RURALNI TURIZAM U VRGORAČKOM KRAJU I NJEGOVA PERSPEKTIVA SA STAJALIŠTA PONUDE I POTRAŢNJE

Kežić, Iva

Undergraduate thesis / Završni 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:124:186868

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

ZAVRŠNI RAD

RURALNI TURIZAM U VRGORAČKOM KRAJU I NJEGOVA PERSPEKTIVA SA STAJALIŠTA PONUDE I POTRAŽNJE

Mentor: **Student:**

Prof.dr.sc. Ivan Pavić **Iva Kežić**

Split, rujan, 2018

SADRŽAJ:

1. UVOD 1

1.1. Definiranje problema istraživanja 1

1.2. Ciljevi rada 1

1.3. Metode rada 1

1.4. Struktura rada 2

2. RURALNI TURIZAM 3

2.1. Razvoj i definicija turizma 3

2.2. Definicija ruralnog turizma 5

2.3. Učinci ruralnog turizma 8

2.4. Trendovi u ruralnom turizmu 9

2.5. Ruralni turizam u RH 10

2.5.1. Zakonska regulativa ruralnog turizma u RH 10

3. VRGORAČKA KRAJINA 13

3.1. Lokacija, ustroj i stanovništvo 13

3.2. Infrastruktura 14

3.3. Gospodarstvo 15

3.4. Prirodna i kulturna baština i manifestacije 16

3.4.1. Prirodna baština 16

3.4.2. Kulturna baština 16

3.4.3. Manifestacije 18

4. TURISTIČKA PONUDA VRGORAČKOG KRAJA 21

4.1. Prirodna i kulturna baština kao elementi ponude 21

4.2. Smještajni kapaciteti 22

4.3. Ugostiteljska ponuda 24

5. TURISTIČKA POTRAŽNJA 26

5.1. Turistički promet u vrgoračkom kraju 26

5.2. Dolasci i noćenja turista prema zemlji porjekla 27

5.3. Turstički promet prema vrsti smještajnog objekta 29

6. TURISTIČKA PERSPEKTIVA VRGORAČKOG KRAJA 30

7. ZAKLJUČAK 32

LITERATURA 33

POPIS SLIKA 35

POPIS TABLICA 35

SAŽETAK 36

SUMMARY 36

1. UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Ruralni turizam danas ulazi u uži krug interesa rastućem broju turista, te se sve veći značaj predaje unaprjeđenju istog. Također, razvoj ruralnog turizma se promiče i sa strane potražnje čemu je razlog karakteristika ruralnog turizma koja promiče održivi turizam te promiče očuvanje prirode i kulture. Osim navedenih prednosti razvoja ruralnog turizma treba istaknuti i razvoj ruralnih područja, njegovo očuvanje i sprječavanje iseljivanja mladog stanovništva u gradove. U vrgoračkom kraju, koje uvelike zaostaje gospodarski i demografski za priobalnim gradovima, razvoj ruralnog turizma bi pospješio gospodarstvo te poboljšao život lokalnom stanovništvu. Iako su početci razvoja ruralnog turizma vidljivi i dalje se ne iskorištava sav potencijal tog kraja.

1.2. Ciljevi rada

Cilj rada je istražiti trenutni razvoj ruralnog turizma u vrgoračkom kraju putem analize ponude i potražnje, te na temelju toga zaključiti kakva je njegova perspektiva za budućnost.

1.3. Metode rada

Metode rada koje će se koristiti u ovom radu su metode istraživanja za stolom, metode analize i sinteze, indukcija, dedukcija te metoda kompilacije.

1.4. Struktura rada

Rad je podijeljen u šest poglavlja. U uvodu se navodi koja je problematika rada, koji je cilj i kako će se istražiti problem. U sljedeća dva poglavlja ukratko je opisan ruralni turizam i njegovi učinci te je ukratko analizirana vrgoračka krajina iznoseći podatke o lokaciji, upravi, gospodarstvu i resursno atrakcijskoj osnovi. U četvrtom i petom poglavlju analizira se turistička ponuda i potražnja vrgoračke krajine. Te se na kraju donosi zaključak o perspektivi ruralnog turizma vrgoračkog kraja.

2. RURALNI TURIZAM

2.1. Razvoj i definicija turizma

Prvi znaci turizma javili su se u vrijeme pojave novca i trgovine oko 4000 g .p. n. e. kada se javljaju prva putovanja motivirana trgovinom, stjecanjem znanja, kulturnim potrebama i zdravstvenim razlozima. Daljnji napredak nastaje u antičkom dobu kada se javljaju putovanja iz zadovoljstva, zabave, sporta i zdravlja. Sukladno tome razvija se prometna i smještajna infrastruktura.

Međutim ta putovanja se ne nazivaju turističkim jer nemaju karakteristike turističkih putovanja, koja su:

- Masovnost
- Putovanja ljudi srednje i niže platežne moći
- Aktivni međuodnos turista i ambijenta
- Sezonalnost
- Aktivna uloga države
- Turizam kao snažan ekonomski faktor

Razvoj pravih turističkih putovanja razvili su se povećanjem životnog standarda te tehnološkim napretkom koji se omogućio unaprjeđenje infrastrukture, napose prometne. Povećanje životnog standarda je dovelo do više slobodnih sredstava i vremena, te je tehnološki napredak doveo sa smanjenja cijena putovanja.

Pojam turizam ima mnogo definicija, te se također definira s aspekta ponude i s aspekta potražnje. S aspekta potražnje imamo definiciju s konferencije u Vancouveru 2001. godine koja glasi: „Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju“[1]

Turizam čine turistička ponuda i turistička potražnja. Turističku potražnju čine turisti i ona se mjeri i prati zbog ekonomskih učinaka i u svrhu marketinga.

[1] L. Petrić: Uvod u turizam; Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, 2013/2014

Turistička potražnja se može definirati s aspekta:

- Ekonomije – ukupna količina roba i usluga koje su kupci spremni kupiti na tržištu u određenom vremenu i po određenoj cijeni
- Psihologije – potražnju promatramo kroz potrebe, motivaciju i ponašanje kupaca
- Geografije – ukupan broj osoba koje putuju ili žele putovati; tokovi kretanja turista,emitivni potencijal zemalja i sl.[2]

A turistička ponuda se definira kao količina roba i usluga koje se nude turistima na određenom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni. Međutim turistički proizvod se uvelike razlikuje od drugih proizvoda, stoga ga je puno teže definirati i pratiti. Karakteristike koje ga čine drugačijim su:

- Dislociranost od potražnje
- Heterogenost
- Statičnost
- Sezonalnost
- Neelastičnost, odnosno relativna elastičnost.

Razvijanjem masovnog turizma dolazi do narušavanja ambijenta i okoliša kao i ujednačenosti ponude, jer svi žele putovati pa se ponuđivači ne trude ponuditi nešto posebno kako bi privukli goste. Tako dolazi do promjena na strani ponude i potražnje. Ponuđivači pokušavaju smanjiti pritisak na određena područja gdje je masovni turizam, a potražnja postaje sofisticirana, mijenjaju se želje i motivi, te želi ponudu koja će biti individualizirana.

Tako dolazi do nastanka selektivnih oblika turizma koji se temelje na određenom dominantnom turističkom motivu. Tako nastaju:[3]

- Zdravstveni turizam
- Sportski turizam
- Ekoturizam
- Ruralni turizam
- Lovni i ribolovni turizam

[2] L. Petrić: Uvod u turizam; Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, (2013/2014)
[3] O. Kesar: Uvod u specifične oblike turizma; Ekonomski fakultet – Zagreb (2012/2013), [Internet], raspoloživo na:http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf [17.8.2018.]

- Nautički turizam
- Naturizam
- Robinzonski turizam
- Kamping turizam
- Team-building turizam
- Foto-safari
- Hiperturizam
- Kulturni turizam
- Kongresni turizam
- Manifestacijski turizam
- Vjerski turizam
- Urbani turizam
- Filmski turizam
- Party turizam
- Shopping turizam i dr.

2.2. Definicija ruralnog turizma

Ruralni turizam prema definiciji Vijeća Europe (1986. godina) je oblik turizma koji obuhvaća sve aktivnosti na ruralnom području, a ne samo aktivnosti koje bi se mogle odrediti kao agroturizam ili farmerski turizam. Najvažnije karakteristike ruralnog turizma su odsutnost buke, mirna sredina, očuvani okoliš, neposredna komunikacija s domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seljačkim poslovima.

A prema definiciji EutoTer-a ruralni turizam se definira kao „turistička valorizacija agrarnih područja, prirodnih resursa, kulturnog nasljeđa, ruralnih naselja, lokalnih tradicionalnih običaja i proizvoda kroz posebno oblikovane turističke proizvode koji reflektiraju identitet područja i zadovoljavaju potrebe gostiju u smislu smještaja, usluge hrane i pića, rekreacije i aktivnosti, animacije i ostalih usluga, s ciljem održivog lokalnog razvoja, ali i pružanjem adekvatnih odgovora na potrebe današnjeg gosta unutar novostvorenih odnosa grada i sela (ruralnog područja).“

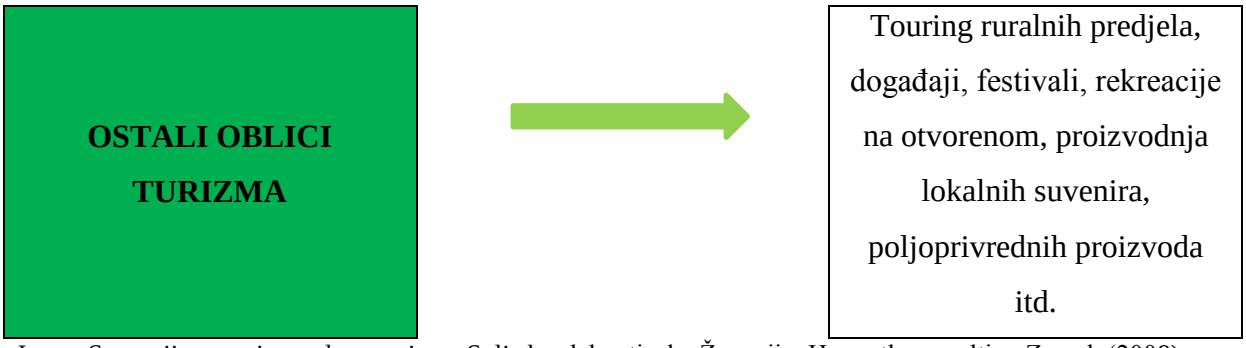
Unutar ruralnog turizma ubrajamo različite oblike ruralnog turizma:[4]

- Agroturizam (odmor na farmama)
- Turizam u prirodi
- Zeleni turizam
- Specijalni interesi (gastronomija i vino, promatranje biljnog i životinjskog svijeta itd.)
- Aktivni odmor (jahanje, cikloturizam, šetnje itd.)
- Povijesni i kulturni oblici turizma (arheologija, dvorci, crkve itd.)

Tabela 1: Oblici turističkih aktivnosti u ruralnim područjima

AGROTURIZAM, SEOSKO GOSPODARSTVO, FARME	Doživljaj tradicionalnih agrarnih aktivnosti.
AKTIVNOSTI U PRIRODI	Rekreacija i odmor u prirodi.
EKO-TURIZAM	Vrsta odgovornog turizma koji podržava zaštitu prirodnih resursa i održavanje razine blagostanja/socijalne vrijednosti lokalne populacije.
RURALNO ISKUSTVO (SEOSKI TURIZAM)	Turisti uranjaju u svakodnevni seoski život.
KULTURNI TURIZAM U RURALNOM PODRUČJU	Kultura, povijest, arheologija i ostale kulturne odrednice ruralnog područja.

[4] Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije; Horwath consulting Zagreb (2009)



Izvor: Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije; Horwath consulting Zagreb (2009)

Uzimajući u obzir razne turističke oblike koji spadaju u ruralni turizam vidimo koliko je to široko područje i da ruralna područja u Hrvatskoj imaju velike potencijale za razvoj ruralnog turizma. Kombinirajući različite odlike može se napraviti odličan turistički proizvod koji će zadovoljiti individualne potrebe gosta. Gostu se pruža jedinstveno iskustvo kroz upoznavanje lokalne kulture, načina života i direktnu interakcije u domaćinom i okolinom. On postaje dijelom obitelji te dobiva potpuno personaliziranu uslugu.

Tabela 2: Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma

KRITERIJ	OBJAŠNJENJE
Položaj domaćinstva u prirodnom okruženju, selu ili malom grad	Manje od 5000 stanovnika u selu/gradu ili u vrlo tipičnim/tradicionalnim naseljima
Ruralno okruženje, s izraženim karakteristikama tradicionalnog poljodjelstva ili izuzetnim prirodnim vrijednostima	Izuzetne prirodne vrijednosti su park prirode ili slično.“Tradicionalno poljodjelstvo” isključuje prevladavajuću industrijsku poljoprivredu (vizure kojima dominiraju staklenici,ogromni proizvodni objekti i slično)
Turizam nije glavna ili prevladavajuća aktivnost ili izvor prihoda u bližoj okolini	Odnos broja turističkih kreveta i broja stanovnika u ruralnim područjima ne smije prijeći 1:1
Dobra zaštita životne sredine, miran i tih položaj, bez buke ili zagađenja	Prihvatljivi su mirisi i buka karakteristični za tradicionalnu poljoprivrednu proizvodnju
Autentičnost smještajnog objekta i ambijenta	/

Gostoljubivost - osobna briga domaćina o gostu	/
Mali kapacitet smještajne jedinice	Gornji limit kapaciteta je 40 kreveta ako nije zakonski određen ili propisan internom standardizacijom članice
Poštivanje propisanih kriterija u ocjenjivanju	Poštivanje prilagođenih standarda Federacije u ocjeni kvalitete
Društvena i socijalna održivost u kontekstu multifunkcionalnih aktivnosti na ruralnom području	Primjena kriterija iz Agende 21 za turizam kada budu izrađeni
Povezanost s lokalnom zajednicom i tradicionalnom kulturom	Minimum je integracija aktivnosti u okvire zajednice iz okruženja,gosti imaju mogućnost da ostvare kontakt s lokalnom realnošću ukoliko to žele
Lokalni proizvodi i gastronomija	Dostupni u okruženju
Kultura (folklor, zanatski proizvodi, običaji, nasljeđe...)	Dostupni u okruženju
Isključujući kriteriji su: - Gradski i industrijski lokaliteti i njihova okolina -Područja masovnog ili izrazito razvijenog turizma - Buka, rizici/opasnosti, vidljiva ili druga zagađenje	Tipični ruralni utjecaji su prihvatljivi

Izvor: Ružić, E.: Ruralni turizam, Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra, Pula

2.3. Učinci ruralnog turizma

Ruralni turizam uvelike utječe na ruralno područje. Prije svega utječe na očuvanje kulturnih vrijednosti, načina života, kulturnih i arheoloških lokalitet, prirode i okoliša i tradicijskih vrijednosti i običaja. Poboljšava blagostanje lokalnog stanovništva povećanjem proizvodnje, rastom prihoda, obnavljanjem infrastrukture, povećanjem zapošljavanja, koje se najčešće

očituje kroz samozapošljavanje i obiteljsko zapošljavanje, te na taj način također utječe na smanjenje depopulacije ruralnih područja. Na razini države također donosi povećanje prihoda, te dolazi do decentralizacije turizma u slabije razvijena područja i smanjenja koncentracije turista u turističkim središtima i smanjenja loših učinaka.

2.4. Trendovi u ruralnom turizmu

Sve više turista se okreće od masovnog turizma i razgledavanja prema selektivnim oblicima koji će im pružiti posebno iskustvo. Tako raste potražnja za odmorima koji će im omogućiti upoznavanje lokalnih kultura te omogućiti interakciju sa stanovništvom i uranjanje u životu i kulturu mjesta kojeg posjećuju.

Prema istraživanju CBI.eu-a[5] karakteristike turista koji posjećuju ruralna područja su da su visoko obrazovani, puno putuju te dolaze iz viših socio-ekonomskih skupina. Dijele ih u 4 skupine:

- Starija generacija (50-70 godina)
- Mladi turisti (18-30 i 31-44 godine)
- Obitelji
- Turisti s posebnim interesima za ruralni turizam

Skupina starije životne dobi uključuje obično umirovljene osobe koji žele uživati u mirnom odmoru te iskusiti nove doživljaje. Žele visoku kvalitetu i voljni su platiti više za jedinstveno iskustvo. Mlađe turiste dijeli za one koji imaju malo novčanih sredstava, a puno vremena te na one koji imaju novaca ali nemaju vremena. Ruralni turizam je izrazito popularan za obitelji s djecom. Oni tragaju za mirnim odmorom koji će također pružiti zabavu djeci uz veliku dozu sigurnosti. Te skupine s posebnim interesima često uključuje bicikliste i planinare.

Ruralni proizvod treba biti kvalitetan, nuditi autentično ruralno iskustvo popraćeno edukacijskim elementima, imati dobru organizacija, ljubazne domaćine te iskusne vodiče. Također je bitan očuvan okoliš i ponuda aktivnog odmora uz visok stupanj sigurnosti, autentičnost smještaja te pristupačnost.

[5] CBI.eu: What are the opportunities for Rural Tourism from Europe?, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbi.eu/node/2545/pdf/ [17.8.2018.]

Što se tiče načina na koji turisti planiraju svoja putovanja raste zastupljenost online istraživanja. Turisti koriste web stranice poput TripAdvsora, forume te društvene mreže. to pruža mogućnost ponuđivačima da razvijaju online marketinšku strategiju i dođu do ciljanih skupina.

2.5. Ruralni turizam u RH

U Republici Hrvatskoj ruralni prostor zauzima oko 90% državnog teritorija i na tom području živi oko 40% stanovništva. Unatoč tome turizam je koncentriran u urbanim područjima iz čega se vidi neravnomjerni razvoj i potreba da se ruralni turizam razvije.

Ruralna područja se sve više napuštaju jer mlado stanovništvo iseljava u urbana područja u potrazi za poslom. Također udio starog stanovništva je sve veći, a natalitet pada.

Zbog toga država nastoji promicati razvoj ruralnog turizma te su glavni strateški planovi razvoja ravnomjerni regionalni razvoj, samozapošljavanje i motiviranje mladih za ostanak na selu. Pri tome je ruralni turizam značajan čimbenik u aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta, tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju te pomaže razvoju ruralnih krajeva na osnovi održivoga razvoja.[6]

Unatoč pogodnoj klimi za razvoj ovog oblika turizma to nije valorizirano. Treba istaknuti Istarsku i Dubrovačko-neretvansku županiju koje jedine iskaču po razvoju ruralnog turizma. Naročito prednjači Istra koja se davno opredijelila za napuštanje koncepta „sunce i more“ te se posvetila razvoju ruralnog turizma i diverzificiranju svoje turističke ponude

.

2.5.1. Zakonska regulativa ruralnog turizma u RH

Zakonski propisi kojima se regulira poslovanje u ruralnom turizmu su Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama,

[6] HGK: Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske, [Internet], raspoloživo na: https://www.hgk.hr/documents/hgkkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf [20.8.2018.]

Zakon o boravišnoj pristojbi, Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, Zakon o pružanju usluga u turizmu. Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu te Pravilnik o pružanju turističkih usluga na seljačkim domaćinstvima (u izradi).

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti seljačko domaćinstvo se definira kao seljačko gospodarstvo ili obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i koje pruža ugostiteljske usluge. Ugostiteljske usluge koje može pružati su:

- Pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela i pića te napitaka iz pretežito vlastite proizvodnje za najviše 50 gostiju (izletnika) istodobno
- Usluživanje (kušanje) mošta, vina, voćnih vina, drugih proizvoda od vina i voćnih vina, jakih alkoholnih i alkoholnih pića te domaćih narezaka iz vlastite proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili gospodarskog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru za najviše 50 gostiju (izletnika) istodobno
- Usluge smještaja u sobi i apartmanu do najviše 10 soba odnosno za 20 gostiju istodobno, odnosno usluge smještaja u kampu s najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno, samo za goste kojima se pružaju usluge prehrane, točenja pića i napitaka (doručak ili polupansion ili puni pansion) iz pretežito vlastite proizvodnje
- Jela, pića i napici koji se uslužuju u seljačkom domaćinstvu moraju biti uobičajeni za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo.[7]

Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu turističke usluge koje se mogu pružati u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu su: poljoprivredne, šumarske i slične aktivnosti koje su vezane za seljačko gospodarstvo (berba voća i povrća, ubiranje ljetine, iznajmljivanje konja za jahanje, i slično).[8]

A prema Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu objekt u seljačkom domaćinstvu funkcionalna je cjelina na seljačkom gospodarstvu u kojem se gostima, ovisno o vrsti, pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka, uobičajenih za kraj u kojem se nalazi seljačko domaćinstvo, iz poljoprivrednih

[7] Narodne Novine (85/15, 121/16): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html [20.8.2018.]

[8] Narodne Novine (68/2007) :Zakon o pružanju usluga u turizmu, [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_07_68_2066.html [20.8.2018.]

proizvoda pretežito vlastite proizvodnje, usluge smještaja te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje.

Te propisuje vrste objekata u seljačkom domaćinstvu:

- Vinotočje/kušaonica - objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju vina i/ili voćna vina i/ili proizvodi od vina i/ili voćnih vina i/ili ostala alkoholna pića i/ili naresci (suhomesnati proizvodi, sirevi i slično) koji se sljubljuju s tim pićima i/ili namazi, za najviše 50 gostiju istodobno
- Izletište - objekt u kojem se gostima pripremaju i uslužuju topla i hladna jela te pića i napici za najviše 50 gostiju istodobno
- Soba - objekt u kojemu se gostima pružaju usluge smještaja i moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka ili polupansiona ili pansiona)
- Apartman - objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja, opremljen tako da gost može sam pripremati i konzumirati hranu i moraju se pružati usluge prehrane, pića i napitaka (doručka ili polupansiona ili pansiona)
- Kamp - objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja (smještaja na uređenom prostoru na otvorenom – na kamp mjestu i/ili kamp parceli), uz korištenje pokretne opreme za kampiranje, vlastite ili iznajmljene od pružatelja usluga: vreća za spavanje, šatora, kamp prikolica (kamp kućica, karavana), autodomova (kampera), stolova, stolica i slično.[9]

Također su detaljno propisani uvjeti koje objekti moraju zadovoljiti i kategorizacija objekata.

[9] Narodne Novine (5/2008): Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćunstvu, [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html [18.8.2018.]

3. VRGORAČKA KRAJINA

3.1. Lokacija, ustroj i stanovništvo

Grad Vrgorac se nalazi u jugoistočnom dijelu Splitsko-dalmatinske Županije te površinom od 284 km^2 zauzima 6,15% njene površine. Smješten je uz granicu za BiH, te u blizini autoceste Zagreb-Split-Dubrovnik, koridora 5C, luke Ploče i makarske rivijere što ga čini važnim prometnim i geostrateškim čvorištem.

Obilježava ga mediteranska klima s nešto nižim temperaturama i s oko 80% više padalina nego u primorju. Srednja godišnja temperatura je 15°C a količina godišnjih padalina iznosi 1964 mm.

Grad je okružen planinama Biokovo, Matokit i Rilić sa sjevera istoka i zapada, a na jugu se nalaze krška polja Bunina, Rastok i Jezero. Planinska područja obiluju krškim udolinama i uvalama dok su polja prekrivena plodnim vrstama tla te su zbog toga intenzivno obrađena. U teritorij grada spadaju i neki od dijelova primorskog niza Dinarida-Biokovo koji su pod posebnom zaštitom u kategoriji parka prirode.

U područje Grada Vrgorca spadaju 24 naselja za koje otpada 69% stanovnika. Prema popisu iz 2011. godine Grad ukupno ima 6.572 stanovnika dok je prema popisu 2001. imao 7.593 gdje vidimo problem depopulacije vrgoračkog kraja, pretežito nastao iseljavanjem stanovništva u inozemstvo.[10]

Tabela 3: Broj stanovnika po naseljima prema popisu stanovništva iz 2011.godine

Naselja	Broj stanovnika	%
Banja	202	3,07
Dragljane	52	0,79
Draževitići	203	3,09
Duge Njive	105	1,60
Dusina	494	7,52

[10] Strategija razvoja Grada Vrgorca

Kljenak	86	1,31
Kokorići	161	2,45
Kotezi	278	4,23
Kozica	56	0,85
Mijaca	95	1,45
Orah	268	4,08
Podprolog	35	5,40
Poljica Kozička	172	2,62
Prapatnice	179	2,72
Rašćane	130	1,98
Ravča	154	2,34
Stilja	320	4,87
Umčani	227	3,45
Veliki Prolog	499	7,59
Vina	134	2,04
Višnjica	14	0,21
Vlaka	41	0,62
Vrgorac	2039	31,03
Zavojane	308	4,69
Ukupno Grad Vrgorac	6572	100,00

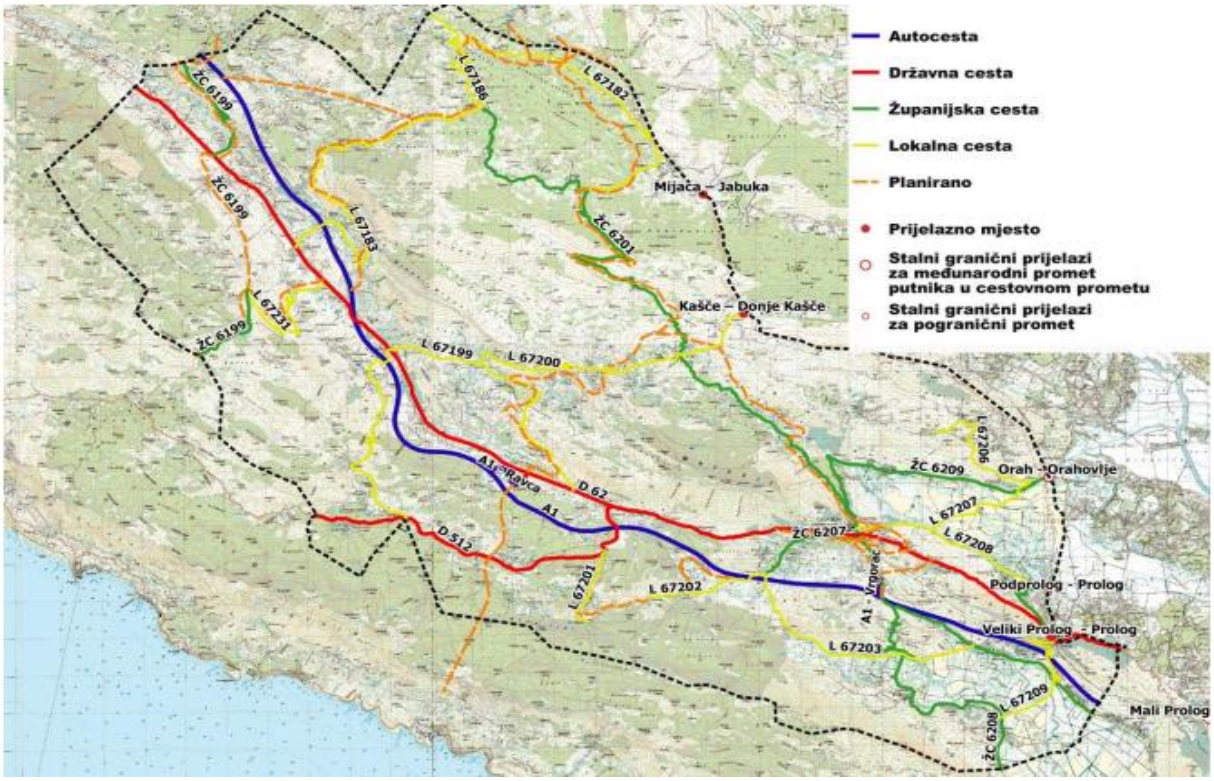
Izvor: Strategija razvoja Grada Vrgorca

3.2. Infrastruktura

Cestovna prometna infrastruktura na području Grada Vrgorca se sastoji od pravaca longitudinalnog smjera te pravaca transverzalnog smjera koji ih presijecaju. Longitudinalne smjerove čine ceste viših redova poput autoceste i državnih cesta, dok transverzalne pravce čine županijske ceste te lokalne ceste. A infrastruktura javnog prometa nije dovoljno razvijena. Postoji autobusni kolodvor, ali nema puno redovnih linija koje bi olakšale povezivanje vrgoračke krajine s destinacijama kao što su Makarsko primorje, Split, Dubrovnik te sa susjednom BiH. Najavljena je izgradnja novog kolodvora koji bi trebao biti najmoderniji u županiji.

Željeznički i zračni promet nije razvijen osim jednog heliodroma u Kokorićima koji se koristi u svrhe hitnih medicinski intervencija i u privatne svrhe.

Vodoopskrbni sustav je skoro u cijelosti izgrađen te postoje dva podsustava Banja i Butina. Na kanalizacijsku mrežu priključeno je 3.500 kućanstava međutim pročišćivač otpadnih voda nije u funkciji te sustav nije funkcionalan. Sustav distribucije plina ne postoji, a kada se promatra sustav elektroopskrbe Grad Vrgorac se nalazi na distribucijskom području Split, pogon Vrgorac.



Slika 1: Javne ceste na području Grada Vrgorca

Izvor: Strategija Grada Vrgorca

3.3. Gospodarstvo

Gospodarstvo se ostvaruje kroz poljoprivredu, industriju i obrt. Od poljoprivrede razvija se vinogradarstvo, voćarstvo i povrćarstvo, a najveći značaj daje vinogradarstvo i sadnja jagoda. Stočarstvo je nekada bilo razvijeno, a danas mali broj kućanstava se bavi peradarstvom i kozarstvom i to većinom samo za osobne potrebe.

Od poljoprivrednih gospodarstava postoji 630 OPG-ova, četiri poljoprivredna obrta i četiri trgovačka društva. Unatoč velikom broju gospodarstava razvijenost ne počiva na poljoprivredi kao osnovnoj djelatnosti.

U segmentu prerađivačke industrije dominira proizvodnja hrane i pića, te tekstila i tekstilnih proizvoda. U industriji značajni udjel ostvaruje i djelatnost građevinarstva. U sektoru usluga dominiraju trgovina na veliko i malo, te prijevozničke usluge. A glavni gospodarski subjekt je Mesna industrija Pivac koja upošljava veliki broj stanovnika Grada Vrgorca.

3.4. Prirodna i kulturna baština i manifestacije

3.4.1. Prirodna baština

Na području Grada Vrgorca nema evidentiranih područja zaštićenih dijelova prirode. Jedino što se može svrstati je područje parka prirode Biokovo čiji jedan dio teritorijalno pripada Gradu.[11]

3.4.2. Kulturna baština

U kulturna dobra ubrajamo nepokretna, pokretna i nematerijalna kulturna doba. Na području Grada Vrgorca kulturna dobra se većinom temelje na sakralnoj graditeljskoj baštini i tradicionalnoj povijesnoj graditeljskoj baštini. Ukupno postoji 26 nepokretnih kulturnih dobara i 7 pokretnih kulturnih dobara.

Tabela 4: Kulturna dobra na području Grada Vrgorca

Mjesto	Naziv	Vrsta kulturnog dobra
Dragljane	Arheološko nalazište Gradina – Pavića gradina	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Dragljane	Crkva sv. Ante Padovanskog	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Dusina	Crkva sv. Petra	Nepokretno kulturno dobro -

[11] Prostorni plan uređenja Grada Vrgorca (2006), [Internet], raspoloživo na: http://lokalnahrvatska.hr/images/naselja/021/vrgorac/Prostorn%20plan.pdf [1.9.2018.]

		pojedinačno
Dusina	Ruralna cijelina Mihaljevići	Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina
Kljenak	Cerkva Svih Svetih i srednjovjekovno groblje sa stećcima	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kokorići	Crkva sv. Jure	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kozica	Crkva sv. Ilije	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Kozica	Kulturno-povijesna seoska cjelina Katići	Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina
Prapatnice	Srednjovjekovno groblje Velika njiva	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Rašćane	Crkva sv. Stjepana i arheološko nalazište	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Rašćane	Ruralna cjelina Godinj	Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina
Rašćane	Srednjovjekovno groblje Grebine	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Stilja	Crkva sv. Ivana i srednjovjekovno groblje sa stećcima	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Umčani	Arheološko nalazište Umčani	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Veliki Prolog	Crkva Velike Gospe	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Crkva Navještenja Blažene Djevice Marije	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Elezove i Serdarova kuća	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Gradski park	Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina
Vrgorac	Kula Bega Cukarinovića	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Muminova kula	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Pakerova kula	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Rodna kuća Tina Ujevića	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Rudnik Paklina	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Vrgorac	Ruralna cjelina Vrgorca	Nepokretno kulturno dobro – povijesna cjelina
Vrgorac	Utvrda Gradina	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno
Zavojane	Crkva Porođenja Blažene Djevice Marije	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno

Izvor: Registar kulturnih dobara, [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212 [1.9.2018.]

Pokretna kulturna dobra su:[12]

- Vrgorac, Zavojane, Crkva Porođenja BDM: Slika "Bogorodica s malim Isusom"
- Vrgorac, Zavojane, Crkva Porođenja BDM: Slika "Sv. Juraj ubija zmaja"
- Vrgorac, Zavojane, Crkva Porođenja BDM: Slika "Krunjenje BDM"
- Vrgorac, Crkva Navještenja BDM: Raspelo-Drvena barokna skulptura Krista na križu
- Vrgorac, Zbirka župnog ureda Navještenja BDM
- Vrgorac, Dragljane, Inventar sakralnih predmeta iz crkve sv. Ante Padovanskog
- Vrgorac, Župna crkva navještenja BDM: Slika "Sv. Katarina Mučenica"

3.4.3. Manifestacije

Manifestacije koje se održavaju na području Grada Vrgorca vežu se uz njegov identitet i povijest, iz kojih i proizlaze, a koje uz kvalitetnu organizaciju i promociju pridonose razvoju turizma.[13]

Tabela 5: Popis manifestacija u Gradu Vrgorcu

Manifestacija	Vrijeme održavanja	Kratki opis
Mačkare	Veljača	Povorka maškara i tradicionalna pučka fešta uz kostimirani i maskirani ples Dani
Zeleni dani	Ožujak – Travanj	Zeleni dani potiču se i organiziraju u restoranima Vrgorca, a njima se promoviraju i čuvaju korijeni tradicionalne zdrave prehrane
Proslava međunarodnog Praznika rada	1.5.	Proslava praznika rada u Gradskom parku uz grah u vino.

[12] Službena stranica Grada Vrgorca, [Internet], raspoloživo na: http://www.vrgorac.hr/zasticena-kulturna-dobra-na-podrucju-vrgorske-krajine/ [18.8.2018.]
[13] Strategija razvoja Grada Vrgorca

Drveničke stine, susret	Svibanj	Susret Drveničana i Vrgorčana na način da se valorizira drevna staza Alberta Fortisa.
Dan jagoda	Svibanj	Promocija delicije koja je postala prepoznatljiv brend grada Vrgorca
Dani dalmatinskog pršuta i vina	Lipanj	Predstavljanje pršutara i vinara iz raznih krajeva Dalmacije i Hercegovine
Hair smile	Lipanj	Dva dana stručnog programa, godišnji susret frizera, edukacije, seminari i prezentacija noviteta iz svijeta frizerstva uz sudjelovanje djece s posebnim potrebama u ulozi ravnopravnih modela
S Tinom u Vrgorcu	Lipanj-srpanj	Sedmodnevna kulturno – književna manifestacija u čast Tina Ujevića
Večer pod Matokitom	Srpanj	Folklorna večer i smotra folklora posvećena očuvanju tradicije, običaja,nošnji, plesova i napjeva.
Vrgorsko ljeto	Srpanj-Kolovoz	Prigodna događanja vikendom i tijekom tjedna.
Festival pustolova „Mate Svjetski“	Kolovoz	Godišnji susret putnika svjetskih razmjera, putopisaca, pustolova, avanturista i svih zaljubljenika u putovanja.
Večer tradicije i pučke	Rujan	/

arhitekture		
Vrgorska klapska noć	Rujan	Susret klapa
Dani bikle i Biklijada	Listopad	Turistička manifestacija, središnja pučka fešta posvećena bikli, pjesmi i tradicionalnim običajima
Božićni sajam	Prosinac	Božićno druženje na Trgu branitelja uz vino, fritule, glazbu i ples.

Izvor: Strategija razvoja Grada Vrgorca i Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.; izrada autora

4. TURISTIČKA PONUDA VRGORAČKOG KRAJA

4.1. Prirodna i kulturna baština kao elementi ponude

Već je navedeno da vrgoračka krajina nema prirodno zaštićenih područja osim dijela parka prirode Biokovo. Međutim obiluje prekrasnom prirodom, planinama, poljima te rijekama koji su bitni elementi za razvoj ponude ruralnog turizma. Ovi elementi se valoriziraju putem organiziranja aktivnosti u prirodi koji dopunjuju boravak gostiju ili putem jednodnevnih i višednevnih izleta. Tako u svojoj ponudi vrgoračka krajina nudi biciklističke ture, planinarske ture, izlete, vinske ture, organizirane berbe grožđa, jagoda i jabuka.

Od biciklističkih tura se nudi petodnevni program „biciklističke ture“ podijeljen na pet zasebnih cjelina, a to su biciklističke staze: Vrgoračkim poljima, Tragom Narone, Planinska staza, Napoleonov put i Od Pakline do Međugorja. Te još postoje ture Put Biokova, Tri polja i Mate Svjetski. Organiziraju se i planinarski programi: Matokit, Mihovil, Vrgorac, Biokovo i Rilić.

Kulturna baština se valorizira putem manifestacija koje upoznaju turiste s kulturom vrgoračkog kraja, načinom života, poviješću te običajima i gastronomijom naslijeđenom od predaka.

Ključne manifestacije su S Tinom u Vrgorcu, Dan jagoda, Dani dalmatinskog pršuta i vina i Dani bikle i Biklijada. S Tinom u Vrgorcu je kulturno-književna manifestacija koja se već sedam godina odvija u čast Tina Ujevića čija se rodna kuća nalazi u Vrgorcu. Traje sedam dana te obuhvaća razna književna izlaganja te dodjele nagrada za najbolja djela.

Dan jagoda je najznačajnija manifestacija jer je vrgoračka jagoda sinonim za Vrgorac i mnogi ga po tome prepoznaju. Također je uvrštena i u Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske kao doživljaj kulture, zajedno sa Danima bikle, koji je izrađen u svrhu promoviranja ruralnog razvoja.

Dani bikle i Biklijada održavaju se u listopadu u svrhu očuvanja tradicionalnih običaja i gastronomije. Predstavlja se bikla, tradicionalni vrgorački napitak od mladog vina i kozjeg mlijeka, kao i ostali gastronomski specijaliteti i rukotvorine uz folklorne izvedbe domaćih KUD-ova.

Dani dalmatinskog pršuta i vina je manifestacija koja se održava u etno selu Kokorići te traje tri dana. Iz godine u godinu broji sve više posjetitelja te bilježi sve veću medijsku popraćenosti. 2017. godine zabilježeno je nekoliko tisuća posjetitelja iz cijele Dalmacije i Hercegovine ali i stranih gostiju iz Norveške, Finske, Švedske, Francuske, Austrije i Njemačke koji su se oduševili ruralnim ambijentom.

Također su bitan dio ponude i manifestacije Zeleni dani koji promiču tradicionalnu gastornomiju, Večer pod Matokitom na kojoj se izvode folklorni plesovi, čuvaju kulturni običaji, pjesma i nošnje, Večer tradicije i pučke arhitekture koja se odvija u Velikom Godinju u svrhu promocije Velikog Godinja kao očuvanog arhitektonskog čuda te druge.

4.2. Smještajni kapaciteti

Smještajne kapacitete Grada Vrgorca čine objekti u domaćinstvu, objekti u OPG-ovima te hotel Prvan u Vrgorcu. Godine 2011. bila su svega 44 ležaja koja su se nalazila u hotelu Prvan, a u 2017. postoji dodatnih 129 ležaja koji se nalaze u domaćinstvima i obiteljskim gospodarstvima. U zadnjih 5 godina broj smještajnih kapacitet je porastao za 276% iz čega je vidljiv kontinuirani rast turističkog razvoja.



Slika 2: Broj ležajeva od 2011. do 2017.

Izvor: Izvještaj TZ Grada Vrgorca 2017.

Popis registriranih smještajnih objekata s brojem ležajeva, kategorizacijom i po naseljima vidljiv je u tablici 5. Po kategorizaciji prevladavaju smještaji s 3 zvjezdice s par jedinica s 4 zvjezdice i samo jednoj vili s 5 zvjezdica.

Tabela 6: Registrirani smještajni objekti u 2017.

Naziv objekta	Vrsta objekta	Kategorija	Naselje	Broj ležajeva
Apartman 1	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Rašćane	2
Apartman 1	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Rašćane	2
Apartman 2	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Rašćane	4
Apartman br.1.	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Veliki Prolog	2
BOROVAC	Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	2 sunca	Vrgorac	2
Branimir Bobanac	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Kljenak	6
DINKINA KUĆA	(Druge vrste - skupina kampovi) / Kuća za odmor	3 zvjezdice	Kokorići	3
GAŠPAR	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Umčani	15
JURIN DOM	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	Rašćane	2
MARINOVA KUĆA	(Druge vrste - skupina kampovi) / Studio apartman	3 zvjezdice	Kokorići	3
Mladen Jović	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	Duge Njive	6
NIKOLINA KUĆA	(Druge vrste - skupina kampovi) / Studio apartman	3 zvjezdice	Kokorići	4
PROLOGOS	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Veliki Prolog	6
PRVAN	Hotel	3 zvjezdice	Vrgorac	44
Soba 1	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Vrgorac	2

Studio apartman	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Rašćane	2
Vila Majić	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Zavojane	8
VILA VELE	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Dusina	8
VILLA ANA	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Rašćane	6
VILLA ANTONIJA	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Zavojane	8
VILLA KIKIŽA	Objekti u domaćinstvu	5 zvjezdice	Dusina	12
VILLA KRČEVINA	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Kotezi	2
VILLA NIKA	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Vrgorac	8
VILLA RADALJ	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Duge Njive	4
VILLA TONE	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	Višnjica	4
VILLA ŽARKA	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	Zavojane	8

Izvor: Izvještaj TZ Grada Vrgorca 2017.

Prema booking.com cijena noćenja s doručkom za dvije osobe se kreće od 400 do 600, dok je cijena noćenja u etno selu Kokorići nešto skuplja.

4.3. Ugostiteljska ponuda

Ugostiteljsku ponudu čine restoran i vinarija Pilač i restoran u hotelu Prvan u Vrgorcu, konoba Prvan u Kokorićima, konoba Andrija u Kotezima te brojni kafići. U svojoj gastronomskoj ponudi Grad Vrgorac ima mnoge tradicionalne recepte koji dočaravaju kulturu mjesta i stare običaje. Neki od tih delicija su: Vrgorske koprtlje, Brujet od ugora, Kokoš u vareniku, Teletina na žabe, Prepelica na ražnju te neizostavni vrgorački pršut i vino te bikla (crno vino i kozje mlijeko).

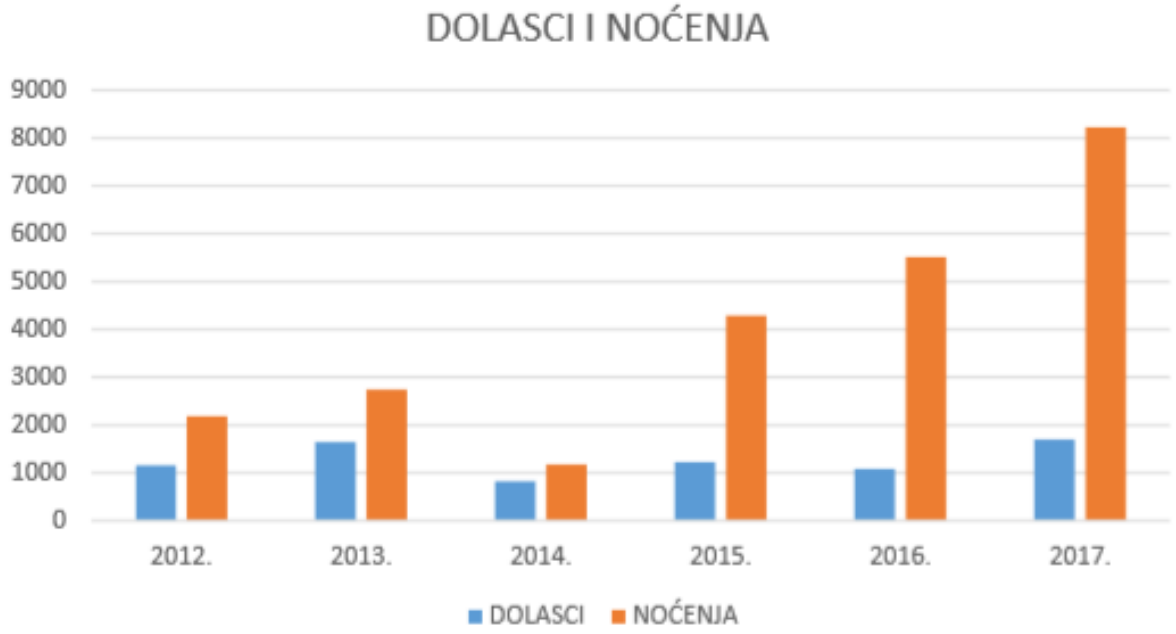
Također ponuditelji smještaja u obiteljskim domaćinstvima te kućama za odmor većinom nude vlastite poljoprivredne proizvode svojim gostima. Tu spadaju domaća vina, eko proizvedeno voće i povrće, domaći sirevi itd.

5. TURISTIČKA POTRAŽNJA

5.1. Turistički promet u vrgoračkom kraju

Turistička potražnja za ruralnim turizmom u Vrgorcu svake godine sve više raste zahvaljujući povećanju broja smještajnih kapaciteta kao i zainteresiranosti mještana za kreiranje turističke ponude.

Prema dolascima i noćenjima turista od 2012. do 2017. Vidljiv je kontinuirani rast osim 2014. godine kada je došlo do naglog pada. Skok s 5516 noćenja u 2016. na 8224 noćenja u 2017. pokazuje veliki porast noćenja od 49,09%.



Slika 3: Dolasci i noćenja u vrgoračkom kraju od 2012. do 2017. Godine

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.

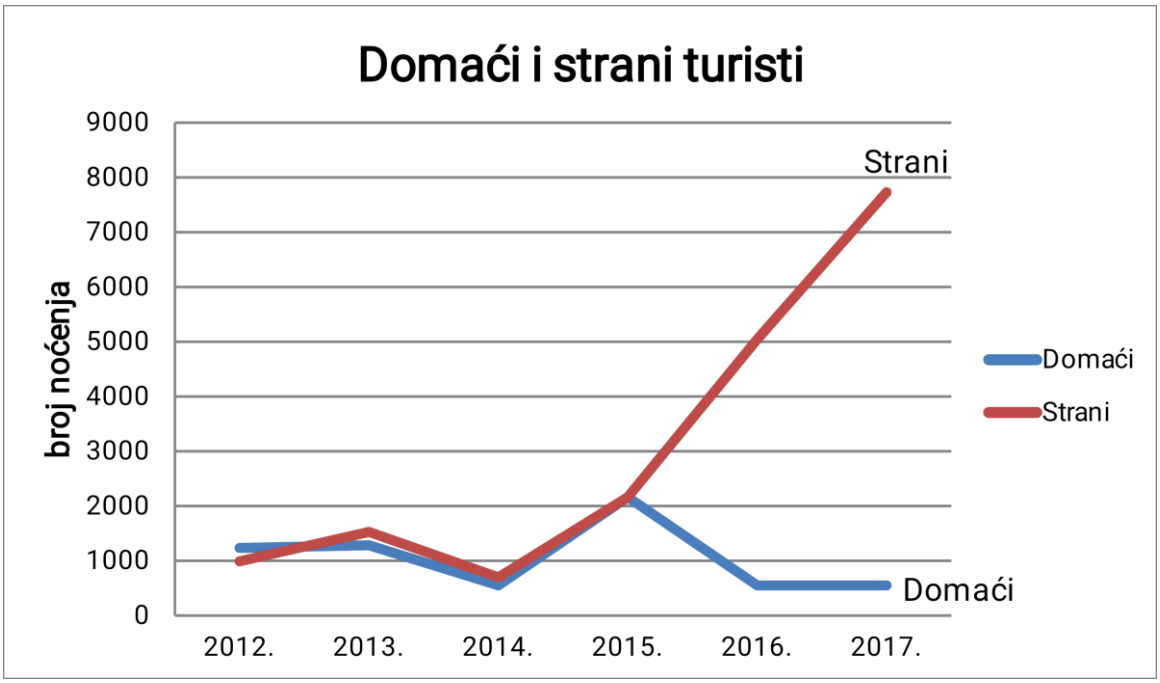
Većina turista koji posjećuju Grad Vrgorac su strani turisti dok domaćih ima u malom broju. To se u zadnjih šest godina izmijenilo jer prema podatcima iz 2012. vidimo da je bilo više domaćih turista, te u 2015. dolazi nagle izmjene gdje broj domaćih turista opada a broj stranih

turista naglo raste. To je dobar pokazatelj da Vrgorac sve više privlači strane turiste i da se širi znanje o turističkoj ponudi toga kraja.

Tabela 7: Noćenja domaćih i stranih turista

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.
DOMAĆI	1215	1238	503	2134	512	529
STRANI	973	1503	674	2156	5004	7695

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.



Slika 4: Noćenja domaćih i stranih turista od 2012. do 2017.

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.; izrada autora

5.2. Dolasci i noćenja turista prema zemlji porjekla

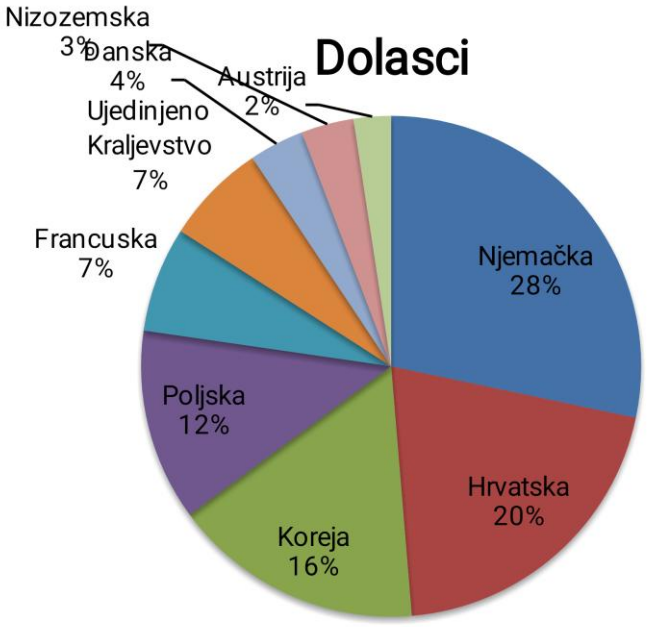
Što se tiče država odakle su dolazili turisti u 2017. prema noćenju najzastupljeniji su Nijemci, Poljaci, Francuzi, Britanci te domaći gosti, dok su u 2016. najzastupljeniji bili Nijemci, Poljaci, Hrvati, Šveđani te Danci. Posebna promjena u 2017. u odnosu na 2016. su dolasci iz Koreje koji su u 2017. ostvarili 215 noćenja u Gradu Vrgorcu.

Tabela 8: Turistički promet po državama u 2017. godini

Država	Dolasci	Noćenja	Udio dolazaka (%)	Udio noćenja (%)
Njemačka	357	3370	21,43	41,22
Poljska	164	1010	9,84	12,35
Francuska	90	539	5,40	6,59
Ujedinjeno Kraljevstvo	87	531	5,22	6,50
Hrvatska	270	489	16,21	5,98
Danska	47	380	2,82	4,65
Nizozemska	45	248	2,70	3,03
Austrija	32	238	1,92	2,91
Koreja, Republika	215	215	12,91	2,63

Izvor: Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.

A prema dolascima po zemljama prevladavaju turisti iz Njemačke, Hrvatske, Koreje, Poljske i Francuske.



Slika 5: Dolasci prema zemljama u 2017.

Izvor: Izrada autora

5.3. Turstički promet prema vrsti smještajnog objekta

Turistički promet po vrsti objekta pokazuje kako je najveći udio dolazaka i noćenja stranih gostiju ostvareno u kućama za odmor i apartmanima (49,39% dolazaka te 78,60% noćenja), dok je najveći udio dolazaka i noćenja domaćih gostiju u 2017. godini na području Vrgorca ostvaren u hotelskom smještaju (91,33% dolazaka i 86,20% noćenja).

6. TURISTIČKA PERSPEKTIVA VRGORAČKOG KRAJA

Perspektiva razvoja ruralnog turizma u vrgoračkom kraju počiva na prirodnom i kulturnom bogatstvu, autentičnoj kulturi života i rada, gastronomiji, ponudi aktivnog odmora u prirodi kao i na geografskoj poziciji Vrgorca koji se nalazi u blizini većih turističkih destinacija Dalmacije i Hercegovine. Prema statističkim podacima o povećanju dolazaka i noćenja turista i rastu smještajnih kapaciteta iz godine u godinu vidimo da potencijala ima i da stanovnici sve više uviđaju mogućnosti koje turizam pruža.

Međutim, potencijali nisu dovoljno iskorišteni te je potrebno proširiti proizvod objedinjujući sve potencijale i s odgovarajućom marketinškom strategijom plasirati ga na tržište.

Agroturizam ili seoski turizam zahtjeva otvaranje većeg broja smještajnih kapaciteta, naročito kuća za odmor i smještaja u domaćinstvu koji će pružiti gostima miran odmor, interakciju s domaćinima i uranjanje u seoski način života. U širenju ponude stanovništvo može dobiti pomoć od strane države i EU koje pružaju financijsku pomoć pri gradnji kuća za odmor i bazena u ruralnim područjima, kao i od strane TZ Grada Vrgorca koja organizira radionice o razvoju ruralnog turizma i upravljanju. Bitna stavka ovog oblika ruralnog turizma je seosko iskustvo koje se ostvaruje uključivanjem turista u poljoprivredne poslove. Tako se na području Grada Vrgorca trebaju razvijati ture i izleti koji će omogućiti turistima branje poljoprivrednih proizvoda i sudjelovanje u pripremi proizvoda kao što su sirevi i vino.

Kao što je već spomenuto sinonim za Vrgorac je vrgoračka jagoda i taj proizvod bi trebao biti u središtu plasiranja Vrgorca na tržište. Širenjem programa manifestacije Dan jagoda privuklo bi se više posjetitelja te bi se promoviralo vrgoračko područje. Također bi se trebalo promovirati i ostale manifestacije kako bi se upoznalo javnost sa svime što ta krajina može ponuditi.

U svojoj ponudi Vrgorac može koristiti i blizinu većih turističkih destinacije koje se nalaze u opsegu od dva sata vožnje od Vrgorca. Tu spadaju Split, Dubrovnik, Makarska rivijera, Mostar i Međugorje. Također se u blizini nalaze i dolina Neretve u kojoj mogu posjetiti 4 ornitološka rezervata, voziti se lađama, posjetiti Arheološki muzej u Naroni ili uživati u foto-safariju i promatranju ptica. Ovakav geografski položaj posjetiteljima vrgoračkog kraja nudi veliki broj destinacija koje mogu posjetiti za vrijeme boravka i tako obogatiti svoj odmor.

Osim širenja ponude ključna stvari za bolji razvoj turizma je pravilna marketinška strategija koja će povećati postojeću potražnju. Danas je najzastupljeniji marketinški oblik online marketinga. Pregledavajući internet stranicu TZ Grada Vrgorca vidljivo je da stranica već godinama nije aktivna. A službena stranica Grada Vrgorca ne nudi puno informacija u vezi turizma. Kako bi se poboljšao marketing treba oživjeti stranicu turističke zajednice kako bi potencijali posjetitelji mogli vidjeti ponudu koju Grad nudi kao i udružiti se s Turističkim zajednicama ostalih turističkih destinacija dalmatinske zagore kako bi zajedničkim snagama promovirale ruralni turizam na svojim područjima. Također bi se trebalo angažirati oko promocije na društvenim mrežama poput Facebook-a i Instagrama koje su danas sve važnije tijekom istraživanja i planiranja putovanja.

7. ZAKLJUČAK

Područje vrgoračke krajine se nalazi u dalmatinskoj zagori koje se sve više suočava s gospodarskim i demografskim problemima. Takvi problemi dovode do napuštanja sela te njihovih propadanja kao i propadanja kulture tih područja. Spas u revitalizaciji sela pronalazi se u razvoju ruralnog turizma.

Zahvaljujući rastućem trendu potražnje za ruralnim turizmom i uviđaju lokalnog stanovništva kako turizam može donijeti prihode te očuvati lokalnu zajednicu u vrgoračkom kraju u zadnjih 5 godina turistička ponuda i potražnja su u porastu.

Atraktivna priroda, kulturna baština, tradicionalna kultura života i rada, običaji, gastronomija i dobra geografska pozicija čine dobru podlogu za razvoj održivog ruralnog turizma u vrgoračkom kraju. Unatoč tome ruralni turizam još nije valoriziran u mjeri u kojoj je moguć. Povećanje smještajnih kapaciteta, bolja organizacija i promocija manifestacija, širenje ponude u vidu aktivnog odmora u prirodi i sudjelovanja u poljoprivrednim djelatnostima, iskorištavanje dobro geografske pozicije, kao i povezivanje s okolnim područjima za zajednički marketing ključ je budućeg razvoja ruralnog turizma tog kraja.

LITERATURA

1. CBI.eu: What are the opportunities for Rural Tourism from Europe?, [Internet], raspoloživo na: https://www.cbi.eu/node/2545/pdf/ [17.8.2018.]
2. HGK: Nacionalni katalog ruralnog turizma Hrvatske, [Internet], raspoloživo na: https://www.hgk.hr/documents/hgkkatalogruralniturizamhrvatskeweb57728ea64487b.pdf [20.8.2018.]
3. Izvješće TZ Grada Vrgorca 2017.
4. Izvješće TZ Grada Vrgorca 2016.
5. O. Kesar: Uvod u specifične oblike turizma; Ekonomski fakultet – Zagreb (2012/2013), [Internet], raspoloživo na: http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/TUR/Web_Uvod%20u%20specifi%C4%8Dne%20oblike%20turizma.pdf [17.8.2018.]
6. Narodne Novine (5/2008): Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćunstvu, [Internet], raspoloživo na: https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html [18.8.2018.]
7. Narodne Novine (68/2007) :Zakon o pružanju usluga u turizmu, [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_07_68_2066.html [20.8.2018.]
8. Narodne Novine (85/15, 121/16): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html [20.8.2018.]
9. Petrić L. (2013/2014): Uvod u turizam; Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu
10. Prostorni plan uređenja Grada Vrgorca (2006), [Internet], raspoloživo na: http://lokalnahrvatska.hr/images/naselja/021/vrgorac/Prostorn%20plan.pdf [1.9.2018.]
11. Registar kulturnih dobara; dostupno na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212
12. Ružić, E.: Ruralni turizam, Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra, Pula
13. Službena stranica Grada Vrgorca, [Internet], raspoloživo na: http://www.vrgorac.hr/zasticena-kulturna-dobra-na-podrucju-vrgorske-krajine/ [18.8.2018.]
14. Strategija razvoja Grada Vrgorca (2016), Split, [Internet], raspoloživo na: http://www.vrgorac.hr/wp-content/uploads/2017/02/10.Strategija razvoja__Grad_Vrgorca_Radna_verzija.pdf [19.8.2018.]

15. Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije (2009); Horwath consulting Zagreb, [Internet], raspoloživo na: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/ruralni-turizam-strategija.pdf [25.8.2018.]

POPIS SLIKA

Slika 1: Javne ceste na području Grada Vrgorca 15
Slika 2: Broj ležajeva od 2011. do 2017. 22
Slika 3: Dolasci i noćenja u vrgoračkom kraju od 2012. do 2017. Godine 26
Slika 4: Noćenja domaćih i stranih turista od 2012. do 2017. 27
Slika 5: Dolasci prema zemljama u 2017. 28

POPIS TABLICA

Tabela 1: Oblici turističkih aktivnosti u ruralnim područjima 6
Tabela 2: Kriteriji za definiranje okvira ruralnog turizma 7
Tabela 3: Broj stanovnika po naseljima prema popisu stanovništva iz 2011.godine 13
Tabela 4: Kulturna dobra na području Grada Vrgorca 16
Tabela 5: Popis manifestacija u Gradu Vrgorcu 18
Tabela 6: Registrirani smještajni objekti u 2017. 23
Tabela 7: Noćenja domaćih i stranih turista 27
Tabela 8: Turistički promet po državama u 2017. godini 28

SAŽETAK

Cilj ovog rada je istražiti ponudu i potražnju za ruralnim turizmom u vrgoračkom kraju, te na temelju njihove analize donijeti zaključak kakva je perspektiva njegovog daljnjeg razvoja. Vrgorački kraj je smješten u dalmatinskoj zagori, te kao i većina mjesta tog područja bori se sa gospodarskim i demografskim problemima. Rješenje se može pronaći u razvoj ruralnog turizma koji pruža mnoge pozitivne učinke kao što su veći prihodi, samozapošljavanje, očuvanje mjesta i kulture te pravilan regionalni razvoj. Iako ponuda i potražnja za ruralnim turizmom u Vrgorcu nije velika vidi se njen rast kroz godine te potencijal koji taj kraj ima. Potrebno je stvoriti proizvod koji ce privući vise turista, poboljšati marketing, povezati se sa okolinom te povećati smještajne kapacitete. Posebne prednosti koje taj kraj može iskoristiti za razvoj su očuvana priroda, tradicionalna gastronomija, vrgoračke jagode koje su simbol tog kraja te blizinu velikih turističkih destinacija.

Ključne riječi: *Vrgorac, ponuda, potražnja, ruralni turizam*

SUMMARY

The primery goal this finale work is to explore the supply and demand for rural tourism in the region of Vrgorac, and on the basis of their analysis to draw a conclusion of the perspective of its further development. The Vrgorac region is located in the Dalmatian hills, and like the most places of this area it is struggling with economic and demographic problems. The solution can be found in the development of rural tourism that provides many positive effects such as higher incomes, self-employment, preservation of place and culture and proper regional development. Although the supply and demand for rural tourism in Vrgorac is not big, its growth throughout the years and have the potential. It is necessary to create a product that will attract more tourists, improve marketing, connect with the surrounding areas and increase accommodation capacities. The special advantages that this region can use for tourism development include preserved nature, traditional gastronomy, top-of-the-line strawberries that are the symbol of this area and the proximity of major tourist destinations.

Keywords: *Vrgorac, supply, demand, rural tourism*