zajednici te se prilikom prodaje proizvoda oslanjaju na veće operatere receptivnog tržišta koji posjeduju određena znanja i ponudu nadopunjuju, ali su svo vrijeme u kontaktu s lokalnim nuditeljima usluga[37].

[37] UNWTO Global Report on Adventure Tourism dostupno na: https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf (pristupljeno 25.08..2018.)

2.3.3. Neizravna turistička ponuda u funkciji pustolovnog turizma

Neizravnu turističku ponudu u funkciji pustolovnog turizma čini sve ono što je posredno u funkciji turizma. Sve službe, infrastruktura, bilo prometna ili komunalna, ugostiteljski i drugi objekti kao što su hitna služba, vatrogasci i drugi koji djeluju na području destinacije i koji služe boljem, kvalitetnijem i sigurnijem boravku i doživljaju posjetitelja u samoj destinaciji.

2.3.4. Pustolovni turistički proizvodi

Dvije su glavne kategorije avanturističkih aktivnosti, nazvane „hard" odnosno tvrde i „soft", tj. meke pustolovne aktivnosti. Prema autorima koji razlikuju pustolovni turizam u odnosu na ponašanje sudionika, pustolovni se turizam dijeli na dvije glavne kategorije, prave, tvrde ili hard aktivnosti te meke odnosno soft aktivnosti. Često se raspravlja o tome koje se avanture ubrajaju u koju skupinu, ali najlakši način za njihovu identifikaciju zapravo je prema njihovoj osnovnoj djelatnosti. U soft kategoriju ubrajaju se blaže sportsko turističke forme koje su pogodne za sve uzraste s manje mogućih opasnosti pa i adrenalina, kao što su pješačenje, kamping, jahanje, biciklizam, promatranje životinja, kanuing, skijanje na vodi i sl., dok je hard pustolovni turizam znatno zahtjevniji i najčešće je namijenjen samo članovima odgovarajućih udruga i klubova. Za tako što, preduvjeti su postizanje određenih vještina, fizičke spreme i postojanje odgovarajuće organizacije. U ove oblike spadaju forme alpinizma, speleologije, ronilaštva i drugih zahtjevnijih aktivnosti na moru i vodama[38].

Obje, i tvrde i meke aktivnosti, predstavljaju veoma unosan segment cjelokupnom turističkom sektoru. Tako primjerice, trošak same dozvole za penjanje na Mt. Everest iznosi oko 11 000 USD, a kad se k tome dodaju i ostali troškovi, kao što su trošak obuke, opreme, vodiča, cjelokupan iznos ovog pothvata seže i do visokih 48 000 USD po osobi[39].

[38] Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 296
[39] Global Report on Adventure Tourism dostupno na https://s3-eu-west 1.amazonaws.com/staticunwto/Affiliatemembers/1-GLOBAL+REPORT+ON+ADVENTURE+TOURISM_online.pdf (pristupljeno 03..09.2018.) str. 12

2.4. Turistička potražnja u pustolovnom turizmu

U daljnjem tekstu će se govoriti o motivima pustolovnih turista.

2.4.1. Analiza motiva pustolovnih turista

Motivacija putovanja pustolovnih turista značajna je za turizam kao način ljudskog ponašanja ali isto tako i kao globalna industrija vrijedna trilijun dolara. Iz perspektive društvenih znanosti, avanturisti stalno i svjesno donose odluke o raspodjeli svog slobodnog vremena i svojih sredstava za pustolovne aktivnosti, a bez da očekuju nekakvo materijalno dobro[40].

Iz komercijalne perspektive, znanje o motivaciji pustolova pomaže turoperatorima u izradi njihovih proizvoda, dizajnu marketinške strategije, realizaciji i pružanju iskustva gostima, ali i da bi se obranili od tužbi u slučaju nesreće[41].

Pustolovni turisti plaćaju za rizične rekreacijske aktivnosti, dok turoperatori nastoje minimizirati rizik. Ortodoksni odgovor na prethodni paradoks je taj da turoperatori prodaju svojim klijentima privid rizika kako bi se osigurao društveni kapital, ali isto tako i istodobno zaštitio od onog stvarnog rizika i mogućih bolesti i ozljeda, medicinskih i pravnih troškova ali i lošeg publiciteta. Smatra se kako rizik nije ono što motivira avanturiste, već da je to žurba. Za aktivne sudionike pustolovnog turizma, žurba je jasan, različit i samostalan pojam. Isti se koristi i u marketinškim materijalima namjenjenim pustolovnim turistima.

Postoji preko pedesetak studija o motivaciji sudionika pustolovnog turizma prema kojima su definirane različite kategorije motivacije. Isti su sažeti u tablici niže[42].

[40]Buckley, R. (2011.): Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox, International Centre for Ecotourism Research, Griffith University, Australia
[41]Ibid.
[42]Ibid.

Tablica 2. Motivi za pustolovne aktivnosti

Interno, učinak aktivnosti		
uzbuđenje	adrenalin, uzbuđenje	
strah	prevladavanje straha	
kontrola	održavanje fizičke i psihičke kontrole tijela	
vještine	korištenje iskustva kako bi se savladali jako teški zadatci	
postignuće	prevladavanje izazova kako bi se postigli teški ciljevi	
fitness	jednostavna aktivnost kako bi se održali u formi	
rizik	opasnost kao direktna motivacija	
Interno/eksterno, mjesto u prirodi		
priroda	uvažavanje ljepote	
umjetnost	percepcija aktivnosti kao umjetničkih	
duh	aktivnost kao duhovno iskustvo	
Eksterno, socijalna pozicija		
prijatelji	uživanje u zajedničkim aktivnostima	
slika	poboljšanje percepcije o drugima	
bijeg	promjena rutine doma ili posla	
natjecanje	natjecanje protiv drugih	

Izvor: Obrada autora prema Buckley, R. (2011.): Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox, International Centre for Ecotourism Research, Griffith University, Australia

3. RAZVOJ PUSTOLOVNOG TURIZMA U SVIJETU I U REPUBLICI HRVATSKOJ

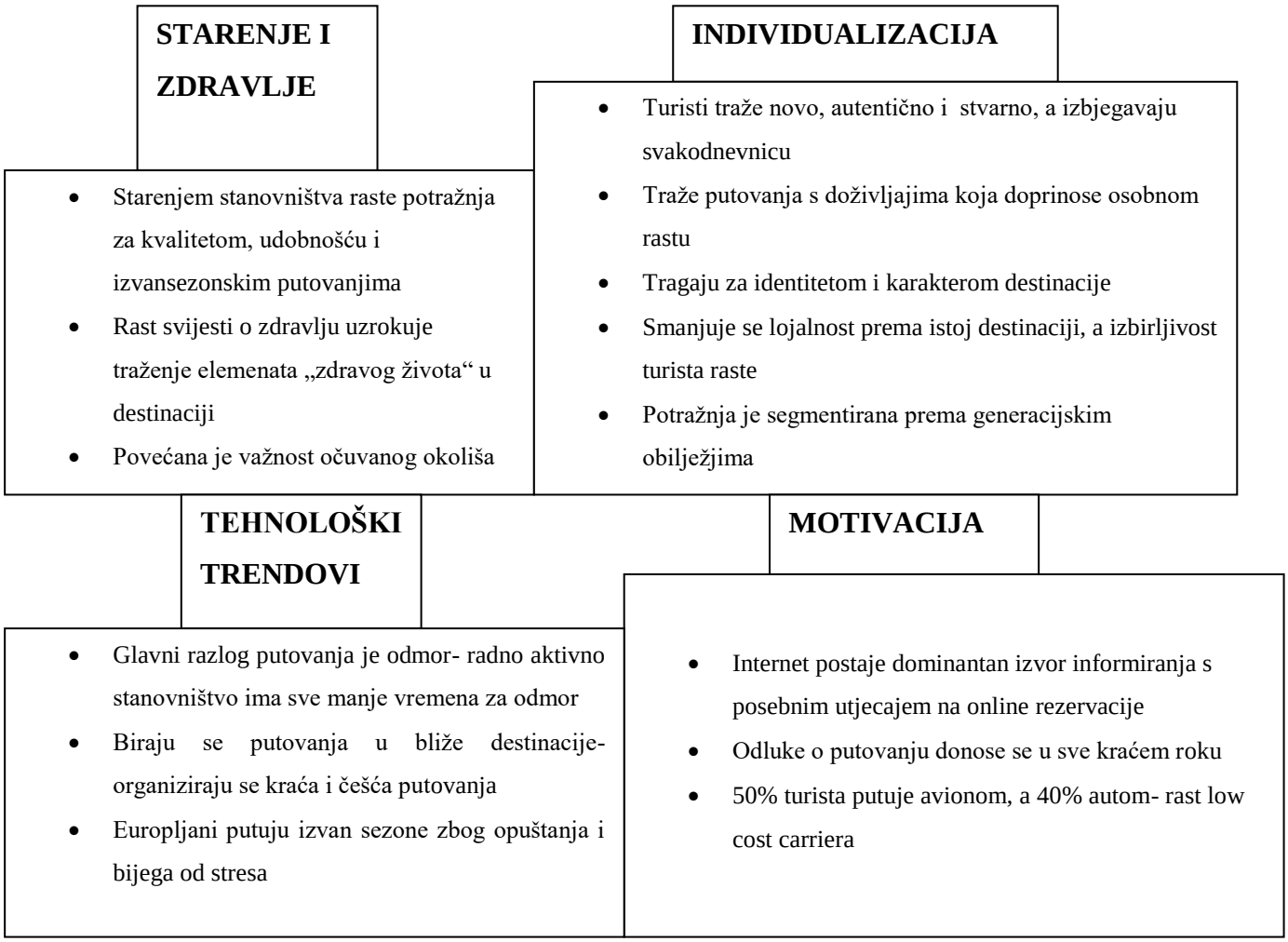
3.1. Dimenzije potražnje za pustolovnim turizmom u svijetu

Turistička potražnja, kretanja ali isto tako i trendovi koji se odvijaju na globalnoj razini iznimno su važni indikatori smjera razvoja i fokusa aktivnosti na mikro razinama. Prema tome, važno je razumjeti globalne trendove turizma kako bi se lakše mogle predvidjeti promjene na lokalnom tržištu te se kvalitetnije postavili planovi za daljnji razvoj.

Kretanja i navike turista, njihova očekivanja i način odabira vrste odmora ali i same destinacije, veoma su se promijenile, posebice u posljednjih nekoliko godina. Takve promjene utječu na turističku ponudu ali isto tako i na planiranje destinacija i prilagodbu njihova razvoja novim trendovima na tržištu kao i na uspostavljanje lanca vrijednosti koji će donijeti prosperitet zajednici na dugi rok.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO), turistički se trendovi dijele u četiri osnovne grupacije: Starenje, Individualizacija, Tehnološki trendovi i Motivacija[43].

[43]Tvrtka Quadrans: Strateški marketing plan turizma grada Omiša, dostupno na https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/53071en39sfq032.pdf (pristupljeno 23.08.2018.)



Slika 2. Četiri osnovne grupacije turističkih trendova (prema UNWTO)

Izvor: Tvrtka Quadrans: Strateški marketing plan turizma grada Omiša, dostupno na https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/53071en39sfq032.pdf

Promjena u ponašanju posjetitelja osjetna je kroz sve individualiziraniji pristup u odabiru mjesta za odmor, većim razvojem svijesti, zahtjevima za autentičnim, zdravim i „zelenim“ destinacijama, ali isto tako i potrebitošću za praktičnim putovanjima kao i promjenama destinacija. Odmorom se više ne smatra isključivo uživanje u hrani i piću i izležavanje na plaži već im odmor uključuje planirane aktivnosti u prirodi, istraživanja, upoznavanja lokalne kulture, sport, nova iskustva i osobni razvoj[44].

2012. godine broj turističkih dolazaka u Ameriku premašio je milijardu. Pustolovni turizam, koji je jedan od najbrže rastućih segmenata turizma, također je bilježio rast. Iste te godine, po prvi je puta provedena studija o dimenzioniranju tržišta, a provedena je bila od

[44]Tvrtka Quadrans: Strateški marketing plan turizma grada Omiša, dostupno na https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/53071en39sfq032.pdf (pristupljeno 23.08.2018.)

strane ATTA-e. Tada je utvrđeno da je globalna vrijednost avanturističkog turizma iznosila 89 milijardi američkih dolara[45]. Ista je studija ponovljena i 2013. godine kada je utvrđeno da je 42% putnika poduzimalo avanturistička putovanja što je sektor avanturističkog turizma učinilo vrijednim 263 milijarde američkih dolara (rast od 195% u dvije godine)[46].

Prema zaključcima ATWS-a (Adventure Travel World Summit) prosječna dob pustolovnih turista je 36 godina dok je prosječna duljina putovanja „soft" pustolovnih turista s osam dana u 2009. godini porasla na deset dana 2012. Pustolovne turiste privlače i određeni časopisi i publikacije, uključujući National Geographic i National Geographic Traveler. Interes za „soft" pustolovnim aktivnostima i dalje raste. Više od polovice puntika koji su uključeni u ATWS izjavilo je da se i pri sljedećem putovanju namjeravaju upustiti u „meke" pustolovne aktivnosti. Društveni mediju postaju sve važniji prilikom planiranja avanturističkih putovanja. Pustolovni turisti svoja putovanja najčešće planiraju „online" istraživanjem[47].

„Lider u pustolovnom turizmu je Europa koja je u 2016. godini imala više od dvije trećine udjela u vrijednosti tog tržišta, a najveći prihodi generirani su aktivnostima na kopnu. No, prema procjenama iznesenim za razdoblje do 2023. godine, najviše stope rasta u tom segmentu turizma bilježit će regija Azija- Pacifik, a rast će i interes turista za aktivnostima u zraku u kojima se također mogu očekivati najunosnije stope rasta[48]."

3.2. Pustolovni turizam u RH

Prema definiciji u Zakonu o pružanju usluga u turizmu koji je na snagu stupio 01. 01. 2018. (NN 130/17) **„turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma su aktivnosti na kopnu, vodi i zraku, na otvorenom ili neuređenom prirodnom okruženju ili u posebno uređenim i opremljenim mjestima koje zbog svojih specifičnosti predstavljaju rizik od ozljeda i njihovih posljedica za korisnike"[49].**

[45] Global Report on Adventure Tourism dostupno na http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/final_1global_report_on_adventure_tourism.pdf (pristupljeno 17.09.2018.)
[46] Ibid.
[47] https://www.tripsavvy.com/the-adventure-tourism-boom-3252455 (pristupljeno 17.09.2018.)
[48] http://www.utm.hr/?pgid=39&vid=945 (pristupljeno 18.09.2018.)
[49] https://www.hgk.hr/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti (pristupljeno 20.08.2018.)

Prema definiciji, ali i aktivnostima obuhvaćenim unutar ponude članstva Zajednice te međunarodnim klasifikacijama i razvrstavanjima, Zajednica pustolovnog turizma Hrvatske gospodarske komore je donijela inicijalni popis aktivnosti koje se smatraju turističkim uslugama aktivnog i pustolovnog turizma[50]:

1. Kanuing (*canoeing*)
2. Špiljarenje (*caving*)
3. Slobodno penjanje (sportskih smjerova, višedužinaca i *Deep water solo*: penjanje iznad mora)
4. Biciklizam
5. Planinarenje (*walking*, *hiking*, *trekking*, *ferrata*)
6. Jahanje
7. Kajak po rijekama
8. Kajak po moru
9. Veslanje na dasci (*Stand up paddling*)
10. Rafting i *INLineRaft*
11. Kanjoning (*canyoning*)
12. *Zipline*
13. Aktivnosti u okviru adrenalinskih parkova
14. Padobransko jedrenje/parajedriličarstvo (*Paragliding/parasailing*)
15. *Kitesurfing/kiteboarding*
16. Skakanje s užetom (*Bungee jumping*)

3.2.1. Povijest razvoja pustolovnog turizma u RH

Povijest pustolovnog turizma može se promatrati kroz analizu pojedinih oblika pustolovnog turizma, kao što je primjerice lov koji je prisutan još od nastanka ljudske vrste, zatim planinarenje i brojni drugi. Iako su se mnogi oblici s vremenom ugasili, neki su ipak evoluirali u nove oblike turizma.

[50] https://www.hgk.hr/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti (pristupljeno 20.08.2018.)

Aktivnije uključivanje Hrvatske u međunarodni turistički promet započelo je već u prvoj polovici dvadesetog stoljeća. Prema statističkoj evidenciji, na području Republike Hrvatske, uključujući i dijelove koji su naknadno pripojeni Italiji, najveći turistički promet ostvaren je 1838. godine kada je zabilježeno 500 tisuća turista koji su ostvarili oko tri milijuna noćenja, od čega se čak 61% odnosilo na inozemni turistički promet. Najposjećenija turistička mjesta bila su Dubrovnik, Opatija, Crikvenica, Rab i lječilište Topusko u unutrašnjosti zemlje[51].

Najbrži rast turizma nastupio je nakon drugog svjetskog rata. Pri tome, posebnu je ulogu imao razvoj zračnog prometa, odnosno, postojanje zrakoplova većih kapaciteta koji su emitivnim zemljama približili mediteranske destinacije. Putovanja zbog dokolice i razonode postala su jedan od najmasovnijih oblika provođenja slobodnog vremena te stoga i izdatci za putovanja premašuju izdatke koji se troše na ostale oblike dokolice[52].

Masovni turizam je potaknuo razvoj u mnogim, do tada nerazvijenim krajevima, ali je isto tako uzrokovao i niz negativnih efekata koji su se mogli prepoznati u narušavanju izvorne ljepote krajolika, zagađenju okoliša, te u mnogim drugim sociološkim, ekološkim, kulturološkim i ekonomskim promjenama[53].

Osamdesetih godina dvadesetog stoljeća sve su se češće postavljali zahtjevi za razvojem turizma u skladu s prihvatnim kapacitetima destinacije što je impliciralo razvoj brojnih oblika posebnog turizma koji predstavlja protutežu masovnom turizmu[54].

Hrvatska se u međunarodni turizam počela snažnije uključivati šezdesetih godina kada, u sklopu bivše Jugoslavije, dolazi do liberalizacije putovanja u inozemstvo kao i jače orijentacije na komercijalni turizam.

Kroz posljednje desetljeće, društvo je svjedok mnogim promjenama u ponašanju potrošača. Vidljiv je pomak prema zdravijem načinu života, povećala se osjetljivost na narušavanje okoliša, ali isto tako je povećana svijest o kvaliteti pojedinih proizvoda, što zapravo predstavlja samo neke od promjena koje se odvijaju u suvremenom društvu. Takve promjene odrazile su se i na odabir odmora, pa se sve više ljudi opredjeljuje za aktivan odmor u koji se, među ostalim, ubraja i pustolovni turizam.

[51] Petrić, L., (2006.): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split.
[52] Ibid.
[53] Ibid.
[54] Ibid.

Slobodno penjanje koje predstavlja „hard“ pustolovnu aktivnost razvilo se iz alpinizma, tj. planinarenja. Sudionicima je osnovni cilj bio stići do vrha određene planine, odnosno doseći najveću moguću visinu. Alpinizam i planinarenje kao pojmovi se spominju još od osamdesetih godina devetnaestog stoljeća. Prvo natjecanje u Republici Hrvatskoj organizirano je u Splitu na Marjanu 1986. godine na prirodnoj stijeni, a tim su se i zabilježili prvi značajniji „koraci“ tog sporta u Hrvatskoj[55].

Isto tako, speleologija predstavlja aktivnost koja u Republici Hrvatskoj ima dugu povijest. Prvi podatak o hrvatskoj spilji datira još iz davne 1096. godine, kada se po prvi puta u crkvenim spisima spominje Spilja u zaljevu Željina na Ugljanu. Organizirane speleološke aktivnosti u Republici Hrvatskoj započele su 1886. godine dok danas postoji više desetaka speleoloških Udruga. Najvažnije su Hrvatski planinarski savez sa stručnom Komisijom za speleologiju i Hrvatski speleološki savez. Republika Hrvatska može se pohvaliti brojnim jamama i spiljama, međutim nisu sve otvorene za javnost i turističke posjete[56].

3.2.2. Vrste pustolovnog turizma i važni lokaliteti u RH

Kako je već prethodno spomenuto, „Tržište pustolovnog turizma segmentira se prema vrsti, aktivnosti, vrsti putnika, dobnoj skupini, prodajnom kanalu i geografskom području. Prema vrsti tržište se klasificira kao „hard“, „soft“ i drugo, dok se prema aktivnostima dijeli na aktivnosti na kopnu, aktivnosti na vodi i aktivnosti u zraku. Ovisno o vrsti putnika, pustolovna putovanja se organiziraju za turiste koji sami putuju, grupe, parove i obitelji i kreiraju za dobnu skupinu ispod 30 godina, od 30 do 41 godine, zatim od 42 do 49 godine te od 50 godina i više[57].“

Hard pustolovne aktivnosti od svojih sudionika zahtjevaju da imaju određeno iskustvo u aktivnostima u koje se upuštaju a sve to zbog rizika koja generiraju putovanja te vrste. Sudionici hard pustolovnih aktivnosti trebaju biti psihički i fizički zdrave osobe, trebaju biti spremni na sve, od promjenjivih vremenskih uvjeta, smanjene udobnosti prilikom

[55] http://www.hotelslavija.hr/hr/penjanje/ (pristupljeno 18.09.2018.)
[56] https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/putovanja/hrvatska/speleologija-u-hrvatskoj---329754.html (pristupljeno 18.09.2018.)
[57] http://www.utm.hr/?pgid=39&vid=945 (pristupljeno 23.08.2018.)

spavanja i konzumiranja ića i pića, ali isto tako i na smanjenu kvalitetu održavanja osobne higijene[58].

U Hard pustolovne aktivnosti ubrajaju se[59]:

- Slobodno penjanje (Free climbing)
- Vožnja brdskim biciklom (Mountainbikeing)
- Vožnja kajakom (River kayaking)
- Jedrenje na dasci (Windsurfing)
- Ronjenje na dah (Apnea)
- Avanturističko ronjenje
- Slobodno letenje zmajem (Paragliding)
- Skakanje padobranom (Sky diving)
- Skakanje s užetom (Bungee jumping)
- Daskanje na vodi uz pomoć glisera (Wakeboarding)
- Daskanje na vodi uz pomoć jedra u obliku padobrana (Kitesurfing)
- Kanjoning (Canyoning)
- Pustolovne utrke

Soft pustolovne manje su rizične aktivnosti, od svojih sudionika zahtjevaju manji fizički napor, isti mogu ali i ne moraju imati iskustva u aktivnostima u koje se upuštaju. Uvjeti za spavanje, prehranu kao i za osobnu higijenu najčešće su bolji i ugodniji od istih kod hard pustolovnih aktivnosti. Mnoge su aktivnosti poprilično slične onima „tvrdog“ pustolovnog turizma ali ipak zahtjevaju znatno manju fizičku spremu, bilo zbog manje zahtjevnih izazova ili pak zbog prisustva vodiča. Aktivnosti „mekog“ pustolovnog turizma imaju veći raspon aktivnosti kao i mjesta na kojima se iste mogu odvijati[60].

Aktivnosti soft pustolovog turizma su[61]:

- Hodanje kroz prirodu (Trekking)
- Biciklizam; Brdski biciklizam
- Špiljarenje (Speleology)
- Rafting

[58]http://eprints.grf.unizg.hr/2190/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[59]http://www.hgk.hr/category/zajednice/zajednica-pustolovnog-turizma (pristupljeno 23.08.2018.)
[60]http://eprints.grf.unizg.hr/2190/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[61]http://www.hgk.hr/category/zajednice/zajednica-pustolovnog-turizma (pristupljeno 23.08.2018.)

- Kayaking
- Canoeing
- Podvodni ribolov
- Trekking na konjima
- Jeep safari
- Paintball
- Skijanje
- Snowboarding
- Let balonom
- Jedrenje
- Ronjenje s bocama

Budući da Republika Hrvatska obiluje prirodnim ljepotama i ima veliki potencijal za razvoj pustolovnog turizma a s tim i produljenje sezone, postoje brojne destinacije koje su taj potencijal prepoznale i započele s pružanjem usluga pustolovnog turizma. U nastavku će se dati pregled nekih značajnijih:

1. Skydive Adria Zagreb[62]- projekt Aerokluba „Slobodan Pad“ osnovan sa zadaćom promocije padobranskog sporta i hrvatskog turizma duž jadranske obale. Projekt je osnovan 2012. godine i od tada se uspješno odvija na različitim lokacijama u Republici Hrvatskoj. Aktivnosti se temelje na izvođenju Tandem skokova s padobranom koji su najlakši, najbrži ali i najsigurniji način za nezaboravan doživljaj slobodnog pada pri brzini do čak 200 kilometara na sat[63].
2. Glavani park[64]- najveći avanturistički park u Hrvatskoj s aktivnostima prilagođenim za sve uzraste[65].
3. Adventure Park Pula[66]- Pula nudi mnogo mjesta za zabavu, a jedno od takvih je i Avanturistički park Pula. U Parku se može okušati u tridesetak uzbudljivih i zabavnih elemenata kako za djecu tako i za odrasle. Prepreke se razlikuju prema zahtjevnosti i visini te su prikladne za djecu stariju od četiri godine i za odrasle[67].

[62] http://skydiveadria.com/tandem-skydive-croatia-zagreb/ (pristupljeno 27.08.2018.)
[63] http://skydiveadria.com/ (pristupljeno 17.09.2018.)
[64] https://www.glavanipark.com/ (pristupljeno 27.08.2018.)
[65] https://www.glavanipark.com/hr/avantura/2 (pristupljeno 17.09.2018.)
[66] https://www.adventureparkpula.com/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[67] https://www.adventureparkpula.com/o-parku/ (pristupljeno 17.09.2018.)

4. Adventure Park Zadar[68]- avanturistički park koji se nalazi kod mjesta Kožine, nekoliko kilometara sjeverno od centra grada Zadra. U smrekovoj šumi skrio se avanturistički park koji pored zahtjevnog terena s preprekama svojim korisnicima pruža mogućnost i za igranje paintball-a. Kod boravka u parku, korisnicima se na raspolaganje daje prikladna oprema poput užadi, kuke, kacige, kako za djecu tako i za odrasle[69].
5. Maslenica Bridge Bungee Jumping Zadar[70]- nedaleko od samog centra grada Zadra nalazi se najviši most za bungee jumping u Hrvatskoj. Skokovi su predviđeni za osobe od 40 do 130 kilograma, zaustavlja se nekih pet metara od mora gdje sudionike dočekuje brod koji ih odvozi nazad do kopna[71].
6. Deep Water Solo Split[72]- nova vrsta penjanja po stijenama. Sudionici, noseći posebne cipele, započinju svoju avanturu penjući se iz mora po stijenama.
7. Zipline Split[73]- avantura koja traje tri sata, sastoji se od šest žica, ukupne duljine 2500 metara i 90 metara dugog mostića kroz borovu šumu.
8. Via ferrata Split[74]- „Ferata je ekstremni planinarski put koji planinarima i drugim ljudima koji nisu penjači omogućuje sigurno penjanje inače neprohodnim rutama. Sastoji se od metalnih nožišta i klinova te čelične sajle koja omogućava sigurno napredovanje kroz stijenu[75].“
9. Paddle Surf Bacina Lakes Ploce[76]- idealan izlet za one na putu između Splita i Dubrovnika. Jezera su smještena 300 metara od mora. Paddle Surfing Tours predstavljaju izvrsnu priliku za uživanje u bogatstvu flore i faune ali isto tako i u upoznavanju s lokalnom kulturom odredišta[77].
10. Buggy Safari Dubrovnik[78]- pustolovne ture koje uključuju vožnje preko brda i polja i uživanje u prirodi i predivnim pogledima[79].

[68] https://www.adventure-park.hr/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[69] https://www.bestofcroatia.eu/hr/ostale-znamenitosti-detalji/adventure-park-zadar-50
[70] http://www.izazov-tours.hr/index.php?lang=en (pristupljeno 26.08.2018.)
[71] https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/saznajte-gdje-sve-u-hrvatskoj-mozete-skociti-bungee---477025.html (pristupljeno 17.09.2018.)
[72] https://www.splitlicious.com/split-adventure/split-deep-water-solo (pristupljeno 26.08.2018.)
[73] http://www.zip-split.com/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[74] http://adventurescroatia.net/via-ferrata-split/via-ferrata-split-10/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[75] https://www.dalmacijadanas.hr/planinarska-atrakcija-na-perunu-iskusite-penjanje-via-ferrata-perunika (pristupljeno 17.09.2018.)
[76] https://suptrotters.com/en/companies/croatia/276-paddle-surf-bacina-lakes (pristupljeno 26.08.2018.)
[77] https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303828-d7981330-Reviews-Paddle_Surf_Bacina_Lakes-Ploce_Dubrovnik_Neretva_County_Dalmatia.html (pristupljeno 17.09.2018.)
[78] http://www.dubrovnikcablecar.com/buggy/ (pristupljeno 26.08.2018.)
[79] http://www.buggydubrovnik.com/ (pristupljeno 17.09.2018.)

Prethodno navedene aktivnosti su samo neke od pustolovnih aktivnosti u koje se može upustiti na području Republike Hrvatske. Prostora za napredak i nove pustolovne aktivnosti dakako da ima.

3.2.3. Zakonodavno- institucionalni okvir pustolovnog turizma u RH

Zakonski propisi koji reguliraju poslovanje u pustolovnom turizmu su:

- Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 130/17)

„Ovim Zakonom uređuju se usluge u turizmu, način i uvjeti za pružanje tih usluga, ugovor o putovanju u paket-aranžmanu i ugovor o povezanom putnom aranžmanu te prava i obveze trgovca i putnika u vezi s tim ugovorima. Usluge u turizmu u smislu ovoga Zakona su: pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, voditelja putovanja, turističkog animatora, turističkog predstavnika, usluge u posebnim oblicima turističke ponude (turističke usluge u nautičkom turizmu, turističke usluge zdravstvenog turizma, turističke usluge u kongresnom turizmu, usluge aktivnog i pustolovnog turizma, turističke usluge ribolovnog turizma, turističke usluge na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, lovištu i u šumi šumoposjednika, usluge iznajmljivanja vozila (rent-a-car), usluge turističkog ronjenja) i usluge iznajmljivanja opreme za šport i rekreaciju turistima[80].“

- Zakon o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18) kojim se uređuje sustav zaštite i cjelovitog očuvanja prirode kao i njezinih dijelova ali isto tako i druga s tim povezana pitanja[81].

Isto tako, aktivnosti ronjenja koje spadaju u pustolovne aktivnosti regulirane su sljedećim zakonima, uredbama i pravilnicima[82]:

- Pravilnik o obavljanju podvodnih aktivnosti (NN 47/99, NN 23/03, NN 52/03, NN 58/03) Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka
- Pravilnik o Uvjetima za obavljanje obuke ronjenja i športsko- rekreativnog ronjenja (NN 105/00, NN 24/03) Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka

[80]Zakon o pružanju usluga u turizmu NN 130/17 dostupno na https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu (pristupljeno 28.08.2018.)
[81]Zakon o zaštiti prirode NN 80/13, 15/18 dostupno nahttps://www.zakon.hr/z/403/Zakon-o-za%C5%A1titi-prirode pristupljeno 28.08.2018.
[82]https://www.diving-hrs.hr/temeljni-dokumenti/pravilnici-i-uredbe (pristupljeno 28.08.2018.)

- Pravilnik o postupku i načinu izdavanja dopuštenja za obavljanje podvodnih aktivnosti u dijelovima unutarnjih morskih voda i teritorijalnog mora Republike Hrvatske koji su zaštićeni kao kulturno dobro (NN 56/03, NN 62/03, NN 12/05) Ministarstva kulture
- Pravilnik o načinu, uvjetima i visini naknada za izdavanje koncesijskih odobrenja)NN 51/96, NN 18/99, NN 23/03) Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka
- Uredba o postupku davanja koncesijskog odobrenja na pomorskom dobru (NN 36/04)
- Uredba o postupku davanja koncesije na pomorskom dobru (NN 23/04, NN 32/04, NN 68/04, NN 101/04)
- Zakon o športu (NN 71/06)
- Zakon o udrugama (NN 88/01)
- Zakon o stažu osiguranja s povećanim trajanjem (NN 71/99)
- Zakon o tehničkoj kulturi (NN 76/93)

U Republici Hrvatskoj postoji niz organizacija koje oblikuju djelovanje pustolovnog turizma:

- Ministarstvo turizma - „Ministarstvo turizma obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: turističku politiku Republike Hrvatske, strategiju razvitka hrvatskog turizma; razvoj i investicije u turizmu; razvitak kongresnoga, seoskoga, lovnoga, zdravstvenoga, omladinskoga i drugih selektivnih oblika turizma; unapređivanje i razvoj malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu; sanacijske programe u svezi s restrukturiranjem hotelsko-ugostiteljskih tvrtki, praćenje i sudjelovanje u procesu privatizacije; turističku informatiku, promicanje hrvatskog turizma u inozemstvu; sustav turističkih zajednica; turističku i ugostiteljsku statistiku; stanje i pojave na području turističkih i ugostiteljskih usluga; međunarodnu suradnju u svezi s turizmom; djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike na razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata; uvjete obavljanja turističke i ugostiteljske djelatnosti, praćenje i analiziranje kvalitete turističke ponude, turističkih i ugostiteljskih usluga, uvođenje međunarodnih standarda kvalitete ponude smještaja i usluga; kategorizaciju turističkih i ugostiteljskih objekata; unapređivanje turističke i ugostiteljske djelatnosti. Ministarstvo obavlja inspekcijske poslove u području ugostiteljske djelatnosti i pružanja usluga u turizmu, osim nadzora nad naplatom proračunskih i ostalih prihoda koji su utvrđeni u djelokrugu Ministarstva financija. Ministarstvo u svojstvu resornog ministarstva sudjeluje u poslovima upravljanja i raspolaganja dionicama i poslovnim udjelima trgovačkih društava koji čine državnu

imovinu u vlasništvu Republike Hrvatske, u pogledu trgovačkih društava koja se pretežno bave djelatnostima iz područja nadležnosti resornog ministarstva, utvrđenima ovim Zakonom. Ministarstvo obavlja poslove koji se odnose na sudjelovanje Republike Hrvatske u radu tijela Europske unije u područjima iz njegove nadležnosti. Ministarstvo obavlja i druge poslove koji su mu stavljeni u nadležnost posebnim zakonom[83]."

- Hrvatska turistička zajednica- „Nacionalna turistička organizacija, a osnovana je radi stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske.[84]“

- Turističke zajednice županija

- Turističke zajednice mjesta

- Hrvatska gospodarska komora- „Nudi čitav niz informacija, baza podataka, poduzetničkih edukacija, pravno savjetuje, pomaže u pronalasku poslovnih partnera, sufinancira nastupe na sajmovima, nudi informacije o izvorima financiranja poduzetnika te savjetuje pri apliciranju za EU sredstva. Obavještava o međunarodnim natječajima[85].

- Brojne udruge (Udruga hrvatskih putničkih agencija, kamping udruženje Hrvatske, i druge).

Pri Hrvatskoj gospodarskoj komori djeluje i **Zajednica pustolovnog turizma** koju čini 70-ak trgovačkih društava i obrta specijaliziranih za pustolovne aktivnosti čiji je osnovni zadatak registracija i praćenje pustolovnog turizma[86].

U turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma mogu se uvrstiti aktivnosti na kopnu, u vodi ili u zraku, na otvorenom neuređenom prirodnom okruženju ili u posebno

[83] https://mint.gov.hr/o-ministarstvu/9 (pristupljeno 18.09.2018.)
[84] https://htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama (pristupljeno 18.09.2018.)
[85] https://www.hgk.hr/hrvatska-gospodarska-komora/uvodna-rijec (pristupljeno 18.09.2018.)
[86] http://www.poslovni.hr/after5/zajednica-poslovnog-turizma-olaksat-ce-bavljenje-avanturama-87821 (pristupljeno 27.08.2018.)

uređenim i opremljenim mjestima koje zbog svojih određenih specifičnosti predstavljaju rizik od ozljeda i njihovih posljedica za korisnike.

Usluge aktivnog i pustolovnog turizma mogu pružati i fizičke i pravne osobe, odnosno[87]:

a) „trgovačka društva, zadruge, trgovci pojedinci i obrtnici, sa sjedištem u Republici Hrvatskoj ili drugoj državi ugovornici Ugovora o Europskom gospodarskom prostoru i Švicarskoj Konfederaciji koji su registrirani za pružanje usluga u turizmu i koji ispunjavaju uvjete za pružanje tih usluga u skladu s Zakonom i propisima donesenim na temelju Zakona,

b) javne ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima sukladno posebnom propisu kojim se uređuju poslovi zaštite prirode i druge javne ustanove u okviru svoje osnovne djelatnosti, u skladu s aktom o osnivanju i statutom javne ustanove,

c) poljoprivrednici koji sukladno posebnom propisu kojim se uređuje poljoprivreda obavljaju poljoprivrednu djelatnost na poljoprivrednom gospodarstvu, ovlaštenici za ribolov, ovlaštenici za akvakulturu, lovoovlaštenici i šumoposjednici u šumama kojih su vlasnik/ili posjednik i

d) fizičke osobe – građani“.

Uvjeti koji su potrebni za pružanje usluga aktivnog i pustolovnog turizma:

Pružatelj usluge je dužan[88]:

1. „odgovarajuću opremu za pružanje usluge, uz deklaraciju ovlaštenih proizvođača ili atestiranu prema važećim standardima, držati u ispravnom stanju,
2. upotrebljavati opremu prema uputama proizvođača,
3. prilikom nuđenja usluge navesti koju osobnu opremu za sigurnu realizaciju aktivnosti mora imati sam korisnik, a koju će u okviru cijene usluge osigurati pružatelj usluge,

[87] http://psc.hr/aktivni-pustolovni-turizam/ (pristupljeno 28.08.2018.)
[88] http://psc.hr/aktivni-pustolovni-turizam/ (pristupljeno 26.08.2018.)

4. prije započinjanja pružanja usluge istaknutom informacijom u pisanom obliku i usmeno upoznati korisnika usluge s vrstama rizika provođenja usluge, načinom korištenja opreme te s procjenom rizika, planovima i procedurama otklanjanja opasnosti,
5. osigurati korisnika usluge od posljedica nesretnog slučaja i staviti mu na raspolaganje informaciju o uvjetima osiguranja sklopljenog s osiguravateljem u Republici Hrvatskoj ili državi ugovornici Europskog gospodarskog prostora ili Švicarskoj Konfederaciji,
6. za pružanje usluge angažirati osobu koja ima odgovarajuće domaće ili strano uvjerenje odnosno certifikat kojim se utvrđuje sposobnost i razina vještine obavljanja aktivnosti iz članka 92. stavka 1. Zakona,
7. ispunjavati posebne uvjete Za obavljanje pojedine aktivnosti aktivnog ili pustolovnog turizma, kao i za organizaciju manifestacija koje uključuju takve aktivnosti utvrđuju se posebni uvjeti. Posebni uvjeti mogu se odnositi na opseg i razinu osposobljenosti osoba koje pružaju usluge, sredstva komunikacije, opremu, pribor za prvu pomoć, nazočnost hitne medicinske pomoći ovisno o broju sudionika, nazočnost nadležne službe spašavanja ovisno o procjeni rizika i slično“.

Popis odgovarajućih uvjerenja i uvjeta za obavljanje pojedinih aktivnosti aktivnog ili pustolovnog turizma kao i organiziranje manifestacija koje uključuju takve aktivnosti objavljuju se na mrežnim stranicama Hrvatske gospodarske komore i Ministarstva turizma.

Za aktivnosti aktivnog i pustolovnog turizma koje se provode na nepristupačnim prostorima ali i u planinama organizator i/ili osobe koje ih izvode dužni su izraditi procjenu rizika, planove i procedure otklanjanja opasnosti za svaku vrstu aktivnosti i lokaciju na kojoj se usluga pruža.

Isto tako, pružatelj usluga može odbiti pružiti uslugu maloljetniku, kao i drugim osobama za koje je procjenom rizika utvrđeno da bi izvođenje aktivnosti za te osobe bilo rizično, ili ako korisnik nema odgovarajuću opremu koju je sukladno prethodnoj obavijesti bio dužan sam osigurati[89].

[89] http://psc.hr/aktivni-pustolovni-turizam/ (pristupljeno 26.08.2018.)

4. POTENCIJALI RAZVOJA PUSTOLOVNOG TURIZMA NA PODRUČJU OMIŠA

U daljnjem će se tekstu pobliže obraditi grad Omiš kao turistička destinacija, analizirat će se ponuda i potražnja, te će se navesti i detaljnije objasniti svaka od pustolovnih aktivnosti grada Omiša. Isto tako, navest će se i obradit glavni dionici ponude pustolovnog turizma u Omišu te će se analizirati učinci pustolovnog turizma u destinaciji.

4.1. Osnovne informacije o Omišu kao turističkoj destinaciji

Omiš je gradić Splitsko- dalmatinske županije koji se smjestio na samom ušću rijeke Cetine, dvadeset pet kilometara južno od Splita. Površine 266 m^2, područje Grada graniči sa šest općina- Dugi rat, Dugopolje, Trilj, Cista Provo, Šestanovac i Zadvarje. Cjelokupan prostor Grada funkcionalno je podijeljen na tri različite cjeline: Zagora i Poljica, stari grad Omiš i Rivijera koja se proteže na više od dvadeset kilometara.

Grad Omiš cestovno je vezan za Jadransku magistralu koja ga s jedne strane povezuje autocestom sjeverno do Rijeke i južno do Dubrovnika. Iako se nalazi u neposrednoj blizini Splita, u doba ljetnih mjeseci promet je neprotočan što rezultira većim zastojima na Jadranskoj magistrali koja prolazi i kroz sam centar grada.

Plovidbeni putevi predstavljaju ograničavajući fakor razvoju. Na rijeci Cetini koja se u Omišu ulijeva u more, plov je otežan zbog nejasne regulacije vezova na obali rijeke dok luka nautičkog turizma ne pruža dostatne kapacitete za daljnji razvoj tog vida turizma. Infrastruktura obalnog područja relativno je slaba.

U zračnom prometu, Omiš je vezan za zračnu luku Split udaljenu 45 kilometara i Dubrovnik udaljenu 216 kilometara. U pomorskom i željezničkom prometu, vezan je za Split gdje se nalaze najbliža pomorska luka kao i željeznički kolodvor[90].

Područje grada Omiša bogato je prirodnim nasljeđem gdje se posebno ističe kanjon rijeke Cetine, geomorfološki fenomen kojeg je rijeka stvorila na svom putu prema moru.

[90] Tvrtka Quadrans: Strateški marketing plan turizma grada Omiša, dostupno na https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/53071en39sfq032.pdf (pristupljeno 18.09.2018.)

Kanjon rijeke Cetine još od 1963. godine ima status zaštićenog krajolika i to na području od samog ušća rijeke Cetine pa do izletišta Radmanove mlinice. Na posebnost omiškog krajolika utječe jedinstveni spoj rijeke, mora i planina koji gradu daje „šarm“ i prepoznatljivost prirodnog okruženja[91].

4.1.1. Analiza ponude

Prema podacima Turističke zajednice grada Omiša, na dan 31.12.2017. godine, na području grada Omiša raspoloživo je bilo 1 660 smještajnih objekata s 15 226 kreveta, u čijoj strukturi najveći broj zauzimaju objekti u domaćinstvu s 1 583 objekta (95%) i 11 583 kreveta (76%)[92].

U sljedećoj se tablici nalazi detaljniji prikaz smještajnih kapaciteta, ovisno o objektima, broju smještajnih jedinica kojima se raspolaže, broju kreveta i dodatnih kreveta.

Tablica 3. Broj objekata, smještajnih jedinica, kreveta i dodatnih kreveta na području Omiša

Objekt	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj kreveta	Broj dodatnih kreveta
Hoteli	12	468	954	0
Kampovi	3	585	1.753	0
Objekti na OPG-u	1	4	8	0
Objekti u domaćinstvu	1.583	3.932	11.583	3.529
Ostali ugost. objekti za smještaj	61	304	928	254
Ukupno	**1.660**	**5.293**	**15.226**	**3.783**

Izvor: TZG Omiš – Godišnje financijsko izvješće 2017.

Kako bi uspješnije utvrdili postoji li i ukoliko postoji, o kakvom se rastu u broju smještanih kapaciteta radi, napravljena je usporedba za koju su se koristili podatci dostupni od strane Turističke zajednice Omiša.

[91] Ibid.
[92] TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017. dostupno na https://www.visitomis.hr/hr/dokumenti (pristupljeno 30.08.2018.)

Tablica 4. Usporedba ukupnog broja smještajnih kapaciteta na području grada Omiša

Godina	Broj smještajnih kapaciteta
2005.	7. 651
2013.	12.592
2017.	15.226
2013/2005	64,57%
2017/2013	20,91%

Izvor: Obrada autora

Kao što je vidljivo iz prethodno prikazane tablice, broj smještajnih kapaciteta s godinama raste. Stoga je, promatrajući od 2005. pa do 2013. godine zabilježen rast u broju smještajnih kapaciteta i to za čak 64%, dok isti gledajući za period od 2013. pa do 2017. godine također bilježi porast za 21%. Prema prethodno navedenom, možemo zaključiti kako se trend rasta nastavlja[93].

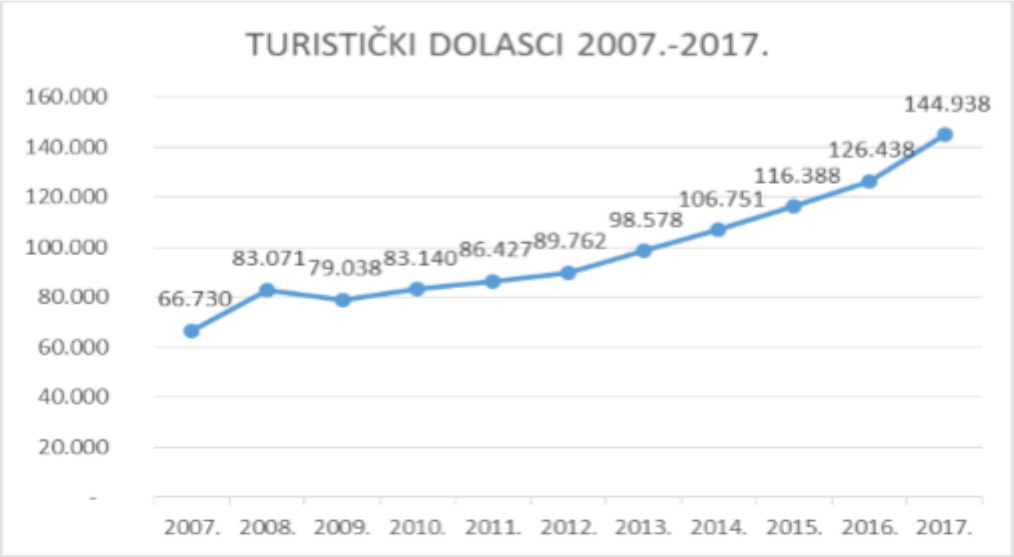
4.1.2. Analiza potražnje

Na području grada Omiša u 2017. godini zabilježeno je 144 938 turističkih dolazaka i 940 814 noćenja što u odnosu na 2016. Predstavlja ukupan rast dolazaka za 15% i noćenja za 13%[94].

Analizirajući kretanje turističkog prometa kroz posljednjih deset godina, vidljivo je povećanje turističkih dolazaka za 117%. U istom razdoblju može se vidjeti i trend porasta turističkih dolazaka, izuzev 2009. godine koja je obilježena blagim padom turističkog prometa[95].

[93]TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017. dostupno na https://www.visitomis.hr/hr/dokumenti (pristupljeno 30.08.2018.)
[94]Ibid.
[95]Ibid.

Na slici u nastavku nalazi se grafički prikaz turističkih dolazaka u grad Omiš od 2007. pa do 2017. godine.



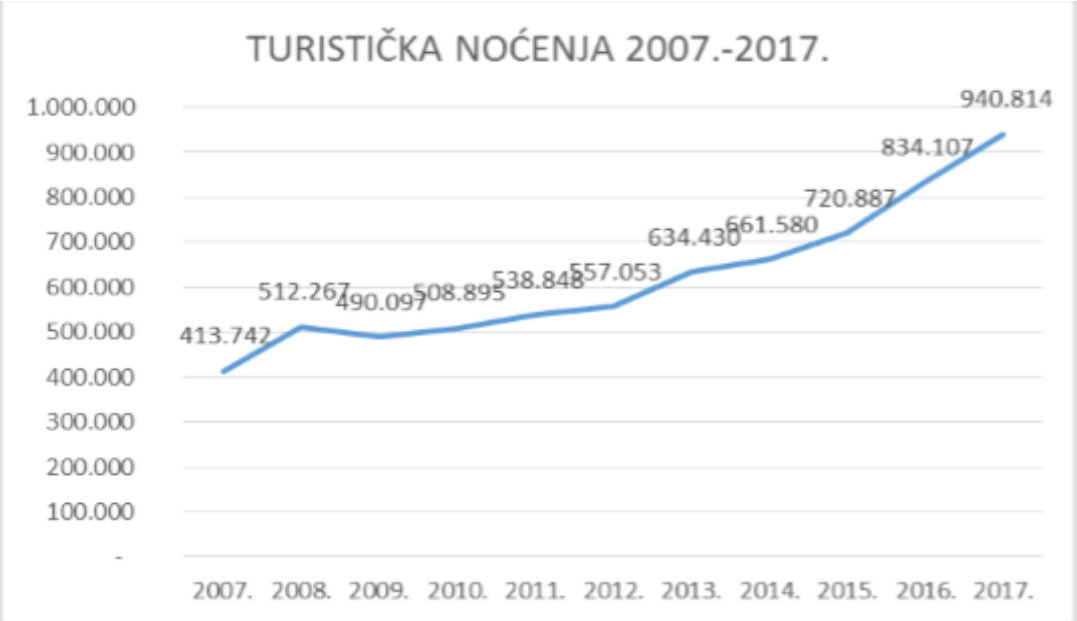
Slika 3.Turistički dolasci 2007.-2017.

Izvor: TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017.

Kroz isto razdoblje, i turistička noćenja obilježavaju jednaka kretanja. U promatranom periodu od deset godina, turistička su noćenja porasla za 127%[96].

[96]TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017. dostupno na https://www.visitomis.hr/hr/dokumenti pristupljeno 30.08.2018.

Slika s grafičkim prikazom noćenja od 2007. do 2017. godine nalazi se malo niže.



Slika 4. Turistička noćenja 2007.- 2017.

Izvor: TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017.

Promatrajući podatke o kretanju turističkog prometa od usvajanja Strateškog marketing plana turizma Grada Omiša (2014. godine) pa do 2017. godine, može se govoriti o trendu rasta kako dolazaka tako i noćenja prema kojem dolasci prosječno rastu za oko 12 000, a noćenja za 93 000 na godišnjoj razini[97].

„Rezultati ostvareni 2017-te godine predstavljaju porast dolazaka za 25% i noćenja od 31% u odnosu na 2015., odnosno dolazaka od 36% i noćenja od 42% u odnosu na 2014. godinu[98].“

[97]TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017. dostupno na https://www.visitomis.hr/hr/dokumenti pristupljeno 30.08.2018.
[98]Ibid.

U niže napravljenoj tablici prikazani su podatci o ukupnom broju dolazaka i noćenja u grad Omiš od 2014. pa do 2017. godine.

Tablica 5. Turistički dolasci i noćenja 2014.-2017.

GODINA	DOLASCI	NOĆENJA
2017.	144 938	940 814
2016	126 438	834 107
2015	116 388	720 887
2014	106 751	661 580

Izvor: TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017.

Najveći godišnji porast turističkih dolazaka ostvaren je 2017. godine, dok je najveći godišnji porast noćenja ostvaren u 2016. godini.

Prosječna duljina boravka turista na području destinacije Omiš u 2017. godini je iznosila šest dana.

Dominantna tržišta za područje grada Omiša, isto kao i prethodne godine, Poljska, Njemačka i Češka[99].

4.2. Popularne pustolovne aktivnosti na Omiškom području

Razvoj pustolovnog turizma na području grada Omiša započeo je krajem 90-tih godina i danas je postao jedan od osnovnih motiva dolaska turista u određene destinacije i vrlo čest faktor pri izgradnji i pozicioniranju turističkih destinacija u svijetu.

Avanturistički sportovi kao dio tržišne ponude svakim danom privlače sve veću populaciju ljudi. Sam grad Omiš ima vrlo velike mogućnosti za razvoj pustolovnog turizma s obzirom da posjeduje prirodna bogatstva kao i sve komparativne prednosti koje razvoju ovog oblika turizma i pogoduju. Pustolovni izleti kao i aranžmani, sadrže različite oblike aktivnog odmaranja turista koje su ponuđene kroz[100] :

1. Rafting
2. Canyoning

[99]TZG Omiš- Godišnje financijsko izvješće 2017. dostupno na https://www.visitomis.hr/hr/dokumenti pristupljeno 30.08.2018.
[100]http://www.poslovni.hr/after5/hrvatska-premalo-koristi-potencijale-pustolovnog-turizma-31018 (pristupljeno 20.08.2018.)

3. Kayaking
4. Zipline
5. Slobodno penjanje
6. Hiking i treking
7. Tematske staze
8. Ronjenje
9. Jedrenje na dasci
10. Vožnja barkariolima kanjonom rijeke Cetine

U nastavku će se detaljnije obraditi svaka od prethodno navedenih disciplina pustolovnog turizma.

4.2.1. Rafting na Cetini

Rijeka Cetina, ukupne dužine od 100,5 km, najduža je krška rijeka u Hrvatskoj. Smještena u pitomom kraju Dalmatinske zagore, oduvijek je privlačila svojom ljepotom i raznolikošću. Izvire iz pet jakih krških vrela na 380 metara nadmorske visine, u podnožju planine Dinare i Gnjata, nedaleko od Vrlike, odakle onda teče kroz Sinjsko polje i Trilj do Zadvarja, pa svoj put nastavlja prema zapadu do pred samo ušće i grad Omiš. Tijekom stoljeća, na svom putu prema moru Cetina je usjekla veličanstven kanjon, dok njeni vodopadi, tajanstvene špilje i mlinovi, zajedno s bujnom vegetacijom koja ju okružuje svakog ostavljaju bez daha.

Sve ubrzaniji tempo života, učinio je boravak u prirodi neophodnim za zdravlje čovjeka. Ista ta potreba, ojačala je ulogu ekoturizma, ali isto tako je i pridonijela popularizaciji novih sportova koji su usko vezani s prirodom.

Posljednjih je godina upravo rafting na predivnoj rijeci Cetini postao omiljena rekreacija turistima i avanturistima koji svoj odmor provode upravo na Jadranskoj obali. Rafting predstavlja soft pustolovnu aktivnost koja se obično odvija na rijeci, gdje se grupa ljudi, od četiri pa do deset osoba, gumenim čamcima spuštaju niz riječne brzace, a s ciljem uzbuđenja, zabave, avanture i druženja. Prvi rafting spustovi na rijeci Cetini učinjeni su 1998. godine. Danas, više od dvadeset turističkih agencija na području grada Omiša, bave se

organiziranjem rafting spusta. Raftingom se moguće provesti kroz dvije dionice na rijeci, Blato na Cetini- Zadvarje i Penšići- Radmanove Mlinice.

Dionica Penšići-Radmanove Mlinice je najpoznatija i najpopularnija dionica kojom se godišnje spusti deset do petnaest tisuća ljudi. Prvi trenutci ture prolaze u upoznavanju vodiča i svih sudionika, preuzimanju i isprobavanju sve potrebne opreme (prsluk, kaciga, veslo). Na samom startu je rijeka mirna što zapravo predstavlja idealno mjesto za upoznavanje sudionika s osnovnim vještinama koje trebaju usvojiti kako bi njihova avantura prošla što ugodnije i sigurnije. Drugi dio staze obiluje brzacima, preprekama, vodopadima, ali isto tako i bujnom vegetacijom koja „gradi“ žive tunele zbog kojih se čak može i steći dojam kao da ste kilometrima udaljeni od civilizacije. Rafting tura trajanja je dva i pol do tri sata vremena[101].

Rafting kao pustolovna aktivnost, 2017. godine, brojio je oko 37 800 korisnika[102].



Slika 5. Rafting na Cetini

Izvor: http://www.adriaturist.hr/#/rafting

[101] http://www.kucice.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=114 (pristupljeno 14.08.2018.)
[102] Prema osobnoj procjeni vlasnika jedne agencije koja pruža usluge pustolovnog turizma

4.2.2. Canyoning

Probijajući se kroz vapnenački kanjon rijeka Cetina je stvorila čudesne oblike ali isto tako i izgradila korito puno prirodnih ljepota: visoke litice (180 m), podzemni tuneli, slapovi, jezera te više od pedeset metara visoki vodopad Gubavica. U najužem dijelu kanjona rijeke Cetine, uzvodno od hidroelektrane Kraljevac, idealan je krajobraz za canyoning.

Canyoning predstavlja hard pustolovnu aktivnost kojom se sudionici provode kroz kanjon rijeke Cetine pri tom se koristeći različitim tehnikima koje mogu uključivati hodanje, penjanje, skakanje plivanje kao i mnoštvo drugih aktivnosti. Iako sam pojam Canyoning označava „hodanje kroz kanjon“, u užem smislu sama ova aktivnost uključuje tehničko spuštanje koje zahtjeva čak i planinarsku opremu. Vrlo često zahtijeva i discipline poput navigacije, traženje ruta kao i druge stvari vezane za putovanje kroz divljinu[103].

Također, za one željne više adrenalina organizira se i ekstremni canyoning, koji uz onaj standardni obuhvaća i spuštanje niz vodopad Gubavica na rijeci Cetini uz korištenje profesionalne alpinističke opreme i uz pratnju iskusnih instruktora.

Pustolovna aktivnost Canyoning je 2017. godine brojila oko 10 000 korisnika[104]



Slika 6. Canyoning na Cetini

Izvor: https://experitour.com/listings/basic-canyoning-practice-on-the-cetina-river-croatia/

[103] https://hr.wikipedia.org/wiki/Kanjoning (pristupljeno 20.08.2018.)
[104] Prema osobnoj procjeni vlasnika jedne agencije koja pruža usluge pustolovnog turizma

4.2.3. Kayaking i canoeing

Kayaking i canoeing predstavljaju soft pustolovnu aktivnost.

Jako često postavljano pitanje je upravo pitanje razlike između pojmova canoeing i kayaking. Odgovor na prvu i nije baš tako očit kao što se zapravo čini. Iako je sam pojam canoeing dosta često korišten kao glavni naziv za obje aktivnosti, u stvarnosti ipak postoje vrlo konkretne razlike između ove dvije discipline.

Sama potrebna oprema za kayaking drugačija je od opreme potrebne za canoeing. Vidna je razlika u najosnovnijoj opremi za realizaciju navedenih disciplina, u samom dizajnu brodica ali isto tako i vesala. Brodice za canoeing su otvorene brodice, namijenjene za sjedenje dvoje ili više ljudi dok su brodice za kayaking zatvorenije te prilagođene za samo jednu osobu. Što se tiče vesala, vesla za canoeing kraća su i imaju lopaticu samo na jednoj strani, dok ista za Kayaking, lopatice imaju na obje strane vesla. Također, razlikuju se i po samo tehnici veslanja[105].

Na području grada Omiša organiziraju se i canoeing i kayaking. Kayaking ture najčešće su organizirane na način da početak bude u Radmanovim mlinicama, malom izletištu sedam kilometara udaljenom od Omiša, odakle se prekrasnim kanjonom Cetine uz pratnju vodiča, vesla do grada Omiša i ušća rijeke Cetine, gdje tura i završava.

[105] https://mpora.com/adventure/kayaking/kayaking-vs-canoeing-whats-difference/ (pristupljeno 22.08.2018.)



Slika 7. Kayaking na Cetini

Izvor: http://www.adriamark.com/canoe-cayak.html

Najpopularnija canoeing ruta svoj početak ima u Čikotinoj Lađi, dok je završetak u desetak kilometara udaljenom Blatu na Cetini. Tura traje neka tri do četiri sata. Canue safari idealan je oblik rekreacije pogodan za sve generacije. Također, organiziraju se i canue ture od Radmanovih mlinica pa do ušća rijeke Cetine[106].

Canoeing i kayaking su 2017. godine brojile oko 1100 korisnika[107]

[106] https://www.cetinatours.com/en/rafting-canoe-safari-on-the-river-cetina (pristupljeno 20.08.2018.)
[107] Prema osobnoj procjeni vlasnika jedne agencije koja pruža usluge pustolovnog turizma



Slika 8. Canoeing na Cetini

Izvor: https://www.cetinatours.com/rafting-kanu-safari-na-rijeci-cetini

4.2.4. Zipline

Avanturistički poligon Zipline nalazi se u kanjonu rijeke Cetine, svega tri kilometra od grada Omiša. Isti se sastoji od osam čeličnih sajli preko kojih se sudionici sjedeći u pojasu, spuštaju niz kanjon. Ukupna dužina sajli je 2100 metara, od kojih je najduža sedam stotina metara duga te se nalazi na nekih sto pedeset metara visine. Za prelazak cijelog poligona, uz pratnju dva vodiča potrebno je oko dva i pol do tri sata.

Zipline ture se u sezoni održavaju tijekom cijelog dana, dok se tokom ostatka godine održavaju po dogovoru sa zipline timom[108].

Pustolovna aktivnost Zipline 2017. godine je brojila oko 12 000 korisnika[109]

[108] http://zipline-croatia.com/hr/ (pristupljeno 20.08.2018.)
[109] Prema osobnoj procjeni vlasnika jedne agencije koja pruža usluge pustolovnog turizma



Slika 9. Zipline

Izvor: https://www.dalmatia.hr/en/active-holiday/zip-line

4.2.5. Slobodno penjanje

Slobodno penjanje je hard pustolovna disciplina u športsko penjačkim i alpinističkim smjerovima. Osnovna značajka je ta što u njemu nije dozvoljeno korištenje opreme za napredovanje, već glavnu ulogu imaju spretnost i snaga osobe koja se u penjanje upušta, dok oprema služi isključivo kako bi se osigurali od padova[110].

Postoji više načina slobodnog penjanja, a neki od njih su[111]:

• Penjanje „on lead“ (u vodstvu) u kojem se prvi penjač penje te sam postavlja smjer ukapčajući međuosiguranja i konop u već postojeće spitove.

• Penjanje „on sight“ (na pogled) u kojem penjač slobodno i sam prođe smjer kojim se prvi put penje bez poznavanja ikakvih informacija o istom.

[110]https://hr.wikipedia.org/wiki/Slobodno_penjanje preuzeto iz Juričić, J. (2016): Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam, Završni rad, Split.
[111]https://hr.wikipedia.org/wiki/Slobodno_penjanje preuzeto iz Juričić, J. (2016): Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam, Završni rad, Split

• Penjanje „on flash“ u kojem penjač slobodno prođe smjer kojim se nikad nije kretao, ali pritom poznavajaći određene informacije o istom.

• „Top rope“ penjanje je slobodno penjanje s osiguranjem kroz sidrište te je najčešći način koji se koristi u školama penjanja.

• „Red point“ penjanje u kojem penjač slobodno prođe smjer kojim se već penjao.

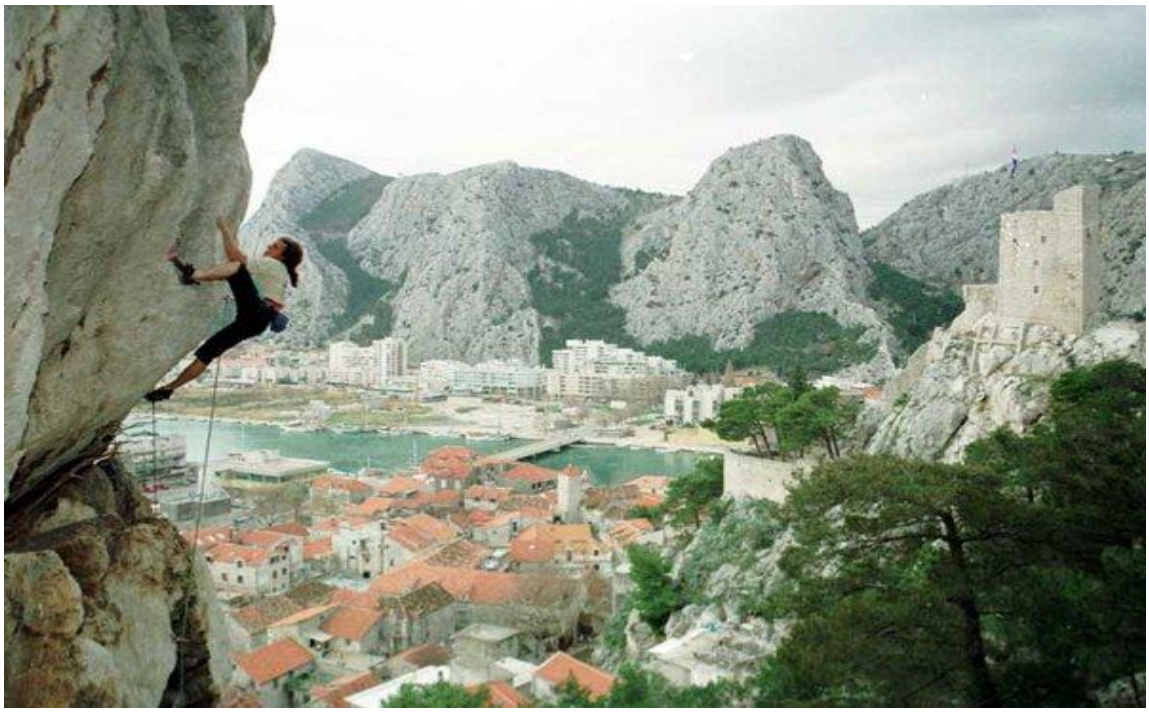
• „Slobodno penjanje“ u kojem penjač koristi vlastite vještine i snagu kako bi savladao uspon.

• „Solo integrale“ penjanje u kojem penjač savladava uspon bez uporabe bilo kakvih načina osiguranja. Ovaj oblik zahtjeva izrazitu koncentraciju ali i hrabrost jer u slučaju pada završavaju s težim ozljedama ili pak smrću.

Od svih ekstremnih sportova, jedino rafting i rekreacijsko penjanje bilježe najveći rast na području grada Omiša. Bez obzira je li osoba tek početnik ili već iskusan penjač, na Omiškim stijenama se može pronaći mjesto za sve, od najlakših padina pa do grebena na koje se nitko prije nije popeo. Penjanje je zapravo rekreativna aktivnost s vrlo velikim potencijalom na području grada Omiša. Penjači mogu birati gdje će se penjati, hoće li to bit po osunčanim stjenama ili pak po onima u sjeni.

Zahvaljujući raznolikom položaju klifova, koje je moćna rijeka izrezala na svom putu prema moru, penjanje na Omiškim stijenama postalo je cjelogodišnja aktivnost. Baš iz tog razloga, pored dvadesetak aktivnih članova lokalnog kluba penjanja „Malduk“ ove su stijene vrlo često odredište najboljih hrvatskih ali i europskih penjača. Nedavno je baš Omiš bio odredište članova par penjačkih klubova koji su baš tu odlučili odraditi svoj dvotjedni trening. Nisu se ograničavali postojećim rutama, ćemu u prilog ide još desetak novo napravljenih penjačkih ruta. Uzimajući to u obzir, Omiš ima nekih četrdeset šest opremljenih penjačkih staza, što ga uvrštava među top Hrvatska penjačka odredišta. Iako je već dosegnuta i zavidna razina, sam potencijal koji se može doseći je i mnogo veći. Sezonski penjači, ali isto tako i članovi omiškog penjačkog kluba „Malduk“ smatraju kako će Omiš uskoro postati ne samo hrvatski već i opći europski centar za penjanje[112].

[112] http://www.omisinfo.com/hr/omis/aktivni-odmor-u-omisu/slobodno-penjanje-u-omisu.htm (pristupljeno 20.08.2018.)



Slika 10. Penjanje

Izvor: http://www.llelas.mojweb.com.hr/o-omisu/slobodno-pejnanje-u-omisu/

4.2.6. Hiking i treking

Omiška Dinara, Komorjak i Mosor stoljećima su imali ulogu prirodnog zaštitnika od neprijatelja dok danas predstavljaju idealne lokacije za planinarske izlete. Uz veoma dobro označene tematske staze pogodne za izlete rekreativaca tokom cijele godine, na brdima uz grad Omiš svake se godine održava i Proljetni treking kup- skup planinarskih maratona gdje se osim same izdržljivosti testiraju i snalažljivost i orijentacija u prirodi. Kup čine tri natjecanja- Imbertrek, Jesenice treking kup i jedno od najstarijih treking natjecanja u Republici Hrvatskoj, Mosor Grebbening. Ova događanja svake godine u grad Omiš kao i u njegovu okolicu privuče na stotine profesionalnih sportaša, ali isto tako i rekreativaca koji se natječu u ipak na nešto lakšim i kraćim dionicama[113]. Treking je hard dok hiking predstavlju soft pustolovnu aktivnost.

Imbertrek je manifestacija u organizaciji omiškog planinarskog društva Imber koja se već šestu godinu za redom održala u Omišu. Riječ je o utrci u tri kategorije koja je 2018.

[113] https://www.visitomis.hr/hr/aktivni-odmor (pristupljeno 20.08.2018.)

godine privukla preko 500 sudionika svih generacija, od spremnih sportaša, preko rekreativaca pa do onih koji se do tada nisu odmakli dalje od omiške šetnice[114].

Jesenice treking je treking utrka koja se već osmu godinu tradicionalno održava na području Poljičke planine. Start i cilj same utrke su u starom selu Jesenice. Staza povezuje povjesne, kulturne i prirodne ljepote Donjih i Srednjih Poljica. Organizator je Udruga Jesenice[115]. 2018. godine „Jesenice trek" okupio je ukupno 439 trkača u tri kategorije, na velikoj stazi od 33 km sudjelovalo je 26 trkača, na srednjoj od 22 km 67, a na maloj od 10 km čak 346 natjecatelja i natjecateljica[116].

Mosor Grebbening je najdugovječnija treking utrka na ovom području ali i u cijeloj Hrvatskoj. Organizator je planinarsko-ekološka udruga Gata. 2018. godine održan je 12. Mosor Grebbening za koji je prijavljeno bilo 380 osoba[117].

4.2.7. Tematske staze

Jednu od prednosti odmora u gradu Omišu predstavljaju i dugačke tematske staze koje trudom lokalnih entuzijasta svake godine postaju sve brojnije. Danas postoji nekoliko desetaka staza kojima se moguće uputiti gdje se god poželi. U samo nekoliko sati iz samog centra grada Omiša može se doći do najviših vrhova okolnih planina, vidikovaca, starih gusarskih utvrda ili pak brojnih pitoresknih sela. U kojem god smjeru da se krene moguće je pronaći stazu koja će kroz netaknutu prirodu odvesti do mjesta koje i nije moguće pronaći na turističkim kartama.

Jedna od najistaknutijih tematskih staza na području grada Omiša je „Tematska staza Sv. Leopolda Mandića" koja je nastala radom i suradnjom Turističke zajednice grada Omiša, Javne ustanove za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Splitsko-dalmatinske županije i Splitsko- dalmatinske županije. Staza je smještena u području značajnog krajobraza „Kanjon Cetine", kružnog je oblika te su na njoj predstavljena prirodna

[114] https://slobodnadalmacija.hr/sport/ostalo/clanak/id/535731/u-omiskom-zaleu-odrzan-6-imbertrek-utrka-je-privukla-vise-od-500-sudionika-svih-generacija (pristupljeno 18.09.2018.)
[115] http://www.dugirat.com/sport/89-rekreacija/18789-proljetni-trekking-kup (pristupljeno 18.09.2018.)
[116] http://dalmatinskiportal.hr/zivot/veliki-interes-za-jesenice-trek--sudjelovalo-je-cak-439-trkaca-i-trkacica/30647 (pristupljeno 18.09.2018.)
[117] https://www.stotinka.hr/hrv/dogadjaj/637 (pristupljeno 18.09.2018.)

i kulturna obilježja ovog dijela kanjona[118]. Staza je dužine 2,6 kilometara, a potrebno vrijeme za obilazak iste je dva sata i pedeset minuta.



Slika 11. Tematska staza „Sv. Leopolda Mandića“

Izvor: http://hotspots.net.hr/2013/01/tematske-staze-na-podrucju-grada-omisa/

4.2.8. Ronjenje

U samom gradu Omišu ali i duž cijele rivijere grada kriju se neke od najljepših plaža kao i uvala cijele Dalmacije, dok su mogućnosti za istraživanje podmorja i ronjenja jedne od boljih na cijelom Jadranu. Omiš može ponuditi sve- od plitkih podmorskih ravnica dostupnih svima pa sve do dubokih i skrivenih hridi koje su u mogućnosti istražiti samo oni najiskusniji ronioci.

U moru, na samo tri metra dubine, u neposrednoj blizini omiške gradske plaže nalazi se potopljeni brod iz Drugog svjetskog rata.

Za one iskusnije ronioce, vrlo je popularna uvala Vruja koja predstavlja jednu od najboljih ronilačkih lokacija u Hrvatskoj. Ista je omiljeno mjesto za zaron podvodnih

[118] http://hotspots.net.hr/2013/01/tematske-staze-na-podrucju-grada-omisa/ (pristupljeno 20.08.2018.)

ribolovaca upravo zbog bogatstva ribom zbog miješanja slatke i slane vode. Na samom lokalitetu mogući su zaroni dublji od sto metara, a samo dno u potpunosti je neistraženo. Ni jedna od brojnih ekspedicija nije uspjela odrediti točnu dubinu na kojoj se zapravo nalazi izvor Vruja, a prema lokalnoj legendi, na samom dnu, tik uz izvor nalazi se i potopljeni drevni grad.



Slika 12. Ronjenje

Izvor: http://www.omisriviera.com/omis/omis-diving.php

4.2.9. Jedrenje na dasci

Jednu od najzaraznijih i najzabavnijih aktivnosti u Omišu predstavlja upravo jedrenje na dasci. Najčešće se jedri u proljeće i ljeti. Jedrenje na dasci postoji u različitim oblicima. Veća jedra zahtjevaju više ljudske snage za upravljanje, ali zato i daju više snage i njima se jedri brže. Različite veličine jedara utječu i na brzinu jedrenja[119].

Upravo zbog vjetrova, koji u Omišu pušu stalno, jedrenje na dasci je popularno kako u cijeloj Dalmaciji tako i duž Omiške rivijere. Jedno od popularnijih mjesta za jedrenje na dasci

[119] https://hr.wikipedia.org/wiki/Jedrenje_na_dasci(pristupljeno 20.08.2018.)

uz Bol na otoku Braču je i Ruskamen koji je od centra grada Omiša udaljen nekih pet do šest kilometara.

Postoji mnoštvo kvalitetnih tečajeva jedrenja na dasci na području Omiške Rivijere. Tečajevi su osmišljeni kako bi pojedinac u svega par sati naučio osnove jedrenja na dasci, kako se pokrenuti, upravljati, okrenuti i zaustaviti[120].



Slika 13. Jedrenje na dasci

Izvor: http://www.omisriviera.com/omis/omis-windsurfing.php

4.2.10. Paragliding

Zbog visokih stijena koje se uzdižu visoko iznad Jadranskog mora, neposredne blizine grada kao i zbog čestih vjetrova Dalmacija, pa tako i grad Omiš je idealno i omiljeno mjesto paraglidera. Prilikom spusta paraglideri mogu uživati u ljepoti grada, kanjonu rijeke Cetine kao i u omiškoj rivijeri.

[120] http://www.omisriviera.com/omis/omis-windsurfing.php (pristupljeno 20.08.2018.)

Polazna točka paraglidera je travnata padina u blizini naselja Čećuci, na Omiškoj Dinari, na visini od gotovo četristo metara. Paragliderov let trajanja je dužeg od tri sata, a najsigurnije mjesto za njegovo slijetanje je omiška gradska plaža[121].



Slika 14. Paragliding

Izvor:http://www.omisriviera.com/omis/omis-paragliding.php

4.2.11. Panoramska vožnja barkariolima rijekom Cetinom

U gradu Omišu, gdje se rijeka Cetina ulijeva u more, polazak je panoramske vožnje brodicama prema izletištu Radmanove mlinice. Zaštićeni krajolik kanjona rijeke Cetine bogat je raznovrsnom florom i faunom što predstavlja potpunu suprotnost gradskom asfaltu. Mnoge lokacije u kanjonu popularna su odredišta za različite adrenalinske aktivnosti, no plovni, savršeno miran dio rijeke predstavlja idealno mjesto za opuštanje i odmor od užurbanog života. Ruta relaksirajuće vožnje brodom duga je nekih sedam kilometara dok vremenski uzme četrdesetak minuti brodom u jednom smjeru. Gosti mogu uživati u ljepoti prirode i bogatoj flori i fauni.

Barkariolima je 2017. godine prevezeno oko 21 600 korisnika[122].

[121] http://www.omisriviera.com/omis/omis-paragliding.php (pristupljeno 20.08.2018.)



Slika 15. Panoramska vožnja barkariolima rijekom Cetinom

Izvor: https://omnivia.hr/program/panoramska-voznja-brodicom/?lang=hr

U nastavku će se govoriti o ključnim dionicima ponude pustolovnog turizma grada Omiša.

4.3. Glavni dionici ponude pustolovnog turizma u Omišu

Glavnog dionika turističke ponude grada Omiša predstavlja upravo **Turistička zajednica** grada Omiša. Ona predstavlja centralnu točku promocije i usmjeravanja razvoja destinacije. Stalno se susreće s problemom ilegalnog iznajmljivanja, nepouzdanim podatcima o gostima i nedostatkom zajedničkih aktivnosti s ostalim dionicima u destinaciji. Zajedno s ostalim dionicima bi, također, trebala kreirati nove turističke proizvode koje bi dalje ona promovirala na tržištu.

Sljedeća, veoma bitna skupina ponude pustolovnog turizma su **turističke agencije**, kojih na području grada Omiša nikako ne manjka. Na stranicama turističke zajednice grada Omiša moguće je pronaći popis registriranih turističkih agencija koje djeluju na omiškom području. Popis istih nalazi se malo niže.

[122] Prema osobnoj procjeni vlasnika jedne agencije koja pruža usluge pustolovnog turizma

Tablica 6. Popis turističkih agencija koje djeluju na području grada Omiša

AGENCIJA	ADRESA	KONTAKT
Active Holidays Croatia	Knezova Kačića bb, Omiš	info@activeholidays.hr
Adriaturist	Trg kralja Tomislava 4, Omiš	adriaturist@st.t-com.hr
Adventure Omiš	Cetinska cesta 30, Omiš	adventureomis@gmail.com
Almissa-Larus	Vukovarska 7, Omiš	almissa-larus@galeb.hr
Boho Travel Art	Mosorska cesta 11, Omiš	info@bohotravelart.com
Cencena Travel Agency	Vangrad 13, Omiš	cencenatravelagency@gmail.com
Cool tour d.o.o.	Poljička cesta 1, Gata	info@cooltour.hr
Dalmatian Adventures	Fošal 19, Omiš	rafting@net.hr
Dalmatia Travel	Josipa Pupačića 5, Omiš	dalmatiatravel@gmail.com
Dalmatino Tours	Put ribnjaka bb, Omiš	info@dalmatino-tours.com
Dalmatour	Vukovarska 24, Omiš	info@dalmatour.net
Delfin- tours	Vangrad 8, Omiš	delfin-tours@post.t-com.hr
Etna	Put Vrila 1, Omiš	office@etna-realestate.com
HAVE A BREAK	Brzet 7, Omiš	Haveabreak.omis@gmail.com
Kurijoža	Četvrt Ribnjak 7, Omiš	Kurijoza.travel@gmail.com
Lestrigon	Josipa Pupačića 1, Omiš	lestrigon_agency@net.hr
Omnivia	Poljički trg 2, Omiš	info@omnivia.hr
Ružmarin	Put skalica 5, Omiš	info@ruzmarin.hr
Sky House	Četvrt Ž. Dražojevića 6, Omiš	info@sky-house.hr
Slap travel	Penšići 16, Slime	www.hrslap.hr
Stella Lucis	Renka Šperca 13, Omiš	info@croatiarafting.com
Sunspot Tours	Penšići 15, Slime	info@sunspot-tours.com
Šugaman Tours	Poljički trg 8A, Omiš	domina@sugamantours.com
Wings Travel	Vukovarska 74, Omiš	info@wings-travel.com

Izvor: https://www.visitomis.hr/hr/turisticke-agencije

Agencije su dionici koji prodaju turističke usluge bilo da se radi o direktnoj prodaji vlastitih aranžmana ili indirektnoj prodaji kao posrednici.

Bitnu ulogu u ponudi također ima i **lokalno stanovništvo** koje svojim znanjem i vještinama upotpunjuju cjelokupan doživljaj određene aktivnosti. Isto tako, predstavlja direktne dionike

razvoja avanturističkog turizma. Indirektno, tu su Javna Uprava, smještajni kapaciteti, ali i cjelokupna infrastruktura i suprastruktura Grada.

4.4. Analiza učinaka pustolovnog turizma u Omišu kao destinaciji

Već ranije u tekstu, navedeno je kako na području grada Omiša djeluje dvadesetak turističkih agencija koje direktno ili indirektno prodaju pustolovne aktivnosti posjetiteljima. Iste, za cilj imaju ostvariti što veću prodaju i na taj način maksimizirati svoj profit, pri tom najmanje razmišljajući o mogućim učincima djelatnosti.

Sve pustolovne aktivnosti koje se odvijaju na području grada Omiša mogu generirati kako pozitivne tako i negativne ekološke, društvene i ekonomske učinke na destinaciju.

Budući da se nigdje u literaturi, ni od konzultiranih osoba nije uspjelo doznati postoji li već kakva analiza učinaka pustolovnog turizma u omiškoj regiji, u daljnjem će se tekstu spomenuti koji su, prema autoru rada, mogući učinci ovog oblika turizma na destinaciju.

Što se tiče ekoloških učinaka, kod aktivnosti koje se odvijaju na rijeci Cetini, moguće je onečišćenje okoliša ljudskom nepažnjom. Budući da se vrlo velik broj osoba upušta u aktivnosti raftinga, u jednom danu je moguće prevesti i preko tisuću sudionika, a budući da se sve to odvija u do nedavno netaknutoj prirodi gdje je rijeka Cetina kreirala svoj tok, naravno da ta masovnost ima negativan utjecaj na prirodu. Isto tako, da bi se iste aktivnosti mogle nesmetano odvijati, prije svake sezone, skupina ljudi se upušta u avanturu pripreme i „čišćenja“ terena gdje se sijeku grane stabala što isto tako pridonosi narušavanju prirode i prirodnog toka rijeke. Budući da je dio kanjona rijeke Cetine od ušća pa do izletišta Radmanove mlinice, kuda se zapravo odvija Panoramska vožnja barkakriolima, zaštićen, pitanje je imaju li ove vožnje negativne učinke na okoliš i koje.

Nadalje, pozitivnih društvenih učinaka zasigurno ima. S dolaskom sezone pa isto tako i sezone pustolovnih aktivnosti na rijeci Cetini, Omiš živne. Mnogi ljudi koji se zimi muče u potrazi za poslom, isti pronađu baš kao dionici u pustolovnim aktivnostima. Oni predstavljaju najvažniju stavku u pružanju nezaboravnog avanturističkog doživljaja gostima. Gotovo sve turističke agencije rade samo sezonski što i ostalim ljudima daje mogućnost zapošljavanja. Na taj način se obogaćuje cjelokupna ponuda destinacije, pa se grad Omiš osim

plažama može pohvaliti i bogatom ponudom pustolovnih aktivnosti. Kao negativan društveni učinak može se navesti rizik za sudionike posebno u situaciji nedostatne kontrole.

Većina agencija koja se bavi prodajom aktivnosti pustolovnog turizma radi samo ljeti, naravno nemaju svi poslovnice u svom vlasništvu već neki iste uzimaju u najam, bilo od drugih ili od samog Grada. Uz najamnine plaća se i porez, što predstavlja pozitivan ekonomski učinak. Isto tako, za sve prodane pustolovne aktivnosti potrebno je izdati račun i na svaki se uračunava i porez. Međutim, veoma veliki problem je u tome što većina agencija nažalost ne fiskalizira svaki račun već samo mali broj njih, tako da se u globalu ne može vidjeti stvaran broj prodanih pustolovnih aktivnosti, već samo jedan mali dio.

5. ZADOVOLJSTVO KORISNIKA USLUGA PUSTOLOVNOG TURIZMA NA PODRUČJU GRADA OMIŠA

5.1. Definiranje uzorka

U nastavku rada prezentirani su rezultati empirjskog istraživanja koje je za cilj imalo potkrijepiti rezultate teorijske analize.

U provedenom istraživanju kojim se nastojalo utvrditi zadovoljstvo pojedinim aspektima pustolovnog turizma na području grada Omiša sudjelovalo je ukupno 156 ispitanika.

Tablica 7. Ispitanici prema spolu

Spol

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	M	76	48,7	48,7	48,7
	Ž	80	51,3	51,3	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Od ukupno 156 ispitanih, njih 76 (48,7%) bile su osobe muškog dok je osoba ženskog spola bilo 80 (51,3% uzorka).

Sljedeća tablica prikazuje ispitanike prema dobi.

Tablica 8. Ispitanici prema dobi

Dob

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 – 25	20	12,8	12,8	12,8
	26 – 40	49	31,4	31,4	44,2
	41 – 60	48	30,8	30,8	75,0
	61 i više	39	25,0	25,0	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Iz prethodne tablice vidljivo je da je u istraživanju sudjelovalo 20 sudionika u dobi od 16 do 25 godina (koji čine 12,8% uzorka), ispitanika u dobi od 26 do 40 bilo je 49 (čine 31,4% uzorka), 48 (30,8% uzorka) ispitanika u dobi od 41 do 60 godina te njih 39 (25% uzorka) koji su imali 61 i više godina.

Sljedeća tablica prikazuje ispitanike prema stupnju njihova obrazovanja.

Tablica 9. Ispitanici prema stupnju obrazovanja

Stupanj_obrazovanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Osnovna škola	17	10,9	10,9	10,9
	Srednja škola	62	39,7	39,7	50,6
	Viša/visoka škola	60	38,5	38,5	89,1
	Magisterij/doktorat	17	10,9	10,9	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Iz tablice je vidljivo kako 17 ispitanika (ili 10,9%) ima završenu osnovnu školu, 62 ispitanika (ili 39,7%) ima srednjoškolsko obrazovanje, 60 ispitanika (ili 38,5%) ima diplomu visokog ili višeg sveučilišta, te 17 ispitanika (ili 10,9%) ima magisterij ili doktorat.

U nastavku će se uzorak definirati prema radnom statusu, mjesečnom prihodu kućanstva, prema državi iz koje ispitanici dolaze, učestalosti njihova putovanja i posjete Omišu, prema smještaju u kojem borave dok su na odmoru, načinu upoznavanja s destinacijom kao i prema potrošnji na pustolovne aktivnosti tijekom putovanja.

Tablica 10. Ispitanici prema radnom statusu

Radni_status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Zaposlen/a	86	55,1	55,1	55,1
	Nezaposlen/a	15	9,6	9,6	64,7
	Student/ica	22	14,1	14,1	78,8
	Umirovljenik/ica	33	21,2	21,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor:Vlastito istraživanje

Iz tablice je vidljivo da je većina ispitanika zaposlena, takvih ispitanika je 86 te čine 55,1% ukupnog uzorka. Nezaposlenih ispitanika je 15 i isti čine 9,6% uzorka. U istraživanju je sudjelovalo i 22 studenata (čine 14,1%) i 33 umirovljene osobe (čine 21,2% uzorka).

Tablica 11. Ispitanici prema mjesečnom prihodu kućanstva

Mjesečni_prihod_kućanstva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Do 1000 €	30	19,2	19,2	19,2
	1001 - 3000 €	48	30,8	30,8	50,0
	3001 - 5000 €	59	37,8	37,8	87,8
	5001 € i više	19	12,2	12,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Promatrana tablica prikazuje ispitanike prema mjesečnom prihodu kućanstva. Tako je iz iste vidljivo da 30 ispitanika (ili 19,2%) živi u kućanstvima u kojima ukupni mjesečni prihod iznosi do 1000 €. Ispitanika koji žive u kućanstvima u kojima ukupni mjesečni prihodi iznosi od 1001 € do 3000 € ukupno ima 48 i čine 30,8% uzorka. Ukupno 59 ispitanika (ili 37,8%) živi u kućanstvu s mjesečnim prihodima od 3001 € do 5000 €. 19 je ispitanika koji žive u kućanstvima u kojima ukupni mjesečni prihod premašuje 5001 € i čine 12,2% uzorka.

Tablica 12. Ispitanici prema državi iz koje dolaze

Država

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hrvatska	42	26,9	26,9	26,9
	BiH	7	4,5	4,5	31,4
	Srbija	4	2,5	2,5	33,9
	Slovenija	11	7	7	40,9
	Češka	11	7	7	47,9
	Poljska	14	8,9	8,9	56,8
	Slovačka	8	5,1	5,1	61,9
	Njemačka	16	10,3	10,3	72,2
	Austrija	4	2,5	2,5	74,7
	Švicarska	4	2,5	2,5	77,2
	Norveška	3	1,8	1,8	79
	Švedska	3	1,8	1,8	80,8
	Danska	2	1,3	1,3	82,1
	Engleska	5	3,2	3,2	85,3
	SAD	1	0,6	0,6	85,9
	Francuska	1	1,3	1,3	87,2
	Italija	1	0,6	0,6	87,8
	Španjolska	2	1,3	1,3	89,1
	Portugal	1	0,6	0,6	89,7
	Ostalo	16	10,3	10,3	100,0
	Total	156	100,0	100,0	100,0

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje ispitanike prema državi stanovanja. Prema podatcima iz iste, vidljivo je da je u istraživanju sudjelovalo najviše domaćih posjetitelja, njih ukupno 42 ili 26,9% uzorka. Posjetitelja iz BiH, Srbije i Slovenije je u istraživanju sudjelovalo 22 ili 14,1%. Posjetitelja iz Češke, Poljske i Slovačke je u istraživanju sudjelovalo 33 ili 21,2%. Posjetitelja iz Njemačke, Austrije i Švicarske je 24 i čine 15,4% uzorka. Ispitanika iz skandinavskih zemalja je 8 i čine 5,1% uzorka; ispitanika iz Engleske, SAD-a i Francuske je 7 i čine 4,5% uzorka; ispitanika iz Italije, Španjolske i Portugala je 4 i čine 2,6% uzorka. Ispitanika iz ostalih zemalja je 16 te čine 10,3% uzorka.

Tablica 13. Ispitanici prema učestalosti njihova putovanja

Učestalost_putovanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jednom godišnje	102	65,4	65,4	65,4
	2-3 puta godišnje	41	26,3	26,3	91,7
	Jednom mjesečno	8	5,1	5,1	96,8
	2 puta mjesečno	5	3,2	3,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

U tablici su prikazani ispitanici prema učestalosti njihova putovanja. Iz iste je vidljivo da velika većina ispitanika (njih 102 ili 65,4%) putuje jednom godišnje. Ukupno 41 ispitanik (ili 26,3%) putuje 2-3 puta godišnje; 8 ispitanika (ili 5,1%) u prosjeku putuje jednom mjesečno; dok 5 ispitanika (koji čine 3,2%) uzorka putuje u prosjeku čak 2 puta mjesečno.

Tablica 14. Ispitanici prema učestalosti posjete Omišu

Prijašnja_posjeta_Omiša

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne	69	44,2	44,2	44,2
	Da, jednom	31	19,9	19,9	64,1
	Da, 2 puta	32	20,5	20,5	84,6
	Da, 3 i više puta	24	15,4	15,4	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

U promatranoj tablici prikazani su ispitanici prema podatcima o prijašnjoj posjeti gradu Omišu. Tako je iz tablice vidljivo da je 69 ispitanika ili njih 44,2% po prvi put u Omišu. Ostalih 87 ispitanika je već prije posjetilo Omiš. Od tih 87 ispitanika, njih 31 ili 19,9% je jednom već bilo u Omišu; njih 32 ili 20,5% je u Omišu već bilo 2 puta; 24 ispitanika ili njih 15,4% je tu bilo 3 ili više puta.

Tablica 15. Ispitanici prema vrsti smještaja u kojem borave dok su na odmoru

Vrsta_smještaja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Apartman	84	53,8	53,8	53,8
	Hotel	43	27,6	27,6	81,4
	Kamp	17	10,9	10,9	92,3
	Ostalo	12	7,7	7,7	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

U ovoj su tablici prikazani ispitanici prema vrsti smještaja u kojem borave dok su na odmoru. Prema podatcima iz iste, vidljivo je da je 84 ispitanika (ili 53,8%) smješteno u apartmanima; njih 43 ili 27,6% je smješteno u hotelima; njih 17 ili 10,9% je smješteno u kampovima; dok je njih 12 ili 7,7% smješteno u nekoj drugoj vrsti smještaja.

Tablica 16. Ispitanici prema načinu upoznavanja s destinacijom

Način_upoznavanja_s_destinacijom

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Internet	37	23,7	23,7	23,7
	Mediji (brošure, članci, radio i TV)	11	7,1	7,1	30,8
	Preporuke rodbine i prijatelja	45	28,8	28,8	59,6
	Prijašnji boravak	48	30,8	30,8	90,4
	Preporuke turističkih agencija	12	7,7	7,7	98,1
	Turistički sajmovi	3	1,9	1,9	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje ispitanike prema načinu na koji se se upoznali s destinacijom. Ukupno 37 ispitanika (ili 23,7%) za destinaciju je saznalo posredstvom Interneta; 11 ispitanika (ili 7,1%) za destinaciju je saznalo preko medija (radio, TV, članci, brošure); 45 ispitanika (ili 28,8%) preko preporuka rodbine i prijatelja; 48 ispitanika (ili 30,8%) iz prijašnjeg iskustva boravka;

12 ispitanika (ili 7,7%) preporukom turističkih agencija; 3 ispitanika su za destianaciju saznali na turističkim sajmovima.

Tablica 17. Ispitanici prema potrošnji na pustolovne aktivnosti

Potrošnja_na_pustolovne_aktivnosti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Do 100 €	98	62,8	62,8	62,8
	101 - 200 €	28	17,9	17,9	80,8
	201 - 400 €	15	9,6	9,6	90,4
	401 € i više	15	9,6	9,6	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Promatrana tablica prikazuje ispitanike prema potrošnji na pustolovne aktivnosti u destinaciji za vrijeme odmora. Iz iste je vidljivo da je ukupno 98 ispitanika (ili 62,8%) na pustolovne aktivnosti potrošilo do 100 €. 28 ispitanika je na pustolovne aktivnosti potrošilo između 101 i 200 €; 15 ispitanika potrošilo je između 201 i 400 €; dok je njih 15 na pustolovne aktivnosti potrošilo 401 € ili više.

5.2. Rezultati istraživanja i testiranje hipoteza

Prethodno u tekstu je navedeno kako će se hipotezom H1 nastojat utvrditi je li grad Omiš prepoznat kao destinacija pustolovnog turizma. H_2 hipotezom se utvrđuje veza između demografskih obilježja populacije koja konzumira usluge pustolovnog turizma na području grada Omiša i stupnja njihova zadovoljstva točnije, postoji li značajna razlika u stupnju zadovoljstva uslugama s obzirom na dob, spol, stupanj obrazovanja i primanja. H3 hipotezom utvrđuje se stupanj zadovoljstva avanturističkih turista prirodnim datostima, ali isto tako i usluge koja im se pruža i za koju su izdvojili svoje vrijeme i novac. Posljednjom, H4 hipotezom utvrdit će se postoje li značajne razlike u stupnju zadovoljstva korisnika izvedenim elementima usluge prema pojedinim vrstama pustolovnog turizma.

H1: Grad Omiš prepoznat je kao destinacija pustolovnog turizma

Tablica 18. Važnost motiva "aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti"

UK_aktivni_odmor_ili_pustolovne_aktivnosti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	62	39,7	39,7	39,7
	1	53	34,0	34,0	73,7
	2	22	14,1	14,1	87,8
	3	19	12,2	12,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika o važnosti motiva "aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti". Odgovori ispitanika kreću se u intervalu od 0 do 3. Da spomenuti motiv uopće nije bio bitan pri donošenju odluke o posjeti destinacije označuje 0, dok 3 označava da je bio vrlo bitan.

Analogno navedenome, motiv "aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti" nije bio bitan za 62 ispitanika (ili 39,7%); spomenuti motiv je bio donekle bitan za 53 ispitanika (ili 34%); motiv je bio bitan za 22 ispitanika (ili 14,1%); dok je za 19 ispitanika (ili 12,2%) bio vrlo bitan.

Prema podatcima iz promatrane tablice se može zaključiti da je motiv "aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti" u nekoj mjeri bio bitan za 94 ispitanika (ili njih 60,3%) pri donošenju odluke o posjeti destinacije.

Tablica 19. Motivi prema ocjenama ispitanika

Statistics

		UK_pasivni_odmor	UK_zabava_i_provod	UK_prirodne_ljepote	UK_pristupačne_cijene	UK_gastronomska_ponuda	UK_aktivni_odmor_ili_pustovone_aktivnosti	UK_kultura_i_povijest	UK_manifestacije_i_događanja
N	Valid	156	156	156	156	156	156	156	156
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		1,63	,42	1,20	,18	,54	,99	,71	,33

Izvor: Vlastito istraživanje

U ovoj tablici prikazana je važnost motiva ispitanika pri posjeti destinacije. Najvažniji motiv ispitanika je pasivni odmor (1,63), zatim slijede: prirodne ljepote (1,2), aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti (0,99), kultura i povijest (0,71), gastronomska ponuda (0,54), zabava i provod (0,42), manifestacije i događanja (0,33) i pristupačne cijene (0,18).
Ne čudi da je pasivni odmor, već tradicionalno, najvažniji motiv prilikom biranja destinacije, niti da nakon toga slijede prirodne ljepote. Iznenađujuće je da se na trećem mjestu nalazi aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti.

Tablica 20. Asocijacije ispitanika vezane uz grad Omiš

Asocijacija_na_grad_Omiš

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Grad kulture	39	25,0	25,0	25,0
	Grad plaža	75	48,1	48,1	73,1
	Grad avanturističkih sportova	42	26,9	26,9	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje asocijacije ispitanika vezane uz grad Omiš. Najviše ispitanika uz Omiš asocira plažu (njih 75 ili 48,1%), što ni ne iznenađuje budući da su ispitanicima glavni razlozi posjete pasivni odmor i prirodne ljepote. Zatim slijedi asocijacija na grad avanturističkih sportova (njih 42 ili 26,9%), koja se našla ispred asocijacije na kulturu (Omiš je poznat po festivalu dalmatinskih klapa, gusarskoj bitci i brojnim povijesnim spomenicima).
Dakle, za 26,9% ispitanika je Omiš asocijacija na grad avanturističkih sportova.

Budući da aktivni odmor i pustolovne aktivnosti predstavljaju bitan motiv pri donošenju odluke o posjeti destinaciji za 60,3% ispitanika i da se nalaze na trećem mjestu prema značajnosti motiva (iza pasivnog odmora i prirodnih ljepota), ali isto tako da je Omiš asocijacija na grad avanturističkih sportova za 26,9% ispitanika, može se zaključiti da se Omiš brendira kao destinacija pustolovnog turizma. **Stoga se hipoteza H1 prihvaća**.

H2: Postoji povezanost između demografskih obilježja ispitanika i zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma u Omišu

Tablica 21. Broj ispitanika prema okušanim aktivnostima pustolovnog turizma

		Okušane_aktivnosti Rafting	Okušane_aktivnosti Kanuing	Okušane_aktivnosti Kayaking	Okušane_aktivnosti Canyoning	Okušane_aktivnosti Zapline	Okušane_aktivnosti Slobodno penjanje
N	Valid	156	156	156	156	156	156
	Broj ispitanika	65	17	22	18	33	8
Mean		,42	,11	,14	,12	,21	,05

Okušane_aktivnosti Hiking i treking	Okušane_aktivnosti Ronjenje	Okušane_aktivnosti Jedranje na dasci	Okušane_aktivnosti Paragliding	Okušane_aktivnosti Vožnja barkariolama
156	156	156	156	156
18	20	6	7	21
,12	,13	,04	,04	,13

Izvor: Vlastito istraživanje

Promatrana tablica prikazuje ispitanike prema aktivnostima u kojima su se okušali, točnije koliko se ispitanika okušalo u pojedinim aktivnostima pustolovnog turizma. Rafting je isprobalo 65 ispitanika; kanuing 17; kayaking 22; canyoning 18; zipline 33; slobodno penjanje 8; hiking i treking 18; ronjenje 20; jedrenje na dasci 6; paragliding 7; vožnju barkariolama 21.

Za testiranje hipoteze se uspoređuje prosječna ocjena svih aktivnosti prema pojedinom demografskom obilježju.

H2.1. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o spolu posjetitelja

Tablica 22. Ispitanici prema spolu i zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma * Spol Crosstabulation

Count

		Spol		Total
		M	Ž	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma	Nezadovoljan	1	1	2
	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	6	2	8
	Zadovoljan	21	25	46
	U potpunosti zadovoljan	24	23	47
Total		52	51	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Promatrana tablica prikazuje odgovore ispitanika prema stupnju zadovoljstva pustolovnog turizma prema spolu.

Tablica 23. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,360[a]	3	,501
Likelihood Ratio	2,453	3	,484
Linear-by-Linear Association	,216	1	,642
N of Valid Cases	103		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,99.

Izvor: Vlastito istraživanje

U tablici hi kvadrat testa vidljivo je da isti iznosi 2,36. Međutim, u napomeni ispod tablice stoji upozorenje da 4 ćelije (ili njih 50%) ima vrijednost manju od 5. To narušava pouzdanost

hi kvadrat testa, te podatci iz iste nisu reprezentativni. Stoga je potrebno spajati ćelije da bi se problem eliminirao.

Nitko od ispitanika nije u potpunosti nezadovoljan okušanom uslugom pustolovnog turizma, 2 ih je nezadovoljno, dok ih je 8 izrazilo da su niti zadovoljni niti nezadovoljni. Ispitanici te 3 kategorije spojiti spojit će se u jednu da bi se problem nereprezentativnosti riješio.

Tablica 24. Ispitanici prema spolu i novom zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO * Spol Crosstabulation

Count

		Spol		Total
		M	Ž	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO	Nezadovoljan/a ili neutralan	7	3	10
	Zadovoljan/a	21	25	46
	U potpunosti zadovoljan/a	24	23	47
Total		52	51	103

Izvor: Vlastito istraživanje

U tablici su prikazani ispitanici prema spolu i novom zadovoljstvu okušanim aktivnostima pustolovnog turizma (nakon spajanja gore spomenutih ćelija).

Tablica 25. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,960[a]	2	,375
Likelihood Ratio	2,005	2	,367
Linear-by-Linear Association	,256	1	,613
N of Valid Cases	103		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,95.

Izvor: Vlastito istraživanje

Nakon spajanja ćelija vidljivo je da sada samo 1 ćelija (ili 16,7% istih) ima vrijednost manju od 5. To je prihvatljivo te se izračunati hi kvadrat test može tumačiti. Hi kvadrat test iznosi

1,96 dok pripadajuća empirijska signifikantnost (α*) iznosi 37,5%. Budući da vrijedi da je α*> α (37,5% > 5%) zaključuje se da nema statistički značajne razlike u stupnju zadovoljstva ispitanika okušanim uslugama pustolovnog turizma prema spolu ispitanika. Drugim riječima, stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ne ovisi o spolu posjetitelja. **Stoga se pomoćna hipoteza H2.1. odbacuje**.

H2.2. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o dobnoj skupini ispitanika

Tablica 26. Ispitanici prema dobi i zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma * Dob Crosstabulation

Count

		Dob				Total
		16 - 25	26 - 40	41 - 60	61 i više	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma	Nezadovoljan	0	1	1	0	2
	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	0	1	4	3	8
	Zadovoljan	9	18	9	10	46
	U potpunosti zadovoljan	10	19	13	5	47
Total		19	39	27	18	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika o zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma prema njihovoj dobi.

Tablica 27. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,510[a]	9	,311
Likelihood Ratio	12,497	9	,187
Linear-by-Linear Association	3,916	1	,048
N of Valid Cases	103		

a. 8 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

Izvor: Vlastito istraživanje

Budući da 50% ćelija ima vrijednost manju od 5, iste je potrebno spajati i to na način da će se spajati kategorije zadovoljstva ispitanika i dobne skupine.

Tablica 28. Ispitanici prema novoj dobi i novom zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO * Dob_NOVA Crosstabulation

Count

		Dob_NOVA		Total
		16 - 40	41 i više	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO	Nezadovoljan/a i neutralan	2	8	10
	Zadovoljan/a	27	19	46
	U potpunosti zadovoljan/a	29	18	47
Total		58	45	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika nakon spajanja ćelija.

Tablica 29. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,021[a]	2	,049
Likelihood Ratio	6,207	2	,045
Linear-by-Linear Association	3,500	1	,061
N of Valid Cases	103		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,37.

Izvor: Vlastito istraživanje

Budući da sad problem nereprezentativnosti više ne postoji jer samo 1 ćelija (ili 16,7%) ima vrijednost manju od 5, mogu se tumačiti podatci prikazani u tablici. Hi kvadrat test iznosi 6,021 dok pripadajuća empirijska signifikantnost (α*) iznosi 4,9%. Budući da vrijedi da je α*< α (4,9% < 5%) zaključuje se da postoji statistički značajna razlika u stupnju zadovoljstva ispitanika u okušanim uslugama pustolovnog turizma prema dobi ispitanika. Drugim riječima, stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o dobi posjetitelja. **Stoga se pomoćna hipoteza H2.2. prihvaća.**

H2.3. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o obrazovanju

Tablica 30. Ispitanici prema obrazovanju i zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma * Stupanj_obrazovanja Crosstabulation

Count

		Stupanj_obrazovanja				Total
		Osnovna škola	Srednja škola	Viša/visoka škola	Magisterij /doktorat	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma	Nezadovoljan	0	0	1	1	2
	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	0	5	2	1	8
	Zadovoljan	5	19	19	3	46
	U potpunosti zadovoljan	4	15	22	6	47
Total		9	39	44	11	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika o zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma prema stupnju obrazovanja.

Tablica 31. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,413[a]	9	,493
Likelihood Ratio	8,661	9	,469
Linear-by-Linear Association	,012	1	,912
N of Valid Cases	103		

a. 11 cells (68,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Izvor: Vlastito istraživanje

Budući da 68,8% ćelija ima vrijednost manju od 5, iste je potrebno spajati i to na način da će se spajati kategorije zadovoljstva ispitanika

Tablica 32. Ispitanici prema obrazovanju i novom zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO * Stupanj_obrazovanja Crosstabulation

Count

		Stupanj_obrazovanja				Total
		Osnovna škola	Srednja škola	Viša/visoka škola	Magisterij /doktorat	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO	Zadovoljan/a i niže	5	24	22	5	56
	U potpunosti zadovoljan/a	4	15	22	6	47
Total		9	39	44	11	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika nakon spajanja ćelija.

Tablica 33. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,504[a]	3	,681
Likelihood Ratio	1,511	3	,680
Linear-by-Linear Association	,971	1	,324
N of Valid Cases	103		

a. 1 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,11.

Izvor: Vlastito istraživanje

Budući da problem nereprezentativnosti više ne postoji jer samo 1 ćelija (ili 12,5%) ima vrijednost manju od 5, podatci iz tablice mogu se tumačiti. Hi kvadrat test iznosi 1,504 dok pripadajuća empirijska signifikantnost (α*) iznosi 68,1%. Budući da vrijedi da je α*> α (68,1% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u stupnju zadovoljstva ispitanika u okušanim uslugama pustolovnog turizma prema stupnju obrazovanja ispitanika. Drugim riječima, stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ne ovisi o stupnju obrazovanja istih. **Stoga se pomoćna hipoteza H2.3. odbacuje.**

H2.4. Stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ovisi o primanjima

Tablica 34. Ispitanici prema primanjima i zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma * Mjesečni_prihod_kućanstva Crosstabulation

Count

		Mjesečni_prihod_kućanstva				Total
		Do 1000 €	1001 - 3000 €	3001 - 5000 €	5001 € i više	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma	Nezadovoljan	1	0	1	0	2
	Niti zadovoljan niti nezadovoljan	0	5	3	0	8
	Zadovoljan	9	12	20	5	46
	U potpunosti zadovoljan	5	18	19	5	47
Total		15	35	43	10	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika o zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma prema prihodima ispitanika.

Tablica 35. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,069[a]	9	,431
Likelihood Ratio	10,859	9	,285
Linear-by-Linear Association	,580	1	,446
N of Valid Cases	103		

a. 10 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,19.

Izvor: Vlastito istraživanje

Budući da 62,5% ćelija ima vrijednost manju od 5, iste je potrebno spajati i to na način da će se spajati kategorije zadovoljstva ispitanika.

Tablica 36. Ispitanici prema primanjima i novom zadovoljstvu

Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO * Mjesečni_prihod_kućanstva Crosstabulation

Count

		Mjesečni_prihod_kućanstva				Total
		Do 1000 €	1001 - 3000 €	3001 - 5000 €	5001 € i više	
Zadovoljstvo_okušanim_uslugama_pustolovnog_turizma_NOVO	Zadovoljan/a i niže	10	17	24	5	56
	U potpunosti zadovoljan/a	5	18	19	5	47
Total		15	35	43	10	103

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica prikazuje odgovore ispitanika nakon spajanja ćelija, te je odmah iz tablice vidljivo da je problem vrijednosti ćelija manjih od 5 riješen.

Tablica 37. Hi kvadrat test

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,502[a]	3	,682
Likelihood Ratio	1,523	3	,677
Linear-by-Linear Association	,232	1	,630
N of Valid Cases	103		

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,56.

Izvor: Vlastito istraživanje

Budući da sad problem nerepreznetativnosti više ne postoji jer ni jedna ćelija nema vrijednost manju od 5, podatci iz tablice mogu se tumačiti. Hi kvadrat test iznosi 1,502 dok pripadajuća empirijska signifikantnost (α*) iznosi 68,2%. Budući da vrijedi da je α*> α (68,2% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u stupnju zadovoljstva ispitanika okušanim uslugama pustolovnog turizma prema mjesečnim prihodima. Drugim riječima, stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma ne ovisi o mjesečnim primanjima istih. **Stoga se pomoćna hipoteza H2.4. odbacuje.**

Nakon provedenih hi kvadrat testiranja, zaključuje se da stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma, od demografskih obilježja, ovisi jedino o dobi. Spol, stupanj obrazovanja ispitanika i ukupna mjesečna primanja nemaju utjecaj na stupanj zadovoljstva usluga pustolovnog turizma. **Stoga se hipoteza H2** (postoji povezanost između demografskih obilježja ispitanika i zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma u Omišu) **odbacuje**.

H3: Korisnici usluga pustolovnog turizma u Omišu su pretežito zadovoljni prirodnim preduvjetima njegova razvoja

Za dokazivanje ove hipoteze će se koristiti jednosmjerni t-test. Kod t-testa je bitno odrediti testnu veličinu Odgovori ispitanika su se kretali u intervalu od 1 do 5 (1 – u potpunosti nezadovoljan/a; 2 – nezadovljan/a; 3 – niti zadovoljan/a niti nezadovoljan/a; 4 – zadovoljan/a; 5 – u potpunosti zadovoljan/a). Stoga testna veličina iznosi 3,5.

Da bi se hipoteza mogla potvrditi, t-testom mora biti dokazano da je ocjena ispitanika statistički značajno veća od 3,5. Stoga je potrebno provesti jednosmjerni t-test. U programskom paketu SPSS nemoguće je provesti jednosmjerni t-test, već samo dvosmjerni[123]. Dvosmjerni t-test se pretvori u jednosmjerni tako da se empirijska signifikantnost dvosmjernnog podijeli s 2 i da se razmatraju odgovori gdje je prosječni stupanj slaganja veći od testne veličine, tj. od 3,5.

[123] Pivac, S., (2010.): Statističke metode, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.

U nastavku slijedi analiza po pojedinog aktivnosti pustolovnog turizma.

Tablica 38. Prosječni stupanj zadovoljstva prirodnim ljepotama pojedinih aktivnosti pustolovnog turizma

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_RAFTING	65	4,7846	,59928	,07433
Prirodne_KANU	16	4,7500	,44721	,11180
Prirodne_KAYAK	22	4,7273	,45584	,09719
Prirodne_CANYONING	18	4,7778	,42779	,10083
Prirodne_ZIPLINE	33	4,5455	,50565	,08802
Prirodne_PENJANJE	8	4,2500	,46291	,16366
Prirodne_HIKING	18	4,7778	,42779	,10083
Prirodne_RONJENJE	20	4,0500	,82558	,18460
Prirodne_JEDRENJE	6	4,3333	,51640	,21082
Prirodne_PARAGLIDING	7	4,0000	,57735	,21822
Prirodne_BARKAROLE	21	4,6190	,58959	,12866

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječno zadovoljstvo prirodnim ljepotama ispitanika koji su iskušali rafting iznosi 4,7846; za kanu iznosi 4,75; za kayak 4,7273; canyoning 4,7778; za zipline 4,5455; za slobodno penjanje 4,25; za hiking i treking 4,7778; za ronjenje 4,05; za jedrenje 4,3333; za paragliding 4; za vožnju barkariolama 4,619.

Navedene prosječne vrijednosti se uspoređuju s testnom veličinom i njihova značajnost je prikazana u narednoj tablici.

Tablica 39. Značajnost prosječnog stupnja zadovoljstva prirodnim ljepotama

One-Sample Test

	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_RAFTING	17,282	64	,000	1,28462	1,1361	1,4331
Prirodne_KANU	11,180	15	,000	1,25000	1,0117	1,4883
Prirodne_KAYAK	12,628	21	,000	1,22727	1,0252	1,4294
Prirodne_CANYONING	12,672	17	,000	1,27778	1,0650	1,4905
Prirodne_ZIPLINE	11,877	32	,000	1,04545	,8662	1,2248
Prirodne_PENJANJE	4,583	7	,002	,75000	,3630	1,1370
Prirodne_HIKING	12,672	17	,000	1,27778	1,0650	1,4905
Prirodne_RONJENJE	2,979	19	,005	,55000	,1636	,9364
Prirodne_JEDRENJE	3,953	5	,006	,83333	,2914	1,3753
Prirodne_PARAGLIDING	2,291	6	,031	,50000	-,0340	1,0340
Prirodne_BARKAROLE	8,698	20	,000	1,11905	,8507	1,3874

Izvor: Vlastito istraživanje

Iz tablice je vidljivo da kod svih aktivnosti pustolovnog turizma empirijska signifikantnost iznosi manje od 5%. To znači da su ispitanici zadovoljni prirodnim ljepotama svih aktivnosti pustolovnog turizma.

Stoga se hipoteza H3 (korisnici usluga pustolovnog turizma u Omišu su pretežito zadovoljni prirodnim preduvjetima njegova razvoja) **prihvaća.**

H4: Postoje značajne razlike u stupnju zadovoljstva korisnika ostalim (izvedenim) elementima usluge prema pojedinim vrstama pustolovnog turizma

Da bi se testirala ova hipoteza potrebno je izračunati prosječno zadovoljstvo ispitanika pojedine aktivnosti i usporediti je s prosječnim zadovoljstvom pojedinog elementa usluge. Testiranje će se izvršiti t-testom, s tim da prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika pojedine aktivnosti predstavlja testnu veličinu s kojim se uspoređuje prosječna ocjena pojedinog elementa usluge.

RAFTING

Tablica 40. Zadovoljstvo izvedenim elementima raftinga

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_RAFTING	65	4,7846	,59928	,07433
Stručnost_RAFTING	65	4,2615	,77615	,09627
Ljubaznost__RAFTING	65	4,6000	,72457	,08987
Osobna_sigurnost_RAFTING	65	4,1231	,85710	,10631
Vrijednost_RAFTING	65	4,6000	,72457	,08987
Dostupnost_RAFTING	65	4,0000	,81009	,10048

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,7846; stručnosti osoblja 4,2615; ljubaznost osoblja 4,6; osobnom sigurnosti 4,1231; vrijednosti za novac 4,6; dostupnosti informacija 4.

Tablica 41. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa raftinga

One-Sample Test

	Test Value = 4.76					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_RAFTING	,331	64	,742	,02462	-,1239	,1731
Stručnost_RAFTING	-5,178	64	,000	-,49846	-,6908	-,3061
Ljubaznost__RAFTING	-1,780	64	,080	-,16000	-,3395	,0195
Osobna_sigurnost_RAFTING	-5,991	64	,000	-,63692	-,8493	-,4245
Vrijednost_RAFTING	-1,780	64	,080	-,16000	-,3395	,0195
Dostupnost_RAFTING	-7,564	64	,000	-,76000	-,9607	-,5593

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom raftinga iznosi 4,76 te se sve ocjene izvedenih elemenata uspoređuju s tom. Zaljučak o značajnosti se donosi temeljem empirijske signifikantnosti koja je prikazana u gornjoj tablici.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: stručnosti osoblja, osobne sigurnosti i dostupnosti informacija. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom. Naime, te su ocjene značajno niže od prosječne ocjene zadovoljstva raftingom i predstavljaju element gdje bi usluga mogla napredovati.

KANUING

Tablica 42. Zadovoljstvo izvedenim elementima kanuinga

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_KANU	16	4,7500	,44721	,11180
Stručnost_KANUING	16	4,1250	,34157	,08539
Ljubaznost_KANUING	16	4,4375	,51235	,12809
Osobna_sigurnost_KANUING	16	4,6250	,50000	,12500
Vrijednost_KANUING	16	4,0000	,63246	,15811
Dostupnost_KANUING	16	3,8125	,54391	,13598

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,75; stručnosti osoblja 4,125; ljubaznost osoblja 4,4375; osobnom sigurnosti 4,625; vrijednosti za novac 4; dostupnosti informacija 3,8125.

Tablica 43. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa kanuinga

One-Sample Test

	Test Value = 4.29					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_KANU	4,114	15	,001	,46000	,2217	,6983
Stručnost_KANUING	-1,932	15	,072	-,16500	-,3470	,0170
Ljubaznost_KANUING	1,152	15	,268	,14750	-,1255	,4205
Osobna_sigurnost_KANUING	2,680	15	,017	,33500	,0686	,6014
Vrijednost_KANUING	-1,834	15	,087	-,29000	-,6270	,0470
Dostupnost_KANUING	-3,512	15	,003	-,47750	-,7673	-,1877

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom kanuinga iznosi 4,29 te se sve ocjene izvedenih elemenata uspoređuju s tom. Zaljučak o značajnosti se donosi temeljem empirijske signifikantnosti koja je prikazana u gornjoj tablici.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: prirodnih ljepota, osobne sigurnosti i dostupnosti informacija. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjene prirodnih ljepota i osobne sigurnosti su značajno veće od prosječne ocjene zadovoljstva kanuingom. Naspram njima, ocjena dostupnosti informacija je značajno manja od prosječne zadovoljstva kaningom i predstavlja element gdje bi usluga mogla napredovati.

KAYAKING

Tablica 44. Zadovoljstvo izvedenim elementima kayakinga

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_KAYAK	22	4,7273	,45584	,09719
Stručnost_KAYAK	22	4,2727	,55048	,11736
Ljubaznost_KAYAK	22	4,7273	,45584	,09719
Osobna_sigurnost_KAYAK	22	4,6818	,56790	,12108
Vrijednost_KAYAK	22	3,7727	,86914	,18530
Dostupnost_KAYAK	22	4,0455	,65300	,13922

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,7273; stručnosti osoblja 4,2727; ljubaznost osoblja 4,7273; osobnom sigurnosti 4,6818; vrijednosti za novac 3,7727; dostupnosti informacija 4,0455.

Tablica 45. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa kayakinga

One-Sample Test

	Test Value = 4.37					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_KAYAK	3,676	21	,001	,35727	,1552	,5594
Stručnost_KAYAK	-,829	21	,417	-,09727	-,3413	,1468
Ljubaznost_KAYAK	3,676	21	,001	,35727	,1552	,5594
Osobna_sigurnost_KAYAK	2,575	21	,018	,31182	,0600	,5636
Vrijednost_KAYAK	-3,223	21	,004	-,59727	-,9826	-,2119
Dostupnost_KAYAK	-2,331	21	,030	-,32455	-,6141	-,0350

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom kayakinga iznosi 4,37 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: prirodnih ljepota, ljubaznosti osoblja, osobne sigurnosti, vrijednosti za novac i dostupnosti informacija. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjene prirodnih ljepota, ljubaznosti osoblja i osobne sigurnosti su značajno veće od prosječne ocjene zadovoljstva kayakingom. Naspram njima, ocjene vrijednosti za novac i dostupnosti informacija su značajno manje od prosječne zadovoljstva kaningom i predstavljaju element gdje bi usluga mogla napredovati.

CANYONING

Tablica 46. Zadovoljstvo izvedenim elementima canyoninga

One-Sample Statistics

	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_CANYONING	4,7778	,42779	,10083
Stručnost_CANYONING	4,3333	,68599	,16169
Ljubaznost_CANYONING	4,5556	,51131	,12052
Osobna_sigurnost_CANYONING	3,5000	,78591	,18524
Vrijednost_CANYONING	3,8333	,78591	,18524
Dostupnost_CANYONING	4,1765	,63593	,15424

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,7778; stručnosti osoblja 4,3333; ljubaznost osoblja 4,5556; osobnom sigurnosti 3,5; vrijednosti za novac 3,8333; dostupnosti informacija 4,1765.

Tablica 47. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa canyoning

One-Sample Test

	Test Value = 4.16					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_CANYONING	6,127	17	,000	,61778	,4050	,8305
Stručnost_CANYONING	1,072	17	,299	,17333	-,1678	,5145
Ljubaznost_CANYONING	3,282	17	,004	,39556	,1413	,6498
Osobna_sigurnost_CANYONING	-3,563	17	,002	-,66000	-1,0508	-,2692
Vrijednost_CANYONING	-1,763	17	,096	-,32667	-,7175	,0642
Dostupnost_CANYONING	,107	16	,916	,01647	-,3105	,3434

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom canyoninga iznosi 4,16 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: prirodnih ljepota, ljubaznosti osoblja i osobne sigurnosti. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Prirodne ljepote, ljubaznost osoblja su značajno veće od prosječne ocjene zadovoljstva canyoningom. Naspram njima, ocjena osobne sigurnosti je značajno manja od prosječne zadovoljstva canyoningom i predstavlja element gdje bi usluga mogla napredovati.

ZIPLINE

Tablica 48. Zadovoljstvo izvedenim elementima zipline-a

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_ZIPLINE	33	4,5455	,50565	,08802
Stručnost_ZIPLINE	33	4,8485	,36411	,06338
Ljubaznost_ZIPLINE	33	4,4545	,56408	,09819
Osobna_sigurnost_ZIPLINE	33	4,4242	,66287	,11539
Vrijednost_ZIPLINE	33	4,6667	,54006	,09401
Dostupnost_ZIPLINE	33	4,6667	,47871	,08333

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,5455; stručnosti osoblja 4,8485; ljubaznost osoblja 4,4545; osobnom sigurnosti 4,4242; vrijednosti za novac 4,6667; dostupnosti informacija 4,6667.

Tablica 49. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa zipline-a

One-Sample Test

	Test Value = 4.6					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_ZIPLINE	-,620	32	,540	-,05455	-,2338	,1248
Stručnost_ZIPLINE	3,920	32	,000	,24848	,1194	,3776
Ljubaznost_ZIPLINE	-1,481	32	,148	-,14545	-,3455	,0546
Osobna_sigurnost_ZIPLINE	-1,523	32	,138	-,17576	-,4108	,0593
Vrijednost_ZIPLINE	,709	32	,483	,06667	-,1248	,2582
Dostupnost_ZIPLINE	,800	32	,430	,06667	-,1031	,2364

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom ziplineom iznosi 4,6 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elementa: stručnost osoblja. Zbog toga se zaključuje da prosječna ocjena navedenog elemenata značajno odstupa od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.
Ocjena stručnosti osoblja je značajno veća od prosječne ocjene zadovoljstva ziplineom.

SLOBODNO PENJANJE

Tablica 50. Zadovoljstvo izvedenim elementima slobodnog penjanja

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_PENJANJE	8	4,2500	,46291	,16366
Stručnost_PENJANJE	8	4,7500	,46291	,16366
Ljubaznost_PENJANJE	8	4,0000	,53452	,18898
Osobna_sigurnost_PENJANJE	8	4,0000	,92582	,32733
Vrijednost_PENJANJE	8	4,5000	,53452	,18898
Dostupnost_PENJANJE	8	4,5000	,75593	,26726

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,25; stručnosti osoblja 4,75; ljubaznost osoblja 4; osobnom sigurnosti 4; vrijednosti za novac 4; dostupnosti informacija 4,5.

Tablica 51. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa slobodnog penjanja

One-Sample Test

	Test Value = 4.33					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_PENJANJE	-,489	7	,640	-,08000	-,4670	,3070
Stručnost_PENJANJE	2,566	7	,037	,42000	,0330	,8070
Ljubaznost_PENJANJE	-1,746	7	,124	-,33000	-,7769	,1169
Osobna_sigurnost_PENJANJE	-1,008	7	,347	-,33000	-1,1040	,4440
Vrijednost_PENJANJE	,900	7	,398	,17000	-,2769	,6169
Dostupnost_PENJANJE	,636	7	,545	,17000	-,4620	,8020

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom slobodnog penjanja iznosi 4,33 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elementa: stručnost osoblja. Zbog toga se zaključuje da prosječna ocjena navedenog elementa značajno odstupa od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjena stručnosti osoblja je značajno veća od prosječne ocjene zadovoljstva slobodnim penjanjem.

HIKING I TREKING

Tablica 52. Zadovoljstvo izvedenim elementima hiking-a i treking-a

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_HIKING	18	4,7778	,42779	,10083
Stručnost_HIKING	18	4,3333	,48507	,11433
Ljubaznost_HIKING	18	4,3889	,50163	,11824
Osobna_sigurnost_HIKING	18	4,5000	,61835	,14575
Vrijednost_HIKING	18	4,0556	,72536	,17097
Dostupnost_HIKING	18	4,2778	,57451	,13541

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,7778; stručnosti osoblja 4,3333; ljubaznosi osoblja 4,3889; osobnom sigurnosti 4,5; vrijednosti za novac 4,0556; dostupnosti informacija 4,2778.

Tablica 53. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa hiking-a i treking-a

One-Sample Test

	Test Value = 4.39					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_HIKING	3,846	17	,001	,38778	,1750	,6005
Stručnost_HIKING	-,496	17	,627	-,05667	-,2979	,1846
Ljubaznost_HIKING	-,009	17	,993	-,00111	-,2506	,2483
Osobna_sigurnost_HIKING	,755	17	,461	,11000	-,1975	,4175
Vrijednost_HIKING	-1,956	17	,067	-,33444	-,6952	,0263
Dostupnost_HIKING	-,829	17	,419	-,11222	-,3979	,1735

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom hikinga i trekinga iznosi 4,39 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elementa: prirodnih ljepota. Zbog toga se zaključuje da prosječna ocjena navedenog elementa značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjena prirodne ljepota je značajno veća od prosječne ocjene zadovoljstva slobodnog penjanja.

RONJENJE

Tablica 54. Zadovoljstvo izvedenim elementima ronjenja

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_RONJENJE	20	4,0500	,82558	,18460
Stručnost_RONJENJE	20	4,0500	,82558	,18460
Ljubaznost_RONJENJE	20	3,9000	,71818	,16059
Osobna_sigurnost_RONJENJE	20	4,0000	,72548	,16222
Vrijednost_RONJENJE	20	4,2500	,71635	,16018
Dostupnost_RONJENJE	20	3,1000	,78807	,17622

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,05; stručnosti osoblja 4,05; ljubaznost osoblja 3,9; osobnom sigurnosti 4; vrijednosti za novac 4,25; dostupnosti informacija 3,1.

Tablica 55. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa ronjenja

One-Sample Test

	Test Value = 3.81					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_RONJENJE	1,300	19	,209	,24000	-,1464	,6264
Stručnost_RONJENJE	1,300	19	,209	,24000	-,1464	,6264
Ljubaznost_RONJENJE	,560	19	,582	,09000	-,2461	,4261
Osobna_sigurnost_RONJENJE	1,171	19	,256	,19000	-,1495	,5295
Vrijednost_RONJENJE	2,747	19	,013	,44000	,1047	,7753
Dostupnost_RONJENJE	-4,029	19	,001	-,71000	-1,0788	-,3412

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom ronjenja iznosi 3,81 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: vrijednosti za novac i dostupnosti informacija. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjena vrijednosti za novac je značajno veća od prosječne ocjene zadovoljstva ronjenjem. Naspram nje, ocjena dostupnosti informacija je značajno manja od prosječnog zadovoljstva ronjenjem i predstavlja element gdje bi usluga mogla napredovati.

JEDRENJE NA DASCI

Tablica 56. Zadovoljstvo izvedenim elementima jedrenja na dasci

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_JEDRENJE	20	3,6000	,68056	,15218
Stručnost_JEDRENJE	6	4,8333	,40825	,16667
Ljubaznost_JEDRENJE	6	4,8333	,40825	,16667
Osobna_sigurnost_JEDRENJE	6	4,8333	,40825	,16667
Vrijednost_JEDRENJE	6	3,6667	,81650	,33333
Dostupnost_JEDRENJE	6	4,5000	,54772	,22361

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 3,6; stručnosti osoblja 4,8333; ljubaznost osoblja 4,8333; osobnom sigurnosti 4,8333; vrijednosti za novac 3,6667; dostupnosti informacija 4,5.

Tablica 57. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa jedrenja na dasci

One-Sample Test

	Test Value = 4.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_JEDRENJE	-5,914	19	,000	-,90000	-1,2185	-,5815
Stručnost_JEDRENJE	2,000	5	,102	,33333	-,0951	,7618
Ljubaznost_JEDRENJE	2,000	5	,102	,33333	-,0951	,7618
Osobna_sigurnost_JEDRENJE	2,000	5	,102	,33333	-,0951	,7618
Vrijednost_JEDRENJE	-2,500	5	,054	-,83333	-1,6902	,0235
Dostupnost_JEDRENJE	,000	5	1,000	,00000	-,5748	,5748

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom jedrenja iznosi 4,5 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elementa: prirodnih ljepota. Zbog toga se zaključuje da prosječna ocjena navedenog elementa značajno odstupa od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjena prirodnih ljepota je značajno manja od prosječnog zadovoljstva jedrenjem i predstavlja element gdje bi usluga mogla napredovati.

PARAGLIDING

Tablica 58. Zadovoljstvo izvedenim elementima paragliding-a

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_PARAGLIDING	7	4,0000	,57735	,21822
Stručnost_PARAGLIDING	7	3,2857	1,11270	,42056
Ljubaznost_PARAGLIDING	7	3,1429	1,06904	,40406
Osobna_sigurnost_PARAGLIDING	7	4,4286	,78680	,29738
Vrijednost_PARAGLIDING	7	2,4286	,78680	,29738
Dostupnost_PARAGLIDING	7	2,8571	,89974	,34007

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4; stručnosti osoblja 3,2857; ljubaznost osoblja 3,1429; osobnom sigurnosti 4,4286; vrijednosti za novac 2,4286; dostupnosti informacija 2,8571.

Tablica 59. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa paraglidinga

One-Sample Test

	Test Value = 3.36					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_PARAGLIDING	2,933	6	,026	,64000	,1060	1,1740
Stručnost_PARAGLIDING	-,177	6	,866	-,07429	-1,1034	,9548
Ljubaznost_PARAGLIDING	-,537	6	,610	-,21714	-1,2058	,7716
Osobna_sigurnost_PARAGLIDING	3,593	6	,011	1,06857	,3409	1,7962
Vrijednost_PARAGLIDING	-3,132	6	,020	-,93143	-1,6591	-,2038
Dostupnost_PARAGLIDING	-1,479	6	,190	-,50286	-1,3350	,3293

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom paraglidinga iznosi 3,36 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: prirodnih ljepota, osobne sigurnosti i vrijednosti za novac. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Prirodne ljepote i osobna sigurnost su značajno veće od prosječne ocjene zadovoljstva paraglidingom. Naspram njima, ocjena vrijednosti za novac je značajno manja od prosječne zadovoljstva paraglidingom i predstavlja element gdje bi usluga mogla napredovati.

VOŽNJA BARKARIOLIMA

Tablica 60. Zadovoljstvo izvedenim elementima vožnje barkariolima

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Prirodne_BARKARIOLE	21	4,6190	,58959	,12866
Stručnost_BARKARIOLE	21	3,6190	,74001	,16148
Ljubaznost_BARKARIOLE	21	3,2857	,95618	,20866
Osobna_sigurnost_BARKKARIOLE	21	4,6190	,49761	,10859
Vrijednost_BARKARIOLE	21	3,3810	1,28360	,28010
Dostupnost_BARKARIOLE	21	3,7619	,88909	,19401

Izvor: Vlastito istraživanje

Zadovoljstvo ispitanika prirodnim ljepotama iznosi 4,619; stručnosti osoblja 3,619; ljubaznost osoblja 3,2857; osobnom sigurnosti 4,619; vrijednosti za novac 3,381; dostupnosti informacija 3,7619.

Tablica 61.Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa vožnje barkariolima

One-Sample Test

	Test Value = 3.88					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Prirodne_BARKARIOLE	5,744	20	,000	,73905	,4707	1,0074
Stručnost_BARKARIOLE	-1,616	20	,122	-,26095	-,5978	,0759
Ljubaznost_BARKARIOLE	-2,848	20	,010	-,59429	-1,0295	-,1590
Osobna_sigurnost_BARKARIOLE	6,806	20	,000	,73905	,5125	,9656
Vrijednost_BARKARIOLE	-1,782	20	,090	-,49905	-1,0833	,0852
Dostupnost_BARKARIOLE	-,609	20	,550	-,11810	-,5228	,2866

Izvor: Vlastito istraživanje

Prosječna ocjena zadovoljstva ispitanika uslugom vožnje barkariolama iznosi 3,88 i predstavlja testnu veličinu.

Kao što je vidljivo iz tablice, empirijska signifikantnost je manja od 5% kod elemenata: prirodnih ljepota, ljubaznosti osoblja i osobne sigurnosti. Zbog toga se zaključuje da prosječne ocjene navedenih elemenata značajno odstupaju od prosječnog zadovoljstva ispitanika promatranom uslugom.

Ocjene prirodnih ljepota i osobne sigurnosti su značajno veće od prosječne ocjene zadovoljstva vožnje barkariolima. Naspram njima, ocjena ljubaznosti osoblja je značajno manja od prosječne zadovoljstva vožnje barkariolima i predstavlja element gdje bi usluga mogla napredovati.

Budući da kod svake ispitane aktivnosti postoje značajna odstupanja u stupnju zadovoljstva korisnika, **hipoteza H4** (postoje značajne razlike u stupnju zadovoljstva korisnika ostalim (izvedenim) elementima usluge prema pojedinim vrstama pustolovnog turizma) **se prihvaća.**

6. RAZVOJNI PROBLEMI I PREPORUKE BUDUĆEG DJELOVANJA

Nakon što se provelo istraživanje o zadovoljstvu korisnika usluga pustolovnog turizma u omiškoj regiji, došlo je vrijeme da se razmotre i prokomentiraju dobiveni rezultati.

Prvom hipotezom je dokazano kako aktivni odmor i pustolovne aktivnosti predstavljaju jedan od bitnijih motiva pri donošenju odluka o posjeti gradu Omišu.

Drugom hipotezom utvrđeno je kako kako stupanj zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma, od demografskih obilježja, ovisi jedino o dobi. Spol, stupanj obrazovanja i mjesečna primanja ispitanika nemaju utjecaj na zadovoljstvo istih. Budući da su tri od četiri pomoćne hipoteze obradom podataka odbačene, utvrđeno je kako ipak ne postoji povezanost između demografskih obilježja ispitanika i zadovoljstva uslugama pustolovnog turizma.

Trećom hipotezom je utvrđeno kako su korisnici usluga avanturističkog turizma u Omišu pretežito zadovoljni prirodnim preduvjetima njegova razvoja.

Četvrtom i posljednjom hipotezom zaključeno je kako postoje značajne razlike u stupnju zadovoljstva korisnika ostalim (izvedenim) elementima usluge prema pojedinim vrstama pustolovnog turizma.

Testirajući ocjene ispitanika došlo se do nekih stavki turističke ponude pustolovnih aktivnosti na kojima bi još trebalo poraditi. Tako primjerice, kod aktivnosti rafting, elementi stručnost osoblja, osobne sigurnosti i dostupnosti informacija su ocjenjeni ocjenom nižom od one prosječne što znači da bi agencije i organizatori rafting tura trebali dodatno poraditi na prethodno navedenim stavkama kako bi svojim gostima osigurali kvalitetniji i sigurniji doživljaj. Stavka dostupnost informacija je veoma slabo ocjenjena kod velikog broja pustolovnih aktivnosti, dok je stavka ljubaznost osoblja lošijom od prosjeka ocjenjena samo kod panoramskih vožnji barkariolima.

Kako bi ostvarile pozitivan pomak, turističke agencije bi zajedno s organizatorima pustolovnih aktivnosti i Turističkom zajednicom Grada trebale poraditi promotivnim materijalima gdje bi se pružale detaljnije informacije o avanturističkim aktivnostima. Iste bi se trebale na pravilan način plasirati i na internet stranice Turističke Zajednice Grada, stranice

agencija ali i na društvene mreže koje u današnje vrijeme predstavljaju jedno od najbitnijih izvora informacija. Turistička zajednica Grada bi zajedno s Turističkom Zajednicom Županije trebala poraditi na što boljoj i efikasnijoj promociji pustolovnih aktivnosti grada Omiša. Isto tako, osoblje koje radi na prodaji trebalo bi se bolje educirati o uslugama za čiju su prodaju zadužene. Organizatori pojedinih aktivnosti bi zaposlenike koji su najodgovorniji za krajnji doživljaj gosta trebali slati na prigodne edukacije i obučavati ih kako na pravilan način ostvariti komunikaciju s gostom te na koji način gostima, sudionicima pustolovnih tura omogućiti sigurnu i nezaboravnu avanturu.

Budući da grad Omiš ima i koristi potencijale pustolovnog turizma, činjenica da se podatci o broju avanturista nigdje ne mogu pronaći i vjerojatno nigdje nisu ni evidentirani na pravi način predstavlja jedan od većih problema. A kako ga riješiti? Ukoliko bi se donio zakon kojim bi se regulirao ovaj oblik turizma, osnovao poseban ured za regulaciju istog te se organiziralo sustavno praćenje kretanja avanturističkih turista, uspjelo bi se doći do ukupnog broja pustolova koji se u avanturističke aktivnosti upuštaju baš na omiškom području, a koji je zasigurno u porastu.

Istraživanje o zadovoljstvu korisnika usluga pustolovnog turizma u omiškoj regiji provedeno je na uzorku od 156 ispitanika koji su bili zamoljeni ispuniti kratku anketu koja je priložena na kraju ovog rada. Ispitivanje je provedeno za vrijeme sezone, u periodu između lipnja i rujna. Ograničavajući faktori kod provedbe ankete bili bi pristranost, neobjektivnost, prepisivanje, laganje prilikom ispunjavanja ankete.

7. ZAKLJUČAK

Pustolovni turizam jedan je od najbrže rastućih oblika turizma u svijetu. Popularnost mu je svake godine sve veća kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Također, jedan je od najskupljih oblika turizma te se u aktivnosti pustolovnog turizma najčešće uključuju ljudi veće kupovne moći s natprosječnim obrazovanjem.

Grad Omiš, mali gradić jedinstvenog spoja rijeke, mora i planina, koji mu daju „šarm“ i prepoznatljivost prirodnog okruženja, skriva mnoge potencijale. Područje Grada bogato je prirodnim nasljeđem od kojeg se posebno ističe kanjon rijeke Cetine, od njena ušća pa do izletišta Radmanove mlinice koji ima status zaštićenog krajolika još od 1963. godine.

Na području omiške regije skriva se pravi mali raj za upuštanje u pustolovne aktivnosti. Rafting, kanjoning, kanuing, kayaking, zipline, slobodno penjanje, panoramske vožnje barkariolima pustolovne su aktivnosti koje se odvijaju u kanjonu rijeke Cetine. Međutim, uz navedene aktivnosti, Omiš ima još skrivenih potencijala. Mnogo je lokacija na omiškoj rivijeri, pogodnih za ljubitelje podmorja, pa tako imaju mogućnost zaroniti u podvodni svijet i vidjeti potopljeni brod kao i svo ostalo bogatstvo omiškog podmorja. Isto tako, pustolovne aktivnosti na moru kao i one za ljubitelje planina.

Kao rezultat provedenog istraživanja potvrđen je podatak kako je grad Omiš prepoznat kao destinacija pustolovnog turizma, ali isto tako da postoje elementi na kojima bi se još dodatno trebalo poraditi kako bi se ukupna usluga bila bolja, kvalitetnija i bolje pridonosila ukupnom doživljaju korisnika pustolovnih aktivnosti na području Omiša.

Veoma je važno prepoznati kako je za uspjeh razvoja pustolovnog turizma bitna organizacija. Za isti je potrebno da svi dionici razvoja imaju zajedničke interese i da se dogovore o ciljevima koje svi zajedno žele postići i da zajedničkim snagama osmisle nove ali i da porade na poboljšanju već postojećih proizvoda pustolovnog turizma u destinaciji.

Isto tako, budući da aktivnosti pustolovnog turizma nisu regulirane prikladnim zakonima, potrebno je donijeti nove zakone ali i pravilnike kojim će se aktivnosti pustolovnog turizma regulirati na pravilan način. Pustolovne aktivnosti predstavljaju rizičnu vrstu zabave i upravo

je zbog toga potrebno da se prikladnim zakonima i pravilnicima jasno utvrdi tko zapravo mogu biti osobe, pružatelji usluga avanturističkog turizma i koje uvjete trebaju zadovoljavati.

Nadalje, čini se kao da ne postoji zainteresiranost važnijih ustanova u Gradu pa tako i same države za ovaj oblik turizma budući da ne postoje egzaktni podatci o broju korisnika brojnih usluga pustolovnog turizma na području grada Omiša, pa tako ni o zaradi od poduzetih avanturističkih aktivnosti.

Isto tako, čini se kako je izostavljena i sustavna promidžba ovog segmenta na stranim tržištima te da ne postoje statistike kojima bi se pratili trendovi rasta.

LITERATURA

Knjige:

1. Bartoluci, M., Čavlek, N.(1998.): Turizam i sport, Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb.
2. Geić, S. (2011.): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu,Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split.
3. Petrić, L., (2006.): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split.
4. Pivac, S., (2010.): Statističke metode, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
5. Zelenika, R., (2000.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.

Članci/Izvješća:

1. Buckley, R. (2011.): Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox, International Centre for Ecotourism Research, Griffith University, Australia.
2. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, (2018.): Dolasci i noćenja turista u 2017., No.4.3.2., Zagreb. dostupno na https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c dokumenti/180213_DZS_2017.pdf pristupljeno (15.05.2018)
3. Golob,M., Sirotić, T., Golob, M. (2014.): Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol.2, No.1, pp. 27-40. dostupno na https://hrcak.srce.hr/file/190372 pristupljeno (___)
4. Mallett, J., (2002.): The Evolution of Adventure Travel, The Adventure Travel Society, Colorado.
5. Mason, P. (2000.): Neat Trends: Current Issues in Nature, Eco- and Adventure Tourism, The International Journal of Tourism Research, Business Premium Collection, pp. 437.

6. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2013). Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb. dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html pristupljeno (25.05.2018.)
7. OECD (2018), OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing, Paris, str. 23. dostupno na https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf pristupljeno (24.05.2018.)
8. Quadrans, (2014.): Strateški marketing plan turizma grada Omiša, Turistička Zajednica Grada Omiša, Omiš. dostupno na https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/53071en39sfq032.pdf pristupljeno (23.08.2018.)
9. Turistička zajednica grada Omiša (2017.): Godišnje financijsko izvješće 2017., Omiš. dostupno na https://www.visitomis.hr/clients/1/documents/5fyxynifabqskef.pdf pristupljeno (30.08.2018.)
10. UNWTO., (2017.). European Union Short Term Tourism Trends, Vol.1, pp..3. dostupno na https://ec.europa.eu/docsroom/documents/26723/attachments/1/translations/en/renditions/native pristupljeno (14.04.2018.)
11. Urbanex, (2017.): Strategija razvoja Grada Omiša do 2020. godine, Turistička zajednica grada Omiša, Omiš. dostupno na http://www.omis.hr/2017pdf/SRGO/Strategija.pdf pristupljeno (25.05.2018.)
12. Williams, P., Soutar, G.M. (2009.): Value, satisfaction and behavioral intentions in adventure tourism context, Annals of Tourism Research, Vol.36, No.3., pp. 415.

Završni rad:

1. Juričić,J., (2016.): Potencijali razvoja pustolovnog turizma u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na ronilački turizam, Završni rad, Sveučilište u Splitu, Split.

Pravilnik/Uredba/Zakon:

1. Pravilnik o načinu, uvjetima i visini naknada za izdavanje koncesijskih odobrenja (NN 51/96, NN 18/99, NN 23/03) Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka
2. Pravilnik o postupku i načinu izdavanja dopuštenja za obavljanje podvodnih aktivnosti u dijelovima unutarnjih morskih voda i teritorijalnog mora Republike Hrvatske koji su zaštićeni kao kulturno dobro (NN 56/03, NN 62/03, NN 12/05) Ministarstva kulture
3. Pravilnik o Uvjetima za obavljanje obuke ronjenja i športsko- rekreativnog ronjenja (NN 105/00, NN 24/03) Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka
4. Uredba o postupku davanja koncesijskog odobrenja na pomorskom dobru (NN 36/04)
5. Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine broj 130, 2017 (pristupljeno 23.05.2018.)
6. Zakon o zaštiti prirode, Narodne novine broj 70, 2005. (pristupljeno 23.05.2018.)
7. Zakon o stažu osiguranja s povećanim trajanjem (NN 71/99)
8. Zakon o tehničkoj kulturi (NN 76/93)
9. Zakon o športu (NN 71/06)
10. Zakon o udrugama (NN 88/01)
11. Pravilnik o obavljanju podvodnih aktivnosti (NN 47/99, NN 23/03, NN 52/03, NN 58/03) Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka
12. Uredba o postupku davanja koncesije na pomorskom dobru (NN 23/04, NN 32/04, NN 68/04, NN 101/04)
13. Zakon o zaštiti prirode (NN 80/13, 15/18)

Izvori s interneta:

1. http://adventurescroatia.net/via-ferrata-omis/ (pristupljeno 26.08.2018.)
2. http://adventurescroatia.net/via-ferrata-split/via-ferrata-split-10/ (pristupljeno 26.08.2018.)
3. http://eprints.grf.unizg.hr/2190/ (pristupljeno 26.08.2018.)
4. http://hotspots.net.hr/2013/01/tematske-staze-na-podrucju-grada-omisa/ (pristupljeno 20.08.2018.)
5. http://psc.hr/aktivni-pustolovni-turizam/ (pristupljeno 28.08.2018.)
6. http://skydiveadria.com/tandem-skydive-croatia-zagreb/ (pristupljeno 27.08.2018.)
7. http://www.adriaturist.hr/#/rafting
8. http://www.dalmacijanews.hr/clanak/5dcj-u-zk-split-odrzana-3-konferencija-pustolovnih-oblika-turizma-srednje-dalmacije#/clanak/5dcj-u-zk-split-odrzana-3-konferencija-pustolovnih-oblika-turizma-srednje-dalmacije (pristupljeno 25.05.2018.)
9. http://www.dalmatian-nature.hr/
10. http://www.dubrovnikcablecar.com/buggy/ (pristupljeno 26.08.2018.)
11. http://www.hgk.hr/category/zajednice/zajednica-pustolovnog-turizma (pristupljeno 23.08.2018.)
12. http://www.hgk.hr/category/zajednice/zajednica-pustolovnog-turizma (pristupljeno 23.08.2018.)
13. http://www.istraparagliding.com/ (pristupljeno 27.08.2018.)
14. http://www.izazov-tours.hr/index.php?lang=en (pristupljeno 26.08.2018.)
15. http://www.kucice.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=114 (pristupljeno 14.08.2018.)
16. http://www.omisinfo.com/hr/ (pristupljeno 15.05.2018.)
17. http://www.omisinfo.com/hr/omis/aktivni-odmor-u-omisu/slobodno-penjanje-u-omisu.htm (pristupljeno 20.08.2018.)
18. http://www.omisriviera.com/omis/omis-diving.php
19. http://www.omisriviera.com/omis/omis-paragliding.php (pristupljeno 20.08.2018.)
20. http://www.omisriviera.com/omis/omis-windsurfing.php (pristupljeno 20.08.2018.)
21. http://www.pfri.uniri.hr/~ines/MZiR/2013-2014%20Materijal%20za%20web/Znanstvene%20metode.pdf (pristupljeno 17.05.2018.)
22. http://www.poslovni.hr/after5/hrvatska-premalo-koristi-potencijale-pustolovnog-turizma-31018 (pristupljeno 20.08.2018.)
23. http://www.poslovni.hr/after5/zajednica-poslovnog-turizma-olaksat-ce-bavljenje-avanturama-87821 (pristupljeno 27.08.2018.)
24. http://www.tourismtattler.com/articles/marketing/adventure-tourism-rankings/59855 (pristupljeno 22.05.2018.)

25. http://www.utm.hr/?pgid=39&vid=945(pristupljeno 23.08.2018.)
26. http://www.zip-split.com/ (pristupljeno 26.08.2018.)
27. https://hr.wikipedia.org/wiki/Jedrenje_na_dasci(pristupljeno 20.08.2018.)
https://hr.wikipedia.org/wiki/Kanjoning (pristupljeno 20.08.2018.)

28. https://hr.wikipedia.org/wiki/Omi%C5%A1 (pristupljeno 15.05.2018.)
29. https://hr.wikipedia.org/wiki/Slobodno_penjanje preuzeto iz Juričić, J. (2016):
30. https://mpora.com/adventure/kayaking/kayaking-vs-canoeing-whats-difference/ (pristupljeno 22.08.2018.)
31. https://suptrotters.com/en/companies/croatia/276-paddle-surf-bacina-lakes (pristupljeno 26.08.2018.)
32. https://www.adventure-omis.com/basic-canyoning/ (pristupljeno 26.08.2018.)
33. https://www.adventure-park.hr/ (pristupljeno 26.08.2018.)
34. https://www.adventureparkpula.com/ (pristupljeno 26.08.2018.)
35. https://www.alliedmarketresearch.com/adventure-tourism-market (pristupljeno 14.05.2018.)

36. https://www.diving-hrs.hr/temeljni-dokumenti/pravilnici-i-uredbe (pristupljeno 28.08.2018.)
37. https://www.glavanipark.com/ (pristupljeno 27.08.2018.)
38. https://www.hgk.hr/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti (pristupljeno 20.08.2018.)
39. https://www.prnewswire.com/news-releases/global-adventure-tourism-market-expected-to-reach-1335738-million-by-2023-allied-market-research-672335923.html (pristupljeno 25.08.2018.)
40. https://www.prnewswire.com/news-releases/global-adventure-tourism-market-expected-to-reach-1335738-million-by-2023-allied-market-research-672335923.html (pristupljeno 25.08.2018.)
41. https://www.scribd.com/doc/23397592/Metoda-ankete-upitnika-i-intervjua-u-istra%C5%BEiva%C4%8Dkom-procesu-u-saobra%C4%87aju (pristupljeno 20.05.2018)
42. https://www.splitlicious.com/split-adventure/split-deep-water-solo (pristupljeno 26.08.2018.)
43. https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g294454-d7658821-Reviews-Kupa_Sports_White_Water_Adventure-Zagreb_Central_Croatia.html (pristupljeno 27.08.2018.)
44. https://www.visitomis.hr/hr/aktivni-odmor (pristupljeno 20.08.2018.)
45. UNWTO Global Report on Adventure Tourism dostupno na: https://skift.com/wp-content/uploads/2014/11/unwto-global-report-on-adventure-tourism.pdf (pristupljeno 14.04.2018.)

Popis slika:

Slika 1. Shematski prikaz prirode novog turista 6
Slika 2. Četiri osnovne grupacije turističkih trendova (prema UNWTO) 26
Slika 3.Turistički dolasci 2007.-2017. 42
Slika 4. Turistička noćenja 2007.- 2017..... 43
Slika 5. Rafting na Cetini 46
Slika 6. Canyoning na Cetini 47
Slika 7. Kayaking na Cetini 49
Slika 8. Canoeing na Cetini..... 50
Slika 9. Zipline 51
Slika 10. Penjanje..... 53
Slika 11. Tematska staza „Sv. Leopolda Mandića“ 55
Slika 12. Ronjenje 56
Slika 13. Jedrenje na dasci 57
Slika 14. Paragliding 58
Slika 15. Panoramska vožnja barkariolima rijekom Cetinom..... 59

Popis tablica:

Tablica 1. Broj koncesionara u granicama Značajnog krajobraza Kanjon rijeke Cetine 2017. godina..... 10
Tablica 2. Motivi za pustolovne aktivnosti 24
Tablica 3. Broj objekata, smještajnih jedinica, kreveta i dodatnih kreveta na području Omiša 40
Tablica 4. Usporedba ukupnog broja smještajnih kapaciteta na području grada Omiša 41
Tablica 5. Turistički dolasci i noćenja 2014.-2017. 44
Tablica 6. Popis turističkih agencija koje djeluju na području grada Omiša 60
Tablica 7. Ispitanici prema spolu 63
Tablica 8. Ispitanici prema dobi..... 63
Tablica 9. Ispitanici prema stupnju obrazovanja..... 64
Tablica 10. Ispitanici prema radnom statusu..... 64
Tablica 11. Ispitanici prema mjesečnom prihodu kućanstva 65
Tablica 12. Ispitanici prema državi iz koje dolaze..... 66

Tablica 13. Ispitanici prema učestalosti njihova putovanja 67
Tablica 14. Ispitanici prema učestalosti posjete Omišu 67
Tablica 15. Ispitanici prema vrsti smještaja u kojem borave dok su na odmoru 68
Tablica 16. Ispitanici prema načinu upoznavanja s destinacijom 68
Tablica 17. Ispitanici prema potrošnji na pustolovne aktivnosti..... 69
Tablica 18. Važnost motiva "aktivni odmor ili pustolovne aktivnosti" 70
Tablica 19. Motivi prema ocjenama ispitanika 70
Tablica 20. Asocijacije ispitanika vezane uz grad Omiš..... 71
Tablica 21. Broj ispitanika prema okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 72
Tablica 22. Ispitanici prema spolu i zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 73
Tablica 23. Hi kvadrat test 73
Tablica 24. Ispitanici prema spolu i novom zadovoljstvu okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 74
Tablica 25. Hi kvadrat test 74
Tablica 26. Ispitanici prema dobi i zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 75
Tablica 27. Hi kvadrat test 76
Tablica 28. Ispitanici prema novoj dobi i novom zadovoljstvu okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 76
Tablica 29. Hi kvadrat test 77
Tablica 30. Ispitanici prema obrazovanju i zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 78
Tablica 31. Hi kvadrat test 78
Tablica 32. Ispitanici prema obrazovanju i novom zadovoljstvu u okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 78
Tablica 33. Hi kvadrat test 79
Tablica 34. Ispitanici prema primanjima i zadovoljstvu okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 80
Tablica 35. Hi kvadrat test 80
Tablica 36. Ispitanici prema primanjima i novom zadovoljstvu okušanim aktivnostima pustolovnog turizma 81
Tablica 37. Hi kvadrat test 81

Tablica 38. Prosječni stupanj zadovoljstva prirodnim ljepotama pojedinih aktivnosti pustolovnog turizma 83
Tablica 39. Značajnost prosječnog stupnja zadovoljstva prirodnim ljepotama pojedinih aktivnosti pustolovnog turizma 84
Tablica 40. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge raftinga 85
Tablica 41. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge rafting 86
Tablica 42. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge kanuinga 87
Tablica 43. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge kanuing 87
Tablica 44. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge kayakinga 88
Tablica 45. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge kayaking 89
Tablica 46. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge canyoninga 90
Tablica 47. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge canyoning 91
Tablica 48. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge zipline 92
Tablica 49. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge zipline 92
Tablica 50. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge slobodnog penjanja 93
Tablica 51. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge slobodno penjanje 94
Tablica 52. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge hiking i treking 94
Tablica 53. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge hiking i treking 95
Tablica 54. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge ronjenja 96
Tablica 55. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge ronjenje 96
Tablica 56. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge jedrenja na dasci 97
Tablica 57. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge jedrenje na dasci 98

Tablica 58. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge paragliding 99
Tablica 59. Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge paragliding 99
Tablica 60. Zadovoljstvo izvedenim elementima pustolovne usluge vožnje barkariolama 100
Tablica 61.Testiranje značajnosti prosječnih ocjena pojedinog elementa usluge vožnja barkariolama 101

PRILOZI

ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Pred Vama se nalazi anketni upitnik kojim će se nastojati ispitati razina zadovoljstva korisnika usluga pustolovnog turizma u omiškoj regiji. Molila bih Vas da izdvojite par minuta Vašeg vremena i ispunite anketni upitnik pred Vama. Prikupljeni podatci će se koristiti isključivo za potrebe izrade diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu, a kako bi se stekao uvid u percepciju Vas kao korisnika usluga pustolovnog turizma na području grada Omiša. Istraživanje je u potpunosti anonimno. Zahvaljujem na Vašem trudu i suradnji.

1. Spol

Muško	
Žensko	

2. Dob

16-25	
26- 40	
41- 60	
61 i više	

3. Stupanj obrazovanja

Osnovna škola	
Srednja škola	
Viša/ visoka škola	
Magisterij/ doktorat/ poslijediplomski studij	

4. Radni status

Zaposlen/a	
Nezaposlen/a	
Student/ica	
Umirovljenik /ica	

5. Mjesečni prihodi kućanstva

- ☐ do 1000 Eur
- ☐ 1001-3000 Eur
- ☐ 3001- 5000 Eur
- ☐ 5000 i više

6. Država iz koje dolazite (upišite)

7. Koliko često putujete? (zaokružite)

a) Jednom godišnje
b) 2-3 puta godišnje
c) 2 puta mjesečno
d) Jednom mjesečno

8. Jeste li već prije posjetili Omiš?

☐ Da (koliko puta?) _____

☐ Ne

9. Ako ste smješteni u Omišu, gdje? (Za one smještene u Omišu)

a) Privatni apartman
b) Hotel
c) Kamp
d) Drugdje (recite gdje) _____

10. Kako ste čuli za destinaciju Omiš?
a) Internet
b) Mediji ☐ brošure ☐ članci ☐ radio i tv
c) Preporuke rodbine ili prijatelja
d) Prijašnji boravak
e) Preporuke turističke agencije
f) Turistički sajmovi

11. Od ponuđenih motiva, molim da brojevima 1-3 naznačite tri najznačajnija motiva Vašeg dolaska u destinaciju Omiš (prema prioritetu važnosti)?

Pasivni odmor	
Zabava i izlasci	
Prirodne ljepote	
Pristupačne cijene	
Gastronomska ponuda	
Aktivni odmor/ pustolovne aktivnosti	
Kultura i povijest	
Manifestacije i događanja	

12. Koja je Vaša asocijacija na grad Omiš?
    a) Grad kulture
    b) Grad plaža
    c) Grad avanturističkih sportova

13. Ukoliko avanturističke aktivnosti (pustolovni turizam) predstavljaju jedan od Vaših primarnih motiva dolaska, molim naznačite u kojima ste se od pustolovnih aktivnosti okušali

PUSTOLOVNA AKTIVNOST	DA
Rafting	
Kanuing	
Kayaking	
Canyoning	
Zipline	
Slobodno penjanje	
Hiking i treking	
Ronjenje	
Jedrenje na dasci	
Paragliding	
Vožnja barkariolima	

14. Kod aktivnosti u kojima ste se okušali, molimo Vas ocijenite Vaše zadovoljstvo uslugama pustolovnog turizma ocjenama od 1 do 5 pri čemu

1 znači- u potpunosti sam nezadovoljan, a 5- u potpunosti sam zadovoljan

PUSTOLOVNA AKTIVNOST					
Rafting					
Kanuing					
Kayaking					
Canyoning					
Zipline					
Slobodno penjanje					
Hiking i treking					
Ronjenje					
Jedrenje na dasci					
Paragliding					
Vožnja barkariolima					

15. Ocjenama od 1 do 5 ocijenite svaku od ponuđenih stavki, samo za one pustolovne aktivnosti za koje ste u prethodnom pitanju naznačili da ste ih konzumirali

1 – u potpunosti nezadovoljan 2-prilično nezadovoljan 3-ni zadovoljan ni nezadovoljan 4-prilično zadovoljan 5- u potpunosti zadovoljan

PUSTOLOVNA AKTIVNOST	**LJEPOTA PRIRODE I KRAJOLIKA**	**STRUČNOST OSOBLJA**	**LJUBAZNOST OSOBLJA**	**OSJEĆAJ OSOBNE SIGURNOSTI**	**VRIJEDNOST ZA NOVAC**	**DOSTUPNOST INFORMACIJA**
Rafting						
Kanuing						
Kayaking						
Canyoning						
Zipline						
Slobodno penjanje						
Hiking i treking						
Ronjenje						
Jedrenje na dasci						
Paragliding						
Vožnja barkariolima						

16. Koliko iznosi Vaša ukupna potrošnja na pustolovne aktivnosti u destinaciji Omiš za vrijeme Vašeg boravka?

a) do 100 Eura
b) 101-200 Eura
c) 201-400 Eura
d) 401 Eur i više

SAŽETAK

Pustolovni turizam u posljednje vrijeme uzima sve veći zamah i privlači sve veći broj turista koji svoje slobodno vrijeme žele iskoristiti aktivno. Ovakvu situaciju imamo kako u svijetu tako i u Republici Hrvatskoj. Pustolovni se turizam temelji se na prirodnim atrakcijama zemlje. Hrvatska, prema tome, posjeduje veliki potencijal za razvoj ovog specifičnog oblika turizma kojim se mogu ishoditi značajni pozitivni rezultati kako za lokalno stanovništvo, tako i za državu u cjelini.

Grad Omiš, mali gradić jedinstvenog spoja rijeke, mora i planina, koji mu daju „šarm“ i prepoznatljivost prirodnog okruženja, skriva mnoge potencijale. Područje Grada bogato je prirodnim nasljeđem od kojeg se posebno ističe kanjon rijeke Cetine, od njena ušća pa do izletišta Radmanove mlinice koji ima status zaštićenog krajolika još od 1963. godine.

Upravo zbog svog položaja, područje Grada pogodno je za poduzimanje različitih pustolovnih aktivnosti. Podmorje bogato florom i faunom kao i starim olupinama brodova raj su za ljubitelje podvodnog svijeta. Planine, ljepote prirode i prekrasni pogled koji se pruža na more i otoke, zatim rijeka i njen kanjon savršen su spoj za ljubitelje prirode i aktivnog odmora.

Osnovna pretpostavka za intenzivniji razvoj je uređenje zakonske regulative za aktivnosti pustolovnog turizma i za suzbijanje pojave „rada na crno“ koji negativno djeluje na državu ali isto tako smanjuje i sigurnost sudionika pustolovnih aktivnosti.

Također, od iznimne je važnosti uspostaviti suradnju s institucijama i organizacijama koje pružaju usluge pustolovnog turizma, ali isto tako i s agencijama koje se bave promocijom pustolovnog turizma u destinacijama koji će onda zajedničkim snagama pridonijeti ostvarivanju destinacije, u ovom slučaju grada Omiša, kao destinacije pustolovnog turizma pa i na globalnom tržištu.

Ključne riječi: Omiš, pustolovne aktivnosti, pustolovni turizam

SUMMARY

Adventure tourism has been recently gaining momentum and attracting an increasing number of tourists who want to use their leisure actively. Similar situation exists in Croatia. Adventure tourism rests on displaying natural attractions of the country. Therefore, Croatia holds an enormous potential for the development of this specific tourism type, meaningful positive results for the locals and country in general.

Omiš, a small town in south-west of Croatia, hides a lot of potential. Its unique river-sea-mountain blend exudes with a 'charm', giving it a worldwide recognition. The city area abounds with natural heritage resources. One of the examples is the Cetina River canyon, from its estuary to the Radman's mills, a resort under state protection since 1963.

The city area is a perfect place for different adventure tourism activities due to its location. The sea life rich in flora, fauna and old ship wreckages, represents a heaven for the underworld sea lovers. Natural beauties and a breathtaking view on the sea and islands, the river and its canyon make a perfect fusion of different activities for nature and active rest lovers.

The principal development predisposition is the organization of the regulatory law for adventure tourism activities, curbing the black market phenomenon, which has a negative impact on the state, decreasing the adventure tourism participant's security level.

Moreover, maintaining the cooperation with institutions and organizations that provide the service for adventure tourism is of crucial importance. In order to establish Omiš as the adventure tourism destination, both locally and globally, it is also important to cooperate with agencies promoting adventure tourism.

Key words: Omiš, adventure tourism activities, adventure tourism